

ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการ สหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด

MEMBER SATISFACTION TO WARDS SERVICES OF NATIONAL

HOUSING AUTHORITY SAVINGS COOPERATIVE COMPANY LIMITED

นางสาวณวัน จันท

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Miss Nawan Junthorn

E-mail : smile.nawan@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance And Banking, Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด ได้แก่ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อายุการทำงาน ระดับตำแหน่งงาน และระดับรายได้ต่อเดือน พร้อมทั้งพิจารณาตามพฤติกรรมการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด ประกอบด้วย สาเหตุที่เลือกใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และลักษณะการให้บริการ

ประชากรที่ใช้ คือ สมาชิกที่ใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ สมาชิกสามัญ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.21$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{x} = 4.33, \bar{x} = 4.31, \bar{x} = 4.31, \bar{x} = 4.29$) ตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม และด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.08, \bar{x} = 3.92$) ตามลำดับ

ABSTRACT

The objective of this research was to examine the member's satisfaction towards services of National Housing Authority Savings Cooperative Company Limited. The factors of research included service quality, Interest rates and fees Service, location, Personnel that provide services, Service process and the Physical features. Classified by personal status such as gender, age, status, working age, job level and salary as well as considering the behavior of using the savings cooperative services National Housing Company Limited consists of the reasons for choosing to use the service, service frequency, service period and service features.

The subjects for this research consisted of members who use the savings cooperatives service National Housing Company Limited with the total of 400 members. The data collection was from a questionnaire, and the data were analyzed with software packages computerized to find frequency, percentage, average ($\bar{X}$) and standard deviation (SD).

The results are the member's satisfaction towards the savings cooperatives service The National Housing Authority, in general, was at the highest level ($\bar{X}= 4.21$) When considering each aspect, it was found that the highest level was the service personnel. Quality of service location and service processes ($\bar{X}= 4.33$, $\bar{X} = 4.31$, $\bar{X} = 4.31$, $\bar{X} = 4.29$) respectively, and the high level is interest rates and fees. And the Physical features ($\bar{X} = 4.08$, $\bar{X}= 3.92$) respectively.

บทนำ

สหกรณ์ออมทรัพย์ ถือเป็นอีกสถาบันการเงินหนึ่งที่มีความมั่นคงสูงเป็นที่ยอมรับในสังคมว่าสหกรณ์ออมทรัพย์เป็นสถาบันการเงินที่ส่งเสริมให้สมาชิกมีคุณภาพชีวิตที่ดีด้วยวิธีการสหกรณ์ แต่เนื่องจากสภาวะแวดล้อมทางการเงินได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วอันเนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์ทางการเงินของโลก และการดำเนินนโยบายการเงินเสรีของประเทศไทย ทำให้ธุรกิจด้านสถาบันการเงินต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นจากสถาบันการเงินทั้งในประเทศและต่างประเทศและจากธุรกิจอื่นๆ ที่สามารถให้บริการทางการเงินที่เกิดความเหลื่อมล้ำ ซึ่งสถาบันการเงินต่างๆ ก็พยายามที่จะมุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพการบริการให้มีความหลากหลาย รวดเร็ว มีการนำเทคโนโลยีต่างๆ มาพัฒนาการให้บริการ และนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้เพื่อพัฒนาองค์กร โดยการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

สหกรณ์ออมทรัพย์เป็นสถาบันการเงินที่ส่งเสริมให้บุคคลที่เป็นสมาชิกรู้จักการประหยัด รู้จักการออมทรัพย์และสามารถบริการเงินกู้ให้แก่สมาชิกเพื่อนำไปใช้จ่ายเมื่อเกิดความจำเป็น โดยยึดหลักการช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จึงเป็นการร่วมแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมอีกทางหนึ่ง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านอายุการทำงาน ด้านระดับตำแหน่งงาน และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมไปถึงพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกันที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการ อีกทั้งเพื่อประโยชน์ในการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข การให้บริการมากขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่สมาชิกที่มาใช้บริการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อายุการทำงาน ระดับตำแหน่งงาน และระดับรายได้ต่อเดือน
2. พฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ สาเหตุที่เลือกใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และลักษณะการใช้บริการ

