

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตร
ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

สารนิพนธ์
ของ
นางสาววิภา นาคนิมิตรุ่ง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด
มีนาคม 2545
ลิขสิทธิ์เป็นของ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

332.1752

๖๔5๓

ร.๒

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตร
ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

บทคัดย่อ

ของ

นางสาววิภา นาคนิมิตรรุ่ง

๑

15 พ.ค. 2545



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด

มีนาคม 2545

๙ 146686

วิภา นาคนิมิตรุ่ง. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ
ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ:
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรีร์
ลิ้มไทย

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงิน
ฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้านคือ ด้านการ
บริการทั่วไป ด้านการบริการเงินฝาก ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ และเปรียบเทียบ
ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ โดยจำแนกตามเพศ อายุ
ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนเงินฝากรวม และระยะเวลาการเป็นลูกค้า ตลอดจนรวบรวมข้อ
เสนอแนะในการใช้บริการของลูกค้าต่อบริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ
ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยวิธีการเลือกตัวอย่างตามความสะดวก
(Convenience) จำนวน 400 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน
มาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Analysis of
Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธี LSD
(Least Significant Difference)

ผลการวิจัย พบว่า

1. ลูกค้าทุกด้านยกเว้นของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อ
การให้บริการด้านการบริการทั่วไป ด้านการบริการเงินฝาก และด้านพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนด้านการ
ประชาสัมพันธ์ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
2. ลูกค้าที่เพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ โดย
รวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
3. ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ
โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการบริการ
เงินฝาก และด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วน
ด้านการบริการทั่วไปและด้านการประชาสัมพันธ์ ลูกค้ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทาง
สถิติ
4. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดี
ธนกิจ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
5. ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ
โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านพนักงานผู้ให้บริการ
ลูกค้ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านการบริการทั่วไป ด้านการ
บริการเงินฝาก และด้านการประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
6. ลูกค้าที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ
โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพนักงานผู้ให้

บริการ ลูกคามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการบริการทั่วไป ด้านการบริการเงินฝาก และด้านการประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

7. ลูกคามีจำนวนเงินฝากรวมต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและ ธนบดีธนกิจ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ลูกคามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านการบริการทั่วไป ด้านการบริการเงินฝาก และด้านการประชาสัมพันธ์ ลูกคามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

8. ลูกคามีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝาก และธนบดีธนกิจ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการบริการทั่วไป ลูกคามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านพนักงานผู้ให้บริการ ลูกคามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านการบริการเงินฝาก และด้านการประชาสัมพันธ์ ลูกคามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

CUSTOMERS' SATISFACTION TOWARDS DEPOSIT MOBILIZATION & PRIVATE
BANKING DIVISION'S SERVICE OF BANKTHAI PUBLIC COMPANY LIMITED,
HEAD OFFICE

AN ABSTRACT
BY
MISS WIPA NARKNIMITRUNG

Presented in partial fulfill of the requirements
for the Master of Business Administration in Marketing
at Srinakharinwirot University
March 2002

Wipa Narknimitrung (2002). *Customers' Satisfaction Towards Deposit Mobilization & Private Banking Division's, Bankthai Public Company Limited, Head Office*. Master Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee : Assist. Prof. Supee Limthai.

The purpose of this research was to study customers' satisfaction towards Deposit Mobilization & Private Banking Division's Service of Bankthai Public Company Limited, Head Office in four aspects : general service, deposit service, service employees and information service. It was compared Customers' satisfaction towards Deposit Mobilization & Private Banking Division's Service by grouping customers under following classifications: sex; age; education background; occupation; income; total amount of deposits; and the length of time to be customer. It also includes the suggestions from customers.

The sample of this research were 400 customers of Deposit Mobilization & Private Banking Division's Service of Bankthai Public Company Limited, Head Office. A questionnaire was constructed and used as a tool to collect data. Percentage, mean, standard deviation, t-test, and One-way Analysis of Variance were statistical method for analyzing data.

The research result revealed that :

1. Customers' satisfaction was at a high level in all aspects except the information service was a moderate level.

2. There was no statistical significance difference for the satisfaction towards the services of Deposit Mobilization & Private Banking Division's Service for overall aspects and each aspect from the customers with different sex.

3. There was statistical significance different level at .01 for the satisfaction towards the services of Deposit Mobilization & Private Banking Division's Service for overall aspects from the customers with different ages. However, for analyzing each aspect of services: It showed that there was statistical significance different level at .01 for the aspect of deposit service and service employees. In addition to being the general service and information service showed no statistical significance difference.

4. There was no statistical significance difference for the satisfaction towards the services of Deposit Mobilization & Private Banking Division's Service for overall aspects and each aspect from the customers' various education background.

5. There was no statistical significance difference for the satisfaction towards the services of Deposit Mobilization & Private Banking Division's Service for overall aspects from the customers with different occupation. However, for analyzing each aspect of services: It showed that there was statistical significance different level at .01 for the aspect of service employees. In addition to being

the general service, deposit service and information service showed no statistical significance difference.

6. There was no statistical significance difference for the satisfaction towards the services of Deposit Mobilization & Private Banking Division's Service for overall aspects from the customers with different income. However, for analyzing each aspect of services: It showed that there was statistical significance different level at .05 for the aspect of service employees. In addition to being the general service, deposit service and information service showed no statistical significance difference.

7. There was statistical significance difference level at .01 for the satisfaction towards the services of Deposit Mobilization & Private Banking Division's Service for overall aspects from the customers with different total amount of deposit. However, for analyzing each aspect of services: It showed that there was statistical significance different level at .01 in the aspect of service employee. In addition to being the general service, deposit service and information service showed no statistical significance difference.

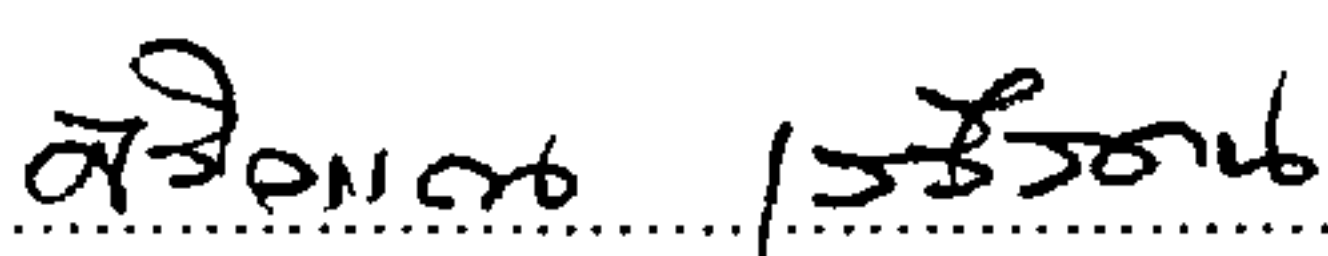
8. There was no statistical significance difference for the satisfaction towards the services of Deposit Mobilization & Private Banking Division's Service for overall aspects from the customers with the different length of time to be customer. However, for analyzing each aspect of services: It showed that there was statistical significance different level at .05 for the aspect of general service and at .01 for the aspect of service employee. In addition to being the deposit service and information service showed no statistical significance difference.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษานิพนธ์


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิมไทย)

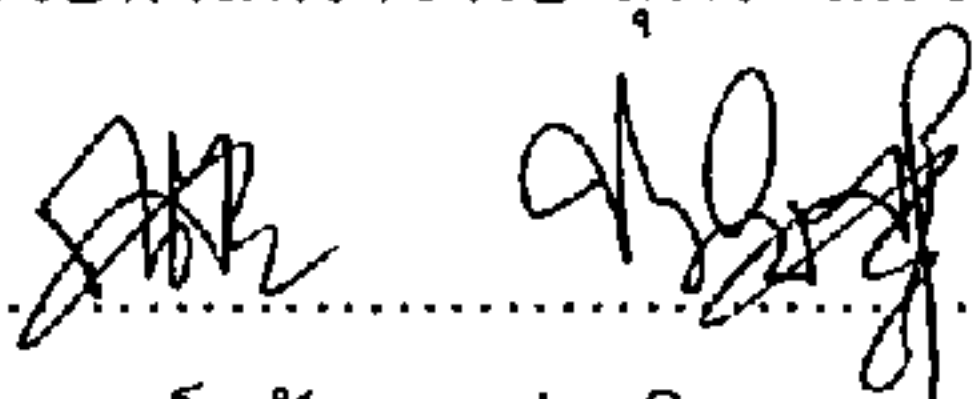
ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร


.....
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

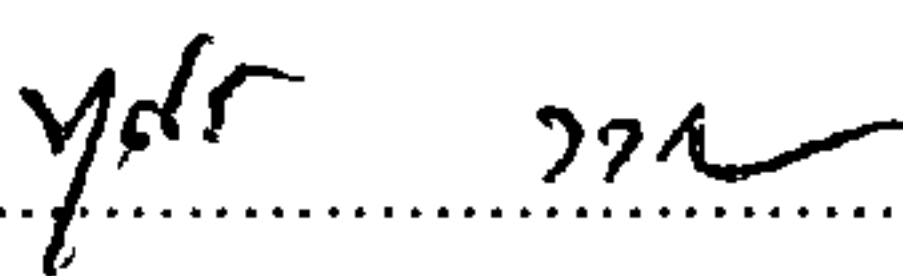
คณะกรรมการสอบ


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิมไทย)

ประธาน


.....
(อาจารย์ ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ)

กรรมการ


.....
(รองศาสตราจารย์ ชุตรี วงศ์รัตน์)

กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่ม

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ


.....

คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรกวิน)

วันที่...๗.....เดือน มีนาคม 2545

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่านับตั้งแต่เริ่มต้น ดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ในการให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง อันเป็น ประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ และอาจารย์ผ่องศักดิ์ หมวดสง ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือและ ให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้ และขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบปากเปล่าคือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ และอาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ ที่ได้ให้คำแนะนำและ พิจารณาการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และคณาจารย์ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน ที่ได้อบรม สั่สอน ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ที่เป็นประโยชน์ยิ่งแก่ผู้วิจัย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณกรรมการรองผู้จัดการใหญ่สายธุรกิจสถาบันและตลาดทุน ผู้ช่วย กรรมการผู้จัดการใหญ่ด้านบริหารเงินและค้าผลิตภัณฑ์การเงิน ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ด้านระดมเงิน ฝากและธนบดีธนกิจ ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายบริหารเงิน ผู้อำนวยการฝ่ายธนบดีธนกิจ และเพื่อนพนักงาน ด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์ใน การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย และขอกราบขอบพระคุณลูกค้าด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ได้อบรมสั่งสอนผู้วิจัยให้เป็นคนดี ขยัน อดทน ซื่อสัตย์ มีคุณธรรม และมอบโอกาสการศึกษาเป็นวิชาความรู้ติดตัวจนปัจจุบัน

คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของ บิดา มารดา ญาติๆ บุรพคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน ชี้แนะแนวทางที่ดีและมีคุณค่าตลอดมาจน สำเร็จการศึกษา

ท้ายนี้ ผู้วิจัยขอจารึกคุณงามความดีที่ทุกท่านได้ช่วยเหลือไว้ในความทรงจำตลอดไปและขอมอบ ผลบุญจากประโยชน์สารนิพนธ์นี้ เพื่ออุทิศส่วนกุศลแด่ รองศาสตราจารย์สำอองค์ งามวิชา ผู้ล่วงลับแล้ว

วิภา นาคนิมิตรุ่ง

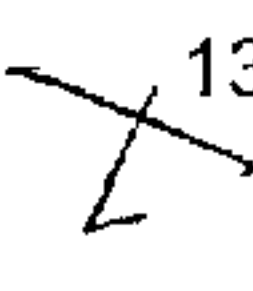
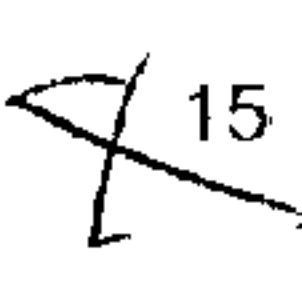
สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	2
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	3
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า.....	6
สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ความหมายของธนาคารพาณิชย์.....	8
หน้าที่ของธนาคารพาณิชย์.....	9
ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน).....	10
ความหมายของการบริการ.....	15
ความหมายของความพึงพอใจ.....	15
แนวคิดความพึงพอใจ.....	16
ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ.....	18
ความพึงพอใจของลูกค้าต่อด้านการบริการทั่วไป.....	19
ความพึงพอใจของลูกค้าต่อด้านการบริการเงินฝาก.....	22
ความพึงพอใจของลูกค้าต่อด้านพนักงานผู้ให้บริการ.....	25
ความพึงพอใจของลูกค้าต่อด้านการประชาสัมพันธ์.....	29
ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ.....	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	35
การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	35
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	35
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	73
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	73
ผลการศึกษาค้นคว้า.....	76
อภิปรายผล.....	80
ข้อเสนอแนะ.....	85
บรรณานุกรม.....	87
ภาคผนวก.....	91
ภาคผนวก ก.....	92
ภาคผนวก ข.....	101
ภาคผนวก ค.....	106
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	108

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของลูกค้ำผู้ให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนเงินฝากรวม และระยะเวลาการเป็นลูกค้ำ.....	42
2	จำนวนและร้อยละของลูกค้ำผู้ให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ จำแนกตามประเภทบริการเงินฝาก.....	44
3	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ.....	45
4	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ในด้านการบริการทั่วไป.....	46
5	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ในด้านการบริการเงินฝาก.....	48
6	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ในด้านพนักงานผู้ให้บริการ.....	49
7	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ในด้านการประชาสัมพันธ์.....	50
8	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของลูกค้ำ ที่เพศต่างกัน.....	51
 9	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ จำแนกตามอายุ.....	52
10	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจที่มีอายุต่างกัน.....	53
11	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านการบริการเงินฝาก เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามอายุ.....	54
12	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามอายุ.....	55
 13	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	56
14	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจที่มีระดับการศึกษาต่างกัน.....	57
 15	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ จำแนกตามอาชีพ.....	58

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
16	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจที่มีอาชีพต่างกัน.....	59
17	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามอาชีพ.....	60
X18	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ จำแนกตามระดับรายได้.....	61
19	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจที่มีรายได้ต่างกัน.....	62
20	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามรายได้.....	63
X21	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ จำแนกตามจำนวนเงินฝากรวม.....	64
22	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจที่มีจำนวนเงินฝากรวมต่างกัน.....	65
23	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามจำนวนเงินฝากรวม.....	66
X24	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า.....	67
25	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกัน.....	68
26	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านการบริการทั่วไป เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า.....	69
27	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า.....	70
28	การรวบรวมเป็นความถี่ของข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่.....	71

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

โลกในปัจจุบันและอนาคตล้วนแต่มีการแข่งขันและมีการสร้างกลยุทธ์การแข่งขันรูปแบบต่างๆ ซึ่งมักจะเห็นคำว่า "การเปลี่ยนแปลง" หรือ "โลกาภิวัตน์" ค่อนข้างยาก トラบได้ก็ตามที่สังคมโลกยังมีงานหรือมีธุรกิจอยู่ก็ตามก็ย่อมที่จะมีการแข่งขันกันดังจะเห็นได้จากปัจจุบันจะมีกลยุทธ์ตลาดที่แข่งขันกันด้วย 4 P's คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งคลื่นลูกใหม่ยังแทรกด้วยปัจจัยการตลาดด้วยการสร้าง P เพิ่มอีก 4 P's คือ บุคลากร (People) การประชาสัมพันธ์ (Public relation) การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) และอำนาจบารมีพวกพ้อง (Power) เหล่านี้ก็ตาม สิ่งที่เป็นตัววัดปัจจัยดังกล่าวข้างต้นที่จะทำให้เกิดการซื้อซ้ำใช้สินค้าและบริการหรือไม่นั้น จะเป็นระยะสั้นหรือระยะยาวก็ตามก็อยู่ที่ "การบริการ (Service)" นั้นเอง (สมชาย กิจยรรยง . 2543 : 11)

ธุรกิจอุตสาหกรรม องค์กรต่างๆ คุณภาพในการให้บริการจากคน เครื่องจักร หรือเทคโนโลยีจะเป็นตัวแปรที่สำคัญในการให้บริการที่มีคุณภาพย่อมช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายของธุรกิจและเมื่อบริการที่นำไปสู่ความพอใจย่อมทำให้เกิดการซื้อซ้ำ ซื้ออย่างต่อเนื่องซื้อแล้วขยายผลคือ บอกต่อๆ กันไป ย่อมไปสู่การขยายธุรกิจ นั้นหมายความว่า การบริการที่ดีย่อมนำไปสู่ยอดขายที่เพิ่มขึ้นซึ่งพอสรุปได้ว่า "การขายที่ดีก็คือการบริการที่ดี" โดยเชื่อว่าลูกค้าส่วนใหญ่เต็มใจที่จะจ่ายเงินเพิ่ม เพื่อหวังที่จะได้รับการบริการที่ดีกว่า (สมชาย กิจยรรยง. 2543 : 17) ซึ่งธุรกิจบริการมีมากมายหลายประเภท ธุรกิจบริการด้านธนาคาร (Banking service) เป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่งที่มีการแข่งขันและทวีความรุนแรงมากขึ้นในปัจจุบันและการตลาดของธนาคารก็ได้มีการพัฒนาต่างจากอดีตโดยสิ้นเชิง อดีตลูกค้าเป็นฝ่ายที่ต้องรอคอยการบริการจากธนาคาร (Bank oriented) ปัจจุบันได้กลับไปในทิศตรงกันข้ามคือ ทางธนาคารจะต้องเป็นฝ่ายให้บริการแก่ลูกค้า (Customer oriented) จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับธนาคารในการรอบรู้สภาพทางการตลาด ความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้า เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค จะเห็นว่าความรุนแรงของการแข่งขันระหว่างธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบันทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าธนาคารใดก็ตามเสนอบริการอะไรให้แก่ผู้บริโภค ธนาคารอื่นก็จะเสนอบริการชนิดนั้นๆ ตามออกมาทันที รวมทั้งหาสินค้าใหม่มาเสนอให้แก่ลูกค้า ซึ่งสินค้าของธุรกิจพาณิชย์นั้นก็คือ "บริการ" นั้นเอง (สุมนา อยู่โพธิ์. 2536: 182) ทั้งนี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารของโลกที่ได้เชื่อมโยงระบบการเงิน และระบบเศรษฐกิจไทยเข้ากับระบบของโลกให้เปิดเสรีทางการบริการ โดยเปิดโอกาสให้สถาบันการเงินต่างประเทศเข้ามาดำเนินการในประเทศไทยมากขึ้น เป็นผลให้มีการแข่งขันในการให้บริการทางการเงินเป็นอย่างมากและก่อให้เกิดการบริการทางการเงินในรูปแบบใหม่ๆ มากยิ่งขึ้น (พรศิริ สุกัญศีล. 2542 : 1) นับแต่วิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศที่ตกต่ำอย่างมากในปี 2540 ส่งผลกระทบบอย่างรุนแรงและต่อเนื่อง โดยเฉพาะสถาบันการเงินซึ่งเปรียบเสมือนเป็นหัวใจหลักทางการเงินของประเทศ ด้วยเหตุการณ์ดังกล่าวเป็นผลให้ธนาคารสหธนาคาร จำกัด(มหาชน) ต้องควบรวมกิจการตามมาตรการ 14 สิงหาคม 2541 กับบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์กรุงไทยธนกิจ จำกัด(มหาชน)และบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์อีก 12 แห่ง และได้เปลี่ยนชื่อธนาคารใหม่เป็น "ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)" ซึ่งธนาคารได้พัฒนาคุณภาพในการให้บริการแก่ลูกค้าด้วยการปรับปรุงการปฏิบัติงาน ภายในธนาคาร ทั้งในด้านการพัฒนาเทคโนโลยี การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงานและการพัฒนาการให้บริการของสาขาธนาคาร

ซึ่งธนาคารได้รับอนุญาตจากกระทรวงการคลังในการประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ตามพระราชบัญญัติธนาคารพาณิชย์และพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยให้บริการด้านธนาคารพาณิชย์ทุกประเภท ตามที่ได้กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติธนาคารพาณิชย์และประกาศที่เกี่ยวข้องที่ออกโดยธนาคารแห่งประเทศไทย เช่น บริการด้านเงินฝาก บริการด้าน Electronic banking บริการด้านสินเชื่อเพื่อธุรกิจการค้า บริการด้านสินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค บริการด้านต่างประเทศ เป็นต้น (รายงานประจำปีธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน). 2543 : 114) จากบริการต่างๆข้างต้น หน่วยงานที่สำคัญหน่วยงานหนึ่งของธนาคารคือ ด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ซึ่งทำหน้าที่ด้านการตลาดบริการ โดยเสนอผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ เช่น บริการด้านเงินฝาก บริการด้านการเป็นตัวแทนการจัดจำหน่ายตราสารหนี้และกองทุนเปิดตราสารหนี้ เสนอบริการต่าง ๆ ของธนาคารต่อลูกค้าผู้ให้บริการ พร้อมทั้งจัดบริการเสริมคุณค่า (Value added) เช่น โครงการก้าวไกลทางการศึกษากับไทยธนาคาร เพื่อบริการต่อลูกหลานของลูกค้าผู้ให้บริการรวมทั้งประชาชนทั่วไปที่สนใจหาข้อมูลด้านการศึกษา การค้นคว้าหาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อบริการแก่ลูกค้า เป็นต้น

การบริการต่างๆ ข้างต้นของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจนั้น มีเจ้าหน้าที่การตลาดเป็นผู้ทำหน้าที่ในการเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินและการบริการพิเศษต่างๆ ต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ ซึ่งการให้บริการของพนักงานที่ดีเป็นสิ่งสำคัญและเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับพนักงานทุกคนในหน่วยงานและองค์กร พนักงานในองค์กรเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการ ถ้าธุรกิจหรือหน่วยงานใดที่มีบุคลากรที่มีคุณภาพหรือมีมาตรฐานในการให้บริการสูงก็จะสามารถ ทำให้ลูกค้าประทับใจในการบริการได้มาก และสามารถใช้เป็นจุดขายได้เป็นอย่างดี (สมชาย กิจยรรยง. 2543 : 137) ดังนั้นจะพบว่างานบริการลูกค้าจึงเป็นกุญแจลูกใหม่ที่ไขไปสู่ความสำเร็จให้กับทุกคน ทั้งในฐานะปัจเจกชนและองค์กรที่เราทำงานอยู่ซึ่งถ้าเราให้บริการที่ไม่ดีแล้วลูกค้าก็จะตัดสินใจเลิกเป็นลูกค้าเราอีกต่อไป (เริงศักดิ์ ปานเจริญ. 2537 : 22)

ดังนั้น ผู้วิจัยซึ่งปัจจุบันเป็นพนักงานสังกัดฝ่ายธนบดีธนกิจ ด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจซึ่งต้องใกล้ชิดพบปะลูกค้ารวมทั้งเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ต่างๆต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่” ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจยิ่งขึ้น ตลอดจนเป็นข้อมูลเพื่อนำไปปรับใช้กับบริการด้านงานอื่นๆของธนาคาร รวมทั้งสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินและการบริการให้สามารถตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าผู้ให้บริการ โดยก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive advantage) ซึ่งจะส่งผลดีต่อความมั่นคงของธนาคาร รวมถึงการพัฒนาเศรษฐกิจในเชิงมหภาคต่อไป

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน คือ

- 1.1 ด้านการบริการทั่วไป
- 1.2 ด้านการบริการเงินฝาก
- 1.3 ด้านพนักงานผู้ให้บริการ
- 1.4 ด้านการประชาสัมพันธ์

2.เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนเงินฝากรวม และระยะเวลาการเป็นลูกค้า

3.เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะในการใช้บริการของลูกค้าต่อบริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ครั้งนี้ผลของการศึกษาจะเป็นประโยชน์ดังนี้

1.เป็นข้อมูลให้ผู้บริหารและพนักงานด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ได้พิจารณาแนวทางในการเพิ่มคุณภาพการบริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการใช้บริการมากยิ่งขึ้น

2.เป็นข้อมูลเพื่อนำไปปรับใช้ในการพัฒนาพนักงานและการประชาสัมพันธ์ของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ให้มีประสิทธิภาพ

3.เป็นข้อมูลเพื่อเสนอแนะต่อผู้บริหารของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ประกอบการวางแผนนโยบายการบริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1.ขอบเขตของเนื้อหา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด(มหาชน) สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน ได้แก่

- 1.1 ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการทั่วไป
- 1.2 ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการด้านเงินฝาก
- 1.3 ความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานผู้ให้บริการ
- 1.4 ความพึงพอใจที่มีต่อการประชาสัมพันธ์

2.ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่ ลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด(มหาชน) สำนักงานใหญ่ จำนวน 4,583 ราย ข้อมูล ณ. 31 ธันวาคม 2543 (รายงานแหล่งที่มาของเงินทุน. 2543 : 1)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แกลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience) โดยพิจารณาจากตารางของ ทาโร ยามาเน่ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541 : 24 ; อ้างอิงจาก Taro Yamane.n.d.) ความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 370 ราย และเพิ่มเป็น 400 ราย เพื่อเป็นตัวแทนของประชากรมากขึ้น

3.ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า โดยจำแนกได้ดังนี้

- 3.1.1 เพศ ซึ่งแบ่งเป็น
 - 3.1.1.1 เพศชาย
 - 3.1.1.2 เพศหญิง
- 3.1.2 อายุ ซึ่งแบ่งเป็น
 - 3.1.2.1 ต่ำกว่า 26 - 35 ปี
 - 3.1.2.2 36 - 45 ปี
 - 3.1.2.3 46 - 55 ปี
 - 3.1.2.4 56 ปีขึ้นไป
- 3.1.3 ระดับการศึกษา ซึ่งแบ่งเป็น
 - 3.1.3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - 3.1.3.2 ปริญญาตรี
 - 3.1.3.3 สูงกว่าปริญญาตรี
- 3.1.4 อาชีพ ซึ่งแบ่งเป็น
 - 3.1.4.1 รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ
 - 3.1.4.2 ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 - 3.1.4.3 พนักงานบริษัทเอกชน
 - 3.1.4.4 อาชีพอื่นๆ
- 3.1.5 รายได้ต่อเดือน ซึ่งแบ่งเป็น
 - 3.1.5.1 น้อยกว่า 10,000 - 25,000 บาท
 - 3.1.5.2 25,001 - 40,000 บาท
 - 3.1.5.3 40,001 - 55,000 บาท
 - 3.1.5.4 สูงกว่า 55,000 บาทขึ้นไป
- 3.1.6 จำนวนเงินฝากรวม ซึ่งแบ่งเป็น
 - 3.1.6.1 10,000 - 500,000 บาท
 - 3.1.6.2 500,001 - 1,000,000 บาท
 - 3.1.6.3 1,000,001 - 5,000,000 บาท
 - 3.1.6.4 5,000,001 - 10,000,000 บาท
 - 3.1.6.5 สูงกว่า 10,000,000 บาทขึ้นไป
- 3.1.7 ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ซึ่งแบ่งเป็น
 - 3.1.7.1 ต่ำกว่า 1 ปี
 - 3.1.7.2 1 - 2 ปี
 - 3.1.7.3 2 ปีขึ้นไป
- 3.1.8 บริการเงินฝากไทยธนาคารที่ท่านใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ซึ่งแบ่งเป็น
 - 3.1.8.1 เงินฝากประจำประเภทสมุดเงินฝากประจำ
 - 3.1.8.2 เงินฝากประจำประเภทปลอดภาษี
 - 3.1.8.3 เงินฝากประจำประเภทใบรับเงินฝากประจำ
 - 3.1.8.4 เงินฝากออมทรัพย์

3.1.8.5 เงินฝากออมทรัพย์ธุรกิจ

3.1.8.6 เงินฝากกระแสรายวัน

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดี
กิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน คือ

3.2.1 ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการทั่วไป

3.2.2 ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการด้านเงินฝาก

3.2.3 ความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานผู้ให้บริการ

3.2.4 ความพึงพอใจที่มีต่อการประชาสัมพันธ์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ธนบดีธนกิจ หมายถึง การกิจที่เกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ระดมเงินฝากและให้บริการเสริมมูลค่า
เพิ่ม (Value Added Services) บริการ “Cross Selling” ซึ่งให้บริการทุกอย่างของธนาคารที่ลูกค้าด้านเงินฝาก
ต้องการโดยไม่ขัดต่อพระราชบัญญัติธนาคารพาณิชย์ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการการบริการของลูกค้า
อย่างครบวงจร

