

ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน
สาขาบึงกุ่มบางปะกอก

THE OPINIONS OF CUSTOMERS ON THE SERVICES OF THE GOVERNMENT
SAVINGS BANK BIG C BANGPAKOK BRANCH

ธิติพร ม้อยจังหวาร

สาขาการเงินการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

THITIPORN MOYJANGHARN

E-mail: katiie.lovely.01@gmail.com

Faculty Of Business Administration Program in Finance and Banking, Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้ ด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน ด้านสินเชื่อ ด้านเงินฝาก ด้านบัตรอิเล็กทรอนิกส์ ด้านบริการทั่วไป

กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบึงกุ่มบางปะกอก จำนวน 152 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านอาชีพ ที่ต่างกันทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการมีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และด้านความถี่ในการรับบริการต่อเดือนต่างกัน ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการไม่มีความแตกต่างกัน

ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก โดยภาพรวมอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน ด้านบริการทั่วไป และด้านสินเชื่อ อยู่ระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านบัตรอิเล็กทรอนิกส์ และด้านเงินฝาก อยู่ระดับมาก ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความคิดเห็น; การให้บริการ; ธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก

ABSTRACT

The objectives of this study were, To study, The opinions of customers on the services of the Government Savings Bank Big C Bangpakok Branch, Consists of 5 sides As follows Accepting and taking care of credit complaints, deposits, electronic cards General services.

Sample is there are 152 customers who use the Government Savings Bank, Big Bangpakok Branch by using questionnaires as a tool for data collection Data analysis statistics Include Frequency, percentage, mean and standard deviation. Hypothesis testing using t-test, One-Way ANOVA, if differences are found, will be compared in pairs. Using LSD method The results of the research showed that

The opinions of customers on the services of the Government Savings Bank Big C Bangpakok Branch, Different gender, age, and occupation make customers who use the service different, At the significant level of .05 and the frequency of services per month is different, Causing customers to use the service no difference.

The opinions of customers on the services of the Government Savings Bank Big C Bangpakok Branch, In general it is at a high level, When considering each aspect, it was found that, receiving and handling, complaints general services and loans in the highest level, Secondary is electronic card side and the deposit side, High level, Respectively

Keywords : Opinions, Service, Government Savings Bank Big C Bangpakok Branch

บทนำ

ธนาคารออมสิน ถือกำเนิดโดยพระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ที่ทรงตระหนักถึงความสำคัญของการเก็บรักษาทรัพย์สินให้ปลอดภัยจากโจรสู้ร้าย โดยทรงตราพระราชบัญญัติจัดตั้งคลังออมสินขึ้น เมื่อวันที่ 1 เมษายน พุทธศักราช 2456 ด้วยพระราชปณิธานที่จะให้คลังออมสินเป็นที่เก็บรักษาทรัพย์สินอย่างปลอดภัย และฝึกฝนให้ราษฎรรู้จักเก็บออมทรัพย์อย่างถูกวิธี และอีกหนึ่งหน้าประวัติศาสตร์ ที่จารึกไว้ นั่นคือใน พุทธศักราช 2489 พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพล อดุลยเดช ได้ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ยกฐานะคลังออมสินขึ้นเป็นธนาคารออมสิน โดยทรงตราพระราชบัญญัติธนาคารออมสินขึ้น เพื่อรองรับกับความก้าวหน้าของกิจการคลังออมสิน และเปิดดำเนินการในรูปแบบธนาคารตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2490 ในนาม “แบงก์ลิฟอเทีย” ต้นแบบการออม พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงเห็นคุณ ประโยชน์ของการออมทรัพย์ เพื่อให้ประชาชนรู้จักการประหยัด การเก็บออมโดยมีสถานที่เก็บรักษาทรัพย์สินเงินทองของประชาชนให้ปลอดภัยจากโจรสู้ร้าย จึงทรงริเริ่มจัดตั้งคลังออมสินทดลองขึ้น โดยทรงพระราชทานนามแบงก์ว่า “ลิฟอเทีย” ในปี พุทธศักราช 2450 เพื่อทรงใช้ศึกษาและสำรวจนิสัยคนไทยในการออมเบื้องต้น พระองค์ทรงเข้าใจในราษฎรของพระองค์และทรงทราบดีว่าควรใช้กุศโลบายใดอันที่จะจูงใจคนไทยให้มองเห็นความสำคัญของการออม

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าการจูงใจคนไทยให้มองเห็นความสำคัญของการออม และการที่จะรักษาคุณค่าไว้ได้นั้น ธนาคารผู้ให้บริการต้องมีการปรับปรุงการให้บริการรูปแบบต่างๆ ผู้วิจัยจึงสนใจ

ศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้
ด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน ด้านสินเชื่อ ด้านเงินฝาก ด้านบัตรเครดิตทรอนิกส์ และด้านบริการทั่วไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้