ตัวแปรตาม คือ

1. ความพึงพอใจของสมาชิก ได้แก่ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ด้านสถานที่การให้บริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ขอบเขตด้านประชากร

1. ประชากรที่ใช้ คือ สมาชิกที่ใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด จำนวน 2,594 คน
2. กลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกสามัญ จำนวน 400 คน

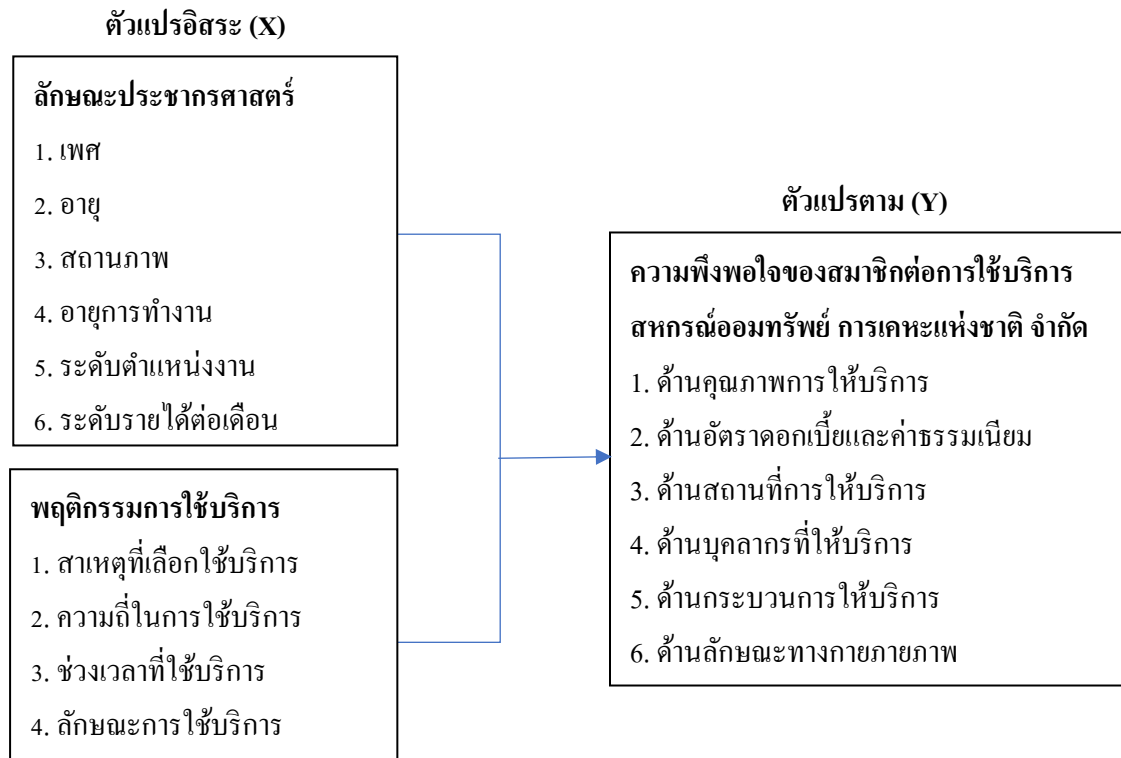
ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยในครั้งนี้ ได้ทำการวิจัยตั้งแต่ พฤษภาคม – มิถุนายน 2563

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด
2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข การให้บริการ
3. เพื่อให้สมาชิกมีความพึงพอใจในการรับบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายความพึงพอใจ

Abraham H. Maslow. (1954) Maslow's General Theory of Human & Motivation มาสโลว์ ได้ตั้งทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ โดยมาสโลว์ได้อธิบายถึงความต้องการของมนุษย์ ซึ่งมีลักษณะเป็นลำดับขั้น จากต่ำไปหาสูง (Hierarchy & Needs) สมมติฐานดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของมนุษย์ ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการความต้องการมีอยู่เสมอ และไม่มีที่สิ้นสุด แต่สิ่งที่มนุษย์ต้องการนั้น ขึ้นอยู่กับว่าเขามีสิ่งนั้นอยู่แล้วหรือยัง ขนาดที่ความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอื่น จะเข้ามาแทนที่ กระบวนการนี้ไม่มีที่สิ้นสุด และจะเริ่มตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นที่เป็นแรงจูงใจของพฤติกรรม

