

ความพึงพอใจของลูกค้าในการต่อให้บริการของธนาคารออมสิน
กรณีศึกษา : สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว
CUSTOMER SATISFACTION IN USING THE SERVICES OF
GOVERNMENT SAVING BANK
(IMPERIAL WORLD LADPRAO BRANCH)

จินดารัตน์ สัจฉวตร

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Jindarat Sungchawet

E-mail: jindajinny29@gmail.com>

Department of Finance and Banking, Faculty of Business Administration,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว จำนวน 300 คน

ผลจากการวิจัยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด รองลงมาเป็นด้านการให้บริการของพนักงาน ส่วนลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านการให้บริการของธนาคารออมสิน โดยเมื่อทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่าความพึงพอใจของลูกค้ามีความต่างกัน เมื่อลูกค้ามีอาชีพและรายได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับลูกค้าที่มีเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารแตกต่างกัน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ; การให้บริการ; พนักงานธนาคาร

ABSTRACT

The independent study was carried out to investigate the level of customer satisfaction with the services of Government Saving Bank, Imperial World Ladprao branch to compare the satisfaction of services classified by demographic characteristics offered by Government Saving Bank, Imperial World Ladprao branch. The population used in this research is 300 customers who use the Government Saving Bank, Imperial World Ladprao branch.

Most respondents were female, graduates with under Bachelor's degree, were employed by private companies and earned a monthly income under 10,000 Bath. The overall customer satisfaction with the services in using the services of Government Saving Bank, Imperial World Ladprao branch was at a high level, while the customers using the banking services gave the most satisfaction with Facilities aspect, next below was the services of employee aspect, and the least satisfaction was the services of Government Saving Bank aspect. The comparison of the customer satisfaction concerning demographic characteristics showed that there was differences satisfaction when the customers had differences in level of occupation and level of income statistically at a level of 0.05. The customers with different gender, age, marital status and education level

Keywords: satisfaction; services offered; bank employees

บทนำ

เนื่องจากปัจจุบันที่ธุรกิจธนาคารมีการแข่งขันกันสูงมากธนาคารหลายแห่งทั้งที่เป็นธนาคารพาณิชย์ เอกชนและธนาคารของภาครัฐและรัฐวิสาหกิจต่างพากันปรับเปลี่ยนนโยบายในการให้บริการแก่ลูกค้าซึ่งโดยจะ มุ่งเน้นไปที่การแข่งขันในเรื่องของการให้บริการเป็นหลักเพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้านั้นกลับมาใช้บริการธนาคารซ้ำอีกสร้างรายได้ให้กับธนาคารเพิ่มขึ้นดังนั้นธนาคารต่างๆจึงต้อง พยายามพัฒนากลยุทธ์การบริการเพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลและยังต้องใช้ ความพยายามมากขึ้นในการรักษาสถานภาพธุรกิจของธนาคารให้อยู่ในระดับที่เหนือกว่าคู่แข่งกลยุทธ์หนึ่งที่ ธนาคารต่างๆใช้ในการสร้างและรักษาความเจริญความก้าวหน้าในการดำเนินงานของตนเองคือกลยุทธ์ในการ สร้างให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคาร

ดังนั้นทางผู้ศึกษาจึงเล็งเห็นความสำคัญว่าการจะรักษาลูกค้าไว้ได้นั้นเราต้องมีการปรับปรุงพัฒนารูปแบบและการ ให้บริการอย่างต่อเนื่องจึงสนใจศึกษาความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว และเพื่อความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ศึกษาจึงมุ่งศึกษากลุ่มตัวอย่างของธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าวเพื่อผลที่ได้จากการศึกษามาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าวและสาขาอื่นๆให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไปและสอดคล้องกับนโยบายในการ ดำเนินงานของธนาคารในปัจจุบันและในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารออมสิน สาขา อิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่าง
2. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการของธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการของพนักงาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่าง

ขอบเขตการศึกษา

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา (Research Content)** การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าวเป็นการศึกษาเชิงสำรวจ มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจำแนกการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษาข้อมูลทั่วไปของประชากรที่มารับบริการประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 ทำการศึกษาความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารออมสิน

สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าวโดยจำแนกเป็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการของธนาคารออมสิน ด้านการให้บริการของพนักงาน

2. **ขอบเขตการศึกษาด้านประชากร (Population)** ประชากรที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนหรือลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว จำนวน 1,209 ราย (ข้อมูลจำนวนลูกค้าของธนาคารออมสินสาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2562 จากระบบ Core Bank System: CBS)

3. **ขอบเขตด้านระยะเวลา** มีระยะเวลาที่เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย เริ่มตั้งแต่ 1 เมษายน ถึง 30 มิถุนายน พ.ศ. 2562

4. **กลุ่มตัวอย่าง (Sampling)** กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว จำนวน 1,209 ราย โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) และใช้สูตรในการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ ยามาเน (Yamane, 1973) โดยคำนวณขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่าง 5% จึงได้เลือกขนาดกลุ่มตัวอย่าง 300 คน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำข้อมูลข้อบกพร่องที่ได้ในการปฏิบัติงาน มาแก้ไขปัญหาและวางแผนในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพต่อลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย
2. มีการบริหารจัดการด้านบริการด้านต่างๆ ที่จะช่วยให้ธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว มีการบริการที่ดีขึ้นและเพิ่มศักยภาพในการทำงานของบุคลากรให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น
3. ธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว มีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่ยอมรับของลูกค้า ทำให้สามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ และเพิ่มขนาดฐานลูกค้ารายใหม่

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

มนกานต์มีบุญลือ (2547 : 30) ได้อธิบายว่าความพึงพอใจในการบริการหรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการให้พิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ

1. ความสามารถในการบริการอย่างเสมอภาค (Equitable service) หมายถึงความยุติธรรมในการบริการงานที่มีฐานคติที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกัน
2. ความสามารถในการบริการตรงเวลา (Timely service) หมายถึงการให้บริการจะต้องตรงเวลารวดเร็วและทันต่อเวลา
3. ความสามารถในการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) หมายถึงการให้บริการต้องมีลักษณะที่เหมาะสม (The right geographical location) Millet เห็นว่าความเสมอภาคหรือการตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมายถ้าไม่มีการให้บริการที่เพียงพอ
4. ความสามารถในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) หมายถึงการให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก
5. ความสามารถในการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) หมายถึงการให้บริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพและปรับปรุงผลการปฏิบัติงานโดยทรัพยากรเท่าเดิมและพัฒนาการให้บริการทั้งในด้านการบริการและในด้านคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าตามลักษณะของการบริการนั้นๆ

ชัยสมพลชาวประเสริฐ (2547) ได้กล่าวถึงแนวคิดในการวัดคุณภาพของการให้บริการ (Berry et al, 1985; Zeithaml and Bitner, 1996) ว่าในการวัดคุณภาพของการให้บริการลูกค้าจะวัดจากองค์ประกอบของคุณภาพ การให้บริการและผลลัพธ์ที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่ลูกค้าได้รับเรียกว่าคุณภาพของ

การบริการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Service Quality) ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวัง (Expected Services) กับบริการที่รับรู้ (Perceived Service) ซึ่งก็คือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขารับบริการแล้วนั่นเองในการวัดคุณภาพของให้การบริการลูกค้าจะวัดจากองค์ประกอบของคุณภาพในการบริการซึ่งมี 5 ข้อได้แก่

1. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) ได้แก่อาคารของธุรกิจบริการเครื่องมืออุปกรณ์เช่น

เครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องเอทีเอ็มเคาน์เตอร์ให้บริการที่จอดรถห้องน้ำรวมทั้งการแต่งกายของพนักงาน

2. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) เป็นความสามารถในการมอบบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามสัญญาหรือควรจะเป็นอย่างถูกต้องและตรงตามวัตถุประสงค์ของบริการเช่นธนาคารต้องรักษาเงินในสมุดบัญชีให้อยู่ครบทุกบาททุกสตางค์

3. ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) เป็นความรวดเร็วและตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าโดยให้บริการอย่างรวดเร็วไม่ให้ออกเวลานานเห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ

4. การรับประกัน/ความมั่นใจ (Assurance) เป็นการรับประกันว่าพนักงานที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถและความสุภาพ

5. การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) เป็นการดูแลเอาใจใส่การให้บริการอย่างตั้งใจตั้งใจเน้นการให้บริการและการแก้ปัญหาให้ลูกค้าเป็นรายบุคคล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรรณรัตน์ วิทยากิตติพงษ์ (2551)การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขตนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขตนนทบุรี

2) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขตนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขตนนทบุรี

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาในสังกัดเขตนนทบุรีที่ไม่ต่างกัน และพฤติกรรมการใช้บริการได้แก่ ระยะเวลา

การใช้บริการ และประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขตธนบุรี ที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิไลพร เย้ยกระโทก (2551) การศึกษาเรื่องความพึงพอใจในคุณภาพการบริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสิน เขตจังหวัดนครสวรรค์ การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษา

1) ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสิน เขตจังหวัดนครสวรรค์

2) เปรียบเทียบความพึงพอใจในคุณภาพการบริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสิน เขตจังหวัดนครสวรรค์ จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าที่ฝากเงินไว้กับธนาคารออมสินเขตจังหวัดนครสวรรค์จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า

1.ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสิน เขตจังหวัดนครสวรรค์โดยใช้เกณฑ์การประเมินคุณภาพในการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า การเข้าใจและรู้จักลูกค้าสรุปได้ว่า มีระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการเงินฝากโดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในคุณภาพการบริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสิน 47 เขตจังหวัดนครสวรรค์ ระหว่าง เพศ อายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ มีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการเงินฝากที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กัลยา แจ่มแจ่ม (2549) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาท่าทราย จังหวัดเพชรบุรีผลการวิจัยพบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมระดับมาก ด้านอาคารสถานที่ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับน้อย คือ ธนาคารตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางมาได้สะดวกและสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ด้านพนักงานลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุด คือ พนักงานมีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญในการให้บริการ ด้านข้อมูลข่าวสาร ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากคือ ข้อมูลของธนาคารมีความทันสมัย ถูกต้องและน่าเชื่อถือและลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยคือ การเผยแพร่ข้อมูลของธนาคารทันเวลา ทันต่อความต้องการ ด้านการให้บริการ ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย และพร้อมที่จะใช้งานอยู่ตลอดเวลา

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการเก็บข้อมูล

รูปแบบงานวิจัยเป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงพรรณนาและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

1. วิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามด้วยความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์ระดับของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน

1. วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคาร สำหรับข้อมูลที่จำแนกเป็น 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบที (t-test)
2. วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารสำหรับข้อมูลที่จำแนกมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) หากพบที่มีความแตกต่าง จะทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparisons) โดยใช้วิธี Fisher's Least – Significant Different (LSD)

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง เป็นผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท

ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าวโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 โดยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความพึงพอใจสูงมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาเป็นด้านการให้บริการของพนักงาน 4.10 และลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านการให้บริการของธนาคารออมสิน มีค่าเฉลี่ย 4.07 โดยทุกด้านมีระดับพึงพอใจในระดับมาก