- 1.1 ด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน
- 1.2 ด้านสินเชื่อ
- 1.3 ด้านเงินฝาก
- 1.4 ด้านบัตรเครดิตทรอนิกส์
- 1.5 ด้านบริการทั่วไป

สมมติฐานการวิจัย

1. H_0 คือ เพศที่ต่างกัน ทำให้มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก ไม่มีความแตกต่างกัน

H_1 คือ เพศที่ต่างกัน ทำให้มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก มีความแตกต่างกัน

2. H_0 คือ อายุที่ต่างกัน ทำให้มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก ไม่มีความแตกต่างกัน

H_1 คือ อายุที่ต่างกัน ทำให้มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก มีความแตกต่างกัน

3. H_0 คือ อาชีพที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก ไม่มีความแตกต่างกัน

H_1 คือ อาชีพที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก มีความแตกต่างกัน

4. H_0 คือ ความถี่ในการรับบริการต่อเดือนที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก ไม่มีความแตกต่างกัน

H_1 คือ ความถี่ในการรับบริการต่อเดือนที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก มีความแตกต่างกัน

ขอบเขตของงานวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มซึ่งบางปะกอก ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้ ด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน ด้านสินเชื่อ ด้านเงินฝาก ด้านบัตรเครดิตทรอนิกส์ ด้านบริการทั่วไป ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และความถี่ในการรับบริการต่อเดือน

ตัวแปรตาม คือ

1. ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มซึ่งบางปะกอก ได้แก่ ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาบึงกุ่มซึ่งบางปะกอก ดังนี้ 1. ด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน 2. ด้านสินเชื่อ 3. ด้านเงินฝาก 4. ด้านบัตรเครดิตทรอนิกส์ 5. ด้านบริการทั่วไป

ขอบเขตด้านประชากร

ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มซึ่งบางปะกอก จำนวน 250 คน (กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970 อ้างถึงใน กุลวดี โรจน์ไพศาลกิจ , 2557) จะได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 152 คน

ขอบเขตด้านระยะเวลา

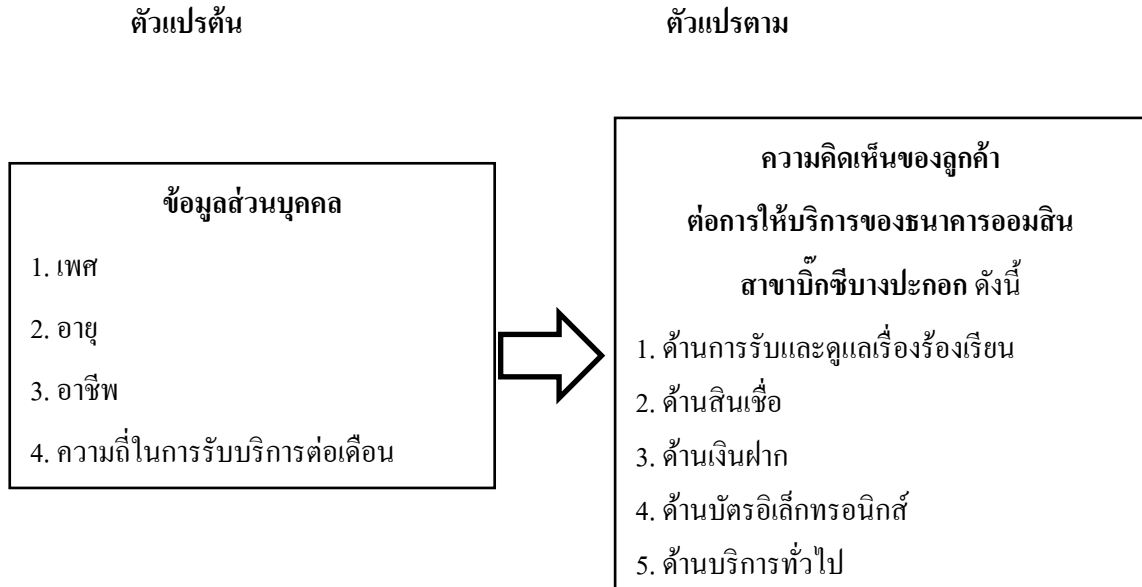
การวิจัยครั้งนี้จะทำการวิจัย ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม-มิถุนายน พ.ศ. 2563

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มซึ่งบางปะกอก สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาการบริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และคุณภาพการบริการที่ดีขึ้นการเพิ่มขึ้นของลูกค้าธนาคารออมสิน

กรอบแนวคิด

จากการศึกษาสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมากำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้