3. ความต้องการของมนุษย์มีลำดับขั้นความสำคัญ เมื่อความต้องการระดับต่ำ ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะมีแรงจูงใจให้มีการตอบสนองทันที

ตามทฤษฎีของมาสโลว์ได้แบ่งลำดับขั้นของความต้องการ (Hierarchy of Needs) ไว้ 5 ชั้น จากต่ำไปสูง ดังนี้

1. ความต้องการของร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน เพื่อความอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ความต้องการปัจจัยสี่ ความต้องการการยกย่อง และความต้องการทางเพศ ฯลฯ เป็นต้น
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการอยู่รอด ซึ่งมนุษย์ต้องการเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้น เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ เป็นต้น
3. ความต้องการด้านสังคม (Social needs) หรือความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and belongingness needs) ความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการให้ได้การยอมรับ เป็นต้น
4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) ซึ่งเป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว (Self-esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคม ตลอดจนเป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการให้ได้การเคารพนับถือ ความสำเร็จ ความรู้ศักดิ์ศรี ความสามารถ สถานะที่ดีในสังคมและมีชื่อเสียงในสังคม
5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดบรรลุความต้องการในขั้นนี้ได้ จะได้รับการยกย่องว่าเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่เกิดจากความสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

Korman, A.K. (1977) ได้จำแนกทฤษฎีความพึงพอใจในงานออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ทฤษฎีการสนองความต้องการ กลุ่มนี้ถือว่าความพึงพอใจในงานเกิดจากความต้องการส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อผลที่ได้รับจากงานกับการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายส่วนบุคคล
2. ทฤษฎีการอ้างอิงกลุ่ม ความพึงพอใจในงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับคุณลักษณะของงานตามความปรารถนาของกลุ่ม ซึ่งสมาชิกให้กลุ่มเป็นแนวทางในการประเมินผลการทำงานส่วนมัฟฟอร์ด

Aday & Andersen (1978) กล่าวถึงทฤษฎีพื้นฐาน 6 ประเภท ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการและความรู้สึกที่ผู้ใช้บริการได้รับจากบริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยประเมินระบบบริการว่าได้มีการเข้าถึงผู้ใช้บริการความพึงพอใจ 6 ประเภท คือ

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากบริการ (Convenience) ดังนี้
 - 1.1 การใช้เวลารอคอยในสถานที่บริการ (Office Waiting Time)
 - 1.2 การได้รับการดูแลเมื่อมีความต้องการ (Availability of Care When Needs)
 - 1.3 ความสะดวกสบายที่ได้รับในสถานบริการ (Base of Getting to Care)
2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (Co-ordination) ซึ่งแยกออกเป็นของผู้ใช้บริการ (Getting all needs met at one place)

2.1 ผู้ให้บริการให้ความสนใจผู้ใช้บริการ

2.2 ได้มีการติดตามผลงาน (Follow-up)

3. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่รับจากบริการ (Information)

4. ความพึงพอใจต่ออรรถาธิบายความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy) ได้แก่ การแสดงอรรถาธิบายทางที่ดีเป็นกันเองของผู้ให้บริการและความสนใจห่วงใยต่อผู้ใช้บริการ

5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ (Quality of Care) ได้แก่ คุณภาพของการบริการต่อผู้ใช้บริการ

6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Output-off-pocket cost) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นของผู้ใช้บริการ

