

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร
ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3

สารนิพนธ์
ของ
นางสาววารุณี ตั้งทิวพร

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การศึกษา
ตุลาคม 2547
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

332.155

74713

03

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร
ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3

บทคัดย่อ

ของ

นางสาววารุณี ตั้งทิวพร

20 ม.ค. 2548

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การศึกษา

ตุลาคม 2547

h 257204

วารุณี ตั้งทิวาพร. (2547). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด

(มหาชน) สาขาไมโคร ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3. สารนิพนธ์ ศศ.ม.(เศรษฐศาสตร์การศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร.ธำรงค์ อุดมไพจิตรกุล.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 ในด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน และด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และประเภทที่ใช้บริการและเพื่อรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 เพื่อนำมาปรับใช้และพัฒนาการบริการที่ดีมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 จำนวน 320 คน โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t (t-test Independent) และการใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way Analysis of variance)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 โดยรวมในทุกด้านอยู่ในระดับมาก
2. ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 ด้านการบริการของพนักงานและโดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01และมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการและด้านความสะดวกที่ได้รับบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

3. ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 ที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และประเภทที่ใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการทุกด้านไม่แตกต่างกัน

THE CUSTOMER'S SATISFACTION TOWARD THE SERVICE OF THE
BANGKOK BANK PUBLIC COMPANY , LIMITED MICRO BRANCH :
CENTRAL RAMA III BRANCH

AN ABSTRACT
BY
MISS VARUNEE TUNGTIVAPORN

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Economics degree in Economics of Education
at Srinakharinwirot University

October 2004

Varunee Tungtivoraporn.(2547). *The Customer's Satisfaction Toward The Service Of The Bangkok Bank Public Company, Limited Micro Branch: Central Rama III Branch*. Master Project, M.Econ . (Economics of Education) . Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Associate Professor Dr.Thamrong Udomprichitkul.

The purpose of this study was to study of customers 's satisfaction toward The Service of Bangkok Bank Public Company, Limited Micro Branch : Central Rama III Branch. There are 3 key aspect for this research,which place of service , service employee and convenience . The comparisions were based on 3 aspects sex , age , education , occupation , monthly income and type of service and this research was also gathering problems and other recommendation for develop service of Bank. The sample were 320 customers which were selected from population of the above Bangkok Bank Public Company, Limited Micro Branch : Central Rama III customers by Accidental Sampling. The instrument used to collect data was a rating scale questionnaire which Statistics applied in the study were percentage , mean , standard deviation. One way Analysis of variance and t – test were used to analyse the data for significant differences.

The results were as follows :

1. The satisfaction of customers were high suitable level in overall and each aspect.
2. There was statistical significant difference in overall and the aspect of service employee at level .01 and .05 for aspect of place of service and convenience for the satisfaction of the customers with different sex.
3. There was no statistical significant difference in overall and each aspect for the satisfaction of the customers with different age, education, occupation, monthly income and type of service .

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการ
สอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิ
โรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ ดร. ชำรงค์ อุดมไพจิตรกุล)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร



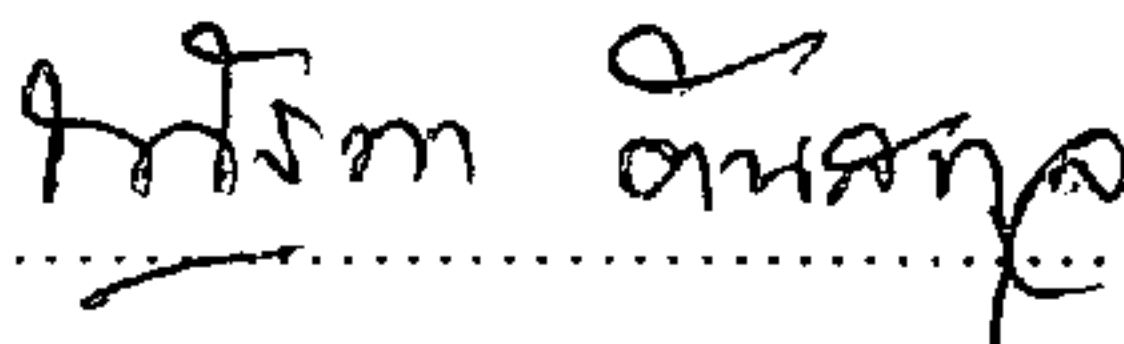
(รองศาสตราจารย์ ดร. พิสมัย จารุจิตติพันธ์)

คณะกรรมการสอบ



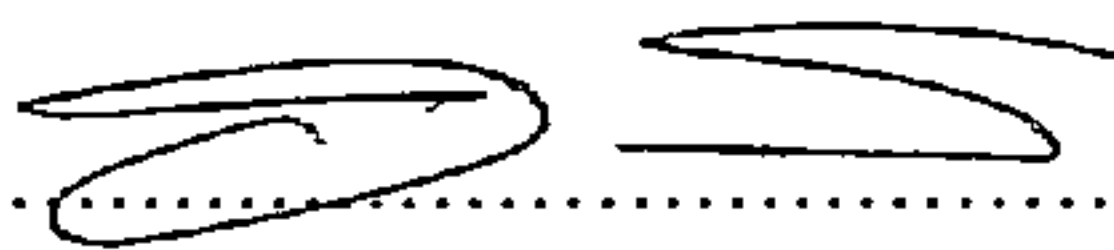
ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร. ชำรงค์ อุดมไพจิตรกุล)



กรรมการสอบสารนิพนธ์

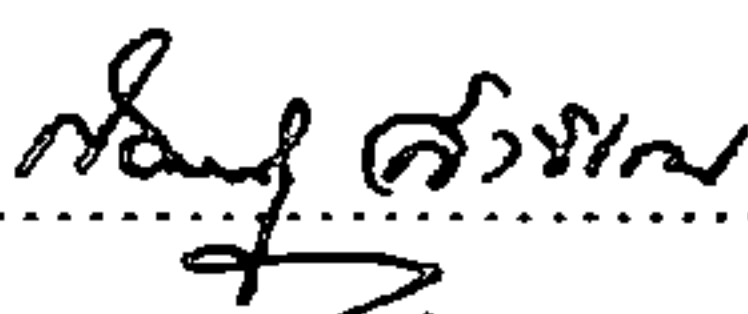
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธีรภา ดันสกุล)



กรรมการสอบสารนิพนธ์

(อาจารย์วิพรรณ สาลีผล)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ 5 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2547

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.ธำรงค์ อุดมไพจิตรกุล อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนเสร็จสมบูรณ์ พร้อมทั้งท่านคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้จัดการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ซึ่งได้กรุณาให้ผู้วิจัยทำงานวิจัยในครั้งนี้และขอขอบพระคุณพี่ ๆ และเพื่อนร่วมงานที่ให้ความช่วยเหลือในทุกด้าน

ขอขอบคุณลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาซอยเซ็นทรัลพระราม3 ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างดี

คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้กับบิดามารดาที่ได้อบรม สั่งสอน ปลุกฝังคุณความดีและความมานะ อุตุน ตลอดจน ครู-อาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันเป็นพื้นฐานสำคัญในการประสบความสำเร็จทางการศึกษา

วารุณี ตั้งทิวพร

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
สมมุติฐานในการวิจัย.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ข้อมูลที่เกี่ยวข้องของธนาคารกรุงเทพ.....	8
ประวัติและความเป็นมาของสาขาไมโคร.....	9
แนวคิดที่เกี่ยวกับการให้บริการ.....	12
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ.....	16
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	30
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	30
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	30
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	31
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38

สารบัญ (ต่อ)

บทที่

หน้า

5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	56
สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐานและการจัดกระทำข้อมูล.....	56
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
อภิปรายผล.....	66
ข้อเสนอแนะ.....	68
 บรรณานุกรม.....	 71
 ภาคผนวก.....	 76
ภาคผนวก ก.....	77
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	78
ภาคผนวก ข.....	81
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	82
 ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	 88

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	38
2 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาซอยเซ็นทรัลพระราม3 ในด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงานและด้านความ สะดวกที่ให้บริการโดยรวมและรายด้าน.....	40
3 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาซอยเซ็นทรัลพระราม3 ในด้านสถานที่ประกอบการ.....	41
4 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร(Micro Branch) สาขาซอยเซ็นทรัลพระราม3 ในด้านการบริการของพนักงาน.....	42
5 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาซอยเซ็นทรัลพระราม3 ในด้านความสะดวกที่ให้บริการ.....	43
6 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาซอยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามเพศ.....	44
7 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาซอยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามอายุ.....	44
8 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาซอยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามระดับการศึกษา.....	45
9 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาซอยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามอาชีพ.....	45

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
10 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	46
11 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามประเภทที่ใช้บริการ.....	47
12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามเพศ.....	48
13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามอายุ.....	49
14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามระดับการศึกษา.....	50
15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3จำแนกตามอาชีพ.....	51
16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	52
17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามประเภทที่ใช้บริการ.....	53
18 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3	54

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย เริ่มมีบทบาทสำคัญตั้งแต่สมัยที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) ได้ทรงเริ่มนโยบาย “เปิดประตูการค้า” กับต่างประเทศเป็นครั้งแรก นโยบายดังกล่าวมีผลให้การค้าระหว่างประเทศไทยกับต่างประเทศขยายตัวอย่างเร็วและกว้างขวาง ทำให้ระบบการค้าแบบธนาคารก็เข้ามาสู่ประเทศไทยด้วยโดยชาวต่างประเทศ (ชาวอังกฤษ, ฝรั่งเศส) ธนาคารพาณิชย์ให้ความสะดวกต่อการค้าขายเป็นอันมาก ทำให้การทำธุรกิจในประเทศไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นผลให้ธุรกิจธนาคารพาณิชย์ขยายตัวอย่างรวดเร็วและมั่นคง ผลจากการขยายตัวทางการค้าเอื้ออำนวยให้ธุรกิจธนาคารพาณิชย์เติบโตและเป็นภาคธุรกิจที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยเป็นทั้งแหล่งระดมเงินออมจากประชาชนและจัดสรรเงินกู้สำหรับนักลงทุน เป็นแหล่งบริการทางการเงินทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ และการให้บริการด้านอื่น ๆ ที่หล่อเลี้ยงระบบเศรษฐกิจให้สามารถเติบโตมากขึ้น ดังนั้นธนาคารพาณิชย์จึงเป็นสถาบันการเงินที่สำคัญของประเทศ สถาบันการเงินนี้ยังเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งของรัฐบาลที่ใช้ควบคุมระบบเศรษฐกิจ สามารถกำหนดทิศทางการจัดสรรเงินทุนต่าง ๆ เพื่อแก้ไขหรือพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เป็นไปตามที่ต้องการ

จากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจฟองสบู่แตกที่เริ่มขึ้นเมื่อปลายปี 2539 รัฐบาลสั่งปิดสถาบันการเงินจำนวนมาก ปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non-Performing Loan : NPL) ปัญหาต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อความมั่นใจของนักลงทุนต่างประเทศทำให้นักลงทุนต่างพากันถอนทุนคืน ทำให้เกิดปัญหาสภาพคล่องต่าง ๆ ลดลง ประกอบกับช่วงดังกล่าวค่าเงินบาทของไทยแข็งค่า ส่งผลต่อสินค้าส่งออกทำให้ไทยส่งออกได้น้อยลงจึงขาดดุลทางการค้า ทุนสำรองระหว่างประเทศลดลงทำให้รัฐบาลต้องประกาศค่าเงินบาทลอยตัว เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดทุนสำรองระหว่างประเทศ และปัญหาความเชื่อมั่นต่อค่าเงินบาท ไทยจึงต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund : IMF) โครงสร้างสถาบันการเงินของไทยต้องปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มทุนของสถาบันการเงิน สถาบันการเงินบางแห่งถูกแทรกแซงการดำเนินงานโดยรัฐทำให้สถาบันการเงินที่ถูกแทรกแซงกลายเป็นของรัฐ บางแห่งชาวต่างประเทศก็เข้ามาแทรกแซงเข้าร่วมทุนโดยถือหุ้นใหญ่เป็นผลให้ภาพรวมทางเศรษฐกิจของไทยเริ่มดีขึ้น

ภายหลังจากการที่สถาบันการเงินจากต่างประเทศเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นตามลำดับ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ส่งผลให้สถาบันการเงินของไทยต้องปรับตัวและเตรียมแผนเพื่อกำหนด ทิศทางการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับภาวะที่มีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น (50 ปี บัณฑิต, 2537 : 170) เพื่อแย่งชิงลูกค้าและส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ให้มากที่สุด

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ธนาคารพาณิชย์ของคนไทยก็เป็นธนาคารหนึ่งที่อยู่ใ สภาวะวิกฤติดังกล่าว ธนาคารกรุงเทพจึงมุ่งมั่นพัฒนาการบริการทุกด้านให้ดีที่สุดแก่ประชาชน เพื่อ เพิ่มความสะดวกสบาย รวดเร็ว ตามความต้องการของประชาชน โดยในช่วงภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ดังกล่าว ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ทำธุรกิจเชิงรุก โดยการเปิดสาขาไมโครขึ้นซึ่งเป็นสาขา ขนาดเล็กใช้ต้นทุนต่ำกว่าสาขาขนาดใหญ่ เพื่อตอบสนองกลยุทธ์ของธุรกิจธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ดังคำขวัญที่ว่า “ เพื่อนคู่คิด มิตรคู่บ้าน” โดยการเข้าไปอยู่ในกลุ่มลูกค้าและประชาชนทั่วไป ซึ่งมีทั้งลูกค้าของธนาคารกรุงเทพเอง และที่ไม่ใช่ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพก็สามารถเข้ามาใช้บริการ ได้เพิ่มขึ้น โดยการอำนวยความสะดวกในการให้บริการที่ดีมากขึ้น ทั้งในด้านของเวลาทำการที่เปิด ให้บริการตั้งแต่ 10.00-20.00 น. ทุกวันโดยไม่มีวันหยุด นั้นได้อำนวยความสะดวกแก่บุคคลในวัยต่าง ๆ ที่ไม่มีเวลาระหว่างวันเพื่อติดต่อกับธนาคาร และสถานที่ให้บริการซึ่งใกล้แหล่งชุมชน เน้นความ สะดวกสบายแก่ลูกค้าผู้ใช้บริการมีรูปแบบทันสมัยและมี อุปกรณ์ (Electronic Self Service) ที่ทันสมัย มีเคาน์เตอร์บริการให้บริการได้ครอบคลุม รวมทั้งมีบุคลากรที่มีความสามารถในการบริการและให้ คำปรึกษา ทำให้ลูกค้านิยมใช้บริการกันมาก ซึ่งต่างจากสาขารูปแบบเดิมที่นั่งรอลูกค้าเดิม ๆ สาขารูปแบบใหม่นี้จึงเป็นจุดขายของธนาคาร จึงทำให้สนใจที่จะศึกษาว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ การให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ตามที่ธนาคารได้ ดำเนินการไปแล้วนั้น ลูกค้ามีความพึงพอใจเพียงใด ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางในการพัฒนา ประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในองค์กรให้สามารถพัฒนาการให้บริการลูกค้าที่ดี ซึ่งเป็นสิ่ง สำคัญของความก้าวหน้าในการทำธุรกิจธนาคาร

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยในห้างสรรพสินค้า สาขาย่อยในอาคารสำนักงาน และสาขาย่อยในสถานศึกษาที่ เปิดบริการทุกวันไม่มีวันหยุด เริ่มให้บริการตั้งแต่เวลา 10.00-20.00 น. ซึ่งหมายถึง สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 ใน 3 ด้าน คือ

(1.1) ด้านสถานที่ประกอบการ

(1.2) ด้านการบริการของพนักงาน

(1.3) ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ

2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และประเภทที่ใช้บริการ

3. เพื่อรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 เพื่อนำมาปรับใช้และพัฒนาการบริการที่ดีมากขึ้น

ความสำคัญของการวิจัย

ผลของการวิจัยจะช่วยให้ทราบผลในการให้บริการแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับใด และสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปวางแผนแก้ไข ปรับปรุงการให้บริการและพัฒนาบุคลากรผู้ให้บริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดตามความต้องการของลูกค้า และผลการวิจัยนี้ยังสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของสาขาไมโคร (Micro Branch) อื่น ๆ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และองค์กรหรือหน่วยงานอื่น ๆ สามารถใช้เป็นแนวทางพัฒนาการให้บริการ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไปสังคม

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการทุกประเภทของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเฉลี่ยต่อวัน 1,900 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 โดยเก็บข้อมูลในระหว่างเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม ในช่วงเวลา 10.00 น - 20.00 น ซึ่งเป็นช่วงเวลาเปิดและปิดทำการ เป็นเวลา 1 เดือน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 320 คน ตามตารางการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ R.V.Krejcie และ R.W.Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ คือข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ในศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 โดยแบ่งออกเป็น

1.1 เพศ

1.1.1 เพศชาย

1.1.2 เพศหญิง

1.2 อายุ

1.2.1 ต่ำกว่า 20 ปี

1.2.2 20 - 50 ปี

1.2.3 51 ปีขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษา

1.3.1 ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

1.3.2 ปริญญาตรี

1.3.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 อาชีพ

1.4.1 เจ้าของกิจการ

1.4.2 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.4.3 พนักงานบริษัท/เอกชน

1.4.4 รับจ้าง/อิสระ

1.4.5 นักเรียน/นักศึกษา

1.5 รายได้

1.5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

1.5.2 10,001 - 20,000 บาท

1.5.3 20,001 - 30,000 บาท

1.5.4 สูงกว่า 30,000 ขึ้นไป

1.6 ประเภทที่ใช้บริการ

1.6.1 การให้บริการด้านการขายประเภทเปิดบัญชีทำบัตร ATM สมัครงบบัตรเครดิต ขอสินเชื่อ ขยายตราสารการเงินประเภทแคชเชียร์เช็ค เช็คของขวัญ ซึ่งการให้บริการประเภทนี้ เรียกว่า SALE

1.6.2 การให้บริการด้านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ลูกค้าสามารถทำรายการด้วยตนเอง ได้แก่ เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) บริการรับฝาก/ชำระเงินด่วน (EDB) บริการรับฝากเงินฝากฉบับไว (CDM) บริการบันทึกสมุดคู่ฝาก (UPDATE PASSBOOK) การให้บริการประเภทนี้เรียกว่า SELF SERVICE

