

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

Customer Satisfaction on The Services of The Government Saving Bank, Phahonyothin Branch

จิราภรณ์ ปานแก้ว

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Jiraporn Pankaew

E-mail : pankaew.jiraporn@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking, Ramkhamhaeng University,

Thailand Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการและการให้บริการ ด้านพนักงานที่ให้บริการ และด้านสถานที่ โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ ผู้ที่เคยใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1.) ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 ส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 30 ปี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50

2.) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านพนักงานที่ให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการและการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ

ABSTRACT

The research of Customer Satisfaction on The Services of The Government Saving Bank, Phahonyothin Branch. The objective is to study the Customer Satisfaction on The Services of The Government Saving Bank, Phahonyothin Branch. The factors of research included Product, Promotion, The operating procedure and service provision, Bank's service staff and Bank's work area received. That are classified by Personal factors were including sex, age, status, occupation and salary. The population used in this Customer Satisfaction on The Services of The Government Saving Bank, Phahonyothin Branch. The samples used in this research amount of 400 peoples. The questionnaire was instrument of this research. Data was analyzed by using SPSS for Social Science Research. The statistics were frequency, percentage, minimum, maximum, mean and standard deviation.

The results found that 1.) The taxpayers all respondents 400 people. Most are female 230 peoples representing 57.50%. Most aged 20-30 years old 188 peoples representing 47.00%. Most are single 264 peoples representing 66.00%. Most are private employees 187 peoples representing 46.80%. Most are salary 20,001 – 30,000 bath 126 peoples representing 31.50%.

2) Customer Satisfaction on The Services of The Government Saving Bank, Phahonyothin Branch overall high level. Considering each side, then that side is the high level of Bank's service staff, Bank's work area received, Product, The operating procedure and service provision and Promotion respectively.

Keyword : Satisfaction

บทนำ

ในปัจจุบันการแข่งขันของธนาคารและสถาบันทางการเงินค่อนข้างสูง เพื่อทำการดึงดูดความผูกพันทางอารมณ์ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างลึกซึ้ง และการทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีในส่วนแบ่งการตลาดและการสร้างผลกำไรทั้งหมดนี้ล้วนเป็นความคิดที่ดี ซึ่งดีจนกระทั่งธนาคารทุกแห่งดำเนินการดังกล่าวในตลาดที่มีการเติบโตแล้ว เช่น การธนาคารซึ่งผลิตภัณฑ์ คือ สินค้า การสร้าง

แบรนด์ที่เสนอคุณค่าที่ดีมากกว่าคู่แข่งถือเป็นความท้าทายอย่างแท้จริง แต่สิ่งสำคัญคือ การได้รับ และรักษฐานลูกค้าเอาไว้ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง และธนาคารไม่สามารถสร้างความแตกต่างได้ สำเร็จจนกว่าลูกค้าจะเชื่อว่าธนาคารมีความแตกต่างอย่างแท้จริง นอกจากนี้การสร้างแบบอย่าง พฤติกรรมที่ดีนั้น ยังเป็นสิ่งที่สำคัญ เนื่องจากพนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าทุกคนมีหน้าที่รับผิดชอบ ในการ "สร้างพฤติกรรมของแบรนด์" โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธนาคารออมสินได้เปลี่ยนแปลง ปรับปรุงพัฒนาระบบการดำเนินงาน และการบริการในทุกด้านอย่างเป็นพลวัตร ธนาคารจึงได้ปรับตัว ให้เข้ากับสถานการณ์ เพื่อรักษา ฐานลูกค้ามากกว่า 26 ล้านบัญชี โดยระดมทรัพยากรในทุกด้าน เตรียมการเพื่อปรับปรุง ภาพลักษณ์ และรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยและครบวงจรยิ่งขึ้น เพื่อรองรับ การให้บริการที่ สอดคล้องต่อความต้องการและครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ และทุกช่วงวัย นับแต่บัดนั้น เป็นต้นมา

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน เพื่อนำมาพัฒนารูปแบบการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธินให้ดียิ่งขึ้น และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

มุ่งศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธินโดยมีตัวแปร ในการศึกษา ดังนี้

- 1) ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 2) ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการและการให้บริการ ด้านพนักงานที่ให้บริการ และด้านสถานที่

