



คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์
สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

จรรยา เทพสาร

รายงานการค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์

สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

จารุภา เทพสาร

รายงานการค้นคว้าอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

A11

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา ศรีนฤวรรณ)

วันที่ 29 เดือน 04 พ.ศ. 59

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

A. 11/11/11

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อายุส หยุเย็น)

วันที่ 29 เดือน 04 พ.ศ. 59

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

11/11/11 11/11/11

(อาจารย์ ดร.มานวิน สงเคราะห์)

วันที่ 30 เดือน 04 พ.ศ. 59

ประธานอาจารย์ประจำหลักสูตร

11/11/11 11/11/11

(รองศาสตราจารย์ ดร.จกมลดิษฐ์ แสงอาสภวิริยะ)

วันที่ 30 เดือน 04 พ.ศ. 59

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

11/11/11 11/11/11

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุรภัทร วาฤทธิ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 10 เดือน 05 พ.ศ. 59

ชื่อเรื่อง	คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาวจารุภา เทพสาร
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา ศรีนฤวรรณ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการและศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 323 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยน้ำหนัก (weight mean score: WMS) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One Way Analysis of Variance : ANOVA)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงมากที่สุด มีอายุ 41-50 ปี มีการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 หรือ ปวช. มีอาชีพเจ้าของกิจการหรือค้าขาย มีรายได้ 15,001-20,000 บาทต่อเดือน

ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และให้ระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการตอบสนองลูกค้า ตามลำดับ

การศึกษปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้มาใช้บริการให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการโดยรวมแตกต่างกัน ในด้านการตอบสนองลูกค้า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ให้ความสำคัญแตกต่างกัน เรื่องความสะอาดบริเวณภายในและภายนอกสาขาด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ให้ความสำคัญแตกต่างกัน เรื่องความถูกต้องของการคิดอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม และด้านการตอบสนองลูกค้าให้ความสำคัญแตกต่างกัน เรื่องพนักงานกระตือรือร้นใส่ใจให้บริการ สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ ที่แตกต่างกันของผู้มาใช้บริการให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการโดยรวม ไม่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ให้

ความสำคัญแตกต่างกัน เรื่องความสะอาดบริเวณภายในและภายนอกสาขา และด้านความเชื่อถือ
และไว้วางใจได้ให้ความสำคัญแตกต่างกัน เรื่องพนักงานมีความรู้ในการปฏิบัติงานและให้คำแนะนำ
แก่ลูกค้าได้และเรื่องความถูกต้องของการคิดอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม



Title	Service Quality of Siam Commercial Bank, Chingdao Branch, Chiang Mai Province
Author	Miss Jarupa Thepsan
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Assistant Professor Dr. Preeda Srinaruewan

ABSTRACT

This study aimed to explore service quality of Siam Commercial Bank, Chiangdao branch, Chiang Mai province. A set of questionnaires was used for data collection administered with a sample group of 323. persons using the services of Siam Commercial Banks. Obtained data were analyzed by using descriptive statistics, i.e. frequency, percentage, an average mean score, and standard deviation. Also, One – Way analysis of variance: ANOVA was conducted

Results of the study revealed that most of the respondents were female, 41 – 50years old, and upper secondary school or vocational certificate graduates. Most of the respondents were business owners and their income was 15,001 - 20,000 bath per month. Regarding service quality of Siam Commercial bank, Chiangdao branch, it was found that the respondents put the importance on service quality at a high level in terms of trustworthiness, reliability, assurance, confidence, touchableness, attention, and responsiveness to clients respectively.

Regarding personal factors effecting service quality of the bank, it was found that the difference in educational attainment of the respondents has an effect on the difference in service quality. For responsiveness to clients, it was found that there was the difference in touchableness in terms of cleanliness both inside and outside the bank. Based on trustworthiness and reliability, there was the difference in correctness and interest rate/ fee computation. In terms of responsiveness to clients, there was the difference in enthusiasm of staff and attention. Different incomes of the respondents had no effect on the difference in service quality. Based on details,

it was found that there was the difference in touchableness in terms of cleanliness both inside and outside the bank. On the basis of trustworthiness and reliability, there was the difference in putting the importance on knowledgeable staff who could give advices to clients and correct competition of interest rate and fees.



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้นั้น สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา ศรีนฤวรรณ ซึ่งเป็นประธานกรรมการที่ปรึกษาที่ได้อุทิศเวลา ให้ความรู้ ให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจตราและแก้ไขเนื้อหา ตลอดระยะเวลาการทำการค้นคว้าเพื่อให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สมบูรณ์นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อายุส หยุ่เย็น และ อาจารย์ ดร.มาณวิน สงเคราะห์ กรรมการที่ปรึกษา ที่ช่วยตรวจทาน ให้ข้อชี้แนะ จนทำให้การค้นคว้าอิสระ เล่มนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณผู้มีส่วนร่วมในการตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่สละเวลาอันมีค่าในการตอบ แบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในการศึกษาจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ท้ายที่สุดผู้วิจัยขอขอบคุณ บิดา มารดา เพื่อน ๆ ในคณะ และเพื่อนร่วมงาน ผู้คอยเป็น กำลังใจ ช่วยเหลือและสนับสนุน ทำให้การค้นคว้าอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

จารุภา เทพสาร

เมษายน 2559

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(12)
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามเกี่ยวกับงานวิจัย	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
นโยบายคุณภาพงานบริการของไทยพาณิชย์	6
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ	10
ลักษณะสำคัญของการบริการ	12
แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
กรอบแนวความคิดการวิจัย	23
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	24
สถานที่ดำเนินการศึกษา	24
กลุ่มประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	24
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	25
การทดสอบเครื่องมือ	26
วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	27

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	28
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	29
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์	
สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	32
ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ	39
ตอนที่ 4 การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ	39
บทที่ 5 สรุป การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	64
สรุปผลการวิจัย	64
การอภิปรายผล	68
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	72
ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป	74
บรรณานุกรม	75
ภาคผนวก	77
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	78
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย	84

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	คะแนน KPIs ของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่	3
2	จำนวนสาขาของธนาคารไทยพาณิชย์ทั้งหมดทั่วประเทศ ซึ่งแบ่งตาม Peer	9
3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	29
4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกอายุ	30
5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	30
6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	31
7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	32
8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการโดยรวม	33
9	ระดับคุณภาพการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	34
10	ระดับคุณภาพการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้	35
11	ระดับคุณภาพการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ	36
12	ระดับคุณภาพการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตอบสนองลูกค้า	37
13	ระดับคุณภาพการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	38
14	การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา	40
15	การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ จำแนกตามระดับการศึกษา	42
16	การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ จำแนกตามระดับการศึกษา	44
17	การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ จำแนกตามระดับการศึกษา	46
18	การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา	48
19	การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็น รายบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษา	50
20	การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการโดยรวม จำแนกตามรายได้	52
21	การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ จำแนกตามรายได้	54
22	การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ จำแนกตามรายได้	56

ตารางที่

หน้า

23	การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ จำแนกตามรายได้	58
24	การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า จำแนกตามรายได้	60
25	การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็น รายบุคคล จำแนกตามรายได้	62



สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

23



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่ทำหน้าที่ให้บริการธุรกรรมทางการเงิน ได้แก่ การให้บริการรับฝากเงิน ถอนเงิน การกู้ยืมเงิน การบริการโอนเงินต่างประเทศ การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การประกันภัย การประกันชีวิต และ นอกจากนี้ยังมีการให้บริการด้านอื่นๆ เช่น การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ การเรียกเก็บเงินตามตัว การค้าประกัน การให้บริการชำระค่าสาธารณูปโภค บัตรเครดิต เป็นต้น จึงทำให้ธุรกิจธนาคารเป็นธุรกิจสถาบันการเงินที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากปัจจุบันการซื้อขายติดต่อกันระหว่างประเทศก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ธนาคารเป็นธุรกิจที่ให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็ว และความมั่นคงปลอดภัยแก่ผู้ใช้บริการ ทำให้การดำเนินธุรกิจทุกประเภทเป็นไปด้วยความคล่องตัว (อุไรวรรณ จันทจเรญวงษ์ และคณะ, 2555: 75)