1.6.3 การให้บริการรับฝากเงิน, ถอนเงิน, โอนเงิน หรือทำรายการอื่นๆ หน้าเคาน์เตอร์ บริการประเภทนี้เรียกว่า COUNTER SERVICE

2. ตัวแปรตาม เป็นความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพสาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

2.1 ด้านสถานที่ประกอบการ

2.2 ด้านการบริการของพนักงาน

2.3 ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ธนาคารกรุงเทพสาขาย่อยในห้างสรรพสินค้า สาขาย่อยในอาคารสำนักงาน และสาขาย่อยในสถานศึกษาที่เปิดบริการทุกวันไม่มีวันหยุด เริ่มให้บริการตั้งแต่เวลา 10.00-20.00 น. หมายถึง MICRO BRANCH ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3

2. การให้บริการด้านการขาย ประเภทเปิดบัญชีทำบัตร ATM สมัครงบบัตรเครดิต การขอสินเชื่อ การขยายตราสาร หมายถึง SALES

3. การบริการด้านเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ลูกค้าสามารถทำรายการได้ด้วยตนเอง หมายถึง ELECTRONIC SELF SERVICE

3.1 เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM : Automatic Teller Machine)

3.2 เครื่องรับฝาก/ชำระเงินค่าสินค้าและบริการต่างๆ (EDB : Electronic Deposit Box)

3.3 เครื่องรับฝากเงินด่วน (CDM : Cash Deposit Machine)

3.4 เครื่องบันทึกรายการบนสมุดคู่ฝาก (UPDATE PASSBOOK)

4. การให้บริการด้านฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน หรือการทำรายการต่าง ๆ โดยมีพนักงานให้บริการหน้าเคาน์เตอร์ หมายถึง COUNTER SERVICE

5. ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่มาใช้บริการ ฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน หรือทำรายการต่าง ๆ กับพนักงาน รวมถึงผู้ที่เข้ามาใช้บริการเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ที่ลูกค้าสามารถทำรายการได้ด้วยตนเอง

6. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของลูกค้าอันเป็นผลจากการประเมินคุณภาพของการบริการที่สามารถรับรู้ได้จากการได้รับการบริการ ในระดับที่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้า ใน 3 ด้านดังนี้

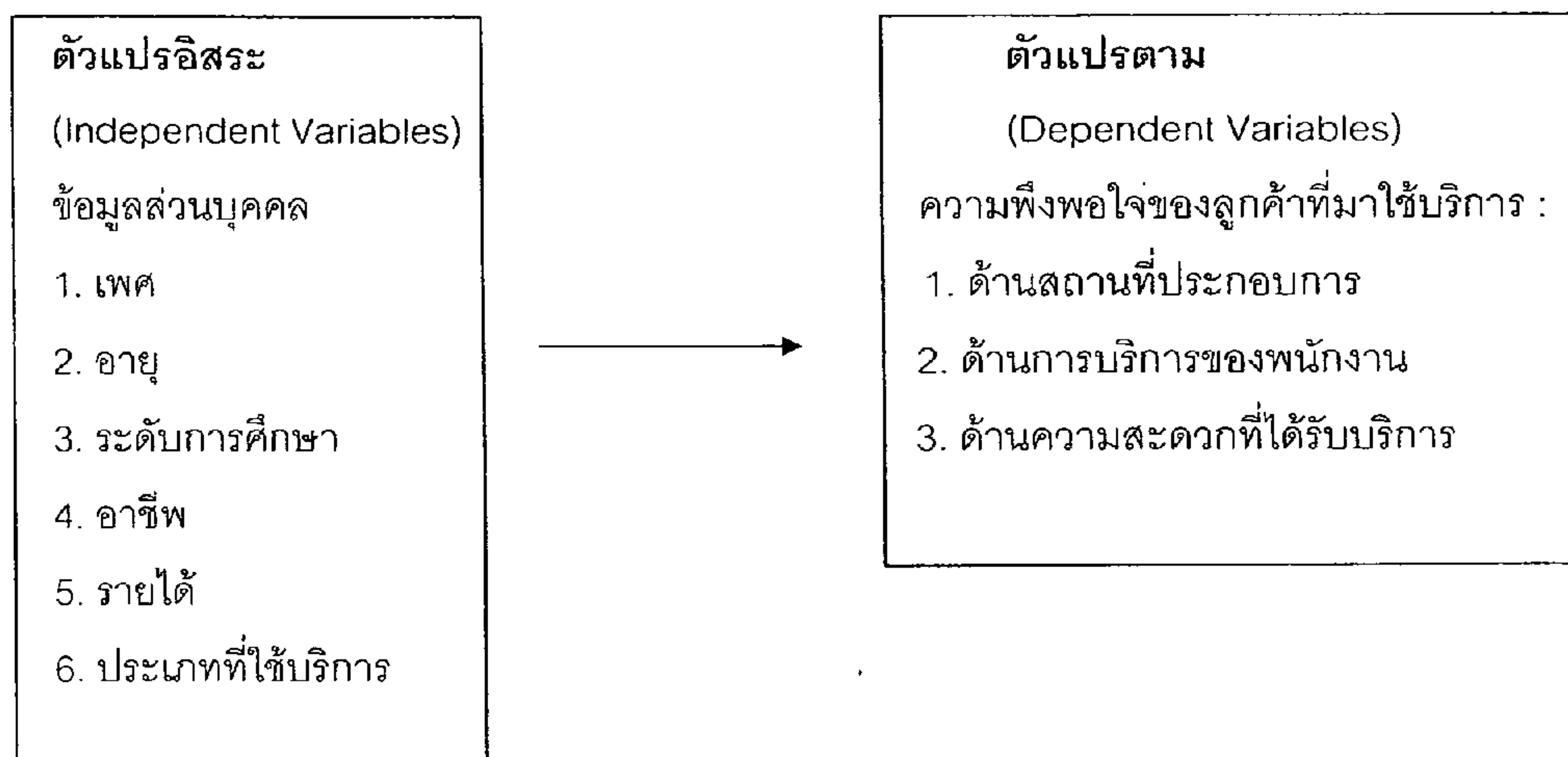
6.1 ด้านสถานที่ประกอบการ หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารนั้นมีความสะดวกในการติดต่อ ขนาดพื้นที่ในการให้บริการนั้นเพียงพอ ภายในธนาคารมีความสะอาดเรียบร้อย และได้รับความปลอดภัยในการเข้ามาใช้บริการ

6.2 ด้านบริการของพนักงาน หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการเตรียมความพร้อมในการให้บริการของพนักงานและการเอาใจใส่ดูแลลูกค้า แนะนำบริการและข้อมูลต่าง ๆ เพื่อเป็นทางเลือกแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องแม่นยำ กิริยามารยาทสุภาพ มีความเสมอภาคในการบริการลูกค้าทุกระดับ ทุกวัย และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า

6.3 ด้านความสะดวกที่รับบริการ หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับบริการหรือคำแนะนำในการทำรายการทุกประเภทได้อย่างรวดเร็ว ทันตามกำหนดที่ลูกค้าต้องการ และต่อเนื่อง มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ มีความสะดวกในด้านการกรอกแบบฟอร์มรายละเอียดต่าง ๆ ของลูกค้าและมีความเพียงพอของแบบฟอร์มและความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ สำหรับบริการลูกค้า รวมถึงความสะดวกในด้านวันและเวลาในการเปิดทำการ

7. ประเภทที่ใช้บริการ หมายถึง การทำรายการของลูกค้ากับเจ้าหน้าที่ และรวมถึงการทำรายการด้วยตนเองกับเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ ATM EDB CDM และ PASSBOOK UPDATE

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานในการวิจัย

ลูกค้าที่มีข้อมูลส่วนบุคคลทางด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน และด้านความสะอาดที่ได้รับบริการ ต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
 - 1.1 ประวัติและความเป็นมาของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
 - 1.2 ประวัติและความเป็นมาของสาขาไมโคร (Micro Branch)
2. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
3. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
 - 3.1 ความหมายของความพึงพอใจ
 - 3.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ประวัติและความเป็นมาของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ธนาคารกรุงเทพได้รับอนุมัติให้ดำเนินกิจการธนาคารพาณิชย์ จากกระทรวงการคลัง เมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2487 และธนาคารได้เริ่มเปิดดำเนินการวันแรก เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2487 โดยสถานที่ทำการเป็นตึกแถว 2 คูหา เลขที่ 235-237 ถนนราชวงศ์ เขตสัมพันธวงศ์ มีพนักงานรุ่นแรก 23 คน กรรมการผู้จัดการใหญ่คนแรก คือ หลวงรอบรู้กิจ ภายหลังเปิดกิจการได้ 4 ปี ธนาคารก็เริ่มขยายขยายเนื้อที่เปลี่ยนที่ทำการมาเป็นตึกแถว 2 ชั้น 4 คูหาฝั่งตรงข้ามที่ทำการเดิม จากนั้นก็ได้เปิดอาคารสำนักงานใหญ่ ณ บริเวณห้าแยกพลับพลาไชย ถนนเสือป่า ในวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2498 กิจการของธนาคารได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วทำให้ปริมาณงานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปริมาณพนักงานก็เพิ่มขึ้นตามงานที่ขยายตัว ทำให้ต้องมีการขยายพื้นที่อีกครั้งโดยการก่อสร้างอาคารสำนักงานใหญ่แห่งใหม่ ณ ถนนสีลม เปิดอย่างเป็นทางการเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2525 และในปี พ.ศ. 2514 ธนาคารได้มีแนวคิดริเริ่มสร้างตัวอักษร คำขวัญ และสัญลักษณ์ ของธนาคารขึ้นเพื่อให้เป็นที่สังเกต เข้าใจง่าย โดยการออกแบบตัวอักษรชื่อของธนาคารขึ้นเป็นอันดับแรก เป็นลักษณะทรงสี่เหลี่ยมสวยงาม สีสันเงินที่ดูหนักแน่นมั่นคงใช้เป็นตัวอักษรมาตรฐานของชื่อ และป้ายที่เป็นของธนาคารทั่วราชอาณาจักรไทย ส่วนสัญลักษณ์ใช้เป็นรูปทรงดอกบัว ซึ่งแสดงสถานภาพของธนาคารเพราะบัวเป็นพฤกษชาติที่เจริญงอกงามเร็ว คงทนต่อสภาพแวดล้อม และในด้านของคำขวัญของธนาคาร คือ “เพื่อนคู่คิด มิตรคู่บ้าน” ด้วย

ความหมายที่ว่า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) พร้อมทั้งให้บริการและคำแนะนำแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค ซึ่งธนาคารได้ประกาศใช้ ตัวอักษร สัญลักษณ์ และคำขวัญ ในวันที่ 13 กรกฎาคม 2514

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับคุณภาพของการบริการมาก โดยในปี พ.ศ.2527 ธนาคารได้กำหนดให้เป็นปีแห่งคุณภาพ จึงได้ปรับปรุงคุณภาพงานทุกด้าน เพื่อส่งผลต่อความพอใจของลูกค้า และเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทั้งในด้านการจัดการ การบริการและพัฒนาพนักงานตลอดจนเครื่องมือเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อให้คุณภาพของงานดีขึ้น ซึ่งมีการกำหนดความหมายของคำว่า “คุณภาพ” คือความพอใจและศรัทธาของลูกค้า ความพร้อมและความเต็มใจของพนักงานทุกคนทุกระดับที่ร่วมกันสนับสนุนการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ และตั้งแต่นั้นธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ได้เปลี่ยนแนวนโยบายที่สำคัญของธนาคารอย่างสิ้นเชิงจาก “การเติบโตสูงสุด” มาเป็น “คุณภาพสูงสุด”

ประวัติและความเป็นมาของสาขาไมโคร (Micro Branch)

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ก่อตั้งขึ้น โดยแนวคิดของท่านกรรมการผู้จัดการใหญ่คุณชาติศิริ โสภณพนิช มีดำริว่า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ควรทำธุรกิจเชิงรุก โดยการเปิดสาขาขนาดเล็กซึ่งใช้ต้นทุนต่ำกว่าสาขาขนาดใหญ่ให้เข้าไปอยู่ในกลุ่มลูกค้ารายย่อยต่าง ๆ ซึ่งมีทั้งลูกค้าของธนาคารกรุงเทพเอง และที่ไม่ใช่ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพก็สามารถเข้ามาใช้บริการได้เพิ่มขึ้น ซึ่งต่างจากสาขารูปแบบเดิมที่ลูกค้าเป็นฝ่ายเข้ามาติดต่อกับธนาคารซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าเดิม ๆ สาขารูปแบบใหม่นี้จึงเป็นจุดขายของธนาคารโดยเปิดสาขาในห้างสรรพสินค้าใกล้แหล่งชุมชน เน้นความสะดวกสบายแก่ลูกค้าผู้ใช้บริการมีรูปแบบทันสมัยมีอุปกรณ์ (Electronic Self Service) ที่ทันสมัย มีเคาน์เตอร์บริการให้บริการได้ครอบคลุม รวมทั้งมีบุคลากรที่มีความสามารถในการบริการและให้คำปรึกษา เปิดบริการตั้งแต่ 10.00-20.00 น. ทุกวันโดยไม่มีวันหยุด ทำให้ลูกค้านิยมใช้บริการกันมาก เนื่องจากตั้งอยู่ในแหล่งจับจ่ายซื้อของอุปโภค บริโภค เวลาทำกรำนั้นอำนวยความสะดวกแก่บุคคลในวัยทำงานต่าง ๆ นักเรียน นักศึกษา ฯลฯ ที่ไม่มีเวลาระหว่างวันเพื่อติดต่อกับธนาคาร สาขาแรกที่เปิดตัวคือสาขาย่อยเทสโก้โลตัส เอกมัย-รามอินทรา เปิดทำการในวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2543 โดยเบื้องต้นเรียกสาขานี้ว่า In store Branch นอกจากเปิดสาขาในห้างสรรพสินค้าแล้วยังมีการเปิดสาขาในสถานที่ศึกษาและในอาคารสำนักงาน สาขาที่เปิดในสถานศึกษาเรียกว่า CAMPUS BRANCH ซึ่งสาขารูปแบบนี้ไม่เน้นการทำธุรกิจเช่นสาขาในห้างสรรพสินค้า แต่ต้องการเข้าไปสร้างลูกค้าตั้งแต่ยังเรียนอยู่ในวัยเรียนและครูอาจารย์ในสถาบันศึกษาต่าง ๆ สถาบันละหลายหมื่นคนซึ่งในแต่ละปีธนาคารกรุงเทพจะมีลูกค้าซึ่งเป็นนักศึกษาใหม่และนักศึกษาจบการศึกษาเข้าสู่วัยทำงานหลากหลายอาชีพ ซึ่งเป็นลูกค้าธนาคารกรุงเทพตั้งแต่วัยเรียน

และจะผูกพันเป็นลูกค้าตลอดไป ปีหนึ่งนับแสนคน โดยสาขาที่เปิดในสถานศึกษาสาขาแรกคือ สาขา ย่อยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ศูนย์รังสิต ส่วนสาขาในอาคารสำนักงานนั้นเน้นให้บริการกับบริษัท ห้างร้านต่าง ๆ ภายในอาคารหรือบริเวณใกล้เคียง สาขาย่อยในอาคารสำนักงานแห่งแรกคือสาขาย่อย อาคารชินวัตร 3 ซึ่งในภายหลังจึงรวมเรียกสาขารูปแบบใหม่นี้ทั้งหมดว่า Micro Branch (อำนาจ สังข์ศรี. (2546?) (เอกสารประกอบคำบรรยาย).ไม่ปรากฏเลขหน้า.)