ขอบเขตด้านประชากร

ผู้ที่เคยใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

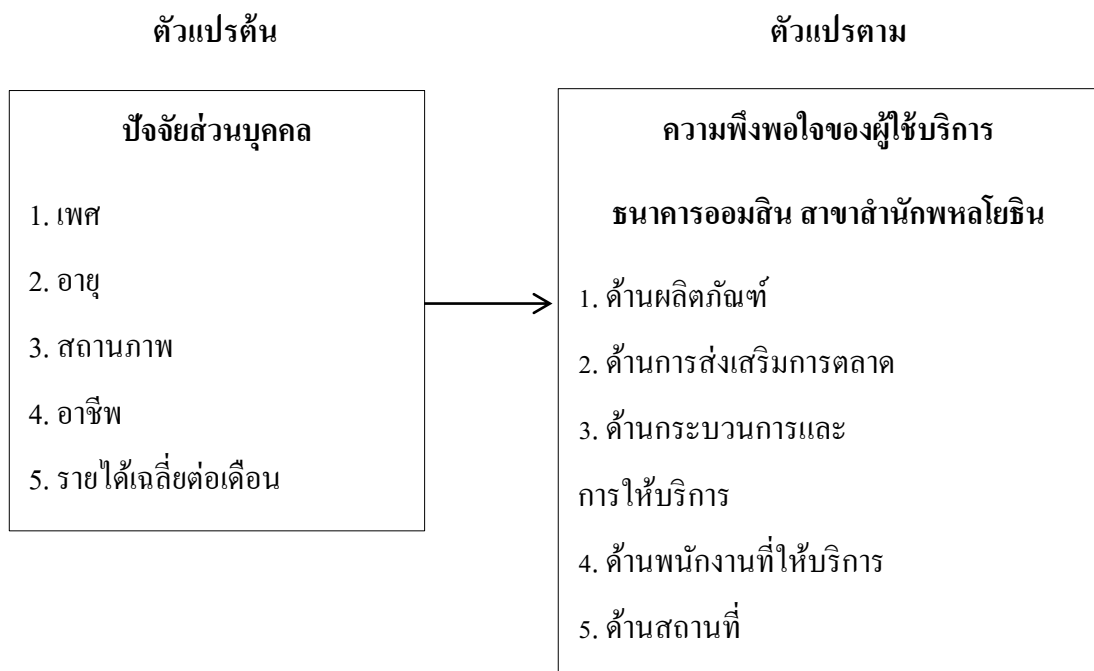
ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้จะทำการวิจัย ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม – มิถุนายน 2563

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
2. เพื่อนำมาพัฒนารูปแบบการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน ให้ดียิ่งขึ้น และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

Kotler and Armstrong, (2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือ แรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนอง

ความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา(biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7 Ps)

Kotler (1997, p. 92) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หรือ Marketing Mix หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งกิจการจะผสมผสาน เครื่องมือเหล่านี้เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยแต่เดิมนั้นส่วนประสมทางการตลาดมีเพียงแค่ 4 ตัวแปร หรือ “4Ps” ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมาตัวแปรเพิ่มเติมอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ด้านบุคคล (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process) ประกอบกันเป็นส่วนประสมทางการตลาด “7Ps” เพื่อให้มีความสอดคล้องกับการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดธุรกิจบริการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปริญญ์ เพชรรุ่งฟ้า, สุวรรณ จิวเชื้อพันธ์, กุลนิษฐ์ พึ่งหิรัญ, ฐปวรรณ ชันธิวงศ์, วรางคนา รูปวิเชตร, แสงฟ้า ชุ่มปลั่ง (2553) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ในด้านต่าง ๆ 3 ด้าน ดังนี้ ด้านสถานที่บริการ ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการและการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือลูกค้าทั่วไปที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ independent sample t-test One way ANOVA และ Pearson Chi-square ผลการวิจัย พบว่า

1 ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปีสถานภาพสมรสแล้ว ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการเป็นจำนวนมากที่สุดและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ 5,001-10,000 บาท

2. การใช้บริการในภาพรวมมีผู้มาใช้บริการในวันจันทร์มากที่สุด ส่วนช่วงเวลา ที่มาใช้บริการมากที่สุดคือ 08.30-10.30 น. และมีจำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือนมากที่สุดคือ 1-3 ครั้งต่อเดือน ประเภทบริการที่มติดต่อส่วนใหญ่ คือ บริการฝาก-ถอนโดยมีเหตุผลในการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาน้ำพุ จังหวัดสมุทรสาคร คือ อยู่ใกล้บ้าน /สะดวกเป็นจำนวนมากที่สุดในภาพรวมของผู้ใช้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการ และการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้ง 3 ด้าน