ธนาคารพาณิชย์สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มแรก เป็นธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในประเทศไทยมีอยู่ 16 ธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ กรุงไทย ไทยพาณิชย์ กสิกรไทย ทหารไทย ธนชาต กรุงศรีอยุธยา ทิสโก้ เกียรตินาคิน ยูโอบี สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) ไอซีบีซี (ไทย) ซีไอเอ็มบีไทย แลนด์แอนด์เฮาส์ ไทยเครดิตเพื่อรายย่อย และธนาคารเมกะสาธกพาณิชย์ กลุ่มที่สอง เป็นสาขาของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ที่มาเปิดในประเทศไทยมีอยู่ 14 ธนาคาร ได้แก่ ธนาคารซิตี้แบงก์ ดอยช์แบงก์ บีเอ็นพีพาริบาลส์ มิซูโฮ เจพีมอร์แกนเชส ฮอังกงและเซี่ยงไฮ้แบงกิงคอร์ปอเรชั่น ซูมิโตโมมิตซูบะแบงกิงคอร์ปอเรชั่น อาร์เอชบี แห่งโตเกียว-มิตซูบิซียูเอฟเอ อินเดียนโอเวอร์ซีส์ แห่งประเทศจีน เดอะรอยัลแบงก์ออฟสกอตแลนด์เอ็นวี โอเวอร์ซี-ไชนีสแบงกิงคอร์ปอเรชั่น และแห่งอเมริกาเนชั่นแนลแอสโซซิเอชั่น กลุ่มที่สาม ธนาคารเฉพาะกิจของรัฐบาลที่ถูกตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่พิเศษ ตามนโยบายที่รัฐบาลมอบหมายให้ ได้แก่ ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (สถาบันคุ้มครองเงินฝาก, 2555: ระบบออนไลน์)

ธุรกิจธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงขึ้น โดยแต่ละธนาคาร ให้ความสำคัญกับการบริการทางการเงิน เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดทั้งด้านคุณภาพและจริยธรรม ประกอบกับนโยบายของแต่ละธนาคารที่กำหนดให้มี

การพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่การรับรองคุณภาพ ธนาคารแต่ละธนาคารจึงมุ่งเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพ มีการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ รวมถึง การพัฒนาบุคลากร ในการให้บริการของธนาคารให้มีความพร้อมทั้งในด้านความรู้ และการให้บริการ แก่ลูกค้า จึงทำให้ธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งมีนโยบายในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้สูงขึ้น เพื่อ รักษาส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ได้เป็นอย่างดี (อุไรวรรณ จันทจเรญวงษ์ และคณะ, 2555: 75)

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นธนาคารแห่งแรกของประเทศไทย เป็นธนาคารพาณิชย์ ที่ให้บริการทางการเงินที่ครบวงจรชั้นนำของประเทศ โดยให้บริการแก่ลูกค้า ผ่านสาขาของ ธนาคารกว่า 1,100 แห่งทั่วประเทศ เพื่อเป็นการตอบสนองความไว้วางใจของลูกค้าที่ให้กับธนาคารมา โดยตลอด ธนาคารจึงมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการอย่างซื่อสัตย์สุจริต เป็นธรรม คำนึงถึงความต้องการของลูกค้าและคุณค่าในระยะยาว ให้บริการที่ตอบสนองอย่างตรงจุดและครบ วงจร มีนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม

เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทางธนาคารไทยพาณิชย์ จึงได้มีการประเมินผล การปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งอยู่ภายใต้ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี ฝ่ายจัดการ กำหนดขึ้น ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ การกำหนดและถ่ายทอดแผนกลยุทธ์ การวางแผนการปฏิบัติงาน ร่วมกันระหว่างผู้บังคับบัญชาและพนักงาน โดยการกำหนดเป้าหมายและดัชนีชี้วัดความสำเร็จ หรือที่ เรียกว่า KPIs (Key Performance Indicator) ซึ่งทางธนาคารไทยพาณิชย์ จะมีการวัดคะแนน KPIs ทุกสิ้นไตรมาส คะแนน KPIs ของแต่ละสาขาจะวัดจาก 2 ส่วนด้วยกันคือ ส่วนแรกวัดจากผลงานการ ขายผลิตภัณฑ์ ทุกตัวของสาขา เช่น เงินฝาก ประกัน สินเชื่อ บัตรเครดิต เป็นต้น เพื่อดูว่าผลงาน เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ ส่วนที่สองวัดจาก การให้บริการแก่ลูกค้า ด้านการทำธุรกรรม ทางการเงินต่างๆ ผ่านหน้าเคาเตอร์ โดยทางธนาคารจะมีทีมงาน Call Center ทำการสัมภาษณ์ ลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์ โดยการโทรสุ่มหาลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในสาขา เพื่อให้ลูกค้าเป็นผู้ประเมิน และให้คะแนนของบริการที่ได้รับ เมื่อเข้ามาใช้บริการที่สาขา จากนั้นจะนำคะแนนทั้งสองส่วนมา รวมกันเพื่อจัดอันดับคะแนนของแต่ละสาขา โดยจะมีการเปรียบเทียบกับกันในแต่ละ Peer ซึ่งสาขาของ ธนาคารไทยพาณิชย์ทั้งหมดทั่วประเทศ จะแบ่งออกเป็น 15 Peer (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2557: 25-32)

ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงใหม่ จัดอยู่ในกลุ่ม Peer Community ซึ่งมีจำนวนสาขา ทั้งหมด 44 สาขา และจากการนำผลคะแนน KPIs ของแต่ละสาขาในกลุ่ม Peer Community มาจัด อันดับ พบว่าคะแนน KPIs ของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงใหม่ อยู่ในอันดับที่ 37 จากทั้งหมด 44 สาขา ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ต่ำ เนื่องมาจาก ส่วนแรกคือ ผลงานบางตัวของสาขาไม่ปฏิบัติตาม เป้าหมายที่กำหนดไว้ และส่วนที่สองคะแนน การให้บริการแก่ลูกค้า ด้านการทำธุรกรรมทางการเงิน ต่างๆ ผ่านหน้าเคาเตอร์ มีการลดลงในช่วงไตรมาสที่ 4

ตารางที่ 1 คะแนน KPIs ของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

Area Code	Branch Code	Branch	Network	Branch TRI*M				Diff
				Q1' 2014	Q2' 2014	Q3' 2014	Q4' 2014	
32	5272	เชียงดาว	UPC North	90	103	91	89	-2

ที่มา: ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) (2557)

สำหรับคะแนนส่วนแรกที่ได้รับจากผลงานการขายผลิตภัณฑ์นั้น การที่จะทำให้ผลงานของสาขาเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด ขึ้นอยู่กับตัวแปรบางตัวของผลิตภัณฑ์นั้นๆ เช่น ราคา ระยะเวลา ผลตอบแทน และขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงทักษะการขายของพนักงานแต่ละคน ซึ่งตัวแปรเหล่านี้เป็นตัวแปรที่ไม่สามารถควบคุมได้ ฉะนั้นแล้วผู้ทำการวิจัย จึงสนใจที่จะศึกษาในเรื่องของการให้บริการแก่ลูกค้า ด้านการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ผ่านหน้าเคาเตอร์ ที่มีคะแนนลดลงในช่วงไตรมาสที่ 4 เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพในการให้บริการของธนาคาร ไทยพาณิชย์สาขาเชียงดาว เพื่อที่จะนำผลที่ได้จากการศึกษาไปปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพในการให้บริการของธนาคาร ไทยพาณิชย์สาขาเชียงดาว ให้มีศักยภาพที่ดีขึ้น จนทำให้ธนาคาร ไทยพาณิชย์สาขาเชียงดาว มีคะแนนการให้บริการแก่ลูกค้า ด้านการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ผ่านหน้าเคาเตอร์เพิ่มขึ้นจากเดิม และสามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของผู้มาใช้บริการ ภายใต้นโยบายการให้บริการของทางธนาคารที่ว่า “ลูกค้าของธนาคารจะได้รับความพึงพอใจในการใช้บริการในแต่ละวัน เพียงแค่เดินเข้าไปในธนาคารไม่ว่าจะเป็นสาขาใดก็สามารถสัมผัสได้ถึงความประทับใจที่เกิดขึ้น” ทั้งนี้ก็เพื่อให้ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่มีความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาว และเป็นการรักษารากฐานความมั่นคงของธนาคารต่อไป