คำจำกัดความ “ MICRO BRANCH ”

คือ “ THE BANK GOES WHERE THE CUSTOMER IS ” หรือหมายความว่า “ เราจะอยู่ ทุกที่ที่มีลูกค้าอยู่ ”

รูปแบบของสาขาไมโคร (Micro Branch)

1. เป็นสาขาขนาดเล็กพื้นที่ขนาด 30-50 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณใจกลางเมือง ตามห้างสรรพสินค้า สถานศึกษา ตึกสำนักงานต่าง ๆ แต่ละสาขาจะมี 2 เคาน์เตอร์บริการ มีพนักงานให้บริการ 3 คน / วัน พนักงานทุกคนทำงานในลักษณะ Mixed Job คือ จะรู้งานหมดทุกด้านและสามารถทำงานแทนกันได้
2. การทำงานจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ
 - 2.1 BACK OFFICE จะมีหน้าที่จัดการดูแลและรองรับการทำงานของสาขาไมโครต่าง ๆ ในด้านอื่น ๆ ที่หน้าเคาน์เตอร์บริการ ไม่สามารถให้บริการได้ ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้านบริการ โดยแยกงานที่ไม่เกี่ยวข้องกับลูกค้าโดยตรงไปดำเนินการที่ส่วนกลาง
 - 2.2 FRONT OFFICE เป็นสาขาไมโครต่าง ๆ ที่เปิดให้บริการกับลูกค้า ซึ่งในส่วนนี้เป็นส่วนที่ขยายช่องทางการขายสินค้าและบริการของธนาคาร โดยการทำรายการต้องมีความถูกต้องรวดเร็วและใช้ต้นทุนที่เหมาะสม

วัตถุประสงค์การให้บริการ

1. เน้นการให้บริการแก่ลูกค้ารายย่อย และให้ได้รับความสะดวกในด้านเวลาเปิด / ปิดทำการ และในด้านสถานที่
2. เพื่อปรับขนาดของสาขาในการให้บริการของธนาคารให้เหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน
3. เน้นการให้บริการในด้านการขายสินค้าและบริการ (SALE) เป็นอันดับแรก และการให้

บริการเครื่อง ELECTRONIC SELF SERVICE เพื่อให้ลูกค้าสามารถทำรายการได้ด้วยตนเอง แต่จะพยายามลดปริมาณการทำรายการหน้าเคาน์เตอร์ (TRANSACTION) ซึ่งถ้านำมาเรียงลำดับความสำคัญจะได้ดังนี้ (1) SALES (2) SELF SERVICE (3) TRANSACTION

ประเภทบริการของสาขาไมโคร (Micro Branch)

1. บริการเปิดบัญชีทำบัตร ATM ทุกประเภท
2. บริการรับฝากเงิน ถอนเงิน และโอนเงิน โดย
 - ฝากได้ไม่เกิน 300,000 บาท / วัน / บัญชี
 - ถอนได้ไม่เกิน 100,000 บาท / วัน / บัญชี
 - โอนเงินได้ไม่เกิน 1,000,000 บาท / วัน / บัญชี
3. ข่ายตราสารการเงิน ไม่เกิน 20,000 บาท / ฉบับ
4. ชำระสินเชื่อ
5. เปลี่ยนสมุดคู่ฝากใหม่
6. บริการเครื่อง ELECTRONIC SELF SERVICE
7. รับซื้อเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีให้บริการเฉพาะบางสาขา

ส่วนประเภทบริการด้านอื่น ๆ ที่สาขาไมโครไม่สามารถทำรายการได้นั้นเนื่องจากข้อจำกัดทางด้านบุคลากร อุปกรณ์ และสถานที่

มาตรฐานการให้บริการ 9 ประเภทของสาขาไมโคร (Micro Branch)

(ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) .2546 : 3-3)

1. เตรียมตัวให้พร้อมบริการ
2. กล่าวสวัสดีทักทาย
3. ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพอ่อนน้อม
4. รอบรู้ผลิตภัณฑ์และบริการ
5. ถูกต้องรวดเร็ว ละเอียดยรอบคอบ รับผิดชอบต่อหน้าที่
6. เข้าใจลูกค้า มีน้ำใจช่วยเหลือ
7. ยอมรับข้อตำหนิ หลีกเลี้ยงข้อโต้แย้ง ไม่แสดงความรำคาญ ไม่เบือนหน้าบริการ
8. เสนอแนวทางในการแก้ปัญหา
9. ขอบคุนและเชิญใช้บริการใหม่

หน้าที่ของพนักงานสาขาไมโคร (Micro Branch) ที่ดี

1. Sales : ขายสินค้าและบริการ
2. Services Smile : บริการด้วยรอยยิ้ม
3. Good Communication Skill : มีทักษะในการติดต่อสื่อสารที่ดี
4. Willing and Able to learn and Develop : สามารถพัฒนาและเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี
5. An absolute team player : สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมได้อย่างดี

หลักการให้บริการของสาขาไมโคร	หลักการแก้ปัญหาของสาขาไมโคร
สวัสดิลูกค้า กล้าถามความต้องการ ประสานส่งมอบ ขอบคุณมาใหม่	ขอภัยลูกค้า ครอบครองปัญหา เสนอทางเลือก ยินดีบริการ ขอบคุณมาใหม่

แนวคิดที่เกี่ยวกับการให้บริการ

ความหมายของการบริการ

ตามพจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ.2530 ให้ความหมายของคำว่า “บริการ” หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ “

การบริการตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Service” ซึ่งเป็นคำที่คนส่วนมากจะเรียกร้องขอรับบริการเพื่อความพึงพอใจของตน

ความสำคัญของการบริการ

การบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในงานด้านต่าง ๆ เพราะบริการ คือการให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ไม่มีการดำเนินงานใด ๆ ที่ปราศจากบริการทั้งในภาครัฐและเอกชน การขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใด ๆ ก็ต้องมีการบริการรวมอยู่ด้วยเสมอ ยิ่งเป็นธุรกิจบริการ ตัวบริการนั่นเองคือสินค้า การขายจะประสบความสำเร็จได้ต้องมีบริการที่ดี ธุรกิจการค้าจะอยู่ได้ต้องทำให้เกิดการ “ขายซ้ำ” คือต้องรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ การบริการที่ดีจะช่วยรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ ทำให้เกิดการขายซ้ำแล้วซ้ำอีก และชักนำให้มีลูกค้าใหม่ ๆ ตามมา เป็นความจริงที่ว่า “เราสามารถพัฒนาคุณภาพสินค้าที่ละตัวได้ แต่การพัฒนาบริการต้องทำพร้อมกันทั้งองค์กร”การพัฒนาคุณภาพ

ของการบริการเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกคนในองค์กรจะต้องถือเป็นความรับผิดชอบร่วมกันมิฉะนั้นจะเสียโอกาสแก่คู่แข่งชั้นหรือสูญเสียลูกค้าไป

ลักษณะของการบริการ

เราอาจแยกพิจารณาลักษณะของการบริการ ออกได้ดังนี้

1. เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อผู้อื่น

พฤติกรรมโดยทั่วไปจะเห็นได้จากการกระทำ การบริการมีการแสดงออกในลักษณะของ สีนํ้า แววตา กิริยาท่าทาง คำพูดและน้ำเสียง การแสดงพฤติกรรมที่ปรากฏให้เห็นจะเกิดผลในทันทีเกิดผลขึ้นได้ตลอดเวลาและแปรผลได้รวดเร็ว อันเป็นลักษณะเฉพาะของการบริการ

2. เป็นการกระทำที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจ

การบริการจะเป็นเช่นไรขึ้นอยู่กับความคิดของผู้ให้บริการซึ่งจะแสดงออกถึงอารมณ์ความรู้สึก ความเชื่อ ความปรารถนาและค่านิยม ถ้าสิ่งเหล่านี้สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจที่ดีก็ย่อมจะมีผลต่อการบริการที่ดีตามไปด้วย

3. เป็นสิ่งที่บุคคลได้กระทำขึ้นอันเชื่อมโยงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการ

การบริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคนเป็นผู้ให้บริการและต้องการคนเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบริการที่ดี เพราะกิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวกับการบริการคน จะต้องมีส่วนสัมพันธ์ในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการเป็นผู้ดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการ

คุณลักษณะของผู้ที่จะทำงานบริการได้ดี

1. มีจิตใ้รักงานบริการ

2. มีความรู้ในงานที่จะบริการอย่างถูกต้องแท้จริง

3. มีความรู้ในตัวสินค้าหรือบริการ เพื่อให้คำชี้แจงแก่ผู้รับบริการได้

4. มีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติงานเพื่อให้ผู้รับบริการพึงพอใจ

5. มีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากในการทำงานบริการ

6. มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการและควรปลูกฝังทัศนคติให้เห็นความสำคัญ

ของลูกค้าผู้ใช้บริการ ด้วยการยกย่องว่า "ลูกค้าคือพระเจ้า" และ "ลูกค้าเป็นฝ่ายถูกเสมอ"

7. มีทัศนคติต่องานบริการที่ดีและเต็มใจที่จะให้บริการ

8. มีจิตใ้มั่นคงไม่โลเล ควบคุมการทำงานให้เป็นไปตามแผนการให้บริการและรู้จักปรับ

วิธีการให้บริการ

9. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ พัฒนาการให้ดีขึ้นโดยไม่ยึดติดกับการให้บริการแบบเก่า

10. มีความช่างสังเกต

11. มีวิจารณ์ญาณไตร่ตรองรอบคอบ สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้บางประการโดยไม่จำเป็นต้องให้ผู้บังคับบัญชาวินิจฉัยสั่งการในทุกเรื่อง

12. สามารถวิเคราะห์ปัญหา คิดวิธีแก้ปัญหาหลาย ๆ ทางเลือกและแก้ปัญหาที่ดีที่สุด

หลักการให้บริการที่ดี (สมิต สัจฉกร. 2543:173-174)

1. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ
2. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ
3. ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน
4. ให้บริการที่รวดเร็วตรงตามกำหนดเวลา
5. ไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่น

เทคนิคการแก้ปัญหา (สมิต สัจฉกร. 2543:237-238)

1. ต้อนรับคำบ่น (Welcome Complaints) เต็มใจรับฟังปัญหาของลูกค้า
2. แสดงความเสียใจ (Express Regret) ในเหตุการณ์ที่เขาไม่ได้รับความสะดวก
3. ฟังอย่างตั้งใจ (Listen Attentively)
4. รวบรวมข้อเท็จจริง (Collect the Fact) สรุปปัญหาที่ลูกค้ามีอยู่
5. เสนอว่าจะพิจารณาคำแนะนำการแก้ปัญหาของลูกค้าและจะดำเนินการ (Offer to consider his suggestion and act)

ลักษณะของอุตสาหกรรมบริการ

อุตสาหกรรมบริการเป็นกิจกรรมที่ไม่มีการผลิตสินค้าออกมาในรูปของผลิตภัณฑ์แต่ก็ได้ถือว่าการบริการเป็นส่วนหนึ่งของการผลิตและในปัจจุบันการบริการมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมมากขึ้น จนนักเศรษฐศาสตร์แยกงานลักษณะนี้ว่า “อุตสาหกรรมไร้ตัวตน” ซึ่งมีลักษณะเฉพาะดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.2542:10-11)

1. เป็นสาระสำคัญของความไว้วางใจ (Trust) การตัดสินใจรับบริการหรือซื้อบริการขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ เชื่อหรือคิดว่าน่าจะได้รับสิ่งที่ดีเป็นที่พอใจ ผู้บริโภคไม่สามารถหยิบจับหรือตรวจสอบสินค้าได้เหมือนกับสินค้าที่มีรูปลักษณะ
2. เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) การบริการเป็นสิ่งที่ไม่อาจสัมผัสได้ ดังนั้นการขายสินค้าประเภทนี้จึงเป็นภารกิจหลักของผู้ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการขาย เช่น งานด้านการขาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่ต้องการเน้นให้เห็นประโยชน์ที่จะได้รับจากการบริการมากกว่าตัวสินค้า
3. แยกแยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability) การบริการมีอาจแยกออกจากตัวบุคคลผู้

ทำหน้าที่บริการหรือผู้ขายบริการนั้น ๆ ได้ และลักษณะบริการบางอย่างต้องทำเป็นกระบวนการอย่างต่อเนื่อง เริ่มตั้งแต่การให้บริการจนถึงสิ้นสุดการให้บริการ

4. มีลักษณะที่แตกต่างหรือมีความเป็นอเนกพันธุ์ (Heterogeneity) เนื่องจากการบริการแต่ละแบบขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ละคน ซึ่งมีวิธีการเป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง จึงเป็นการยากที่จะกำหนดมาตรฐานในการบริการเป็นอย่างเดียวกันแม้จะมีกำหนดเป็นระบบการทำงานแล้วก็ตาม

5. มีลักษณะไม่คงทนและมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอด (Perishability and Fluctuating) การบริการมีลักษณะไม่คงทนและไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ เนื่องจากไม่สามารถคาดเดาความต้องการของผู้ใช้บริการได้ ความต้องการของผู้ใช้บริการจะมีความแตกต่างกันไปตามช่วงเวลา ทำให้อุตสาหกรรมบริการต้องรักษาความสมดุลโดยการวางแผนการขาย การส่งเสริมบริการ เพื่อให้เกิดความต้องการใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ

6. ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ ความแตกต่างพื้นฐานของอุตสาหกรรมบริการและอุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ อยู่ที่การไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ ผู้ใช้บริการจะแสดงความต้องการหรือใช้สิ่งอำนวยความสะดวก โดยการจ่ายค่าบริการในการใช้หรือค่าเช่าบริการตามรายการนั้น

แนวทางการดำเนินงานด้านการให้บริการที่มีประสิทธิภาพซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยอ้อมต่อการบริการ สามารถนำไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาการบริการที่เกี่ยวข้องได้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.2543:222-223)

“ D ” ย่อมาจาก “Dynamic” หมายถึง การปรับตัวที่ต้องรวดเร็วและใช้แรงอย่างชาญฉลาด กระตือรือร้นในทุกวินาที

“ V ” ย่อมาจาก “Vision” หมายถึง วิสัยทัศน์ที่ต้องมีความแม่นยำในการคาดการณ์ มองเห็นทิศทางที่แจ่มชัด รู้เป้าหมายอย่างชัดเจน

“ C ” ย่อมาจาก “Corporate Culture” หมายถึง วัฒนธรรมองค์กรที่ต้องสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมเส้นทางเดียวกัน เพื่อให้การเดินทางผ่านอุปสรรคและก้าวต่อไปอย่างมั่นคง

“ I ” ย่อมาจาก “Information System” หมายถึง ระบบข้อมูลที่ต้องละเอียดรอบคอบในทุกด้าน ขำขันชำนาญ รอบรู้ข้อมูล เข้าใจกลยุทธ์ และมีประสบการณ์ที่มากพอ

“ T ” เป็นหัวใจสำคัญในการทำงาน ย่อมาจาก “Team Work” หมายถึง การทำงานเป็นทีม ร่วมกัน การประสานกลมเกลียว สามัคคี เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

กิติมา ปรีดีดิลก (สุทธิ ปันมา. 2535 : 19 ; อ้างอิงจาก กิติมา ปรีดีดิลก.ม.ป.ป.) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบ หรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจด้านต่าง ๆ ของงาน และเขาได้รับการตอบสนองความต้องการของเขาได้

วิมลสิทธิ ทรยางกูร (ศิริพร สุประพาส.2541:12 ; อ้างอิงจาก วิมลสิทธิ ทรยางกูร.2526) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกดี เลว พอใจ ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ เป็นต้น

คอตเลอร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 : 45 ; อ้างอิงจาก Kotler. 1994. *Marketing management : analysis , planning , implementation and control.*) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของลูกค้า ระดับความพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล โดยความคาดหวังของบุคคลเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่มที่เกิดจากการผลิต จากการตลาด รวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่าง ๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม

เชลลี (พิเศษ รวมทรัพย์. 2538 :6 ; อ้างอิงจาก Shelly.n.d.) ศึกษาแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนั้นเป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับและความสุขนี้สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้มีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

วอลเลสเตอร์ (วราพรรณ สันทสนะโชค. 2540 : 7 ; อ้างอิงจาก Wallestein. 1971) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้ายที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

ลักษณะของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจในการบริการ มีความสำคัญต่อการดำเนินงานงานบริการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีลักษณะทั่วไปดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2542 : 24-37)

1. ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด บุคคลจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมรอบตัว การตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นและสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ทำให้แต่ละเหตุการณ์มีประสบการณ์การรับรู้ เรียนรู้ สิ่งที่จะได้รับตอบแทน แตกต่างกันไป ในสถานการณ์การบริการก็เช่นเดียวกัน บุคคลรับรู้หลายสิ่งหลายอย่างเกี่ยวกับการบริการ ไม่ว่าจะเป็นประเภทของการบริการหรือคุณภาพของการบริการ ซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับจากการสัมผัสบริการต่าง ๆ หากเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการ โดยสามารถทำให้ผู้รับบริการได้รับสิ่งที่คาดหวัง ก็ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและพึงพอใจ

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่ง ในสถานการณ์การบริการก่อนที่ลูกค้าจะมาใช้บริการใดก็ตามมักจะมีมาตรฐานของการบริการนั้นไว้ในใจอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งอาจมีแหล่งอ้างอิงมาจากคุณค่าหรือเจตคติที่ยึดถือต่อการบริการ ประสบการณ์ดั้งเดิมที่เคยใช้บริการ การบอกเล่าของผู้อื่น การรับทราบข้อมูลการรับประกันการบริการจากโฆษณา การให้คำมั่นสัญญาของผู้ให้บริการเหล่านี้ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้รับบริการใช้เปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับในวงจรของการบริการก่อนที่ได้รับบริการหรือคาดหวังในสิ่งที่คิดว่าควรจะได้รับนี้ มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาของความจริง สิ่งที่ผู้รับบริการได้รับรู้เกี่ยวกับการบริการก่อนที่จะได้รับการบริการเป็นอย่างมาก เพราะผู้รับบริการจะประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการการบริการที่เกิดขึ้นกับสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ หากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามที่คาดหวัง ถือว่าเป็นการยืนยันที่ถูกต้องกับความคาดหวังที่มีอยู่ ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจต่อการบริการดังกล่าว แต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่คาดหวังอาจจะสูงกว่าหรือต่ำกว่า นับเป็นการยืนยันที่คลาดเคลื่อนจากความคาดหวังดังกล่าว ทั้งนี้ช่วงความแตกต่างที่เกิดขึ้นจะชี้ให้เห็นถึงระดับความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจมากน้อยได้ ถ้าข้อยืนยันเบี่ยงเบนไปในทางบวกแสดงถึงความพึงพอใจ ถ้าไปในทางลบแสดงถึงความไม่พึงพอใจ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้รับบริการต่อการให้บริการ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่สำคัญมีดังนี้

1. ผลลัพธ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับการที่มีลักษณะที่มีคุณภาพ และระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์การบริการในการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน

วิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่าง และคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอ บริการเป็นส่วนสำคัญยิ่ง ในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับ หรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้รับบริการ ทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาค่าบริการกับคุณภาพของการบริการของแต่ละบุคคล อาจแตกต่างกันออกไป เช่นบางคนพิจารณาว่าสินค้าหรือบริการที่มีราคาสูงเป็นสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูง ในขณะที่บางคนพิจารณาราคาค่าบริการตามลักษณะความยากง่ายของการให้บริการ เป็นต้น

3. สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวก เมื่อลูกค้ามีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ท่าเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสาร หรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพการบริการในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อถือที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าวอันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

5. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ ผู้บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติงานบริการล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารการบริการที่วางนโยบาย การบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก ย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย เช่นเดียวกับผู้ปฏิบัติงานบริการ หรือพนักงานบริการที่ตระหนักถึงลูกค้าเป็นสำคัญ จะแสดงพฤติกรรมบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการ ด้วยความสนใจ เอาใจใส่อย่างเต็มที่ ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคาร สถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในงานบริการ

7. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอในกระบวนการการบริการเป็นสำคัญ ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการ ส่งผลให้ การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้ามีความคล่องตัวและสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ เช่น การนำเครื่องรับฝากเงิน-ถอนเงินอัตโนมัติ มาให้ลูกค้าได้ใช้บริการ

ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผันแปรได้ตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ความคาดหวัง