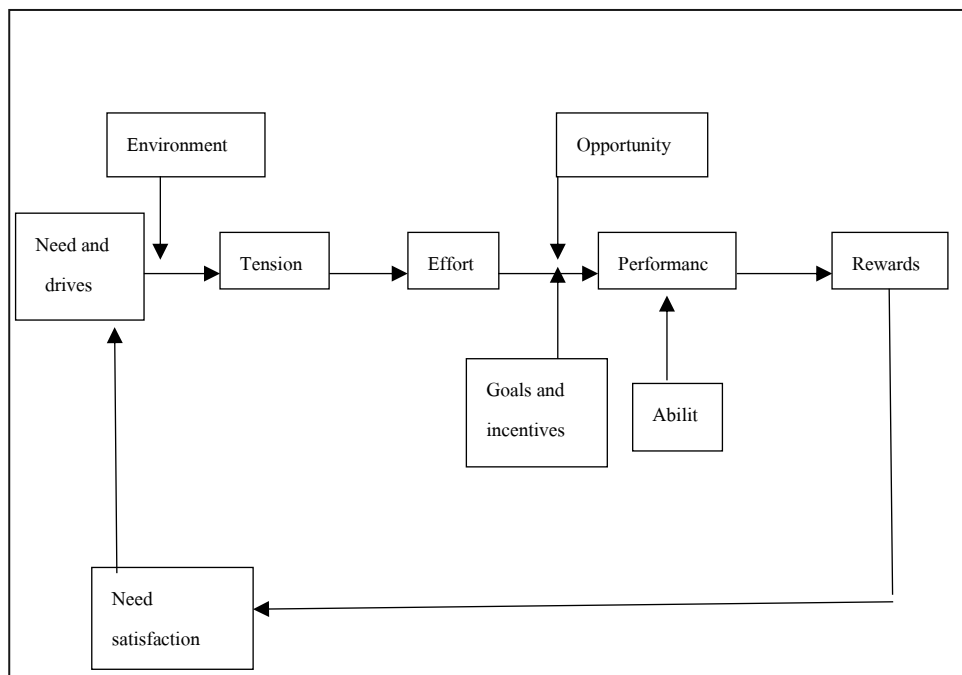
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก

Cronin & Taylor (1992 อ้างใน ทิพชญาณ์ อัครพงษ์โสภณ, 2556 หน้า 15-17) กล่าวว่า แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการประกอบไปด้วย การให้บริการด้านความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) ด้านคุณภาพ (Service Quality) และด้านคุณค่า (Customer Value) ซึ่งแนวคิดดังกล่าวเป็นแนวคิดการบริการที่ดีที่มุ่งเน้นในการสร้างความพึงพอใจและบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า การบริการที่มีคุณภาพจึงเป็นส่วนขยายของกระบวนการการให้บริการเพื่อตอบสนองและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น การให้บริการที่มีคุณภาพจึงเป็นไปในลักษณะเชิงบวก มุ่งเน้นสร้างความพึงพอใจและการรับรู้ให้แก่ผู้รับบริการ โดยคาดหวังในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการ

Schiffman and Kanuk (2007 อ้างใน ฉวีธรรดา ปัญจสุภโชค, 2560 หน้า 6-7) แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ คือ แรงจูงใจ (Motive) หรือ แรงขับเคลื่อน (Drive) เป็นความต้องการที่มีแรงผลักดันที่เพียงพอที่จะชักนำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งตอบสนองความต้องการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งแรงจูงใจจะแรงผลักดันให้เกิดแรงจูงใจทั้งภายในหรือภายนอก และเป็นสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการตอบสนองด้านพฤติกรรมต่างๆ โดยกำหนดทิศทางที่เฉพาะเจาะจงต่อการตอบสนอง ตามแบบโมเดลของกระบวนการเกิดแรงจูงใจ ดังนี้



ภาพที่ 1 โมเดลของกระบวนการเกิดแรงจูงใจ

ที่มา : จาก ฉัตรดา ปัญจสุโข (2560 หน้า 6-7) แรงจูงใจและพฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์รักษาผิวของกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร, ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธรรมพุด แสงประเสริฐ (2558 หน้า 6-8) กล่าวว่า แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการ คือ คุณภาพของการบริการที่ให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งในการให้บริการที่ดีมีคุณภาพจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อผู้ให้บริการสามารถสร้างความเชื่อมั่นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ แก่ผู้รับบริการ ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงให้ความสำคัญกับการให้บริการแก่ผู้มารับบริการและสร้างความแตกต่างโดยการแข่งขันเพื่อเป็นหลักการพิจารณาขั้นพื้นฐานในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการของผู้รับบริการที่ความคาดหวังได้รับบริการขั้นพื้นฐานที่ดีมีคุณภาพ รวดเร็ว และเข้าถึงความต้องการของผู้รับบริการ โดยการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งทางธุรกิจด้วยภาพลักษณ์ของธุรกิจและนวัตกรรมใหม่ๆ อันจะทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจในอนาคต

สยาม ชูกร (2559 หน้า 13) กล่าวว่า แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการ คือ การกระบวนการหรือการอำนวยความสะดวก ความช่วยเหลือโดยที่การกระทำนั้นๆ มุ่งหวังให้ผู้รับบริการเกิดความสะดวกสบาย เกิดประโยชน์ และเกิดความพึงพอใจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการโดยกระบวนการนั้นอาจมีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่ก็ตาม