คำถามเกี่ยวกับงานวิจัย

คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงคุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์สาขาเชียงดาวจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาไปปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว ให้มีศักยภาพที่ดีขึ้น จนทำให้ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว มีคะแนนการให้บริการแก่ลูกค้า ด้านการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ผ่านหน้าเคาเตอร์เพิ่มขึ้นจากเดิม และสามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของผู้มาใช้ ทั้งนี้ก็เพื่อให้ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่มีความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาวและเป็นการรักษารากฐานความมั่นคงของธนาคารต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาคูณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้มีขอบเขตของการวิจัยในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ผ่านหน้าเคาเตอร์ เช่น ฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน ชำระค่าสินค้าหรือค่าสาธารณูปโภคต่างๆ โดยที่ไม่สนใจว่าลูกค้ารายดังกล่าวจะมีบัญชีกับทางธนาคารหรือไม่

2. ขอบเขตด้านเวลา

การดำเนินการรวบรวมข้อมูลและเก็บข้อมูล ตั้งแต่ เดือน มกราคม – มีนาคม 2558

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้ มุ่งที่จะศึกษา

1. ศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่
2. ศึกษาคุณภาพในการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีทั้งหมด 5 ด้านคือด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

นิยามศัพท์

คุณภาพการบริการ หมายถึง การบริการที่ดีตรงกับความต้องการหรือเกินความคาดหวัง จนลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเกิดความจงรักภักดี โดยบริการจะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าไปสู่ความพึงพอใจ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (นพพร สะไบบาง, 2553)

ธนาคารไทยพาณิชย์ หมายถึง ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ที่ให้บริการทางการเงิน เช่น บริการรับฝากเงิน ถอนเงิน การกู้ยืมเงิน การบริการโอนเงินต่างประเทศ การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การประกันภัย การประกันชีวิต และ นอกจากนี้ยังมี การให้บริการด้านอื่นๆ เช่น การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ การเรียกเก็บเงินตามตัว การค้าประกัน การให้บริการชำระค่าสาธารณูปโภค บัตรเครดิต เป็นต้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2556: ระบบออนไลน์)

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ทำการวิจัยจึงได้กำหนดประเด็นศึกษา เพื่อใช้เป็นกรอบพื้นฐานและประกอบแนวทางการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ รวมตลอดถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งออกเป็นส่วนๆ ดังนี้

1. นโยบายคุณภาพงานบริการของธนาคารไทยพาณิชย์
2. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ
3. ลักษณะสำคัญของการบริการ
4. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวความคิดการวิจัย

นโยบายคุณภาพงานบริการของ ธนาคารไทยพาณิชย์

ธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารที่ให้บริการทางการเงินที่ครบวงจรชั้นนำของประเทศนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มธนาคารมีเครือข่ายการให้บริการทางการเงินในประเทศที่กว้างขวางและครอบคลุมการให้บริการทางการเงินสำหรับลูกค้าทุกกลุ่มและทุกประเภทของผลิตภัณฑ์นอกเหนือจากการให้บริการหลักซึ่งได้แก่บริการเงินฝากและการให้สินเชื่อธนาคารมีบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มโดยสำหรับกลุ่มลูกค้าบุคคลธนาคารได้ให้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยสินเชื่อส่วนบุคคลสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์บริการบัตรเครดิตบัตรเดบิตบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบริการโอนเงินต่างประเทศรวมถึงผลิตภัณฑ์เพื่อการลงทุนและการประกันสำหรับลูกค้าธุรกิจธนาคารได้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการบริหารเงินเพื่อธุรกิจ (Business Cash Management) การค้าต่างประเทศ (Trade Finance) ผลิตภัณฑ์บริหารเงิน (Treasury Products) ผลิตภัณฑ์ทางตลาดตราสารหนี้และตลาดทุนบริการที่ปรึกษาทางการเงินวาณิชธนกิจรวมถึงบริการทางการเงินอื่นๆ ที่

เกี่ยวข้องที่ให้บริการโดยบริษัทในเครือของธนาคารแก่ลูกค้าบุคคลและลูกค้าธุรกิจอาทิการบริการซื้อขายหลักทรัพย์บริการจัดการลงทุนและบริการประกันชีวิตและประกันวินาศภัย

ธนาคารดำเนินงานผ่านกลุ่มธุรกิจของธนาคาร 4 กลุ่มได้แก่กลุ่มลูกค้าธุรกิจขนาดใหญ่กลุ่มลูกค้าธุรกิจ (รับผิดชอบลูกค้าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) กลุ่มลูกค้าบุคคล (รับผิดชอบลูกค้าบุคคลและธุรกิจขนาดเล็ก) และกลุ่มธุรกิจพิเศษ (จัดการสินเชื่อด้วยคุณภาพ) รวมถึงบริษัทในกลุ่มที่ให้บริการทางการเงินที่สำคัญ 4 บริษัทได้แก่บริษัทหลักทรัพย์ไทยพาณิชย์จำกัดบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนไทยพาณิชย์จำกัดบริษัทไทยพาณิชย์สามัคคีประกันภัยจำกัด (มหาชน) และบริษัทไทยพาณิชย์ประกันชีวิตจำกัด (มหาชน)

หน่วยงานภายในธนาคารที่ทำหน้าที่สนับสนุนและบริหารงานองค์กรประกอบด้วย 7 กลุ่มงานหลักได้แก่กลุ่มบริหารความเสี่ยงกลุ่มการเงินกลุ่มทรัพยากรบุคคลกลุ่มเทคโนโลยีและปฏิบัติการกลุ่มงานกฎหมายสายบริหารงานสื่อสารองค์กรและกลุ่มตรวจสอบและกำกับนอกจากนี้ธนาคารได้จัดตั้งสำนักงานบริหารโครงการปรับปรุงธนาคารเพื่อทำหน้าที่ผลักดันและติดตามการดำเนินโครงการที่สำคัญซึ่งส่วนใหญ่เป็นโครงการเกี่ยวกับการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงธนาคาร

“เราจะเป็นธนาคารที่ ลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน และ สังคมเลือก” (Bank of Choice for Our Customers, Shareholders, Employees and Community) คือ วิสัยทัศน์ของธนาคารในการ ดำเนินงานของศตวรรษใหม่ ที่มุ่งสู่การเป็นธนาคารที่ทุกคนเลือก พร้อมทั้งตระหนักถึงการเป็นสมาชิกที่ดีของสังคมมีการบริหารงาน ด้วยหลักธรรมาภิบาล ด้วยจริยธรรม ตลอดจนการทำประโยชน์คืนแก่สังคม และเพื่อให้สามารถบรรลุถึงวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ธนาคารจึงกำหนดพันธกิจไว้อย่างชัดเจนว่าจะมุ่งพัฒนาสู่การเป็น ธนาคารครบวงจรชั้นนำของประเทศ (The Premier Universal Bank) ซึ่งหมายถึงธนาคารที่ให้บริการทางการเงินอย่างครบวงจร เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าทั้งลูกค้ารายย่อย และลูกค้าธุรกิจ และ เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางเศรษฐกิจ และการดำเนินธุรกิจ ธนาคารจึงได้ดำเนิน “โครงการปรับปรุง ธนาคาร” (Change Program) ซึ่งเป็นโครงการที่อยู่เบื้องหลัง การเปลี่ยนแปลงและความสำเร็จของธนาคาร รวมทั้งการพัฒนา เครือข่าย ในการให้บริการอย่างครบวงจร การพัฒนาบริการใหม่ๆ และการพัฒนาบุคลากรและ การดำเนินกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม อย่างต่อเนื่อง