ของบุคคลในแต่ละสถานการณ์ ช่วงเวลาหนึ่งบุคคลอาจจะไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่งเพราะไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง แต่ในอีกช่วงหนึ่งหากสิ่งที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้อง บุคคลก็สามารถเปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้นได้อย่างทันทีทันใด แม้ว่าจะเป็นความรู้สึกที่ตรงกันข้ามก็ตาม นอกจากนี้ ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่สามารถแสดงออกในระดับมากน้อยได้ ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังส่วนใหญ่ลูกค้าจะใช้เวลาเป็นมาตรฐานในการเปรียบเทียบความคาดหวังจากบริการต่าง ๆ

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ทฤษฎีความต้องการ (Maslow's Needs Hierachy Theory)

มาสโลว์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539 : 149 - 150 ; อ้างอิงจาก Maslow.1968) ได้ตั้งทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ โดยมีสมมติฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมความต้องการของมนุษย์ ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีที่สิ้นสุด แต่สิ่งที่มนุษย์ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับว่ามีสิ่งนั้นอยู่แล้วหรือยัง ขณะที่ความต้องการใดได้รับการตอบสนองและความต้องการอื่นจะเข้ามาแทนที่ กระบวนการนี้จะไม่มีที่สิ้นสุดและจะเริ่มขึ้นตั้งแต่แรกเกิดจนตาย

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองจะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นเป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม

3. ความต้องการของมนุษย์เป็นลำดับขั้นตามลำดับความสำคัญ (Hierachy of Needs) เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนองทันที

3.1 ความต้องการปัจจัย 4 (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิต ได้แก่ อาหาร น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการพักผ่อนและความต้องการทางเพศ

3.2 ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety or Security Needs) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองทางร่างกาย แล้วความต้องการทางจิตใจก็จะตามมา

3.3 ความต้องการมีส่วนร่วมในสังคม (Social Needs or Love Needs) ขั้นนี้เป็นความต้องการที่สูงขึ้น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ต้องการให้ผู้อื่นรักใคร่เห็นความสำคัญของตนและเป็นที่รู้จักของคนในสังคม

3.4 ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงหรือได้รับการยกย่องในสังคม (Esteem Needs or Status Needs) เป็นความต้องการที่ต้องการเติบโตสูงขึ้น ทั้งตำแหน่งหน้าที่การงาน เพื่อความมีชื่อเสียงมีหน้าตา ได้รับการยกย่องสรรเสริญในสังคม

3.5 ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (Self – actualization Needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดเพื่อให้ได้ทุกสิ่งที่ปรารถนาเป็นความต้องการพิเศษซึ่งคนธรรมดาส่วนมากมักอยากได้แต่ไม่สามารถหาได้ ความพอใจในลักษณะดังกล่าวนี้มักมีลักษณะกว้างขวางมาก และแตกต่างกันไปในแต่ละคน มนุษย์มีความต้องการเหล่านี้อยู่ตลอดเวลาเมื่อความต้องการอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนอง ก็จะเกิดความต้องการอย่างอื่นขึ้นมาแทนเป็นขบวนการที่ไม่สิ้นสุด ดังนั้นการที่จะกำหนดรูปแบบการให้บริการอย่างมีคุณภาพ จะต้องรู้ให้เท่าทันว่าขณะนี้ลูกค้ามีความต้องการอะไร เมื่อรู้จักทิศทางความต้องการของลูกค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ก็จะนำไปสู่ความพึงพอใจตามมา

นอกจากนั้น ดร.วอลเตอร์ แลงเยอร์ ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physical Needs) เป็นความต้องการที่เราคุ้นเคยมากที่สุด เป็นความต้องการ อาหาร น้ำ อากาศ การนอนหลับ การขับถ่าย และอื่น ๆ เพื่อความอยู่รอดของชีวิต
2. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นความต้องการมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ ความต้องการช่วยเหลือการทำงานของบุคคลอื่น ความต้องการความรัก ทั้งเป็นผู้ให้ความรักและผู้ถูกรัก เหล่านี้เป็นต้น
3. ความต้องการเกี่ยวกับตนเอง (Egoistic Needs) ความต้องการประเภทนี้แตกต่างจากความต้องการประเภทที่สอง คือ ความต้องการทางสังคมในแง่ที่ว่าจุดมุ่งหมายของความ ต้องการประเภทนี้ในขั้นต้นจะเป็นไปในแง่เกี่ยวกับตนเองทั้งสิ้น เช่น ความต้องการมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น ความต้องการความสนใจ ความต้องการการยกย่อง ฯลฯ

ทฤษฎีจูงใจ-ค้ำจุน หรือ ทฤษฎีสององค์ประกอบ

หมายถึง ทฤษฎีมีความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ ของ เฮอริชเบอร์ก (Herberg) องค์ประกอบทั้ง 2 นี้ก่อให้เกิด ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยจูงใจ (Motivator factors) และปัจจัยค้ำจุน (Hygiene factors) มีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยจูงใจ (Motivator factors) เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในงานและความก้าวหน้าในอนาคต ซึ่งมีอยู่ 5 ประการดังนี้

1.1 ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) หมายถึง ความเสร็จสมบูรณ์ของงาน ความสามารถในการแก้ปัญหา การมองเห็นผลงาน ความชัดเจนของงาน ซึ่งถ้าไม่มีความสำเร็จในการทำงานจะทำให้เกิดความล้มเหลวและไม่บรรลุผลของงาน

1.2 การยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การยอมรับหรือเห็นด้วยจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ซึ่งถ้าขาดการยอมรับนับถือจะทำให้เกิดการไม่ยอมรับการได้รับคำตำหนิติเตียน หรือการกล่าวโทษ

1.3 ลักษณะงาน (Work itself) หมายถึง การลงมือกระทำหรือการทำงานเป็นชิ้นเป็นอัน ซึ่งเป็นการกำหนดเวลา หรือเป็นกิจวัตร หรือยืดหยุ่นได้ อาจมีการสร้างสรรค์งาน ไม่ว่าจะเป็นงานง่ายหรืองานยาก รวมทั้งสามารถทำให้เกิดโอกาสที่จะนำไปสู่การปฏิบัติงานที่สมบูรณ์หรือสามารถทำงานให้เสร็จในเวลาอันสั้น

1.4 ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง การจัดลำดับของการทำงานได้เองโดยปราศจากผู้บังคับบัญชา หรือการทำงานใหม่โดยไม่ต้องบอกล่วงหน้า

1.5 ความก้าวหน้าในตำแหน่งการทำงาน (Advancement) หมายถึง ผลหรือการมองเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในสถานภาพของบุคคล หรือตำแหน่งในสถานที่ทำงาน

2. ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene factors) เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งมีอยู่ 9 ประการ ดังนี้

2.1 เงินเดือน (Salary) หมายถึง ผลตอบแทนจากการทำงาน เช่น ค่าจ้าง เงินเดือน หรือสิ่งอื่น ๆ ที่ได้มาจากการปฏิบัติงาน

2.2 โอกาสก้าวหน้า (Possibility of growth) หมายถึง การที่บุคคลมีโอกาสดำรงตำแหน่งโยกย้ายตำแหน่งในหน่วยงาน หรือการมีทักษะเพิ่มขึ้นในวิชาชีพ

2.3 ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (Interpersonal relationship) หมายถึง การพบปะสังสรรค์ของบุคคลกับบุคคลอื่น ได้แก่ ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และผู้ใต้บังคับบัญชา ในสถานการณ์ต่าง ๆ

2.4 สถานภาพ (Status) หมายถึง สถานภาพของบุคคลในสายตาคนอื่น หรือเป็นการรับรู้จากบุคคลอื่น

2.5 การนิเทศงาน (Supervision) หมายถึง สถานการณ์ที่ผู้บังคับบัญชาสามารถวิเคราะห์ความสามารถของพนักงานได้ ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์ที่มีลักษณะอยู่ในขอบเขต หรือทำงานอิสระ

2.6 นโยบายการบริหาร (Policy and administration) หมายถึง ความสามารถในการจัดลำดับเหตุการณ์ต่าง ๆ ของการทำงาน ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นนโยบายทั้งหมดของหน่วยงาน ตลอดจนความสามารถในการบริหารงานให้สอดคล้องกับนโยบายนั้น ๆ

2.7 สภาพแวดล้อมในการทำงาน (Working conditions) หมายถึง สภาพเหมาะสมในการทำงาน ปริมาณงานที่ได้รับมอบหมาย หรือความสะดวกสบายในการทำงาน

2.8 สภาพความเป็นอยู่ (Personal life) หมายถึง สถานการณ์ของบุคคลที่ทำให้มีความสุขในช่วงเวลาที่ไม่ทำงาน ซึ่งทำให้บุคคลมีความรู้สึกที่ดีต่องานของเขา

2.9 ความมั่นคงปลอดภัยในการทำงาน (Job security) หมายถึง ความรู้สึกปลอดภัยว่าจะได้ทำงานในตำแหน่งและสถานที่นั้นนานคงทน

ทฤษฎีการจูงใจ ของ ดักลาส แมคเกรเกอร์ (Douglas McGregor)

แบ่งเป็น 2 ทฤษฎีย่อยคือ

1. ทฤษฎีเอ็กซ์ (Theory X) เกิดขึ้นในสมัยก่อนกำหนดมนุษย์ในรูปแบบต่าง ๆ มีสมมติฐานว่า มนุษย์เป็นสัตว์ที่มีแต่ความต้องการ คือ มีความต้องการไม่มีที่สิ้นสุด เนื้อหาของทฤษฎี X มีดังนี้

1.1 มนุษย์โดยทั่วไปจะไม่ชอบทำงาน และพยายามหลีกเลี่ยงการทำงานเท่าที่จะทำได้

1.2 เนื่องจากลักษณะการไม่ชอบทำงานของมนุษย์ การที่จะทำให้มนุษย์ปฏิบัติงานเพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ ต้องใช้วิธีการบังคับ ควบคุม สั่งการ หรือ ช่มชู้ และลงโทษด้วยวิธีการต่าง ๆ

1.3 มนุษย์โดยทั่วไปชอบที่จะเป็นผู้ตาม มีคนคอยบังคับสั่งการในการทำงาน พยายามหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบ มีความทะเยอทะยานน้อย และต้องการความมั่นคงมากกว่าสิ่งอื่นใด

1.4 มนุษย์ให้ความสำคัญเฉพาะของตนเอง เชื่อชาติต่อความต้องการขององค์การ

1.5 มนุษย์มักต่อต้านการเปลี่ยนแปลง

ตามทฤษฎีนี้ผู้บริหารจะเข้าใจว่า สิ่งจูงใจที่จะทำให้คนในองค์การทำงานได้ดีที่สุดนั้น คือ การให้สิ่งตอบแทนทางเศรษฐกิจ คือ ใช้เงินเป็นสิ่งจูงใจ ถ้าทำงานได้ผลผลิตมากค่าจ้างสูง มิฉะนั้นจะใช้วิธีการกระตุ้นให้ทำงานด้วยการช่มชู้ให้เกิดความเกรงกลัว แล้วยอมทำตามคำสั่งผู้บังคับบัญชา

2. ทฤษฎีวาย (Theory Y) เป็นแนวความคิดที่นิยมใช้ในปัจจุบัน เป็นที่มาของหลักการด้านมนุษยสัมพันธ์ สมมติฐานของทฤษฎีนี้คือ มนุษย์เป็นผู้ที่ชอบสังคม มนุษย์อยู่คนเดียวไม่ได้ ต้องมีการสังสรรค์กันและอยู่ในระบบสังคม มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทฤษฎีวายมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ความพยายามของมนุษย์ทั้งทางกายและทางใจ ในการทำงาน ของมนุษย์เป็นไปตามธรรมชาติ มนุษย์โดยทั่วไปมิได้รังเกียจการทำงาน การทำงานจะได้รับความสนใจจากผู้ปฏิบัติงาน คนงานจะถือว่างานเป็นสิ่งสนองความต้องการ

2.2 การควบคุมหรือบังคับ มิใช่วิธีเดียวที่จะให้การทำงานนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ คนยอมทำงานด้วยความเป็นตัวของตัวเองจนบรรลุวัตถุประสงค์ที่เขายอมรับ

2.3 มนุษย์ให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นกลุ่ม

2.4 คนจะยึดมั่นกับวัตถุประสงค์ เมื่อเขาได้รับผลสำเร็จจากการทำงาน การที่คนได้รับการสนองความต้องการที่สนใจตนเอง จะทำให้เขาเกิดความพยายามในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ

2.5 คนเราเรียนรู้จากสถานการณ์ที่เหมาะสม เพื่อยอมรับความรับผิดชอบ และยังแสวงหาความรับผิดชอบเพิ่มขึ้น การหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบ ขาดความทะเยอทะยานและยึดมั่นกับความปลอดภัยเพียงอย่างเดียว ไม่ใช่คุณลักษณะที่แท้จริงของบุคคล

2.6 ความสามารถในการใช้ความคิด ความเฉลียวฉลาด จินตนาการ และความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ในองค์การ จะมีอยู่ในตัวบุคคลด้วยกันทั้งนั้น

2.7 ระบบอุตสาหกรรมปัจจุบันนี้ ผู้ปฏิบัติงานแต่ละคนได้มีโอกาสแสดงความสามารถของตนเพียงบางส่วนเท่านั้น

ทฤษฎีนี้เน้นถึงการพัฒนาตนเองของมนุษย์ ซึ่งให้เห็นว่ามนุษย์นั้นรู้จักตัวเองได้ถูกต้อง รู้ขีดความสามารถของตน ผู้บริหารจะมีความรู้สึกดีต่อคนงาน ฝ่ายบริหารควรสร้างสรรสถานการณ์ที่จะทำให้สมาชิกขององค์การมีความรู้สึกรับผิดชอบ และมีส่วนร่วมในการทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายส่วนบุคคลอันจะมีผลต่อวัตถุประสงค์ของธุรกิจเป็นส่วนรวม

ทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Utility Theory)

อรรถประโยชน์ (Utility) หมายถึง ความพอใจที่ได้รับจากการบริโภคสินค้าหรือบริการต่าง ๆ สินค้าใดให้ความพอใจในการบริโภคมากก็มีอรรถประโยชน์มากด้วย ดังนั้นอรรถประโยชน์ของสินค้าและบริการที่แสดงออกในรูปของความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจะมากหรือน้อย

จึงขึ้นอยู่กับชนิดและปริมาณของสินค้าและบริการ เวลาและสถานที่รวมตลอดไปถึงตัวบุคคลที่บริโภคด้วย

ดุลยภาพของผู้บริโภค (Consumer's Equilibrium) หมายถึง สภาพการณ์ที่ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุดจากการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคสินค้าและบริการภายใต้รายได้ที่มีจำกัด

อรรถประโยชน์เพิ่มหรืออรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย (Marginal Utility : MU) หมายถึง อรรถประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้นจากการบริโภคสินค้าและบริการชนิดนั้นเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ซึ่งลักษณะของ MU จะเป็นตามกฎการลดน้อยถอยลงของอรรถประโยชน์เพิ่ม (Law of Diminishing Marginal Utility) กล่าวคือ เมื่อบริโภคสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ อรรถประโยชน์เพิ่มที่ได้จากสินค้านั้น จะเพิ่มขึ้นในอัตราลดลงจนเป็นศูนย์และติดลบได้ในที่สุด

ดุลยภาพของผู้บริโภคจะเกิดได้เมื่ออรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย (Marginal Utility : MU) ของสินค้าหน่วยสุดท้ายที่ได้จากเงินที่จ่ายซื้อ ต้องเท่ากับอรรถประโยชน์ของเงิน (Price : P) หน่วยสุดท้ายพอดี ซึ่งแสดงถึงการเลือกบริโภคสินค้าและบริการได้ในจำนวนที่เหมาะสมที่สุดแล้ว ดังเงื่อนไขดุลยภาพของผู้บริโภค ดังนี้

$$MU_x = P_x, MU_y = P_y, \dots, MU_n = P_n \text{ หรือ}$$

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y} = \dots = \frac{MU_n}{P_n}$$

ค่า $\frac{MU_x}{P_x}$ หมายถึง อรรถประโยชน์เพิ่มของสินค้าต่อการใช้จ่ายเงิน 1 หน่วย

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิคม สะอาดเอี่ยม (2539 : 62) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาซีคอนสแควร์ กรุงเทพมหานคร พบว่า มีความพึงพอใจโดยภาพรวมของบริการ ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับพอใจ และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบความพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่าอยู่ในระดับพอใจเช่นกัน มีดังนี้

1. ด้านสถานที่ที่มีองค์ประกอบของบริการ 10 ด้าน พบว่าทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ "พอใจ" โดยด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าด้านอื่น ได้แก่ สถานที่ตั้งของธนาคาร
2. ด้านบริการ ฝาก ถอน โอน และชำระเงิน มีองค์ประกอบของบริการรวม 15 ด้าน

ปรากฏว่า ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ “พอใจ” รวม 12 ด้าน โดยด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุดได้แก่ เครื่อง ATM ที่ธนาคารนำมาให้ใช้บริการ

3. ด้านสินเชื่อ มีองค์ประกอบของบริการรวม 7 ด้าน ทุกด้านผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ “พอใจ” โดยด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ องค์ประกอบด้านการเรียกดูเอกสารประกอบการพิจารณาสินเชื่อ

สำหรับองค์ประกอบของบริการที่มีผู้รับบริการมีความพึงพอใจในระดับต่ำที่สุดของบริการแต่ละด้านมีดังนี้

1. ด้านสถานที่ ได้แก่ ห้องน้ำ ห้องส้วม
2. ด้านบริการฝาก ถอน โอน และชำระเงิน ได้แก่
 - 2.1 ด้านบริการฝากเงิน
 - 2.2 ด้านบริการถอนเงิน
 - 2.3 ด้านการจัดแบ่งแยกช่องประเภทบริการ

3. ด้านสินเชื่อ ได้แก่ ระยะเวลาที่ใช้ในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ

สำหรับปัจจัยเหตุที่ทำให้ผู้รับบริการ “ไม่พึงพอใจ” ของแต่ละด้านสรุปได้ดังนี้

1. ด้านสถานที่ที่มีปัจจัยเหตุของความไม่พึงพอใจ คือ ความไม่สะดวกจากบริการ
2. ด้านบริการ ฝาก ถอน โอน และชำระเงิน ปัจจัยเหตุของความไม่พึงพอใจ คือ
 - 2.1 ความเพียงพอของบริการ
 - 2.2 ความล่าช้าของบริการ
 - 2.3 ความไม่สะดวกของบริการ

นายแสงชัย โชติพงศ์ศิริสกุล (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการด้านเงินฝากธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารมีความพึงพอใจในระดับสูง เนื่องจากลูกค้าที่มาใช้บริการได้สัมผัสบุคลากร ภาพ อรรถาธิบาย ความรู้ ความสามารถของพนักงาน ได้รับความช่วยเหลือ แนะนำเกี่ยวกับการรับบริการ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ขณะเดียวกันบริเวณภายในตัวอาคารกว้างขวางและมีการจัดระบบบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ที่ให้บริการอยู่เป็นประจำจะมีความคุ้นเคยกับผู้บริหารหรือพนักงานสาขา จึงมีความรู้สึกว่าการบริการมีความมั่นคง เชื่อถือได้ หากธนาคารมีการนำเทคโนโลยีเครื่องรับสมุดรับฝากอัตโนมัติมาใช้ มีการต้อนรับลูกค้าตั้งแต่เปิดประตูเข้ามาและสอบถามแนะนำบริการ จะทำให้ลูกค้าประทับใจและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับธนาคาร

สุวรรณี ชูไพฑูรย์และคณะ (2542) ศึกษาเรื่องแนวโน้มการให้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย กรณีศึกษาธนาคารพาณิชย์ไทย ศึกษาความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่มีบทบาทต่อการให้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย รวมถึงการศึกษาแนวโน้มการยอมรับการใช้งานจากผู้บริโภค ปัญหาและอุปสรรคในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อเป็นพื้นฐานและแนวทางศึกษาในทางลึกต่อไป จากผลการศึกษาพบว่าธนาคารพาณิชย์ชั้นนำของประเทศไทยมีการตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่จะมีมากขึ้นในอนาคตและได้เห็นความสำคัญของบริการธนาคารอินเทอร์เน็ตและนำมาใช้ในธนาคารมากขึ้น และบางธนาคารมีการเตรียมตัวที่จะให้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตพื้นฐาน เช่น การสอบถามรายละเอียดของข้อมูล การโอนเงินระหว่างบัญชี และการชำระสินค้าและบริการ จากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องและการสนทนากลุ่ม ชี้ให้เห็นว่าธนาคารอินเทอร์เน็ตมีประโยชน์ทั้งต่อธนาคารผู้ให้บริการ และผู้บริโภคที่ใช้บริการและมีแนวโน้มที่จะเติบโตได้มากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ทราบถึงการให้บริการทางอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นบริการที่ยังเป็นช่องทางในการดำเนินธุรกิจอีกมาก เนื่องจากมีผู้ใช้บริการจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ และควรจะมีการปรับปรุงแก้ไขบริการให้ดียิ่งขึ้นเนื่องจากการแข่งขันอย่างรุนแรง

ดังนั้นจากแนวคิดและทฤษฎีที่ค้นคว้าในงานวิจัยนี้จึงได้ศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการเนื่องจากคุณภาพการให้บริการมีความสำคัญต่อลูกค้าอย่างยิ่ง การที่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ตรงตามความต้องการจะทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการนั้น ๆ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ Parasuraman , Zeithaml ซึ่งประกอบด้วย

1. สิ่งสัมผัสได้ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์เครื่องใช้ บุคลากร และเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร
2. ความเชื่อถือได้ ได้แก่ สามารถที่จะแสดงถึงความไว้วางใจและความถูกต้องในการที่สัญญาไว้
3. การตอบสนอง ได้แก่ มีความยินดีในการช่วยเหลือลูกค้าและมีความพร้อมที่จะให้บริการ
4. การให้ความมั่นใจ ได้แก่ พนักงานมีความรอบรู้และมีมารยาท ซึ่งจะสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้
5. การเข้าถึงจิตใจ ได้แก่ บริษัทเอาใจใส่ดูแลลูกค้าโดยศึกษาถึงจิตใจลูกค้า

เนื่องจากเป็นแนวคิดที่แสดงให้เห็นถึงแนวทางในการกำหนดคุณภาพการให้บริการที่ดี โดยความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่ลูกค้าได้รับรู้ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังและได้มีการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในด้าน

1. ความชัดเจนของข้อมูล

2. การใช้งานหน้าจอและรูปแบบของเว็บไซต์
3. ขั้นตอนการให้บริการ
4. ค่าธรรมเนียมในการรับบริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ซึ่งความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้เมื่อ ลูกค้ารับรู้ในคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการรับบริการ การใช้งานหน้าจอและรูปแบบของเว็บไซต์ และเมื่อลูกค้ารับรู้คุณภาพในการนำเสนอบริการ ซึ่งได้แก่ ความชัดเจนของข้อมูล ขั้นตอนการให้บริการ

สุวัฒนา ใบเจริญ (2540 : 80 – 82) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคคำ) ผลการวิจัยพบว่า

1. การให้บริการด้านพนักงานและการต้อนรับ ความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้จากการให้บริการและด้านระยะเวลาในการดำเนินนั้น ลูกค้ามีความพึงพอใจมาก ส่วนด้านสถานที่ประกอบการ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายพบว่าเป็นเรื่องของการทำเลที่ตั้ง การจัดตกแต่งสถานที่ ความกว้างขวาง และเอกสารสิ่งพิมพ์ที่จัดไว้ให้ลูกค้าขณะรอรับบริการ นั้นมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนในเรื่องที่จอดรถจะมีความพึงพอใจในระดับน้อย
2. ลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียนมีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ ค้าขาย และอาชีพอื่น ๆ
3. ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่ลูกค้าที่มีอายุ 7-15 ปี จะมีระดับความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่มีอายุ 16 ปีขึ้นไป

สุนทร พรรณดวงเนตร (2540 : 43-45) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนเงินของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในสาขาที่ใช้ระบบ (Customers Base Progress Management : CBPM) : ศึกษากรณีสาขาอุบลราชธานี” ซึ่ง CBPM เป็นการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณาความพึงพอใจในองค์กรประกอบพบว่า ความพึงพอใจในด้านพนักงานและการต้อนรับจะมีความพึงพอใจสูงสุด ส่วนความพึงพอใจในด้านความสะดวกที่ได้รับจะต่ำที่สุด ส่วนลำดับองค์ประกอบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการฝาก-ถอนเงินพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านพนักงานและการต้อนรับจะมีความพึงพอใจสูงสุด โดยพิจารณาเฉลี่ยจาก การแต่งกายของพนักงานและการสร้างบรรยากาศแห่งความเป็นมิตรที่ดี รองลงไปได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านสถานที่ประกอบการ โดยพิจารณาจากทำเลที่ตั้งของธนาคารและความกว้างขวางของพื้นที่จอดรถ ส่วนความพึงพอใจในด้านข้อมูลที่ได้รับบริการมีความพึงพอใจต่ำที่สุด โดยพิจารณา

จากคำแนะนำตอบปัญหาเกี่ยวกับบริการเงินฝากต่าง ๆ ของธนาคารและการตอบปัญหาเกี่ยวกับการฝากถอนเงิน ส่วนภูมิหลังของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับลูกค้าคือ ด้านการศึกษาซึ่งลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะมีความพึงพอใจต่อการบริการเงินฝากถอนเงินมากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ทั้งนี้เมื่อพิจารณาภูมิหลังของลูกค้าด้านอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนเงินบัญชีเงินฝาก ระยะเวลาที่ติดต่อกับธนาคาร ความสัมพันธ์ส่วนตัวกับพนักงานหรือผู้จัดการ และการมาใช้บริการได้รับทราบข้อมูลจากแหล่งใด ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนเงิน

สุทธิ ปันมา (2535 : 54) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขากาฬสินธุ์ โดยศึกษาจากลูกค้าที่มาใช้บริการในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2535 ความพึงพอใจของลูกค้าประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ความพึงพอใจต่อพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการของธนาคาร ผลการศึกษารวบรวมว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขากาฬสินธุ์โดยรวมในแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการของธนาคารเพียงด้านเดียวเท่านั้น ที่ลูกค้าพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ลูกค้าที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และธุรกิจส่วนตัวมีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ในด้านพนักงานและการต้อนรับ ในด้านสถานที่ประกอบการและด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ส่วนในด้านความสะดวกที่ได้รับและในด้านฐานข้อมูลที่ได้รับจากการบริการของธนาคาร ลูกค้าแต่ละกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

พฤทธิสิทธิ์ บุญทน (2536 : 47-50) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพ เป็นการศึกษาความพึงพอใจต่อการให้บริการลูกค้าที่มาใช้บริการที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาชุมพวง จังหวัดนครราชสีมา ได้ศึกษาองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ด้านภูมิหลังของลูกค้า ด้านสถานที่ ด้านพนักงาน และด้านบริการ ผลวิจัยสรุปได้ว่า ตัวแปรด้านอายุ การศึกษา และอาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ คือ ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาน้อย มีอายุมาก มีอาชีพเกษตรกร หรือค้าขาย มีความพึงพอใจในการบริการสูงกว่าลูกค้าที่มีลักษณะอื่น การพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังกล่าวกับความพึงพอใจอาจถูกตีความหมายได้ว่า ทางธนาคารมีการเลือกปฏิบัติในการให้บริการกับลูกค้าแต่ละกลุ่มไม่เหมือนกัน ซึ่งในความจริงไม่น่าเป็นเช่นนั้น คำอธิบายอีกทางหนึ่งอาจได้แก่ความแตกต่างในเรื่องความคาดหวังของลูกค้าแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน ผู้

ที่มีความคาดหวังในบริการสูงย่อมยากที่จะเอาใจหรือทำให้พึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีความคาดหวังต่ำ

สันติ วิริยะรังสฤษฎ์ และ เสริมศักดิ์ ศุภรวรรณ (2534 : 188-192) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าเหตุผลที่ผู้ใช้เลือกใช้บริการจากธนาคารบ่อยที่สุด เนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้บ้าน สะดวกในการติดต่อ เหตุผลรองลงมาคือ การจ่ายเงินผ่านทางธนาคารและพนักงานธนาคารให้บริการดี ธนาคารมีหลายสาขา สะดวกในการใช้บริการและมีเครื่องบริการเงินด่วน ATM การใช้บริการส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการนิยมใช้บริการทางด้านเงินฝาก รองลงมาคือ ด้านสินเชื่อ และด้านต่างประเทศ ธนาคารที่ผู้ใช้บริการชอบมากที่สุด 5 ระดับ คือ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารออมสิน และธนาคารทหารไทย

วราพรรณ สันทิสะโชค (2540 : 86) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร ทหารไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาพญาไท กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจากลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านพนักงานและการต้อนรับ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ส่วนด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ และด้านสถานที่ประกอบการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

สรุปได้ว่าผลงานวิจัยดังกล่าวข้างต้นได้ให้ความสำคัญในการวัดความพึงพอใจในด้านบริการแก่ลูกค้าโดยเฉพาะในด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน และด้านความสะดวกที่รับบริการ ซึ่งก็หมายถึงตัวบ่งชี้คุณภาพของการให้บริการของธนาคาร นอกจากนั้นยังให้ความสำคัญกับ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดคุณภาพการให้บริการของธนาคารซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัยประกอบกับนำไปใช้ในการออกแบบสอบถาม อภิปรายผลและข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่าง ๆ การสำรวจแนวความคิดในด้านความพึงพอใจของลูกค้าในปัจจุบันนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการดำเนินธุรกิจ เพื่อวัดความพึงพอใจของลูกค้าว่ามีความรู้สึกอย่างไรต่อภาพลักษณ์ขององค์กร และผลิตภัณฑ์ขององค์กร ทั้งนี้หากลูกค้ามีความรู้สึกในเชิงบวกก็ทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจในการใช้บริการขององค์กรแห่งนั้น แต่หากลูกค้ามีความรู้สึกในด้านลบก็จะทำให้องค์กรได้รับทราบข้อมูล แล้วสามารถนำไปปรับปรุงแก้ไขได้ทันที ซึ่งก็จะสามารถครองใจลูกค้าและรักษฐานลูกค้าเดิมไว้ได้ พร้อมทั้งสามารถสร้างฐานลูกค้าใหม่ได้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการทุกประเภทของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเฉลี่ยต่อวัน 1,900 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 โดยเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายน – กรกฎาคม ในช่วงเวลา 10.00 น - 20.00 น ซึ่งเป็นช่วงเวลาเปิดและปิดทำการ เป็นระยะเวลา 1 เดือน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 320 คน ตามตารางการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ R.V.Krejcie และ R.W.Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 โดยแบ่งออกเป็น3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตัวเลือกให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ (กานดา พูนลาภ ทวี.2530:59)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการมากที่สุด	คือ	5
ความพึงพอใจต่อการให้บริการมาก	คือ	4
ความพึงพอใจต่อการให้บริการปานกลาง	คือ	3
ความพึงพอใจต่อการให้บริการน้อย	คือ	2
ความพึงพอใจต่อการให้บริการน้อยที่สุด	คือ	1

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมและเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าและสิ่งที่ธนาคารควรปรับปรุง

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร
2. ศึกษาถึงกระบวนการการให้บริการแก่ลูกค้าของธนาคาร ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลมาจัดทำแบบสอบถาม
3. นำข้อมูลจากการศึกษา มาจัดทำแบบสอบถามมาตราส่วน ค่า 5 ระดับ โดยครอบคลุมความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ
4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปขอรับคำแนะนำ และคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้ความเที่ยงตรงในเชิงเนื้อหา เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ
5. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำไป (Try out) กับลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) อื่นๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน เพื่อนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น
6. นำแบบสอบที่ผ่านการคัดเลือกไปหาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (α coefficient) ของ ครอนบาค (Cronbach) ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.93.

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับต่อไปนี้

1. ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือจากผู้จัดการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 เพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่าง ในระหว่างเดือนมิถุนายน - กรกฎาคม ในช่วงเวลา 10.00 น - 20.00 น ซึ่งเป็นช่วงเวลาเปิดและปิดทำการ โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 1 เดือน
2. นำแบบสอบถามไปแจกให้กลุ่มตัวอย่าง เพื่อกลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้ว เก็บรวบรวมแบบสอบถามคืน
3. นำแบบสอบถามที่ได้รับการตอบแล้วทั้งหมด ไปดำเนินการขั้นตอนวิจัยต่อไป

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกระทำข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วย โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows (Statistical Package for Social Science) Version10.
2. นำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัล พระราม3 มาวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และหาความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Diviation) และแปลงความหมายของข้อมูลโดยใช้เกณฑ์ประเมินค่าดังนี้ (กานดา พุนลาภทวี. 2530 : 79)

1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด
1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับน้อย
2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง
3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับมาก
4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด
3. ใช้สถิติที่ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาโดยใช้สถิติ t – test และ F – test (One-ways Anova) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติในการทดสอบที่ .05
4. นำข้อคิดเห็นแบบสอบถามปลายเปิดมาหาค่าตามจำนวนความถี่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความคิดเห็นคล้ายกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติพื้นฐาน

1.1 ค่าร้อยละ

1.2 ค่าเฉลี่ยโดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ.2541:40)

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

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของคะแนนในแต่ละข้อ
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	N	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ.2541:65)

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

S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
N	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
$(\sum X)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของเครื่องมือ

2.1 การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรของ Cronbach

(ชูศรี วงศ์รัตนะ.2541:166)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

เมื่อ α	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
n	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
$\sum s_i^2$	แทน	ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ
S_i^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนแบบสอบถามทั้งฉบับ

3. สถิติทดสอบสมมติฐาน

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มใช้ t - test for independent samples โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ.2541:166)

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

เมื่อ	t	แทน	ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม
	$\bar{X}_1$	แทน	คะแนนเฉลี่ยของกลุ่ม 1
	$\bar{X}_2$	แทน	คะแนนเฉลี่ยของกลุ่ม 2
	S_1^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนกลุ่ม 1
	S_2^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนกลุ่ม 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่ม 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่ม 2

3.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปโดยใช้การ วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทิศทางเดียว(One way Analysis of Variance) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ.2541:236)

$$F = \frac{MSb}{MSw}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยที่มากกว่า 2 กลุ่ม
-------	-----	-----	--

MSb แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MSw แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

3.3 เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้วตรวจสอบความแตกต่างเป็นราย

คู่ โดยวิธีนิวแมนคูลส์ (Newman – Keuls) โดยใช้สูตร (กานดา พูนลาภ ทวี.2530:342)

เมื่อ $n_1 \neq n_2 \neq n_3 \dots \neq n_k$

$$W = q_{(\alpha; r; df)} \sqrt{\frac{MS_E}{\bar{n}}}$$

W แทน ค่าวิกฤต จะมีค่าเปลี่ยนแปลงไปตามคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่เราจะนำมาเปรียบเทียบกัน

q แทน แทนค่าที่เปิดได้จากตาราง Studentized range statistic (โดยเปิดที่ $r=k$, $df = N - K$ เมื่อ K คือกลุ่มตัวอย่าง N คือ จำนวนคนทั้งหมดที่นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง)

MS_E แทน ค่าความคลาดเคลื่อนของความแปรปรวนที่ได้มาจากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

$\bar{n}$ แทน ค่าHarmonic mean คำนวณ จากสูตร

$$\bar{n} = \frac{K}{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} + \dots + \frac{1}{n_k}}$$

เมื่อ K แทนจำนวนกลุ่ม
 $n_1, n_2, \dots, n_k$
แทนจำนวนคนในแต่ละกลุ่ม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาค้นคว้าได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

N	แทน	จำนวนคนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
S^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution
SS	แทน	ผลรวมของกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยกำลังสอง (Mean Square)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F - distribution
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (degrees of freedom)
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาค้นคว้าได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามตัวแปรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงานและด้านความสะดวกที่ให้บริการ

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามตัวแปรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงานและด้านความสะดวกที่ให้บริการ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประเภทที่ใช้บริการ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาซอยเซ็นทรัลพระราม3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยปรากฏผลดังตาราง 1 ดังนี้

ตาราง 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	101	31.56
	หญิง	219	68.44
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	32	10
	20 – 50 ปี	253	79.06
	51 ปีขึ้นไป	35	10.94
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	103	32.19
	ปริญญาตรี	164	51.25
	สูงกว่าปริญญาตรี	53	16.56
อาชีพ	เจ้าของกิจการ	51	15.94
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	31	9.69
	พนักงานบริษัท / เอกชน	190	59.37
	รับจ้าง / อิสระ	26	8.13
	นักเรียน / นักศึกษา	22	6.87
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	96	30.00
	10,001 – 20,000 บาท	106	33.12
	20,001 – 30,000 บาท	50	15.63
	สูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	68	21.25
ประเภทที่ใช้	ด้านการขาย	98	30.63
บริการ	ด้านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	50	15.62
	ด้านเงินฝาก	172	53.75

จากตาราง 1 จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 320 คน ซึ่งมีข้อมูลส่วนบุคคลสรุปได้ดังนี้

ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นผู้หญิง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 68.44 ส่วนเพศชายมีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 31.56

ลูกค้าที่มาใช้บริการเมื่อพิจารณาอายุ พบว่ามีอายุระหว่าง 20 – 50 ปี จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 79.06 ซึ่งมากที่สุด รองลงมาคืออายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 10.94 และช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มาใช้บริการมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 ซึ่งมากที่สุด รองลงมา คือต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 32.19 และลูกค้าที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 16.56 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มาใช้บริการประกอบอาชีพพนักงานบริษัท / เอกชน จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 59.37 ซึ่งมากที่สุด รองลงมาประกอบอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 15.94 ประกอบอาชีพเป็น ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 9.69 ประกอบอาชีพรับจ้าง/อิสระ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8.13 และเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.87 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มาใช้บริการมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 33.12 ซึ่งมากที่สุด รองลงมามีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รายได้สูงกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 และรายได้ระหว่าง 20,000-30,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.63 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นผู้รับบริการด้านเงินฝาก จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 ซึ่งมากที่สุด รองลงมาคือใช้บริการด้านการขาย จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 30.63 ใช้บริการด้านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.62 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามตัวแปรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงานและด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ

การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ในด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงานและด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ

ตาราง 2 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ในด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงานและด้านความสะดวกที่ได้รับบริการโดยรวมและรายด้าน

สาเหตุที่พึงพอใจ / ไม่พึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ด้านสถานที่ประกอบการ	3.59	.51	มาก
ด้านการบริการของพนักงาน	3.75	.69	มาก
ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ	3.63	.55	มาก
รวม	3.66	.52	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.66 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความพึงพอใจมาก อันดับแรกคือ ด้านการบริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.75 รองลงมาคือด้านความสะดวกที่ได้รับบริการมีค่าเฉลี่ย 3.63 และด้านสถานที่ประกอบการมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ 3.59

ตาราง 3 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ในด้านสถานที่ประกอบการ

ด้านสถานที่ประกอบการ	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1. ท่าเลที่ตั้งของธนาคารของธนาคาร	3.92	.85	มาก
2. ขนาดของพื้นที่ในการให้บริการ	2.89	.83	ปานกลาง
3. ความสะอาดและเป็นระเบียบของธนาคาร	3.60	.70	มาก
4. ความปลอดภัยในการเข้าใช้บริการ	3.65	.70	มาก
5. ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ	3.96	.80	มาก
6. ความชัดเจนของป้ายบอกประเภทการ ให้บริการของธนาคาร	3.66	.83	มาก
7. การจัดตกแต่งภายในอาคาร	3.44	.72	ปานกลาง
รวม	3.59	.51	มาก

จากตาราง 3 พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ด้านสถานที่ประกอบการ โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือ ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.96 รองลงมาคือท่าเลที่ตั้งของธนาคารของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.92 ความชัดเจนของป้ายบอกประเภทการให้บริการของธนาคารมีค่าเฉลี่ย 3.66 ความปลอดภัยในการเข้าใช้บริการมีค่าเฉลี่ย 3.65 และความสะอาดและเป็นระเบียบของธนาคารมีค่าเฉลี่ย 3.60 ส่วนระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับปานกลาง อันดับแรกคือ การจัดตกแต่งภายในอาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.44 และขนาดของพื้นที่ในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ 2.89

ตาราง 4 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาซอยเซ็นทรัลพระราม3 ในด้านการบริการของพนักงาน

ด้านการบริการของพนักงาน	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1. ความพร้อมในการปฏิบัติงาน	3.73	.80	มาก
2. ความเอาใจใส่และความรับผิดชอบในการให้บริการ	3.75	.89	มาก
3. การตอบข้อซักถามและแนะนำบริการ	3.74	.82	มาก
4. การแก้ปัญหาและเสนอทางเลือกให้กับลูกค้า	3.60	.85	มาก
5. ความสุภาพเรียบร้อยในการแต่งกาย	4.00	.70	มาก
6. การพูดจาสุภาพเรียบร้อย	3.94	.78	มาก
7. การมีอัธยาศัยไมตรีและมีมนุษยสัมพันธ์	3.80	.88	มาก
8. ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ	3.37	.81	ปานกลาง
9. การให้บริการกับลูกค้าอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน	3.69	.44	มาก
10. พนักงานมีความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงาน	3.86	.71	มาก
รวม	3.75	.69	มาก

จากตาราง 4 พบว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาซอยเซ็นทรัลพระราม3 ในด้านการบริการของพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าระดับความพึงพอใจมาก อันดับแรกคือความสุภาพเรียบร้อยในการแต่งกาย มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 4.00 รองลงมาคือการพูดจาสุภาพเรียบร้อยมีค่าเฉลี่ย 3.94 พนักงานมีความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ย 3.86 การมีอัธยาศัยไมตรีและมีมนุษยสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ย 3.80 ความเอาใจใส่และความรับผิดชอบในการให้บริการมีค่าเฉลี่ย 3.75 การตอบข้อซักถามและแนะนำบริการมีค่าเฉลี่ย 3.74 ความพร้อมในการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ย 3.73 การให้บริการกับลูกค้าอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกันมีค่าเฉลี่ย 3.69 การแก้ปัญหาและเสนอทางเลือกให้กับลูกค้ามีค่าเฉลี่ย 3.60 ส่วนด้านความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการนั้นอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ 3.37

ตาราง 5 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ในด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ

ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ	$\bar{x}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1. วันและเวลาเปิด / ปิดทำการของธนาคาร	3.98	.85	มาก
2. การจัดลำดับการให้บริการก่อน – หลัง	3.86	.82	มาก
3. ความเพียงพอของแบบฟอร์มต่าง ๆ รวมถึงอุปกรณ์	3.59	.83	มาก
4. ความถูกต้องรวดเร็วในการให้บริการ	3.54	.93	มาก
5. ความสะดวกในการกรอกแบบฟอร์มต่าง ๆ	3.42	.71	ปานกลาง
6. ความทันสมัยของเครื่องอิเล็กทรอนิกส์	3.93	.73	มาก
7. ความยืดหยุ่นให้แก่ลูกค้าในบางกรณี	3.40	.69	ปานกลาง
8. บริการข้อมูลข่าวสารของธนาคารเช่นบริการแบบใหม่	3.30	.82	ปานกลาง
รวม	3.63	.55	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร(Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ในด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ โดยรวมอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 3.63 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าระดับความพึงพอใจในระดับ มากอันดับแรกคือวันและเวลาเปิด / ปิดทำการของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.98 รองลงมา ได้แก่ ความทันสมัยของเครื่องอิเล็กทรอนิกส์มีค่าเฉลี่ย 3.93 การจัดลำดับการให้บริการก่อน – หลัง มีค่าเฉลี่ย 3.86 ความเพียงพอของแบบฟอร์มต่าง ๆ รวมถึงอุปกรณ์ค่าเฉลี่ย 3.59 และ ความถูกต้องรวดเร็วในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.54 ส่วนในด้านที่มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่ ด้านความสะดวกในการกรอกแบบฟอร์มต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.42 ความยืดหยุ่นให้แก่ลูกค้าในบางกรณี มีค่าเฉลี่ย 3.40 และบริการข้อมูลข่าวสารของธนาคาร เช่น บริการแบบใหม่ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ 3.30

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ปราบกฎผลดังตาราง 6 – 11 ต่อไปนี้

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของลูกค้ารายด้าน	ชาย		หญิง	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
1. ด้านสถานที่ประกอบการ	3.69	.50	3.54	.50
2. ด้านการบริการของพนักงาน	3.92	.69	3.67	.68
3. ด้านความสะอาดที่ได้รับบริการ	3.72	.51	3.59	.56
โดยรวมทุกด้าน	3.79	.50	3.61	.51

จากตาราง 6 พบว่า ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะอาดที่ได้รับบริการและโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของลูกค้ารายด้าน	ต่ำกว่า 20 ปี		20 – 50 ปี		51 ปีขึ้นไป	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
1. ด้านสถานที่ประกอบการ	3.43	.54	3.61	.51	3.53	.43
2. ด้านการบริการของพนักงาน	3.67	.78	3.76	.69	3.75	.59
3. ด้านความสะอาดที่ได้รับบริการ	3.55	.58	3.63	.54	3.64	.58
โดยรวมทุกด้าน	3.57	.55	3.68	.52	3.66	.46

จากตาราง 7 พบว่า ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ที่มีอายุ 20 – 50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการ

ให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการและโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ส่วนลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการ อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการและโดยรวมทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจของลูกค้ารายด้าน	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
1. ด้านสถานที่ประกอบการ	3.55	.53	3.57	.49	3.71	.51
2. ด้านการบริการของพนักงาน	3.66	.72	3.77	.71	3.86	.55
3. ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ	3.68	.60	3.56	.52	3.73	.53
โดยรวมทุกด้าน	3.64	.55	3.65	.51	3.77	.46

จากตาราง 8 พบว่า ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ที่จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการและโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจของลูกค้า รายด้าน	เจ้าของ กิจการ		ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัท /เอกชน		รับจ้าง / อิสระ		นักเรียน / นักศึกษา	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
1. ด้านสถานที่ประกอบการ	3.75	.47	3.49	.48	3.58	.53	3.48	.66	3.47	.45
2. ด้านการบริการของพนักงาน	3.82	.58	3.66	.70	3.78	.72	3.50	.49	3.73	.70
3. ด้านความสะดวกที่ได้รับ บริการ	3.69	.53	3.60	.56	3.64	.56	3.49	.46	3.55	.55
โดยรวมทุกด้าน	3.76	.48	3.59	.49	3.68	.53	3.47	.45	3.60	.51

จากตาราง 9 พบว่า ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ที่เป็นเจ้าของกิจการ และ พนักงานบริษัท/เอกชน ส่วนมากมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการและโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ลูกค้าที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการและโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ลูกค้าที่มีอาชีพรับจ้าง/อิสระ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการและโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง และลูกค้าที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจของลูกค้า รายด้าน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท		10,001 – 20,000 บาท		20,001 – 30,000 บาท		สูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
1. ด้านสถานที่ประกอบการ	3.51	.48	3.54	.49	3.63	.57	3.74	.50
2. ด้านการบริการของพนักงาน	3.68	.66	3.72	.63	3.72	.71	3.90	.79
3. ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ	3.60	.58	3.60	.56	3.66	.49	3.69	.54
โดยรวมทุกด้าน	3.61	.51	3.63	.49	3.67	.54	3.79	.54

จากตาราง 10 พบว่า ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ตั้งแต่ 10,001 – 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท และ สูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการและโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามประเภทที่ใช้บริการ

ความพึงพอใจของลูกค้ารายด้าน	ด้านการขาย		ด้านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์		ด้านเงินฝาก	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
1. ด้านสถานที่ประกอบการ	3.62	.51	3.56	.52	3.58	.50
2. ด้านการบริการของพนักงาน	3.72	.64	3.69	.52	3.78	.76
3. ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ	3.64	.56	3.51	.54	3.65	.55
โดยรวมทุกด้าน	3.67	.52	3.60	.46	3.68	.53

จากตาราง 11 พบว่า ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ที่มาใช้บริการด้านการขาย ด้านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และด้านเงินฝาก มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการและ โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามตัวแปรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงานและด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประเภทที่ใช้บริการ

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ปรากฏผลดังตาราง 12 - 17 ต่อไปนี้

ตาราง 12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามเพศ

ด้าน	กลุ่มตัวอย่าง	N	$\bar{x}$	t
สถานที่ประกอบการ	ชาย	101	3.69	2.53*
	หญิง	219	3.54	
การบริการของพนักงาน	ชาย	101	3.92	3.08**
	หญิง	219	3.67	
ความสะดวกที่ได้รับบริการ	ชาย	101	3.72	2.01*
	หญิง	219	3.59	
รวมทุกด้าน	ชาย	101	3.79	3.04**
	หญิง	219	3.61	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 12 พบว่า ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ด้านสถานที่ประกอบการและด้านความสะดวกที่ได้รับบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านการบริการของพนักงานและโดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามอายุ

ด้าน	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F
สถานที่ประกอบการ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.088	.544	2.141
	ภายในกลุ่ม	317	80.568	.254	
	รวม	319	81.657		
การบริการ ของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	.224	.112	.234
	ภายในกลุ่ม	317	151.655	.478	
	รวม	319	151.879		
ความสะดวกที่ได้รับ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.186	.009	.306
	ภายในกลุ่ม	317	96.609	.305	
	รวม	319	96.796		
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	.365	.183	.683
	ภายในกลุ่ม	317	84.679	.267	
	รวม	319	85.044		

จากตาราง 13 พบว่า ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตาราง 14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้าน	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F
สถานที่ประกอบการ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.027	.514	2.020
	ภายในกลุ่ม	317	80.629	.254	
	รวม	319	81.657		
การบริการ ของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	1.423	.712	1.499
	ภายในกลุ่ม	317	150.456	.475	
	รวม	319	151.879		
ความสะดวกที่ได้รับ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.640	.820	2.732
	ภายในกลุ่ม	317	95.155	.300	
	รวม	319	96.796		
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	.785	.393	1.477
	ภายในกลุ่ม	317	84.259	.266	
	รวม	319	85.044		

จากตาราง 14 พบว่า ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตาราง 15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามอาชีพ

ด้าน	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F
สถานที่ประกอบการ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.102	.526	2.081
	ภายในกลุ่ม	315	79.554	.253	
	รวม	319	81.657		
การบริการ ของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	4	2.642	.661	1.394
	ภายในกลุ่ม	315	149.236	.474	
	รวม	319	151.879		
ความสะดวกที่ได้รับ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	.844	.211	.693
	ภายในกลุ่ม	315	95.951	.305	
	รวม	319	96.796		
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	4	1.530	.383	1.443
	ภายในกลุ่ม	315	83.514	.265	
	รวม	319	85.044		

จากตาราง 15 พบว่า ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตาราง 16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามรายได้ ต่อเดือน

ด้าน	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F
สถานที่ประกอบการ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.313	.771	3.071
	ภายในกลุ่ม	316	79.344	.251	
	รวม	319	81.657		
การบริการ ของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	3	2.001	.667	1.407
	ภายในกลุ่ม	316	149.877	.474	
	รวม	319	151.879		
ความสะดวกที่ได้รับ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	.477	.159	.521
	ภายในกลุ่ม	316	96.319	.305	
	รวม	319	96.796		
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	3	1.407	.469	1.772
	ภายในกลุ่ม	316	83.637	.265	
	รวม	319	85.044		

จากตาราง 16 พบว่า ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตาราง 17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามประเภทที่ใช้บริการ

ด้าน	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F
สถานที่ประกอบการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.143	.070	.278
	ภายในกลุ่ม	317	81.514	.257	
	รวม	319	81.657		
การบริการ ของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	.382	.191	.400
	ภายในกลุ่ม	317	151.497	.478	
	รวม	319	151.879		
ความสะดวกที่ได้รับ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.888	.444	1.468
	ภายในกลุ่ม	317	95.907	.303	
	รวม	319	96.796		
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	.294	.147	.549
	ภายในกลุ่ม	317	84.750	.267	
	รวม	319	85.044		

จากตาราง 17 พบว่า ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ที่มีประเภทการให้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3

ตาราง 18 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ใน 4 ด้าน

ข้อเสนอแนะ	ความถี่
ด้านสถานที่ประกอบการ	
ต้องการให้ขยายบริเวณพื้นที่บริการ	201
ต้องการให้เพิ่มเคาน์เตอร์บริการลูกค้า	38
ต้องการให้เปิดบริการเร็วขึ้น	10
ด้านบริการของพนักงาน	
ต้องการให้พนักงานให้ความสะดวกแก่ลูกค้าให้มากขึ้น	63
พนักงานบริการดี	57
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า	38
ต้องการให้เพิ่มจำนวนพนักงานในช่วงเวลาลูกค้ามาก	70
ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ	
รอคิวนานเกินไป	56
การให้บริการไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้า	90
ต้องการให้พัฒนาระบบบริการลูกค้าในกรณีที่มีจำนวนมาก	69
ต้องการให้พัฒนาเครื่องมือเพราะเกิดการขัดข้องในบางครั้ง	35
ด้านอื่น ๆ	
ต้องการให้เพิ่มวงเงินฝาก	6
ต้องการให้เพิ่มปริมาณตู้ ATM	3
ต้องการความสะดวกในการเข้ารับบริการมากขึ้น	29
ต้องการให้มีพนักงานที่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า	154

จากตาราง 18 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาซอยเซ็นทรัลพระราม3 ใน 4 ด้าน ดังนี้

ด้านสถานที่ประกอบการ

ความคิดเห็นที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ต้องการให้ขยายพื้นที่บริการให้มากขึ้น รองลงมาคือการเพิ่มเคาน์เตอร์บริการลูกค้า และ ต้องการให้เปิดบริการเร็วขึ้น

ด้านบริการของพนักงาน

ความคิดเห็นที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ต้องการให้เพิ่มพนักงานในช่วงเวลาที่ลูกค้ามาก รองลงมาคือต้องการให้พนักงานอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้ามากขึ้น และพนักงานบริการดีมีมนุษยสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