เบญจมาศ (2559) ได้ให้ความหมายลักษณะของความพึงพอใจว่าเป็นทัศนคติ หรือความรู้สึกทางบวกของบุคคล ที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด การที่บุคคลมีการปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัว การตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นและสิ่งต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์ และความคาดหวังกับสิ่งที่จะได้รับแตกต่างกันไป เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังเอาไว้ เมื่อนั้นจะเกิดความพึงพอใจ แต่หากไม่ได้รับการตอบสนองตามความคาดหวังที่มีอยู่ก็จะกลายเป็นความไม่พอใจ นั่นคือระดับความพึงพอใจจะขึ้นอยู่กับความรู้สึกของบุคคล ซึ่งมีผลจากการเปรียบเทียบระหว่าง สิ่งที่ได้รับจากสินค้า หรือบริการกับความคาดหวังของผู้ใช้สินค้า หรือบริการนั้นๆ ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังหรือมากกว่าที่คาดหวังเอาไว้ จะกลายเป็นระดับความคาดหวังใหม่ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในครั้งต่อไป เป็นเช่นนี้หมุนเวียนไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกษกนก ศศิบรรยช (2556) ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพการให้บริการและคุณค่าที่รับรู้ส่งผลต่อความภักดีของผู้มาใช้บริการคลินิกผิวหนังและความงามของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) สำรวจการรับรู้คุณภาพการให้บริการคลินิกผิวหนังและความงามของประชาชน ในเขตจังหวัดชลบุรี
- 2) สำรวจคุณค่าที่รับรู้จากการให้บริการคลินิกผิวหนังและความงามของประชาชน ในเขตจังหวัดชลบุรี
- 3) สำรวจความภักดีของผู้มาใช้บริการคลินิกผิวหนังและความงามของประชาชน ในเขตจังหวัดชลบุรี และ
- 4) วิเคราะห์การรับรู้คุณภาพการให้บริการและคุณค่าที่รับรู้ส่งผลต่อความภักดีของผู้มาใช้บริการคลินิกผิวหนังและความงามของประชาชน ในเขตจังหวัดชลบุรี

ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามาจากประชากรที่เป็นผู้มาใช้บริการคลินิกผิวหนังและความงามในเขตจังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.7– 1.00 และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการ คุณค่าที่รับรู้จากการเข้ารับบริการ และความภักดีต่อการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความมั่นใจ ต่อลูกค้า ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ด้านความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือ และ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการมีอิทธิพลต่อความภักดี ซึ่งด้านความเอาใจใส่ดูแลลูกค้าไม่มี อิทธิพลต่อความภักดี ส่วนคุณค่าที่รับรู้จากการเข้ารับบริการมีอิทธิพลต่อความภักดี และพบว่าคุณค่าที่รับรู้ จากการเข้ารับบริการ ส่งผลต่อความภักดีมากกว่าการรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้มาใช้บริการ

ชุดิณชนันท์ เชาว์เจริญ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ รวมทั้งปัจจัย ทางประชากรศาสตร์ในด้านอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อให้ผู้ประกอบการธนาคารทราบถึงปัจจัย ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ รวมถึงใช้ในการปรับเปลี่ยน ปรับปรุง และพัฒนากลยุทธ์ ทางการตลาดของธนาคารให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่เคยใช้บริการ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยทำการสำรวจผ่านแบบสอบถาม ออนไลน์ และได้รับข้อมูลแบบสอบถามตอบกลับที่มีความสมบูรณ์ทั้งสิ้น 411 ชุด

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล การจัดการขั้นตอนการให้บริการ และการมีสัญลักษณ์แสดงจุดให้บริการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และความสัมพันธ์กับธนาคาร ปัจจัยด้านราคาและการอำนวยความสะดวกในด้านที่จอดรถ ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร และสถานที่ รองรับผู้มาใช้บริการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ สำหรับผลการวิจัยทางลักษณะ ประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับ ความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

ณัฐพร ดิสนิเวทย์ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าร้านกาแฟ ขนมหวานในห้างสรรพสินค้า มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 1) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการบริการ ต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าร้านกาแฟขนมหวานในห้างสรรพสินค้า 2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพล ของส่วนประสมทางการตลาดต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าร้านกาแฟขนมหวานใน ห้างสรรพสินค้า และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์กับความภักดีของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า