นโยบายการกำกับดูแลกิจการนี้ ประกอบกับหนังสือบริคณห์สนธิและข้อบังคับของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) (“ธนาคาร”) รวมทั้งกฎหมาย และกฎหรือระเบียบที่เกี่ยวข้องกับธนาคารพาณิชย์และบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นกรอบที่ใช้ในการกำกับดูแลกิจการของธนาคาร

นอกจากนี้ หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งอาจมีมาตรฐานสูงกว่าที่กฎหมายกำหนด และคณะกรรมการธนาคารเห็นว่ามีเหมาะสมก็จะถูกนำมาใช้ในการกำกับดูแลกิจการของธนาคาร

ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้นโยบายการกำกับดูแลกิจการนี้ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการธนาคารที่จะใช้เป็นกรอบในการกำกับดูแลกิจการของธนาคารด้วยแล้ว

เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทางธนาคารไทยพาณิชย์ จึงได้มีการประเมินผล การปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งอยู่ภายใต้ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีที่ฝ่ายจัดการ กำหนดขึ้น ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ การกำหนดและถ่ายทอดแผนกลยุทธ์ การวางแผนการปฏิบัติงาน ร่วมกันระหว่างผู้บังคับบัญชาและพนักงาน โดยการกำหนดเป้าหมายและดัชนีชี้วัดความสำเร็จ หรือที่ เรียกว่า KPIs (Key Performance Indicator) ซึ่งทางธนาคารไทยพาณิชย์ จะมีการวัดคะแนน KPIs ทุกสิ้นไตรมาส คะแนน KPIs ของแต่ละสาขาจะวัดจาก 2 ส่วนด้วยกันคือ ส่วนแรกวัดจากผลงานการ ขายผลิตภัณฑ์ ทุกตัวของสาขา เช่น เงินฝาก ประกัน สินเชื่อ บัตรเครดิต เป็นต้น เพื่อดูว่าผลงาน เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ ส่วนที่สองวัดจาก การให้บริการแก่ลูกค้า ด้านการทำธุรกรรม ทางการเงินต่างๆ ผ่านหน้าเคาเตอร์ โดยทางธนาคารจะมีทีมงาน Call Center ทำการสัมภาษณ์ ลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์ โดยการโทรสุ่มหาลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในสาขา เพื่อให้ลูกค้าเป็นผู้ประเมิน และให้คะแนนของบริการที่ได้รับ เมื่อเข้ามาใช้บริการที่สาขา จากนั้นจะนำคะแนนทั้งสองส่วนมา รวมกันเพื่อจัดอันดับคะแนนของแต่ละสาขา โดยจะมีการเปรียบเทียบกันในแต่ละ Peer ซึ่งสาขาของ ธนาคารไทยพาณิชย์ทั้งหมดทั่วประเทศจะแบ่งออกเป็น 15 Peer ดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวนสาขาของธนาคารไทยพาณิชย์ทั้งหมดทั่วประเทศ ซึ่งแบ่งตาม Peer

Peer	จำนวนสาขา
Peer M1	68 สาขา
Peer M3	65 สาขา
Peer M4	65 สาขา
Peer M6	71 สาขา
Peer S1	62 สาขา
Peer S2	63 สาขา
Peer S3	62 สาขา
Peer S4	61 สาขา
Peer S5	60 สาขา
Peer S6	61 สาขา
Peer S7	61 สาขา
Peer S8	61 สาขา
Peer S9	60 สาขา
Peer S12	60 สาขา
Peer Community	44 สาขา

ที่มา: ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) (2557: 25-31)

1. วิสัยทัศน์

ธนาคารมีวิสัยทัศน์ในการดำเนินงานที่มุ่งสู่การเป็น “ธนาคารที่ลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน และสังคมเลือก” โดยมีแนวทางที่จะทำให้บรรลุถึงวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ดังนี้

สำหรับลูกค้า นำเสนอผลิตภัณฑ์ และบริการที่ดีในระดับมาตรฐานสากล

สำหรับผู้ถือหุ้น สร้างผลตอบแทนระยะยาวที่ดีอย่างสม่ำเสมอ

สำหรับพนักงาน รักษา ดึงดูด และสร้างความผูกพันของพนักงาน

สำหรับสังคม ดำเนินงานอย่างมีบรรษัทภิบาล และมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างเต็มที่

2. พันธกิจ

ธนาคารได้กำหนดพันธกิจไว้อย่างชัดเจนว่า จะมุ่งพัฒนาสู่การเป็นธนาคารที่ให้บริการครบวงจรที่ดีที่สุดในโลกของประเทศ (The Best Universal Bank in Thailand) มุ่งเน้นการให้บริการในตลาดการเงินและกลุ่มลูกค้าหลักด้วยการใช้ประโยชน์อย่างสูงสุดจากเครือข่ายของกลุ่มธนาคาร และมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเต็มที่

3. ค่านิยมหลัก

iSCB

innovation หรือ นวัตกรรม นำหน้าเราเปิดรับนวัตกรรมเพื่อก้าวหน้าในการ

Social Responsibility หรือ สร้างคุณค่า สู่สังคมเรา ร่วมสร้างคุณภาพที่ดี ให้สังคมและสิ่งแวดล้อม

Customer Focus หรือ ลูกค้า ต้องมาก่อนเรามุ่งสร้างสรรค์บริการเหนือความคาดหวังของลูกค้า

Building our People หรือ สร้างองค์กร คือสร้างคนเราเห็นคุณค่าและใส่ใจดูแลพนักงานผู้สร้างอนาคตของเรา (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2557: 25-32)

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (อังกูร นพพร สะไบบาง, 2553: 8) อธิบายถึง บริการว่าธุรกิจบริการหมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตนของธุรกิจ ให้กับผู้รับบริการโดยสินค้าไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองตามความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ ตัวอย่างเช่น โรงแรม โรงเรียน ธนาคาร โรงพยาบาล เป็นต้น ซึ่งหากพิจารณาความหมายสำคัญต่างๆ ดังนี้

1. กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบ (Delivery activity) หมายถึง การดำเนินการหรือการกระทำ (Performance) ใดๆ ของธุรกิจบริการอันเป็นผลให้ผู้รับบริการได้รับการตอบสนอง ตรงตามความต้องการ เช่น การดำเนินการทำสัญญาเงินกู้ให้แก่ลูกค้า
2. สินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) หมายถึงบริการซึ่งเกิดจากกิจกรรมกระบวนการส่งมอบ ซึ่งได้แก่ ค่าปรึกษาเงินกู้
3. ความต้องการของผู้รับบริการ (Customer Need and Want) หมายถึงความจำเป็นและปรารถนาของลูกค้าที่คาดว่าจะได้รับการบริการนั้น เช่น ลูกค้าต้องการโอนเงินไปต่างประเทศ

4. ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) หมายถึงการที่ลูกค้าได้รับบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการได้

ศิริพร ดันติพลูวินัย (อ้างใน สุพรรณนภา ธรรมมา, 2551: 12) วิเคราะห์ว่างานบริการ หมายถึง งานที่ทำให้ผู้อื่น งานอะไรก็ตามที่ทำให้ผู้อื่นได้รับความพึงพอใจ สะดวกสบาย งานบริการที่ดี คือ การที่ทำให้ลูกค้าพอใจ (customer's satisfaction) ซึ่งลูกค้าทุกคนมีความต้องการและความคาดหวังต่างกัน ดังนั้นการให้บริการที่ทำให้ลูกค้าพอใจทั้งความต้องการและความคาดหวังจึงจะเป็นงานบริการที่มีคุณภาพ

Gronroos (อ้างใน สุพรรณนภา ธรรมมา, 2551: 13) กล่าวว่า “การบริการ คือ กิจกรรมหรือชุดของกิจกรรมซึ่งอาจอยู่ในสภาพที่มีตัวตนหรือไม่ก็ตามเกิดขึ้นในลักษณะที่ผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า หรือผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับระบบของการบริการ ซึ่งจัดเตรียมไว้เพื่อแก้ปัญหา หรือความต้องการของลูกค้า”

