

ความพึงพอใจในการเข้ารับบริการของลูกค้าที่มีต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

สาขาเซ็นทรัล ชิดลม

CUSTOMER SATISFACTION OF SIAM COMMERCIAL BANK

CENTRAL CHIDLUM BRANCH

กรเกตุ วรรณพรม

สาขาการเงินการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Korakade Wannaprom

Email: korakade2558@gmail.com

Department of Finance and Banking, Faculty of Business Administration,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเข้ารับบริการของลูกค้าที่มีต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม (2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเข้ารับบริการของลูกค้าที่มีต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมในการใช้บริการที่สาขา

ประชากรในการศึกษานี้ ได้แก่ ลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์ให้แก่ กลุ่มตัวอย่าง 400 คน หลังจากรวบรวมข้อมูลได้แล้วนำข้อมูลไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

SPSS Version 25 เพื่อหาค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้ สถิติแบบทดสอบ t-test สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) ลูกค้าที่มีเพศต่างกันทำให้มีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการโดยรวมที่ไม่ต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการเข้ารับบริการด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า และ ด้านการเอาใจใส่และเข้าใจลูกค้า ทั้ง 2 ด้านมีความพึงพอใจแตกต่างกัน (2) ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันทำให้มีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการโดยรวมที่ไม่ต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือและวางใจได้มีความพึงพอใจแตกต่างกัน (3) ลูกค้าที่มีอายุและอาชีพต่างกันทำให้มีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการโดยรวมที่ไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการเข้ารับบริการทั้ง 4 ด้านไม่แตกต่างกัน (4) ลูกค้าที่มีพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการที่สาขา ที่แตกต่างกัน ได้แก่ ประเภทบริการที่ใช้ ระยะเวลาที่ใช้บริการ ความถี่ในการมาใช้บริการ ระยะเวลาที่มาใช้บริการ และ ระยะเวลาขั้นตอนกระบวนการให้บริการ พบว่า มีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการทั้ง 4 ด้านไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ; การให้บริการ; สาขาเซ็นทรัล ชิดลม

ABSTRACT

The research objectives consist of: 1) To study customer satisfaction on performance of the Siam Commercial Bank Public Company Limited, Central Chidlom Branch, and 2) To measure customer satisfaction with service in the Siam Commercial Bank Public Company Limited, Central Chidlom Branch, classified by personal and behavioral factors.

The population in this study consist of banking customers or users at the Siam Commercial Bank Public Company Limited, Central Chidlom Branch. Regarding the data collection method, an online questionnaire was made and distributed to 400 representative samples to complete. The collected data was later analyzed using SPSS Version 25 computer program to show statistical data which comprise of frequencies, percentage, average and standard deviation. For the hypothesis testing, the researcher used the t-test statistics, along with One-Way ANOVA statistics. Then, the found differences were compared in pairs using LSD procedure.

The results of the hypothesis testing are: 1) Customers of Different genders showed indifferent overall satisfaction on service. Studying each aspect of customer satisfaction, showed, nevertheless; the difference in customer satisfaction in term of speed of response,

assistance and problem-solving for customers, and attention and understanding to customers, 2) Customers of Different Educational Backgrounds showed indifferent overall customer satisfaction on service. Studying each aspect of customer satisfaction showed, nevertheless; the difference in customer satisfaction in term of credibility and reliability, 3) Customers of Different Ages and Careers showed indifferent overall customer satisfaction. Studying each aspect of customer satisfaction also showed the indifference in all aspects of customer satisfaction, and 4) Customers of Different Behaviors in Receiving Services at ‘the branch’ including types of service, period of time in receiving services, frequencies in receiving services, duration in receiving services, and duration and procedure of services showed the indifference in all aspects of customer satisfaction.