ร้านค้าเฟรนช์หวานในห้างสรรพสินค้า เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าที่ใช้บริการ หรือเคยใช้บริการร้านค้าเฟรนช์หวานในห้างสรรพสินค้า โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก จำนวน 400 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนหรือลูกจ้าง มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใช้บริการ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน และวันที่เข้าใช้บริการบ่อยที่สุด คือ วันเสาร์ – วันอาทิตย์

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการบริการและส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความภักดีของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์กันทิศทางบวกในระดับสูง

ณัฐดนัย ไจชน (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยทางการตลาดและพฤติกรรม การเข้าใช้บริการธนาคารพาณิชย์ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้เข้าใช้บริการธนาคารพาณิชย์ จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ Independent Samples t-test และ One-way ANOVA (F-test) และใช้ Chi-Square ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการธนาคารพาณิชย์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้เข้าใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 21 - 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ ความถี่การเข้าใช้บริการ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน เข้าใช้บริการช่วงเวลา 11.31 - 14.30 น. นิยมเลือกใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์ ประเภทเงินฝาก/โอน เหตุผลที่เลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ เพราะสาขาใกล้บ้านและที่ทำงานผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดต่างกัน โดยมีค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านเพศ ธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการไม่แตกต่างกัน และปัจจัยด้านอายุ อาชีพ รายได้ เหตุผลที่ใช้ธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ในด้านความถี่ ด้านช่วงเวลา ด้านประเภทบริการ ด้านลักษณะการให้บริการ ด้านเหตุผลที่ใช้ธนาคารนี้ ส่วนปัจจัยด้าน เพศ ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กัน

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นสมาชิกประเภทสามัญ จำนวน 400 ตัวอย่าง การคำนวณจากสูตรที่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากร โดยมีความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขได้กำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 346 ตัวอย่าง และเลือกใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แจกแบบสอบถามให้แก่สมาชิก ระยะเวลาที่เริ่มเก็บแบบสอบถาม เดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2563 โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามในรูปแบบ Google form โดยส่งแบบสอบถาม ผ่านทาง Social Medea ต่าง ๆ
2. ตอบข้อซักถามบางประการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาจต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม
3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว เพื่อนำไปจัดทำและเตรียมสำหรับการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ ตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพการสมรส ด้านอายุการทำงาน ด้านระดับตำแหน่งงาน และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยด้านความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ด้านเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 และเพศชาย จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ด้านอายุ พบว่า ส่วนใหญ่อายุ 30-39 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมา คือ อายุ 50 ปี ขึ้นไป จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3, อายุ 40-49 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 และอายุ 20-29 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 ตามลำดับ ด้านสถานภาพ พบว่า ส่วนใหญ่สถานภาพสมรส จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ โสด จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8, หย่าร้าง

จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และหม้าย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ ด้านระดับตำแหน่งงาน พบว่า ส่วนใหญ่ระดับตำแหน่งงาน ระดับ 3-6 จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาคือ ระดับ 7-8 จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 และระดับ 9-10 จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ 55,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3, 25,001-35,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3, 45,001-55,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และ 35,001-45,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ด้านสาเหตุที่ใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ ได้แก่ อัตราดอกเบี้ย/เงินปันผล จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือ/ความมั่นคง จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0, ความสะดวก จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2, มีการบริการที่ดี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และ อื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ ด้านความถี่ในการใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ คือ 1-3 ครั้ง จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาคือ 4-6 ครั้ง จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5, 10 ครั้ง ขึ้นไป จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และ 7-9 ครั้ง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ คือ 10.31-12.30 น. จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาคือ 08.30-10.30 น. จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8, 12.31-14.30 น. จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และ 14.31-16.30 น. จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ และด้านลักษณะการใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ คือ ด้านสินเชื่อเงินกู้ จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาคือ ด้านฝาก – ถอน จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5, ด้านสวัสดิการต่างๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของสมาชิก ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน พบว่า ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.21$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านสถานที่การให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{x} = 4.33, \bar{x} = 4.31, \bar{x} = 4.31, \bar{x} = 4.29$) ตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม และด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.08, \bar{x} = 3.92$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะและปัญหาของผู้ใช้บริการ มีข้อเสนอแนะและปัญหาของผู้ใช้บริการ ตัวอย่างเช่น ต้องการให้เพิ่มพื้นที่นั่งรอพัก เพิ่มความเร็วในการให้บริการและควรเพิ่มเจ้าหน้าที่รับบริการอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สหกรณ์เห็นควรให้ต่ำกว่าดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารและการปล่อยสินเชื่อให้กับสหกรณ์ภายนอกที่มากู้ยืมสหกรณ์ฯ เพื่อช่วยเหลือพนักงานผู้มีรายได้น้อยและแจ้งข้อมูลการหักเงินคงเหลือให้เป็นรายการสลิปทุกสิ้นเดือนเช่นเดิม เป็นต้น