Kotler (อ้างใน สุพรรณนภา ธรรมมา, 2551: 13) ให้คำจำกัดความของการบริการ “เป็นการแสดงหรือสมรรถนะที่หน่วยงานหนึ่งๆ สามารถเสนอให้กับอีกหน่วยงานหนึ่งอันเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณะอย่างเป็นแก่นสาร และไม่มีผลลัพธ์ในสภาพความเป็นเจ้าของในสิ่งใดๆ โดยที่การผลิตของมัน อาจจะหรืออาจจะไม่ถูกผูกมัดกับผลิตภัณฑ์กายภาพก็ได้”

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (อ้างใน สุพรรณนภา ธรรมมา, 2551: 12) ให้ความเห็นว่าการบริการ หมายถึง การรับใช้ให้ความสะดวกต่างๆ ในบริการมีความ หมายถึง กระบวนการ หรือกระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการหรือผู้ให้บริการนั้นๆ การบริการที่ดีที่สามารถอธิบายได้ โดยใช้ตัวอักษรย่อของคำอธิบายลักษณะเด่นของการบริการ (SERVICE) ที่ดีไว้ดังนี้

S = Smiling + Sympathy คือ การยิ้มแย้ม และเอาใจใส่เข้าอกเข้าใจ

E = Early Response คือ การตอบสนองต่อความประสงค์ของลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจโดยมีทันได้เอ่ยปากเรียกหา

R = Respectful คือ การแสดงออกถึงการนับถือ ให้เกียรติลูกค้า

V = Voluntariness manner คือ ลักษณะการให้บริการแบบสมัครใจและเต็มใจทำไม่ใช่ทำแบบเสียไม่ได้

I = Image Enhancing คือ การแสดงออก ซึ่งการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการและเสริมภาพพจน์ขององค์กรด้วย

C = Courtesy คือ กริยาการอ่อนโยน สุภาพ มีความอ่อนน้อมถ่อมตน

E = Enthusiasm คือ ความกระตือรือร้นกระฉับกระเฉงและกระตือรือร้นขณะบริการจะให้บริการมากกว่าที่คาดหวังเสมอ

การอธิบายความหมายของการบริการในรูปแบบนี้ จึงเป็นแนวทางที่ควรปฏิบัติ เพื่อให้เกิดการบริการที่ดีได้ด้วยอีกทางหนึ่ง ซึ่งหากองค์การใดมีลักษณะการให้บริการเช่นนี้ย่อมถือได้ว่ามีความเป็นเลิศทางการบริการ

ลักษณะสำคัญของการบริการ

Cowell กล่าวว่า คุณลักษณะของการให้บริการในส่วนที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไปมีดังนี้

1. Intangibility บริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้
2. Inseparability บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากผู้ขาย (ผู้ให้บริการ) ได้
3. Heterogeneity บริการจะไม่สม่ำเสมอขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย
4. Perishability บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถผลิตเพื่อเก็บไว้สำรองได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (อ้างใน สุพรรณนภา ธรรมมา, 2551: 14) กล่าวถึงลักษณะที่สำคัญของการบริการไว้ดังนี้

1. ความไม่สามารถจับต้องได้ (service intangibility) หมายความว่า การบริการเป็นสิ่งที่มองไม่เห็นชิมรสไม่ได้ รู้สึกไม่ได้ ไม่ได้ยิน หรือไม่สามารถดมกลิ่นได้ก่อนที่จะซื้อ ดังนั้น ผู้ซื้อต้องสังเกต สัญญาณ (signals) ของคุณภาพของบริการเพื่อลดความไม่แน่นอน โดยอาจสรุปได้จากสถานที่ บุคคล ราคา อุปกรณ์และการติดต่อสื่อสาร ดังนั้น งานของผู้จัดหาบริการ คือ ต้องทำให้บริการจับต้องได้ในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง หรือหลายแนวทาง

2. ความไม่สามารถแบ่งแยกได้ของบริการ (service inseparability) หมายความว่า ลูกค้าไม่สามารถแยกบริการจากผู้ผลิต ไม่ว่าผู้ผลิตจะเป็นบุคคลหรือเครื่องจักร ถ้าบุคคลเป็นผู้จัดหาบริการ หมายถึง บุคคลเป็นส่วนหนึ่งของบริการและเนื่องจากลูกค้าจะต้องอยู่ในสถานที่และเวลาที่ผลิตบริการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาและลูกค้า (provider – customer interaction) จึงเป็นลักษณะสำคัญของตลาดบริการทำให้ทั้งลูกค้าและผู้ผลิตมีผลต่อผลผลิตบริการ

3. ความแตกต่างกันของบริการ (service variability) หมายความว่า คุณภาพของบริการอาจเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้ให้บริการ ให้บริการเมื่อไร ให้บริการที่ไหนและให้บริการอย่างไร

4. ความไม่สามารถเก็บไว้ได้ของบริการ (service perishability) หมายความว่า กิจกรรมไม่สามารถเก็บบริการไว้เพื่อขายหรือใช้งานภายหลังได้ การบริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่นถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทัน หรือไม่มีลูกค้าจึงทำให้ผู้บริหารกิจการ การบริการต้องพยายาม

เอาชนะในการวางแผน การตั้งราคาและการส่งเสริมการบริการ เขาอาจพยายามหาใช้ส่วนที่ว่าง (idel capacity) ที่ไม่ตรงช่วงการใช้นั้นให้เป็นประโยชน์ได้

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

Chang (อ้างใน สุพรรณนภา ธรรมมา, 2551: 20) ได้เสนอแนวคิดในการประเมินคุณภาพของการบริการ ประกอบด้วย

1. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (physical environment) ได้แก่ การรักษาความสะอาดของสถานที่ การควบคุมเสียง อากาศ แสง และอุณหภูมิที่พอเหมาะ
2. ความเพียงพอของการบริการ (availability) ได้แก่ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ทันที การปฏิบัติงานตามเวลาและการให้บริการที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้รับบริการ
3. ทักษะการให้บริการ (technical skills) ได้แก่ บริการที่ตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้รับบริการ เช่น อาหาร ความสะอาด ห้องน้ำ กระบวนการดูแลที่มีคุณภาพ เช่นการรักษาให้ยาทางหลอดเลือดดำ การทำแผล การใช้เครื่องมือในการรักษาพยาบาล รวมทั้งทักษะที่เชี่ยวชาญ และถูกต้อง คำนึงถึงบริการที่ปลอดภัยต่อผู้รับบริการ
4. ศิลปะการให้การดูแล (art of care) ได้แก่ อธิษาศัย ความเป็นมิตร ความเอาใจใส่การรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการในการรักษาพยาบาล การรักษาใช้เวลาที่เหมาะสมการเคารพนับถือและให้ความเป็นกันเองกับผู้รับบริการ และผลที่เกิดขึ้นจากการรักษา รวมทั้งสอนญาติในการดูแลผู้รับบริการเมื่อกลับบ้าน
5. ความต่อเนื่องของการบริการ (continuity of care) ได้แก่ การดูแลรักษาโดยเจ้าหน้าที่คนเดิม ความเข้าใจสภาพและความต้องการของผู้รับบริการ
6. ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะ (specific outcomes of care) ได้แก่ ความรู้สึกของผู้รับบริการหลังจากการรับการรักษา ความรู้สึกสบายและสดชื่นขึ้น รวมถึงความเข้าใจสภาพการเจ็บป่วย
7. คุณภาพทั่วไป (overall quality) ได้แก่ ความพึงพอใจ หรือคุณภาพโดยรวมทั้งหมด
8. ความตั้งใจของผู้รับบริการ (future intent) ได้แก่ ความตั้งใจที่จะกลับมารักษาในอนาคต และให้คำแนะนำต่อไปยังญาติ หรือเพื่อนๆ