2. ด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ หมายถึง หน่วยงานที่สังกัดสายงานธุรกิจสถาบันและตลาด
ทุนของธนาคาร แบ่งออกเป็น 3 ฝ่ายงานคือ ฝ่ายระดมเงินฝาก 1 ฝ่ายระดมเงินฝาก 2 และฝ่ายธนบดีธน
กิจ ซึ่งให้บริการด้านระดมเงินฝากประจำ เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากกระแสรายวัน และบริการเสริมมูลค่า
เพิ่ม (Value Added Services) ต่างๆ

3. การบริการของสำนักงานระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ หมายถึง การดำเนินการปฏิบัติงานการ
บริการของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ เพื่อ
เป็นประโยชน์และตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการให้เกิดความประทับใจและกลับมาใช้
บริการอีกในโอกาสต่อไป

4. ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด
(มหาชน) สำนักงานใหญ่

5. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ หมายถึง ความรู้
สึกที่ดี ความชอบ ความประทับใจของลูกค้าที่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการหรือความคาดหวังของ
ลูกค้าที่มาใช้บริการของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด(มหาชน) สำนั
กงานใหญ่ ใน 4 ด้านคือ

5.1 ด้านการบริการทั่วไป หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านของรูปแบบการบริการ
ความทันสมัยของการบริการ ขั้นตอนในการให้บริการ การเสนอบริการ
ครบวงจร ณ จุดขาย ความยืดหยุ่น ความสะดวกด้านสถานที่ ความรวดเร็วในการบริการ ความรู้สึกมั่นคง
ปลอดภัย การอำนวยความสะดวกในการบริการ และภาพพจน์ของการบริการ

5.2 ด้านการบริการเงินฝาก หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการเงินฝากในด้าน
ความสะดวกในการฝากและถอนเงิน ประเภทของบัญชีเงินฝาก เงื่อนไขและระยะเวลา อัตราดอกเบี้ย ความ
รวดเร็วของระบบการฝากเงิน การบริการหลังการขาย และการบริการเงินฝากเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น

5.3 ด้านพนักงานผู้ให้บริการ หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ได้แก่ บุคลิกภาพทางด้านความสุภาพอ่อนโยน ความมีอัธยาศัยไมตรี การใช้น้ำเสียง การแต่งกาย รวมทั้งการรอบรู้ การเอาใจใส่ การรวดเร็วแม่นยำในการบริการและการแนะนำใช้บริการอื่นๆเพิ่มเติม

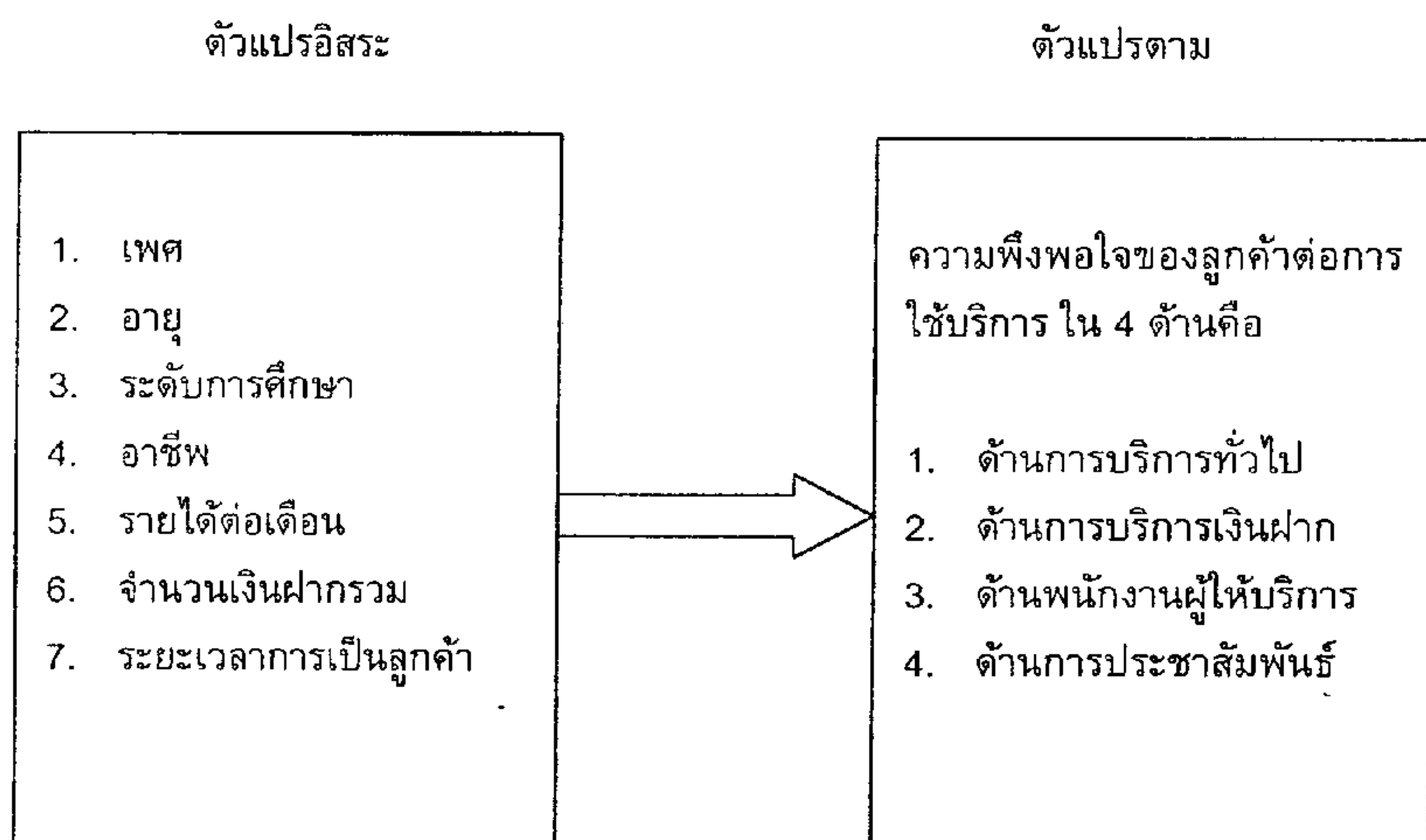
5.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการแจ้งข่าวสารผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น โทรศัพท์ แผ่นพับ โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ เพื่อส่งเสริมการตลาดทางด้านเงินฝากและบริการอื่นๆ รวมทั้งสร้างภาพพจน์ของธนาคาร โดยมุ่งตอบสนองตามความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้า

6. จำนวนเงินฝากรวม หมายถึง จำนวนเงินฝากทั้งสิ้นประเภทบัญชีเงินฝากประจำของลูกค้าที่ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

7. ระยะเวลาการเป็นลูกค้า หมายถึง ช่วงเวลาตั้งแต่การเปิดบัญชีเงินฝากกับด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ จนถึงปัจจุบัน

กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาค้นคว้าเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีกรอบแนวคิดการศึกษาค้นคว้า ดังนี้



สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า

- 1.ลูกค้าที่เพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน และรายด้าน แตกต่างกัน
- 2.ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน และรายด้าน แตกต่างกัน
3. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน และรายด้าน แตกต่างกัน
- 4.ลูกค้าที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน และรายด้าน แตกต่างกัน
- 5.ลูกค้าที่มีระดับรายได้ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน และรายด้าน แตกต่างกัน
- 6.ลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน และรายด้าน แตกต่างกัน
- 7.ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน และรายด้าน แตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของธนาคาร

- 1.1 ความหมายของธนาคารพาณิชย์ไทย
- 1.2 หน้าที่ของธนาคารพาณิชย์
- 1.3 ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)
- 1.4 ความหมายของการบริการ
- 1.5 ความหมายของความพึงพอใจ
- 1.6 แนวคิดความพึงพอใจ
- 1.7 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ
 - 1.7.1 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อด้านการบริการทั่วไป
 - 1.7.2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อด้านการบริการเงินฝาก
 - 1.7.3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อด้านพนักงานผู้ให้บริการ
 - 1.7.4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อด้านการประชาสัมพันธ์
- 1.8 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของธนาคารพาณิชย์

วารี หะวานนท์ (2539 : 1-2) ได้กล่าวถึง มาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์ พ.ศ. 2505 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติความหมายของคำว่า “การธนาคารพาณิชย์” ไว้ว่าเป็นการประกอบธุรกิจประเภทรับฝากเงินที่ต้องจ่ายคืน เมื่อทวงถามหรือเมื่อสิ้นระยะเวลาอันกำหนดไว้ และใช้ประโยชน์เงินนั้นในทางหนึ่งหรือหลายทางเช่น (ก) ให้สินเชื่อ (ข) ซื้อขายตั๋วแลกเงิน หรือตราสารเปลี่ยนมืออื่นๆ (ค) ซื้อขายเงินปฎิวัติต่างประเทศ และ “ธนาคารพาณิชย์” หมายถึง ธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์และหมายความรวมถึงสาขาธนาคารต่างประเทศ ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์ด้วย ต่อมาพระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2522 ได้แก้ไขเพิ่มเติมคุณสมบัติของผู้ที่จะประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์ ตามมาตรา 5 แห่งพระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์ พ.ศ. 2505 ว่านอกจากสาขาของธนาคารต่างประเทศแล้ว ผู้ที่จะประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์ได้จะต้องเป็นธนาคารพาณิชย์ที่จัดตั้งขึ้นในรูปบริษัทมหาชน จำกัด ตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชน จำกัด และได้รับอนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ทั้งนี้ยังสามารถทำธุรกรรมได้ตามหนังสือเวียนธนาคารแห่งประเทศไทยต่างๆ

จากแนวคิดพอสรุปได้ว่า ธนาคารพาณิชย์เป็นองค์กรที่อยู่ในรูปของบริษัทมหาชน จำกัด และได้รับอนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง รวมถึงสาขานานาชาติต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์ โดยประกอบธุรกิจการรับฝากเงินที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถามหรือเมื่อสิ้นระยะเวลาที่

กำหนดไว้ รวมทั้งการทำธุรกรรมด้านสินเชื่อ การซื้อขายตั๋วแลกเงินหรือตราสารเปลี่ยนมืออื่นๆ การซื้อขายเงินปรีวรรตต่างประเทศ และตามประกาศหนังสือเวียนธนาคารแห่งประเทศไทย

หน้าที่ของธนาคารพาณิชย์

นารูญา ยนเปี่ยม (2541: 111-114) กล่าวว่า ตามพระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์ ธนาคารพาณิชย์มีหน้าที่ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้คือ

1. การรับฝากเงิน หน้าที่ที่สำคัญอย่างหนึ่งของธนาคารพาณิชย์ก็คือ การรับเงินฝากจากประชาชน ห้างร้าน บริษัท ตลอดจนหน่วยงานของรัฐบาล ดังนั้นธนาคารพาณิชย์จึงถือได้ว่าเป็นแหล่งระดมเงินทุนที่สำคัญของประเทศ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1.1 การรับฝากเงินประเภทกระแสรายวัน (Current account หรือ Demand deposit) เป็นเงินฝากประเภทที่ต้องจ่ายคืนทันทีเมื่อทวงถาม เงินฝากประเภทนี้ธนาคารจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่ต่ำมาก ซึ่งในทางปฏิบัติจึงไม่มีการจ่ายดอกเบี้ยสำหรับเงินฝากประเภทนี้ เงินฝากกระแสรายวันจะมีการเบิกถอนโดยการเช็คเท่านั้น โดยธนาคารจะจ่ายเงินตามคำสั่งของผู้มีเงินฝากตามเช็คที่สั่งจ่าย เงินฝากประเภทนี้เป็นที่นิยมกันในกลุ่มพ่อค้าและนักธุรกิจ

1.2 การรับฝากเงินประเภทออมทรัพย์ (Saving deposit) เป็นเงินฝากเพื่อการออมทรัพย์เมื่อมีการฝากหรือถอนเงิน จะมีการบันทึกรายการในสมุดคู่ฝาก (Pass book) เงินฝากประเภทนี้ผู้ฝากสามารถเบิกถอนได้ตลอดเวลาและในปัจจุบันสามารถฝากหรือถอนเงินในสาขาของธนาคารได้ทุกสาขา แต่ถ้าเป็นการเบิกถอนในสาขาที่ข้ามจังหวัดกันจะต้องเสียค่าธรรมเนียม เงินฝากประเภทนี้จะมีการคิดดอกเบี้ยทบต้นทุก 6 เดือน และในปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ยังนำเอาบัตร ATM มาใช้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ฝากเงินในการฝากและถอนเงิน อีกด้วย

1.3 การรับฝากเงินประเภทประจำ (Time deposit หรือ Fixed deposit) เป็นเงินฝากที่มีกำหนดระยะเวลาในการถอน เช่น เงินฝากประจำประเภท 3 เดือน 6 เดือน 1 ปี หรือ 2 ปี หมายความว่าเงินฝากแต่ละประเภทนั้น ผู้ฝากสามารถเบิกถอนได้เมื่อฝากครบตามกำหนดเวลา แต่ในประเทศไทยเงินฝากประเภทนี้สามารถถอนได้ตลอดเวลาเพียงแต่ไม่ได้รับดอกเบี้ย หรืออาจได้รับดอกเบี้ยแต่เป็นจำนวนที่ลดลงตามระยะเวลาที่เบิกถอนไปก่อนครบกำหนด เงินฝากประเภทนี้จะจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูงกว่าเงินฝากในสองประเภทแรก

2.การให้กู้ยืมและการซื้อลดตั๋วเงิน การให้กู้ยืมเป็นหน้าที่หลักที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของธนาคารพาณิชย์ เนื่องจากเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของธนาคารพาณิชย์ผลตอบแทนที่รับจากการให้กู้ยืมก็คือ ดอกเบี้ย แต่ดอกเบี้ยจะมากหรือน้อยขึ้นกับประเภทของการให้กู้และผู้กู้ นอกจากนั้น การซื้อลดตั๋วเงินก็เป็นแหล่งรายได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นการให้กู้ยืมโดยมีตั๋วเงินเป็นหลักประกันก็ได้ การให้กู้ยืมของธนาคารพาณิชย์ อาจกระทำดังต่อไปนี้

2.1 การเบิกเงินเกินบัญชี (Overdraft หรือ Overdraw) เป็นการกู้ยืมโดยผู้ขอกู้ทำสัญญากับธนาคาร ตามปกติอายุของสัญญาจะกำหนดระยะเวลาเพียง 1 ปี

2.2 การกู้ยืมโดยทั่วไป (Loan)

2.3 การซื้อลดตั๋วเงิน (Discounting bill)

3. การโอนเงิน ธนาคารพาณิชย์ทำหน้าที่ให้บริการโอนเงินของลูกค้าจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง อาจโอนทางโทรศัพท์ โทรเลขหรืออาจใช้วิธีซื้อตราที่ส่งไปให้ผู้รับในอีกท้องถิ่นหนึ่งก็ได้ โดยธนาคารพาณิชย์จะคิดค่าธรรมเนียมในการโอนเงินจากลูกค้า

4. การเรียกเก็บเงินตามตราสาร เช่น เช็ค ดราฟท์ ตัวแลกเงิน การให้บริการนี้จะกระทำสำหรับลูกค้าที่มีเงินฝากไว้กับธนาคารเท่านั้น โดยธนาคารจะคิดค่าธรรมเนียมในการให้บริการจากลูกค้า

5. การรับรองและค้ำประกัน ธนาคารพาณิชย์สามารถจะให้คำรับรอง หรือค้ำประกันการจ่ายเงินตามตั๋วเงินที่ลูกค้าของธนาคารเป็นผู้จ่ายเงิน ดังนั้นเมื่อธนาคารให้การรับรองแล้ว หากลูกค้าไม่จ่ายเงินหรือปฏิบัติตามสัญญาธนาคารจะต้องเป็นผู้จ่ายเงินแทน

6. การลงทุนในหลักทรัพย์ เช่น พันธบัตร หุ้นกู้ ของบริษัทต่าง ๆ ได้

7. การซื้อขายแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

8. บริการอื่นๆ เช่น การให้เชาตู้നിറภัย การออกเช็คของขวัญ การรับชำระค่าน้ำประปา ไฟฟ้า เป็นต้น

ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)

ความเป็นมา

หลังสงครามโลกครั้งที่สอง ประมาณต้นปี 2492 หลวงประเจิดอักษรลักษณ์ (สมโภชน์ อศวนนท์) ข้าราชการบำนาญ กรมที่ดินและโลหะกิจ และนายสัท มหาคุณ นักธุรกิจผู้กว้างขวางในยุคนั้น ได้ร่วมกันก่อตั้งธนาคารขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เริ่มแรกเพื่อสนับสนุนและอำนวยความสะดวกด้านการเงินแก่กิจการค้าทั้งในและต่างประเทศ เริ่มเปิดดำเนินการตามใบอนุญาตเลขที่ 2165 เมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2492 ภายใต้ชื่อ "สหธนาคารกรุงเทพ จำกัด" ดำเนินงานเจริญรุ่งเรืองเชื่อมต่อกับถนนเสือป่า ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 10.0 ล้านบาท

กิจการของธนาคารเติบโตขึ้นเป็นลำดับ และได้มีการเปลี่ยนชื่อธนาคารจาก สหธนาคารกรุงเทพ จำกัด เป็น "สหธนาคาร จำกัด" เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2518 และได้เพิ่มคำนำหน้าเป็น "ธนาคารสหธนาคาร จำกัด" เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2526 ธนาคารได้เข้าเป็นสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2521 ตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 กำหนดให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ต้องเป็นบริษัทมหาชน จำกัด ทะเบียนเลขที่ บมจ. 480 เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2537 โดยใช้ชื่อบริษัท "ธนาคารสหธนาคาร จำกัด (มหาชน)" ต่อมาในปี 2540 ธนาคารได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับฐานะการเงินของธนาคาร จาก 800 ล้านบาท เป็น 1,800 ล้านบาท โดยการขายให้กับผู้ถือหุ้นเดิมทั้งหมด

ระหว่างปี 2541 มีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ เนื่องจากวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจของโลกและของประเทศตกต่ำอย่างมาก ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงและต่อเนื่อง โดยเฉพาะสถาบันการเงิน ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นหัวใจหลักทางการเงินของประเทศ โดยธนาคารแห่งประเทศไทย มีคำสั่งลงวันที่ 14 สิงหาคม 2541 ให้ธนาคารลดทุนจดทะเบียนจาก 1,800 ล้านบาท ลงเหลือ 1.8 ล้านบาท โดยลดมูลค่าหุ้น จากหุ้นละ 10 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.01 บาท หลังจากนั้นให้ธนาคารเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1.8 ล้านบาท เป็น 12,334 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้ 0.01 บาท หุ้นที่ออกใหม่จำหน่ายให้แก่กองทุนเพื่อการฟื้นฟูและพัฒนาสถาบันการเงินทั้งจำนวน เป็นจำนวนเงิน 12,332.2 ล้านบาท และได้จดทะเบียนเพิ่มทุนเป็นที่เรียบร้อยเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2541 ปัจจุบันธนาคารมีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วทั้งสิ้นจำนวน 12,334 ล้านบาท ในขณะที่

เดียวกันก็ให้ธนาคารดำเนินการควบรวมกิจการกับบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ทางการกำหนดไว้ โดยมี บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ กรุงไทยธนกิจ จำกัด (มหาชน) เป็นแกนนำในการควบรวมกิจการกับบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ดังกล่าวจำนวน 12 แห่งคือ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ร่วมเสริมกิจ จำกัด(มหาชน) บริษัทเงินทุน ธนสยาม จำกัด(มหาชน) บริษัทเงินทุน นวธนกิจ จำกัด(มหาชน) บริษัทเงินทุน มหาทุน จำกัด บริษัทเงินทุน บางกอกเอเชีย จำกัด บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ เกล็ด จำกัด(มหาชน) บริษัทเงินทุน เอราวัณทรัสต์ จำกัด บริษัทเงินทุน เศรษฐการ จำกัด บริษัทเงินทุน เฟิสท์ ซิตี้ อินเวสเมนต์ จำกัด(มหาชน) บริษัทเงินทุน วชิระธนทุน จำกัด บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ไทยซัมมิท จำกัดและบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ไอเอฟซีที ไฟแนนซ์ จำกัด (มหาชน) แล้วจึงมาดำเนินการควบรวมกับธนาคารสหธนาคาร จำกัด (มหาชน) และได้มีการเปลี่ยนชื่อธนาคารใหม่เป็น "ธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด(มหาชน) หรือ BANKTHAI PUBLIC COMPANY LIMITED" โดยเริ่มใช้อย่างเป็นทางการตั้งแต่วันที่ 21 ธันวาคม 2541 เป็นต้นมา

ภายหลังจากที่ธนาคารได้ดำเนินการตามแนวทางการชดเชยสินทรัพย์ด้วยคุณภาพของธนาคาร ที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2543 ธนาคารจะมีทุนจดทะเบียน 52,002.5 ล้านบาท ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 14,934.5 ล้านบาท โดยโครงสร้างผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 10 อันดับแรกของธนาคารจึงมีการเปลี่ยนแปลง

การประกอบธุรกิจ

ธนาคารได้รับอนุญาตจากกระทรวงการคลังในการประกอบธุรกิจการธนาคารพาณิชย์ ปัจจุบันธนาคารได้ให้บริการด้านการธนาคารพาณิชย์ทุกประเภทตามพระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์และพระราชบัญญัติหลักทรัพย์ตามที่ได้กำหนดหรือจะกำหนดขึ้นต่อไป รวมถึงการบริหารกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และการเป็นที่ปรึกษาทางการเงิน ทั้งนี้โดยได้แบ่งสายงานการบริหารตามภาระหน้าที่รับผิดชอบออกเป็น 6 สายงาน คือสายพัฒนารัฐกิจนครหลวง สายพัฒนารัฐกิจภูมิภาค สายธุรกิจสถาบันและตลาดทุน สายบริหารกลาง สายเทคโนโลยีและปฏิบัติการ และสายบริหารความเสี่ยงและพิจารณาสินเชื่อ (รายงานประจำปี 2543 : 114)

ลักษณะบริการ

ธนาคารให้บริการด้านธนาคารพาณิชย์ทุกประเภทตามที่ได้กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์ แต่ละประกาศที่เกี่ยวข้องที่ออกโดยธนาคารแห่งประเทศไทย โดยแบ่งลักษณะการให้บริการหลักได้เป็น 7 ประเภท กล่าวคือ

1. บริการด้านเงินฝาก
2. บริการด้าน Electronic banking
3. บริการด้านสินเชื่อเพื่อธุรกิจการค้า
4. บริการด้านสินเชื่อเพื่อการอุปโภค-บริโภค
5. บริการด้านต่างประเทศ
6. บริการด้านอื่นๆ
7. บริการร่วมกับนิติบุคคลอื่นๆ

ปัจจุบันธนาคารมีเครือข่ายในการให้บริการเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2543 ธนาคารมีพนักงานทั้งสิ้นจำนวน 2,430 คน มีสาขาทั่วประเทศทั้งสิ้นจำนวน 75 สาขา และ 3 สำนัก ในจำนวนนี้มีสาขาที่ให้บริการด้านรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศจำนวน 44 แห่ง และสำนักงานแลกเปลี่ยน

เงินตราต่างประเทศทั้งสิ้น 15 แห่ง เครื่องรับฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) จำนวน 76 เครื่อง (รายงานประจำปี. 2543 : 114)

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

ธนาคารมีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจในการเป็น Leading wholesale and investment bank โดยเน้นการดำเนินธุรกิจกับลูกค้าขนาดกลางและขนาดใหญ่ และการให้บริการ Trade finance เพื่อสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างครบวงจร และลดการแข่งขันทางด้าน Retail banking ลง เพื่อให้สามารถแข่งขันกับธนาคารอื่นได้ ธนาคารยังมีเป้าหมายในการปล่อยกู้ร่วมกับสถาบันการเงินอื่นๆ (Syndicate loan) ในโครงการเงินกู้ใหญ่ ๆ และสนับสนุนธุรกิจอื่นๆของธนาคาร (รายงานประจำปี. 2543 : 115) ธนาคารยังมีเป้าหมายในการปล่อยกู้ร่วมกับสถาบันการเงินอื่นๆ (Syndicate loan) ในโครงการเงินกู้ใหญ่ ๆ และสนับสนุนธุรกิจอื่นๆของธนาคาร (รายงานประจำปี. 2543 : 115)

จากโครงสร้างองค์กรข้างต้น ด้านงานการตลาดที่สำคัญด้านหนึ่งที่มีบทบาทอย่างมากในการจัดหาแหล่งที่มาของเงินทุนให้แก่ธนาคารก็คือ ด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ สังกัดสายธุรกิจสถาบันและตลาดทุน

ด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ

ด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ สามารถแบ่งตามสายการบังคับบัญชาเป็น 3 ฝ่ายดังนี้คือ

1. ฝ่ายระดมเงินฝาก 1
2. ฝ่ายระดมเงินฝาก 2
3. ฝ่ายธนบดีธนกิจ

ลักษณะงานทั้ง 3 ฝ่ายมีพื้นฐานที่เหมือนกันคือ การระดมเงินฝากประจำ ซึ่งการระดมเงินฝากนี้จัดว่าเป็นแหล่งที่มาของเงินทุนสำคัญแหล่งหนึ่ง การบริการด้านนี้ทางธนาคารได้จัดเจ้าหน้าที่ทางการตลาดเพื่อทำหน้าที่ ในการบริการด้านตราสารเงินฝากแก่ประชาชน ซึ่งเจ้าหน้าที่เหล่านี้จะทำหน้าที่เป็นผู้จัดหาและระดมเงินฝากตามเป้าหมายที่ได้รับมอบจากผู้บังคับบัญชา โดยลักษณะงานนี้จะเป็นการเสริมจุดแข็งในเรื่องของการระดมทุน เพื่อสามารถชนะคู่แข่งด้านการตลาดในธุรกิจเดียวกันได้ ทั้งนี้ทางด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจยังเป็นผู้เสนอบริการต่างๆ ของธนาคารอีกมากดังนี้ คือ

1. บริการเสริมมูลค่าเพิ่ม (Value added services) ต่างๆ ให้แก่ลูกค้าเงินฝากของธนาคาร เช่น การค้นหาข้อมูลเศรษฐกิจต่างๆ ข้อมูลเกี่ยวกับตราสารหนี้ รวมทั้งข่าวสารทางการเงินไว้บริการแก่ลูกค้า

2. บริการ “โครงการก้าวไกลทางการศึกษากับไทยธนาคาร”

- 2.1 กลุ่มเป้าหมาย คือ บุตรหลานของลูกค้าที่มีความประสงค์จะศึกษาต่อต่างประเทศ หรือประชาชนทั่วไป

- 2.2 รูปแบบการให้บริการ คือ การให้คำแนะนำด้านการศึกษา การเสาะหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานศึกษา การให้คำแนะนำในการขอรับทุนต่างๆทั้งที่มีภาระผูกพันและไม่มีภาระผูกพัน ในประเทศต่างๆ เช่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ อังกฤษ เป็นต้น

การบริการของโครงการดังกล่าว ธนาคารจะเป็นผู้ดำเนินการติดต่อประสานงานแทนลูกค้าทุกขั้นตอน โดยลูกค้าไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ

3. บริการ “Cross selling” กล่าวคือ มีลักษณะเป็นการบริการลักษณะ One stop services กล่าวคือให้บริการทุกอย่างของธนาคารที่ลูกค้าด้านเงินฝากต้องการ แต่ต้องไม่ขัดต่อพระราชบัญญัติธนาคารพาณิชย์ ซึ่งการประสานงานการให้บริการลักษณะดังกล่าวจะช่วยส่งเสริมด้านการขายเกี่ยวกับบริการต่างๆ ของธนาคาร เช่น ด้านสินเชื่อ ด้านการลงทุน ด้านงานต่างประเทศ เป็นต้น ดังนั้นเจ้าหน้าที่การตลาดของ

ฝ่ายธนบดีธนกิจจะต้องเสริมเพิ่มความรู้ใหม่ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารให้เกิดความรอบรู้ในงานบริการของทุกๆ ด้าน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าผู้มาใช้บริการกล่าวคือ เมื่อลูกค้าใช้บริการฝากเงินกับทางธนาคารและสนใจใช้บริการด้านอื่นๆ ของธนาคาร ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาในการติดต่อหน่วยงานอื่นด้วยตนเอง เพียงแค่ลูกค้าแจ้งต่อเจ้าหน้าที่ทางฝ่ายธนบดีธนกิจเจ้าหน้าที่ก็จะดำเนินการประสานงานการบริการทุกรูปแบบของธนาคารต่อลูกค้าจนจบสิ้นกระบวนการโดยลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาในการติดต่อสอบถามตามเรื่องใดๆ ทั้งสิ้น (ข่าวไทยธนาคาร ฉบับที่ 41. 2543 : 1)