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด มีผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 และเพศชาย จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมาคือ อายุ 50 ปี ขึ้นไป จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3, อายุ 40-49 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 และอายุ 20-29 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 ตามลำดับ สถานภาพสมรส จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ โสด จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8, หย่าร้าง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และหม้าย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่อายุการทำงาน 1-5 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมาคือ 6-10 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3, 26 ปี ขึ้นไป จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0, 11-15 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5, 21-25 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และ 16-20 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ ระดับตำแหน่งงาน ระดับ 3-6 จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาคือ ระดับ 7-8 จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 และระดับ 9-10 จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ 55,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3, 25,001-35,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3, 45,001-55,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และ 35,001-45,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

พฤติกรรมการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด ดังนี้

1 สาเหตุที่เลือกใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเนื่องจากอัตราดอกเบี้ย/เงินปันผล จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือ/ความมั่นคง จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0, ความสะดวก จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2, มีการบริการที่ดี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และ อื่นๆ ตัวอย่างเช่น เป็นทางเลือกถูกเงิน มีการแนะนำการกู้เงินที่ดี และได้เก็บออมเงิน เป็นต้น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

2 ความถี่ในการใช้บริการ ภายในระยะเวลา 1 ปี ส่วนใหญ่ใช้บริการ 1-3 ครั้ง จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาคือ 4-6 ครั้ง จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5, 10 ครั้ง ขึ้นไป จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และ 7-9 ครั้ง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

3 ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการในช่วงเวลา 10.31-12.30 น. จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาคือ 08.30-10.30 น. จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8, 12.31-14.30 น. จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และ 14.31-16.30 น. จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

4 ลักษณะการใช้บริการ ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการในด้านสินเชื่อเงินกู้ จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาคือ ด้านฝาก – ถอน จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5, ด้านสวัสดิการต่างๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านสถานที่การให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ด้านคุณภาพการให้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความพึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการภาพรวม การบริการของสหกรณ์มีคุณภาพที่น่าเชื่อถือ มีความพร้อมในการให้บริการ และ ความสามารถในการแก้ปัญหาให้แก่สมาชิก ตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือความผิดพลาดในการให้บริการต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เกษกนก ศศิบรรยศ (2556) ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพการให้บริการและคุณค่าที่รับรู้ส่งผลต่อความภักดีของผู้มาใช้บริการคลินิกผิวหนังและความงามของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี

2. ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ มีการแจ้งรายละเอียดค่าธรรมเนียมอย่างชัดเจน อัตราดอกเบี้ยเงินฝากมีความเหมาะสม อัตราค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมทางการเงินมีความเหมาะสม อัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการอื่นๆ มีความเหมาะสม และอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อต่างๆ มีความเหมาะสม ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชูติมณัฏ์ เชาว์เจริญ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

3. ด้านสถานที่การให้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งมีความสะดวกในการมาใช้บริการ มีระยะเวลาเปิด-ปิด (8.30 น.-15.30 น.) ในการให้บริการที่เหมาะสม ความสะดวกในการติดต่อ เช่น เบอร์โทรศัพท์ และมีป้ายแสดงจุดให้บริการอย่างชัดเจน ตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือการจัดวางแบบฟอร์มต่างๆ สะดวกต่อการหยิบใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ณัฐพร คิสนีเวทย์ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าร้านกาแฟขนมหวานในห้างสรรพสินค้า

4. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการให้คำอธิบายและตอบข้อสงสัยได้ เจ้าหน้าที่มีความถูกต้องแม่นยำในขั้นตอนการทำงาน เจ้าหน้าที่ให้บริการ สุภาพ ยิ้มแย้ม เป็นกันเอง เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพ น่าเชื่อถือ และเจ้าหน้าที่ให้การบริการสมาชิกมาตรฐานเดียวกันโดยไม่เลือกปฏิบัติตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฌ็องคณัย ใจชน (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

5. ด้านกระบวนการให้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ระบบมีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ ขั้นตอนการให้บริการมีความรวดเร็ว ไม่ซับซ้อน ระยะเวลาการให้บริการมีความเหมาะสม มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลสมาชิก และระยะเวลาในการรอคิวมีความเหมาะสม ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฌ็องคณัย ใจชน (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการมีความสะอาด เรียบร้อย ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ เครื่องมือในการให้บริการมีความทันสมัย การจัดตกแต่งอาคารสถานที่มีความทันสมัย มีการอำนวยความสะดวกสบายขณะรอรับบริการ และที่นั่งพักสำหรับสมาชิกมีเพียงพอ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชูติมณพจน์ เชาว์เจริญ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

พฤติกรรมการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด

1. สาเหตุที่ใช้บริการ

มีข้อเสนอแนะ ด้านการให้บริการ คือ ควรมีการปรับปรุงพัฒนารูปแบบการให้บริการให้สะดวก รวดเร็วมากขึ้น และมีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

2. ความถี่ในการใช้บริการ

มีข้อเสนอแนะในเรื่อง การเพิ่มแรงจูงใจในการใช้บริการแก่สมาชิก เช่น การจัดโปรโมชั่นพิเศษ เพื่อดึงดูดให้สมาชิกเข้ามาใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น

3. ช่วงเวลาที่ใช้บริการ

มีข้อเสนอแนะเรื่อง ในช่วงเวลา 10.31 น. – 12.30 น. ที่มีสมาชิกเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก เจ้าหน้าที่ควรปรับเปลี่ยนเวลาพักกลางวัน ให้เจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

4. ลักษณะการใช้บริการ

มีข้อเสนอแนะในเรื่อง การปรับอัตราดอกเบี้ยด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้เหมาะสม เพื่อให้สามารถแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่นๆ ได้ และดึงดูดให้สมาชิกเลือกใช้บริการกับสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด เนื่องจากปัจจุบันด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยไม่เป็นที่นิยมของสมาชิกในการใช้บริการ

ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ การเคหะแห่งชาติ จำกัด

1.ด้านคุณภาพการให้บริการ

มีข้อเสนอแนะในเรื่อง มีความพร้อมในการให้บริการ ความสามารถในการแก้ปัญหาให้แก่สมาชิก และความผิดพลาดในการให้บริการคือ ควรมีการจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ให้เข้าใจในผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องและแม่นยำอยู่เสมอ มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานและเปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์กัน ซึ่งอาจพบเจอปัญหาที่แตกต่างกันและมีวิธีการรับมือกับปัญหาอย่างไร รวมไปถึงมีการวางแผนการให้บริการ พร้อมทั้งมอบหมายหน้าที่อย่างชัดเจน และให้เจ้าหน้าที่สามารถปฏิบัติหน้าที่แทนกันได้ในงานตำแหน่งงาน

2. ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม

มีข้อเสนอแนะในเรื่อง อัตราค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมทางการเงินมีความเหมาะสม อัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการอื่นๆ มีความเหมาะสม และอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อต่างๆ มีความเหมาะสม คือ ควรมีการปรับอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมให้สอดคล้องกับสถานการณ์และสภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปในสภาวะที่ไม่ปกติ เพื่อเป็นทางเลือกในการช่วยเหลือและบรรเทาความเดือดร้อนทางการเงินให้แก่สมาชิก ส่งผลให้สมาชิกกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อถึงคุณภาพการบริการที่ดีที่ได้รับจากการใช้บริการ