อิชญ์ ถึงทองหิรัณย์ (2559 หน้า 26-28) กล่าวว่า แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการ คือ คุณภาพในการให้บริการ (Service Quality) โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นหลัก การอำนวยความสะดวกตลอดจนการสร้างประทับใจในการบริการ คือ การสร้างความไว้วางใจให้กับผู้มารับบริการ การอำนวยความสะดวก การสนองตอบผู้รับบริการด้วยความเต็มใจ การสร้างความน่าเชื่อถือ ความมั่นคงปลอดภัย ความเข้าใจ ความสุภาพและความเป็นมิตรกับผู้รับบริการ ซึ่งประกอบไปด้วย สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือบรรยากาศในการให้บริการ ความเพียงพอต่อการบริการ เพื่อการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ ได้ทันที การ

ให้บริการที่เหมาะสมกับผู้รับบริการ ทักษะในการให้บริการของพนักงาน ศิลปะการให้การดูแลผู้รับบริการ ได้แก่ การสื่อสาร อธิบายชี้แจง ความเป็นมิตรความเอาใจใส่ การรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการ ความต่อเนื่องในการให้บริการ ได้แก่ การดูแลรักษาผู้รับบริการให้มีความรู้สึกที่ต้องการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อุไรวรรณ จันทจักริณวงศ์, ชีร์ชนิกษ์ ศิริโวหาร, มิ่ง เทพครเมือง (2555) ศึกษาคุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยอื่นๆ พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อถือต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าอยู่ในระดับดีมาก ระดับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามขนาดธนาคาร พบว่า ธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ กลาง เล็ก ภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับดีมาก และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทลูกค้า ขนาดธนาคารที่ใช้บริการแตกต่างกัน ประเมินคุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ อาชีพแตกต่างกัน ประเมินคุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ. (2555). ศึกษาความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านรูปลักษณ์เป็นด้านที่ลูกค้ามาใช้บริการธนาคารมีความพึงพอใจสูงสุด รองลงมาเป็นด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ ส่วนด้านที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ด้านความพึงพอใจของลูกค้ามีความแตกต่างกัน เมื่อลูกค้ามีระดับการศึกษารายได้ ช่วงเวลาที่มาติดต่อธนาคาร การทำธุรกรรม ด้านการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การเปิดบัญชีและเวลาในการทำธุรกรรมแตกต่างกัน สำหรับลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ การทำธุรกรรมด้านการลงทุนและการออมทรัพย์รูปแบบอื่น การกู้เงินและการทำธุรกรรมอื่นๆ แตกต่างกันไปไม่ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารแตกต่างกัน

ศศวิศา อารยะรังษี (2556) ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดนครราชสีมา เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ความเชื่อมั่นในบริการ และการตอบสนองต่อความต้องการมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ด้านความเอาใจใส่ในบริการมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 ซึ่งสามารถร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารอินเทอร์เน็ตได้เป็นร้อยละ 73.30 ระดับคุณภาพการให้บริการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92 และระดับความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า

โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.98 ส่วนสาเหตุสำคัญที่ทำให้ลูกค้าใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการ เนื่องจากสะดวกในการติดต่อกับธนาคารสามารถใช้บริการได้ 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 38.50

หทัยรัตน์ บรรลือ. (2556). ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดาและเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการของธนาคารออมสินสาขาสวนจิตรลดาและสาขาอื่นๆ มากยิ่งขึ้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41 ขึ้นไป สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาสวนจิตรลดาเฉลี่ยต่อเดือน 4 ครั้งขึ้นไป บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดาที่ใช้บริการมากที่สุด คือบริการฝาก-ถอนเงิน และมีระยะเวลาที่ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาสวนจิตรลดา 1 - 3 ปี และ 10 ปีขึ้นไป สำหรับความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านการตอบสนองความต้องการ รองลงมา คือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจและด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการตามลำดับ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Survey Research) มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก จำนวน 250 คน (ข้อมูลวันที่ 22 พฤษภาคม 2563, ธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970 อ้างถึงใน กุลวดี โรจน์ไพศาลกิจ , 2557) จะได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 152 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (quota sampling) แต่ละด้าน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขออนุญาตแจกแบบสอบถาม ณ ธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก
2. เก็บรวบรวมแบบสอบถาม
3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำถามในแบบสอบถาม
4. นำข้อมูลในแบบสอบถามกรอกข้อมูลเข้าโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพรรณนา (descriptive statistics) ดังนี้

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ตัวแปรข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และความถี่ในการรับบริการต่อเดือน

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ตัวแปรด้านความคิดเห็นลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบึงปะกอก ประกอบด้วย ด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน ด้านสินเชื่อ ด้านเงินฝาก ด้านบัตรเครดิตทรอนิกส์ ด้านบริการทั่วไป

2. สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ดังนี้

2.1 ใช้สถิติ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบึงปะกอก ที่จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ด้านเพศ

2.2 ใช้สถิติ One-Way ANOVA ในการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบึงปะกอก ที่จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ อาชีพ และความถี่ในการรับบริการต่อเดือน หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

3. ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ (reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุดและนำผลได้ไปวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตามวิธี ครอนบัค (Cronbach)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบึงปะกอก ดังนี้

1. ผลความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบึงปะกอก ดังนี้

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบึงปะกอก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 ปีขึ้นไปอยู่ในกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท และอาชีพค้าขาย มีความถี่ที่มารับบริการ 1 ครั้งต่อเดือน

2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบึงปะกอก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สามารถสรุปการวิจัยได้ ดังนี้

2.1 ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบึงปะกอก โดยภาพรวมอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน ด้านบริการทั่วไป และด้านสินเชื่อ อยู่ระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านบัตรเครดิตอิเล็กทรอนิกส์ และด้านเงินฝาก อยู่ระดับมาก ตามลำดับ

3. ผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม ส่วนกลางแห่งวิชาการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สามารถสรุปการวิจัยได้ ดังนี้

3.1 ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบึงปะกอก ที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านกลุ่มอาชีพ ต่างกัน ทำให้ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบึงปะกอก มีความแตกต่างกัน

3.2 ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก ด้านความถี่ในการรับบริการต่อเดือน ต่างกัน ทำให้ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก ไม่มีความแตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

การวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก มีแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 152 ชุด กลุ่มสอบลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 108 คน คิดเป็นร้อยละ 71.1 และเป็นเพศชาย จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 ส่วนใหญ่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาคือ รองลงมาคือ รองลงมาคือ อายุ 20-30 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0, อายุ 31-40 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 ตามลำดับ ส่วนลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอาชีพกลุ่มพนักงานบริษัท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมาเป็นกลุ่มอาชีพกลุ่มค้าขาย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 กลุ่มอาชีพกลุ่มเกษียณอายุราชการจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 กลุ่มข้าราชการ (สรรพากร, ครู, ทหาร) และกลุ่มอื่นๆ (คนพิการ, คนต่างด้าว, แม่บ้าน, คนขับวิน, ว่างาน) จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 กลุ่มนิสิต, นักศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6 กลุ่มนักเรียน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 และกลุ่มนักธุรกิจ (ห้างร้าน, บริษัท) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 ตามลำดับ ส่วนลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่ 1 ครั้ง/เดือน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 90.1 รองลงมาเป็น 2 ครั้ง/เดือนจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และ 3 ครั้ง/เดือนขึ้นไปจำนวน 4 คน คิดเป็น ร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก

ภาพรวมอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน ด้านบริการทั่วไป และด้านสินเชื่อ อยู่ระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านบัตรเครดิตทรอนิกส์ และด้านเงินฝาก อยู่ระดับมาก ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรมส่วนกลางแห่ง วิชาการสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านอาชีพ มีความคิดต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก ด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน ด้านสินเชื่อ ด้านเงินฝาก ด้านบัตรเครดิตอิเล็กทรอนิกส์ และด้านบริการทั่วไป ซึ่งการให้บริการกับลูกค้า ที่มารับบริการกับธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก ไม่ว่าจะเป็นการฝากเงิน โอนเงิน ถอนเงิน รวมถึงการขอสินเชื่อต่างๆ โดยระดมทรัพยากรในทุกด้าน เตรียมการเพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์และรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยและครบวงจรยิ่งขึ้นเพื่อรองรับการให้บริการที่สอดคล้องต่อความ

ต้องการและครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกอาชีพและทุกช่วงวัย ธนาคารออมสินจะเดินหน้าสร้างสรรค์นวัตกรรมบริการทางการเงินที่มีคุณค่า ตอบโจทย์ด้านการเงินของทุกกลุ่มลูกค้า นำมาซึ่งความพึงพอใจสูงสุดของผู้ใช้บริการและพร้อมที่จะร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในการขับเคลื่อนประเทศไทยเข้าสู่ยุค Digital Economy และ Thailand 4.0 เพื่อก้าวสู่ศตวรรษที่ 2 ของธนาคารออมสินอย่างสง่างาม ตามที่ Schiffman and Kanuk (2007) อธิบายใน ฌูร์ดา บัญญัติโชค, 2560 หน้า 6-7) กล่าวว่า แรงจูงใจ (Motive) หรือ แรงขับเคลื่อน (Drive) เป็นความต้องการที่มีแรงผลักดันที่เพียงพอที่จะชักนำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งตอบสนองความต้องการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งแรงจูงใจจะแรงผลักดันให้เกิดแรงจูงใจทั้งภายในหรือภายนอก และเป็นสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการตอบสนองด้านพฤติกรรมต่างๆ โดยกำหนดทิศทางที่เฉพาะเจาะจงต่อการตอบสนอง และสอดคล้องกับทฤษฎีเบิร์น บรลือ (2556) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41 ขึ้นไป สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาสวนจิตรลดาเฉลี่ยต่อเดือน 4 ครั้งขึ้นไป บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดาที่ใช้บริการมากที่สุด คือบริการฝาก-ถอนเงิน และมีระยะเวลาที่ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาสวนจิตรลดา 1 - 3 ปี และ 10 ปีขึ้นไป การวิจัยครั้งนี้พบว่าด้านความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน ไม่มีความแตกต่างมีนัยสำคัญ อาจเกิดการใช้บริการในแต่ละครั้งใช้บริการของลูกค้า เป็นลักษณะหมุนเวียนในแต่ละครั้งต่อเดือน ซึ่งทำเลที่ตั้งของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก อยู่บริเวณห้างการใช้บริการทุกครั้งจะไม่มี ความแตกต่าง