4.บริการอื่นๆ ทั้งนี้ยังมีบริการเสริมด้านอื่นๆ ที่ทั้ง 3 ฝ่ายร่วมกันเสนอบริการต่อลูกค้าเช่น การนำเสนอบริการซื้อขายหน่วยลงทุน การเสนอขายตราสารทางการเงินและตราสารหนี้ เป็นต้น

ความหมายของการบริการ

วีรพงษ์ เฉลิเมธีรัตน์ (2543 : 6 – 7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ คือ กระบวนการกระบวนการกิจกรรม ในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการ (บริกร) ไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) หรือ ผู้ใช้บริการ โดยบริการเป็นสิ่งที่จับ สัมผัส แต่ต้องได้ยากและเป็นสิ่งที่เสื่อมสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยบริกรและจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการให้บริการนั้น

दनัย เทียนพุด (2543 : 10) กล่าวไว้ว่า การมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านบริการหรือชนะใจลูกค้านั้นควรเข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังและตอบสนองลูกค้าด้วยบริการเป็นเลิศ โดยเสนอสิ่งที่เหนือกว่าความคาดหวังของ ลูกค้า รวมถึงความสามารถในการแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ภายในเวลาที่เหมาะสม (รวดเร็วที่สุด)

จากแนวคิดข้างอาจกล่าวได้ว่าการบริการ เป็นกิจกรรม กระบวนการ ที่จับต้องไม่ได้ และเสื่อมสลายได้ง่าย โดยผู้บริการจะส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการในทันทีและสามารถตอบสนองลูกค้าได้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า

ความหมายของความพึงพอใจ

มอร์ส (ปฐมพงศ์ ปธานีประชากราษฎร์. 2543 ; อ้างอิงจาก Morse. 1958 : 27) กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความเครียดของบุคคลให้น้อยลงได้ ถ้ามีความเครียดมากจะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือต่อการกระทำกิจกรรมใดๆ ก็ได้

แม็คโครมิก (สันทนา เจริญเจตคุณ. 2539 ; อ้างอิงจาก McCormic. 1965) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic Needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

ไวแมน (สุวัฒนา ไบเจริญ. 2540 ; อ้างอิงจาก wolman. 1973 : 384) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกที่มีความสุข เมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ความต้องการ หรือแรงจูงใจ

กู๊ด (สุวัฒนา ไบเจริญ. 2540 ; อ้างอิงจาก Good. 320) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าความพึงพอใจ หมายถึงสภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่างๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งทำอยู่

เดสเลอร์ (สุวัฒนา ไบเจริญ : 2540.26 ; อ้างอิงจาก Dessler. 1983) เป็นระดับความรู้สึกเมื่อความต้องการที่สำคัญของเรา เช่นการมีสุขภาพดี มีความมั่นคง มีความสมบูรณ์พูนสุข มีพวกพ้อง มีคนยกย่องต่างๆ เหล่านี้ได้รับการตอบสนองแล้ว

จรัส มาศวรรณ (2538 : 5) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจโดยสรุปได้ว่า เป็นความรู้สึก รักชอบ ประทับใจหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นๆ ซึ่งถ้ามีความพึงพอใจต่อสิ่งใดแล้วก็จะมีผลให้อุทิศ แรงกาย แรงใจ และสติปัญญา เพื่อที่จะทำในสิ่งนั้นๆ

ไมตรี วิไลกิจ (2539 : 8) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจโดยสรุปไว้ว่า เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงประมาณค่า โดยมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออก

ภักดี ดนัยพงศกร (2539 : 22) ได้สรุปความหมายความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ และของบุคคลที่มีต่อสิ่งหรือกิจกรรมต่างๆ โดยจะปรากฏออกมาทางพฤติกรรม ถ้าบุคคลมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมใดแล้วก็จะมีผลทำให้บุคคลนั้นเกิดความรู้สึกดี อยากจะอุทิศแรงกาย แรงใจ และสติปัญญาที่จะกระทำในกิจกรรมนั้นๆ

สุวัฒนา ใบเจริญ (2540 : 27) ได้สรุปความหมายความพึงพอใจว่า หมายถึง ความรู้สึกที่ดี หรือเจตคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นๆ เมื่อบุคคลอุทิศแรงกาย แรงใจ และสติปัญญาเพื่อกระทำในสิ่งนั้นๆ

ศรัทธา วุฒิพงศ์ (2542 : 12) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจโดยสรุปว่า เป็นความรู้สึกที่ดีที่ชอบของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ และจะแสดงออกทางพฤติกรรม โดยการพอใจสิ่งใดแล้ว อยากเข้าร่วมทั้งกายและจิตใจ

ธัญวรัตน์ กฤษณรัตน์ (2542 : 10) ได้สรุปความหมายความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในลักษณะการประเมินค่าว่าเป็นไปในทิศทางบวก ทิศทางลบ หรือไม่มีทิศทาง

จุมพล สัตยาภรณ์ (2542 : 9) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไปก็ได้ แต่เป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้า โดยบ่งบอกทิศทางว่าเป็นไปในลักษณะทิศบวก ทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิกิริยาต่อสิ่งเร้านั้น

จากความหมายความพึงพอใจดังกล่าวสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นสภาพความต้องการที่ได้รับการตอบสนองเกิดเป็นความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ ประทับใจ ที่มีต่อสิ่งนั้นๆ โดยเมื่อพอใจสิ่งใดแล้วก็จะแสดงออกทางพฤติกรรม โดยเข้าร่วมกับกิจกรรม อุทิศแรงกาย แรงใจ และสติปัญญาที่จะกระทำในกิจกรรมนั้น

แนวคิดความพึงพอใจ

คอตเลอร์ (Kotler. 2000 : 33 - 36) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติหรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจ (Product's perceived performance) กับการคาดหวังของลูกค้า (Expectation) ซึ่งเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติหรือการทำงานของผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value added) โดยการทำงานร่วมกับฝ่ายต่างๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม (Total quality) คุณค่าเกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation) คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) ต้นทุนของลูกค้าส่วนใหญ่ก็คือราคาสินค้า (Price) นั่นเอง ส่วนระดับของความพึงพอใจสามารถแบ่งอย่างกว้างๆเป็น 3 ระดับด้วยกัน และลูกค้ารายหนึ่งอาจมีประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งใน 3 ระดับดังนี้ กล่าวคือหากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ไม่ตรงกับความคาดหวังลูกค้าย่อมเกิดความไม่พอใจ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ตรงกับความคาดหวังลูกค้าย่อมพอใจ แต่ถ้าเกินกว่าความคาดหวังลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้น ความพอ

ใจอย่างเดียวยังไม่สามารถดึงดูดลูกค้าให้อยู่กับตนตลอดไป ดังนั้นลูกค้าที่ได้รับความพอใจอย่างสูงไม่ใช่กลุ่มที่จะเปลี่ยนใจง่าย ๆ ความพอใจหรือความยินดีในระดับสูงของลูกค้าจะสร้างความรู้สึกใกล้ชิดทางอารมณ์ความรู้สึกต่อตราสินค้านั้น ๆ ซึ่งไม่ใช่ความชอบแบบธรรมดาทั่วไป ผลที่จะตามมาคือ ความภักดีของลูกค้าในระดับสูงนั่นเอง

คุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า คือ ความแตกต่างระหว่างคุณค่าลูกค้ารวม (Total customer value) และต้นทุนลูกค้ารวม (Total customer cost) และคุณค่าลูกค้ารวมคือกลุ่มผลประโยชน์ ที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้จากผลิตภัณฑ์หรือบริการหนึ่ง ๆ ส่วนต้นทุนลูกค้ารวมได้แก่กลุ่มของต้นทุนที่ลูกค้าคาดว่าจะเกิดขึ้นจากการประเมิน การได้รับและการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ๆ

วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2543 : 21) ได้กล่าวถึง ความคาดหวังของลูกค้าไว้ดังนี้

1. ชื่อเสียงของบริษัท ภาพพจน์ คำร่ำลือ
2. ตัวพนักงานผู้ให้บริการ (รูปร่าง หน้าตา การแต่งกาย ฯลฯ)
3. ตัวสินค้าหรือบริการ (ชื่อยี่ห้อ ประเทศที่ผลิต)
4. ราคาของบริการนั้น
5. สภาพการณ์แวดล้อมในขณะนั้น
6. มาตรฐานคุณภาพของลูกค้า
7. ข้อมูล ข่าวลือ จากคู่แข่ง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 50) ได้กล่าวเกี่ยวกับการรักษาลูกค้าไว้ว่า การรักษาลูกค้า (Retaining customer) บริษัทต้องปรับปรุงความสัมพันธ์กับฝ่ายต่าง ๆ และต้องรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้ได้ เพราะลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อสินค้าจากผู้ขายรายอื่น การรักษาลูกค้าเดิมไว้เป็นวิธีที่ง่ายกว่าการสร้างลูกค้าใหม่และการแสวงหาลูกค้าใหม่ต้องใช้ต้นทุนสูงกว่าการรักษาลูกค้าเดิมไว้

การแสวงหาลูกค้า คือการแสวงหาลูกค้าใหม่ (Attracting customer) เป็นวิธีการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อให้ได้ลูกค้าใหม่ ซึ่งต้องอาศัยการขายโดยใช้พนักงานขายและการสื่อสารการตลาดโดยใช้สื่อ

การตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เป็นการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (Customer relationship marketing) การลงทุนในกิจกรรมการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าจำเป็นต้องศึกษาระดับการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (Level of relating to customers) 5 ระดับคือ

- 1.ระดับพื้นฐาน (Basic marketing) เป็นการทำหน้าที่พื้นฐานการขาย โดยให้พนักงานขายแก้ปัญหาให้กับลูกค้าเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น
2. มีปฏิกิริยาโต้ตอบ (Reactive marketing) พนักงานขายผลิตภัณฑ์และการกระตุ้นให้ลูกค้าตอบโต้ในกรณีที่มีปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือข้อติเตียนจากลูกค้า
3. ติดตามลูกค้า (Accountable marketing) พนักงานขายต้องโทรศัพท์หรือติดต่อลูกค้าภายหลังการขาย เพื่อตรวจสอบว่าลูกค้าบรรลุความคาดหวังจากการใช้สินค้าหรือพนักงานขายต้องการข้อเสนอแนะการติดต่อกับลูกค้าเพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาปรับปรุงในการเสนอขาย
4. ความขยันในการติดต่อกับลูกค้า (Proactive marketing) พนักงานขายต้องโทรศัพท์กับลูกค้าเป็นประจำ เพื่อรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่
5. การมีส่วนร่วมจากลูกค้า (Partnership marketing) บริษัทต้องทำงานร่วมกับลูกค้าเพื่อค้นหาวิธีรักษาลูกค้าและช่วยแก้ปัญหาต่างๆให้ลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ

โคร์เวล (เอกรินทร์ รอดกุลเจริญ, ทวีชัย กุศลสิทธิารต และพรเทพ ปลั่งพงษ์พันธ์. 1994 : 666 – 667 ; อ้างอิงจาก Cowell. 1994 : 666 - 667) ได้กำหนดคุณลักษณะของการให้บริการในส่วนที่แตกต่างจาก สินค้าทั่วไปดังนี้

1. Intangibility บริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้
2. Inseparability บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากผู้ขาย (ผู้ให้บริการ) ได้
3. Heterogeneity บริการจะไม่สม่ำเสมอขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่นใครเป็นผู้ให้บริการ
4. Perishability บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถผลิตเพื่อเก็บไว้สำรองได้

นอกจากนี้ Cowell ได้กำหนดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับ Services ไว้ 6 ส่วนคือ Product , Price, Place, Promotion, People และ Process

มิลเลท (นวลฉวี รตางศุ. 2543 ; อ้างอิงจาก Millet. 1954, 337 - 400) ให้รายละเอียดเกี่ยวกับกับความพึงพอใจในบริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ ไว้ดังนี้

1. การให้บริการเสมอภาค (Equitable service) คือการบริการที่มีความยุติธรรมเสมอภาค มีความเท่าเทียมกันตามแนวการบริหารงานของรัฐ ไม่มีการแบ่งชั้นกีดกันในการบริการ
2. การให้บริการที่รวดเร็ว ทันต่อเวลา (Timely service) ถ้าไม่ทันต่อเวลาแล้วจะไม่เกิดประสิทธิภาพ ความพึงพอใจก็จะไม่เกิดขึ้น
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) มีจำนวนและสถานที่การให้บริการอย่างเหมาะสม
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ
5. การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive service) เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถให้มากขึ้นในขณะที่ใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

สุทธิ ปันมา (ปทุมพงศ์ ปราณีประชากรราษฎร์. 2543 : 72 ; อ้างอิงจาก สุทธิ ปันมา. 2535 : 9) ได้อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขากาฬสินธุ์ ว่าเป็นความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ พอใจหรือประทับใจที่เกิดขึ้นเมื่อมาใช้บริการซึ่งประกอบด้วย 5 ด้านได้แก่

1. ด้านพนักงานและการต้อนรับ
2. ด้านสถานที่ประกอบการ
3. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
4. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากบริการ
5. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ

ภักดี ดนัยพงศกร (2543 : 24) กล่าวไว้เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการขึ้นอยู่กับลักษณะการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล บุคคลแต่ละคนจึงอาจมีความพึงพอใจในการบริการลักษณะเดียวกันแตกต่างกันได้

วีรพงษ์ เณลิมจิระรัตน์ (2543 : 14) ได้ให้ความหมายของ คุณภาพการบริการ (Service quality) ไว้ดังนี้

1. ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

2. ระดับของความสามารถของบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า

3. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากได้รับบริการไปแล้ว

วีรพงษ์ เฉลิเมธีรัตน์ (2543 : 16) ได้กล่าวถึง ปัจจัยคุณภาพบริการไว้ว่า

1. Characteristics of Service Quality หมายถึง ลักษณะจำเพาะทางคุณภาพของบริการมุ่งเน้นที่บุคลิกลักษณะหรือลักษณะพิเศษเฉพาะตัวของผู้ให้บริการหรือตัวบริการนั้นๆ

2. Attributes of Service Quality หมายถึง คุณลักษณะทางคุณภาพของบริการมุ่งเน้นถึงหน่วยวัดหรือประเด็นเปรียบเทียบหรือมาตราวัดทั่วไปที่ใช้วัดเปรียบเทียบระดับคุณภาพบริการของหน่วยงานบริการ 2 แห่ง อาทิ ความรวดเร็ว ความแม่นยำ ความสะอาด เป็นต้น

จากแนวคิดข้างต้นพอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการเป็นการนำเสนอการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ไปยังลูกค้า โดยบริการเหล่านั้นควรเป็นบริการที่มีคุณภาพ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับความคาดหวังหรือความต้องการของลูกค้ามากที่สุดจนทำให้ลูกค้าเกิดความชอบประทับใจในบริการและกลับมาใช้บริการอีกในโอกาสต่อไป ทั้งนี้การนำเสนอรูปแบบบริการที่เหมือนกันความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการนั้นอาจแตกต่างกันได้

ในส่วนของธุรกิจธนาคารเป็น ธุรกิจบริการประเภทหนึ่งที่มีภาวะการแข่งขันทวีความเข้มข้นมากขึ้นในปัจจุบัน ธนาคารจึงต้องมุ่งพัฒนาการบริการในด้านต่างๆให้สามารถชนะคู่แข่งได้ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการบริการทั่วไป
2. ด้านการบริการเงินฝาก
3. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ
4. ด้านการประชาสัมพันธ์

ความพึงพอใจต่อการบริการทั่วไป

การดำเนินงานของธนาคารตามรูปแบบเดิมนั้น ธนาคารจะวางตนเองเป็นศูนย์กลางที่ลูกค้าต้องเข้ามาติดต่อเพื่อขอใช้บริการ ธนาคารแบบเก่าจะไม่สนใจลูกค้า แต่เมื่อภาวะการแข่งขันทวีความเข้มข้นมากขึ้นธนาคารเริ่มเล็งเห็นความสำคัญของบริการที่ดีและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ ธนาคารจึงต้องนำกลยุทธ์เชิงรุกมาใช้กล่าวคือ นอกจากจะให้บริการทั่วไปแก่ลูกค้าแล้ว ยังต้องกระตุ้นการทำการตลาดเพื่อเสนอบริการทางการเงินต่อลูกค้าได้อย่างเต็มรูปแบบ โดยรูปแบบบริการหลักๆ ของธนาคารซึ่งด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ได้เป็นผู้ประสานงานกับฝ่ายงานอื่นๆ ของธนาคารและเสนอบริการควบคู่กับการบริการด้านเงินฝากได้แก่

1. บริการด้าน Electronic banking ได้แก่ ไทยธนาคาร ATM และไทยธนาคารเทเลแบงก์กิ้ง

1.1 บัตรไทยธนาคาร ATM (Automatic teller machine) เป็นบริการฝาก-ถอนเงิน โอนเงิน สอบถามยอดเงินคงเหลือในบัญชีเงินฝาก ชำระค่าสินค้าบริการและบริการอื่นๆ ผ่านเครื่อง ATM ของธนาคาร โดยใช้บัตรไทยธนาคาร ATM ซึ่งให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุด และสามารถใช้บริการผ่านเครื่อง ATM ของทุกธนาคารในเครือข่าย ATM POOL

1.2 บริการไทยธนาคารเทเลแบงก์กิ้ง (Tele banking) เป็นบริการที่ธนาคารได้พัฒนาขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าประชาชน สามารถใช้บริการสอบถามข้อมูลทางบัญชี และอื่นๆ รวมทั้ง

การโอนเงินระหว่างบัญชี ชำระค่าสินค้า และบริการผ่านทางโทรศัพท์ โดยไม่ต้องติดต่อ ณ สำนักงานหรือสาขาของธนาคาร เพียงแต่ใช้โทรศัพท์ระบบกดปุ่มติดต่อเข้ามาที่ศูนย์คอมพิวเตอร์ของธนาคารได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่เว้นวันหยุด

2. บริการด้านสินเชื่อเพื่อธุรกิจการค้าได้แก่ บริการเบิกเงินเกินบัญชี บริการเงินกู้ บริการรับซื้อหรือซื้อลดตั๋วเงิน หนังสือค้ำประกัน บริการเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิตในประเทศ

3. บริการด้านสินเชื่อเพื่อการอุปโภค-บริโภค ได้แก่ บริการสินเชื่อการเคหะ และบริการสินเชื่ออภิสหรี

4. บริการด้านต่างประเทศ ได้แก่ บริการเปิด แก้ไข และโอน Letter of Credit (L/C) บริการโอนเงินตราต่างประเทศเข้าและออกบริการออกหนังสือค้ำประกันเพื่อการออกสินค้าบริการรับซื้อและขายตราฟ

5. บริการด้านอื่นๆ ได้แก่ แคชเชียร์เช็ค ตัวแลกเงิน เช็คของขวัญ บริการให้เช่าตู้เงินรับบริการโอนเงินทางโทรสาร บริการโอนเงินทางโทรศัพท์ หนังสือรับรองฐานะการเงิน บริการจ่ายเงินเดือนพนักงานผ่านธนาคาร บริการโอนเงินจากบัญชีเงินฝากออมทรัพย์เข้าบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน บริการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อบุคคลที่สามผ่านระบบ Bahtnet บริการโอนเงินรายย่อยด้วยระบบ Medeia clearing

6. บริการร่วมกับนิติบุคคลอื่นๆ ได้แก่ บริการหักบัญชีเงินฝากเพื่อชำระค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าโทรศัพท์ ค่าใช้บริการโทรคมนาคม ค่าโทรศัพท์มือถือ บริการรับชำระภาษีรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ทั้งนี้ยังมีบริการอื่นเพื่ออำนวยความสะดวกและสนองความต้องการของลูกค้า ได้แก่

1. บริการด้านที่ปรึกษาทางการเงิน ซึ่งมีความพร้อมในทีมงานที่ให้บริการเป็นที่ปรึกษาในการระดมทุนในตลาดทุน ในรูปแบบต่างๆทั้งตราสารหนี้ ตราสารทุน และตราสารกึ่งหนี้กึ่งทุน รวมถึงการปรับปรุงโครงสร้างทางการเงินของบริษัท เพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า

2. บริการรับซื้อ-ขายหน่วยลงทุนกองทุนเปิด

3. ศูนย์บริการลูกค้าไทยธนาคาร (BT Care Center) เป็นหน่วยงานใหม่ที่ให้บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ โดยมีการเสนอบริการดังนี้

3.1 บริการสอบถามข้อมูลบริการด้านเงินฝาก ด้านสินเชื่อ ด้านต่างประเทศ และบริการด้านอื่นๆ รวมทั้งการสอบถามข้อมูลทั่วไป เช่น สอบถามหมายเลขโทรศัพท์สาขา ที่ตั้งสาขา ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคาร

3.2 บริการทางการเงิน ได้แก่ การซื้อสมุดเช็ค การแจ้งอายัดบัตร ATM การออกหนังสือรับรองฐานะการเงินเพื่อเดินทางไปต่างประเทศ

3.3 บริการรับแจ้งปัญหาข้อร้องเรียนในการใช้บริการของธนาคารทุกด้าน รวมทั้งสาขาทั่วประเทศ โดยทางศูนย์จะติดต่อประสานงานกับฝ่ายงานที่รับผิดชอบ ดำเนินการแก้ไขให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาที่กำหนดตามมาตรฐานของธนาคาร และแจ้งผลลูกค้า

จากที่กล่าวข้างต้นเป็นประเภทและรูปแบบของบริการต่างๆที่นำเสนอต่อลูกค้าผู้ใช้บริการ โดยประเภทการบริการต่างๆที่มีความพร้อมในการนำเสนอต่อลูกค้า นั้น อาจจะไม่เป็นผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้ถ้าหากบริการที่นำเสนอ นั้นขาดการประสานงาน ความสะดวก ความรวดเร็วและความทันสมัยในการบริการ ซึ่งทางธนาคารจึงมีฝ่ายบริการลูกค้า (BANKTHAI Care Center) เป็นผู้นำหน้าที่รับร้องเรียนและมุ่งงานบริการลูกค้าทั่วไป โดยจะมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการทางโทรศัพท์ต่อลูกค้าที่ติดต่อสอบถามเรื่องงานบริการของธนาคาร

วาริ หะวานนท์ (2539 : 2-10) ได้จัดประเภทบริการต่างๆที่สำคัญดังนี้

1. การรับฝากเงิน เป็นธุรกิจที่สำคัญของธนาคารพาณิชย์ เพราะเป็นแหล่งที่มาส่วนใหญ่ของเงินที่ธนาคารจะนำไปใช้ในการให้สินเชื่อหรือลงทุน

2. การให้สินเชื่อ คือ การให้กู้ยืม การให้เครดิตซึ่งเป็นธุรกิจหลักที่ทำรายได้ส่วนใหญ่ให้แก่ธนาคารพาณิชย์ โดยอาจแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ดังนี้

2.1 เงินเบิกเกินบัญชี ได้แก่ การที่ธนาคารพาณิชย์ยินยอมให้ลูกค้าที่ขอสินเชื่อจากธนาคารในประเภทนี้ถอนเงินจากธนาคารเกินกว่ายอดเงินฝากคงเหลือในบัญชีกระแสรายวัน ภายในวงเงิน ระยะเวลาตามที่ตกลงและธนาคารจะคิดดอกเบี้ยจากเงินเบิกเกินบัญชีตามจำนวนเงินและระยะเวลา

2.2 เงินให้กู้ ได้แก่ การที่ธนาคารให้กู้ยืมเงินเป็นจำนวนเงินตามที่ตกลงกัน โดยผู้กู้อาจรับเงินที่กู้ไปในครั้งเดียวหรือหลายครั้งก็ได้ และจะชำระคืนทั้งจำนวนหรือผ่อนชำระก็ได้ตามแต่ตกลงกัน

2.3 การซื้อ ซื้อลด หรือรับช่วงซื้อลดตั๋วเงิน

3. การลงทุนในหลักทรัพย์ คือ การลงทุนซื้อพันธบัตรหรือตั๋วเงินคลังของรัฐบาล หุ้น หรือ หุ้นกู้ บริษัทจำกัด ตราสารแห่งหนึ่ง

4. การโอนเงินเป็นบริการของธนาคารพาณิชย์ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ที่จะส่งเงินจากห้องที่แห่งหนึ่งไปให้ผู้รับยังห้องที่อีกแห่งหนึ่ง ที่มีสาขาหรือสำนักงานของธนาคารเดียวกันอยู่ ถ้าไม่มีสาขาดังอยู่ก็จะโอนผ่านธนาคารตัวแทน (Correspondent bank) ที่ตั้งอยู่

5. การเรียกเก็บเงินตามตราสารเพื่อลูกค้า เป็นบริการที่อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า โดยธนาคารจะช่วยเรียกเก็บตามตั๋ว เช็ค ดราฟต์ ตั๋วแลกเงิน หรือตัวอื่น โดยลูกค้าไม่ต้องไปเรียกเก็บโดยตรง ธนาคารจะบริการประเภทนี้ต่อลูกค้าที่มีเงินฝากกับธนาคารเท่านั้นโดยเมื่อเรียกเก็บมาแล้วธนาคารก็จะนำเงินเข้าบัญชีเงินฝากที่เปิดบัญชีอยู่

6. การรับอาวัลตั๋วเงิน การรับรองตั๋วเงิน การค้ำประกัน

7. ธุรกิจต่างประเทศ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเงินตราต่างประเทศ

8. ธุรกิจอื่น เป็นการเสนอบริการประเภทการรับฝากของมีค่า บริการชำระค่าประปา ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ค่าภาษี ค่าธรรมเนียมต่างๆ การเป็นตัวแทนผู้ถือหุ้น การเป็นผู้ดูแลผลประโยชน์ของกองทุนรวม การเป็นตัวแทนเพื่อทำหน้าที่สนับสนุนการจำหน่ายหน่วยลงทุน การจัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

จากการพิจารณาประเภทการบริการของธนาคาร พบว่าปัจจุบันทางธนาคารมีบริการต่างๆ เพื่อเสนอบริการต่อลูกค้าได้ครบถ้วน โดยด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจจะเป็นหน่วยงานที่คอยประสานงานและแนะนำบริการต่างๆ ให้กับลูกค้าเงินฝากที่มีความประสงค์หรือสนใจใช้บริการของธนาคาร ลักษณะการดำเนินงาน ดังกล่าวเป็นรูปแบบการดำเนินงานแบบ Cross selling หรือมีลักษณะการทำงานเป็นแบบ One stop services

อำนาจ ลียาทิพย์กุล (2531 : 494 – 497) ได้กล่าวไว้ว่า การตลาดธนาคารแบบ One stop services เป็นการจัดการโดยให้บริการทั้งหมดมารวมอยู่ในสถานที่เดียวกันหรือจุดเดียวกัน เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าใหม่ที่ยังขาดประสบการณ์ในการติดต่อทำธุรกิจกับธนาคารหรือลูกค้าที่ต้องการความช่วยเหลือแต่ไม่รู้ว่าจะเริ่มต้นอย่างไร ที่ไหน และที่สำคัญคือเป็นการลดขั้นตอนต่างๆ ในการติดต่อให้สั้นที่สุด ซึ่งจะทำให้ความสะดวกแก่ลูกค้ามากที่สุด ในการให้บริการ One stop services ธนาคารได้จัดตั้งหน่วยงานพิเศษเพื่อรับผิดชอบในหน้าที่นี้ โดยจะจัดห้องรับรองพิเศษซึ่งในห้องจะเป็นจุดรวมของหลายๆ จุดขาย หรือหลายๆ งานของธนาคารมาไว้รวมกันเป็นจุดเดียว โดยมีเจ้าหน้าที่ที่ผ่านการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดีหรือเจ้าหน้าที่ระดับอาวุโสซึ่งผ่านงานมาเป็นอย่างดีเป็นผู้ให้ข้อมูลและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าในด้านต่างๆ ดังนี้คือ

1. บริการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบัญชีของลูกค้า
2. บริการสอบถามข้อมูลเศรษฐกิจการเงินทั่วไป
3. บริการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารและบริการต่างๆ ของธนาคาร
4. บริการอื่นๆ ได้แก่ ด้านตัวเงินที่ครบกำหนด โดยธนาคารจะส่งรายละเอียดแจ้งลูกค้าผ่านเครื่องไม่โครคอมพิวเตอร์ได้เลย

ทั้งนี้ยังช่วยจัดการติดต่อดำเนินงานทางธุรกิจให้แก่ลูกค้าของธนาคาร เช่น ถ้าลูกค้าต้องการลงทุนในด้านการเงินก็จะให้รายละเอียดทั้งหมดแก่ลูกค้าเพื่อช่วยในการตัดสินใจหรือในกรณีที่นักลงทุนจากต่างประเทศต้องการเข้ามาลงทุน ธนาคารก็จะเป็นแหล่งข้อมูลให้แก่ชาวต่างประเทศ โดยมีข้อมูลต่างๆ ของราชการเตรียมไว้ในห้องรับรองพิเศษ