3. ในด้านกระบวนการและการให้บริการนั้น มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก เรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความชัดเจนของข้อความในใบบันทึกการถอนเงินสดผ่านเครื่องเอทีเอ็ม ความรวดเร็วในการทำรายการของเครื่องเอทีเอ็ม และ การจัดลำดับในการให้บริการ ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับ เรียงจากน้อยไปหามาก ได้แก่ การเสนอขายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จำนวนช่องบริการ/จำนวนพนักงานให้บริการและตู้เอทีเอ็มตั้งอยู่ในตำแหน่งที่มีความปลอดภัยในการใช้บริการ

4. ด้านพนักงาน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรกเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ พนักงานมีการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อย ผู้จัดการสาขามีความน่าเชื่อถือ และ นำไว้วางใจและพนักงาน มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับ เรียงจากน้อยไปหามาก ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ การตรงต่อเวลาของพนักงาน และพนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำถูกต้อง

5. ความพึงพอใจในด้านสถานที่นั้น มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรกเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ สถานที่มีความสะอาดสวยงาม การจัดสถานที่ภายใน เป็นสัดส่วน มีระเบียบ และ ใบฝากเงิน-ถอนเงิน จัดวางสะดวกต่อการหยิบใช้ ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับ เรียงจากน้อยไปหามาก ได้แก่ มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ มีบริการน้ำดื่ม/ลูกอมแจกลูกค้า ขณะนั่งรอรับบริการและมีที่นั่งรอรับบริการเพียงพอกับจำนวนลูกค้า

หทัยรัตน์ บันลือ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดาและ (2) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา และสาขาอื่น ๆ มากยิ่งขึ้น ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา มีขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 290 คน โดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ใช้สถิติแบบพรรณนา (Descriptive statistic) โดยการวิเคราะห์แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ใช้การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41 ขึ้นไป สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดาเฉลี่ยต่อเดือน 4 ครั้งขึ้นไป บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดาที่ใช้บริการมากที่สุด คือบริการฝาก-ถอนเงิน และมีระยะเวลาที่ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา 1 - 3 ปี และ 10 ปีขึ้นไปสำหรับความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดาโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านการตอบสนองความต้องการ รองลงมา คือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ และด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการตามลำดับ

ธารินี แก้วจันทร์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขารัชดาภิเษก (ท่าพระ-ตากสิน) การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขารัชดาภิเษก (ท่าพระ-ตากสิน) โดยผู้วิจัย ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินที่สาขา ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) จำนวน 400 ตัวอย่าง ในระหว่างวันที่ 1 เมษายน ถึง 31 พฤษภาคม 2556 และใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลผลการวิจัย พบว่า เพศหญิงเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขารัชดาภิเษก (ท่าพระ-ตากสิน) เป็นส่วนใหญ่ (55.75%) ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี (32.25%) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่า (40.75%) ทำธุรกิจส่วนตัว (21.75%) มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท (25.25%) มีความถี่ในการใช้บริการนาน ๆ ครั้ง (50%) ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ ไม่นาน (53%) และในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก, ด้านความไว้วางใจในการปฏิบัติงานและความเชื่อมั่นในความรู้, ด้านความเต็มใจและความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ, ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร, ด้านอัตรา

ไมตรีและการเข้าถึงความรู้สึกลูกค้า รวมทั้งจากการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาความถี่ ในการใช้บริการและช่วงเวลาที่ติดต่อกับทางธนาคารต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน เพื่อให้การให้บริการที่ดีเลิศ และตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการ ธนาคารควรจะมีการพัฒนามาตรฐานในการบริการที่ดีให้อยู่ในระดับเดียวกัน โดยการฝึกอบรมพนักงาน เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถ และการบริการรวมทั้งประเมินผลทุกๆ 6 เดือน , ให้งานพนักงานค้นหาและเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้ามีบริการที่รวดเร็ว รวมทั้งสนใจตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างทั่วถึง