2. ความคิดต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก ด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน ซึ่งธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก มีช่องทางการร้องเรียนผ่านช่องทาง Call Center, Web site, Facebook, จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และไปรษณีย์ และร้องเรียนผ่านเจ้าหน้าที่ ณ ที่ทำการสำนักงานใหญ่หรือสาขา ธนาคารดำเนินการแก้ไขเรื่องร้องเรียน หรือแจ้งผลความคืบหน้าและกำหนดระยะเวลาที่คาดว่าจะดำเนินการแล้วเสร็จให้ลูกค้าทราบในกรณีที่ธนาคารดำเนินการแก้ไขเรื่องร้องเรียนไม่แล้วเสร็จ เมื่อเกิดปัญหาในการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ของลูกค้า สอดคล้องกับเกศวิฑู ทิพยศ (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า พบว่า ด้านพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ (Online Banking) ของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร คือ (1) การทำธุรกรรมของลูกค้าผ่านทางธนาคารออนไลน์ได้รับการดำเนินการอย่างถูกต้องแม่นยำ (2) ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อทำธุรกรรมออนไลน์กับเว็บไซต์ของธนาคาร (3) ลูกค้าสามารถเข้าถึงเว็บเพจของธนาคารได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย (4) การทำธุรกรรมผ่านทางเว็บของธนาคารสามารถดำเนินการจนเสร็จบริบูรณ์ด้วยความรวดเร็ว และ (5) ธนาคารช่วยแก้ปัญหาที่พบกับการทำธุรกรรมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว

3. ความคิดต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก ด้านสินเชื่อ ธนาคารให้บริการด้านสินเชื่อในด้านต่างๆ เช่น การปล่อยเงินกู้หลักประกันสำหรับลูกค้าบุคคลธรรมดารายย่อยใน 2 กรณี คือ กรณีชำระหนี้เสร็จสิ้น ธนาคารจะดำเนินการจนพร้อมให้ลูกค้ามาปล่อยเงินกู้ได้ และกรณี Refinance ธนาคารจะดำเนินการจนพร้อมให้ลูกค้ามาปล่อยเงินกู้ได้ การโอนกรรมสิทธิ์ให้ผู้เช่าซื้อรถยนต์/รถจักรยานยนต์ สำหรับลูกค้าบุคคลธรรมดา รายย่อยเมื่อชำระหนี้เสร็จสิ้น ธนาคารจะดำเนินการจนพร้อมโอนกรรมสิทธิ์ให้ลูกค้า การพิจารณาปรับปรุง

โครงสร้างหนี้ สำหรับสินเชื่อบุคคลธรรมดารายย่อย ธนาคารจะแจ้งผลการพิจารณาเบื้องต้นให้ลูกค้าทราบ นับจากวันที่ธนาคารได้รับเอกสารครบถ้วน การออกหนังสือยืนยันการชำระหนี้เสร็จสิ้น สำหรับลูกค้าบุคคลธรรมดา รายย่อย การขอตรวจสอบสถานะบัญชีสินเชื่อของลูกค้าบุคคลธรรมดา รายย่อย เช่น เงินต้นคงเหลือ ค่างวดที่ถึงกำหนดชำระ ใน 2 ช่องทาง ได้แก่ ทางวาจา ธนาคารจะแจ้งข้อมูล สถานะบัญชี/เงินต้นคงเหลือ/ค่างวด/ยอดชำระ/วันครบกำหนดชำระ ให้ลูกค้าที่มีสถานะบัญชีปกติทราบ นับจากลูกค้าพิสูจน์ตัวตนกับธนาคารครบถ้วนถูกต้อง และลายลักษณ์อักษร ธนาคารจะแจ้งข้อมูล สถานะบัญชี/เงินต้นคงเหลือ/ค่างวด/ยอดชำระ/วันครบกำหนดชำระ ให้ลูกค้าทราบ เป็นการให้บริการลูกค้า โดยที่ Cronin & Taylor. (1992 อ้างใน ทิพชญาณ์ อัครพงษ์โสภณ, 2556 หน้า 15-17) กล่าวว่า การบริการประกอบไปด้วย การให้บริการด้านความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) ด้านคุณภาพ (Service Quality) และด้านคุณค่า (Customer Value) ผลการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าด้านสินเชื่ออยู่ในระดับมากที่สุด และสามารถตอบสนองของลูกค้า หรือผู้รับบริการอื่นๆ สอดคล้องกับ จูรีพร ทองทะวีย์ (2555 หน้า 23) กล่าวว่า การบริการ คือ คุณภาพของการให้บริการ (Service Quality) และความสามารถในตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ โดยสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ให้เหนือกว่าคู่แข่งและต้องเป็นการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการในรูปแบบที่ผู้บริการต้องการมากที่สุด และสอดคล้องกับอัมรินทร์ สุกเศรษฐศิริ (2556) ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สายสินเชื่อรายย่อยภูมิภาคกลาง พบว่า โดยรวมและรายคันมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