Keywords: Satisfaction; Services offered; Central Chidlom Branch

บทนำ

ธนาคารไทยพาณิชย์ มีบทบาทสำคัญในการเป็นสื่อกลาง (Financial Intermediary) ทางการเงินจากเงินออมของผู้ฝากไปยังผู้ต้องการลงทุนจากวิกฤติการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันที่สภาวะเศรษฐกิจของประเทศได้เกิดการชะงักงันและเกิดความตกต่ำอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน ซึ่งในอดีตภาคการธนาคารถือว่าเป็นสถาบันทางการเงินที่ได้รับการยอมรับและได้รับความเชื่อถือจากสาธารณชน ทั้งในด้านภาพลักษณ์องค์กรและความน่าเชื่อถือของพนักงาน แต่ในปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจการธนาคารนับวันยิ่งทวีความรุนแรงขึ้น โดยแต่ละธนาคารพยายามหาจุดเด่นต่างๆ พยายามพัฒนาคุณภาพทางด้านบริการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อดึงดูดใจลูกค้าผู้ใช้บริการพยายามสร้างภาพลักษณ์ของธนาคารให้เป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วไป เพื่อสร้างความพึงพอใจ ดังนั้นภาพลักษณ์ของธนาคารและคุณภาพการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่ธนาคารแต่ละแห่งพยายามสร้างขึ้นหรือพยายามรักษาคุณภาพทางการให้บริการ เพื่อให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า และประชาชนทั่วไปให้นานที่สุด และพยายามสร้างกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมเพื่อเสริมสร้างการยอมรับต่อสาธารณชนทั่วไป

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่องความพึงพอใจในการเข้ารับบริการของลูกค้าที่มีต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม เพื่อหาข้อบกพร่องและอุปสรรคต่างๆ รวมทั้งแสวงหาแนวทางการแก้ไขปัญหาในการให้บริการ ทั้งในด้านระบบงานของธนาคาร ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือและวางใจได้ และรวมไปถึงด้านการเอาใจใส่และเข้าใจลูกค้า เพื่อให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้าและตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าอันเป็นส่วนสำคัญในการแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์อื่นๆ และเป็นการพัฒนางานด้านบริการให้สะดวก และรวดเร็ว อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจในการใช้บริการครั้งต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเข้ารับบริการของลูกค้าที่มีต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ซิดลม
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเข้ารับบริการของลูกค้าที่มีต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ซิดลม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการ

ขอบเขตของการวิจัย

1. พื้นที่ทำการวิจัย ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ซิดลม
2. ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ซิดลม ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นการหาขนาดตัวอย่างของการศึกษาครั้งนี้ สำหรับการประมาณค่าสัดส่วนของประชากรตามตารางสำเร็จรูปของ Yamane (Yamane, 1973) ได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง
3. การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจกับการให้บริการของธนาคาร โดยมุ่งเน้นที่ระดับความพึงพอใจในการเข้ารับบริการของลูกค้าที่มีต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ซิดลม ในด้านความพึงพอใจในระบบงานของธนาคาร ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือและวางใจได้ และรวมไปถึงในด้านการเอาใจใส่และเข้าใจลูกค้า

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนปรับปรุงการปฏิบัติงานของพนักงานเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ซิดลม และเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการสูงสุด
2. สถาบันการเงินธนาคารพาณิชย์ต่างๆ และธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถที่จะนำผลมาปรับปรุงและนำมาบริหารงานการให้บริการให้อยู่บนพื้นฐานของความพึงพอใจลูกค้าเป็นหลัก

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538, หน้า 41 อ้างใน ชุตินถพนธ์ เข้าเจริญ, 2559 หน้า 18) ที่กล่าวไว้ว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ขนาดของครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่อเดือน ซึ่งลักษณะดังกล่าวเป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้จากประชากรจะนิยมนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด เนื่องจากคนที่ มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาที่ต่างกัน ทั้งนี้ ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญที่นิยมนำมาศึกษาเกี่ยวกับบุคคล

กมลทิพย์ นามมา (2560) กล่าวว่าพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการ มุ่งเน้นด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านบุคลากร และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อตอบสนองความต้องการของ

ผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องและทันกับยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การจัดการกระบวนการหรือขั้นตอนมีรูปแบบมาตรฐานชัดเจน จะช่วยเพิ่มความสะดวกและรวดเร็ว สร้างความพึงพอใจ ส่งผลให้เกิดความภักดีต่อการซื้อหรือต้องการรับบริการในครั้งต่อไปของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายควรเร่งหากกลยุทธ์เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

Lovelock C. & Wright L. (1999 อ้างใน กรรณภัทร รักแก้ว, 2555) กล่าวว่าความคาดหวังของผู้รับบริการแต่ละคนแตกต่างกันตามลักษณะของการบริการที่เข้าไปใช้บริการและตามระยะเวลาขั้นตอนกระบวนการให้บริการ รวมไปถึงระยะเวลาในการรอรับบริการและเวลาที่มาใช้บริการ ซึ่งการบริการที่ดีต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ มีประโยชน์และบริการที่จัดให้มันต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเป็นส่วนใหญ่ มิใช่จัดให้แก่กลุ่มบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเฉพาะ

Leon G (1978, อ้างใน ปัญญาพล จันผ่อง, วอนชนก ไชยสุนทร, วารสารการบริหารและการจัดการ, ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2561 หน้า 112) เจื่อนไขของความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่ดี 6 ประการมีดังนี้ ความเป็นมืออาชีพ ทักษะคนดี และพฤติกรรม การเข้าถึงบริการ ความไว้วางใจและความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ การชดเชย ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ซึ่งลักษณะและเจื่อนไขทั้งหมดนี้จะใช้ในการนำไปวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพการบริการในปัจจุบัน ดังนี้ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการเอาใจใส่ลูกค้า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วัชรภรณ์ จันทรสุวรรณ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต สรุปได้ดังนี้ ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านรูปลักษณะเป็นด้านที่ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารมีความ พึงพอใจสูงสุด รองลงมาเป็นด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ ส่วนด้านที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล โดยเมื่อทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่าความพึงพอใจของลูกค้ามีความแตกต่างกัน เมื่อลูกค้ามีระดับการศึกษา รายได้ ช่วงเวลาที่ติดต่อธนาคาร การทำธุรกรรมด้านการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การเปิดบัญชี และเวลาในการทำธุรกรรมแตกต่างกัน สำหรับลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ การทำธุรกรรมด้านการลงทุนและการออมทรัพย์รูปแบบอื่น การกู้เงินและการทำธุรกรรม อื่นๆ แตกต่างกันไม่ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารแตกต่างกัน

หทัยรัตน์ บรรลือ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาสวนจิตรลดา มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา และ (2) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการของธนาคารออมสินสาขาสวน

จิตรลดา และสาขาอื่นๆ มากยิ่งขึ้น ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้ำของธนาคารออมสินสาขาสวนจิตรลดา มีขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 290 คน โดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ใช้วิธีการ สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยใช้สถิติแบบพรรณนา (Descriptive statistic) โดยการวิเคราะห์แจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ใช้การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA)

ปณณวัชร พุชราวลัย (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารเฉพาะกิจที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลสรุปตามวัตถุประสงค์ ได้ผลสรุปดังนี้ (1) ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธนาคารเฉพาะกิจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดในด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในเรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้า (2) การรับรู้ภาพลักษณ์ ของธนาคารเฉพาะกิจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้มากที่สุดในด้านองค์การ ในเรื่องธนาคารเฉพาะกิจมีฐานะทางการเงินมั่นคงเชื่อถือได้ (3) ความภักดีในการใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมากที่สุดในด้านทัศนคติ (4) ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารเฉพาะกิจ ในด้านความมั่นใจ ด้านความใส่ใจ และด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีอิทธิพลที่ก่อให้เกิดความภักดีในการใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจมากที่สุด (5) การรับรู้ภาพลักษณ์ ธนาคารในด้านองค์การ ด้านพนักงานและด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีอิทธิพลก่อให้เกิดความภักดีในการใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจมากที่สุด (6) ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารเฉพาะกิจและการรับรู้ภาพลักษณ์ ธนาคาร ที่ส่งผลก่อให้เกิดความภักดีในการใช้บริการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านความมั่นใจ

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจในการเข้ารับบริการของลูกค้าที่มีต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ซิดลม ที่แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการมาใช้บริการที่สาขาของผู้ใช้บริการ ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ซิดลม ที่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross sectional studies) คือการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดย

ใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด ทำการวิเคราะห์ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้ำหรือผู้ที่มาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ซิดลม ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นเรียกว่า Non-Probability และเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Accidental sampling) โดยอาศัยกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 เมื่อยอมให้ความคลาดเคลื่อนของค่าการประมาณค่าสัดส่วนเกิดขึ้นได้ในระดับร้อยละ 5 ตามตารางสำเร็จรูปของ Yamane (Yamane, 1973) ซึ่งผู้วิจัยจึงเลือกใช้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาและค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ซิดลม ปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการที่สาขา
2. นิยามคำศัพท์เฉพาะของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เพื่อทำให้ความหมายของตัวแปร สามารถวัดผลได้อย่างชัดเจน
3. นำนิยามคำศัพท์เฉพาะมาสร้างข้อคำถามที่มีความครอบคลุมและสัมพันธ์ กับนิยามคำศัพท์เฉพาะของตัวแปรทั้งหมดที่จะใช้ในการวัดผล
4. จัดทำร่างแบบสอบถาม (Questionnaire) คือ เครื่องมือหลักที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ทบทวนแนวคิดทฤษฎี และผลการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดที่เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลประชากรกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีวิจัยเชิงสำรวจเป็นคำถามปลายปิด (Closed-ended question) ซึ่งแบบสอบถามมีโครงสร้างประกอบไปด้วย 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ซิดลม ซึ่งประกอบด้วย ประเภทบริการที่ใช้ ระยะเวลาที่ใช้บริการ ความถี่ในการมาใช้บริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ ระยะเวลาขั้นตอนกระบวนการให้บริการ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ซิดลม ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านความพึงพอใจในระบบงานของธนาคาร ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือและวางใจได้ และ ด้านการเอาใจใส่และเข้าใจลูกค้า จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์ การใช้คะแนนเพื่อตีความหมาย

5. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ว่าแบบสอบถามใช้ภาษาและลักษณะของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มประชากรตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ในการอธิบายตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล และตัวแปรพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการอธิบายตัวแปรของความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ ข้อมูลดังนี้

2.1 ลูกค้ำที่มีเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการเข้ารับบริการที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม ที่แตกต่างกัน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ t-test

2.2 ลูกค้ำที่มี อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ทั้งนี้รวมถึงพฤติกรรมการเข้าใช้บริการของลูกค้ำ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการเข้ารับบริการที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจในการเข้ารับบริการของลูกค้ำที่มีต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม โดยภาพรวม พบว่า ลูกค้ำที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารให้ความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม โดยภาพรวมในระดับความเห็นด้วยมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่าความพึงพอใจของลูกค้ำที่เข้ามาใช้บริการ อยู่ในระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ทั้ง 4 ด้านดังนี้ (1) ด้านความพึงพอใจในระบบงานของธนาคาร (2) ด้านความรวดเร็วในการตอบสนองช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ำ (3) ด้านความน่าเชื่อถือและวางใจได้ (4) ด้านการเอาใจใส่และเข้าใจลูกค้ำ

1.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการเข้ารับบริการของลูกค้ำที่มีต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม จำแนกตามปัจจัยบุคคล สามารถสรุปการวิจัยได้ดังนี้

1.2.1 ลูกค้ำที่มีเพศต่างกันทำให้มีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการโดยรวมที่ไม่ต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการเข้ารับบริการด้านความรวดเร็วในการตอบสนองช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ำ และ ด้านการเอาใจใส่และเข้าใจลูกค้ำ ทั้ง 2 ด้านมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

1.2.2 ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่างกันทำให้มีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการโดยรวมที่ไม่ต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือและวางใจได้มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

1.2.3 ลูกค้ำที่มีอายุและอาชีพต่างกันทำให้มีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการโดยรวมที่ไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการเข้ารับบริการทั้ง 4 ด้านไม่แตกต่างกัน

1.3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการเข้ารับบริการของลูกค้ำที่มีต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม สามารถสรุปการวิจัยได้ดังนี้ ลูกค้ำที่มีพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการที่สาขา ที่แตกต่างกัน ได้แก่ ประเภทบริการที่ใช้ ระยะเวลาที่ใช้บริการ ความถี่ในการมาใช้บริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ และ ระยะเวลาขึ้นตอนกระบวนการให้บริการ พบว่า มีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการทั้ง 4 ด้านไม่แตกต่างกัน

การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยความพึงพอใจในการเข้ารับบริการของลูกค้ำที่มีต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

2.1 ผลการศึกษาความพึงพอใจในการเข้ารับบริการของลูกค้ำที่มีต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม โดยภาพรวมในระดับความเห็นด้วยมากที่สุด โดยพิจารณาเป็นรายด้านได้ดังนี้

2.1.1 ด้านความพึงพอใจในระบบงานของธนาคาร พบว่า ลูกค้ำที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม ที่ให้ความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในระบบงานของธนาคาร โดยรวมในระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ หทัยรัตน์ บรรลือ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้ำที่มี ต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา” พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดาด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ คือการให้บริการที่สามารถจับต้องได้สัมผัสได้ ได้แก่ด้านเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย ความสะดวกสบายของสถานที่ให้บริการ การแต่งกายของพนักงานรวมทั้งเอกสารประชาสัมพันธ์ของธนาคารที่มีรายละเอียดเข้าใจง่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ สมนึก มังกร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี” ด้านระบบการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2.1.2 ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ำ พบว่า ลูกค้ำที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม ที่ให้ความเห็นเกี่ยวกับด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ำ โดยรวมในระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ หทัยรัตน์ บรรลือ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้ำที่มี ต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา” พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา ด้านการตอบสนองความต้องการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ

สมนึก มังกร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี” ด้านความรวดเร็วถูกต้อง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี อยู่ในระดับปานกลาง

2.1.3 ด้านความน่าเชื่อถือและวางใจได้ พบว่า ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ซิดลม ที่ให้ความเห็นเกี่ยวกับด้านความน่าเชื่อถือและวางใจได้ โดยรวมในระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ หทัยรัตน์ บรรลือ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มี ต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา” พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดของ ปณณวัชร พัทธราลัย (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารเฉพาะกิจที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารเฉพาะกิจ ในด้านความมั่นคงไม่มีอิทธิพลที่ก่อให้เกิดความภักดีในการใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจมากที่สุด

2.1.4 ด้านการเอาใจใส่และเข้าใจลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ซิดลม ที่ให้ความเห็นเกี่ยวกับด้านการเอาใจใส่และเข้าใจลูกค้า โดยรวมในระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ หทัยรัตน์ บรรลือ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มี ต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา” พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา ด้านการเข้าใจ การรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดของ ปณณวัชร พัทธราลัย (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารเฉพาะกิจที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารเฉพาะกิจ ในด้านความใส่ใจมีอิทธิพลที่ก่อให้เกิดความภักดีในการใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจมากที่สุด

2.2 ผลการศึกษาความพึงพอใจในการเข้ารับบริการของลูกค้าที่มีต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ซิดลม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการที่สาขา สามารถสรุปได้ ดังนี้

2.2.1 ลูกค้าที่มีเพศต่างกันทำให้มีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการที่สาขา โดยรวมที่ไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ในปัจจุบันทั้งเพศชายและเพศหญิงต่างก็มีความคาดหวังสูงมากในคุณภาพด้านบริการที่จะได้รับเพื่อสร้างความประทับใจ และเพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจในการเข้ารับบริการสูงสุด ซึ่งผลสอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยรัตน์ บรรลือ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มี ต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา” พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา ไม่ต่างกัน และผลสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมนึก มังกร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี” พบว่า

ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน มีการให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ ซึ่งผลไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมนึก มังกร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี” พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของบริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพลี๊ว จังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน และผลสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต” พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต ของลูกค้าที่มีประเภทของธุรกรรมแตกต่างกัน พบว่าลูกค้าที่ทำธุรกรรมด้านการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและการเปิดบัญชี/ทำบัตร ATM มีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน แต่ลูกค้าที่ทำธุรกรรมด้านการฝากเงิน-ถอนเงิน การลงทุนและการออมทรัพย์ รูปแบบอื่น การกู้เงิน และธุรกรรมอื่นๆ มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

2.2.6 ลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามระยะเวลาในการรอรับบริการที่ใช้ต่างกันทำให้มีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการโดยรวมที่ไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นเพราะการระยะเวลาในการรอรับบริการ คือ 15 นาที ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ไม่ได้นานจนเกินไปที่ลูกค้าส่วนใหญ่จะทนรอไม่ไหว แต่จะมีลูกค้าบางรายที่ไม่สามารถรอคอยได้ ก็จะเลือกมาในช่วงวันหรือช่วงเวลาที่ไม่ค่อยมีลูกค้ามาใช้บริการมากนักแทน ซึ่งผลไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต” พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการทำธุรกรรมแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน โดยลูกค้าที่มีระยะเวลาในการทำธุรกรรมน้อยกว่า 15 นาที มีความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารแตกต่างจากลูกค้าที่มีระยะเวลาในการทำธุรกรรม 15-30 นาที และแตกต่างจากลูกค้าที่มีระยะเวลาในการทำธุรกรรม 31-60 นาที และไม่มีลูกค้าที่มีระยะเวลาในการทำธุรกรรมมากกว่า 1 ชั่วโมง และผลไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ Lovelock C. & Wright L. (1999 อ้างใน กรรณภัทร รักแก้ว, 2555) กล่าวว่า ความคาดหวังของผู้รับบริการแต่ละคนแตกต่างกันตามลักษณะของการบริการที่เข้าไปใช้บริการ รวมไปถึงระยะเวลาในการรอรับบริการ ซึ่งการบริการที่ดีต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ มีประโยชน์และบริการที่จัดให้นั้นต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเป็นส่วนใหญ่ มิใช่จัดให้แก่กลุ่มบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเฉพาะ

2.2.7 ลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามความถี่ในการมาใช้บริการที่ต่างกันทำให้มีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการโดยรวมที่ไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นเพราะความถี่ในการมาใช้บริการของลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการในการทำธุรกรรมต่างๆ น้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน ซึ่งถือว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าไม่ประจำ แต่เพื่อสร้างความพึงพอใจในการเข้ารับบริการในสาขาและให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีก ซึ่งผลสอดคล้องกับแนวคิดของ Gomez, et al. (2006) ที่ได้กล่าวว่า ทศนคติเป็นส่วนสำคัญที่จะก่อให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้า โดยหากผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าก็จะนำไปสู่พฤติกรรมกลับมาใช้บริการซ้ำนั่นเอง และผล

สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิมาภรณ์ สิทธิชัย (2558) กล่าวว่าตัวชี้วัดระดับความจงรักภักดีของลูกค้าควรปรับเปลี่ยนไปตามบริบทของอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีทั้งนี้การวัดระดับความภักดีของลูกค้ามี 2 ประเด็นใหญ่ๆคือ ด้านพฤติกรรมและทัศนคติ โดยเพิ่มประเด็นย่อยตามเวลาและบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป

2.2.8 ลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ต่างกันทำให้มีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการโดยรวมที่ไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นเนื่องจากช่วงเวลาที่มาใช้บริการของลูกค้าส่วนใหญ่คือช่วงเวลา 12.01 - 14.00 น. ก็จะสอดคล้องกับอาชีพของลูกค้าส่วนใหญ่คือพนักงานบริษัทเอกชนเพราะช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาพักกลางวัน ซึ่งผลไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต” พบว่า ลูกค้าที่มาติดต่อธนาคารในช่วงเวลาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน โดยลูกค้าที่มาติดต่อธนาคารในช่วงเช้ากับลูกค้าที่มาติดต่อธนาคารในช่วงกลางวันมีความพึงพอใจในการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน และผลไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ Lovelock C. & Wright L. (1999 อ้างใน กรรณภัทร รักแก้ว, 2555) กล่าวว่าความคาดหวังของผู้รับบริการแต่ละคนแตกต่างกันตามลักษณะของการบริการที่เข้าไปใช้บริการและช่วงเวลาที่มาใช้บริการ ซึ่งการบริการที่ดีต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ มีประโยชน์และบริการที่จัดให้นั้นต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเป็นส่วนใหญ่ มิใช่จัดให้แก่กลุ่มบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเฉพาะ

2.2.9 ลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามระยะเวลาขั้นตอนกระบวนการให้บริการที่ต่างกันทำให้มีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการโดยรวมที่ไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นเนื่องจากระยะเวลาขั้นตอนกระบวนการให้บริการคือ 30 นาทีซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ไม่นานจนเกินไปเพราะในบางธุรกรรมที่ต้องให้คำแนะนำหรือข้อมูล ซึ่งต้องให้ตรงตามข้อกำหนดของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และเป็นไปอย่างถูกต้องแม่นยำ ซึ่งผลไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ Lovelock C. & Wright L. (1999 อ้างใน กรรณภัทร รักแก้ว, 2555) กล่าวว่าความคาดหวังของผู้รับบริการแต่ละคนแตกต่างกันตามลักษณะของการบริการที่เข้าไปใช้บริการและตามระยะเวลาขั้นตอนกระบวนการให้บริการ ซึ่งการบริการที่ดีต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ มีประโยชน์และบริการที่จัดให้นั้นต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเป็นส่วนใหญ่ มิใช่จัดให้แก่กลุ่มบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเฉพาะ และผลไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml & Bitner (2000, อ้างใน ปรวีร์ศิริ, 2561) ได้กล่าวถึงความคาดหวังของลูกค้า ว่าความคาดหวังของลูกค้าแต่ละคนแตกต่างกัน และจะประกอบไปด้วยความหวังและระยะห่างที่ยอมรับได้รวม 3 องค์ประกอบคือ 1. ความคาดหวังที่ผู้รับบริการหวังไว้ว่าจะได้รับ (Desired Service) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการและเชื่อว่าเป็นไปได้ที่จะได้รับบริการ หรือควรที่จะได้รับบริการ 2. ระดับขั้นต่ำของบริการที่ผู้รับบริการยอมรับได้ (Adequate Service) ในการรับบริการแต่ละครั้งอาจมีอุปสรรคทำให้ไม่ได้ผลลัพธ์ดังที่คาดไว้ระยะห่างระหว่างความคาดหวังที่ผู้รับบริการหวังไว้ว่าจะได้รับกับระดับต่ำที่สุดของการบริการที่ผู้รับบริการยอมรับได้เรียกว่า ระยะห่างระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการ 3.

ระยะห่างระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการ (Zone of Tolerance) ที่จะได้ผลลัพธ์จากการบริการขององค์กรหรือธุรกิจกับการยอมรับผลลัพธ์ขั้นต่ำที่ผู้รับบริการยอมรับได้

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อใช้ประโยชน์เป็นแนวทางสำหรับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ดังนี้

1. เพศ จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกันทำให้มีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการโดยรวมที่ไม่ต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการเข้ารับบริการด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า และ ด้านการเอาใจใส่และเข้าใจลูกค้า ทั้ง 2 ด้านแตกต่างกัน ดังนั้นพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม ควรต้องเพิ่มความรวดเร็วในการตอบสนอง ช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า และด้านการเอาใจใส่และเข้าใจลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งต้องปฏิบัติต่อลูกค้าที่มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน

2. ระดับการศึกษา จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันทำให้มีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการโดยรวมที่ไม่ต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือและวางใจได้แตกต่างกัน ดังนั้นพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม จึงต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ในการให้บริการมีความถูกต้องเที่ยงตรงและต้องแสดงออกถึงความซื่อสัตย์สุจริต มีการเก็บ ข้อมูลของลูกค้าไว้เป็นอย่างดีและสามารถนำมาใช้ในการให้บริการอยู่ตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้ารับบริการของลูกค้าที่มีต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลม หรือ ควรศึกษาความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคาร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการของธนาคาร ให้ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าทั้งในปัจจุบันและในอนาคตต่อไป

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล ชิดลมเท่านั้น ดังนั้นควรขยายขอบเขตด้านประชากรให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น หรือควรศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ที่มีอัตราการใช้บริการน้อยหรือไม่เคยมาใช้บริการเลย เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนกลุ่มลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ให้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

3. ควรศึกษาลักษณะข้อมูลเชิงลึกมากขึ้นเพื่อจะได้รับข้อมูลที่มีรายละเอียดและมีคุณภาพขึ้น เช่น การสัมภาษณ์ หรือใช้เวลาในการคุยกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ สามารถนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ประโยชน์ได้ตามความเหมาะสม หรือควรศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารอื่นๆ ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกลุ่มเดียวกันเพิ่มเติม และเพื่อจะได้ ศึกษาถึงความแตกต่างเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กร เพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจตลอดไป

เอกสารอ้างอิง

กมลทิพย์ นามมา, ธนาวุฒิ ประกอบผล. (2560). ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีในการ

เลือกใช้แบรนด์รถยนต์เดิมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจ
อุตสาหกรรม คณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

กรรณภัทร กันแก้ว. (2555). ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารกับการบริการสายการบิน:

กรณีศึกษาสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ชุติมณฑน์ เจ้าเจริญ. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด

(มหาชน) การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปัญญาพล จันผ่อง, วอนชนก ไชยสุนทร, วารสารการบริหารและการจัดการ, ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม –

ธันวาคม 2561) ค้นคว้าแบบอิสระ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะการบริหารและจัดการ สถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ปิ่นณวัชร พัทธราวลัย. (2558). ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารเฉพาะกิจที่

ส่งผลต่อความภักดีในการใช้ บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ค้นคว้าแบบอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ. (2555). ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด

(มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต ค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หทัยรัตน์ บรรลือ (2556) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา

ค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ประวัติธนาคารไทยพาณิชย์, จากเว็บไซต์ของธนาคารฯ <https://th.wikipedia.org/wiki/ธนาคารพาณิชย์>