ชุดิมนนท์ เชาเจริญ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ปัจจุบันสภาพการแข่งขันของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง โดยเฉพาะธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในประเทศไทยที่มีสภาพการแข่งขันที่รุนแรงและเห็นได้ชัดเจน มากที่สุด โดยธนาคารที่อยู่ในตลาดมายาวนานที่สุด คือ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์แห่งแรกของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จากแหล่งข้อมูลออนไลน์และตามข่าวที่ปรากฏตามสื่อต่าง ๆ ยังพบว่ามีผู้ใช้บริการ จำนวนไม่น้อยที่ประสบกับปัญหาในการใช้บริการ และได้แสดงความคิดเห็นที่ไม่พึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้าน ลักษณะทางกายภาพ รวมทั้งปัจจัยทางประชากรศาสตร์ในด้านอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อให้ผู้ประกอบการธนาคารทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และนำผลวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์เพื่อ ประกอบ การตัดสินใจ รวมถึงใช้ในการปรับเปลี่ยน ปรับปรุง และพัฒนากลยุทธ์ ทางการตลาดของธนาคารให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ให้สอดคล้องกับความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุด อันจะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธนาคารที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต ซึ่งประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่เคยใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยทำการสำรวจผ่านแบบสอบถามออนไลน์ และได้รับข้อมูลแบบสอบถามตอบกลับที่มีความสมบูรณ์ทั้งสิ้น 411 ชุด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล การจัดการขั้นตอนการให้บริการ และการมีสัญลักษณ์แสดงจุดให้บริการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและ

ความสัมพันธ์กับธนาคาร ปัจจัยด้านราคาและการอำนวยความสะดวก ในด้านที่จอตลอด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของธนาคาร และสถานที่รองรับผู้มาใช้บริการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ สำหรับผลการวิจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพและระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

วีรวัฒน์ ฉัตรรุ่งนพคุณ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในการใช้บริการธนาคารออมสินของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและแข่งขันของอุตสาหกรรมธนาคาร ทำให้ธนาคารออมสิน เป็นหนึ่งในสถาบันการเงินเฉพาะกิจ มีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ ต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับการแข่งขัน จากเดิมที่พึ่งพารายได้ดอกเบี้ยจากการปล่อยสินเชื่อซึ่งมีแนวโน้มการเติบโตที่ลดลงมาให้ความสำคัญกับการสร้างฐานรายได้ค่าธรรมเนียมและบริการ ธนาคารออมสินตั้งเป้าหมายที่จะเพิ่มรายได้ค่าธรรมเนียมและบริการ โดยธนาคารจะเน้นเรื่องการบริหารซึ่งจะออกผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่าง ๆ ให้ครอบคลุมและหลากหลาย จึงจำเป็นต้องพัฒนาเรื่องการบริหารในด้านต่าง ๆ ซึ่งถูกมองสำคัญที่จะทำให้ธนาคารประสบความสำเร็จคือการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า และการทราบปัจจัย ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจก็จะทำให้ธนาคารออมสินสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนาการให้บริการ และกำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างการเติบโตให้กับธนาคารได้ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7Ps) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสินของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล และเพื่อศึกษาว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสินของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑลแตกต่างกันหรือไม่ โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ มาเป็นกรอบแนวคิด ในการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสินของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้ บริการธนาคารออมสินของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มี 7 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากปัจจัยที่มีอิทธิพลจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านบุคลากร การนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านความหลากหลายของบริการ ปัจจัยด้านการให้บริการผ่าน Internet Banking ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ สำหรับลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสิน แตกต่างกันหรือไม่ จากผลการวิจัยพบว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจ

ในการใช้บริการธนาคารออมสิน ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ในขณะที่อายุที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสินที่แตกต่างกัน โดยพบว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 31 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการน้อยกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญ

วิธีดำเนินการวิจัย

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

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยทำการเก็บแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 ชุด โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบสัดส่วนที่แน่นอน (Cochran , 1963) ที่ค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แจกแบบสอบถามให้แก่ผู้ให้บริการธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน พฤษภาคม 2563 ถึงวันที่ 3 มิถุนายน 2563 ที่กำหนดไว้ โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์โดยใช้ Google Form
2. ตอบข้อซักถามบางประการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาจจะต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม
3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบถ้วนแล้วเพื่อนำไปจัดทาและเตรียมสำหรับการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์เพื่อการบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สำหรับวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปตามสภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 และเพศชาย จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 ส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 30 ปี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมาคือ 31 – 40 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 , 41 ปีขึ้นไป จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80 และอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมาคือ สมรส 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 และหย่าร้าง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 รองลงมา คือ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50, เจ้าของกิจการ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2, อื่น ๆ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50, และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมาคือ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30, 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน ประกอบด้วย 5 ด้าน ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) พบว่า ความเห็นของผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านพนักงานที่ให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการและการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.17$, $\bar{X} = 4.03$, $\bar{X} = 4.02$, $\bar{X} = 3.98$, $\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน มีผู้ให้บริการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 และเพศชาย จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 ส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 30 ปี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมาคือ 31 – 40 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 , 41 ปีขึ้นไป จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80 และอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมาคือ สมรส 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 และหย่าร้าง จำนวน 6 คน

คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มืออาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 รองลงมาคือ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50, เจ้าของกิจการ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2, อื่น ๆ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50, และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมาคือ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30, 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 ตามลำดับ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสถาบันกพลโยธิน

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสถาบันกพลโยธิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านพนักงานที่ให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการและการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสถาบันกพลโยธิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ บริการของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ ส่วนข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ราคาผลิตภัณฑ์และบริการมีความเหมาะสม ผลิตภัณฑ์และบริการมีความหลากหลาย รูปแบบของผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม/ ทันสมัย เช่น ผลิตภัณฑ์บัตร สมุดบัญชี เป็นต้น และผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม และตรงกับความต้องการสำหรับกลุ่มลูกค้าทุกช่วงอายุ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วีรวัฒน์ จัตรุ่งนพคุณ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสินของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ด้านการส่งเสริมการตลาด

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ มีการเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์และ บริการต่าง ๆ ที่ถูกต้องครบถ้วน และทันสมัย การประชาสัมพันธ์ กิจกรรมการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่าง ๆ การสะสมคะแนนเพื่อรับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ มีความเหมาะสม และมีสิทธิพิเศษต่างๆ ที่น่าสนใจร่วมกับพันธมิตรของ ธนาคาร เช่น ส่วนลดร้านค้า ตามลำดับ ซึ่งไม่

สอดคล้องกับแนวคิดของ ชุตินิพนธ์ เชื้อเจริญ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

3 ด้านกระบวนการและการให้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ มีการแจ้งรายละเอียดราคาค่าใช้บริการ เช่น ค่าธรรมเนียม อัตราดอกเบี้ย อย่างเหมาะสม ได้รับการที่ถูกต้อง ครบถ้วนตรงตามความต้องการ ระบบการจัดคิวสำหรับผู้มาใช้บริการ แบบฟอร์มที่ใช้ในการทำธุรกรรมเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน ความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการ ขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว และจำนวนช่องให้บริการมีเพียงพอ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ ปริญญา เพชรรุ่งฟ้า, สุวรรณ จิวเชื้อพันธ์, กุลนิษฐ์ พึ่งหิรัญ, ฐปวรรณ ชันธิวงศ์, วรางคณา รูปวิเชตร, แสงฟ้า ชุ่มปลั่ง (2553) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

4. ด้านพนักงานที่ให้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ส่วนข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ มีความกระตือรือร้นในการบริการ พนักงานรับฟังปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้า สามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ สามารถให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์/บริการของธนาคารได้เป็นอย่างดี และพนักงานแจ้งให้ท่านทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์ใหม่ของธนาคารเสมอ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ หทัยรัตน์ บันลือ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา

5. ด้านสถานที่

โดยรวมอยู่ในระดับมาก มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ สถานที่มีความสะอาดสวยงาม การจัดสถานที่ภายในเป็นระเบียบ วันและเวลาทำการของสาขา มีความเหมาะสม มีป้ายแสดงจุดบริการอย่างชัดเจน ท่าเลที่ตั้งของสาขามีความสะดวกในการเดินทางมาทำธุรกรรมที่รับรองลูกค้าที่มาใช้บริการเพียงพอ และที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้าตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธารินี แก้วจันทร์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขารัชดาภิเษก (ท่าพระ-ตากสิน)