4. ความคิดต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงชีบางปะกอก ด้านเงินฝาก อยู่ระดับมาก ธนาคารออมสินให้บริการทำธุรกรรม ฝาก/ถอนเงินสด ผ่านเครื่อง ATM/CDM ภายในธนาคารเดียวกันและต่างธนาคาร และการทำธุรกรรมโอนเงิน หรือเติมเงินเข้ากระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ATM/ COM/ Internet/ Mobile Banking รวมถึงการขอตรวจสอบรายการ โอนเงินผิดบัญชี เช่น การโอนเงิน/เติมเงินเข้ากระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) สอดคล้องกับคุดดี เกษมมงคล. (2556). ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใหญ่วัยทำงานต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาสาขาในเขตบริการ และการขาย 6 กรุงเทพมหานคร พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการเครื่อง ATM มากที่สุด และศศวิศา อารยะรังษี (2556) ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

5. ความคิดต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงชีบางปะกอก ด้านบัตรอิเล็กทรอนิกส์ อยู่ระดับมาก ธนาคารให้บริการ การออกบัตรอิเล็กทรอนิกส์ เช่น บัตร ATM และบัตร Debit/Credit และการหักทวงการชำระเงินของผู้ถือบัตรบัตร Debit/Credit รวมถึงบริการการตรวจสอบรายการใช้บัตร Debit สอดคล้องกับเกศวิฑู ทิพยศ (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กรณีศึกษาธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ด้านพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ (Online Banking) ของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร คือ (1) การทำธุรกรรมของลูกค้าผ่านทางธนาคารออนไลน์ได้รับการดำเนินการอย่างถูกต้องแม่นยำ (2) ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อทำธุรกรรมออนไลน์กับเว็บไซต์ของธนาคาร (3) ลูกค้าสามารถเข้าถึงเว็บเพจของธนาคารได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย (4) การทำธุรกรรมผ่านทางเว็บของธนาคารสามารถดำเนินการจนเสร็จบริบูรณ์ด้วยความรวดเร็ว และ (5) ธนาคารช่วยแก้ปัญหาที่พบกับการทำธุรกรรมออนไลน์ได้

อย่างรวดเร็ว และวสุธิตา นุริตมนต์ (2562) ศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งผลการศึกษาค้นคว้าสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. ความคิดต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกุ่มบางปะกอก ด้านบริการทั่วไป อยู่ระดับมากที่สุด ธนาคารให้บริการข้อมูลประเภทต่างๆ สำหรับลูกค้าบุคคลธรรมดา รายย่อย เช่น การคำนวณดอกเบี้ยบัตรเครดิต/บัตรกดเงินสด/สินเชื่อ/เช่าซื้อ ขอรายการเดินบัญชีเงินฝาก (Bank Statement) บริการให้คำปรึกษาวางแผนทางการเงิน และบริการให้คำปรึกษาด้านการเงิน เช่น การซื้อสลากออมสิน ฯลฯ สอดคล้องกับ ดุสิต เกษมมงคล (2556) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใหญ่วัยทำงานต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาสาขาในเขตบริการและการขาย 6 กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านบริการ รองลงมาคือความพึงพอใจในด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านสภาพแวดล้อมของธนาคาร และสยาม ชูกร (2559 หน้า 13) กล่าวว่า กระบวนการหรือการอำนวยความสะดวกความช่วยเหลือโดยที่การกระทำนั้นๆ มุ่งหวังให้ผู้รับบริการเกิดความสะดวกสบาย เกิดประโยชน์ และเกิดความพึงพอใจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ โดยกระบวนการนั้นอาจมีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่ก็ตาม

ข้อเสนอแนะและการนำไปใช้

1. ด้านการรับและดูแลเรื่องร้องเรียน ควรได้รับการปรับปรุง ได้แก่ การร้องเรียนผ่านช่องทาง Call Center การร้องเรียนผ่านช่องทาง Web site และการร้องเรียนผ่านเจ้าหน้าที่ ณ ที่ทำการสำนักงานใหญ่หรือสาขาการร้องเรียนผ่านช่องทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์และไปรษณีย์ และการร้องเรียนผ่านช่องทาง Facebook

2. ด้านการให้บริการสินเชื่อ ควรได้รับการปรับปรุง ได้แก่ การตรวจสอบสถานะบัญชีสินเชื่อ เช่น เงินต้นคงเหลือ ค่างวดที่ถึงกำหนดชำระ ทางวาจาและลายลักษณ์อักษร การโอนกรรมสิทธิ์ เช่น กรรมสิทธิ์บ้าน การไถ่ถอน เช่น การฉีชำระหนี้เสร็จสิ้น กรณี Refinance และการพิจารณาปรับปรุงโครงสร้างหนี้ และการติดตามแจ้งการชำระหนี้เสร็จสิ้น

3. ด้านการให้บริการเงินฝาก ควรได้รับการปรับปรุง ได้แก่ การฝาก/ถอน/โอน ผ่านเครื่อง ATM/CDM/Internet/Mobile Banking การใช้บริการ โอน หรือเติมเงินเข้ากระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) การขอรายการฝาก/ถอน/โอน (ปริบรายการในสมุดบัญชี) การขอตรวจสอบรายการ โอนเงินผิดบัญชี และการขอฝาก/ถอน/โอน ผ่านเจ้าหน้าที่ธนาคาร

4. ด้านการให้บริการบัตรอิเล็กทรอนิกส์ ควรได้รับการปรับปรุง ได้แก่ การคืนเงินแก่ผู้ถือบัตร Debit กรณีเครื่องรูดบัตรขัดข้อง การทักท้วงการชำระเงินของผู้ถือบัตร Debit/Credit การยื่นขอบริการทำบัตร Debit/Credit และการอายัดบัตร ATM/Debit/Credit

5. ด้านบริการทั่วไป ควรได้รับการปรับปรุง ได้แก่ การคำนวณดอกเบี้ยบัตรเครดิต/บัตรกดเงินสด การคำนวณดอกเบี้ยสินเชื่อ/เช่าซื้อ และบริการให้คำปรึกษาด้านการเงิน เช่น การซื้อสลากออมสิน ฯลฯ บริการให้คำปรึกษาวางแผนทางการเงิน และการขอรายการบัญชีเงินฝาก (Bank Statement)

บรรณานุกรม

- กุลวดี โรจน์ไพศาลกิจ. (2557). การวิจัยบริการทางสุขภาพกรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เกศวินู ทิพยศ. (2557). ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน), คั่นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเนชั่น
- จรีพร ทองทะวัก. (2555 หน้า 23). ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้ว่าจ้างในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs): กรณีผู้ให้บริการด้านการพัฒนาระบบงาน (Application Development Outsourcing), วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ณัฐธาดา ปัญจสุโขโชค (2560 หน้า 6-7) แรงจูงใจและพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์รักษาผิวของกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร, คั่นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
- คุณศศิ เกษมมงคล. (2556). ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใหญ่วัยทำงานต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาสาขาในเขตบริการและการขาย 6 กรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ทิพชญาณ์ อัครพงษ์โสภณ, 2556 หน้า 15-17). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร, คั่นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ธนาคารออมสิน, ประวัติ. [ออนไลน์]. 2020, แหล่งที่มา : <https://www.gsb.or.th/about-us/history-bank.aspx> คั่นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2563.
- ธรรมพุดม แสงประเสริฐ. (2558 หน้า 6-8). การศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค กรณีศึกษา : บริษัท เทสดีง อินสทวร์เมนท์ จำกัด, วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- วัชรภรณ์ จันท์สุวรรณ. (2555). ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต, คั่นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- วสุธิดา นุริตมนต์. (2562). ศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่, วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษาปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2562
- ศศวิสา อารยะรังษี. (2556). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดนครราชสีมา, คั่นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

- สยาม ชูกร. (2559 หน้า 13). คุณภาพการให้บริการของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย
อำเภอบ้านแพ้ว, คั่นคว้าอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- หทัยรัตน์ บรรลือ. (2556). ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาสวน
จิตรลดา, คั่นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- อิชญ์ ถังทองหิรัณย์. (2559). แนวทางการบริการหลังการขายผ่านสื่อสังคมของธุรกิจสมาร์ตโฟน,
วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- อุไรวรรณ จันท์เจริญวงษ์, ชีร์ชนิกษ์ สิริโวหาร, มิ่ง เทพครเมือง. (2555). คุณภาพการให้บริการธนาคาร
พาณิชย์ ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี, วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 มกราคม-
มิถุนายน 2555
- อัมรินทร์ ศุภเศรษฐศิริ. (2556). ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารเกียรตินาคิน
จำกัด (มหาชน) สายสินเชื่อบริการย่อยภูมิภาคกลาง, สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