

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์
สาขาบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี
CUSTOMERS' SATISFACTION ON SERVICES OF GOVERNMENT HOUSING BANK
BANG YAI BRANCH NONTHABURI PROVINCE

จินตนันท์ ศรีธรรานนท์
สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

Jintanun Sritharanond
E-mail: icesage00@gmail.com
Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking,
Ramkhamhaeng University, Thailand
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกรรมทางการเงินและสินเชื่อต่าง ๆ กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบางใหญ่ จังหวัด นนทบุรี จำนวน 440 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) หาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.82 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 44.32 รองลงมา คือ มีอายุระหว่าง 30 - 50 ปี ร้อยละ 40.91 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 42.95 รองลงมา คือ ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 27.27 และประกอบอาชีพอิสระ ร้อยละ 23.18 ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารด้านสินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 57.73 รองลงมาคือ ใช้บริการธนาคารด้านเงินฝาก ร้อยละ 30.68 และชำระค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ของธนาคาร ร้อยละ 11.59 และใช้บริการธนาคาร 1-2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 62.95 รองลงมาคือ ใช้บริการธนาคาร 3-5 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 26.82 และใช้บริการธนาคารมากกว่า 5 ครั้ง ร้อยละ 10.23

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ด้านพนักงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการ และด้านอาคารสถานที่ อยู่ในระดับมากที่สุด และพิจารณาคำถามรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์มากที่สุด คือ การให้บริการมีความรวดเร็ว พนักงานพูดจาด้วยน้ำเสียงสุภาพ มีอัธยาศัยที่ดี ความสะอาดภายในบริเวณธนาคาร มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ผ่านทางช่องทางการให้บริการ เช่น เว็บไซต์ธนาคาร Line Facebook ป้ายโฆษณา Application : GHB all และมีแจกของสมนาคุณแก่ลูกค้า เช่น ข้าวหอมมะลิ กระจุกบ้านธอส. กระจเป่า อยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ; การบริการ

ABSTRACT

A study on customer satisfaction on services of Government Housing Bank (GHB) Bang Yai branch Nonthaburi province. The objective is to study customer satisfaction with the services of the Government Housing Bank. The objective of this study aimed to investigate the customer satisfaction with services of Government Housing Bank (GHB). Researchers collected data by using 440 questionnaires and analyzed the data by using descriptive statistics to find frequency, percentage, mean and standard deviation.

Results; Most of samples about 51.82% were female. Nearly half of sample 44.32% were under 30 years old followed by aged between 30 and 50 years, 40.91%. Most of samples were employment/private company employees 42.95%, followed by government officials/ state enterprises 27.27%, and self-employed 23.18%. More than half of the 57.73 % were banking services for credit, followed by using the bank service to deposit money, 30.68 percent, and payment of bank fees 11.59%. While about half of sample were using banking services 1-2 times/month, 62.95%, followed by banking services 3- 5 times/month, 26.82% and using banking more than 5 times, 10.23%.

Overall, the results of the analysis of customer satisfaction on services of GHB, Bang Yai branch, Nonthaburi province were at the highest level. Furthermore, it was found that customer satisfaction with the GHB about service personnel, public relations, service, laces, and buildings at the highest level. The found that the customer satisfaction with the GHB as well service, speaking tone performance of service personnel spoke in a polite tone, good-natured, cleanliness in the bank areas. The bank has various publicity advertisements through service channels such as Facebook website, billboards, Application: GHB all and there are giveaways to customers such as Jasmine Rice, Jar of house bank, bag at the highest level.

Keywords: Satisfaction; Service

บทนำ

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.) เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจ มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการคลัง เจตนารมณ์สำคัญในการจัดตั้ง “เพื่อช่วยเหลือทาง การเงินให้ประชาชนได้มีที่อยู่อาศัยตามควรแก่สภาพ” โดยการสร้างโอกาสให้คนไทยมีบ้านเป็นของตนเอง โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและรายได้ปานกลาง หลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ (พ.ศ. 2522 - 2524) ธนาคารได้มีการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและกลยุทธ์ ด้านการเงินการธนาคาร ในส่วนเงินกู้ที่มีการปล่อยสินเชื่อ ปรับปรุงกระบวนการให้สินเชื่อให้คล่องตัวและพัฒนาฝึกอบรมบุคลากร ซึ่งได้รับความนิยมและเป็นแหล่งทุนที่สำคัญของธนาคารต่อเนื่องมาหลายปี และในช่วงหลายปีที่ผ่านมาเทคโนโลยีเติบโตอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ธนาคารเห็นความสำคัญว่าหากบริการในรูปแบบเดิม จะไม่สามารถตอบสนองลูกค้าในยุคปัจจุบันที่ต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบายได้เพียงพออีกต่อไป โดยธนาคารนำกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจมาเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญมากที่สุด เนื่องจากธนาคารไม่ได้มีสินค้าที่เป็นรูปธรรม หากลูกค้าได้รับเกินที่คาดหวัง เมื่อนั้นเราจะยืนอยู่เหนือคู่แข่งด้วยประการทั้งปวง ซึ่งในปัจจุบัน ธนาคารแข่งขันในเรื่องของการบริการเป็นอย่างมาก จากที่เราบริการได้ตั้งอยู่แล้ว ก็ต้องให้ได้ดียิ่งขึ้นไปอีก โดยการหันมาใส่ใจต่อความรู้สึกของลูกค้า เอาใจเขามาใส่ใจเราทำด้วยความรู้สึกที่ดีที่เต็มใจ

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานของธนาคาร ลดความซับซ้อนในขั้นตอนการดำเนินงานต่างๆ ที่จะส่งผลให้การบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในมุมมองของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดความพอใจสูงสุด ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานของธนาคารมีผลกำไรสูงขึ้น อีกทั้งยังสามารถตอบสนองนโยบายการทำงานของภาครัฐในการช่วยเหลือประชาชนอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบางใหญ่ จังหวัด นนทบุรี มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ ประเภทที่ใช้บริการ จำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ตัวแปรตาม

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย ด้านการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ ด้านการประชาสัมพันธ์

ขอบเขตด้านประชากร

ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์สาขาบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงได้

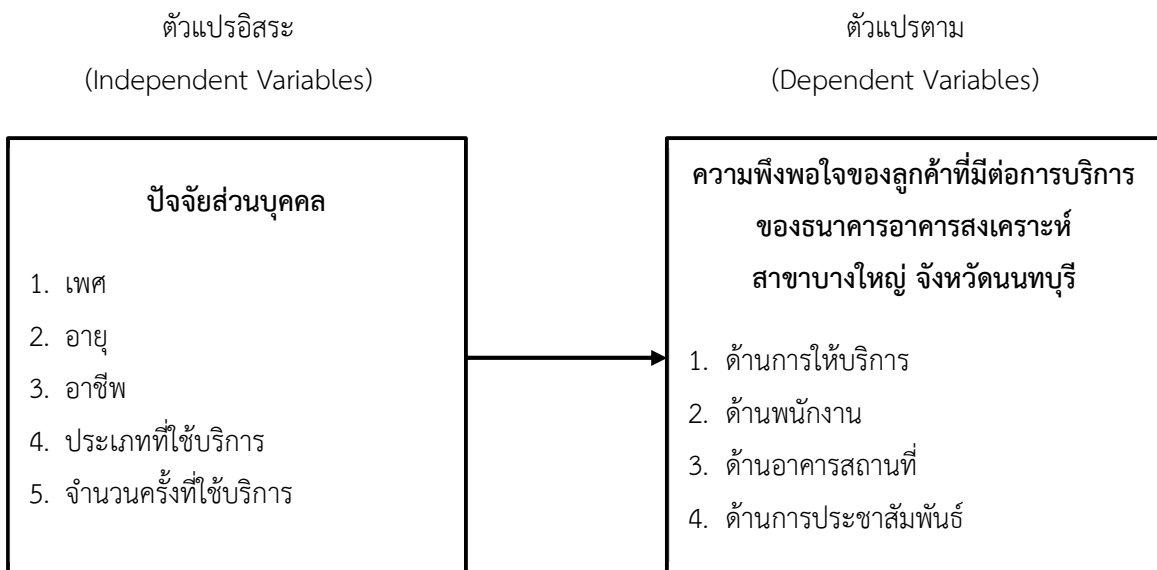
ขอบเขตด้านระยะเวลา

การดำเนินการศึกษาวิจัยเริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม 2563 ถึง เดือนพฤศจิกายน 2563

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงความพอใจเกี่ยวกับการให้บริการของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อวางแผนในการให้บริการของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี
3. นำผลที่ได้จากการวิจัยและข้อเสนอมาปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ให้ดียิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2556) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง รัก และชอบใจหมายถึงรัก

กู๊ด (Good, 1973) รายงานว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจาก ความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งนั้น

โอลิเวอร์ (Oliver, 1997) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ คือการตอบสนองที่แสดงถึง ความรู้ปะสงค์ของลูกค้าเป็นวิจาร์ณญาณของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ ความพึงพอใจมีมุมมองที่ แตกต่างกันแล้วแต่มุมมองของแต่ละคน

โวลแมน (Wolman, 1973) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย ความต้องการหรือแรงจูงใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 24) รายงานว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคคลเป็นทัศนคติความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ หรือเป็นความแตกต่างระหว่างรางวัลของแรงงานที่ได้รับ และจำนวนรางวัลที่เขาเชื่อว่า เขาควรจะได้รับ บุคคลที่เกิดความพึงพอใจจะมีผลผลิตมากกว่าบุคคลที่ไม่พึงพอใจ และยังเกี่ยวข้องกับการขาดงาน หรือการลาออกจากงานด้วยจึงอาจกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานจะสะท้อนถึงทัศนคติมากกว่าพฤติกรรม

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

มาสโลว์กล่าวถึงความพึงพอใจของมนุษย์ตามทฤษฎีแรงจูงใจ (Motivation Theory) ว่า มนุษย์เป็น สิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการอยู่ เสมอและเป็นการยากมากที่มนุษย์จะมีความพึงพอใจสูงสุด ยกเว้นช่วงเวลาสั้น ๆ เมื่อความปรารถนาอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจแล้ว ก็จะมี ความปรารถนาอย่างอื่นเข้ามาแทนที่ เป็นเช่นนี้เรื่อยไป ซึ่งความต้องการนี้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

1. ความต้องการด้านร่างกายหรือด้านกายภาพ (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้น พื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนพึงมีและพึงต้องการเพื่อการดำรงชีวิตให้อยู่รอด นึกง่ายสุดคือปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค ซึ่งความต้องการเหล่านี้ถือว่ามีความจำเป็น หากมนุษย์ไม่ได้รับความ ต้องการเหล่านี้อย่างเพียงพอก็จะส่งผลต่อคุณภาพของร่างกายตลอดจนประสิทธิภาพของการทำงานให้ประสบ ความสำเร็จอย่างแน่นอน

2. ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) หลังจากที่มีมนุษย์ได้รับความต้องการ พื้นฐานเพียงพอแล้ว เขาจะเริ่มมีความต้องการที่เพิ่มขึ้นคือการมีชีวิตอยู่รอดและปลอดภัย เขาจึงต้องการ ครอบครัวยุติธรรม ต้องการการงานที่มั่นคง เพื่อนำไปสู่ความมั่นคงของฐานะและการเงิน

3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and Love Need) เราปฏิเสธไม่ได้ ว่ามนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องพึ่งพาอาศัยกัน ตลอดจนได้รับความเป็นมิตรและได้รับความรักจากผู้อื่น

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงและความภาคภูมิใจ (Self- Esteem Need) เป็นความต้องการให้ ผู้อื่นและสังคมยอมรับนับถือ ยกย่องสรรเสริญ ว่าตัวเองมีชื่อเสียง มีความสามารถ

5. ความต้องการความสมบูรณ์ของชีวิต (Self-Actualization Needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุด ได้แก่ ความต้องการเจริญเติบโต ความต้องการใช้ความสามารถอย่างเต็มที่

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ

การบริการเป็นการสร้างความแตกต่างและความสามารถในการแข่งขัน การบริการลูกค้าที่มีคุณภาพยัง ช่วยผูกใจลูกค้าไว้ได้ในระยะยาว และเพิ่มคุณค่าให้กับองค์กรอีกด้วย

จอห์น ดิมิลเลท (John D. Millet อ้างถึงใน ประสิทธิ์ เดชสิริ, 2541, หน้า6) กล่าวว่าเป้าหมายที่สำคัญ ของการบริการในการสร้างความพึงพอใจจะต้องมีหลักหรือแนวทางดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึงความยุติธรรมในการบริการงานภายใต้ ฐานคติที่ว่า คนทุกคนควรเท่าเทียมกันดังนั้นประชาชนทุกคนควรจะได้รับบริการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม

2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) หมายถึงในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการ สาธารณะจะต้องตรงต่อเวลา

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะมีจำนวน การให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม มีลเลทเห็นว่าความเสมอภาคหรือการตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอและสถานการณ์ซึ่งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้ เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะที่ เป็นไป อย่างสม่ำเสมอโดยยึดหลักประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะที่มี การ ปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน

Mullins (1954, p 397-400) ได้เสนอแนวคิดในการสร้างความพึงพอใจในบริการได้แก่

1. การให้บริการที่เสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง การให้บริการประชาชนทุกคน อย่างเท่า เทียมกัน ใช้กฎระเบียบและมาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) หมายถึงการให้บริการที่ตรงเวลาโดยเฉพาะ อย่างยิ่ง บริการของภาครัฐที่ต้องปฏิบัติงานให้ตรงเวลา

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการด้านวัสดุอุปกรณ์ สถานที่ เวลา อย่างเพียงพอเหมาะสม นอกจากด้านปริมาณที่เพียงพอแล้วบริการที่ให้แก่ ประชาชน ต้องมีคุณภาพดีด้วย

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการตลอดเวลา ไม่ ว่าจะ สภาวะอากาศเช่นใด และดูแลจนกว่าผู้ป่วยจะหายจากโรค

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึงการให้บริการที่มีการพัฒนาคุณภาพ และความสามารถ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยสนองความต้องการของประชาชนอยู่เสมอ

ความหมายของการให้บริการ

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมาย “บริการ” หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ หรือ ให้ความสะดวกต่างๆ ดังนั้น การให้บริการจึงหมายถึง งานที่มีผู้คอยช่วยอำนวยความสะดวก ซึ่งเรียกว่า “ผู้ให้บริการ” และ “ผู้มารับบริการ” ก็คือผู้มารับความสะดวก

สุมนา อยู่โพธิ์ (2544. หน้า 6) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมประโยชน์ หรือความพอใจซึ่งได้ เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2550) กล่าวว่า การบริการ คือ การปฏิบัติที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีก ฝ่ายหนึ่ง โดยสิ่งที่เสนอให้นั้นเป็นการกระทำ หรือการปฏิบัติ การ ซึ่งผู้รับบริการไม่สามารถนำไป ครอบครองได้

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการบริการ

Albrecht (2003 อ้างใน มานพ ชุ่มอุ่น, 2546, หน้า 170 - 171) กล่าวว่า สามเหลี่ยมแห่งบริการ Service Triangle (ST) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ ปัจจัยสำคัญของการบริการที่ดีแก่ลูกค้าว่าควรประกอบด้วย ปัจจัยหลัก 3 ปัจจัย ซึ่งแต่ละปัจจัย เปรียบเสมือนด้านแต่ละด้านของสามเหลี่ยม (ด้านเท่า) โดยภายในบรรจุ วงกลมเสมือนลูกค่า หาก ขาดเสียซึ่งปัจจัยตัวใดตัวหนึ่ง สามเหลี่ยมรูปนั้นก็จะไม่ครบด้านซึ่งจะเป็นรูป สามเหลี่ยมต่อไป ไม่ได้ นั่นคือจะไม่อาจให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าได้ และจำเป็นต้องมี ปัจจัยสามด้าน ให้ครบใน สัดส่วนที่เหมาะสมด้วย

หลักสำคัญในการบรรลุเป้าหมายบริการคือ การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ผู้ใช้บริการนั้นคือจะต้อง จัดการหรือบริหารงาน เพื่อให้ปัจจัยแห่งสามเหลี่ยมแห่งบริการนี้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกัน ดังนี้คือ

1. กลยุทธ์ธุรกิจ (Strategy or Purpose) กลยุทธ์หรือแนวทางในการปฏิบัติงานตามที่ได้ กำหนดไว้ โดยให้มีความยืดหยุ่นตัวที่เพียงพอ มีความแม่นยำตรงเข้าเป้าหมายได้ดีกลยุทธ์ด้านบริการที่ควรจะเป็น Customer Driven Strategy
2. ระบบงาน (System or Process) จะต้องทำให้ระบบการให้บริการขององค์กรเป็นแบบ Customer Friendly System กล่าวคือ ควรเป็นระบบการทำงานที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อน จัดองค์กรตาม ความจำเป็นของแต่ละหน้าที่ที่ต้องบริการให้ได้ดีที่สุด เป็นองค์กรลูกค้าเข้าใจและเข้าถึงได้ง่าย
3. พนักงาน (Staff or People) บรรดาพนักงานในทุก ๆ ระดับความรับผิดชอบที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ การให้บริการจะต้องสรรหามาพัฒนาและปรับพฤติกรรม ตลอดจนสไตล์ (Style) การทำงานให้มีลักษณะ Service –conscious คือมีจิตสำนึกต่อการให้บริการที่ดี

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธนาคารอาคารสงเคราะห์

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ธนาคารอาคารสงเคราะห์(ธอส.) มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ และเป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจในสังกัด กระทรวงการคลัง จัดตั้งขึ้น ตามพระราชบัญญัติธนาคารอาคารสงเคราะห์พ.ศ. 2496 ให้บริการสินเชื่อและเงิน ฝาก โดยดำเนินธุรกิจตามพระราชบัญญัติ ธนาคารอาคารสงเคราะห์พระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง และประกาศ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งออกโดยกระทรวงการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ เริ่มดำเนินการเมื่อวันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2496 พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ทรงมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ตรา “พระราชบัญญัติ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ พ.ศ. 2496” และประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2496 ให้จัดตั้งธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.) เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจ มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการคลัง พ.ศ. 2562

ธนาคารได้ยกระดับการให้บริการโดยเปลี่ยนระบบงานหลัก “GHB System” เพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจในอนาคตและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธนาคารให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ธนาคารให้การสนับสนุนโครงการนโยบายรัฐบาลที่ต้องการช่วยเหลือให้ประชาชนได้มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง อาทิ โครงการ “บ้านดีมีดาวน” ซึ่งภาครัฐจะสนับสนุนเงินเพื่อลดภาระการผ่อนดาวน โครงการ “บ้านคนไทย ประชากรรัฐ” บนที่ดินราชพัสดุ เป็นต้น

ทิศทางและเป้าหมายการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2563

ปี 2563 ธนาคารได้กำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่นำธนาคารไปสู่การบรรลุพันธกิจ วิสัยทัศน์ และมีการเติบโตอย่างยั่งยืนผ่าน 4 วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 1 ขยายสินเชื่อที่อยู่อาศัย และมีต้นทุนทางการเงินที่เหมาะสม

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารสินเชื่อคงค้าง มุ่งเน้นการบริหารพอร์ตสินเชื่อคงค้างของธนาคาร

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับงานสนับสนุน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 4 ยกระดับการกำกับดูแล โดยบูรณาการกระบวนการ GRC