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ด้านผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม และตรงกับความต้องการสำหรับกลุ่มลูกค้าทุกช่วงอายุ โดยธนาคารควรออกผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า และเป็นการดึงดูดให้ลูกค้าทุกช่วงอายุใช้บริการของธนาคาร, รูปแบบของผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม/ทันสมัย เช่น ผลิตภัณฑ์บัตร สมุดบัญชี เป็นต้น โดยการปรับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีภาพลักษณ์ที่ดูทันสมัยเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า, ผลิตภัณฑ์และบริการมีความหลากหลาย โดยธนาคารควรออกผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อเป็นทางเลือก และตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ มีสิทธิพิเศษต่างๆ ที่น่าสนใจร่วมกับพันธมิตรของ ธนาคาร เช่น ส่วนลดร้านค้า โดยธนาคารควรเพิ่มสิทธิประโยชน์ เพื่อตอบโจทย์กับวิถีชีวิตทุกช่วงอายุของกลุ่มลูกค้าธนาคาร, การสะสมคะแนนเพื่อรับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ มีความเหมาะสม โดยควรกำหนดการสะสมคะแนนให้เหมาะสมและคุ้มค่ากับสิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับเมื่อใช้บริการของธนาคาร

ด้านกระบวนการและการให้บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ปริมาณเอกสารที่ใช้ในการติดต่อธุรกรรมกับธนาคาร โดยควรปรับลดเอกสารที่ใช้ในการทำธุรกรรม เพื่อความสะดวกและความรวดเร็วเมื่อลูกค้าติดต่อธุรกรรมกับธนาคาร, จำนวนช่องให้บริการมีเพียงพอ โดยธนาคารควรเปิดช่องบริการครบทุกช่อง เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการกับลูกค้า, ขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว โดยธนาคารควรปรับลดขั้นตอนการให้บริการให้กระชับและรวดเร็วมากขึ้น, ความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการ โดยธนาคารควรมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการที่ทันสมัย สำหรับใช้ในการให้บริการลูกค้า เพื่อลดเวลาการรอคอยจากการให้บริการของเคาน์เตอร์

ด้านพนักงานที่ให้บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ พนักงานแจ้งให้ท่านทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์ใหม่ของธนาคารเสมอ โดยพนักงานควรนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ กับลูกค้าทุกครั้งหลังจากที่ลูกค้าทำธุรกรรมเสร็จ, สามารถให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์/บริการของธนาคารได้เป็นอย่างดี โดยธนาคารควรให้ความสำคัญกับการอบรมในด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร เพื่อให้พนักงานสามารถให้ความรู้แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์, สามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ โดยพนักงานจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี เพื่อสามารถใช้ในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้

ด้านสถานที่

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้า โดยธนาคารควรเพิ่มสถานที่จอดรถ และจัดระเบียบในส่วนของที่จอดรถลูกค้า เพื่อรองรับปริมาณจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ, ที่รับรองลูกค้าที่มาใช้บริการเพียงพอ โดยควรเพิ่มสถานที่รับรองลูกค้าให้เพียงพอกับลูกค้าที่มาใช้บริการ, ทำเลที่ตั้งของสาขามีความสะดวกในการเดินทางมาทำธุรกรรม โดยทำเลที่ตั้งของธนาคารตั้งอยู่ในสถานที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก โดยรถส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง และรถไฟฟ้า, มีป้ายแสดงจุดบริการอย่างชัดเจน ควรปรับป้ายแสดงจุดบริการให้มีความเด่นชัด เพื่อเป็นจุดสังเกตให้กับผู้ใช้บริการ

บรรณานุกรม

- ชุดมณฑลน์ เข้าเจริญ. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)*. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ทฤษฎีความพึงพอใจ. (25 พฤษภาคม 2563) ทฤษฎีความพึงพอใจ. เข้าถึงได้จาก <https://www.novabizz.com/NovaAce/Manage/>
- ธนาคารออมสิน เข้าถึงได้จาก <https://www.gsb.or.th>
- ธารินี แก้วจันทร์. (2558). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขารัชดาภิเษก (ท่าพระ-ตากสิน)*. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสยาม.
- ปริญญ์ เพชรรุ่งฟ้า, สุวรรณ จิวเชื้อพันธ์, กุลนิษฐ์ พึ่งหิรัญ, ฐปวรรณ ชันธิวงศ์, วรณกมล ฐปวิเชตร, แสงฟ้า ชุ่มปลั่ง. (2553). *ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร*. รายงานการวิจัย บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- วีรวัฒน์ ฉัตรรุ่งนพคุณ. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสินของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การศึกษาอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- หทัยรัตน์ บันลือ. (2556). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา*. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีปทุม