

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทย

ในเขตกรุงเทพมหานคร

CUSTOMER SATISFACTION TOWARDS THE USE OF TMB BANK PUBLIC

COMPANY LIMITED IN BANGKOK AREA

สุดารัตน์ สิงหะมีชัย

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Sudarat Singhamichai

E-mail: Sudarat6449@gmail.com

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

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านรูปแบบการให้บริการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ด้านอาคารสถานที่ โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1.) ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.50 มีอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 มีการศึกษาสูงสุดระดับ

ปริญญาตรี จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 76.50 มีอาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50

2.) ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ด้านอาคารสถานที่ และด้านรูปแบบการให้บริการ ตามลำดับ

ABSTRACT

The research of Customer Satisfaction Towards The Use of TMB Bank Public Company Limited in Bangkok Area. The objective is to study Customer Satisfaction Towards The Use of TMB Bank Public Company Limited in Bangkok Area. The factors of research included Service type, Quality of service, Personnel service providers, Customer care and Branch Building. That are classified by Personal factors were including sex, age, education, occupation and salary. 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, mean and standard deviation.

The results found that 1.) All respondents 400 people. Most are female 274 peoples representing 68.50%. Most aged 21-30 years old 208 peoples representing 52.00%. Most are bachelor's degree level 309 peoples representing 76.50%. Most are the private employees 238 peoples representing 59.50%. Most have average income per month 20,001-30,000 baht have 154 peoples representing 38.50%.

2.) Customer Satisfaction Towards The Use of TMB Bank Public Company Limited in Bangkok Area overall high level. Considering each side, then that side is the highest level of Quality of service, Personnel service providers, Customer care, Branch Building and Service type respectively.

บทนำ

ธนาคารถือเป็นสถาบันการเงินประเภทหนึ่ง ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการเงินของประเทศ โดยทำหน้าที่ระดมทุนและจัดสรรทรัพยากรในระบบการเงินของประเทศ อีกทั้งยังเป็นแหล่งระดมเงินออมและแหล่งเงินให้กู้ในระบบการเงิน โดยธนาคารมีความสำคัญต่อระบบการเงิน เช่น การรับฝากและกู้ยืมเงิน การให้กู้เงินประเภทการให้สินเชื่อ การลงทุน การชำระสินค้าและการบริการทางด้านอื่นๆ รวมถึงการให้ข้อมูลทางการเงินเพื่อการตัดสินใจ ดังนั้น การดูแลให้การดำเนินงานของสถาบันการเงินมี

ประสิทธิภาพ โปร่งใส มีธรรมาภิบาลและบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสม ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายกับเงินฝากของประชาชนจึงเป็นเรื่องสำคัญ

ธนาคารพาณิชย์ เป็นสถาบันการเงินภาคเอกชนที่มีความสำคัญที่สุดในประเทศไทย ที่ได้รับการกำกับดูแลจากธนาคารแห่งประเทศไทย เพราะมีเงินฝากและจำนวนเงินให้กู้สูงสุดเมื่อเทียบกับสถาบันการเงินอื่นๆ และในการออกผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อนำเสนอให้บริการลูกค้า ซึ่งจะต้องผ่านการเห็นชอบจากธนาคารแห่งประเทศไทย ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของแต่ละธนาคารจึงมีหลักการและพื้นฐานใกล้เคียงกันในแต่ละธนาคาร ทั้งรูปแบบของผลิตภัณฑ์ทางการเงิน อัตราดอกเบี้ยและเงื่อนไขต่างๆ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับนโยบายและแผนการตลาดของแต่ละธนาคาร ซึ่งในปัจจุบันนอกจากธนาคารพาณิชย์จะต้องแข่งขันเองอย่างรุนแรงแล้ว ยังมีคู่แข่งอื่นๆ ได้แก่

- 1.1 ธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อย หรือ Retail Bank
- 1.2 ธนาคารพาณิชย์ที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ (Subsidiary)
- 1.3 สถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร เช่น บริษัทเงินทุน หรือ Finance Company
- 1.4 ผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-bank) เช่น
 - 1.4.1 ผู้ให้บริการบัตรเครดิต
 - 1.4.2 ผู้ให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ
 - 1.4.3 ผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อประกอบอาชีพสำหรับบุคคลรายย่อย
 - 1.4.4 ผู้ให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)
 - 1.4.5 ผู้ให้บริการด้านการแลกเปลี่ยนเงินหรือโอนเงินต่างประเทศ

จากการแข่งขันของธนาคารพาณิชย์ในอุตสาหกรรมที่รุนแรง ยกตัวอย่างเช่น การอำนวยความสะดวก การให้บริการเคาน์เตอร์ การยกเว้นค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่างๆ ซึ่งมีผลทำให้ธนาคารมีรายได้ที่ลดลง เทคโนโลยีสารสนเทศที่พัฒนาอย่างรวดเร็วก็มีส่วนสำคัญ ในการเปลี่ยนพฤติกรรมรูปแบบการใช้บริการของลูกค้า จากเดิมที่ต้องเข้าไปใช้บริการที่สาขาของธนาคาร ในการฝากเงินถอนเงิน และการชำระค่าบริการต่างๆ ก็เปลี่ยนมาเป็นการดำเนินการผ่าน Mobile Banking , Internet Banking หรือตู้ ATM แทน ซึ่งส่งผลกระทบต่อโอกาสในการพบเจอลูกค้า และสูญเสียโอกาสในการขายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของธนาคารเป็นจำนวนมาก นั่นเป็นเหตุผลที่ทำให้ธนาคารพาณิชย์หลายๆ แห่งมีการปิดตัว สาขาที่ไม่ก่อให้เกิดผลกำไรลงในไม่กี่ปีที่ผ่านมาเป็นจำนวนมาก

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ธนาคาร ทหารไทย จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากการแข่งขันที่รุนแรงในอุตสาหกรรม และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการที่สาขาของธนาคาร ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” เพื่อที่จะทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ

ของธนาคารทหารไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ สามารถนำผลการวิจัยที่ได้ มาใช้เป็นแนวทางปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง พัฒนาการให้บริการของบุคลากรและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ ดีขึ้น เพื่อให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทย ในเขต กรุงเทพมหานคร มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการ ธนาคารทหารไทย ในเขต กรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทย ในเขต กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านรูปแบบการให้บริการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ ให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า และด้านอาคารสถานที่

ขอบเขตด้านประชากร

ลูกค้าที่ใช้บริการของ ธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

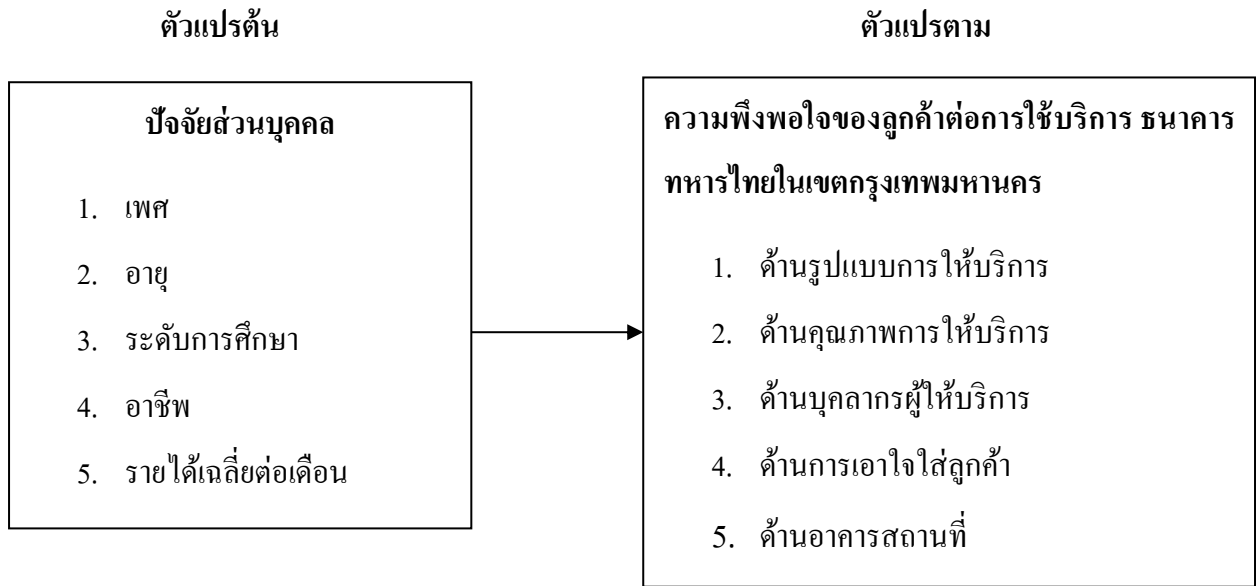
ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้จะทำการวิจัย ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2563

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำผลการวิจัยที่ได้ มาใช้เป็นแนวทางปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง พัฒนาการให้บริการของ บุคลากรและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น เพื่อให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่มา ใช้ บริการมากยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (satisfaction) หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด เป็นความรู้สึกของบุคคลในทางบวก ความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจต่อสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ หรือเป็นความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งที่ทำให้เกิดความชอบ ความสบายใจ และเป็นความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการ

ความพึงพอใจในการบริการ สามารถจำแนกได้เป็น 2 ความหมาย ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริ โภคหรือผู้รับบริการ (customer satisfaction) และความพึงพอใจในงาน (job satisfaction) ของผู้ให้บริการ ดังนี้

1. ความหมายของความพึงพอใจของผู้รับบริการตามแนวคิดของนักการตลาดจะพบนิยามของความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็น 2 นัย คือ ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลักให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง” มักพบในงานวิจัยการตลาดที่เน้นแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์ สำหรับความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลักให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆอย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง” หรืออีกนัยหนึ่งคือ “ความพึงพอใจ” หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

2. ความหมายของความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ ตามแนวคิดของนักจิตวิทยาองค์การความพึงพอใจในการทำงานจะมีผลต่อความสำเร็จของเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในบริการที่ได้รับจนติดใจ และกลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานถือเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด เพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดยั้งและส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจึงกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

Gronroos (อ้างถึงในวิชัย เชื้อมวราศาสตร์, 2546) กล่าวว่า การที่ลูกค้าจะสามารถรับรู้ได้ว่าคุณภาพของการบริการที่ดีหรือไม่นั้น เป็นผลมาจากคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวัง (expect quality) ตรงกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการ (experienced quality) เกิดเป็นภาพรวมของงานบริการที่มีคุณภาพ (total perceived service quality) ซึ่งสามารถสร้างให้เกิดขึ้น โดยอาศัยหลักการ 6 ประการดังนี้

1. การเป็นมืออาชีพและมีทักษะของผู้ให้บริการ (professionalism and skill) ลูกค้าสามารถรับรู้จากการที่ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะในงานบริการสามารถแก้ปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีแบบแผน

2. ทักษะและพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (attitude and behavior) ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็นมิตรและช่วยแก้ไขปัญหานั้นได้ทันที

3. การที่สามารถเข้าพบได้ง่ายและมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ (accessibility and flexibility) ลูกค้าจะตัดสินใจจากสถานที่ตั้งสำนักงาน และเวลาที่ให้บริการของพนักงานและระบบการบริการที่จัดเตรียมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่

4. ความไว้วางใจ และความเชื่อถือได้ (reliability and trustworthiness) ลูกค้าสามารถรับรู้ได้จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หลังจากการที่ผู้ให้บริการปฏิบัติได้ตามที่ได้ตกลงกันไว้

5. การแก้ไขสถานการณ์ให้กลับสู่สภาพปกติ (recover) เมื่อใดก็ตามที่เหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นโดยไม่ได้คาดคิดไว้ล่วงหน้า หรือเหตุการณ์ที่ผิดไปจากปกติและผู้ให้บริการนั้นสามารถที่จะแก้ไขสถานการณ์นั้นๆ ได้ในทันทีที่สามารถกอบกู้สถานการณ์ให้กลับสู่สภาพปกติด้วยวิธีการที่เหมาะสม

6. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (reputation and credibility) ลูกค้าจะเชื่อในชื่อเสียงของผู้ให้บริการจากการที่ผู้ให้บริการภายในขอบเขตของหน้าที่ทางการบริการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชุตินมณฑน์ เช้าเจริญ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ได้แก่ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล ในปี 2559 จากการส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Social Medial และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แผนภูมิวงกลม และแผนภูมิแท่ง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเป็นส่วนมาก มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เลือกใช้บริการธนาคารผ่านช่องทางการให้บริการ คือ ผู้บริการอัตโนมัติ เช่น ตู้เอทีเอ็ม ตู้เงินฝากโดยประเภทของบริการที่นิยมใช้เป็นประจำ คือ บริการฝาก-ถอน ส่วนใหญ่จะใช้บริการน้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้าน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

วาลินี เสถียรกาล (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารของผู้ใช้บริการ และ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ด้านอาชีพ (Occupation) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Income) ของผู้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรผู้ที่ใช้บริการ หรือเคยใช้บริการกับทางธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แผนภูมิวงกลม และแผนภูมิแท่ง นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางข้อมูลประกอบความเรียง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 20-30 ปี มีสถานภาพโสด โดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,000-30,000 บาท พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยส่วนใหญ่เลือกใช้บริการกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เพราะว่า เป็น

ธนาคารที่มาชื่อเสียงและมีมาตรฐาน ส่วนมากจะใช้บริการด้านการฝาก-ถอน รองลงมาคือ การโอนเงิน, บัตรเครดิต, การชำระค่าสินค้า/สาธาณูปโภค เป็นต้น ประมาณ 1-2 ครั้งต่อเดือน

หทัยรัตน์ บรรลือ (2556) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา และสาขาอื่นๆ มากยิ่งขึ้น โดยผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนหรือผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา ในปี 2557 จำนวน 1,010 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ T-Test และ One Way ANOVA นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางข้อมูลประกอบความเรียง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41 ปี ขึ้นไป สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวนที่ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดาเฉลี่ยต่อเดือน 4 ครั้งขึ้นไป บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดาที่ใช้บริการมากที่สุด คือบริการฝาก-ถอนเงิน และมีระยะเวลาที่ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา 1-3 ปี และ 10 ปีขึ้นไป ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ

วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ (2555) ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต โดยผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล ในปี 2555 จากลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกรรมทางการเงินทุกประเภทกับทางธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-Test และ One Way ANOVA นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางข้อมูลประกอบความเรียง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนหรือลูกจ้าง และมีรายได้เฉลี่ย 15,001-

30,000 บาทต่อเดือน โดยมาติดต่อธนาคารเพื่อทำธุรกรรมในช่วงเช้ามืดก่อน 11.00 น. ส่วนใหญ่มาติดต่อธนาคารเพราะมาทำการฝากเงินหรือถอนเงิน โดยใช้เวลาในการทำธุรกรรมกับธนาคารน้อยกว่า 15 นาที ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต โดยรวมความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เช่น ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ลูกค้า ด้านการรับประกันและความมั่นใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็น

ปริญญา เพชรรุ่งฟ้า (2553) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร และเพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร โดยผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล ในปี 2553 จากกลุ่มลูกค้าที่มีบัญชีเงินฝากกับธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 6,000 คน (ธนาคารออมสิน, 2553) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-Test และ One Way ANOVA นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางข้อมูลประกอบความเรียง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการเป็นส่วนใหญ่ และมีรายได้เฉลี่ย 5,000-10,000 บาท ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มาใช้บริการในวันจันทร์มากที่สุด ส่วนช่วงเวลาที่มาใช้บริการมากที่สุด คือ 08.30-10.30 น. มาใช้บริการต่อเดือนมากที่สุด คือ 1-3 ครั้งต่อเดือน ประเภทบริการที่มาติดต่อส่วนใหญ่คือ บริการฝาก-ถอน และความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการและการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านสถานที่ โดยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้ง 3 ด้าน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยวิธีการใช้สูตร ซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอนประชากร

ของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่น 95% และระดับค่าความคลาดเคลื่อน 5% (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549, หน้า74)

การรวบรวมข้อมูล

1. แจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรที่กำหนดไว้ โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามผ่านทางช่องทางออนไลน์ โดยใช้ Google Form
2. ตอบข้อซักถามบางประการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาจจะต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม
3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบถ้วนแล้วเพื่อนำไปจัดทำและเตรียมสำหรับการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS Version 26.0)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

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

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.50 และเพศชาย จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่ มีอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ 31 - 40 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50, มากกว่า 50 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00, 41 - 50 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 และไม่เกิน 20 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 76.50 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00, ปวท./ปวส./อนุปริญญา จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./หรือต่ำกว่า จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ

59.50 รองลงมาคือ ข้าราชการ/ลูกจ้างของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50, เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00, นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 และ อื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมาคือ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00, มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00, 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานครกรุงเทพมหานคร มีองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบการให้บริการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ด้านอาคารสถานที่ ด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ด้านอาคารสถานที่ ด้านรูปแบบการให้บริการ ($\bar{X} = 4.09, \bar{X} = 4.09, \bar{X} = 4.08, \bar{X} = 3.94, \bar{X} = 3.84$) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

สถานภาพส่วนบุคคล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร มีลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.50 และเพศชาย จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 ส่วนใหญ่มีอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ 31 - 40 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50, มากกว่า 50 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00, 41 - 50 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 และต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 76.50 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00, ปวท./ปวส./อนุปริญญา จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./หรือต่ำกว่า จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 รองลงมาคือ ข้าราชการ/ลูกจ้างของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50, เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ จำนวน 52 คน คิดเป็น

ร้อยละ 13.00, นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 และ อื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมาคือ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00, มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00, 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ด้านอาคารสถานที่ ด้านรูปแบบการให้บริการตามลำดับ

อภิปรายผล

ด้านรูปแบบการให้บริการ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ฝากเงินและถอนเงิน, เงินฝากประจำ ธนาคารให้ผลตอบแทนต่อท่าน, การให้บริการด้านสินเชื่อธนาคารมีรูปแบบการให้บริการตรงตามความต้องการ, การลงทุน ได้แก่ กองทุนรวม หุ้น ประกันชีวิตธนาคารมีผลิตภัณฑ์ให้ท่านเลือกหลากหลาย, การชำระสินค้าและบริการ, บริการโอนเงินระหว่างประเทศและการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วาไลณี เสถียรกาล (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ด้านคุณภาพการให้บริการ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ระยะเวลาการให้บริการมีความเหมาะสม, การให้บริการด้วยระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย, พนักงานทำงานถูกต้องครบถ้วน ตรงตามความต้องการของลูกค้า ก่อให้เกิดความผิดพลาดในการให้บริการต่ำ, เมื่อเกิดปัญหา พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว, ธนาคารมีการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าไม่นำไปเปิดเผยต่อบุคคลที่สาม ตามลำดับ ซึ่ง

สอดคล้องกับแนวคิดของ วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ (2555) ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงาน ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ, พนักงานผู้ให้บริการมีมารยาทบริการด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้ม เป็นกันเอง, การแต่งกายของพนักงานสุภาพ น่าเชื่อถือ, พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ, พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามข้อกำหนดของธนาคาร ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชุตินันท์ เข้าเจริญ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ การให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละคนของพนักงาน, พนักงานมีความพร้อมในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ลูกค้า, พนักงานให้การบริการลูกค้า เหมือนกันทุกราย โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติ, ความสามารถในการเข้าใจความต้องการ การเฉพาะของลูกค้าชัดเจน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ หทัยรัตน์ บรรลือ (2556) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา

ด้านอาคารสถานที่

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ธนาคารทหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ สถานที่ให้บริการสามารถรองรับผู้มาใช้บริการได้อย่างทั่วถึง, อุปกรณ์สำนักงาน มีความทันสมัย, มีเอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการไว้ให้ลูกค้า เช่น แผ่นพับ ใบปลิว, การให้บริการที่จอจรด กว้างขวาง, ที่ตั้งทำเลของธนาคารอยู่ใกล้เส้นทางคมนาคมที่หลากหลาย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปริญญา เพชรรุ่งฟ้า (2553) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ด้านรูปแบบการให้บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บริการโอนเงินระหว่างประเทศ และการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ยกตัวอย่างเช่น หากทำการโอนเงินระหว่างประเทศ ควรพิจารณาธรรมเนียมการโอนทั้งสองฝั่ง (ฝั่งผู้โอนกับฝั่งผู้รับ) การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ธนาคารควรมีอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่เสถียรภาพ และไม่ผันผวนมากเกินไป ทางด้านการลงทุน ได้แก่ กองทุนรวม หุ้น ประกันชีวิต ธนาคารมีผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าเลือกหลากหลาย และการให้บริการด้านสินเชื่อ ธนาคารมีรูปแบบการให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ด้านคุณภาพการให้บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ เมื่อเกิดปัญหา พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เมื่อลูกค้ามีปัญหาหรือข้อสงสัยต่างๆ และพนักงานควรทำงานให้ถูกต้องครบถ้วน ตรงตามความต้องการของลูกค้า เพื่อก่อให้เกิดความผิดพลาดในการให้บริการต่ำ อีกทั้งระยะเวลาการให้บริการควรมีความเหมาะสม เพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และปรับปรุงขั้นตอนในการให้บริการของธนาคารบางขั้นตอนที่ไม่สำคัญออกเพื่อความรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้า

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ธนาคารควรจัดพนักงานประจำแต่ละสาขาให้เหมาะสมเพื่อให้ จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และควรจัดให้มีการอบรมความรู้พื้นฐานแก่พนักงานผู้ให้บริการลูกค้า เพื่อที่จะให้พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามข้อกำหนดของธนาคาร และพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ คียิ่งขึ้น

ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ความสามารถในการเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าชัดเจน โดยพนักงานต้องเอาใจลูกค้าให้รู้ว่า ลูกค้าต้องการอะไร มีความรู้สึกอย่างไรกับการให้บริการ และพนักงานให้การบริการลูกค้าเหมือนกันทุกราย โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติ

ด้านอาคารสถานที่

สิ่งที่ต้องปรับปรุงในด้านนี้ คือ การให้บริการที่จอดรถ ควรมีพื้นที่กว้างขวาง เพื่อที่จะสามารถรองรับลูกค้าได้อย่างทั่วถึง และที่ตั้งทำเลของธนาคารควรอยู่ใกล้เส้นทางคมนาคมที่หลากหลาย เพื่อสะดวกต่อการมาใช้บริการ และควรมีเอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการไว้ให้ลูกค้า เช่น แผ่นพับ ใบปลิว

บรรณานุกรม

ชุตินมณฑน์ เช้าเจริญ (2559) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วาลินี เสถียรกาล (2559) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

หทัยรัตน์ บรรลือ (2556) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม

วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ (2555) ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปริญญา เพชรรุ่งฟ้า (2553) ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2563 จาก

http://krufonclass9.blogspot.com/p/blog-page_10.html