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตรวดี อุไรวงศ์ (2554) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ ธนาคารกรุงไทย สาขาศรีจันทร์ จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 30 ปี สถานภาพ สมรส มีอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท เหตุผลที่มาใช้บริการคือ สะดวกใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน ช่วงเวลาที่มาใช้บริการมากที่สุด คือ 14.30 - 16.30 น. ในช่วงเวลา 1 เดือน ลูกค้ามาใช้บริการน้อยกว่า 5 ครั้ง จำนวนธุรกรรมที่มาใช้บริการแต่ละครั้ง น้อยกว่า 3 รายการและบริการที่ใช้บ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านฝาก - ถอน ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพและรูปแบบบริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพของบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคาตามลำดับ และเมื่อจำแนกในแต่ละปัจจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดทุกปัจจัย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ มีผลต่อระดับความพึงพอใจส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดและประสิทธิภาพในการให้บริการ อายุ มีผลต่อระดับความพึงพอใจส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดและประสิทธิภาพในการให้บริการ สถานภาพ ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจส่วนประสมการตลาดบริการทุกปัจจัย ระดับการศึกษา มีผลต่อระดับความพึงพอใจส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน

ผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านประสิทธิภาพในการให้บริการ อาชีพ มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน พนักงาน ผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านประสิทธิภาพการให้บริการ รายได้ มีผลต่อ ระดับความพึงพอใจ ส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริม การตลาด ด้านกระบวนการ ให้บริการ และด้านประสิทธิภาพการให้บริการ

ณัฐดนัย ใจชน (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยทางการตลาดและ พฤติกรรมการ เข้าใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 21 - 30 ปี การศึกษา ระดับ ปริญญาตรี อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ เลือกใช้ บริการธนาคารกสิกรไทย ความถี่การเข้าใช้บริการ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน เข้าใช้บริการช่วงเวลา 11.31 - 14.30 น. นิยมเลือกใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์ ประเภทเงินฝาก/โอน เหตุผลที่เลือกใช้บริการ ธนาคารพาณิชย์เพราะสาขา ใกล้บ้านและที่ทำงาน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดต่างกัน โดยมีค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ส่วน ปัจจัยด้านเพศ ธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการไม่แตกต่างกันและปัจจัยด้านอายุ อาชีพ รายได้ เหตุผล ที่ใช้ธนาคาร พาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ในด้านความถี่ ด้านช่วงเวลา ด้านประเภทบริการ ด้านลักษณะการใช้บริการ ด้านเหตุผลที่ใช้ธนาคารนี้ ส่วนปัจจัยด้านเพศ ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ดลพร รุ่งปัจฉิม (2556) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพ การบริการของธนาคาร ออมสินใน จังหวัดระนอง ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน ในจังหวัดระนอง ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสิ่งที่ สามารถสัมผัสได้ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด เป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือ ด้านการสื่อสาร และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการมี มารยาท และ ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชน ต่อคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินใน จังหวัดระนอง จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภท การใช้บริการ พบว่า ลูกค้ายกมา ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส ต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของ ธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้ายกมาใช้บริการที่มี เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน และประเภทการใช้บริการ ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ทิพชญาณ์ อัครพงศ์โสภณ (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี มี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมีรายได้ต่อเดือนที่ 10,001 - 20,000 บาท และ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัย ด้านภาพลักษณ์ตรา สินค้าและปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคาร

ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ปัจจัยด้านการรับรู้และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกรรมทางการเงินและสินเชื่อด้านต่างๆ กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบางใหญ่ จังหวัด นนทบุรี การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้วิธีของ William G Cochran ทั้งนี้ควรใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 385 คน จึงสามารถประมาณค่าร้อยละโดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 440 ตัวอย่างในการเก็บข้อมูล ซึ่งเชื่อได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือต้องไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่างและทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยผู้วิจัยมีขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่างการสุ่มแบบสะดวก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การแจกแบบสอบถามใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก โดยแจกแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์
2. การตอบข้อซักถามบางประการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาจจะต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม
3. การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจนครบตามจำนวนแล้วจึงนำข้อมูลที่ได้นำไปวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปมาคำนวณทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการประมวลผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ สำหรับวิเคราะห์เพื่อบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สำหรับวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบางใหญ่ จังหวัด นนทบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 ด้านเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 228 คน คิดเป็นร้อยละ 51.82 และเพศชาย จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 48.18 ด้านอายุ พบว่า มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 44.32 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 30 - 50 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 40.91 และมีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 14.77 ด้านอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 42.95 รองลงมา คือ ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 และประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 23.18 ด้านประเภทการให้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารด้านสินเชื่อ จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 57.73 รองลงมาคือ ใช้บริการธนาคารด้านเงินฝาก จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 30.68 และชำระค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ของธนาคาร จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 11.59 และด้านจำนวนครั้งที่ใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคาร 1-2 ครั้ง/เดือน จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 62.95 รองลงมาคือ ใช้บริการธนาคาร 3-5 ครั้ง/เดือน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 26.82 และใช้บริการธนาคาร มากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 10.23

ผลวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.55 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ด้านพนักงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการ และด้านอาคารสถานที่ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.66, 4.62, 4.53 และ 4.37 ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

ผลวิเคราะห์ข้อมูลตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 440 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 228 คน คิดเป็นร้อยละ 51.82 และเพศชาย จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 48.18 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 44.32 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 30 - 50 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 40.91 และมีอายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 14.77 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 42.95 รองลงมา คือ ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 และประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 23.18 ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารด้านสินเชื่อ จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 57.73 รองลงมาคือ ใช้บริการธนาคารด้านเงินฝาก จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 30.68 และชำระค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ของธนาคาร จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 11.59 และส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคาร 1-2 ครั้ง/เดือน จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 62.95 รองลงมาคือ ใช้บริการธนาคาร 3-5 ครั้ง/เดือน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 26.82 และใช้บริการธนาคาร มากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 10.23

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านพนักงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการ และด้านอาคารสถานที่ ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. ด้านการบริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ขั้นตอนการให้บริการมีความรวดเร็ว ไม่ซับซ้อน รองลงมาอันดับสอง คือ เกิดความผิดพลาดในการให้บริการต่ำ และมีระบบการป้องกันข้อมูลของลูกค้าที่มาใช้บริการ ตามลำดับ สอดคล้องกับการศึกษาของ จิตรวดี อุไรวงศ์ (2554) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาศรีจันทร์ จังหวัดขอนแก่น

2. ด้านพนักงาน

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานพูดจาด้วยน้ำเสียงสุภาพ มีอัธยาศัยที่ดี รองลงมาอันดับสอง คือ พนักงานมีกิริยาที่สุภาพเรียบร้อยและพนักงานยิ้มแย้ม เป็นกันเอง ตามลำดับ สอดคล้องกับการศึกษาของ ทิพชญาณ์ อัครพงศ์โสภณ (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ด้านอาคารสถานที่

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดภายในบริเวณธนาคาร รองลงมาอันดับสองคือ ความชัดเจนของป้ายบอกจุดบริการต่าง ๆ และมีอุณหภูมิที่เหมาะสมภายในสถานที่ และมีจำนวนที่นั่งสำหรับลูกค้าที่นั่งรอรับบริการ ตามลำดับ สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐดนัย ไจชน (2555) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าใช้บริการ ธนาคารไทยพาณิชย์

4. ด้านการประชาสัมพันธ์

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ผ่านทางช่องทางการให้บริการ เช่น เว็บไซต์ธนาคาร Line Facebook ป้ายโฆษณา Application : GHB all และมีแจกของสมนาคุณแก่ลูกค้า เช่น ข้าวหอมมะลิ กระจุกบ้านธอส. กระจเป่า รองลงมาอันดับสองคือ มีการเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ถูกต้องครบถ้วน และทันสมัย และมีการแจ้งข่าวสารการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยอย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ สอดคล้องกับการศึกษาของ จิตรวดี อุไรวงศ์ (2554) ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ ธนาคารกรุงไทย สาขาศรีจันทร์ จังหวัดขอนแก่น

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ด้านการบริการ

ควรมีระบบการให้บริการอย่างรวดเร็วมากขึ้นและมีการพัฒนาระบบงานในการให้บริการให้เกิดประสิทธิภาพ ไม่มีข้อผิดพลาด สามารถตรวจสอบได้ ตลอดจนควรมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำต่อรูปแบบการให้บริการประเภทต่าง ๆ มีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้พนักงานเกิดความชำนาญในการทำงาน ไม่เกิดข้อผิดพลาดเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ

ด้านพนักงาน

ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการด้านพนักงาน เกี่ยวกับการให้บริการที่รวดเร็ว และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เนื่องจากเป็นคุณภาพการบริการที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด อนาคตควรจัดให้มีการอบรมด้านการให้บริการให้กับพนักงานทุกระดับ เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกในการให้บริการและเห็นคุณค่าความสำคัญของการบริการที่มีต่อลูกค้า เช่น พนักงานควรให้การบริการและให้การต้อนรับด้วยความเสมอภาคในการบริการ พนักงานควรให้ความช่วยเหลือติดต่อและการใช้บริการต่างๆ มีการจัดคิวในการให้บริการอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ควรสร้างความประทับใจหรือความพึงพอใจให้กับลูกค้า เช่น การทำให้ลูกค้ารู้สึกตั้งแต่ก้าวแรกที่ก้าวเข้ามาในที่ทำการของธนาคารว่าเขาได้รับการต้อนรับอย่างเต็มใจด้วยมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าพนักงานของธนาคารพยายามให้บริการที่ดีที่สุดตามที่ลูกค้าต้องการ นอกจากนี้พนักงานยังต้องเตรียมความพร้อมในการให้ความช่วยเหลือ หรือให้ข้อมูลแก่ลูกค้าตามที่ลูกค้าต้องการ ต้องตั้งใจฟังความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของลูกค้าด้วยความสนใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส และพยายามอย่าสร้างความเข้าใจผิดให้เกิดขึ้นระหว่างลูกค้าและพนักงาน เป็นต้น และต้องเน้นการอบรมสร้างจิตสำนึกในการให้บริการและเห็นคุณค่าความสำคัญของการบริการที่ดีต่อลูกค้าให้บริการด้วยความจริงใจเพื่อให้ลูกค้าสัมผัสได้ นำมาซึ่งความพึงพอใจในระดับที่สูงขึ้นไปต่อ เพื่อการนำมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อถึงคุณภาพการบริการที่ดี เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าในอนาคต

ด้านอาคารสถานที่

ควรให้ความสำคัญกับ คุณภาพบริการด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้ ธนาคารควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้กับลูกค้า เช่น ที่นั่งรอเพียงพอ มีบริการน้ำดื่ม ห้องน้ำสะอาด และมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการให้บริการ มีการบริการที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และมี ระบบการให้บริการที่มีความทันสมัยครอบคลุมกับทุกความต้องการ

ด้านการประชาสัมพันธ์

ธนาคารต้องมีการพัฒนาในเรื่องของการส่งเสริมการตลาด ให้มีความ น่าสนใจ และสามารถชักนำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการกับธนาคารให้ได้มากที่สุด

บรรณานุกรม

- จิตรวดี อุไรวงศ์. (2554). การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาศรีจันทร์ จังหวัดขอนแก่น. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ณัฐดนัย ใจชน. (2555). ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารพาณิชย์. กรุงเทพฯ, คณะบริหารธุรกิจ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ดลพร รุ่งปัจฉิม. (2556). ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน ในจังหวัดระนอง. ชลบุรี, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ทิพชญาณ์ อัครพงศ์โสภณ. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2563). เข้าถึงได้จาก <https://www.ghbank.co.th/about/history>
- ประสิทธิ์ เดชศิริพันธ์. (2541). การศึกษาบรรยากาศองค์การในวิทยาลัยเทคนิคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. กรุงเทพฯ, สาขาวิชาการบริหารอาชีวศึกษา: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สำนักหอสมุดกลาง.
- มานพ ชุ่มอ่อน. (2546). การบริหารการตลาด. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). ความพึงพอใจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นานมีบุ๊คส์.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2550). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- สุนนา อยู่โพธิ์. (2540). ตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ขวณพิมพ์.
- Carter V. Good. (1973). Dictionary of Education. New York: McGraw-Hill Book.
- Maslow. (1970). Motivation and Personality. New York: Harper&Row.
- Mullins. (1985). Management and organisationalbehaviour. London: Pitman Publishing.
- Oliver. (1980). "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions", Journal of Marketing Research.
- Wolman. (1973). Dictionary of Behavioral Science. London: Litton Educational.