ด้านความสะดวกที่ให้บริการ

ความคิดเห็นที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ การให้บริการไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้า รองลงมา ต้องการให้พัฒนาระบบบริการลูกค้า การรอคิวที่ใช้เวลานานเกินไป และ ต้องการให้พัฒนาเครื่องมือระบบการทำงาน ในกรณีที่เกิดการขัดข้องในบางครั้ง

ด้านอื่น ๆ

ความคิดเห็นที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ต้องการให้มีพนักงานที่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าโดยตรง รองลงมาคือ ความสะดวกในการเข้ารับบริการให้มีมากขึ้น เพิ่มวงเงินฝากต่อวันให้มากขึ้น และ เพิ่มปริมาณตู้ ATM ให้มากขึ้นเช่นกัน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาซอยเซ็นทรัลพระราม3 ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาซอยเซ็นทรัลพระราม 3 ซึ่งสรุปสาระสำคัญ และผลการศึกษาวิจัย ได้ดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาซอยในห้างสรรพสินค้า สาขาซอยในอาคารสำนักงาน และสาขาซอยในสถานศึกษาที่เปิดบริการทุกวันไม่มีวันหยุด เริ่มให้บริการตั้งแต่เวลา 10.00-20.00 น. ซึ่งหมายถึง สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาซอยเซ็นทรัลพระราม 3 ใน 3 ด้าน คือ

(1.1) ด้านสถานที่ประกอบการ

(1.2) ด้านการบริการของพนักงาน

(1.3) ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ

2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาซอยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และประเภทที่ใช้บริการ

3. เพื่อรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาซอยเซ็นทรัลพระราม3 เพื่อนำมาปรับใช้และพัฒนาการบริการที่ดีมากขึ้น

ความสำคัญของการวิจัย

ผลของการวิจัยจะช่วยให้ทราบผลในการให้บริการแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับใด และสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปวางแผนแก้ไข ปรับปรุงการให้บริการและพัฒนาบุคลากรผู้ให้บริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดตามความต้องการของลูกค้า และผลการวิจัยนี้ยังสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของสาขาไม

โคร (Micro Branch) อื่น ๆ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) และองค์กรหรือหน่วยงานอื่น ๆ สามารถใช้เป็นแนวทางพัฒนาการให้บริการ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไปสังคม

สมมติฐานในการวิจัย

ลูกค้าที่มีข้อมูลส่วนบุคคลทางด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการ ด้านบริการของพนักงาน และด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ ต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการทุกประเภทของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเฉลี่ยต่อวัน 1,900 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 โดยเก็บข้อมูลในระหว่างเดือนมิถุนายน-กรกฎาคมเป็นเวลา 1 เดือน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 320 คน ตามตารางการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ R.V.Krejcie และ R.W.Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 โดยแบ่งออกเป็น3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตัวเลือกให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ทั้ง 3

ด้าน คือ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะอาดที่ได้รับบริการ
ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ความพึงพอใจต่อการให้บริการมากที่สุด	คือ	5
ความพึงพอใจต่อการให้บริการมาก	คือ	4
ความพึงพอใจต่อการให้บริการปานกลาง	คือ	3
ความพึงพอใจต่อการให้บริการน้อย	คือ	2
ความพึงพอใจต่อการให้บริการน้อยที่สุด	คือ	1

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น
เพิ่มเติมและเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าและสิ่งทีธนาคารควรปรับปรุง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับต่อไปนี้

1. ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือ
จากผู้จัดการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
จากลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษา
เฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 เพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่าง ในระหว่างเดือนมิถุนายน – กรกฎาคม
ในช่วงเวลา 10.00 น - 20.00 น ซึ่งเป็นช่วงเวลาเปิดและปิดทำการ โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 1
เดือน
2. นำแบบสอบถามไปแจกให้กลุ่มตัวอย่าง เพื่อกลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้ว
เก็บรวบรวมแบบสอบถามคืน
3. นำแบบสอบถามที่ได้รับการตอบแล้วทั้งหมด ไปดำเนินการขั้นตอนวิจัยต่อไป

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกระทำข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำ
ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วย โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows (Statistical Package for Social
Science) Version10.
2. นำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ

จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัล พระราม3 มาวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และหาความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Diviation) และแปลงความหมายของข้อมูลโดยใช้เกณฑ์ประเมินค่าดังนี้

- 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด
- 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับน้อย
- 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง
- 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับมาก
- 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ใช้สถิติที่ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาโดยใช้สถิติ t – test และ F – test (One-ways Anova) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติในการทดสอบที่ .05

4. นำข้อคิดเห็นแบบสอบถามปลายเปิดมาหาค่าตามจำนวนความถี่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความคิดเห็นคล้ายกัน

การหาคุณภาพเครื่องมือ

การหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา แล้วนำแบบสอบถามไปทดสอบลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน เมื่อนำแบบสอบถามที่ทดสอบแล้วไปคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นรายด้านและโดยรวมทั้งฉบับ มีค่าอำนาจจำแนกและค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค ผลปรากฏว่า ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .93 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 เป็นรายด้านจะได้ค่าความเชื่อมั่นในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านสถานที่ประกอบการ เท่ากับ .78
2. ด้านการบริการของพนักงาน เท่ากับ .91
3. ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ เท่ากับ .82

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาวิจัยสรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

1. เพศ

ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นผู้หญิง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 68.44 ส่วนเพศชายมีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 31.56

2. อายุ

ลูกค้าที่มาใช้บริการเมื่อพิจารณาอายุ พบว่ามีอายุระหว่าง 20 – 50 ปี จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 79.06 ซึ่งมากที่สุด รองลงมาคืออายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 10.94 และช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

3. ระดับการศึกษา

ลูกค้าที่มาใช้บริการมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 ซึ่งมากที่สุด รองลงมา คือต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 32.19 และลูกค้าที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 16.56 ตามลำดับ

4. อาชีพ

ลูกค้าที่มาใช้บริการประกอบอาชีพพนักงานบริษัท / เอกชน จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 59.37 ซึ่งมากที่สุด รองลงมาประกอบอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 15.94 ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 9.69 ประกอบอาชีพรับจ้าง/อิสระ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8.06 และเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.87 ตามลำดับ

5. รายได้ต่อเดือน

ลูกค้าที่มาใช้บริการมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 33.12 ซึ่งมากที่สุด รองลงมาได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รายได้สูงกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 และรายได้ระหว่าง 20,000-30,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.63 ตามลำดับ

6. ประเภทที่ใช้บริการ

ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นผู้รับบริการด้านเงินฝาก จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 ซึ่งมากที่สุด รองลงมาคือใช้บริการด้านการขาย จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 30.63 ใช้บริการด้านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.62 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำแนกตามตัวแปรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงานและด้านความสะดวกที่ให้บริการ

การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ในด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงานและด้านความสะดวกที่ให้บริการโดยรวมและรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.66 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความพึงพอใจมาก อันดับแรกคือ ด้านการบริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.75 รองลงมาคือด้านความสะดวกที่ให้บริการมีค่าเฉลี่ย 3.63 และด้านสถานที่ประกอบการมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ 3.59

การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ในด้านสถานที่ประกอบการ พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ด้านสถานที่ประกอบการโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือ ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.96 รองลงมาคือทำเลที่ตั้งของธนาคารของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.92 ความชัดเจนของป้ายบอกประเภทการให้บริการของธนาคารมีค่าเฉลี่ย 3.66 ความปลอดภัยในการเข้าใช้บริการมีค่าเฉลี่ย 3.65 และความสะอาดและเป็นระเบียบของธนาคารมีค่าเฉลี่ย 3.60 ส่วนระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับปานกลาง อันดับแรกคือ การจัดตกแต่งภายในอาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.44 และขนาดของพื้นที่ในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ 2.89

การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ในด้านการบริการของพนักงาน พบว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ในด้านการบริการของพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าระดับความพึงพอใจมาก อันดับแรก คือความสุภาพเรียบร้อยในการแต่งกาย มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 4.00 รองลงมาคือการพูดจาสุภาพเรียบร้อยมีค่าเฉลี่ย 3.94 พนักงานมีความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ย 3.86 การมีอัธยาศัยไมตรีและมีมนุษยสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ย 3.80 ความเอาใจใส่และความรับผิดชอบในการให้บริการมีค่าเฉลี่ย 3.75 การ

ตอบข้อซักถามและแนะนำบริการมีค่าเฉลี่ย 3.74 ความพร้อมในการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ย 3.73 การให้บริการกับลูกค้าอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกันมีค่าเฉลี่ย 3.69 การแก้ปัญหาและเสนอทางเลือกให้กับลูกค้ามีค่าเฉลี่ย 3.60 ส่วนด้านความพึงพอใจของพนักงานในการให้บริการนั้นอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ 3.37

การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 ในด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 ในด้านความสะดวกที่ได้รับบริการโดยรวมอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 3.63 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าระดับความพึงพอใจในระดับมากอันดับแรกคือวันและเวลาเปิด / ปิดทำการของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.98 รองลงมาได้แก่ ความทันสมัยของเครื่องอิเล็กทรอนิกส์มีค่าเฉลี่ย 3.93 การจัดลำดับการให้บริการก่อน – หลัง มีค่าเฉลี่ย 3.86 ความเพียงพอของแบบฟอร์มต่าง ๆ รวมถึงอุปกรณ์ค่าเฉลี่ย 3.59 และความถูกต้องรวดเร็วในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.54 ส่วนในด้านที่มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่ ด้านความสะดวกในการกรอกแบบฟอร์มต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.42 ความยืดหยุ่นให้แก่ลูกค้าในบางกรณี มีค่าเฉลี่ย 3.40 และบริการข้อมูลข่าวสารของธนาคาร เช่น บริการแบบใหม่ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ 3.30

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 ปრაกฏผลดังนี้

ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการและโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 ที่มีอายุ 20 – 50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการและโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ส่วนลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการ อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการและโดยรวมทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม 3 ที่จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการ

ให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการและโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ที่เป็นเจ้าของกิจการ และ พนักงานบริษัท/เอกชน ส่วนมากมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการและโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ลูกค้าที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการและโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ลูกค้าที่มีอาชีพรับจ้าง/อิสระ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการและโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง และลูกค้าที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง

ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัล พระราม3 ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ตั้งแต่ 10,001 – 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท และ สูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการและโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัล พระราม3 ที่มาใช้บริการด้านการขาย ด้านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และด้านเงินฝาก มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการและ โดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัล พระราม3 จำแนกตามตัวแปรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงานและด้านความสะดวกที่ให้บริการ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประเภทที่ใช้บริการ ปรากฏผลดังนี้

1. ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch)สาขาย่อยเซ็นทรัล พระราม3ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานที่ประกอบการและด้านความสะดวกที่ให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 และมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านการบริการของพนักงานและโดยรวมทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัล พระราม3 ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัล พระราม3 ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัล พระราม3 ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

6. ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัล พระราม3 ที่มีประเภทที่ใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาซอยเซ็นทรัล พระราม3

ด้านสถานที่ประกอบการ

ความคิดเห็นที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ต้องการให้ขยายพื้นที่บริการให้มากขึ้น รองลงมาคือการเพิ่มเคาน์เตอร์บริการลูกค้า ซึ่งพื้นที่บริการที่มีอยู่นั้นมีขนาดเล็กและเคาน์เตอร์มีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการนั้นมีจำนวนมาก และ ต้องการให้เปิดบริการเร็วขึ้นซึ่งลูกค้าจะสามารถทำรายการได้ในปริมาณที่มากกว่าเดิม

ด้านบริการของพนักงาน

ความคิดเห็นที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ต้องการให้เพิ่มพนักงานในช่วงเวลาที่ลูกค้ามาก รองลงมาคือต้องการให้พนักงานอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้ามากขึ้น และพนักงานบริการดีมีมนุษยสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

ด้านความสะดวกที่ให้บริการ

ความคิดเห็นที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ การให้บริการไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้า รองลงมา ต้องการให้พัฒนาระบบบริการลูกค้า การรอคิวที่ใช้เวลานานเกินไป และ ต้องการให้พัฒนาเครื่องมือระบบการทำงาน ในกรณีที่เกิดการขัดข้องในบางครั้ง

ด้านอื่น ๆ

ความคิดเห็นที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ต้องการให้มีพนักงานที่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าโดยตรง รองลงมาคือ ความสะดวกในการเข้ารับบริการให้มีมากขึ้น เพิ่มวงเงินฝากต่อวันให้มากขึ้น และ เพิ่มปริมาณตู้ ATM ให้มากขึ้นเช่นกัน

การอภิปรายผล

จากการศึกษาค้นคว้าเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 สามารถสรุปประเด็นที่สำคัญมา อภิปรายได้ดังนี้

เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 จำนวน 6 ด้าน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประเภทที่ใช้บริการ

1. จากการศึกษาพบว่าลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ด้านสถานที่ประกอบการและด้านความสะดวกที่ให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 และมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านการบริการของพนักงานและโดยรวม ทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 คำอธิบายในประเด็นนี้อาจจะได้แก่ ความแตกต่างในเรื่องความคาดหวังของแต่ละกลุ่มไม่เหมือนกัน ผู้ที่มีความคาดหวังในการบริการสูง ย่อมยากที่จะเอาใจหรือทำให้พึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีความคาดหวังต่ำ (นันทพร ดำรงพงศ์.2536: 47-50) ซึ่งความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผันแปรได้ตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ความคาดหวังของบุคคลในแต่ละสถานการณ์ ช่วงเวลาหนึ่งบุคคลอาจจะไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่งเพราะไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง แต่ในอีก ช่วงหนึ่งหากสิ่งที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้อง บุคคลก็สามารถเปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อ สิ่งนั้นได้อย่างทันทีทันใด แม้ว่าจะเป็นความรู้สึกที่ตรงกันข้ามก็ตาม (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2542 : 37)

2. ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทุกด้านแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธนาคารที่มุ่งเน้นการจัดสถานที่ให้บริการในแหล่งที่เป็นศูนย์กลางหรือชุมชน ประกอบกับการขยายช่วงเวลาเปิดทำการ ถึง 20.00 น.เพื่อความ สะดวกสบายของลูกค้าในการใช้บริการ จึงเป็นจุดที่ทำให้ลูกค้าของธนาคารทุกกลุ่มอายุมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุวัฒนา ไบเจริญ (2540 : 80 – 82) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคคำ) ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมทุก ด้านไม่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่ลูกค้าที่มีอายุ 7-15 ปี จะมีระดับความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่มีอายุ 16 ปี ขึ้นไป

3. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3 ต่างก็ได้รับการที่ดีจากธนาคารซึ่งเป็นการให้บริการกับลูกค้าอย่างเสมอภาคกัน จึงมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทุกด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ประสงค์ ตั้งกิตติมศักดิ์.(2546 :51) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาคลองจั่นพบว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาคลองจั่น โดยรวมไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความสามารถในการจัดบริการได้อย่างยุติธรรมเป็นไปอย่างเสมอภาคแก่ผู้รับบริการเช่น พนักงานให้ความเอาใจใส่ดูแลลูกค้าทุกระดับอาชีพเท่าเทียมกัน ไม่เลือกให้บริการลูกค้าเฉพาะกลุ่มหรือเฉพาะคนเป็นพิเศษ ให้บริการลูกค้าตามลำดับก่อน-หลัง ลูกค้าทุกคนได้รับข่าวสารข้อมูล ถูกต้องเชื่อถือได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ไมตรี วิไลกิจ (2539 : 59) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่องานด้านบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ศึกษากรณีการให้บริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ สำนักงานใหญ่ พบว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เกษมศักดิ์ วิชิตะกุล (2545 : 63) ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าอากาศยานจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5. ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทุกด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ทั้งนี้มีสาเหตุจากการไม่เลือกปฏิบัติในการให้บริการไม่ว่าลูกค้าจะมีรายได้ระดับใด ลูกค้าจะได้รับการตอบข้อซักถาม การแก้ปัญหา และเสนอทางเลือกอื่น ๆ ให้กับลูกค้าอย่างถูกต้องและเสมอภาคกัน ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดี พอใจและประทับใจ ต่อการให้บริการเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันดี ภักดีโต (2546 : 112) ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

6. ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทุกด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ อาจเนื่องมาจากการให้บริการและการประสานงานที่ดีของพนักงาน ประกอบกับการให้บริการด้านเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ลูกค้าสามารถทำรายการได้ด้วยตนเอง ถึงแม้จะเป็นเวลาปิดทำการหลัง 20.00 น. ไปแล้วลูกค้าก็สามารถใช้บริการเครื่องอิเล็กทรอนิกส์แทนได้ ซึ่งลูกค้าได้รับความสะดวกและรวดเร็วในการทำรายการมากขึ้น ซึ่งทั้งหมดเป็นองค์ประกอบรวมหรือเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ลูกค้าที่มาติดต่อทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารเกิดความเชื่อมั่น ศรัทธา ในการใช้บริการประเภทต่างๆ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ประสงค์ ตั้งกิตติมงคล (2546:70) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา คลองจั่น พบว่าประเภทที่ธนาคารให้บริการลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไม่แตกต่างกัน

ผลจากการศึกษาระดับความความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาซอยเซ็นทรัลพระราม3 ใน 3 ด้าน คือ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านบริการของพนักงาน และด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ นั้นลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวม ทั้ง 3 ด้านอยู่ในระดับดี เป็นการแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้าของธนาคาร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ การบริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดนั้นเป็นการรักษาลูกค้าเดิมให้เกิดความภักดีสูงสุดและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ให้กับธนาคาร ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักในการจัดตั้งสาขาไมโคร (Micro Branch) ให้เข้าไปอยู่ในกลุ่มลูกค้าได้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อเสนอแนะซึ่งคาดว่าจะประโยชน์ในการบริหารงานและสร้างเสริมความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก ผู้บริหารควรมีนโยบายให้สาขาย่อยใช้การบริหารจัดการภายในสาขาให้มากขึ้นในการแก้ปัญหาและสั่งการให้มีการพัฒนาด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1.ด้านสถานที่ประกอบการ