จากที่ธนาคารมีการกำหนดวิสัยทัศน์ในการเป็น "Wholesale Banking" จึงเป็นหน้าที่หนึ่งของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ที่ต้องมุ่งเสนอบริการสู่ความเป็นเลิศเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

พรศิริ สุกัญศีล (2542 : 69) ได้กล่าวไว้ว่า ธุรกิจที่สำคัญอย่างยิ่งธุรกิจหนึ่งสำหรับธนาคารพาณิชย์ไทย ได้แก่ ธุรกิจให้บริการลูกค้ารายใหญ่ คือ Wholesale Banking หรือ Corporate Banking หรือ Commercialลูกค้าเหล่านี้รวมถึงนักธุรกิจ ธุรกิจซื้อขายไป นำเข้าส่งออก ฯลฯ ลูกค้าในธุรกิจนี้มีความรู้ความทันสมัยมากขึ้น มีความต้องการการบริการทางการเงินที่มากกว่าที่เคยมีและมีทางเลือกที่จะระดมทุนและใช้บริการจากสถาบันการเงินอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น ทั้งในเรื่องความหลากหลายในการให้บริการจากสถาบันการเงินแก่บริษัทข้ามชาติที่ต้องการทั้งความละเอียดอ่อนและทันสมัยในการบริการจากธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงิน ในขณะที่บริษัทเล็กๆ ในประเทศอาจต้องการเพียงเงินฝากกระแสรายวันเท่านั้น

จากรายละเอียดข้างต้นพอจะกล่าวได้ว่าปัจจุบันธนาคารมีการแข่งขันกันรุนแรงมากยิ่งขึ้น การมีบริการที่ครบถ้วนหลากหลายตามความประสงค์ของลูกค้า รวมทั้งการบริการลูกค้าด้วยความรวดเร็วและลดขั้นตอนให้แก่ลูกค้าจะก่อให้เกิดความประทับใจในการบริการและพื้นฐานสำคัญในการกลับมาใช้บริการต่อ ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องศึกษาถึงความพึงพอใจต่อการบริการทั่วไป เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้บรรลุวัตถุประสงค์

ความพึงพอใจต่อการบริการเงินฝาก

การรับฝากเงินเป็นธุรกิจที่สำคัญยิ่งของการประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์ เนื่องจากเงินฝากเป็นแหล่งที่มาของเงินทุนที่สำคัญที่ธนาคารสามารถนำไปใช้ลงทุนหาผลประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การให้กู้ยืม เป็นต้น

ด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจจะเป็นด้านงานการตลาดเงินฝากที่เสนอบริการเงินฝากประจำต่อลูกค้าเป็นหลักและลูกค้ากลุ่มเงินฝากเหล่านี้จะเป็นฐานลูกค้าสำคัญในการเสนอบริการต่างๆ เพิ่มเติมไม่ว่าจะเป็นเงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากกระแสรายวัน บริการขายกองทุนเปิด รวมทั้งบริการอื่นๆ ในธนาคารด้วย บริการด้านเงินฝากที่ธนาคารเสนอต่อลูกค้ามีดังนี้

1. เงินฝากประจำ (Fixed deposit)

1.1 ลักษณะบริการ เป็นเงินฝากประเภทจ่ายคืนเมื่อสิ้นระยะเวลา โดยมีระยะเวลา 3 เดือน 6 เดือน 12 เดือน หรือมีระยะเวลาตามที่ตกลงระหว่างธนาคารและผู้ฝาก แต่ต้องไม่น้อยกว่า 3 เดือนจึงมีสิทธิ

ได้รับดอกเบี้ยตามอัตราที่ธนาคารกำหนด เหมาะสำหรับผู้ที่มีเงินออมและประสงค์จะเก็บออมไว้ใช้ในอนาคต และหรือ เพื่อผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ยในอัตราที่สูง

1.2 หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการให้บริการ

1.2.1 วงเงิน จำนวนเงินเปิดบัญชีขั้นต่ำ 1,000 บาท ครั้งต่อไปต้องไม่ต่ำกว่า 500 บาท

1.2.2 อัตราดอกเบี้ย ธนาคารจะคิดอัตราดอกเบี้ยให้ตามอัตราที่ธนาคารกำหนด โดยกำหนดตามวงเงินฝากและระยะเวลาการฝาก

1.2.3 หากลูกค้าถอนเงินก่อนครบกำหนด 3 เดือน จะไม่ได้ดอกเบี้ย

2. เงินฝากออมทรัพย์ (Saving account)

2.1 ลักษณะบริการ เป็นเงินฝากประเภทจ่ายคืนเมื่อทวงถาม เหมาะสำหรับผู้ประสงค์จะเก็บออม ซึ่งผู้ฝากสามารถฝากครั้งละเล็กน้อยและถอนเงินใช้เป็นครั้งคราวได้ โดยใช้สมุดคู่ฝากบันทึกเป็นหลักฐาน นอกจากนั้นแล้วลูกค้าเงินฝากออมทรัพย์ยังสามารถขอมีบัตรไทยธนาคาร ATM เพื่อใช้ในการฝาก-ถอนเงิน โอนเงิน และอื่นๆ ผ่านทางเครื่อง ATM ตลอดจนใช้บริการเสริมด้านอื่นๆ ได้อีก เช่น บริการจ่ายเงินเดือนผ่านธนาคาร บริการหักบัญชีเงินฝากเพื่อชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าสินค้าและบริการ เป็นต้น

2.2 หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการให้บริการ

2.2.1 วงเงิน จำนวนเงินเปิดบัญชีขั้นต่ำ 500 บาท

2.2.2 อัตราดอกเบี้ย ธนาคารจะคิดอัตราดอกเบี้ยตามที่ธนาคารกำหนด

3. เงินฝากกระแสรายวัน (Current account)

3.1 ลักษณะบริการ เป็นเงินฝากประเภทจ่ายคืนเมื่อทวงถาม เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการบัญชีเงินฝากหมุนเวียน โดยจะอำนวยความสะดวกและปลอดภัยในการถอนเงินจากบัญชีด้วยการใช้เช็ค (Cheque) สั่งจ่ายเงินหรือโอนเงินจากบัญชีเงินฝาก นอกจากนั้นยังสามารถขอมีบัตรไทยธนาคาร ATM ตลอดจนใช้บริการเสริมด้านอื่นๆ ได้อีก เช่น บริการจ่ายเงินเดือนผ่านธนาคาร บริการหักบัญชีเงินฝากเพื่อชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าสินค้าและบริการ เป็นต้น

3.2 หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการให้บริการ

3.2.1 วงเงิน จำนวนเงินเปิดบัญชีขั้นต่ำ 10,000 บาท

3.2.2 อัตราดอกเบี้ย ธนาคารไม่จ่ายดอกเบี้ยให้สำหรับเงินฝากประเภทนี้

ทั้งนี้เมื่อทราบรายละเอียดเงื่อนไขการบริการด้านเงินฝากแล้ว ยังมีนักวิชาการสรุปรายละเอียดการเปิดบัญชีเงินฝากไว้ดังนี้

วาริ หะวานนท์ (2539 : 245 – 270) ได้กล่าวถึงการเปิดบัญชีเงินฝากไว้ว่า

1.เงินฝากกระแสรายวัน ธนาคารจะให้ลูกค้ากรอกรายการในใบ “คำขอเปิดบัญชีกระแสรายวัน” โดยธนาคารจะให้ผู้ขอเปิดบัญชีหาผู้ที่ธนาคารรู้จักเชื่อถือเป็นผู้นำไว้ด้วย เพื่อเป็นประโยชน์แก่การที่จะให้ผู้แนะนำติดตามเจ้าของบัญชีกรณีที่ธนาคารไม่สามารถติดต่อได้ หลังจากตรวจสอบเอกสารต่างๆเรียบร้อยแล้วและเห็นสมควรที่จะรับฝากเงินได้ ก็จะเสนอเรื่องต่อเจ้าหน้าที่ผู้รับมอบอำนาจทำการแทนธนาคาร เพื่อลงนามอนุมัติการเปิดบัญชีไว้ในใบคำขอเปิดบัญชีและที่บัตรตัวอย่างลายมือชื่อ พร้อมประทับตราธนาคาร ตลอดจนเลขที่บัญชีนั้น เมื่อการเปิดบัญชีเรียบร้อยแล้ว ธนาคารจะมอบระเบียบการของธนาคารเกี่ยวกับการบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน สมุดเช็ค ตลอดจนอธิบายเงื่อนไข และวิธีการต่างๆที่จำเป็นเกี่ยวกับการฝากและถอนเงินให้ผู้ฝากทราบ

2. เงินฝากออมทรัพย์ เมื่อลูกค้าแจ้งความจำนงค์ ผู้รับมอบอำนาจของธนาคารจะชี้แจงเงื่อนไขและระเบียบการต่างๆ ให้ลูกค้าทำคำขอเปิดบัญชี กรอกข้อความสำคัญต่างๆ และขอให้ลูกค้ามอบตัวอย่างลายมือชื่อแก่ธนาคาร 2 ชุดๆ ละ 2 ตัวอย่างลายมือชื่อ หลังจากนั้นพนักงานธนาคารพิมพ์รายละเอียดต่างๆ บนสมุดคู่ฝาก การ์ดรายตัวผู้ฝาก บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ บัตรตัวอย่างลายมือชื่อ ตลอดจนคำขอเปิดบัญชี ให้ผู้ฝากเขียนใบฝากเงิน (Pay-in slip) และส่งมอบเงินสดหรือเช็คหรือตราฟัด ให้พนักงานพร้อมกับสมุดคู่ฝากต่อ เพื่อให้ผู้รับมอบอำนาจจะตรวจสอบความถูกต้องตรงกันของเอกสารทั้งหมด

3. เงินฝากที่ต้องจ่ายคืนเมื่อสิ้นระยะเวลา (Fixed deposits)

3.1 กรณีที่เปิดบัญชีเงินฝากประจำโดยใช้ใบรับเงินฝากประจำ ธนาคารจะออกใบรับฝากเงินประจำซึ่งชุดหนึ่งมี 3 ฉบับ คือ

3.1.1 ต้นฉบับ สำหรับให้ลูกค้าเก็บไว้เป็นหลักฐาน

3.1.2 สำเนา ผู้ฝากต้องให้ตัวอย่างลายมือชื่อพร้อมทั้งเงื่อนไขไว้สำหรับเก็บไว้ที่สำนักงาน

3.1.3 ใช้ผ่านบัญชีสำหรับเป็นหลักฐานการผ่านบัญชี

3.2 กรณีที่เปิดบัญชีเงินฝากประจำโดยใช้สมุดคู่ฝาก ต้องให้ผู้ฝากยื่นคำขอเปิดบัญชีและให้ผู้ฝากให้ตัวอย่างลายมือชื่อ พร้อมทั้งเงื่อนไขการสั่งจ่ายไว้ด้วย ธนาคารจะมอบสมุดคู่ฝากให้แก่ผู้ฝาก 1 เล่ม เพื่อเป็นหลักฐานในการฝากหรือถอน

บริการเงินฝากที่ด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจเสนอต่อลูกค้าข้างต้นจะมีการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยตามประกาศธนาคาร ซึ่งอัตราดอกเบี้ยเป็นปัจจัยหนึ่งของเงื่อนไขการตัดสินใจของลูกค้า แต่ปัจจัยอื่นที่สำคัญซึ่งลูกค้าเห็นคุณค่าไม่แตกต่างไปจากอัตราดอกเบี้ยคือ การบริการที่ส่งมอบจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการก็คือลูกค้านั่นเอง ซึ่งบริการเหล่านั้นต้องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงตามวัตถุประสงค์ด้วย

อำนาจ ลียาทิพย์กุล (2531 : 490) ได้สรุปความต้องการของผู้ฝากเงินได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ความต้องการหลัก ธนาคารต้องมีความปลอดภัยและมั่นคง มีโอกาสในการลงทุนหรือหารายได้ และมีโอกาสในการหมุนเวียนการใช้เงินหรือการขอสินเชื่อจากธนาคาร

2. ความต้องการระดับรอง กล่าวคือ ต้องมีการอำนวยความสะดวก รวดเร็ว ในการให้บริการฝากและถอนเงิน รวมทั้งการคิดดอกเบี้ย พนักงานที่ให้บริการต้องมีไมตรีจิตและมนุษยสัมพันธ์ นอกจากนี้ชื่อเสียงภาพพจน์ของธนาคาร ความสะดวกของการติดต่อ และความใกล้ชิดกับสถานที่ที่ให้บริการ อัตราดอกเบี้ย โอกาสที่ไปใช้บริการด้านอื่นๆ

ดังนั้นการค้นหาคำความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝาก จึงเป็นสิ่งสำคัญมากเพื่อที่สามารถตอบสนองให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยทั่วไปแล้วนโยบายการให้บริการของธนาคารมักจะเป็นการให้บริการโดยไม่คิดค่าบริการหรือให้บริการฟรี โดยมีการคาดหวังว่า ผลทางอ้อมของการให้บริการประเภทนี้จะทำให้เกิดการติดต่อทางธุรกิจอื่นๆ กับธนาคาร หรือเป็นการพัฒนาธุรกิจซึ่งธนาคารจะได้รายได้จากธุรกิจที่ต่อเนื่องด้วย นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ จะเป็นผู้บริการให้แก่ลูกค้าซึ่งควรจัดสถานที่ต้อนรับลูกค้าเงินฝากเหล่านี้ในห้องรับรองพิเศษ

อำนาจ ลียาทิพย์กุล (2531 : 484 – 485) ได้กล่าวไว้ว่า ในอดีตลูกค้าต้องเดินเข้าหาธนาคาร แต่ในยุคปัจจุบันธนาคารต้องเป็นฝ่ายเข้าหาลูกค้าจากที่เคยนั่งในห้องปรับอากาศ ก็กลับต้องออกไปสู่สภาวะการณภายนอก เพื่อเสนอบริการต่างๆ ให้สามารถสู้กับคู่แข่งขั้นที่ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นธนาคารจึงต้องใช้เครื่องมือต่างๆ ของหลักการตลาดเข้ามาวางแผน เพื่อเสนอบริการให้ได้เปรียบคู่แข่งขั้น

อำนาจ ลีลาพิภย์กุล (2531 : 490) ได้กล่าวถึง วิธีและขั้นตอนในการหาเงินฝาก ดังนี้

1. สำรวจและวางแผน กล่าวคือ ก่อนที่จะปฏิบัติงานจะต้องมีการสำรวจและวางแผน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่คาดหวังไว้
2. จัดกลุ่มทำงาน ลักษณะการจัดกลุ่มทำได้หลายลักษณะ
3. ตั้งเป้าหมายให้พนักงาน ควรตั้งเป้าหมายที่เหมาะสมตามอำนาจหน้าที่แก่พนักงานแต่ละคน เพื่อไม่ให้เกิดการเบียดเบียน
4. คัดเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อาจแบ่งกลุ่มลูกค้ารายใหญ่หรือกลุ่มลูกค้าที่มีโอกาสเป็นลูกค้าของธนาคาร โดยแบ่งให้พนักงานแต่ละคนอย่างละเอียดและยุติธรรม
5. การเตรียมการก่อนพบลูกค้า เป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่พนักงานต้องปฏิบัติคือ พนักงานต้องมีความรู้ในหน่วยงานและบริการของธนาคารที่มีอยู่ เพราะจะทำให้เกิดความเชื่อมั่น รวมทั้งควรทราบนิสัยและพฤติกรรม ตลอดจนงานอดิเรกและสภาพฐานะในครอบครัวของลูกค้า เพื่อหาจุดอ่อนหรือจุดแข็งในการเสนอขายบริการของธนาคาร

จากการศึกษาข้อมูลต่างๆ สรุปได้ว่าการบริการด้านเงินฝากเป็นบริการหนึ่งที่สำคัญของธนาคารในการระดมเงินฝากซึ่งเป็นแหล่งที่มาของเงินทุนที่สำคัญแหล่งหนึ่ง แต่เนื่องด้วยการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบันธนาคารจึงต้องมีการพัฒนาการบริการและใช้ศิลปะในการแสวงหาลูกค้าเงินฝาก เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่น โดยเฉพาะการบริการในลักษณะ One stop services เป็นการบริการในยุคของการแข่งขันที่รุนแรง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกในขั้นตอนการติดต่อ แต่ทั้งนี้การปฏิบัติงานที่ละเอียดรอบคอบถูกต้องก็เป็นสิ่งที่สัมพันธ์และเกี่ยวเนื่องควบคู่กับการบริการด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการด้านเงินฝาก เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการบริการต่อไป

ความพึงพอใจต่อด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจประกอบด้วย 3 ฝ่ายคือ ฝ่ายระดมเงินฝาก 1 ฝ่ายระดมเงินฝาก 2 และฝ่ายธนบัตรธนกิจ ซึ่งมีพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ทางการตลาด ทำหน้าที่ในการระดมเงินฝากและเสนอบริการอื่นๆของธนาคาร ทั้งนี้การติดต่อและการแสวงหาลูกค่านั้นจะใช้การติดต่อทั้งการนัดพบและการติดต่อทางโทรศัพท์ โดยเจ้าหน้าที่ทางการตลาดเหล่านี้จะได้รับเป้าหมายในการระดมเงินฝากจากผู้บังคับบัญชา จึงต้องมุ่งหาลูกค้าใหม่ซึ่งเป็นการขยายฐานเงินฝากในขณะที่ต้องรักษาฐานลูกค้าเก่าไว้เช่นเดียวกัน แต่ปัจจัยที่สำคัญที่จะสามารถรักษาฐานลูกค้าเก่าได้นั้น เพื่อให้แนะนำลูกค้าใหม่เข้ามาได้ สิ่งที่ขาดไม่ได้ที่พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ทางการตลาดจะต้องมีคือ จิตใจในการบริการอย่างแท้จริง

อำนาจ ลีลาพิภย์กุล (2531 : 491 - 492) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์การแสวงหาเงินฝาก ไว้ว่า

1. ภายในสาขา

1.1 การเตรียมตัว พนักงานทุกระดับของธนาคารจะต้องมีความรู้ทั้งบริการ ระเบียบและสถานะของตนเอง วิธีการที่จะทำให้พนักงานทุกระดับเรียนรู้อย่างทั่วถึงอาจทำได้โดยการจัดประชุม หรือใช้วิธีการอ่านระเบียบให้ธนาคารทราบหลังปิดทำการ

1.2 การสร้างบรรยากาศในการทำงาน ความสำเร็จในการหาเงินฝากคือการทำงานเป็นทีม พนักงานต้องมีความกระตือรือร้นที่จะทำงานเพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาเกิดความประทับใจ สำหรับหลักสำคัญในการบริการลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดีจะประสบความสำเร็จโดยต้องทำให้ลูกค้ารู้สึกตั้งแต่แรกที่ก้าวเข้ามาในที่ทำงานของธนาคารว่าเขาได้รับการต้อนรับอย่างเต็มใจและทำให้ลูกค้ารู้ว่าพนักงานของธนาคารพยายาม

จะบริการให้ดีที่สุดตามที่ลูกค้าต้องการ นอกจากนี้พนักงานต้องเตรียมพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ หรือให้ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการหรือร้องขอ ตั้งใจฟังความเห็นของลูกค้าด้วยความอดทนและยิ้มแย้มแจ่มใส และจะพยายามอย่าให้เกิดความเข้าใจผิด การกระทำหรือการแสดงออกของตนต่อลูกค้า จะเป็นภาพสะท้อนที่จะทำให้ลูกค้าของธนาคารมองเห็นคุณค่าการบริการของพนักงานคนนั้นและต้องจำไว้เสมอว่าลูกค้าย่อมถูกเสมอ แม้ว่าลูกค้าจะเป็นฝ่ายผิดก็ตาม ซึ่งจะทำให้ลูกค้าจ่ายค่าบริการให้ธนาคารด้วยความพอใจและเต็มใจยิ่ง

1.3 การสร้างทีมงาน การทำงานของธนาคารผู้บริหารจะเป็นผู้เริ่มต้นการสร้างมนุษยสัมพันธ์ และธนาคารต้องพยายามหาวิธีจูงใจให้พนักงานเต็มใจทำงาน

2. ภายนอกสาขา

2.1 ธนาคารต้องส่งเจ้าหน้าที่ไปเยี่ยมเยียนลูกค้าทั้งรายใหม่และรายเก่าอยู่เป็นประจำ จัดของชำร่วยหรือของที่ระลึกเล็กๆน้อยๆ เพื่อแสดงถึงไมตรีจิตที่ธนาคารมีต่อผู้นำชุมชน นอกจากนี้ ธนาคารควรเข้าไปมีส่วนในกิจกรรม มีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

2.2 การเจรจาเกี่ยวกับลูกค้าที่มีปัญหา ต้องหาวิธีการเจรจากับลูกค้าแต่ละประเภทอย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 การป้องกันมิให้ลูกค้าถอนเงินฝาก

2.3.1 ควรทำระบบรายงานการครบกำหนดของเงินฝากแต่ละประเภทและแต่ละบัญชี เมื่อทราบว่ามีลูกค้ารายใดใกล้ครบกำหนดก็ควรออกไปชักชวนให้ลูกค้าฝากต่อ

2.3.2 พนักงานต้องออกไปเยี่ยมเยียนลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยแบ่งลูกค้าออกเป็นกลุ่มและมอบหมายงานให้ดูแลอย่างใกล้ชิด

2.3.3 ธนาคารควรพิจารณาบริการของธนาคารเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น และพิจารณาข้อเสนอของคู่แข่งชั้นตลอดเวลา

2.3.4 ธนาคารควรมีหูดากว่างไกล

ฟรีแมนเทิล (ยุพดี ลิ้มมธุรสกุล. 2540 ; อ้างอิงจาก Freemantle. 1993) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า ความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับนั้นจะถูกกำหนดจากความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าหรือผู้ใช้บริการและผู้ขายหรือผู้ให้บริการ โดยผู้ให้บริการสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีแก่ผู้รับบริการดังนี้

1. ผู้ให้บริการควรรักษาคำสัญญาที่ให้ไว้แก่ผู้รับบริการ กล่าวคือ การติดต่อธุรกิจต้องมีการนัดหมายในการให้บริการต่างๆ ถ้าพบว่าผู้รับบริการมีปัญหาใดก็ตาม ธุรกิจหรือผู้ประกอบการนั้นควรให้ความสนใจในการเตรียมพร้อมเพื่อที่จะนัดหมายให้บริการนั้นโดยไม่มีข้อโต้แย้งใดๆ และควรให้บริการด้วยความรวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสมีไมตรีพร้อมทั้งไม่แสดงอาการเบื่อหน่ายลูกค้า

2. ผู้ให้บริการควรรับโทรศัพท์ที่เข้ามาอย่างรวดเร็วในเวลาไม่เกิน 5 วินาที ซึ่งแนวคิดนี้เป็นแนวคิดของการประกอบธุรกิจสมัยใหม่ที่จะต้องใช้โทรศัพท์ในการสื่อสาร การรับโทรศัพท์ที่ช้าถือว่าเป็นการทำลายภาพพจน์และความน่าเชื่อถือของบริษัทซึ่งอาจทำให้ผู้รับบริการเกิดการเบื่อหน่ายและเปลี่ยนไปใช้บริการของกลุ่มคู่แข่ง

3. ผู้ให้บริการควรตอบรับเอกสารที่ได้รับภายใน 2 วัน การตอบเอกสารบางประเภทอาจไม่จำเป็นต้องตอบ แต่เอกสารที่เกี่ยวกับการขอใช้บริการหรือสอบถามบริการต่างๆ ควรต้องตอบในทันที ทั้งนี้การตอบเอกสารเจ้าของหรือบุคคลที่อ้างถึงในเอกสารนั้นควรเป็นผู้ตอบหรือมีลายเซ็นแสดงว่าได้ตอบ ไม่ใช่ให้ผู้อื่นตอบเอกสารนั้นแทน

4. ผู้ให้บริการไม่ควรให้ผู้ให้บริการที่มารับบริการคอยนานเกิน 5 นาที เพราะจะเป็นประเด็นในการสร้างความรู้สึกที่ไม่ดีต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการ ดังนั้นการจัดระบบนัดหมายให้มีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง

5. ผู้ให้บริการทุกคนควรมีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับบริการหรือลูกค้า การมีทัศนคติที่ดีของผู้ให้บริการจะสามารถเห็นได้จากรอยยิ้มบนใบหน้า คำพูดที่อ่อนหวาน ความสนใจที่ให้แก่ลูกค้า การให้เกียรติลูกค้าและคำขอบคุณที่ให้แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ

6. เมื่อพบว่ามีสิ่งกีดขวางหรืออุปสรรคเกิดขึ้น ควรรีบดำเนินการแก้ไขโดยไปพบผู้รับบริการหรือลูกค้าก่อนที่ลูกค้าจะมาหาหรืออาจติดต่อทางโทรศัพท์ ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวจะช่วยแก้ไขสถานการณ์ให้ดีขึ้น

7. การติดต่อสื่อสารหรือเจรจาธุรกิจต่างๆ ระหว่างผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการจะต้องดำเนินอยู่บนรากฐานของความซื่อสัตย์อย่างเปิดเผย

8. ระบบการให้บริการต่างๆ ควรอยู่ในสภาพที่ดีและทำงานได้ตลอดเวลา ในทางตรงข้ามถ้าภาวะการณ์ดังกล่าวเป็นด้านลบ ย่อมจะก่อให้เกิดภาพพจน์ที่ไม่ดีต่อองค์กร

9. ผู้ให้บริการควรแก้ไขปัญหาหรือข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และปัญหาดังกล่าวไม่ควรเกิดขึ้นเป็นครั้งที่สองโดยเฉพาะกับผู้รับบริการหรือลูกค้ารายเดิม

10. ผู้ให้บริการทุกคนควรเป็นผู้รอบรู้ในสิ่งต่างๆ เช่น รู้เรื่องเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ตนนำเสนอ รู้เกี่ยวกับบริการที่นำเสนอ รู้ข้อมูลหรือรู้จักองค์กรที่ตนทำงานอยู่ รู้ว่าต้องทำงานอะไรบ้างให้สำเร็จ รู้จักวิธีแก้ไขปัญหา รู้จักชื่อของลูกค้าประจำ

11. ผู้ให้บริการควรมีอำนาจในการตัดสินใจในการบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการและต้องไม่ผลักรังการความรับผิดชอบให้ผู้อื่น

12. ควรให้บริการพิเศษแก่ผู้รับบริการในบางโอกาสเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือลูกค้ามากขึ้น โดยอาจนำเสนอในเรื่องของการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม ซึ่งหลักการข้อนี้อยู่ภายใต้เหตุผลที่มนุษย์ทุกคนจะมีความพึงพอใจถ้าหากรู้สึกว่าตนเองได้รับสิทธิพิเศษ

13. ผู้ให้บริการไม่ควรมองข้ามสิ่งเล็กๆน้อยๆที่อาจเกิดขึ้น เพราะจะเป็นเหตุแห่งการไม่พึงพอใจได้ เช่น การสะกดชื่อลูกค้าผิดพลาด ซึ่งจะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าตนเองไม่สำคัญ

14. ผู้ให้บริการควรแต่งกายให้สะอาด เรียบร้อย สง่าสวยงาม

คาร์ทส (Katz, 1978) ได้กล่าวถึง ข้อควรปฏิบัติที่สำคัญในองค์การของรัฐและเอกชน ซึ่งควรปฏิบัติ ดังนี้

1. ควรปฏิบัติงานโดยไม่มีเรื่องส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้อง
2. พนักงานควรปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความเป็นธรรมและเสมอภาค
3. พนักงานควรปฏิบัติตนต่อลูกค้าด้วยหลักแห่งความถูกต้อง ไม่ใช้อารมณ์เข้ามาเกี่ยวข้อง

ยุพดี ลิ้มมธุรสกุล (2541: 21) ได้สรุปถึงแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการในลักษณะเบ็ดเสร็จว่า เป็นการสร้างระบบการปฏิบัติงานโดยเน้นในเรื่องของความต้องการของประชาชนที่ได้รับบริการด้วยความพอใจ มีความเป็นธรรม การพัฒนาของรัฐจะช่วยส่งเสริมการประกอบธุรกิจของเอกชนให้ดำเนินไปอย่างคล่องตัว เป็นการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศอีกทางหนึ่ง

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

1. รู้จักตนเอง ในงานและหน้าที่คือ จะต้องรู้จักบทบาทของตนในองค์กรสมัยใหม่

2. รู้จักลูกค้า ผู้ติดต่อและรู้ความต้องการ
3. รู้จักธรรมชาติ หรือลักษณะของงานบริการ
4. รู้จักวิธีการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจ

บทบาทของพนักงานบริการในองค์กรสมัยใหม่

1. มีการยอมรับ
2. เป็นไปตามตำแหน่งหน้าที่
3. ถูกกาลเทศะ

บทบาทต่างๆของนักบริการประกอบด้วย

1. เป็นนักบริการ คือ ต้องบริการทั้งภายนอกสำนักงานและภายในสำนักงาน
2. เป็นนักประชาสัมพันธ์ คือ คอยสร้างภาพพจน์ คอยสื่อสารให้ข่าวสารที่ดีกับฝ่ายต่างๆของลูกค้าและผู้มาติดต่อ
3. เป็นนักประสานงาน คือ คอยอำนวยความสะดวก สนับสนุนให้กับแผนกหรือฝ่ายต่างๆ
4. เป็นนักธุรกิจ คือ ถือหลักประโยชน์และประหยัดเวลากับค่าใช้จ่ายในการทำงาน เพื่อช่วยเพิ่มผลผลิตและเพิ่มผลกำไรให้กับองค์กร

5. เป็นนักเพิ่มผลผลิต คือ หาโอกาสฝึกฝนตนเองเสมอ รู้จักพัฒนางานและปรับปรุงงานเสมอ

6. เป็นนักพัฒนา คือ พัฒนาดตนเองและพัฒนางานหรือระบบงานให้มีความคล่องตัวเสมอ

เมื่อเราเป็นผู้ให้บริการกับบุคคลต่างๆ เราต้องพึงระลึกอยู่เสมอตลอดเวลา คือ

1. ต้องกระทำให้สม่ำเสมอ
2. ต้องให้ความเท่าเทียมกัน
3. ต้องทำด้วยความจริงใจและมีน้ำใจ

สมชาติ กิจบรรยง (2543 : 42 - 43) ได้สรุปคุณสมบัติของผู้ให้บริการไว้ดังนี้

1. รักงานบริการ คือ มีชีวิตจิตใจที่ชอบให้บริการ ชอบช่วยเหลือ ดูแลปกป้อง ค้ำครองให้ผู้ให้บริการอบอุ่นใจ
2. รู้งานรู้หน้าที่ คือ มีความรอบรู้ในรายละเอียดวิธีการปฏิบัติงานและรอบรู้ในเรื่องของธุรกิจที่ใกล้เคียง
3. มีความกระตือรือร้น คือ มีความคล่องตัวในการให้บริการช่วยเหลือ ดูแลหรือเอาใจใส่
4. อุดหนุน สนใจ คือ เป็นผู้ให้บริการให้กับผู้ใช้บริการด้วยความอดทนต่อสภาพหรือสถานการณ์ต่างๆ ได้
5. มีอัธยาศัยไมตรี คือ เป็นผู้ที่มีหูตาไวในการบริการ เพื่อให้บริการด้วยมิตรภาพที่ดี ซึ่งเราต้องสังเกตหรือสอบถามปัญหาหรือความต้องการของผู้ใช้บริการ
6. มีความยิ้มแย้มแจ่มใส คือ เป็นผู้ที่มีความร่าเริงสดใสในการที่จะให้บริการ ด้วยบรรยากาศที่ดีมีความราบรื่น
7. มีไหวพริบปฏิภาณ คือ ต้องรู้จักแก้ไขปัญหาต่างๆจากผู้ใช้บริการที่เราไม่คาดว่าจะเกิดขึ้น
8. ประสานงานเป็นเลิศ คือ ความสัมฤทธิ์ผลในการบริการ เกิดจากทีมงานที่มีการประสานงานเป็นเลิศ
9. เกิดความจดจำ โดยส่วนใหญ่เราใช้ข้อมูลจากการบันทึกเอกสารหรือคอมพิวเตอร์รวบรวมข้อมูลหรือช่วยจำแทนเรา
10. มีน้ำใจทั้งดงาม

จากแนวคิดที่กล่าวมาแล้ว สามารถสรุปได้ว่าบุคลากรที่มีส่วนสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรงคือพนักงานหรือผู้บริหารที่สัมพันธ์เกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกับลูกค้า ซึ่งต้องเริ่มต้นด้วยการเป็นผู้บริการที่ดี เข้าใจถึงบทบาท

หน้าที่ของพนักงานผู้ให้บริการ โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการเป็นหลักและควรตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็วและบรรลุวัตถุประสงค์ โดยต้องปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอด้วยความเท่าเทียมกันและมีความจริงใจอย่างแท้จริง ซึ่งจะเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเกิดการซื้อซ้ำและกลับมาใช้บริการในโอกาสต่อไป

ความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์

ในปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสาร ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในสังคมไทยเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะทุกวันนี้สังคมไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคแห่งสังคมข่าวสารหรือยุคสารสนเทศ ซึ่งเป็นยุคที่ข้อมูลข่าวสารหรือเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญในกิจกรรมของมนุษย์

การบริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรดิจิทัล มีหน้าที่หลักคือการระดมเงินฝาก แต่ทั้งนี้สิ่งที่มองข้ามไม่ได้คือการประชาสัมพันธ์ การแจ้งข่าวสาร หรือการสื่อสารที่พนักงานทุกคนพึงตระหนักในหน้าที่ดังกล่าวเพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร ทั้งนี้ยังรวมถึงการแจ้งข่าวสารต่างๆให้แก่ลูกค้าทราบ โดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับบริการที่ลูกค้าใช้อยู่ซึ่งพนักงานหรือเจ้าหน้าที่การตลาดซึ่งเป็นผู้ที่ใกล้ชิดลูกค้าที่สุดนั้น ควรส่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเจ้าหน้าที่ทางด้านระดมเงินฝากและธนบัตรดิจิทัล มีหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ ดังนี้คือ

1. การแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย
2. การแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับด้านการเงินหรือข้อมูลเศรษฐกิจให้แก่ลูกค้าทราบ
3. การแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดทางด้านเงินฝาก
4. การแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการบริการอื่นๆ นอกเหนือจากเงินฝาก

วาสนา จันทรสว่าง (2533 : 31) ได้ให้ความหมาย การประชาสัมพันธ์ (Public relation) ไว้ว่า หมายถึง การดำเนินการสื่อสาร (Communication) โดยติดต่อสื่อสารด้านความคิดเห็นและข่าวสารต่างๆ ภายในหน่วยงานและระหว่างหน่วยงาน รวมทั้งการติดต่อสื่อสารไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายหรือประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างสรรค์ความเข้าใจอันดี เพื่อความสำเร็จในงานของหน่วยงานนั้น

วัฒนา ณ ระนอง (2541 : 2) ได้ให้ความหมายการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นการติดต่อสัมพันธ์กับกลุ่มชนที่ต้องการ เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับบริษัท หรือ องค์กรธุรกิจการค้าและสินค้า โดยการใช้กิจกรรมและสื่อต่างๆด้วยวิธีการที่ไม่ใช่ทางการค้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 : 501) ได้กล่าวไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ (Public relation (PR)) หมายถึง ความพยายามในการสื่อสาร เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนต่างๆ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่ดี การสร้างภาพพจน์ที่ดี การเป็นบริษัทที่ดี (Good corporate image) โดยการสร้างเหตุการณ์และเรื่องราวที่ดี

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 320) ได้กล่าวถึง การบริการประชาสัมพันธ์ว่า การบริการถือว่ามีบทบาทสำคัญมากต่อการประชาสัมพันธ์ เพราะไม่ว่าจะเผยแพร่ข่าวสารที่ดีกับองค์กรอย่างไรก็ตาม หายสุดแล้วถ้าผู้บริหารมาติบริษัทอย่างไร สิ่งนั้นก็จะเป็ภาพพจน์ขององค์กร ดังนั้นพนักงานทุกคนที่มีโอกาสพบลูกค้าควรต้องฝึกฝนให้มีวิญญานของการประชาสัมพันธ์

พรทิพย์ วรกิจโกศล (2533 : 4 - 8) ได้สรุปคุณลักษณะสำคัญของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. เป็นการทำงานที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันกับประชาชน
2. เป็นการทำงานที่มีการวางแผน สุขุมรอบคอบ และมีการติดตามประเมินผล

3. เป็นการทำงานในรูปของการสื่อสารสองทางและเป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ

4. เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว

วาสนา จันทรสว่าง (2533 : 74-77) ได้อธิบายถึงสื่อต่างเพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า

1. คำพูด เป็นสื่อบุคคลที่ใช้กันอย่างกว้างขวาง เราใช้คำพูดในการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของการพูดชี้แจงอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

2. วิทยุกระจายเสียง

3. โทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่รวมภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียงและหนังสือพิมพ์ไว้ด้วยกัน

4. สิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร โปสเตอร์ ใบปลิว จดหมายข่าว แผ่นพับ สมุดคู่มือ รายงานประจำปี และจดหมายเวียน

เสรี วงษ์มณฑา (2540 : 198 - 191) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ดังนี้

1. สินค้าและบริการในปัจจุบันมีความทัดเทียมกัน

1.1 สร้างความแตกต่างทางตัวสินค้าโดยตรง

1.2 สร้างความแตกต่างในด้านการบริการพิเศษ

1.3 ความแตกต่างในด้านบุคลากร (Personal differentiation)

1.4 ความแตกต่างในด้านภาพพจน์ (Image differentiation)

2. ปัจจุบันเป็นยุคของสิทธิมนุษยชน การแสดงภาพลักษณ์เกี่ยวกับการเคารพสิทธิของประชาชนจึงเป็นสิ่งสำคัญ

3. ในปัจจุบันชุมชนต่างๆจะไม่ยอมให้ธุรกิจใดๆเข้าไปอยู่ในชุมชนของเขาโดยที่ประชาชนของชุมชนนั้นไม่มีปากเสียง (Saying) เพราะในปัจจุบันชุมชนเริ่มมีปฏิภริยา (Active community) และมีบทบาทมากขึ้นในการที่จะยอมหรือไม่ยอมให้ธุรกิจเข้ามาในชุมชนดังนั้นบริษัททั้งหลายจึงต้องสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่ชุมชน

4. ผู้บริโภคในปัจจุบันเป็นกลุ่มที่ใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม (Environmental conscious) ธุรกิจจึงต้องทำการประชาสัมพันธ์สร้างภาพพจน์ที่ดีและใส่ใจธุรกิจตน

5. ปัจจุบันมีข่าวสารมากมายที่สามารถสร้างคุณภาพเพิ่มเติมให้แก่สินค้าได้ (Value added) การประชาสัมพันธ์จะเป็นวิธีที่เหมาะสมในการสร้างคุณภาพเพิ่ม

6. ภาพพจน์ของโฆษณานั้นไม่ดี เพราะรบกวนในขณะดูข่าวหรือละคร ดังนั้นการนำเสนอข่าวสารของบริษัทมอบแก่ผู้บริโภคจึงควรมอบด้วยสื่อต่างๆของการประชาสัมพันธ์

7. สื่อโฆษณาธุรกิจมีมากขึ้น แต่ละบริษัทจึงต้องรู้จักเข้าหาสื่อเพื่อให้สินค้าหรือบริการของบริษัทเป็นที่รู้จักทั่วไป

8. ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงมากมายในด้านของรูปแบบการดำรงชีวิต (Life style) แนวความคิด (Concept) จึงจำเป็นต้องใช้สื่อต่างๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์และให้การศึกษาแก่คนทั้งหลาย

9. ปัจจุบันเป็นยุคของการตลาดเพื่อสังคม (Societal marketing) บริษัททั้งหลายจึงต้องจัดกิจกรรมสาธารณะ (Public affairs) เพื่อช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดี

10. กิจกรรมช่วยงานรัฐบาล (Government affairs) ซึ่งจะช่วยให้เกิดการรับรู้โดยรวดเร็วและเป็นที่ชื่นชอบแก่ประชาชนโดยการทำกิจกรรมสาธารณะ

วิพร บุญวัฒน์ (2542 : 27) ได้ให้แนวคิดการวิจัยเกี่ยวกับสื่อและเทคโนโลยีไว้ว่า สื่อและเทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นมีอยู่มากมาย หลายลักษณะด้วยกัน โดยมีวิธีการใช้ที่แตกต่างกันไป

ดังนั้นการเลือกใช้สื่อและเทคโนโลยีได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมจะเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรสถาบันกับกลุ่มเป้าหมายให้ได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือ ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินขององค์กรและสถาบันประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารจากฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง เพื่อเพิ่มทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ทั้งยังเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีขององค์กร ซึ่งการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญยิ่งในปัจจุบัน เพราะรูปแบบการดำรงชีวิต แนวคิดต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลงมากและรวดเร็ว

ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ

แมสโลว์ (Maslow, 2000 : 80 - 81) เป็นนักจิตวิทยาได้สร้างทฤษฎีการจูงใจของมนุษย์ ได้กล่าวไว้ว่า ความต้องการของมนุษย์แบ่งออกเป็น 5 ระดับ เรียงตามความสำคัญจากความต้องการต่ำสุดไปจนถึงความต้องการของมนุษย์สูงสุด โดยบุคคลจะพยายามตอบสนองความต้องการระดับต่ำกว่าก่อนที่ความต้องการระดับสูงกว่าจะเกิดขึ้น เมื่อความต้องการนี้ได้รับการตอบสนองจนเกิดความพอใจขึ้นมาความต้องการใหม่และระดับสูงกว่าจะเกิดขึ้นและบุคคลจะถูกจูงใจให้ทำการตอบสนอง เมื่อความต้องการนี้ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการใหม่ก็จะเกิดขึ้น ถ้าความต้องการระดับล่างที่ได้รับการตอบสนองจนพอใจแล้วเกิดกลับมาไม่พอใจอีกครั้งหนึ่ง บุคคลก็จะหันมาตอบสนองความต้องการในระดับดังกล่าวอีก

ซึ่งได้ลำดับความต้องการของมนุษย์จากระดับต่ำไประดับสูงได้ 5 ชั้น (Hierarchy of needs) ดังนี้

ระดับที่ 1 Physiological needs ความต้องการพื้นฐานเพื่อการอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ

ระดับที่ 2 Safety needs ความต้องการทางด้านความมั่นคงและปลอดภัย ส่วนมากเกี่ยวกับความปลอดภัยของร่างกาย

ระดับที่ 3 Social needs ความต้องการทางด้านสังคม เป็นความต้องการด้านความรัก ความพอใจ การมีส่วนร่วมและการยอมรับ

ระดับที่ 4 Egoistic needs ความต้องการที่สะท้อนให้เห็นความต้องการของบุคคลเกี่ยวกับการยอมรับตนเอง และความต้องการชื่อเสียงเกียรติศักดิ์ บารมี ฐานะ เป็นที่ยอมรับนับถือ จากคนอื่น

ระดับที่ 5 Self-actualization ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในชีวิต เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ คืออยากให้เกิดความสำเร็จในทุกสิ่งทุกอย่างตามความต้องการของตน



Maslow ' s Hierarchy of Needs

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นางลัทธน์ วัฒนาวณิชย์ (2533 : จ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อบริการเงินฝากประจำของธนาคารพาณิชย์ไทย กรณีเฉพาะลูกค้าธนาคารนครหลวงไทย จำกัด สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลตอบแทนและปัจจัยด้านพนักงานเป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจธนาคารมากที่สุด ในขณะที่ปัจจัยด้านภาพพจน์ ชื่อเสียงของธนาคาร เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่ำสุด และผู้ใช้บริการที่มีเงินฝากประจำเกิน 100,000 บาท มักใช้บริการกับธนาคารอื่นด้วยเพื่อการกระจายความเสี่ยง

ภักดี ดนัยพงศกร (2539 : 60 - 67) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยหนองจิก” ผลของการวิจัยพบว่า

1.ด้านพฤติกรรมการใช้บริการที่ธนาคาร ลูกค้าส่วนใหญ่จะไปใช้บริการคนเดียว และมักไปธนาคารวันจันทร์ ส่วนช่วงเวลาที่มักจะไปใช้บริการคือช่วงเวลาเช้า สำหรับพฤติกรรมกรรมการใช้บริการด้านการเงินของธนาคาร ส่วนใหญ่จะใช้บริการฝาก-ถอนเงิน โดยเข้าใช้บริการตามแผนกที่ติดต่อโดยดูจากป้ายที่ระบุฝ่ายด้วยตนเองแล้วยื่นเรื่องรอรับบริการด้วยตนเองตามลำดับจนเรียบร้อย ทั้งนี้ในด้านการกรอกเอกสารจะดู

ตามตัวอย่างที่ธนาคารติดไว้ ส่วนพฤติกรรมการใช้บริการทั่วไป พบว่าลูกค้าจะรับผิดชอบต่อฐานะการหนี้สินที่ในกรณีที่ต้องคอยการบริการจะนั่งรอคอยและระหว่างรอคอยจะมีการหยิบเอกสารข่าวสารของธนาคารอ่าน

2. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารอยู่ในระดับที่สูง

3. เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารตามตัวแปรด้านเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และศาสนา พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน.

นิคม สอาดเอี่ยม (2539 : 66-69) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาซีคอนสแควร์” ผลของการวิจัยพบว่า

1. ด้านสถานที่ พบว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับ “พอใจ” โดยด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ สถานที่ตั้งของธนาคาร

2. ด้านบริการฝาก ถอน โอนและชำระเงิน พบว่าผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ “พอใจ” โดยด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุดได้แก่เครื่อง ATM ที่ธนาคารมีไว้บริการ

3. ด้านสินเชื่อ พบว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับ “พอใจ” โดยด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ องค์ประกอบด้านการเรียกดูเอกสารประกอบการพิจารณาสินเชื่อ

กล่าวได้ว่า ผู้มาใช้บริการโดยภาพรวมของบริการทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับ “พอใจ” และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบความพึงพอใจในแต่ละด้านพบว่า อยู่ในระดับ “พอใจ” เช่นกัน

สุวัฒนา ไบเจริญ (2540 : 80-82) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคคำ)” ผลของการวิจัยพบว่า

1. การให้บริการในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้จากการให้บริการและด้านระยะเวลาในการดำเนินนั้น ลูกค้ามีความพึงพอใจมาก ส่วนด้านสถานที่ประกอบการ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับที่ปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในเรื่องของทำเลที่ตั้ง การจัดตกแต่งสถานที่ ความกว้างขวางและเอกสารสิ่งพิมพ์ที่จัดไว้ให้ลูกค้าขณะรอรับบริการนั้นมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนในเรื่องที่จอดรถจะมีความพึงพอใจในระดับน้อย

2. ลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียนมีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ ค้าขาย และอาชีพอื่นๆ

3. ลูกค้าที่อายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่ลูกค้าที่มีอายุ 7 – 15 ปี จะมีระดับความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่มีอายุ 16 ปีขึ้นไป

สุนทร พรณดวงเนตร (2540 : 43 - 45) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการฝาก-ถอนเงินของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในสาขาที่ใช้ระบบ CBPM. : ศึกษากรณีสาขาอุบลราชธานี” ผลของการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณาความพึงพอใจในองค์ประกอบพบว่า ความพึงพอใจในด้านพนักงานและการต้อนรับจะมีความพึงพอใจสูงสุด ส่วนความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับจะต่ำสุด ส่วนลำดับองค์ประกอบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการฝาก-ถอนเงินพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านพนักงานและการต้อนรับจะมีความพึงพอใจสูงสุด โดยพิจารณาเฉลี่ยจาก การแต่งกายของพนักงานและการสร้างบรรยากาศแห่งความเป็นมิตรที่ดี รองลงไปได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านสถานที่ประกอบการ โดยพิจารณาจากทำเลที่ตั้งของธนาคารและความกว้างขวางของพื้นที่จอดรถ ส่วนความพึงพอใจในด้านข้อมูลที่ได้รับบริการมีความพึงพอใจต่ำสุด โดยพิจารณาจากคำแนะนำตอบปัญหาเกี่ยวกับบริการเงินฝากต่างๆของธนาคารและการตอบปัญหาเกี่ยวกับการฝากถอนเงิน ส่วนภูมิหลังของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับของลูกค้าคือ

ด้านการศึกษาซึ่งลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะมีความพึงพอใจต่อการบริการฝาก-ถอนเงินมากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ทั้งนี้เมื่อพิจารณาภูมิหลังของลูกค้าด้านอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนเงินบัญชีเงินฝาก ระยะเวลาที่ติดต่อ

กับธนาคาร ความสัมพันธ์ส่วนตัวกับพนักงานหรือผู้จัดการและการมาใช้บริการได้รับทราบข้อมูลจากแหล่งใด ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนเงิน

จุมพล สัตยาภรณ์ (2542 : 75 - 79) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ทัศนะของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร: ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา” ผลการวิจัยพบว่า ทัศนะของลูกค้าต่อการให้บริการด้านอาคารสถานที่ ด้านบริการ ด้านผลตอบแทน ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในภาพรวม พบว่าลูกค้ามีความพอใจต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธ.ก.ส. แต่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือ

1.ธนาคารควรจัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ให้ลูกค้ารู้จักระเบียบขั้นตอนและวิธีการทำนิติกรรมต่าง ๆ และผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าจะได้รับเพื่อความสะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง

2.ธนาคารควรมีการจัดลำดับการเข้ารับบริการในช่วงที่ลูกค้ามาติดต่อใช้บริการจำนวนมาก และควรติดตั้งเครื่อง ATM เพื่อความสะดวกรวดเร็ว

3. ธนาคารควรมีการปรับปรุงอาคารสถานที่ เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายต่อลูกค้า

4. ธนาคารควรกำหนดจำนวนเงินฝากขั้นต่ำที่ฝากแต่ละครั้ง ควรได้รับการพิจารณาแก้ไข

5. เรื่องอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ธนาคารควรกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งขั้นได้

ปฐมพงศ์ ปราณี่ประชากราษฎร์ (2543 : 53 - 55) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านเงินฝากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอุบลราชธานี” ผลของการวิจัยใน 4 ด้านพบว่า

1. ความพึงพอใจด้านพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยองค์ประกอบที่พึงพอใจมากที่สุดตามลำดับคือ การแต่งกายของพนักงาน ความสุภาพอ่อนโยน และความรู้ความสามารถ

2. ความพึงพอใจในด้านการบริการ โดยองค์ประกอบที่พึงพอใจมากที่สุดตามลำดับคือ ความปลอดภัยเมื่อเข้ามาใช้บริการ การแจ้งยอดเงินกู้ให้ลูกค้าและการให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ความซื่อตรงต่อการให้บริการ การอนุโลมในบางกรณี และการจัดจำนวนพนักงานไว้บริการมีความพึงพอใจต่ำสุด

3. ความพึงพอใจในด้านสถานที่โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาองค์ประกอบที่พึงพอใจมากที่สุดตามลำดับคือ ความสะอาด ความเป็นระเบียบ การจัดที่พักรับลูกค้าขณะรอรับบริการ ความภูมิฐานของธนาคาร การพอเพียงในเรื่องการจอดรถและการจัดหนังสือพิมพ์หรือวารสารให้ลูกค้าต่ำสุด

4. ความพึงพอใจในด้านความก้าวหน้าในการบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยองค์ประกอบมากที่สุดตามลำดับคือ การมีบริการเงินฝากหลายประเภทให้เลือก การนำคอมพิวเตอร์มาช่วยบริการ ส่วนความพึงพอใจด้านการฝาก-ถอนต่างสาขา มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนตัวแปรภูมิหลังที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และความเป็นญาติกับพนักงาน ธกส.

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ จำนวน 4,583 คน ข้อมูล ณ. 31 ธันวาคม 2543 (รายงานแหล่งที่มาของเงินทุน . 2543 :1)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตาราง ทาโร ยามาเน่ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541 : 24 ; อ้างอิงจาก Taro Yamane. n.d.) โดยยอมให้เกิดความผิดพลาดร้อยละ 5 และต้องการความเชื่อถือได้ร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง 370 คน และเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนของประชากรที่ดีขึ้นจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 ราย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าชนิด 5 ตัวเลือก โดยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ โดยแบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ

1. ด้านการบริการทั่วไป จำนวน 14 ข้อ
2. ด้านการบริการเงินฝาก จำนวน 13 ข้อ
3. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำนวน 14 ข้อ

4. ด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 12 ข้อ

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้

คะแนน 5 หมายถึง ระดับพึงพอใจมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง ระดับพึงพอใจมาก

คะแนน 3 หมายถึง ระดับพึงพอใจปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ระดับพึงพอใจน้อย

คะแนน 1 หมายถึง ระดับพึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนท้ายของแบบสอบถามในแต่ละด้าน เป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อรับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการแต่ละด้าน นอกเหนือจากคำถามที่สร้างขึ้น

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาลักษณะ รูปแบบ และวิธีการเขียนแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย แนวคิดทฤษฎี และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา

2. สัมภาษณ์ลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรดิจิทัลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการขั้นต้น เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3. รวบรวมสาระและเนื้อหาต่างๆที่ได้จากเอกสาร งานวิจัย แนวคิดทฤษฎี ผลการวิจัย และการสัมภาษณ์ เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ

4. นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมนั้นมาสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าใน 4 ด้าน คือ ด้านการบริการทั่วไป ด้านการบริการเงินฝาก ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์

5. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบ เสนอแนะ และปรับปรุงแก้ไข

6. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว ไปตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านคือ

6.1 รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตน์

6.2 อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง

6.3 อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ

7. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้งให้สมบูรณ์ก่อนทดลอง (Try out)

8. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์แล้ว ไปทดลองใช้กับลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรดิจิทัลที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 ราย ระหว่างวันที่ 27 สิงหาคม 2544 ถึง วันที่ 7 กันยายน 2544 และนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน แล้วเลือกข้อที่มีค่าอำนาจจำแนก ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้ข้อคำถามจำนวน 53 ข้อ คือ ด้านการบริการทั่วไป จำนวน 14 ข้อ ด้านการบริการเงินฝาก จำนวน 13 ข้อ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำนวน 14 ข้อ และด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 12 ข้อ

9. วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จากแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือก โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha- Coefficient) โดยใช้สูตรของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.93

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอน ดังนี้

- 1. ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
- 2. ติดต่อพนักงานของด้านระดมเงินฝากและธนบดีชนกิจ เพื่อขอความร่วมมือในการช่วยส่งแบบสอบถามให้ลูกค้า
- 3. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่จะตอบแบบสอบถาม
- 4. นำแบบสอบถามพร้อมหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ไปดำเนินการให้ลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝาก และธนบดีชนกิจตอบแบบสอบถาม ดังนี้
 - 4.1 นำแบบสอบถามให้ลูกค้าด้านระดมเงินฝากและธนบดีชนกิจที่มาติดต่อธนาคารตอบ
 - 4.2 ส่งแบบสอบถามให้แก่ลูกค้าที่โทรศัพท์เข้ามาติดต่อใช้บริการในช่วงเวลาที่ศึกษาค้นคว้า โดยให้พนักงานส่งเอกสารเป็นผู้รับส่งแบบสอบถามนั้น

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยกระทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ (Statistical Package for the Social Sciences / Personal Computer Plus) โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

- 1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รวบรวมจำนวน 400 ชุด มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ เพื่อเตรียมนำมาวิเคราะห์
- 2. วิเคราะห์สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถามโดยวิธีหาค่าร้อยละ
- 3. วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้า โดยการหาค่าเฉลี่ย(Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard deviation) เป็นรายด้านและรายข้อ ซึ่งพิจารณาประเมินตามเกณฑ์ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 10)

I =

ความกว้างของชั้น

=

ค่าสูงสุด - ค่าต่ำสุด

จำนวนชั้น

=

5 - 1

5

=

0.80

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

4.เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ด้านระดมเงินฝากและธนบัตรชนิดจ
ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบค่า t – test และระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2
กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) ถ้าพบความแตก
ต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference)

5. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดนำมาแจกแจงความถี่

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติพื้นฐาน

1.1 ค่าร้อยละ

1.2 หาค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตร

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

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

1.3 หาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานใช้สูตร

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

เมื่อ $S.D.$ แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

N แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

2. สถิติใช้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

2.1 ค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) ของแบบสอบถามเป็นรายข้อ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์
อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation) โดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้ (สุณี รักษา
เกียรติศักดิ์. 2539 : 117)

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2] [N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ	r	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum X$	แทน	ผลรวมคะแนนรายข้อ (Item) ของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum Y$	แทน	ผลรวมคะแนนรวม (Total) ของทั้งกลุ่ม
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum Y^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum XY$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y
	N	แทน	จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

2.2 ค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability of the test) โดยใช้วิธีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha – Coefficient) ของ Cronbach

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

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อถือได้
	n	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\sum s_i^2$	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	s_t^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ตามตัวแปรเพศ โดยใช้สถิติ t – test (วิเชียร เกตุสิงห์ . 2541 : 80)

ในกรณีความแปรปรวน 2 กลุ่มไม่เท่ากัน $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$ ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

ในกรณีความแปรปรวน 2 กลุ่มเท่ากัน $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$ ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left\{ \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right\}}}$$

ทั้งสองสูตร			
เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน $t - distribution$
	$\bar{X}_1, \bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และ กลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	S_1^2, S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และ กลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	n_1, n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

3.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ตามตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนเงินฝากรวม และระยะเวลาการเป็นลูกค้า โดยใช้การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541 : 83 – 84)

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

F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน $F - distribution$
MS_b	แทน	ความแปรปรวน (Mean Square) ระหว่างกลุ่ม
MS_w	แทน	ความแปรปรวน (Mean Square) ภายในกลุ่ม

3.3 ถ้าพบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ จึงทดสอบเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Least significant difference)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีชนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F - distribution
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Squares)
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอ โดยแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีชนกิจธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการบริการทั่วไป ด้านการบริการเงินฝาก ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีชนกิจธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการบริการทั่วไป ด้านการบริการเงินฝาก ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 4 การรวบรวมเป็นความถี่ของข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีชนกิจธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการบริการทั่วไป ด้านการบริการเงินฝาก ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ จากแบบสอบถามปลายเปิดในตอนท้ายของแบบสอบถามแต่ละด้าน โดยที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 โดยใช้วิธีการนำเสนอในรูปความถี่

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีชนีกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยนำเสนอในรูปแบบความถี่และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีชนีกิจ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนเงินฝากรวม และระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	175	43.75
หญิง	225	56.25
2. อายุ		
ต่ำกว่า 26 - 35 ปี	129	32.25
36 - 45 ปี	133	33.25
46 - 55 ปี	74	18.50
56 ปีขึ้นไป	64	16.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	64	16.00
ปริญญาตรี	248	62.00
สูงกว่าปริญญาตรี	88	22.00
4. อาชีพ		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	66	16.50
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	112	28.00
พนักงานบริษัทเอกชน	188	47.00
อื่นๆ	34	8.50

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 - 25,000 บาท	117	29.25
25,001 - 40,000 บาท	103	25.75
40,001 - 55,000 บาท	60	15.00
สูงกว่า 55,000 บาทขึ้นไป	120	30.00
6. จำนวนเงินฝากรวม		
10,000 - 500,000 บาท	96	24.00
500,001 - 1,000,000 บาท	81	20.25
1,000,001 - 5,000,000 บาท	89	22.25
5,000,001 - 10,000,000 บาท	39	9.75
สูงกว่า 10,000,000 บาทขึ้นไป	95	23.75
7. ระยะเวลาการเป็นลูกค้า		
ต่ำกว่า 1 ปี	65	16.25
1 - 2 ปี	143	35.75
2 ปีขึ้นไป	192	48.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 1 แสดงว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 36 – 45 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้สูงกว่า 55,000 บาทขึ้นไป จำนวนเงินฝากรวมอยู่ระหว่าง 10,000 – 500,000 บาท และส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไป

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ จำแนกตามประเภท
บริการเงินฝาก

ประเภทการบริการเงิน ฝาก	จำนวนลูกค้า ใช้บริการ	ร้อยละ	จำนวนลูกค้า ไม่ใช้บริการ	ร้อยละ	จำนวนลูกค้า รวม	ร้อยละ
1.เงินฝากประจำประเภท สมุดเงินฝากประจำ	46	11.50	354	88.50	400	100
2.เงินฝากประจำประเภท ปลอดภาษี	42	10.50	358	89.50	400	100
3.เงินฝากประจำประเภท ใบรับเงินฝากประจำ	396	99.00	4	1.00	400	100
4.เงินฝากออมทรัพย์	151	37.75	249	62.25	400	100
5.เงินฝากออมทรัพย์ ธุรกิจ	3	0.75	397	99.25	400	100
6.เงินฝากกระแสรายวัน	31	7.75	369	92.25	400	100

จากตาราง 2 แสดงว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจที่ใช้บริการเงินฝากใน
แต่ละประเภทบริการมากกว่า 1 ประเภท บริการที่ใช้มากที่สุดคือ บริการเงินฝากประจำประเภทใบรับเงินฝาก
ประจำ ส่วนบริการที่ใช้น้อยที่สุด คือบริการเงินฝากออมทรัพย์ธุรกิจ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและ
ธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

เป็นการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ
ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้านคือ ด้านการบริการทั่วไป
ด้านการบริการเงินฝาก ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยง
เบนมาตรฐาน ดังตาราง 3

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและ
ธนบดีธนกิจ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านการบริการทั่วไป	3.57	0.37	มาก
2. ด้านการบริการเงินฝาก	3.53	0.36	มาก
3. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	3.92	0.44	มาก
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	2.99	0.48	ปานกลาง
รวม	3.50	0.31	มาก

จากตาราง 3 แสดงว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธน
กิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าพึงพอใจทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น
ด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและ
ธนบัตรธนกิจ ในด้านการบริการทั่วไป

ด้านการบริการทั่วไป	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. การให้บริการในภาพรวมของด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจที่ปฏิบัติอยู่ขณะนี้	3.76	0.60	มาก
2. บริการที่นำเสนอของด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ มีการพัฒนาสม่ำเสมอ	3.55	0.63	มาก
3. บริการข้อมูลที่นำเสนอมีความเป็นปัจจุบัน	3.46	0.66	มาก
4. ลักษณะการบริการของศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ (BANKTHAI Care Center) มีความชัดเจน	2.88	0.71	ปานกลาง
5. ความคล่องตัวของขั้นตอนในการให้บริการของด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ	3.71	0.64	มาก
6. การเสนอบริการครบวงจร ณ จุดขาย (One stop services)	3.29	0.70	ปานกลาง
7. การประสานงานในการนำเสนอบริการเมื่อต้องการใช้บริการอื่นของธนาคาร	3.36	0.69	ปานกลาง
8. การได้รับผ่อนผันและยืดหยุ่นในกฎระเบียบของลูกค้าในบางกรณี	3.14	0.75	ปานกลาง
9. ความสะอาดด้านสถานที่บริการ	3.53	0.74	มาก
10. ความสะอาดด้านสถานที่บริการ	3.83	0.60	มาก
11. ความรวดเร็วทันใจในการบริการของด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ	4.03	0.62	มาก
12. การได้รับการช่วยเหลือแก้ไขทันทีที่ลูกค้ามีปัญหา	3.75	0.63	มาก
13. ความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย ในการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ	3.69	0.56	มาก
14. การอำนวยความสะดวกในการบริการของด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ	3.98	0.59	มาก
รวม	3.57	0.37	มาก

จากตาราง 4 แสดงว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีชนกิจ มีความพึงพอใจด้านการบริการทั่วไป โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมาก ยกเว้นลักษณะการบริการของศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ (BANKTHAI Care Center) มีความชัดเจน การเสนอบริการครบวงจร ณ.จุดขาย (One stop services) การประสานงานในการนำเสนอบริการเมื่อต้องการใช้บริการอื่นของธนาคาร และการได้รับผ่อนผันและยืดหยุ่นในกฎระเบียบของลูกค้าในบางกรณี อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและ
ธนบัตรธนกิจ ในด้านการบริการเงินฝาก

ด้านการบริการเงินฝาก	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. ความสะดวกในการเปิดบัญชี	4.00	0.62	มาก
2. ความสะดวกในการฝากเงิน	4.05	0.57	มาก
3. ความสะดวกในการถอนเงิน	3.86	0.70	มาก
4. จำนวนประเภทบัญชีเงินฝากที่น่าสนใจ บริการอยู่ในปัจจุบัน	3.45	0.56	มาก
5. เงื่อนไขการบริการของเงินฝาก	3.35	0.58	ปานกลาง
6. เงื่อนไขด้านระยะเวลาของเงินฝาก	3.38	0.59	ปานกลาง
7. อัตราดอกเบี้ยของบัญชีเงินฝากออมทรัพย์	2.87	0.73	ปานกลาง
8. อัตราดอกเบี้ยของบัญชีเงินฝากประจำ	2.96	0.74	ปานกลาง
9. คุณภาพการบริการเงินฝาก	3.74	0.59	มาก
10. ความสวยงามของสมุดรูปเล่มเงินฝาก	3.35	0.64	ปานกลาง
11. ความรวดเร็วของระบบการฝากเงิน	3.71	0.60	มาก
12. การบริการลูกค้าหลังจากฝากเงินแล้ว ด้วยการเยี่ยมเยียน	3.59	0.76	มาก
13. การบริการลูกค้าหลังจากฝากเงินแล้วด้วย การแจ้งข้อมูลที่ควรทราบ	3.56	0.71	มาก
รวม	3.53	0.36	มาก

จากตาราง 5 แสดงว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ มีความพึงพอใจด้าน
การบริการเงินฝาก โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมาก ยกเว้นเงื่อนไข
การบริการของเงินฝาก เงื่อนไขด้านระยะเวลาของเงินฝาก อัตราดอกเบี้ยของบัญชีเงินฝากออมทรัพย์
อัตราดอกเบี้ยของบัญชีเงินฝากประจำ และความสวยงามของสมุดรูปเล่มเงินฝาก อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและ
ธนบัตรธนกิจ ในด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. พนักงานมีความรอบรู้ ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่	3.74	0.62	มาก
2. ความแม่นยำถูกต้องของพนักงานในรูปแบบการเสนอบริการต่างๆของธนาคาร	3.74	0.66	มาก
3. พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยนและมีอัธยาศัยไมตรี	4.25	0.60	มากที่สุด
4. เอาใจใส่และกระตือรือร้นต่อการบริการลูกค้า	4.14	0.58	มาก
5. พนักงานปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรวดเร็วคล่องตัว	4.04	0.63	มาก
6. มีความสามารถชี้แจงข้อซักถามของลูกค้า	3.84	0.65	มาก
7. การใช้น้ำเสียงและลักษณะการสนทนาสุภาพ	4.25	0.58	มากที่สุด
8. มีความตรงต่อเวลาในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ	3.92	0.67	มาก
9. การปฏิบัติตนต่อลูกค้าอย่างเสมอภาค	3.83	0.66	มาก
10. สามารถสร้างบรรยากาศแห่งความเป็นมิตรที่ดี	4.20	0.59	มาก
11. การแต่งกายของพนักงาน	3.97	0.55	มาก
12. การบริการของพนักงานในช่วงเที่ยงวัน	3.34	0.74	ปานกลาง
13. บุคลิกภาพโดยรวมของพนักงาน	3.99	0.53	มาก
14. สามารถแนะนำและเชิญชวนใช้บริการด้านอื่นนอกเหนือจากบริการเงินฝาก	3.66	0.62	มาก
รวม	3.92	0.44	มาก

จากตาราง 6 แสดงว่า ลูกค้าผู้ให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ มีความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยนและมีอัธยาศัยไมตรี การใช้น้ำเสียงและลักษณะการสนทนาสุภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนข้ออื่นๆอยู่ในระดับมาก ยกเว้นการบริการของพนักงานในช่วงเที่ยงวัน อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและ
ธนบดีธนกิจ ในด้านการประชาสัมพันธ์

ด้านการประชาสัมพันธ์	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. การแจ้งข่าวสารการบริการใหม่ๆของธนาคาร	3.29	0.67	ปานกลาง
2. การแจ้งข่าวสารด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านเงินฝาก	3.41	0.65	มาก
3. การแจ้งข่าวสารด้านการเปลี่ยนแปลงอัตรา ดอกเบี้ย	3.63	0.71	มาก
4. ความสม่ำเสมอในการประชาสัมพันธ์	3.07	0.76	ปานกลาง
5. ประชาสัมพันธ์ข่าวเงินฝากทางสื่อโทรศัพท์	3.22	0.86	ปานกลาง
6. ประชาสัมพันธ์ข่าวเงินฝากทางสื่อหนังสือพิมพ์	2.33	0.84	น้อย
7. ประชาสัมพันธ์ข่าวเงินฝากทางสื่อโปสเตอร์	2.42	0.82	น้อย
8. ประชาสัมพันธ์ข่าวทางสื่อแผ่นพับ	2.56	0.83	น้อย
9. การจัดให้มีโปรแกรมชิงโชคเงินฝาก	2.98	0.83	ปานกลาง
10. การจัดให้มีการแจกของแถมเมื่อใช้บริการ ชำระค่าสาธารณูปโภคผ่านบัญชีเงินฝาก	2.95	0.85	ปานกลาง
11. บริการข้อมูลและสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับธุรกิจ ของธนาคาร	2.66	0.74	ปานกลาง
12. ภาพพจน์ของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)	3.34	0.56	ปานกลาง
รวม	2.99	0.48	ปานกลาง

จากตาราง 7 แสดงว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ มีความพึงพอใจด้าน
การประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การแจ้งข่าวสารด้านการ
ส่งเสริมการตลาดด้านเงินฝาก การแจ้งข่าวสารด้านการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย อยู่ในระดับมาก ส่วนข้อ
อื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นประชาสัมพันธ์ข่าวเงินฝากทางสื่อหนังสือพิมพ์ ประชาสัมพันธ์ข่าวเงิน
ฝากทางสื่อโปสเตอร์ และประชาสัมพันธ์ข่าวเงินฝากทางสื่อแผ่นพับ อยู่ในระดับน้อย

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและ
ธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

เป็นการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ
ทั้ง 4 ด้านคือ ด้านการบริการทั่วไป ด้านการบริการเงินฝาก ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านการ
ประชาสัมพันธ์ จำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนเงินฝากรวม
และระยะเวลาการเป็นลูกค้า เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังแสดงในตาราง 8 ถึง 27

3.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ลูกค้าที่เพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ
ด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ แตกต่างกันทั้ง 4
ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 8

ตาราง 8 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ
ของลูกค้า ที่เพศต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการใช้บริการด้าน ระดมเงินฝากและธนบดี ธนกิจ	ชาย (N = 175)			หญิง (N = 225)			t
	ระดับความ			ระดับความ			
	X	S	พึงพอใจ	X	S	พึงพอใจ	
ด้านการบริการทั่วไป	3.55	.33	มาก	3.58	.39	มาก	.504
ด้านการบริการเงินฝาก	3.56	.34	มาก	3.50	.37	มาก	.078
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	3.93	.40	มาก	3.91	.46	มาก	.715
ด้านการประชาสัมพันธ์	2.97	.47	ปานกลาง	3.00	.49	ปานกลาง	.502
รวม	3.50	.28	มาก	3.50	.31	มาก	.859

ตาราง 8 แสดงว่า ลูกค้าที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการด้านระดมเงินฝากและ
ธนบดีธนกิจ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 9

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรนกิจ จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการ ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและ ธนบัตรนกิจ	ต่ำกว่า 26 - 35 ปี		36 - 45 ปี		46 - 55 ปี		56 ปีขึ้นไป	
	ระดับความ พึงพอใจ		ระดับความ พึงพอใจ		ระดับความ พึงพอใจ		ระดับความ พึงพอใจ	
	X	S	X	S	X	S	X	S
ด้านการบริการทั่วไป	3.52	.32	3.55	.40	3.63	.35	3.63	.38
ด้านการบริการเงินฝาก	3.49	.32	3.47	.35	3.60	.38	3.64	.38
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	3.81	.37	3.88	.44	4.02	.42	4.11	.50
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.02	.46	2.95	.47	3.04	.52	2.94	.51
รวม	3.46	.27	3.46	.31	3.57	.29	3.58	.32

ตาราง 9 แสดงว่า ลูกค้ำที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรนกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจที่มีอายุต่างกัน

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ด้านการบริการทั่วไป	ระหว่างกลุ่ม	3	.83	.28	2.08
	ภายในกลุ่ม	396	52.65	.13	
	รวม	399	53.48		
ด้านการบริการเงินฝาก	ระหว่างกลุ่ม	3	1.76	.59	4.76**
	ภายในกลุ่ม	396	48.73	.12	
	รวม	399	50.49		
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	4.70	1.57	8.72**
	ภายในกลุ่ม	396	71.14	.18	
	รวม	399	75.84		
ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	3	.71	.24	1.01
	ภายในกลุ่ม	396	92.63	.23	
	รวม	399	93.34		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.17	.39	4.40**
	ภายในกลุ่ม	396	35.12	.09	
	รวม	399	36.29		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 10 แสดงว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณารายด้านทั้ง 4 ด้านพบว่าด้านการบริการเงินฝากและด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ในด้านการบริการเงินฝากและด้านพนักงานผู้ให้บริการ แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง 11

ตาราง 11 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ
ของด้านการบริการเงินฝาก เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามอายุ

ระดับอายุ	$\bar{X}$	ระดับอายุ			
	ด้านการบริการ เงินฝาก	ต่ำกว่า 26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 ปีขึ้นไป
		3.49	3.47	3.60	3.64
ต่ำกว่า 26 – 35 ปี	3.49	-	.02	.11* ✓ ①	.15** ✓ ②
36 – 45 ปี	3.47		-	.13* ✓ ③	.17** ✓ ④
46 – 55 ปี	3.60			-	.04
56 ปีขึ้นไป	3.64				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 11 แสดงว่า ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 46 – 55 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านการบริการเงินฝากมากกว่าลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 26 – 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านการบริการเงินฝากมากกว่าลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 26 – 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 46 – 55 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านการบริการเงินฝากมากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และลูกค้าที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านการบริการเงินฝากมากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลูกค้าที่มีอายุในระดับอื่น มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านการบริการเงินฝาก แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ
ของด้านพนักงานผู้ให้บริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามอายุ

ระดับอายุ	$\bar{X}$	ระดับอายุ			
	ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ	ต่ำกว่า 26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 ปีขึ้นไป
		3.81	3.88	4.02	4.11
ต่ำกว่า 26 – 35 ปี	3.81	-	.07	.20**	.30**
36 - 45 ปี	3.88		-	.13*	.23**
46 - 55 ปี	4.02			-	.10
56 ปีขึ้นไป	4.11				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 12 แสดงว่า ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 46 – 55 ปีและ 56 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 26 – 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 46 – 55 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และลูกค้าที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลูกค้าที่มีอายุในระดับอื่น มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 13

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ	ต่ำกว่าปริญญาตรี			ปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี		
	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการบริการทั่วไป	3.58	.36	มาก	3.57	.38	มาก	3.54	.32	มาก
ด้านการบริการเงินฝาก	3.60	.38	มาก	3.52	.36	มาก	3.50	.31	มาก
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	4.00	.44	มาก	3.90	.46	มาก	3.92	.36	มาก
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.05	.50	ปานกลาง	2.96	.48	ปานกลาง	3.02	.48	ปานกลาง
รวม	3.56	.31	มาก	3.49	.31	มาก	3.49	.27	มาก

ตาราง 13 แสดงว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ
ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F
ด้านการบริการทั่วไป	ระหว่างกลุ่ม	2	.11	.05	.40
	ภายในกลุ่ม	397	53.37	.13	
	รวม	399	53.48		
ด้านการบริการเงินฝาก	ระหว่างกลุ่ม	2	.42	.21	1.65
	ภายในกลุ่ม	397	50.08	.13	
	รวม	399	50.49		
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.44	.22	1.16
	ภายในกลุ่ม	397	75.40	.19	
	รวม	399	75.84		
ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	.51	.26	1.10
	ภายในกลุ่ม	397	92.83	.23	
	รวม	399	93.34		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	.23	.11	1.24
	ภายในกลุ่ม	397	36.06	.09	
	รวม	399	36.29		

ตาราง 14 แสดงว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ โดยรวมและพิจารณาเป็นรายด้านแต่ละด้านพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรดิจิทัล ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 15

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรดิจิทัล จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อ การใช้บริการด้านระดม เงินฝากและธนบัตรดิจิทัล	รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ			ประกอบธุรกิจส่วนตัว			พนักงานบริษัทเอกชน			อื่นๆ			
	—	X	S	ระดับความ พึงพอใจ	—	X	S	ระดับความ พึงพอใจ	—	X	S	ระดับความ พึงพอใจ	
ด้านการบริการทั่วไป	3.56		.39	มาก	3.52		.36	มาก	3.58		.34	มาก	.45
ด้านการบริการเงินฝาก	3.47		.42	มาก	3.49		.34	มาก	3.56		.34	มาก	.35
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	3.83		.41	มาก	3.92		.46	มาก	3.92		.41	มาก	.48
ด้านการประชาสัมพันธ์	2.92		.50	ปานกลาง	3.04		.50	ปานกลาง	3.00		.47	ปานกลาง	.43
รวม	3.45		.35	มาก	3.49		.30	มาก	3.51		.29	มาก	.28

ตาราง 15 แสดงว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรดิจิทัล โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจที่มีอาชีพต่างกัน

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MF	F
ด้านการบริการทั่วไป	ระหว่างกลุ่ม	3	.52	.17	1.30
	ภายในกลุ่ม	396	52.96	.13	
	รวม	399	53.48		
ด้านการบริการเงินฝาก	ระหว่างกลุ่ม	3	.67	.22	1.77
	ภายในกลุ่ม	396	49.82	.13	
	รวม	399	50.49		
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.25	.75	4.03**
	ภายในกลุ่ม	396	73.59	.19	
	รวม	399	75.84		
ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	3	1.23	.41	1.77
	ภายในกลุ่ม	396	92.11	.23	
	รวม	399	93.34		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	.36	.12	1.32
	ภายในกลุ่ม	396	35.93	.09	
	รวม	399	36.29		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 16 แสดงว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านพนักงานผู้ให้บริการ แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการ LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง 17

ตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ
ของด้านพนักงานผู้ให้บริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	Χ	อาชีพ			
	ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ	รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงานบริษัท เอกชน	อื่นๆ
		3.83	3.92	3.92	4.14
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3.83	-	.09	.09	.31**
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	3.92		-	.00	.22**
พนักงานบริษัท เอกชน	3.92		-	-	.22**
อื่นๆ	4.14				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 17 แสดงว่า ลูกค้าที่มีอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและ
ธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มากกว่าลูกค้าที่มี
อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .01

3.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรดิจิทัล (มหาชน) สำคัญมากใหญ่ แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 18

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรดิจิทัล จำแนกตามระดับรายได้

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรดิจิทัล	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,000 – 25,000 บาท		25,0001 – 40,000 บาท		40,001 – 55,000 บาท		สูงกว่า 55,000 บาทขึ้นไป	
	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S
ด้านการบริการทั่วไป	3.57	.41	3.56	.38	3.60	.33	3.56	.33	3.56	.33
ด้านการบริการเงินฝาก	3.52	.31	3.50	.39	3.56	.34	3.54	.37	3.54	.37
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	3.82	.40	3.94	.42	3.98	.41	3.98	.48	3.98	.48
ด้านการประชาสัมพันธ์	2.96	.48	3.02	.47	3.52	.56	3.01	.46	3.01	.46
รวม	3.47	.29	3.50	.32	3.52	.28	3.52	.30	3.52	.30

ตาราง 18 แสดงว่า ลูกค้าที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรดิจิทัล โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจที่มีรายได้ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F
ด้านการบริการทั่วไป	ระหว่างกลุ่ม	3	.08	.03	.19
	ภายในกลุ่ม	396	53.40	.14	
	รวม	399	53.48		
ด้านการบริการเงินฝาก	ระหว่างกลุ่ม	3	.16	.05	.42
	ภายในกลุ่ม	396	50.33	.13	
	รวม	399	50.49		
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.83	.61	3.27*
	ภายในกลุ่ม	396	74.00	.19	
	รวม	399	75.83		
ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	3	.32	.11	.45
	ภายในกลุ่ม	396	93.02	.24	
	รวม	399	93.34		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	.23	.08	.85
	ภายในกลุ่ม	396	36.06	.09	
	รวม	399	36.29		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 19 แสดงว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านพนักงานผู้ให้บริการ แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการ LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง 20

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ
ของด้านพนักงานผู้ให้บริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามรายได้

รายได้	X ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ	รายได้			
		น้อยกว่า 10,000 - 25,000 บาท	25,001 - 40,000 บาท	40,001 - 55,000 บาท	สูงกว่า 55,000 บาทขึ้นไป
		3.82	3.94	3.98	3.98
น้อยกว่า 10,000 - 25,000 บาท	3.82	-	.12*	.15*	.16**
25,001 - 40,000 บาท	3.94		-	.04	.05
40,001 - 55,000 บาท	3.98			-	.00
สูงกว่า 55,000 บาทขึ้นไป	3.98				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 20 แสดงว่า ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 25,001 – 40,000 บาทและระหว่าง 40,001 – 55,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่มีรายได้สูงกว่า 55,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลูกค้าที่มีรายได้ในระดับอื่น มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 ลูกค้ำที่มีจำนวนเงินฝากรวมต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดับทัศนกิจ ธนาคารไทย
ธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 21

ตาราง 21 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดับทัศนกิจ โดยจำแนกตามจำนวนเงินฝากรวม

ความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการใช้บริการด้านระดับ เงินฝากและทัศนกิจ	10,000 – 500,000			500,001 – 1,000,000			1,000,001 – 5,000,000			5,000,001 – 10,000,000			สูงกว่า 10,000,000		
	บาท			บาท			บาท			บาท			บาทขึ้นไป		
	$\bar{X}$	S	ระดับความ พึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับความ พึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับความ พึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับความ พึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านการบริการทั่วไป	3.52	.36	มาก	3.55	.38	มาก	3.54	.38	มาก	3.56	.36	มาก	3.66	.33	มาก
ด้านการบริการเงินฝาก	3.51	.35	มาก	3.50	.36	มาก	3.51	.36	มาก	3.49	.30	มาก	3.61	.36	มาก
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	3.79	.39	มาก	3.87	.43	มาก	3.95	.40	มาก	4.00	.43	มาก	4.04	.48	มาก
ด้านการประชาสัมพันธ์	2.99	.47	ปานกลาง	2.95	.49	ปานกลาง	2.96	.53	ปานกลาง	2.90	.51	ปานกลาง	3.08	.43	ปานกลาง
รวม	3.45	.30	มาก	3.47	.31	มาก	3.49	.31	มาก	3.49	.27	มาก	3.60	.29	มาก

ตาราง 21 แสดงว่า ลูกค้ำที่มีจำนวนเงินฝากรวมแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดับทัศนกิจ โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณา
เป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ที่มีจำนวนเงินฝากรวมต่างกัน

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ด้านการบริการทั่วไป	ระหว่างกลุ่ม	4	1.21	.30	2.28
	ภายในกลุ่ม	395	52.27	.13	
	รวม	399	53.48		
ด้านการบริการเงินฝาก	ระหว่างกลุ่ม	4	.80	.20	1.59
	ภายในกลุ่ม	395	49.69	.13	
	รวม	399	50.49		
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.29	.82	4.48**
	ภายในกลุ่ม	395	72.55	.18	
	รวม	399	75.84		
ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	4	1.29	.32	1.38
	ภายในกลุ่ม	395	92.05	.23	
	รวม	399	93.34		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	1.21	.30	3.41**
	ภายในกลุ่ม	395	35.08	.08	
	รวม	399	36.29		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 22 แสดงว่า ลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านพนักงานผู้ให้บริการแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการ LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง 23

ตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ
ของด้านพนักงานผู้ให้บริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามจำนวนเงินฝากรวม

จำนวน เงินฝากรวม	$\bar{X}$ ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ	จำนวนเงิน ฝากรวม				
		10,000 – 500,000 บาท	50,001 – 1,000,000 บาท	1,000,001 – 5,000,000 บาท	5,000,001 – 10,000,000 บาท	สูงกว่า 10,000,000 บาทขึ้นไป
		3.79	3.87	3.95	4.00	4.04
10,000 – 500,000 บาท	3.79	-	.08	.16*	.21*	.25**
500,001 – 1,000,000 บาท	3.87		-	.08	.13	.17*
1,000,001 – 5,000,000 บาท	3.95			-	.05	.09
5,000,001 – 10,000,000 บาท	4.00				-	.04
สูงกว่า 10,000,000 บาทขึ้นไป	4.04					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 23 แสดงว่า ลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมระหว่าง 1,000,001 – 5,000,000 บาทและระหว่าง 5,000,001 – 10,000,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมระหว่าง 10,000 – 500,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมสูงกว่า 10,000,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมระหว่าง 10,000 – 500,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมสูงกว่า 10,000,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมระหว่าง 500,001 – 1,000,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมในระดับอื่น มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.7 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 24

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการใช้บริการด้าน ระดมเงินฝากและธนบดี ธนกิจ	ต่ำกว่า 1 ปี			1 – 2 ปี			2 ปีขึ้นไป		
	$\bar{X}$	S	ระดับความ พึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับความ พึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านการบริการทั่วไป	3.45	.29	มาก	3.57	.38	มาก	3.60	.37	มาก
ด้านการบริการเงินฝาก	3.45	.32	มาก	3.55	.39	มาก	3.54	.34	มาก
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	3.78	.41	มาก	3.88	.42	มาก	4.00	.45	มาก
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.04	.41	ปานกลาง	3.00	.51	ปานกลาง	2.96	.48	ปานกลาง
รวม	3.43	.28	มาก	3.50	.32	มาก	3.53	.29	มาก

ตาราง 24 แสดงว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีชนกิจ
ที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกัน

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ด้านการบริการทั่วไป	ระหว่างกลุ่ม	2	1.20	.60	4.56*
	ภายในกลุ่ม	397	52.28	.13	
	รวม	399	53.48		
ด้านการบริการเงินฝาก	ระหว่างกลุ่ม	2	.52	.26	2.06
	ภายในกลุ่ม	397	49.97	.13	
	รวม	399	50.49		
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.78	1.39	7.54**
	ภายในกลุ่ม	397	73.06	.18	
	รวม	399	75.84		
ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	.40	.20	.86
	ภายในกลุ่ม	397	92.94	.23	
	รวม	399	93.34		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	.45	.23	2.50
	ภายในกลุ่ม	397	35.84	.09	
	รวม	399	36.29		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 25 แสดงว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีชนกิจ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการบริการทั่วไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านการบริการเงินฝากและด้านการประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีชนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านการบริการทั่วไปและด้านพนักงานผู้ให้บริการ แตกต่างกันในระยะใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการ LSD (Least Significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง 26

ตาราง 26 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ
ของด้านการบริการทั่วไป เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ระยะเวลา การเป็นลูกค้า	— X ด้านการบริการ ทั่วไป	ระยะเวลา การเป็นลูกค้า		
		ต่ำกว่า 1 ปี	1 – 2 ปี	2 ปีขึ้นไป
		3.45	3.57	3.60
ต่ำกว่า 1 ปี	3.45	-	.12*	.15**
1 – 2 ปี	3.57		-	.03
2 ปีขึ้นไป	3.60			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 26 แสดงว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1 – 2 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจของด้านการบริการทั่วไปมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจของด้านการบริการทั่วไปมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าในระดับอื่น มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจของด้านการบริการทั่วไป แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ
ของด้านพนักงานผู้ให้บริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ระยะเวลา การเป็นลูกค้า	$\bar{X}$ ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ	ระยะเวลา การเป็นลูกค้า		
		ต่ำกว่า 1 ปี	1 – 2 ปี	2 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 1 ปี	3.78	3.78	3.88	4.00
1 – 2 ปี	3.88	-	.10	.22**
2 ปีขึ้นไป	4.00	-	-	.12*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 27 แสดงว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1 – 2 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าในระดับอื่น มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 4 การรวบรวมเป็นความถี่ของข้อเสนอแนะ ของลูกค้าต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

ตาราง 28 ความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

ลำดับที่	ความพึงพอใจและข้อเสนอแนะ	ความถี่
ด้านการบริการทั่วไป		
1.	การเพิ่มจำนวนสาขา	6
2.	ควรพัฒนาการบริการศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์(BANKTHAI Care Center)	5
3.	ควรพัฒนาการบริการเงินฝากประเภทใบรับเงินฝากประจำผ่านทางสาขาได้	3
4.	ควรมีการปรับลดค่าธรรมเนียมการขอหนังสือรับรองเงินฝากให้เท่ากับธนาคารอื่น	1
5.	ควรพิจารณาด้านความสะดวกของสถานที่ตั้งบริการ	1
	รวม	16
ด้านการบริการเงินฝาก		
1.	การปรับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากให้สู้กับคู่แข่งได้	9
2.	กฎระเบียบของธนาคารควรมีการยืดหยุ่นเป็นรูปแบบเดียวกับธนาคารอื่น	4
3.	ควรมีการอบรมและพัฒนาการการบริการด้านเงินฝาก	2
4.	ควรมีการพัฒนาการบริการรับฝากเงินด้วยเงินสดได้สำหรับใบรับเงินฝากประจำ	2
5.	ควรมีช่องพลาสติกหรือสมุดใส่ใบรับเงินฝากประจำ	2
6.	ควรปรับปรุงด้านความสะดวกในการโอนเงินให้บุคคลที่สาม ในกรณีฝากใบรับเงินฝากประจำ	1
	รวม	20
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ		
1.	การยืดหยุ่นสำหรับการใส่เครื่องแบบของพนักงานการตลาดเงินฝากที่ออกพบลูกค้า เพราะเงินฝากเป็นเรื่องความลับของลูกค้าไม่ต้องการให้ผู้อื่นรู้ว่าติดต่อธนาคาร	2
2.	การฝึกอบรมบุคลิกภาพและการบริการสำหรับพนักงานสาขา	1
3.	มีการฝึกอบรมในด้านการรับโทรศัพท์	1
	รวม	4

ตาราง 28 (ต่อ)

ลำดับที่	ความพึงพอใจและข้อเสนอแนะ	ความถี่
ด้านการประชาสัมพันธ์		
1.	ควรเพิ่มความถี่ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3
2.	ควรเพิ่มประเภทของสื่อในการประชาสัมพันธ์	2
3.	ภาพยนตร์โฆษณาของธนาคารควรมีการสื่อให้ประชาชนเข้าใจอย่างชัดเจน	2
4.	ควรเสริมภาพพจน์ด้านความมั่นคงของธนาคาร	1
5.	ควรปรับปรุงความถูกต้องของแผ่นพับ	1
	รวม	9

ตาราง 28 แสดงให้เห็นว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดี
 ธนกิจ ด้านการบริการทั่วไป ด้านการบริการเงินฝาก ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์
 เพิ่มเติมดังต่อไปนี้

1.ด้านการบริการทั่วไป ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรเพิ่มจำนวนสาขาเพื่อเพิ่ม
 ความสะดวกในการใช้บริการสำหรับบริการต่างๆของสาขา รวมทั้งการพัฒนาการบริการศูนย์ข้อมูลการบริการ
 ทางโทรศัพท์ให้มีความชัดเจนและข้อมูลถูกต้อง

2. ด้านการบริการเงินฝาก ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุดคือ การปรับอัตราดอกเบี้ยเงิน
 ฝากให้สู้กับคู่แข่งขั้นได้และกฎระเบียบของธนาคารควรมีการยืดหยุ่นเป็นรูปแบบเดียวกับธนาคารอื่น

3. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุดคือ การยืดหยุ่นสำหรับการใส่
 เครื่องแบบธนาคารแก่พนักงานการตลาดเงินฝาก เพราะข้อมูลเงินฝากเป็นเรื่องความลับของลูกค้าบางครั้งลูก
 ค้าไม่ต้องการให้ผู้อื่นรู้ว่ามีติดต่อกับธนาคาร

4.ด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุดคือ การเพิ่มความถี่และประเภท
 ของสื่อในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ยังควรให้มีการเพิ่ม
 ความชัดเจนของภาพยนตร์โฆษณาให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝาก และธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ เพื่อเสนอต่อผู้บริหารประกอบการวางแผนนโยบายการดำเนินงาน รวมทั้งเป็นแนวทางแก่ผู้บริหารและพนักงานในการเพิ่มคุณภาพการบริการ และเพื่อนำไปปรับใช้ในการพัฒนาพนักงานและการประชาสัมพันธ์ของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ให้มีประสิทธิภาพ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ใน 4 ด้าน คือ

- 1.1 ด้านการบริการทั่วไป
- 1.2 ด้านการบริการเงินฝาก
- 1.3 ด้านพนักงานผู้ให้บริการ
- 1.4 ด้านการประชาสัมพันธ์

2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนเงินฝากรวม และระยะเวลาการเป็นลูกค้า

3. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะในการใช้บริการของลูกค้าต่อบริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

ความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ครั้งนี้ผลของการศึกษาจะเป็นประโยชน์ดังนี้

1. เป็นข้อมูลให้ผู้บริหารและพนักงานด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ได้พิจารณาแนวทางในการเพิ่มคุณภาพการบริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการใช้บริการมากยิ่งขึ้น
2. เป็นข้อมูลเพื่อนำไปปรับใช้ในการพัฒนาพนักงานและการประชาสัมพันธ์ของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ให้มีประสิทธิภาพ
3. เป็นข้อมูลเพื่อเสนอแนะต่อผู้บริหารของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ประกอบการวางแผนนโยบายการบริการงานด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ

สมมติฐานในการวิจัย

- 1.ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน และรายด้าน แตกต่างกัน
- 2.ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน และรายด้าน แตกต่างกัน
- 3.ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน และรายด้าน แตกต่างกัน
- 4.ลูกค้าที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน และรายด้าน แตกต่างกัน
- 5.ลูกค้าที่มีระดับรายได้ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน และรายด้าน แตกต่างกัน
- 6.ลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน และรายด้าน แตกต่างกัน
- 7.ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน และรายด้าน แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ จำนวน 4,583 คน ข้อมูล ณ. 31 ธันวาคม 2543 (รายงานแหล่งที่มาของเงินทุน . 2543 : 1)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบความสะดวก (Convenience) โดยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางทาร์ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่าง 370 คน และเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนของประชากรที่ดีขึ้น จึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยแบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ รวม 4 ด้าน คือ ด้านการบริการทั่วไป จำนวน 14 ข้อ ด้านการบริการเงินฝาก จำนวน 13 ข้อ

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำนวน 14 ข้อ และด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 12 ข้อ รวม 53 ข้อ ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ 0.93

ตอนท้ายของแบบสอบถามในแต่ละด้าน เป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อรับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแต่ละด้าน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขออนุญาตและนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

2. ติดต่อพนักงานด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ เพื่อส่งแบบสอบถามแก่ลูกค้าที่มาติดต่อที่ธนาคารและที่โทรศัพท์เข้ามาติดต่อใช้บริการในช่วงเวลาที่ทำการวิจัย คือ วันที่ 15 กันยายน 2544 ถึง วันที่ 15 ตุลาคม 2544 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ซึ่งได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามกลับคืนมาด้วยความสมบูรณ์ทุกฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ (Statistical Package for the Social Sciences / Personal Computer Plus) ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่รวบรวมทั้งหมดจำนวน 400 ชุด มาตรวจความถูกต้องสมบูรณ์ เพื่อเตรียมวิเคราะห์

2. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าร้อยละ

3. วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้า โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

4. เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบค่า t-test และระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ถ้าพบความแตกต่างใช้ทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference)

5. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดนำมาแจกแจงความถี่

ผลการศึกษาค้นคว้า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

1.1 ลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 36 – 45 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้สูงกว่า 55,000 บาทขึ้นไป จำนวนเงินฝากรวมอยู่ระหว่าง 10,000 – 500,000 บาท และส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไป

1.2 ลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ที่ใช้บริการเงินฝากในแต่ละประเภทบริการมากกว่า 1 ประเภท บริการที่ใช้มากที่สุดคือบริการเงินฝากประจำประเภทใบรับเงินฝากประจำ ส่วนบริการที่ใช้น้อยที่สุดคือบริการเงินฝากออมทรัพย์ธุรกิจ

2. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทย ธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

2.1 ด้านการบริการทั่วไป ลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ มีความพึงพอใจด้านการบริการทั่วไป โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมาก ยกเว้นลักษณะการบริการของศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ (BANKTHAI Care Center) มีความชัดเจน การเสนอบริการครบวงจร ณ จุดขาย (One stop services) การประสานงานในการนำเสนอบริการเมื่อต้องการใช้บริการอื่นของธนาคาร และการได้รับผ่อนผันและยืดหยุ่นในกฎระเบียบของลูกค้าในบางกรณี อยู่ในระดับปานกลาง

2.2 ด้านการบริการเงินฝาก ลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ มีความพึงพอใจด้านการบริการเงินฝาก โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมาก ยกเว้นเงื่อนไขการบริการของเงินฝาก เงื่อนไขด้านระยะเวลาของเงินฝาก อัตราดอกเบี้ยของบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ อัตราดอกเบี้ยของบัญชีเงินฝากประจำและความสวยงามของสมุดรูปเล่มเงินฝาก อยู่ในระดับปานกลาง

2.3 ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ มีความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยนและมีอัธยาศัยไมตรี การใช้น้ำเสียงและลักษณะการสนทนาสุภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนข้ออื่นๆ อยู่ในระดับมาก ยกเว้นการบริการของพนักงานในช่วงเที่ยงวัน อยู่ในระดับปานกลาง

2.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ ลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ มีความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การแจ้งข่าวสารด้านการส่งเสริมการตลาดด้านเงินฝาก การแจ้งข่าวสารด้านการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย อยู่ในระดับมาก ส่วนข้ออื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นประชาสัมพันธ์ข่าวเงินฝากทางสื่อหนังสือพิมพ์ ประชาสัมพันธ์ข่าวเงินฝากทางสื่อโปสเตอร์ และประชาสัมพันธ์ข่าวเงินฝากทางสื่อแผ่นพับ อยู่ในระดับน้อย

3.การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตร
กิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

3.1 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ลูกค้ำที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้าน
ระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ แตกต่างกัน พบว่า
ลูกค้ำที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ
โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ลูกค้ำที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรชนิดกึ่ง ธนาการไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน แตกต่าง กัน พบว่า

ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมากและแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณารายด้าน อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ยกเว้นด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านการบริการทั่วไปและด้านการประชาสัมพันธ์มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านการบริหารเงินฝากมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ซึ่งพบว่าลูกค้ำที่มีอายุระหว่าง 46 – 55 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านการบริการเงินฝากมากกว่าลูกค้ำที่มีอายุน้อยกว่า 26 – 35 ปีและมากกว่าลูกค้ำที่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนลูกค้ำที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านการบริการเงินฝากมากกว่าลูกค้ำที่มีอายุน้อยกว่า 26 – 35 ปี และมากกว่าลูกค้ำที่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลูกค้ำที่มีอายุในระดับอื่น มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณา ~~ด้านพนักงานผู้ให้บริการ~~ พบว่ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ลูกค้ำที่มีอายุระหว่าง 46 – 55 ปีและ 56 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้ำที่มีอายุน้อยกว่า 26 – 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้ำที่มีอายุระหว่าง 46 – 55 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้ำที่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และลูกค้ำที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้ำที่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลูกค้ำที่มีอายุในระดับอื่น มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจของด้านการบริการเงินฝาก แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 การทดสอบสมมติฐานข้อที่3 ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรชนิดกึ่ง ธนาการไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้านแตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตร
ธนกิจ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
และมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
ยกเว้นด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

3.4 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้าน
ระดมเงินฝากและธนปฐนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ แตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจโดยรวมอยู่ในระดับมากและแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ยกเว้นด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านการบริการทั่วไป ด้านการบริการเงินฝาก และด้านการประชาสัมพันธ์มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านพนักงานผู้ให้บริการมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งพบว่าลูกค้าที่มีอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลูกค้าที่มีอาชีพในระดับอื่น มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.5 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 ลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน แตกต่าง กัน พบว่า

ลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจโดยรวมอยู่ในระดับมากและแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ยกเว้นด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านการบริการทั่วไป ด้านการบริการเงินฝาก และด้านการประชาสัมพันธ์มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 25,001 – 40,000 บาทและระหว่าง 40,001 – 55,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่มีรายได้สูงกว่า 55,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลูกค้าที่มีรายได้ในระดับอื่น มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.6 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 6 ลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้านแตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจโดยรวมอยู่ในระดับมากและแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ยกเว้นการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านการบริการทั่วไป ด้านการบริการเงินฝาก และด้านการประชาสัมพันธ์มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านพนักงานผู้ให้บริการมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมระหว่าง 1,000,001 – 5,000,000 และ 5,000,001 – 10,000,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวม 10,000 – 500,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวม สูงกว่า 10,000,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมระหว่าง 10,000 – 500,000 บาท และ 500,001 –

1,000,000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ ส่วนลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมในระดับอื่น มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.7 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 7 ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมากและแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ยกเว้นด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านการบริการเงินฝาก และด้านการประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านการบริการทั่วไปมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1 – 2 ปี และ 2 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของด้านการบริการทั่วไปมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01 ตามลำดับ และด้านพนักงานผู้ให้บริการมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า ต่ำกว่า 1 ปี และ 1 – 2 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ ส่วนลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าในระดับอื่น มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. การรวบรวมเป็นความถี่ของข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการบริการทั่วไป ด้านการบริการเงินฝาก ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์

4.1 ด้านการบริการทั่วไป ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรเพิ่มจำนวนสาขาเพื่อเพิ่มความสะดวกในการใช้บริการสำหรับบริการต่างๆของสาขา รวมทั้งการพัฒนาการบริการศูนย์ข้อมูลการบริการทางโทรศัพท์ให้มีความชัดเจนและข้อมูลถูกต้อง

4.2 ด้านการบริการเงินฝาก ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุดคือ การปรับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากให้สู้กับคู่แข่งได้ และ กฎระเบียบของธนาคารควรมีการยืดหยุ่นเป็นรูปแบบเดียวกับธนาคารอื่น

4.3 ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุดคือ การยืดหยุ่นสำหรับการใส่เครื่องแบบธนาคารแก่พนักงานการตลาดเงินฝาก เพราะข้อมูลเงินฝากเป็นเรื่องความลับของลูกค้า บางครั้งลูกค้าไม่ต้องการให้ผู้อื่นรู้ว่ามีติดต่อกับธนาคาร

4.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุดคือ การเพิ่มความถี่และประเภทของสื่อในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ยังควรให้มีการเพิ่มความชัดเจนของภาพยนตร์โฆษณาให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น

อภิปรายผล

จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้ คือ

1. ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการบริการทั่วไป ด้านการบริการเงินฝาก ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1.1 ด้านการบริการทั่วไป ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ ในด้านการบริการทั่วไปโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมีการทำการตลาดแบบ One stop services คือมีการนำเสนอบริการทั้งหมดรวมอยู่ในสถานที่เดียวกันหรือจุดเดียวกัน เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าที่ยังขาดประสบการณ์ในการติดต่อทำธุรกิจกับธนาคาร หรือลูกค้าที่ต้องการความช่วยเหลือ รวมทั้งเป็นการลดขั้นตอนในการติดต่อให้สั้นที่สุด (อำนาจ ลียาทิพย์กุล . 2531 : 494 - 497) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากคือ มีความรวดเร็วทันใจ การอำนวยความสะดวก ความมั่นคงปลอดภัยในการบริการ การได้รับความช่วยเหลือแก้ไขในทันที รวมทั้งมีความคล่องตัวในขั้นตอนการบริการ มีการพัฒนาการบริการสม่ำเสมอ และการบริการข้อมูลที่น่าเสนอมีความเป็นปัจจุบัน ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจการบริการในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงมาก ลูกค้าผู้ใช้บริการจึงมีโอกาสเลือกการบริการที่รวดเร็วทันใจ ถูกต้องแม่นยำ การบริการที่ทั่วถึง การได้รับข้อมูลสนับสนุนการบริการที่ทันสมัย รวมถึงความสะดวกและความสะดวกสบายของสถานที่บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิคม สอาดเอี่ยม (2539 : 32) ที่พบว่า ปัจจัยด้านความพึงพอใจของการบริการที่เหมาะสมกับจำนวนลูกค้าผู้ใช้บริการ จะช่วยให้ลูกค้าไม่เสียเวลารอนานเกินไป ทำให้เกิดความคล่องตัวของขั้นตอนการบริการ และความรวดเร็วทันใจในการบริการ รวมทั้งปัจจัยด้านความรวดเร็วในการบริการ การกระตือรือร้นก็เป็นปัจจัยให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัฒนา ไบเจริญ (2540 : 87) ที่พบว่า ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ นโยบายการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว มีการลดขั้นตอน และอนุโลมให้ลูกค้าในบางกรณีที่จะไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ธนาคาร เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรัทธา วุฒิพงศ์ (2542 : 62) ที่พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านการความสะดวกของสถานที่บริการ ที่ตั้งอยู่แหล่งชุมชนหรืออยู่ใกล้บ้าน ทั้งภายในธนาคารควรมีป้ายแนะนำการให้บริการ เป็นผลให้ลูกค้าเกิดความสะดวกในการใช้บริการ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐมพงศ์ ปราณีประชากรราษฎร์ (2543 : 54) ที่พบว่า ความปลอดภัยในการใช้บริการ พร้อมทั้งความสะดวก ความเป็นระเบียบของธนาคาร ทำให้ลูกค้าผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

1.2 ด้านการบริการเงินฝาก ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจในด้านการบริการเงินฝากโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมีการชี้แจงถึงหลักเกณฑ์การเปิดบัญชีและเงื่อนไขในการฝากถอนแก่ลูกค้าผู้ใช้บริการให้เกิดความเข้าใจในการทำธุรกรรมกับธนาคาร จึงเกิดความแม่นยำถูกต้องและรวดเร็วในการนำเสนอบริการแก่ลูกค้าผู้ใช้บริการ (วาริ ะหวานนท์ . 2539 : 245 - 270) ทั้งยังอาจรวมถึงการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพในการบริการกล่าวคือบริการที่น่าเสนอสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามีความเหมาะสมในระดับความสามารถบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า และมีความเหมาะสมในระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังได้รับการบริการแล้ว (วีรพงษ์ เณลิมจิระรัตน์ . 2543 : 14) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากคือ มีความสะดวกในการฝาก

เงิน ถอนเงิน และการเปิดบัญชี จำนวนประเภทบัญชีเงินฝากที่น่าสนใจ คุณภาพการบริการเงินฝากที่มีระบบการฝากเงินที่รวดเร็ว รวมทั้งการบริการลูกค้าหลังจากฝากเงินแล้วด้วยการเยี่ยมเยียนลูกค้าหรือแจ้งข้อมูลที่ควรทราบ ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจบริการประเภทธนาคารมีการแข่งขัน เพื่อแบ่งส่วนตลาดมากขึ้นจึงใช้กลยุทธ์ต่างๆให้ลูกค้าเกิดความสะดวกในการเปิดบัญชี การฝากเงินและการถอนเงิน ด้วยการพบปะเยี่ยมเยียนลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งการบริการลูกค้าโดยรับส่งเอกสารแก่ลูกค้าโดยลูกค้าไม่ต้องเดินทางไปธนาคารด้วยตนเอง เพื่อเป็นการลดขั้นตอนการรอคอยในช่องบริการของธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิคม สอาดเอี่ยม (2539 : 54) ที่พบว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการฝาก-ถอนเงิน ไม่ประทับใจในบริการที่ต้องรอคอยในช่องบริการของธนาคาร ทำให้ขาดความสะดวกและล่าช้าในการใช้บริการ

1.3 ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรในด้านการพนักงานผู้ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าพนักงานผู้ให้บริการมีความตั้งใจมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านการบริการหรือชนะใจลูกค้า โดยสามารถเข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังและตอบสนองลูกค้าด้วยการบริการที่เป็นเลิศ รวมถึงสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ภายในเวลาที่เหมาะสมหรือรวดเร็วที่สุด (दनัย เทียนพุ่ม. 2543 : 10) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดคือ การที่พนักงานมีการใช้น้ำเสียงการสนทนาที่สุภาพอ่อนโยน มีอัธยาศัยไมตรี และสามารถสร้างบรรยากาศความเป็นมิตรที่ดีต่อลูกค้า ทั้งนี้เนื่องจากพนักงานผู้ส่งมอบการบริการแก่ลูกค้านั้นเป็นบุคคลสำคัญที่ลูกค้าต้องพบปะและติดต่อประสานงาน ดังนั้นบุคลิกภาพการแต่งกาย การใช้น้ำเสียงและการสนทนาที่สุภาพ หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รวมทั้งรอบรู้แม่นยำในรูปแบบการบริการ เหล่านี้ล้วนแต่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุเนตร พรรณดวงเนตร (2540 : 28 - 29) ที่พบว่า การแต่งกาย การสร้างบรรยากาศแห่งความเป็นมิตร และมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน เป็นองค์ประกอบที่ทำให้ลูกค้าผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมาก ทั้งยังมีองค์ประกอบที่รองลงไปคือ การเอาใจใส่ของพนักงานธนาคารต่อลูกค้าผู้ใช้บริการ ซึ่งรวมถึงความสะดวกรวดเร็วและรอบรู้ในการบริการด้วย ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัฒนา ไบเจริญ (2540 : 84) ที่พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุด ในเรื่องของความรู้ ความสามารถปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า พนักงานสามารถบริการลูกค้าได้ทุกเรื่องเป็นสิ่งที่สำคัญ ทั้งนี้เรื่องเกี่ยวกับกิริยามารยาทความมีน้ำใจของพนักงาน ความมีมนุษยสัมพันธ์ การบริการด้วยสุภาพอ่อนโยน และกระตือรือร้นที่จะให้บริการลูกค้าอยู่เสมอ เป็นองค์ประกอบที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐมพงศ์ ปรานีประชากร (2543 : 54) ที่พบว่า การแต่งกาย เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ทั้งยังรวมถึงสุภาพอ่อนโยน และความรู้ความสามารถของพนักงาน ที่ให้ลูกค้าเกิดความประทับใจยิ่งขึ้น และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ สมชาติ กิจยรรยง (2543 : 43) ที่ว่า ประเด็นที่สำคัญของคุณสมบัติการเป็นผู้ให้บริการที่ดี คือมีความรักงานบริการ รู้หน้าที่ อดทน มีอัธยาศัยไมตรี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีไหวพริบดี สามารถประสานงานได้ดีและมีน้ำใจทั้งดงาม พร้อมทั้งมีความตั้งใจในการส่งมอบการบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้

1.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรในด้านการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเป็นธนาคารแห่งใหม่ที่กลุ่มลูกค้าหรือประชาชนผู้ใช้บริการต้องใช้เวลาในการรับรู้จากสื่อ ซึ่งปัจจุบันมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยสื่อและเทคโนโลยีที่ถูกต้องและเหมาะสมนั้นจะเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานขององค์กรประสบ

ผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ (วิพร บุญวัฒน์. 2542 : 27) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากคือ การแจ้งข่าวสารด้านการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยและด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้ อาจเนื่องจากว่า ข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องทราบให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ ประกอบกับ อัตราดอกเบี้ยและการส่งเสริมการตลาดเป็นผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับและมีการแข่งขันในตลาดสูง จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ผู้ให้บริการ ควรมีการประชาสัมพันธ์และแจ้งข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุมพล สัตยาภรณ์ (2542 : 76) ที่พบว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเกือบทั้งหมดมีความคิดเห็นว่า เอกสารการประชาสัมพันธ์ การจัดสื่อสิ่งพิมพ์ ด้านโทรทัศน์ วีดีโอ และด้านวารสารที่เหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญสำหรับลูกค้าผู้ใช้บริการ

2. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

2.1 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ ของลูกค้าที่เพศต่างกันพบว่า ลูกค้าทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจทั้งเพศชายและเพศหญิง ได้รับการบริการทั้งด้านการติดต่อขอรายละเอียด การเปิดบัญชี การฝากและถอนเงิน การแจ้งข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ การต้อนรับจากพนักงานและการเสนอบริการต่างๆของธนาคารที่เหมือนกัน เนื่องจากธนาคารเป็นธุรกิจบริการ มีผู้ใช้บริการทั้งเพศชายและเพศหญิงอย่างสม่ำเสมอ จึงมีการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ดังนั้นเพศจึงไม่เป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาลูกค้ากลุ่มเป้าหมายผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิชัย จริยวิทย์นันท์ (2543 : 59) ที่พบว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาตระการพืชผล ที่มีเพศต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี

2.2 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจของลูกค้าที่มีอายุต่างกันพบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการบริการเงินฝากมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ซึ่งพบว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 46 – 55 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านการบริการเงินฝากมากกว่าลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 26 – 35 ปี และมากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนลูกค้าที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านการบริการเงินฝากมากกว่าลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 26 – 35 ปี และมากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 46 – 55 ปี และ 56 ปีขึ้นไป ที่ใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจได้รับสิทธิพิเศษในเงื่อนไขการเพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินฝากจากธนาคาร ดังนั้นลูกค้าที่อายุต่ำกว่า 26 – 35 ปี และ 36 – 45 ปี จึงได้รับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากต่ำกว่า เป็นสาเหตุให้มีความพึงพอใจในการใช้บริการด้านการบริการเงินฝากน้อยกว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอายุ 46 – 55 ปี และ 56 ปีขึ้นไป ส่วนด้านพนักงานผู้ให้บริการพบว่ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 46 – 55 ปีและ 56 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 26 – 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 46 – 55 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 36

- 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และลูกค้าที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรเงินของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าลูกค้ากลุ่มผู้ใหญ่ที่มีอายุ 46 – 55 ปี และ 56 ปีขึ้นไป ได้รับการบริการเป็นพิเศษจากพนักงานผู้ให้บริการในเรื่องการแนะนำการให้บริการ การต้อนรับ มากกว่ากลุ่มลูกค้าที่อายุต่ำกว่า 26 – 35 ปี และ 36 – 45 ปี ที่มีความคล่องแคล่ว สามารถอ่านและรับรู้เข้าใจระเบียบปฏิบัติได้ชัดเจนกว่า รวมทั้งต้องการความช่วยเหลือดูแลในรายละเอียดการบริการต่างจากลูกค้ากลุ่มลูกค้าที่มีอายุ 46 – 55 ปี และ 56 ปีขึ้นไป ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของจำรัส มาศวรรณ (2538 : 31) ที่พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการเงินฝากของ ธ.ก.ส. สาขาโยธธแตกต่างกัน โดยลูกค้ากลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดรองลงมาคือ กลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไป ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวลูกค้าที่มีอายุน้อยจะมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีอายุสูง อาจเป็นผลจากกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเป็นลูกค้าสาขาที่ต้องดำเนินธุรกรรมทางการเงินที่สาขาด้วยตนเอง ซึ่งแตกต่างจากลูกค้าของด้านระดมเงินฝากและธนบัตรเงินซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าของสำนักงานใหญ่ที่มีลักษณะการนำเสนอบริการทางการเงินหรือการดำเนินธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ที่มีพนักงานของด้านระดมเงินฝากและธนบัตรเงินให้บริการทุกขั้นตอนและคอยช่วยเหลือลูกค้าอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีอายุสูงที่มีความคล่องแคล่วน้อยกว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอายุน้อย

2.3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรเงินของลูกค้ายที่มีระดับการศึกษาต่างกันพบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรเงินโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของด้านระดมเงินฝากและธนบัตรเงินนั้น ระดับการศึกษาไม่เป็นปัจจัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จำรัส มาศวรรณ (2538 : 36) ที่พบว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการด้านเงินฝากของ ธ.ก.ส. สาขาโยธธ ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการทั้งโดยรวมและรายด้านคือ ด้านพนักงาน ด้านการบริการ ด้านสถานที่ และด้านความก้าวหน้าการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ระดับการศึกษาไม่เป็นปัจจัยสำคัญใน ด้านความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ

2.4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรเงินของลูกค้ายที่มีอาชีพต่างกันพบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรเงินโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพนักงานผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มอาชีพอื่นๆ เช่นแม่บ้าน นักเล่นหุ้น มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่ากลุ่มรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ กลุ่มประกอบธุรกิจส่วนตัวและพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่า ลูกค้ากลุ่มอื่นๆ เช่นแม่บ้าน นักเล่นหุ้นมีอาชีพอิสระ และมีเวลาว่างค่อนข้างมากในการให้โอกาสพนักงานผู้ให้บริการเข้าพบปะเยี่ยมเยียน นำเสนอบริการของธนาคารและคอยช่วยเหลือเมื่อยามจำเป็นมากกว่าลูกค้ากลุ่มรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และพนักงานบริษัทเอกชน จึงมีโอกาสได้รับการบริการบ่อยครั้งมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐมพงศ์ ปราณี่ประชากรราษฎร์ (2543 : 44) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการด้านเงินฝากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอุบลราชธานี ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการในด้านเงินฝากแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพเกษตรกรรมและอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจมากกว่าอาชีพธุรกิจและอาชีพรับราชการ แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ

สิทธิชัย จริยวิธานนท์ (2543 :49) ที่พบว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการรับบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน

2.5 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ของลูกค้าที่มีรายได้ต่างกันพบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพนักงานผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 โดยลูกค้าที่มีระดับรายได้ 25,001 – 40,000 บาท และ 40,001 – 55,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และลูกค้าที่มีระดับรายได้สูงกว่า 55,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 – 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่ารายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของด้านพนักงานผู้ให้บริการแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่า พนักงานผู้ให้บริการที่มีการบริการลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทุกระดับรายได้อย่างทั่วถึงนั้น มีความคาดหวังในลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้สูงที่สามารถเก็บออมเงินฝากได้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความมั่นคงในชีวิต พนักงานผู้ให้บริการจึงพยายามให้บริการลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ปฐมพงศ์ ปราณีประชากรราษฎร์ (2543 : 59) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอุบลราชธานี ที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการในด้านเงินฝากต่างกัน โดยผู้ให้บริการที่มีรายได้สูงย่อมเป็นผู้ที่มีความรู้สึกว่าจะต้องเป็นคนที่มีความมั่นคงในชีวิตมาก

2.6 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ของลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมต่างกันพบว่า ลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพนักงานผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมระหว่าง 1,000,001 – 5,000,000 บาท และ 5,000,001 – 10,000,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวม 10,000 – 500,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวม สูงกว่า 10,000,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมระหว่าง 10,000 – 500,000 บาท และ 500,001 – 1,000,000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่า ลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมสูง มักจะมีการทำธุรกรรมต่างๆ ของธนาคารเพิ่มเติมนอกเหนือจากบริการเงินฝาก จึงเป็นสาเหตุให้พนักงานผู้ให้บริการมีโอกาสนำเสนอบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและประสานงานการให้บริการต่างๆ ของธนาคาร เป็นผลให้มีการนำเสนอบริการต่างๆ แก่ลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมสูงมากกว่าลูกค้าที่มีจำนวนเงินฝากรวมต่ำ แต่อย่างไรก็ตามการตั้งเป้าหมายเงินฝากในแต่ละเดือนของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ยังมีการพิจารณาผลงานจากจำนวนรายลูกค้าใหม่ต่อเดือนด้วย เพื่อให้พนักงานผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นและกระจายการนำเสนอบริการอย่างทั่วถึงในทุกกลุ่มลูกค้า โดยไม่เฉพาะเจาะจงว่าต้องเป็นลูกค้ารายใหญ่หรือรายที่มีจำนวนเงินฝากสูงเท่านั้น จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้นไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุเนตร พรรณดวงเนตร (2540 : 36) ที่พบว่า จำนวนเงินฝากรวมของลูกค้าที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการฝาก – ถอนเงินของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาที่ใช้ระบบ CBPM กรณีสาขาอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน

2.7 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ของลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกันพบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการบริการทั่วไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1 – 2 ปี และ 2 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของการบริการทั่วไปมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01 ตามลำดับ แสดงว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้ายิ่งนานจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าสั้น ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้านานมีความคุ้นเคยกับด้านการบริการทั่วไปที่ด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจนำเสนอ เช่น การได้รับบริการจากศูนย์ข้อมูลบริการทางโทรศัพท์ ความคล่องตัวของขั้นตอนในการให้บริการ การได้รับการผ่อนผันและยืดหยุ่นในกฎระเบียบ การเสนอบริการครบวงจรความสะดวกและความสะอาดด้านสถานที่บริการ ส่วนด้านพนักงานผู้ให้บริการมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า ต่ำกว่า 1 ปี และ 1 – 2 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการเป็นระยะเวลา 2 ปีขึ้นไป มีความสนิทสนมและไว้วางใจพนักงานผู้ให้บริการเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฬพล สัตยาภรณ์ (2542 : 36) ที่พบว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการด้านเงินฝาก ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ใช้บริการ 3 ปีขึ้นไป ซึ่งสามารถสะท้อนได้ถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการว่ามีความพึงพอใจในการบริการจึงใช้บริการต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1.ด้านการบริการทั่วไป ควรมีการพัฒนาด้านการบริการข้อมูลทางโทรศัพท์ (BANKTHAI Care Center) กล่าวคือมีประสิทธิภาพในการนำเสนอข้อมูลการบริการต่างๆ แก่ลูกค้าผู้ใช้บริการ ซึ่งจะช่วยในการประสานงานในการนำเสนอบริการต่างๆ ของธนาคาร ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าผู้ใช้บริการเกิดความสะดวก รวดเร็ว และใช้เวลาอันสั้นในการติดต่อธนาคาร รวมทั้งมีการชี้แจงถึงกฎระเบียบในการใช้บริการ เพื่อให้เกิดความถูกต้องในการใช้บริการหรือการผ่อนผันในกฎระเบียบแก่ลูกค้าในบางกรณีที่สามารถผ่อนผันได้

2.ด้านการบริการเงินฝาก ควรมีการหาข้อมูลทางการตลาดของกลุ่มแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อพัฒนาในส่วนของเงื่อนไขต่างๆ ที่เสนอต่อลูกค้าผู้ใช้บริการให้มีความยืดหยุ่น ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ยังควรพิจารณาเพิ่มในส่วนของอัตราดอกเบี้ยเงินฝากให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งในกลุ่มธุรกิจบริการ และขนาดบริการเดียวกันได้

3. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ลูกค้าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการบริการของด้านพนักงานผู้ให้บริการในระดับมาก แสดงให้เห็นถึงการบริการของพนักงานที่มีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตามควรมีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งควรเน้นในด้านการพัฒนาความรู้ การบริการที่ทันสมัย เพื่อที่จะได้หาสิ่งใหม่ๆ ตอบสนองต่อความต้องการในการบริการอย่างไม่หยุดยั้ง ทั้งนี้การบริการของพนักงานผู้ให้บริการที่จะทำ

ลูกค้าพึงพอใจมากยิ่งขึ้นคือ สามารถให้ลูกค้าติดต่อกับพนักงานผู้ให้บริการได้สะดวก โดยเฉพาะในเวลาช่วงเที่ยงวัน ควรมีพนักงานคอยอยู่บริการ ติดตามและประสานงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ด้านการประชาสัมพันธ์ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ควรมีการพัฒนาในด้านการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆให้มีความถี่และความหลากหลาย เพื่อสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจและรู้จักองค์การให้มากยิ่งขึ้น ยังคงรวมถึงสื่อทางทีวีโฆษณาที่มุ่งเน้นให้ลูกค้าและประชาชนทั่วไป ทราบแนวคิดอย่างชัดเจน ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่มีการประสานงานอย่างใกล้ชิดระหว่างหน่วยงานประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานต่างๆของธนาคาร เพื่อพัฒนาการบริการแก่ลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1.ควรศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากสาขาของธนาคารไทยธนาคารจำกัด (มหาชน) ในเขตปริมณฑลและต่างจังหวัด
- 2.ควรศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการระหว่างธนาคารที่เกิดจากการควบรวมกิจการ หลังยุควิกฤตเศรษฐกิจ และธนาคารพาณิชย์เดิม
- 3.ควรศึกษาความคิดเห็นและพฤติกรรมของลูกค้าต่อการให้บริการธนาคารพาณิชย์ที่เปิดบริการนอกเวลาทำการ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- ✓ จุ่มพล สัตยาภรณ์. (2542). ทักษะของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร:ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม). นครราชสีมา : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร. กข. ๗๗
- ✓ จัรัส มาศวรรณ. (2538). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของ ธ.ก.ส. สาขาโยธิน. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตน. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์
- दनัย เทียนพุ่ม. (2543). นวัตกรรมบริการลูกค้า. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ O.N.G.
- ทวิชัย กุศลสิทธิธาร. พรเทพ ปลั่งพงษ์พันธ์ และ เอกรินทร์ รอยกุลเจริญ. (2539). ระดับความพึงพอใจและปัจจัยที่อธิบายความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการการบินภายในประเทศของ บริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน). รายงานการวิจัย บธ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ✓ ธีรวัฒน์ กฤษณรัตน์. (2542). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) หลังการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการปฏิบัติงานของสาขา: ศึกษาเฉพาะกรณีสาขายะลา. ภาคนิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาสังคม). ยะลา : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร. ธีรวัฒน์
- ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน). (2543). รายงานประจำปี 2543. หน้า 111-119.
- ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน). (2543). รายงานแหล่งที่มาของเงินทุน. หน้า 1
- นงลักษณ์ วัฒนวานิชย์. (2533). การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อบริการเงินฝากประจำของธนาคารพาณิชย์ไทย กรณีเฉพาะลูกค้าธนาคารนครหลวงไทย จำกัด สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ถ่ายเอกสาร.
- นารุญา ยนเปี่ยม. (2541). การเงินและการธนาคาร. กรุงเทพฯ : อักษราพิพัฒน์.
- นิคม สอาดเยี่ยม. (2539). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาซีคอนสแควร์. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นวลฉวี รตางศุ. (2543). ความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลศิริราช. ปรินิพนธ์ กศ.ม. (สุขศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ปฐมพงศ์ ปราณีประชากรราษฎร์. (2543). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านเงินฝากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอุบลราชธานี. ภาคนิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2533). ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

- พรศิริ สุกันตศิลป์. (2542). *กลยุทธ์การบริหารธนาคารพาณิชย์*. สงขลา : ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ภักดี ตันยพงศกร. (2539). *พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยหนองจิก จังหวัดปัตตานี*. ปริญญานิพนธ์ ศศ.ม. (ไทยคดีศึกษา). ปัตตานี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ไมตรี วิไลกิจ. (2539). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อด้านบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : ศึกษากรณีการให้บริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ สำนักงานใหญ่*. ปริญญานิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ยุพดี ลิ้มมธุรสกุล. (2541). *ความพึงพอใจของพนักงานบริษัทสายการบินต่อการให้บริการของการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย*. ปริญญานิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- เรงศักดิ์ ปานเจริญ. (2537). *50 กลยุทธ์ผูกใจลูกค้า*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น
- วารี หะวานนท์. (2539). *การบัญชีธนาคาร การปฏิบัติงานธนาคารพาณิชย์*. กรุงเทพฯ : ชวนพิมพ์.
- วาสนา จันทรสว่าง. (2533). *การประชาสัมพันธ์ในงานสาธารณสุข*. กรุงเทพฯ : หจก. การพิมพ์.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). *การวิจัยเชิงปฏิบัติ*. ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- วิพร บุญวัฒน์. (2542). *แนวโน้มการใช้สื่อและเทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์ของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2542-2546*. ปริญญานิพนธ์ ศศ.ม. (เทคโนโลยีทางการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2543). *คุณภาพในงานบริการ*. กรุงเทพฯ : ส.ส.ท.
- วัฒนา ณ ระนอง. (2541). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ : คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศรัทธา วุฒิพงศ์. (2542). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันดี อำเภอนางรอง จังหวัดนครราชสีมา*. ปริญญานิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สมชาย กิจยรรยง. (2543). *ยุทธวิธีบริการครองใจลูกค้า*. กรุงเทพฯ : วีระป้อมวรรณกรรม.
- สันทนา เจียมเจตนบุญ. (2539). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในโรงพยาบาลสมิติเวชศรีราชา*. ปริญญานิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สุณี รักษาเกียรติศักดิ์. (2539). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สุทธิ ปันมา. (2534). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์*. ปริญญานิพนธ์ ศศ.บ. มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.

สุนทร พรรณดวงเนตร. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนเงินของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในสาขาที่ใช้ระบบ CBPM.: ศึกษากรณี สาขาอุบลราชธานี. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม). อุบลราชธานี : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

สุมนา อยู่โพธิ์. (2536). ตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุวัฒนา ไบเจริญ. (2540). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคคำ). ปรินิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การประชาสัมพันธ์:ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: วีระฟิล์มและโซเท็กซ์.

เสรี วงษ์มณฑา. (2540). การตลาดเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์มและโซเท็กซ์.

อำนวย ลียานทพย์กุล. (2531). การธนาคารพาณิชย์ การดำเนินและเทคโนโลยี. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Cowell, Donald W. (1994). "Marketing of services," Marketing book .

Dessler, G. (1993). *Human Behavior : Improving Performance of Work*. Virginia : Reston Publishing Company, Inc.

Freemantle, David. (1993). *Incredible Customer Service*. New York : McGraw-Hill Book Company.

Good, Carter V. (1973). *Dictionary of Education*. 3rd ed. New York : McGraw Hill.

Katz and Dantel, Brenda. (1978). *Bureaucracy and the Public*. New York: basic Book Inc.

Kotler, Philip. *Marketing management : The millennium edition* . 10th ed. Englewood cliffs: Prentice – Hall, Inc., 2000

Millet, John D. *Management in the Public Services: The Quest for Effective Performance*. New York : Mc Graw –hill Book Company, Inc., 1954

Morse, Nancy C. *Satisfaction in the White Collar Job*. Michigan : University of Michigan, 1958

Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. *Consumer behavior*, 7th ed. New Jersey : Prentice – Hall, Inc ., 2000

Tiffin, Josaph and Mc. Conuck, Esnear J. (1995). *Industrial Psychology*. Englewood Cliffs : N.J. Prentice Hall.

Wolman, Thomas E. *Education and Organizational Leadership in Elementary School*. Engle wood Cliffs, New Jersey : prentice-Hall, 1973.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตร
ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
กรุงเทพฯ 10110

14 กันยายน 2544

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

เรียน ท่านลูกค้าผู้มีเกียรติ

ด้วยดิฉัน นางสาววิภา นาคนิมิตรุ่ง เป็นนิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง "ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่" โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ในการศึกษาและพัฒนาการให้บริการลูกค้าของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุดต่อไป ซึ่งคำตอบของท่านผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับ โดยจะนำเสนอข้อมูลในภาพรวมซึ่งจะไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแต่อย่างใด จึงขอความกรุณาตอบแบบสอบถามที่แนบมาพร้อมนี้ทุกข้อและขอขอบพระคุณล่วงหน้าในความอนุเคราะห์ครั้งนี้เป็นอย่างสูง

ขอแสดงความนับถือ



(นางสาววิภา นาคนิมิตรุ่ง)

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

หมายเหตุ: ขอความอนุเคราะห์ติดต่อส่งคืนเจ้าหน้าที่การตลาดภายใน 28 กันยายน 2544

เลขที่.....

แบบสอบถาม

เรื่อง

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและ
ธนบัตรธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้มีความประสงค์จะศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒและเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการบริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ดังนั้นจึงขอความกรุณาจากท่านในการกรอกแบบสอบถามตามสภาพความเป็นจริงซึ่งผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลไว้เป็นความลับ โดยนำเสนอแบบสอบถามในภาพรวมแบ่งเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. อายุ

() 1. ต่ำกว่า 26 - 35 ปี

() 2. 36 - 45 ปี

() 3. 46 - 55 ปี

() 4. 56 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

() 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

() 2. ปริญญาตรี

() 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

() 1. รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ

() 2. ประกอบธุรกิจส่วนตัว

() 3. พนักงานบริษัทเอกชน

() 4. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

5. รายได้ต่อเดือน

- ☐ 1. น้อยกว่า 10,000 - 25,000 บาท
- ☐ 2. 25,001 - 40,000 บาท
- ☐ 3. 40,001 - 55,000 บาท
- ☐ 4. สูงกว่า 55,000 บาทขึ้นไป

6. จำนวนเงินฝากรวม

- ☐ 1. 10,000 - 500,000 บาท
- ☐ 2. 500,001 - 1,000,000 บาท
- ☐ 3. 1,000,001 - 5,000,000 บาท
- ☐ 4. 5,000,001 - 10,000,000 บาท
- ☐ 5. สูงกว่า 10,000,000 บาทขึ้นไป

7. ระยะเวลาการเป็นลูกค้า

- ☐ 1. ต่ำกว่า 1 ปี
- ☐ 2. 1 – 2 ปี
- ☐ 3. 2 ปีขึ้นไป

8. บริการเงินฝากไทยธนาคารที่ท่านใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. เงินฝากประจำประเภทสมุดเงินฝากประจำ
- ☐ 2. เงินฝากประจำประเภทปลอดภาษี
- ☐ 3. เงินฝากประจำประเภทใบรับเงินฝากประจำ
- ☐ 4. เงินฝากออมทรัพย์
- ☐ 5. เงินฝากออมทรัพย์ธุรกิจ
- ☐ 6. เงินฝากกระแสรายวัน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝาก และธนบดีธณกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างแต่ละข้อเพียงช่องเดียวที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านในการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธณกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

ลำดับ ที่	ลักษณะการบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	1. ด้านการบริการทั่วไป					
1.	การให้บริการในภาพรวมของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธณกิจที่ปฏิบัติอยู่ขณะนี้					
2.	บริการที่นำเสนอของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธณกิจมีการพัฒนาสม่ำเสมอ					
3.	บริการข้อมูลที่นำเสนอมีความเป็นปัจจุบัน					
4.	ลักษณะการบริการของศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ (BANKTHAI Care Center) มีความชัดเจน					
5.	ความคล่องตัวของขั้นตอนในการให้บริการของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธณกิจ					
6.	การเสนอบริการครบวงจร ณ.จุดขาย (One stop services)					
7.	การประสานงานในการนำเสนอบริการเมื่อต้องการใช้บริการอื่นของธนาคาร					
8.	การได้รับการผ่อนผันและยืดหยุ่นในกฎระเบียบของลูกค้าในบางกรณี					
9.	ความสะอาดด้านสถานที่บริการ					
10.	ความสะอาดด้านสถานที่บริการ					
11.	ความรวดเร็วทันใจในการบริการของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธณกิจ					

ลำดับ ที่	ลักษณะการบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
12.	การได้รับการช่วยเหลือแก้ไขในทันทีที่ลูกค้ามีปัญหา					
13.	ความรู้สึกรับรองปลอดภัย ในการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ					
14.	การอำนวยความสะดวกในการบริการของด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจให้กับลูกค้า					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ด้านการบริการทั่วไป

ลำดับ ที่	ลักษณะการบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่ สุด
	2. ด้านการบริการเงินฝาก					
15.	ความสะดวกในการเปิดบัญชี					
16.	ความสะดวกในการฝากเงิน					
17.	ความสะดวกในการถอนเงิน					
18.	จำนวนประเภทบัญชีเงินฝากที่น่าเสนอบริการอยู่ใน ปัจจุบัน					
19.	เงื่อนไขการบริการของเงินฝาก					
20.	เงื่อนไขด้านระยะเวลาของเงินฝาก					
21.	อัตราดอกเบี้ยของบัญชีเงินฝากออมทรัพย์					
22.	อัตราดอกเบี้ยของบัญชีเงินฝากประจำ					
23.	คุณภาพการบริการเงินฝาก					
24.	ความสวยงามของรูปเล่มสมุดเงินฝาก					
25.	ความรวดเร็วของระบบการฝากเงิน					
26.	การบริการลูกค้าหลังจากฝากเงินแล้วด้วยการเยี่ยม เยียนลูกค้า					
27.	การบริการลูกค้าหลังจากฝากเงินแล้วด้วยการแจ้งข้อมูล ที่ควรทราบ					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ด้านการบริการเงินฝาก

.....

.....

.....

.....

.....

ลำดับ ที่	ลักษณะการบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่ สุด
	3. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ					
28.	พนักงานมีความรอบรู้ ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่					
29.	ความแม่นยำถูกต้องของพนักงานในรูปแบบการเสนอ บริการต่างๆของธนาคาร					
30.	พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยนและมีอัธยาศัยไมตรี					
31.	เอาใจใส่และกระตือรือร้นต่อการบริการลูกค้า					
32.	พนักงานปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรวดเร็วคล่องตัว					
33.	มีความสามารถชี้แจงข้อซักถามของลูกค้า					
34.	การใช้น้ำเสียงและลักษณะการสนทนาสุภาพ					
35.	มีความตรงต่อเวลาในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ					
36.	การปฏิบัติตนต่อลูกค้าอย่างเสมอภาค					
37.	สามารถสร้างบรรยากาศแห่งความเป็นมิตรที่ดี					
38.	การแต่งกายของพนักงาน					
39.	การบริการของพนักงานในช่วงเที่ยงวัน					
40.	บุคลิกภาพโดยรวมของพนักงาน					
41.	สามารถแนะนำและเชิญชวนใช้บริการด้านอื่นนอกเหนือ จากบริการเงินฝาก					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

.....

.....

.....

.....

.....

ลำดับ ที่	ลักษณะการบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	4. ด้านการประชาสัมพันธ์					
42.	การแจ้งข่าวสารการบริการใหม่ๆของธนาคาร					
43.	การแจ้งข่าวสารด้านการส่งเสริมการตลาดด้านเงินฝาก					
44.	การแจ้งข่าวสารด้านการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย					
45.	ความสม่ำเสมอในการประชาสัมพันธ์					
46.	ประชาสัมพันธ์ข่าวเงินฝากทางสื่อโทรศัพท์					
47.	ประชาสัมพันธ์ข่าวเงินฝากทางสื่อหนังสือพิมพ์					
48.	ประชาสัมพันธ์ข่าวเงินฝากทางสื่อโปสเตอร์					
49.	ประชาสัมพันธ์ข่าวผ่านทางสื่อแผ่นพับ					
50.	การจัดให้มีโปรแกรมชิงโชคเงินฝาก					
51.	การจัดให้มีการแจกของแถมเมื่อใช้บริการชำระค่าสาธารณูปโภคผ่านบัญชีเงินฝาก					
52.	บริการข้อมูลและสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับธุรกิจของธนาคาร					
53.	ภาพพจน์ของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ด้านการประชาสัมพันธ์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5726, 5644

ที่ ทม 1012/ 2435

วันที่ 24 กรกฎาคม 2544

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะศึกษาศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาววิภา นาคนิมิตรุ่ง นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ่มไทย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝาก และธนบัตรธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาววิภา นาคนิมิตรุ่ง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(ศาสตราจารย์ ดร.เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5726, 5644

ที่ ทม 1012/ 2434

วันที่ ๔ กรกฎาคม 2544

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาววิภา นาคนิมิตรุ่ง นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ และ อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาววิภา นาคนิมิตรุ่ง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(ศาสตราจารย์ ดร. เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ ทบ 1012/ 3124

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒/ สิงหาคม 2544

เรื่อง ขอความร่วมมือเพื่อการวิจัย

เรียน กรรมการรองผู้จัดการใหญ่ ด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาววิภา นาคนิมิตรุ่ง นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ถิมไทย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขออนุญาตใช้สถานที่ และขอให้ลูกค้าผู้ใช้บริการ ด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ประกอบด้วย 1) ลูกค้าฝ่ายธนบดีธนกิจ 2) ลูกค้าฝ่ายระดมเงินฝาก 1 3) ลูกค้าฝ่าย ระดมเงินฝาก 2 เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีธนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในระหว่างเดือนสิงหาคม 2544

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาววิภา นาคนิมิตรุ่ง ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ ดร.เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร 664-1000 ต่อ 5726, 5644

โทรสาร 664-1110



ที่ ทม 1012/ 8125

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๔/ สิงหาคม 2544

เรื่อง ขอความร่วมมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ด้านระดมเงินฝากและธนบดีชนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาววิภา นาคนิมิตรุ่ง นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีชนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขออนุญาตใช้สถานที่ และขอให้ลูกค้าผู้ให้บริการ ด้านระดมเงินฝากและธนบดีชนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ประกอบด้วย 1) ลูกค้าฝ่ายธนบดีชนกิจ 2) ลูกค้าฝ่ายระดมเงินฝาก 1 3) ลูกค้าฝ่าย ระดมเงินฝาก 2 เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการด้านระดมเงินฝากและธนบดีชนกิจ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในระหว่างเดือนสิงหาคม 2544

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาววิภา นาคนิมิตรุ่ง ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ ดร.เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 64-1000 ต่อ 5726, 5644

โทรสาร 250 4110

ภาคผนวก ค
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รองศาสตราจารย์ชูศรี วงศ์รัตนะ

อาจารย์ประจำภาควิชาวัดผลและวิจัยการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ

อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง

อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาววิภา นาคนิมิตรุ่ง
วันเดือนปีเกิด	2 กุมภาพันธ์ 2512
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	111/306 หมู่บ้านดิเอ็มเมอรัลพาร์ค ซอยเรวัติ 50 ถนนติวานนท์ ตำบลตลาดขวัญ อำเภอเมือง นนทบุรี 11000
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	ผู้ช่วยผู้จัดการ ฝ่ายธนบดีธนกิจ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ฝ่ายธนบดีธนกิจ เลขที่ 44 อาคารไทยธนาคารถนนหลังสวน ถนนหลังสวน แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2530	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนนนทรีวิทยา
พ.ศ. 2534	บริหารธุรกิจบัณฑิต (วิชาเอกการเงิน) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
พ.ศ. 2545	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (วิชาเอกการตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