3. ด้านสถานที่การให้บริการ

มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ความสะดวกในการติดต่อ เช่น เบอร์โทรศัพท์ มีป้ายแสดงจุดให้บริการอย่างชัดเจน และการจัดวางแบบฟอร์มต่างๆ สะดวกต่อการหยิบใช้งาน คือ มีการจัดตั้งป้ายตามจุดบริการต่างๆ จัดวางเอกสารแบบฟอร์มให้หยิบใช้งานสะดวก อยู่ในจุดระดับสายตาที่สามารถมองเห็นชัดเจน รวมไปถึงมีการเพิ่มคู่สายโทรศัพท์ หรือช่องทางการติดต่อเพิ่มเติม เช่น E-Mail หรือช่องทางอื่นๆ เพื่อให้สมาชิกสามารถฝากเรื่องให้เจ้าหน้าที่สามารถติดต่อกลับได้

4. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ

มีข้อเสนอแนะในเรื่อง เจ้าหน้าที่ให้บริการ สุภาพ ยิ้มแย้ม เป็นกันเอง เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพ น่าเชื่อถือ และเจ้าหน้าที่ให้บริการสมาชิกมาตรฐานเดียวกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ คือ มีการจัดฝึกอบรมการให้บริการแก่เจ้าหน้าที่และกำหนดขอบเขตในการสื่อสาร เพื่อสร้างมาตรฐานการให้บริการแก่สมาชิกอย่างเท่าเทียมกันทุกราย รวมถึงมีการกำหนดแบบเครื่องแต่งกาย เพื่อสร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

5. ด้านกระบวนการให้บริการ

มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ระยะเวลาการให้บริการมีความเหมาะสม มีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลสมาชิก และระยะเวลาในการรอคิวมีความเหมาะสม คือ ควรมีการพัฒนากระบวนการปฏิบัติงาน เช่น มีระบบการจองคิวและเรียกคิวผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งสมาชิกสามารถจองคิวในการเข้ารับบริการโดยไม่ต้องมาเข้าคิวที่หน้าเคาน์เตอร์โดยตรง เพื่อลดระยะเวลาและขั้นตอนการทำงาน ให้เกิดความรวดเร็วในการให้บริการแก่สมาชิก รวมไปถึงการจำกัดการเข้าถึงข้อมูลสำคัญ โดยกำหนดผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจนและเหมาะสม และจัดหาพื้นที่จัดเก็บข้อมูลในพื้นที่ปลอดภัยมิดชิด มีการล็อกกุญแจหรือการเข้ารหัสอย่างแน่นหนา

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ

มีข้อเสนอแนะในเรื่อง การจัดตกแต่งอาคารสถานที่ที่มีความทันสมัย มีการอำนวยความสะดวกสบายขณะรอรับบริการ และที่นั่งพักสำหรับสมาชิกมีเพียงพอ คือ มีการปรับปรุงตกแต่งภายในอาคาร จัดสรรพื้นที่ในการรอรับบริการให้เพียงพอต่อสมาชิก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย รวมไปถึงการกำหนดรูปแบบและสีสันทันไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อเพิ่มความสวยงามทันสมัย และเป็นระเบียบเรียบร้อย

บรรณานุกรม

- เกษกนก ศศิบุตรยศ. (2556). การรับรู้คุณภาพการให้บริการและคุณค่าที่รับรู้ส่งผลต่อความภักดีของผู้มาใช้บริการคลินิกผิวหนังและความงามของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ชุดิณณานันท์ เชื้อเจริญ. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต พาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ณัฐดนัย ไชยชน. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การตลาด, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- ณัฐพร ดิสสินเวทย์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าร้านกาแฟขนมหวานในห้างสรรพสินค้า. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต การจัดการอุตสาหกรรม การบริการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- เบญจมาศ ศรีอมรรัตนกุล. (2559). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
- Abraham H. M. (1954). *Motivation and Personality*. New York : Harper and Row.
- Aday & Andersen. (1978). "Theoretical and Methodological Issues in Sociological Studies of Consumer Satisfaction with Medical Care," *Social Science and Medicine*.
- Korman, A. K. (1977). *Organizational Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.