ความพึงพอใจของลูกค้าไม่แตกต่างกัน เมื่อลูกค้ามีเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาแตกต่างกัน สำหรับลูกค้าที่มีอาชีพและรายได้แตกต่างกันความพึงพอใจของลูกค้ามีความแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยวรรณรัตน์ วิทยากิตติพงษ์ (2551) การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขตนนทบุรี กลุ่มตัวอย่าง ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขตนนทบุรี ส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ลาดพร้าวโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 โดยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความพึงพอใจสูงมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาเป็นการให้บริการของพนักงาน 4.10 ส่วนลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านการให้บริการของธนาคารออมสิน มีค่าเฉลี่ย 4.07 โดยทุกด้านมีระดับพึงพอใจในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับหลักการการให้บริการที่สามารถจับต้องได้สัมผัสได้ได้แก่ด้านเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยความสะดวกสบายของสถานที่ให้บริการการแต่งกายของพนักงาน รวมทั้งเอกสารประชาสัมพันธ์ของธนาคารที่มีรายละเอียดเข้าใจง่ายในภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยเหตุผลที่ธนาคารออมสินสาขาสวนจิตรลดาได้ให้ความสำคัญกับการแต่งกายของพนักงานต้องสุภาพเรียบร้อยสวยงามทำให้ลูกค้ามองแล้วรู้สึกสดชื่นสบายตาในส่วนเอกสารประชาสัมพันธ์ของธนาคารก็มีรายละเอียดที่สามารถเข้าใจได้ง่ายนอกจากนี้ธนาคารยังมีเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการและสถานที่ให้บริการก็มีความสะดวกสบายเช่นมีที่นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างความพึงพอใจในบริการของ Mullins (1954) ได้เสนอแนวคิดว่าการให้บริการอย่างเพียงพอหมายถึงการให้บริการด้านวัสดุอุปกรณ์สถานที่เวลาอย่างเพียงพอเหมาะสมนอกจากด้านปริมาณที่เพียงพอแล้วบริการที่ให้แก่ประชาชนต้องมีคุณภาพดีด้วยนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของParasuramanและคณะ (1988) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและได้นำไปพัฒนาเป็นเครื่องมือประเมินคุณภาพบริการ พบว่าความเป็นรูปธรรมของบริการหมายถึงบริการที่ให้แก่ผู้รับบริการต้องแสดงให้เห็นว่าผู้รับบริการสามารถคาดคะเนคุณภาพการบริการได้ชัดเจนเช่นสถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบายและเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการสวยงามทันสมัยเป็นต้นกัลยาแจ่มแจ้ง (2549) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาท่าทางจังหวัดเพชรบุรีผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านการให้บริการอยู่ในระดับมากเพราะธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัยและพร้อมที่จะใช้งานอยู่ตลอดเวลาจิราภรณ์พลสุวัฒน์ (2549) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา: สังกัดภาคนครหลวง 4 ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการด้านรูปลักษณ์อยู่ในระดับมาก

เพราะพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีแต่งกายสุภาพเรียบร้อยสวยงามและออร์ทยเชิดชูธรรม (2545) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธนาคารพาณิชย์ในเขตเทศบาลอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลกผลการศึกษพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ด้านรูปลักษณะอยู่ในระดับมากเนื่องจากพนักงานธนาคารที่บริการแต่งการประณีตและดูดีด้านการให้บริการของพนักงานในภาพรวม อยู่ในระดับมากโดยเหตุผลที่ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดนั้นอาจมีสาเหตุมาจากการที่พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามกำหนดเวลาที่แจ้งไว้โดยที่ลูกค้าไม่ต้องรอนานรวมถึงพนักงานสามารถทรากรกรรมได้อย่างรอบคอบรวดเร็วโดยไม่มีข้อผิดพลาด นอกจากนี้ยังพบว่าพนักงานเป็นบุคคลที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญสามารถให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดีและถูกต้องในส่วนเครื่องมือและอุปกรณ์ยังพบว่าอยู่ในสภาพที่พร้อมให้บริการแก่ลูกค้าตลอดเวลาสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างความพึงพอใจในบริการของ Mullins (1954) ได้เสนอแนวคิดว่าการให้บริการที่ตรงเวลาหมายถึงการให้บริการที่ตรงเวลาโดยเฉพาะอย่างยิ่งบริการของภาครัฐที่ต้องปฏิบัติงานให้ตรงเวลานอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของParasuramanและคณะ (1988) ได้ทาการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและได้นำไปพัฒนาเป็นเครื่องมือประเมินคุณภาพบริการพบว่าความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้หมายถึงผู้ให้บริการมีความสามารถในการปฏิบัติงานทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกไว้วางใจได้ว่าการให้บริการมีความถูกต้องเที่ยงตรงกล้าแจ่มแจ้ง (2549) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาทำยางจังหวัดเพชรบุรีผลการศึกษพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านพนักงานมากที่สุดคือ พนักงานมีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญในการให้บริการ

จิราภรณ์พลสวัสดิ์ (2549) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)กรณีศึกษา: สังกัดภาคนครหลวง 4 ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจอยู่ในระดับมากเพราะพนักงานเป็นบุคคลที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญและยังแสดงออกถึงความซื่อสัตย์สุจริตและออร์ทยเชิดชูธรรม (2545) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธนาคารพาณิชย์ในเขตเทศบาลอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลกผลการศึกษพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคารอยู่ในระดับมากเนื่องจากธนาคารมีการเก็บข้อมูลของลูกค้าไว้เป็นอย่างดีและสามารถนำมาใช้ในการให้บริการอยู่ตลอดเวลา

ด้านการให้บริการของธนาคารออมสิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเหตุผลที่ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดนั้นอาจมีสาเหตุมาจากลูกค้ามีความมั่นใจว่าธนาคารออมสินเป็นสถาบันการเงินที่มีความมั่นคงเพราะเป็นสถาบันการเงินของรัฐและมีความมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคารนอกจากนี้ยังมั่นใจว่าพนักงานจะสามารถให้คำแนะนำที่ถูกต้องอยู่เสมอและมีความมั่นใจว่าพนักงานจะปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องไม่ผิดพลาดสอดคล้องกับผลการศึกษาของParasuramanและคณะ (1988) ได้ทาการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและได้นำไปพัฒนาเป็นเครื่องมือประเมินคุณภาพบริการพบว่าการให้ความมั่นใจหมายถึงผู้ให้บริการมีความรู้มีอัธยาศัยดีในการให้บริการและความสามารถของผู้ให้บริการส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นในการใช้

บริการ จิราภรณ์พลสวัสดิ์ (2549) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา: สังกัดภาคนครหลวง 4 ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจอยู่ในระดับมากเพราะลูกค้ามีความมั่นใจว่าธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) เป็นสถาบันการเงินที่มีความมั่นคงและอภัยเชิดชูธรรม (2545) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธนาคารพาณิชย์ในเขตเทศบาลอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลกผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ด้านการให้ความไว้วางใจอยู่ในระดับมากเนื่องจากธนาคารได้ให้ข้อมูลที่ถูกต้องเพื่อให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นและรู้สึกปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการ

ความพึงพอใจของลูกค้ามีความไม่แตกต่างกัน เมื่อลูกค้ามีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สำหรับลูกค้าที่มีอาชีพและรายได้แตกต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารแตกต่างกัน ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของกรรณรัตน์ วิทยากิตติพงษ์ซึ่งได้ทำการการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขตนนทบุรี และพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานภาพการสมรส และระดับการศึกษา มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการไม่แตกต่างกัน แต่แตกต่างกันด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วแตกต่างกัน แต่ผลการศึกษาในครั้งนี้ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาวิไลพร เข้มกระโทก ซึ่งทำการการศึกษาเรื่องความพึงพอใจในคุณภาพการบริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสิน เขตจังหวัดนครสวรรค์ และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพในการให้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน เขตจังหวัดนครสวรรค์ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าที่มีเพศ อายุระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งนี้

จากผลการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากผลการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขา อิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าเป็นเพศหญิง อายุ 31 - 40 ปี เป็นผู้ที่มีการศึกษาดำรงระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนธนาคารควรให้ความสำคัญในความต้องการของบุคคลกลุ่มดังกล่าวมากขึ้นว่าต้องการการบริการอย่างไรจากธนาคารเน้นสร้างความเชื่อมั่นในการทำงานให้การให้ข้อมูลอย่างถูกต้องไม่ผิดพลาดตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็วและทั้งสร้างความสัมพันธ์และเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลให้มากขึ้นเช่นช่วงอายุ 31 - 40 ปีนั้นเป็นวัยทำงานที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วและต้องถูกต้องในการทำธุรกรรมพนักงานต้องให้ความสำคัญให้บริการมากขึ้น

2. จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะพบว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารมากกว่าอาชีพด้านอื่นดังนั้นธนาคารจึงควรมีการจัดโปรโมชั่นหรือผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มอาชีพนี้มากขึ้นเน้นการบริการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มอาชีพดังกล่าวเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มาใช้บริการจำนวนมากในพื้นที่ที่สาขาเปิดให้บริการ

3. คุณภาพการบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกธนาคารควรให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้ธนาคารควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆให้กับลูกค้า เช่นที่นั่งรอเพียงพอมีบริการน้ำดื่มและมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการให้บริการมีการบริการที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าสะดวกรวดเร็วถูกต้องและมีระบบการให้บริการที่มีความทันสมัยครอบคลุมกับทุกความต้องการธนาคารควรมีระบบการให้บริการอย่างรวดเร็วมากขึ้นและมีการพัฒนาระบบงานในการให้บริการให้เกิดประสิทธิภาพไม่มีข้อผิดพลาด

สามารถตรวจสอบได้ตลอดจนควรมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำต่อรูปแบบการให้บริการประเภทต่างๆมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้พนักงานเกิดความชำนาญในการทำงานไม่เกิดข้อผิดพลาดเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ

4. ด้านการให้บริการของพนักงาน ซึ่งเป็นคุณภาพการบริการที่ได้รับความพึงพอใจมากของธนาคารออมสินสาขา อิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว จากการศึกษาทำให้ทราบว่าลูกค้ารู้สึกพึงพอใจในการที่พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพเป็นมิตรและมีความใส่ใจที่จะตอบปัญหาหรือแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็วทันต่อความต้องการธนาคารต้องเน้นการอบรมสร้างจิตสำนึกในการให้บริการและเห็นคุณค่าความสำคัญของการบริการที่ดีต่อลูกค้าให้บริการด้วยความจริงใจเพื่อให้ลูกค้าสัมผัสได้นามาส่งความพึงพอใจในระดับที่สูงขึ้นไปต่อการนำมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อถึงคุณภาพการบริการที่ดีเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าในอนาคต

5. ด้านการให้บริการของธนาคารออมสิน ซึ่งเป็นด้านที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด ธนาคารออมสิน สาขาอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว ควรลดขั้นตอนบางอย่างออกไปหรือรวบรัดขั้นตอนให้น้อยเหลือที่สุดภายใต้การปฏิบัติงานที่ถูกต้องของธนาคาร เพื่อให้ลูกค้าได้รับความรวดเร็วมากยิ่งขึ้นในการใช้บริการ ธนาคารควรเตรียมความพร้อมในการให้บริการและควรมีการพัฒนาระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในพื้นที่อื่นๆเพิ่มเติมเพื่อรับทราบถึงระดับความพึงพอใจที่ลูกค้ามีต่อธนาคารและใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินให้มีประสิทธิภาพและมีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น

2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสินและปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการของธนาคารเพื่อนำผลการศึกษาไปพัฒนาการให้บริการธนาคารออมสินให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้นสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

เอกสารอ้างอิง

กรรณรัตน์ วิทยากิตติพงษ์ (2551) การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขตถนนพหลโยธิน

กัลยา แจ่มแจ่ม (2549) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตร

และสหกรณ์การเกษตร สาขาท่าช้าง จังหวัดเพชรบุรีบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิไลพร เย้ยกระโทก (2551) การศึกษาเรื่องความพึงพอใจในคุณภาพการบริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสิน เขตจังหวัดนครสวรรค์

อรทัยเชิดชูธรรม. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตเทศบาลอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก.

การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ประวัติธนาคารออมสิน, ค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2562 จาก

<https://www.gsb.or.th/about-us/history-bank.aspx>

Parasuraman,A, Zeithaml,and Berry,L.L.(1994). “Alternative scale for

MeasuringServiceQuality;A Comparative Assessment Based on Phychometric and Diagnostic Criteria” Journal of Retailing.

Maslow, A.H.(1970). Motivation and Personality. New York: Harper & Row