ด้านผู้บริหาร : ควรมีนโยบายขยายพื้นที่การให้บริการมากขึ้นเพื่อให้สามารถรองรับกับปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการได้อย่างเพียงพอ ควรจัดให้มีป้ายแนะนำการให้บริการต่างๆ อย่างชัดเจนมากขึ้น และเนื่องจากการเปิดให้บริการต่อเนื่องทุกวัน จึงควรจัดตกแต่งภายในอาคารให้ดู

สวยงาม สะอาดตา โดยมีการปรับปรุงซ่อมแซมให้ดูใหม่ หรืออาจมีการจัดตกแต่งเพิ่มเติมโดยการติดตั้งโทรทัศน์เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับชมรายการ ข่าวสารต่าง ๆ ระหว่างรอทำรายการ เป็นการลดความเครียดระหว่างรอคิว

ด้านพนักงาน : ควรช่วยกันดูแลรักษาความสะอาดภายในให้เป็นระเบียบเรียบร้อย

2.ด้านบริการของพนักงาน

ด้านผู้บริหาร : ควรมีนโยบายเพิ่มพนักงานให้เพียงพอเพื่อรองรับกับปริมาณลูกค้าในช่วงที่มีการใช้บริการมาก ๆ เช่น ช่วงต้นเดือน สิ้นเดือน พักเที่ยง หลังเวลาเลิกงาน และช่วงเทศกาลต่าง ๆ มีการจัดฝึกอบรมให้แก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มีความรู้ ความชำนาญ สามารถช่วยเหลือลูกค้า และตอบปัญหาพร้อมกับเสนอทางเลือกและทางแก้ไขให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

ด้านพนักงาน : ต้องพัฒนาตนเอง เรียนรู้งานด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการให้บริการ เพื่อที่จะสามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง

3.ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ

ด้านผู้บริหาร : ควรมีนโยบายขยายเวลาเปิดทำการให้เร็วขึ้นพร้อมทั้งเพิ่มพนักงานให้เพียงพอกับปริมาณงานที่มากขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าได้มากขึ้นและควรเพิ่มจุดบริการในการกรอกแบบฟอร์มเพื่อความสะดวกในการกรอกแบบฟอร์มของลูกค้า ควรเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการมากขึ้นโดยอาจจะลดขั้นตอนการทำงานในด้านเอกสารลงบ้าง ผู้บริหารควรมีการอนุมัติให้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยสามารถรองรับระบบงานด้านโปรแกรมและเครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ ในขณะที่มีการขัดข้องเพื่อสามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง

ด้านพนักงาน : ควรยืดหยุ่นให้ลูกค้าในบางกรณีที่พนักงานมีอำนาจในการตัดสินใจบ้างและแนะนำการให้บริการที่ถูกต้องให้แก่ลูกค้าสำหรับการใช้บริการครั้งหน้า ควรมีการแจ้งบริการใหม่หรือธุรกิจใหม่ ๆ ทางการเงินให้แก่ลูกค้าได้ทราบความเคลื่อนไหวตลอด ซึ่งทางธนาคารควรจัดทำแผ่นพับ โปสเตอร์ขนาดใหญ่หรือป้ายประชาสัมพันธ์ เพิ่มเติมทั้งภายในห้างสรรพสินค้าหรือในสาขาของธนาคาร เพื่อเป็นการแจ้งแนวทางการทำธุรกรรมรูปแบบใหม่ให้ลูกค้าทราบอยู่ตลอดเวลา ซึ่งเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งในการเพิ่มช่องทางการให้บริการมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาความพึงพอใจของพนักงานผู้ให้บริการ เนื่องจากพนักงานเป็นส่วนสำคัญในการให้บริการที่ดี จึงควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการทำงานว่ามีผลต่อแผนงานที่วางไว้หรือไม่ และเพื่อให้ทราบถึงผลกระทบต่อนักงานในด้านขวัญและกำลังใจในการทำงาน ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการที่ดีมากขึ้น
2. ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสาขาเต็มรูปแบบของธนาคารกับสาขาที่เปิดภายในห้างสรรพสินค้า เพื่อปรับปรุงจุดด้อยของธนาคารและพัฒนาจุดเด่นของแต่ละรูปแบบเพื่อการบริการที่สมบูรณ์แบบมากขึ้นต่อไป
3. ควรศึกษาตัวแปร เช่น เหตุผลที่เลือกใช้บริการกับธนาคาร เนื่องจากเป็นแรงจูงใจในการใช้บริการกับธนาคาร ตัวแปร ช่วงเวลาในการให้บริการ จะทำให้ทราบถึงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการมาก และจากผลการวิเคราะห์ตัวแปรในด้านอายุว่าเพศหญิงมีปริมาณมากกว่าเพศชายแต่ความพึงพอใจของเพศชายมีมากกว่าเพศหญิง ซึ่งในที่นี้อาจเป็นความพึงพอใจหรือเหตุผลส่วนบุคคล ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปนั้นควรกระจายตัวแปรด้านอายุมากขึ้นเพื่อสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้ชัดเจนมากขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กานดา พูนลาภทวี .(2530). สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : ฟิสิกส์เซ็นเตอร์ การพิมพ์.
- เกษมศักดิ์ วิชิตะกุล. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าช้าง จังหวัดเพชรบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม.(ธุรกิจศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กฤษณ์ ไทรงาม .(2545). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา).กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.
- ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ .(2538). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าม่วง. ภาคนิพนธ์ พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาลังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตรการพิมพ์.
- ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). (2525). ก่อนจะถึง...วันนี้. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). (2537). 50ปี บัวหลวง. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้ง.
- ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). (2546). กรุงเทพฯ :สาขาไมโคร.
- นันทพร ดำรงพงศ์.(2536).ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาอัมรินทร์พลาซ่า.ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาลังคม).กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.ถ่ายเอกสาร.
- นิคม สะอาดเยี่ยม .(2539). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์.ภาคนิพนธ์ พบ.ม.(พัฒนาลังคม)กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- บุศรา เพชรศิริพันธุ์. (2546). ความพึงพอใจของพนักงานสายบัตรเครดิตที่มีต่อการให้บริการของสายเทคโนโลยี ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บุษกร บุญยโยธิน. (2545). คุณภาพการบริการด้านการส่งออกและนำเข้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ). กรุงเทพฯ :บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ประสงค์ ตั้งกิตติศักดิ์.(2546). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา

คลองจั่น. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ). กรุงเทพฯ :บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

พิเศษ รวมทรัพย์.(2538) .ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดขอนแก่น.

ปริญญาธิพนธ์ กศ.ม. มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม .ถ่ายเอกสาร.

พฤทธิสิทธิ์ บุญทน. (2536) .ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาชุมพวง จังหวัดนครราชสีมา ภาคนิพนธ์ พบ.ม.พัฒนาลังคม : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.ถ่ายเอกสาร.

ไพฑูรย์ กันสิงห์. (2544). รายงานการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการในการให้บริการงานวิชาการของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.

ไพฑูรย์ เรืองมล. (ม.ค. – มี.ค. 40). วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา. ปีที่ 9 ฉบับที่ 21 หน้า 16 –20.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาคหกรรมศาสตร์. (2542). อุตสาหกรรมบริการ. พิมพ์ครั้งที่3. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาคหกรรมศาสตร์. (2543). จิตวิทยาการบริการ. พิมพ์ครั้งที่4. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ไมตรี วิไลกิจ.(2539). ความพึงพอใจของลูกค้าต่องานด้านบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ศึกษากรณีการให้บริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ สำนักงานใหญ่ ภาคนิพนธ์ พัฒนบริหารศาสตร์มหาบัณฑิต(พัฒนาลังคม) : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ลักขณา เกษไตรกุล.(2546). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาหัวข่าง. สารนิพนธ์-บธ.ม.(การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

วันดี ภัคดีโต.(2546).พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด).กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

วนิดา สุวรรณนิพนธ์ ; และบัณฑิต ผังนิรันดร์ . (2545). การวิจัยทางธุรกิจ .กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.

วราพรรณ สันทสันะโชค.(2540). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาพญาไท กรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์พบ.ม.(พัฒนาลังคม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.ถ่ายเอกสาร

วิวัฒนาการของระบบธนาคารโลก ผู้แต่ง ศจ. (พิเศษ) ดร. เมธี ดุลยจินดา สำนักพิมพ์ ดวงกมล ,

พ.ศ.2519

ศิริพร สุประพาส.(2541).ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารจำกัด(มหาชน) :

ศึกษาเฉพาะกรณีย่อยตลาดกระบัง.วิทยานิพนธ์ บธ.ม.กรุงเทพ ฯ : บริษัทจำกัดมหาชนธนาคารนครหลวงไทย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ .(2541).การบริหารการตลาดยุคใหม่.กรุงเทพ ฯ :ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์

สมิต สัจฉกร. (2543) .การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. กรุงเทพ ฯ : โรงพิมพ์ เดือนตุลา จำกัด.

สันติ วิริยะรังสฤษฏ์ และ เสริมศักดิ์ ศุภวรรณ.(2534). “ธนาคารกรุงเทพ ครองแชมป์ขวัญใจลูกค้า”
การเงินการธนาคาร.ปีที่10 พฤศจิกายน.

สถาบันการเงิน ผู้แต่ง สุรศักดิ์ นานานุกูล (2527?)

สุทธิ ปันมา . (2535). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดขอนแก่น.

ปริญญาณิพนธ์ กศ.ม. มหาสารคาม :บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมหาสารคาม .ถ่ายเอกสาร.

สุรรัตน์ ชูไพฑูรย์ และคณะ . (2542) . การศึกษาแนวโน้มการให้บริการธนาคาร อินเตอร์เน็ตใน

ประเทศไทย กรณีศึกษาธนาคารพาณิชย์ไทย .วิทยานิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ).กรุงเทพ ฯ :
บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

สุวัฒนา ไบเจริญ .(2540) ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา

ขอนแก่น (ภาคค้า). วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.(จิตวิทยาการศึกษา) ,มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาสารคาม,ถ่ายเอกสาร.

สุนทร พรรณดวงเนตร . (2540) ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนเงินของธนาคาร

ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในสาขาที่ใช้ระบบ CBPM. :ศึกษากรณีสาขาอุบลราชธานี.
ภาคณิพนธ์ พบ.ม. กรุงเทพ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.ถ่าย
เอกสาร

แสงชัย โชติพงศ์สิริสกุล.(2544). ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการค่าเงินฝากธนาคารไทยพาณิชย์

จำกัด (มหาชน) .ปัญหาพิเศษ รป.ม. (การบริหารทั่วไป)ชลบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.ถ่ายเอกสาร.

อัญญา พุมเพรา. (2546). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการธนาคารอินเตอร์เน็ตของธนาคาร

ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน).สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ).กรุงเทพ ฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

อำนาจ สังข์ศรี. (2546 ?). (เอกสารประกอบคำบรรยาย) กรุงเทพฯ : ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน).

ถ่ายเอกสาร.

Cowell , Donald, W. (1994). *Marketing of Service*. New York : Marketing Book.

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

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

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาซอยเซ็นทรัลพระราม 3

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง () หน้าข้อความที่ตรงกับความจริงของลูกค้า ดังนี้

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่า 20 ปี () 20 - 50 ปี () 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี () ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

() เจ้าของกิจการ () ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() พนักงานบริษัท/เอกชน () รับจ้าง/อิสระ () นักเรียน/นักศึกษา

5. รายได้ต่อเดือน

() ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท () 10,001 - 20,000 บาท

() 20,001 - 30,000 บาท () สูงกว่า 30,000 ขึ้นไป

6. ประเภทที่ใช้บริการ

() ด้านการขาย (SALE)

() ด้านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (SELF SERVICE)

() ด้านเงินฝาก (COUNTER SERVICE)

ตอนที่ 2 แบบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด
(มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) สาขาซอยเซ็นทรัลพระราม 3

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับความพึงพอใจของท่าน

การให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านสถานที่ประกอบการ					
1. ทำเลที่ตั้งของธนาคารของธนาคาร					
2. ขนาดของพื้นที่ในการให้บริการ					
3. ความสะอาดและเป็นระเบียบของธนาคาร					
4. ความปลอดภัยในการเข้ามาใช้บริการ					
5. ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ					
6. ความชัดเจนของป้ายบอกประเภทการให้บริการของธนาคาร					
7. การจัดตกแต่งภายในธนาคาร					
ด้านการบริการของพนักงาน					
1. ความพร้อมในการปฏิบัติงาน					
2. ความเอาใจใส่และความรับผิดชอบในการให้บริการ					
3. การตอบข้อซักถามและแนะนำบริการ					
4. การแก้ปัญหาและเสนอทางเลือกให้กับลูกค้า					
5. ความสุภาพเรียบร้อยในการแต่งกาย					
6. การพูดจาสุภาพเรียบร้อย					
7. การมีอัธยาศัยไมตรีและมีมนุษยสัมพันธ์					
8. ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ					
9. การให้บริการกับลูกค้าอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน					
10. พนักงานมีความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงาน					
ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ					
1. วันและเวลาเปิด / ปิดทำการของธนาคาร					
2. การจัดลำดับการให้บริการก่อน - หลัง					
3. ความเพียงพอของแบบฟอร์มต่าง ๆ รวมถึงอุปกรณ์					
4. ความถูกต้องรวดเร็วในการให้บริการ					

การให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
5. ความสะดวกในการกรอกแบบฟอร์มต่าง ๆ					
6. ความทันสมัยของเครื่องอิเล็กทรอนิกส์					
7. ความยืดหยุ่นให้แก่ลูกค้าบางกรณี					
8. บริการข้อมูลข่าวสารของธนาคาร เช่น บริการแบบใหม่					

ตอนที่3 โปรดแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร (Micro Branch) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัลพระราม3

1. ด้านสถานที่ประกอบการ

.....

.....

.....

.....

2. ด้านบริการของพนักงาน

.....

.....

.....

.....

3. ด้านความสะดวกที่ให้บริการ

.....

.....

.....

.....

4. ด้านอื่น ๆ

.....

.....

ภาคผนวก ข

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

รายชื่อ

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

1. นาย อำนาจ สังข์ศรี

เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

2. นางสาว พานี อิศรางกูร ณ อยุธยา

เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

3. นางสาว สุติมา อินทุเศรษฐี

เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)



ที่ ศธ ๐๕๑๙.๑๑ / ๒๑๑

คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท ๒๓ เขตวัฒนา คลองเตย
กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐

๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓

เรื่อง ขออนุญาตขอความช่วยเหลือข้อมูล

เรียน ผู้จัดการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มงาน MICRO BRANCH

เนื่องด้วย นางสาววารุณี ตั้งทิวพร นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหา
บัณฑิต ภาคพิเศษ สาขาเศรษฐศาสตร์การศึกษา ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์
ขณะนี้อยู่ในระหว่างดำเนินการจัดทำสารนิพนธ์ มีความประสงค์ที่จะขอความช่วยเหลือเก็บข้อมูล
จากลูกค้าในด้านความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อย
เซ็นทรัลพระราม ๓ เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการจัดทำสารนิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อขอความช่วยเหลือ และขอขอบคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติมา สังข์เกษม)

คณบดีคณะสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณะสังคมศาสตร์

โทร. ๐-๒๒๕๔-๔๑๑๖, ๐-๒๖๖๔-๑๐๐๐ ต่อ ๕๕๐๒

โทรสาร ๐-๒๒๖๐-๔๓๖๔, ๐-๒๖๖๔-๑๐๐๐ ต่อ ๕๕๐๒

ที่ ศธ 0519.12/5๕๔ ๕



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

14 มิถุนายน 2547

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการกลุ่มสาขาไมโคร ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาววราณี ตั้งทิวพร นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัล พระราม 3” โดยมี รองศาสตราจารย์ธำรงค์ อุดมไพจิตรกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บ ข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ลูกค้าที่มาใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยเซ็นทรัล พระราม 3 คอบแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร ศึกษา เฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัล พระราม 3 ในระหว่างเดือนมิถุนายน - กรกฎาคม 2547

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาววราณี ตั้งทิวพร ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญศิริ จีระเชชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร: 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-2232400 มือถือ 01-3116156

ที่ ศธ 0519.12/5784



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

/ร มินายน 2547

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน นายอำนาจ สังข์ศรี เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาววรุณี ตั้งทิวพร นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัล พระราม 3” โดยมี รองศาสตราจารย์ อุดมไพจิตรกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัล พระราม 3

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามให้ นางสาววรุณี ตั้งทิวพร และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญศิริ จิระเชชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-2232400 มือถือ 01-3116156

ที่ ศธ 0519.12/๕๕/๕



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๙ กรกฎาคม 2547

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน นางสาวพณีย์ อิศรางกูร ณ อยุธยา เจ้าหน้าที่อำนวยการอาวุโส ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาววราณี ตั้งทิวพร นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาซอยเซ็นทรัล พระราม 3” โดยมิรองศาสตราจารย์ธำรงค์ อุดมไพจิตรกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาซอยเซ็นทรัล พระราม 3

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามให้ นางสาววราณี ตั้งทิวพร และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญสิริ จิระเชชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ มือถือ 01-3116156

ที่ ศธ 0519.12/๒๕/๔



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒ กรกฎาคม 2547

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน นางสาวจิตติมา อินทุเศรษฐ เจ้าหน้าที่อำนวยการอาวุโส ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาววารุณี ตั้งทิวพร นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาซอยเซ็นทรัล พระราม 3” โดยมี รองศาสตราจารย์ดำรง อุดมไพจิตรกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย ขอเรียนเชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาไมโคร ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาซอยเซ็นทรัล พระราม 3

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามให้ นางสาววารุณี ตั้งทิวพร และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญศิริ จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ มือถือ 01-3116156

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาววารุณี ตั้งทิวาพร
วันเดือนปีเกิด	16 สิงหาคม 2521
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	629 ถ.บำรุงเมือง แขวงคลองมหานาค เขตป้อมปราบฯ กรุงเทพมหานคร 10100
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก 8
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยเซ็นทรัล พระราม3
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2547	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (ศ.ม.) เศรษฐศาสตร์ การศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ.2543	เศรษฐศาสตรบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