กล่าวโดยสรุปว่า คุณภาพบริการกับความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือเมื่อผู้รับบริการรับรู้ว่าการที่ได้นั้นมีคุณภาพดีก็รู้สึกพอใจและเมื่อมีโอกาสก็ย่อมจะมาใช้บริการอีก ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดการประเมินคุณภาพบริการตามแนวคิดของแซงค์ (Chang) ซึ่งประกอบด้วยสิ่งแวดล้อมทาง

กายภาพ ทักษะในการให้บริการ ศิลปะในการให้บริการ การให้คำแนะนำ และผลลัพธ์ที่เกิดจากบริการมาเป็นต้นแบบในการศึกษา

Kotler (อ้างใน สุพรรณนภา ธรรมมา, 2551: 25) นอกจากนี้แบบสอบถาม SERVQUAL ยังให้ผู้รับบริการประเมินความสำคัญเชิงเปรียบเทียบจัดอันดับให้คะแนนดัชนีบ่งชี้คุณภาพการบริการ ทั้ง 5 ด้าน โดยให้ระบุจากคะแนนเต็ม 100 คะแนนจะจัดให้จัดแบ่งให้คะแนนทั้ง 5 ด้าน มากน้อย เพียงใด

โดยสรุปงานวิจัยของ พาราสุมาน และคณะ (อ้างใน สุพรรณนภา ธรรมมา, 2551: 25) ทำให้เราทราบว่า ในบรรดาทั้ง 5 ดัชนี บ่งชี้ถึงคุณภาพการบริการเรียงตามลำดับความสำคัญมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุดเป็นดังนี้

1. ความไว้วางใจ (reliability) ความสามารถในการแสดงออกถึงความไว้วางใจและความถูกต้องด้านการบริการตามที่ให้คำมั่นไว้ (32 คะแนน) เช่น ความถูกต้องในการให้บริการ คือการที่ลูกค้าเชื่อถือไว้วางใจในการคิดคำนวณค่าบริการ การคำนวณดอกเบี้ย หรือได้รับบริการอื่นๆ จากธนาคารด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว
2. การตอบสนอง (responsiveness) ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้บริโภครวมถึงการบริการที่เพียบพร้อม (22 คะแนน) เช่น ผู้ให้บริการที่มีคุณภาพต้องแสดงถึงความตั้งใจและเต็มใจในการให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี เมื่อมีการตกลงใดๆ ไว้กับลูกค้าต้องทำตามที่ได้ตกลงไว้ให้ได้ หากปฏิบัติไม่ได้ต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบพร้อมเหตุผลที่สมควรไม่ปิดความรับผิดชอบรับฟัง ช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว
3. ความมั่นใจ (assurance) ความรู้และการแสดงมารยาทของพนักงานรวมถึงความสามารถในการสำรวจความไว้วางใจและความมั่นใจของพนักงานด้วย (19 คะแนน) เช่น ผู้ให้บริการที่มีคุณภาพต้องเป็นผู้มีความรู้ในธุรกิจบริการเช่น พนักงานธนาคารที่ติดต่อกับลูกค้าต้องมีความรู้ในธุรกิจทุกประเภทของธนาคาร สามารถนำเสนอคำแนะนำประเภทของธุรกิจของธนาคารที่เหมาะสมกับลูกค้าที่มาติดต่อใช้บริการได้ ซึ่งสามารถทำให้ลูกค้าพึงพอใจและประทับใจ
4. การเอาใจใส่ (empathy) การจัดเตรียมด้านการดูแลรักษา ความเอาใจใส่รายบุคคลที่มีต่อผู้บริโภค (16 คะแนน) เช่น ผู้ให้บริการที่มีคุณภาพต้องเป็นผู้มีจิตใจงามมีความกระตือรือร้นมีความพร้อมในการให้บริการผู้อื่นเสมอ มีความเป็นมิตรต้อนรับด้วยความสุภาพอ่อนน้อมให้ความสำคัญต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน
5. สิ่งสัมผัสได้ (tangibles) รูปแบบของความสะอาดสบายทางร่างกาย อุปกรณ์เครื่องมือบุคลากรและวัสดุด้านการสื่อสาร (11 คะแนน) เช่น ธนาคารมีอาคารที่มั่นคงตกแต่งสถานที่สะอาดเรียบร้อย มีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยและมีบุคลากรที่มีบุคลิกดี แต่งกายเรียบร้อย มีจำนวนเพียงพอและมีความพร้อมที่จะให้บริการ

ธีระกิติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา (2545: 11) ได้กล่าวถึงแนวคิดคุณภาพการให้บริการของ Parasuraman และคณะ ซึ่งได้กำหนดเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ

1. รูปลักษณ์ ประกอบด้วย
 - 1.1 ความทันสมัยของอุปกรณ์
 - 1.2 สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ
 - 1.3 การแต่งกายของพนักงาน
 - 1.4 เอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ
2. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ประกอบด้วย
 - 2.1 ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้
 - 2.2 การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าและการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้า
 - 2.3 ทำงานไม่ผิดพลาด
 - 2.4 การบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมใช้งานเสมอ
 - 2.5 การมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ
3. การรับประกัน/ความมั่นใจ ประกอบด้วย
 - 3.1 ความรู้ความสามารถของพนักงานในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการ
 - 3.2 การสร้างความปลอดภัยและเชื่อมั่นในการรับบริการ
 - 3.3 ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน
 - 3.4 พฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ
4. การตอบสนองลูกค้า ประกอบด้วย
 - 4.1 มีระบบการให้บริการที่รวดเร็ว
 - 4.2 ความพร้อมของพนักงานในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ลูกค้า
 - 4.3 ความรวดเร็วในการทำงานของพนักงาน
 - 4.4 ความพร้อมของพนักงานในการให้บริการลูกค้าทันทีที่ต้องการ
5. การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ประกอบด้วย
 - 5.1 การให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละคนของพนักงานบริการ
 - 5.2 เวลาในการเปิดให้บริการและให้ความสะดวกแก่ลูกค้า
 - 5.3 โอกาสในการรับทราบข้อมูลต่างๆ ของธนาคาร
 - 5.4 ความสนใจลูกค้าอย่างแท้จริงของพนักงาน
 - 5.5 ความสามารถในการเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าชัดเจน

สุพรรณภา ธรรมมา (2551: 5) ได้กล่าวถึง การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการที่ส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตนของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการซึ่งได้กำหนดเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านอาคาร สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ หมายถึง สภาพภายในและภายนอกอาคารมีความเป็นระเบียบ เรียบร้อย สะอาด สวยงาม มีการติดป้ายบอกส่วนต่าง ๆ ไว้อย่างชัดเจนและพอเพียง ที่จอดรถสำหรับผู้ใช้บริการมีอย่างเพียงพอ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการมาใช้บริการ เครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการมีความทันสมัย จำนวนคนต่อเครื่องในการให้บริการมีอย่างเพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ เช่น เก้าอี้ สิ่งพิมพ์ น้ำดื่ม เป็นต้นอย่างเพียงพอ สถานที่ภายในตัวอาคารกว้างขวางเพียงพอขณะรอรับบริการ มีการจัดเตรียมแบบฟอร์มสำหรับการให้บริการอย่างเพียงพอ

2. ด้านความไว้วางใจในการปฏิบัติงานและความเชื่อมั่นในความรู้ของพนักงาน หมายถึง พนักงานมีการบันทึกข้อความ ตัวเลข ในเอกสารได้อย่างถูกต้องแม่นยำ พนักงานมีการให้บริการได้ดีอย่างสม่ำเสมอ พนักงานตรงต่อเวลาในการนัดหมาย พนักงานมีการเก็บรักษาความลับลูกค้าได้ดี พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการ พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาดขึ้น พนักงานมีความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงาน พนักงานสามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้อย่างเข้าใจ

3. ด้านความเต็มใจ และความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ หมายถึง พนักงานจะรีบแก้ไขเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น พนักงานมีความเต็มใจที่จะอธิบายเมื่อลูกค้ามีข้อสงสัย พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีการประสานงานกันได้อย่างดีหากลูกค้าจำเป็นต้องติดต่อหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง พนักงานมีการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

4. ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร หมายถึง ธนาคารมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีรวมถึงการคิดอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมมีความถูกต้อง มีความรู้สึกปลอดภัยขณะมาใช้บริการกับธนาคาร การใช้บริการจากตู้เอทีเอ็มของธนาคารมีความถูกต้องเชื่อถือได้ ธนาคารมีมาตรฐานระดับเดียวกันในการให้บริการไม่ว่าจะใช้บริการที่สาขาใด ด้วยความซื่อตรงและซื่อสัตย์สุจริตของผู้ปฏิบัติงานบริการ

5. ด้านอัธยาศัยไมตรีและการเข้าถึงความรู้สึกของลูกค้า หมายถึง พนักงานมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ พนักงานมีการแต่งกายที่เหมาะสม สะอาดและเรียบร้อยพนักงานสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตรกับลูกค้า พนักงานมีการให้เกียรติเอาใจใส่ให้ความสำคัญกับลูกค้า พนักงานเต็มใจรับฟังข้อตำหนิและคำร้องเรียนของลูกค้า พนักงานมีการให้บริการอย่างเสมอภาค พนักงานมีการเปิดโอกาสให้ลูกค้าพบผู้จัดการเมื่อลูกค้ามีปัญหา พนักงานมีการอธิบายชี้แจงในเรื่องที่ง่ายต่อการเข้าใจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ ด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538: 41-42) ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. เพศ เพศสามารถแบ่งแยกความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยดูเพศของผู้บริโภคเป็นหลัก ในการตอบสนองความต้องการซึ่งเป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญ เพราะปัจจุบันนี้ตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคมาก เพศที่แตกต่างกันมักจะมีทัศนคติ การรับรู้ และการตัดสินใจในเรื่องการซื้อสินค้าบริโภคต่างกัน

2. อายุ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันย่อมมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ และชอบสินค้าแฟชั่น กลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน และได้ค้นหาความต้องการของส่วนตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้น

3. สถานภาพครอบครัว ลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ การเข้าสู่ชีวิตสมรส (อายุแรกสมรส) การแตกแยกของชีวิตสมรส (อันเนื่องมาจากการตายการแยกกันอยู่การหย่าร้าง) และการสมรสใหม่ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538) สถานภาพสมรสเป็นคุณลักษณะทางประชากรที่สำคัญที่เกี่ยวกับเรื่องทางเศรษฐกิจ สังคม กฎหมาย ประเด็นสำคัญที่สุด ในการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบเกี่ยวกับสถานภาพสมรสของประชากร คือ ประเภทของสถานภาพสมรส องค์การสหประชาชาติได้รวบรวมและแบ่งแยกประเภทของสถานภาพสมรส ดังนี้

3.1 โสด

3.2 สมรส

3.3 หม้ายและไม่สมรสใหม่

3.4 หย่าร้างและไม่สมรสใหม่

3.5 สมรสแต่แยกกันอยู่โดยไม่ถูกต้องตามกฎหมายสถานภาพสมรส มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคล คนโสดจะมีอิสระทางความคิดมากกว่าคนที่แต่งงานแล้ว การตัดสินใจในเรื่องต่างๆ จะใช้เวลาน้อยกว่าคนที่แต่งงานแล้ว เนื่องจากไม่มีภาระผูกพัน หรือคนที่ต้องอยู่ในความรับผิดชอบมากเท่ากับคนที่แต่งงานแล้ว

4. รายได้ ระดับการศึกษาและอาชีพ (Income Education and Occupation) เป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกันคนที่มีการศึกษาสูงจะมีความได้เปรียบ ที่จะได้รับบริการที่ดีกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอน หรือรูปแบบการให้บริการได้ดีกว่าส่วนผู้ที่มีรายได้ต่ำความถี่ในการเข้าไปใช้บริการอาจไม่มากนัก จึงมีความคาดหวังว่า เมื่อเข้าไปใช้บริการแล้วจะได้รับบริการที่ดีเท่าเทียมกับผู้อื่น

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543: 38-39) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมถึงอายุ เพศ วงจรชีวิตของครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อนักการตลาด เพราะมันเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้าทั้งหลายการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่ และตลาดอื่นก็จะหมดไปหรือลดความสำคัญลง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังนี้

1. อายุ นักการตลาดต้องคำนึงถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงของประชากรในเรื่องของอายุด้วย
2. เพศ จำนวนสตรี (สมรสหรือโสด) ที่ทำงานนอกบ้านเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ นักการตลาดต้องคำนึงว่าปัจจุบันสตรีเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ ซึ่งที่แล้มาผู้ชายเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ นอกจากนั้นบทบาทของสตรีและบุรุษบางส่วนที่ซ้ำกัน
3. วงจรชีวิตครอบครัว ขั้นตอนแต่ละขั้นของวงจรชีวิตของครอบครัวเป็นตัวกำหนดที่สำคัญของพฤติกรรม ขั้นตอนของวงจรชีวิตของครอบครัวแบ่งออกเป็น 9 ขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนจะมีพฤติกรรมที่ซื้อที่แตกต่างกัน
4. การศึกษาและรายได้ นักการตลาดต้องสนใจในแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคลเนื่องจากรายได้จะมีผลต่ออำนาจการซื้อ ส่วนผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ เนื่องจากผู้มีการศึกษาสูงจะมีอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

จึงสรุปได้ว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยที่นิยมนามาใช้ศึกษากันมากที่สุดในการแบ่งส่วนการตลาดตามกลุ่มผู้บริโภค โดยอาศัยตัวแปรศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ศาสนา ขนาดครอบครัว หรือวงจรชีวิตครอบครัวนั้น นำมาวางแผนกำหนดกลยุทธ์สร้างความต้องการหรือจูงใจ ให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อให้เข้าถึงและตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรงมากที่สุด เพราะจะทำให้ นักการตลาดนั้นสามารถประเมินขนาดของตลาดเป้าหมายได้ตามสัดส่วนที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภักจิรา บานเพียร และคณะ (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25 - 35 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. อาชีพพนักงานบริษัท/หน่วยงานเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-25,000 บาท คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ และสาขานวนคร ภาพรวม อยู่ในระดับสูงเมื่อพิจารณาตามสาขา พบว่า สาขาประตูน้ำพระอินทร์ ภาพรวมอยู่ในระดับสูง โดยมีความคิดเห็นด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้สูงสุด และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ต่ำสุด สาขา นวนคร ภาพรวม อยู่ในระดับสูงที่สุด โดยมีความคิดเห็นด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้สูงสุด และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ต่ำสุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลูกค้ายี่สิบเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสาขาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน และลูกค้าที่ใช้บริการสาขาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็ว และด้านการรับประกันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพการให้บริการด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้าที่ใช้บริการที่สาขานวนคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพการให้บริการสูงกว่า ลูกค้าที่ใช้บริการสาขาประตูน้ำพระอินทร์ทุกด้าน

อุไรวรรณ จันทจเรญวงษ์ และคณะ (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่าระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก และพบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อถือต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าอยู่ในระดับดีมาก ระดับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามขนาดธนาคาร พบว่า ธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ กลาง เล็ก ภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับดีมากสำหรับผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประเภทลูกค้าขนาดธนาคารที่ใช้บริการแตกต่างกันประเมินคุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์แตกต่างกันในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ เรื่องความสะอาดของบริเวณภายในและภายนอกสาขา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอาชีพแตกต่างกันประเมินคุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เฉลิมชัย แซ่อาศัย (2554) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสินเชื่ออุตสาหกรรมสำหรับลูกค้าธนาคารกสิไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน พบว่า ด้านที่ได้รับความพึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์

และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจในระดับมากต่อปัจจัย 10 ด้านที่เป็นตัวกำหนดคุณภาพการให้บริการ โดยในแต่ละด้านจะมีปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ดังต่อไปนี้ ด้านความไว้วางใจ ปัจจัยย่อย พนักงานสินเชื่อมีการชี้แจงคุณสมบัติผลิตภัณฑ์และกำหนดเงื่อนไขการให้บริการสินเชื่อด้านความพร้อม ปัจจัยย่อย มีจำนวนพนักงานสินเชื่อเพียงพอให้บริการอยู่ตลอดเวลา ด้านความสามารถ ปัจจัยย่อย พนักงานสินเชื่อมีการแนะนำและเสนอแนะบริการสินเชื่อที่เหมาะสมตรงกับความต้องการ ด้านความสามารถในการเข้าถึง ปัจจัยย่อย สาขาให้บริการของธนาคารมีจำนวนมากและตั้งอยู่ในแหล่งที่สะดวกในการเดินทาง ด้านความมีอัธยาศัย ปัจจัยย่อย พนักงานสินเชื่อมีความยิ้มแย้มแจ่มใส และมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง ด้านการสร้างความสัมพันธ์ ปัจจัยย่อย ธนาคารมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อเพื่ออุตสาหกรรมเกษตรให้กับลูกค้าเป้าหมายและประชาชนทั่วไป ด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยย่อย ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารเป็นที่น่าเชื่อถือ ด้านความมั่นคงปลอดภัย ปัจจัยย่อย ธนาคารมีระบบจัดเก็บข้อมูลลูกค้าที่ได้มาตรฐานและปลอดภัย ด้านความรู้จักและเข้าใจลูกค้า ปัจจัยย่อย ธนาคารมีประเภทสินเชื่อรูปแบบต่างๆ ตรงตามความต้องการ ด้านความพยายามให้สิ่งที่ลูกค้าสัมผัสได้ ปัจจัยย่อย มีสิทธิพิเศษเพิ่มเติมแก่ลูกค้าสินเชื่อ

จิตาวรรณ สังฆะโยธิน (2554) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตตอนเมือง ผลการวิจัยข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารออมสิน ในเขตตอนเมือง พบว่ามีความพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน ยกเว้น ในด้านการบริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส และความเข้าใจ และด้านการบริการด้วยความกระตือรือร้น จะมีความพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิจัยข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตตอนเมืองพบว่า มีคุณภาพอยู่ในระดับมากทุกด้าน ผลการทดสอบสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์ พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสินในเขตตอนเมืองแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานด้านการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตตอนเมือง พบว่าการให้บริการของธนาคาร ด้านการบริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส และความเข้าใจ ด้านบริการตอบสนองด้วยความรวดเร็วและความสนใจในการบริการ และ ด้านบริการพร้อมกับการให้เกียรติ มีระดับคุณภาพในการให้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตตอนเมืองที่แตกต่างกัน

วีรชาติ ปุอูตรี (2554) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 380 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยผลการศึกษพบว่า มีความคาดหวังในระดับมากในด้านรูปลักษณ์ ความคาดหวังในระดับปานกลาง ด้านความน่าเชื่อถือและ

ไว้วางใจ ด้านการเห็นอดเห็นใจดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/การให้ความมั่นใจ ตามลำดับ และมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ คือสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานของธนาคารได้รับการดูแลให้สะอาด สวยงามมีความปลอดภัย ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจคือได้รับการบริการจากพนักงานตามที่ธนาคารกำหนดไว้ ด้านการเห็นอดเห็นใจดูแลเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล คือธนาคารมีการตั้งกล่องรับข้อร้องเรียนและคำแนะนำจากผู้ใช้บริการและนำไปปรับปรุงบริการที่ดีขึ้น ด้านการรับประกัน/การให้ความมั่นใจ คือพนักงานมีบุคลิกและการแสดงออกให้เชื่อมั่น และมีความมั่นใจในบริการต่างๆ ด้านการตอบสนองลูกค้า คือ พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว ปราศจากการชะลอหรือปฏิเสธการร้องขอ

นพพร สะไบบาง (2553) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส) สาขาแม่โจ้ อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน คือ ด้านรูปลักษณ์ ด้านความไว้วางใจ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อผลระดับคุณภาพการให้บริการมากที่สุด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ การทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ ไม่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการในทุกด้าน อายุ มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่ลูกค้า อาชีพ มีผลต่อคุณภาพการให้บริการด้านรูปลักษณ์เรื่องสถานที่จอดรถมีเพียงพอและรายได้มีผลต่อคุณภาพการให้บริการด้านรูปลักษณ์ ด้านความไว้วางใจเรื่องความถูกต้องแม่นยำในการคิดดอกเบี้ย และด้านการตอบสนองลูกค้า สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านบุคคลากร ด้านกระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส) สาขาแม่โจ้ อยู่ในระดับสูงและเป็นไปในทิศทางบวกทั้ง 3 ด้าน

อัจฉรา สงวนทรัพย์ และคณะ (2552) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาผักไห่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 392 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ คือแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพในการให้บริการของธนาคารโดยรวมอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า คุณภาพการให้บริการในด้านการรับประกันเรื่องพนักงานมีความน่าเชื่อถือ ของธนาคารออมสิน สาขาผักไห่อยู่ในระดับสูง ลำดับต่อมาคือ คุณภาพการให้บริการในด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ คุณภาพการให้บริการในด้านความรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.204 คุณภาพการให้บริการในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.203 และคุณภาพการให้บริการในด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.199 ตามลำดับ และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าเพศระดับการศึกษา และระดับรายได้ของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสินที่แตกต่างกัน ได้รับคุณภาพในการให้บริการโดยรวมไม่ต่างกัน แต่อายุ และอาชีพของผู้มาใช้

บริการธนาคารออมสินที่ต่างกันได้รับคุณภาพในการให้บริการโดยรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ฉัตรวรรณ ธาราศักดิ์ (2551) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาคุณภาพการบริการของพนักงานธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีราชา จังหวัดชลบุรีโดยศึกษาจากลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวน 485 คน ผลการศึกษาวินิจฉัยสรุปได้ว่า โดยภาพรวมระดับคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ เรื่องทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมและสะดวกต่อการมาติดต่อ ด้านความน่าเชื่อถือ เรื่องการให้บริการมีความถูกต้องไม่ผิดพลาด และการได้รับคำแนะนำที่ถูกต้องจากพนักงาน ด้านการตอบสนอง เรื่องพนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ด้านความสามารถ เรื่องพนักงานมีความรู้ในการบริการเป็นอย่างดี ด้านความมีมารยาท เรื่องพนักงานแต่งการสุภาพเรียบร้อย ด้านความน่าไว้วางใจ เรื่องพนักงานคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ ด้านการเข้าถึง เรื่องธนาคารมีการบริการครบถ้วน ตรงตามความต้องการของลูกค้า ด้านความเข้าใจ เรื่องบริการของธนาคารธนชาติสามารถตอบสนองความต้องการทางการเงินของลูกค้าได้เป็นอย่างดี และเมื่อพิจารณาตามคุณลักษณะของลูกค้า รายด้านต่างๆ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันและกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความเห็นต่อคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันและกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันและกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันและตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สุพรรณภา ธรรมมา (2551) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาอรัญประเทศจังหวัดสระแก้วผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว โดยรวมมีคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย อยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณาเป็นด้านพบว่า ด้านอาคารสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก เรื่องสภาพภายในและภายนอกอาคารมีความเป็นระเบียบ เรียบร้อย สะอาด สวยงามด้านความไว้วางใจในการปฏิบัติงานและความเชื่อมั่นในความรู้ เรื่องพนักงานมีการบันทึกข้อความ ตัวเลขในเอกสารได้อย่างถูกต้องแม่นยำด้านความเต็มใจและความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ เรื่องพนักงานจะรีบแก้ไขเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร เรื่องธนาคารมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีด้านอัธยาศัยไมตรีและการเข้าถึงความรู้สึกของลูกค้า เรื่องพนักงานมีมารยาทดี และแต่งกายเหมาะสมสะอาดเรียบร้อย และผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของ คุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว พบว่า ระดับการศึกษา ความถี่ในการใช้บริการและช่วงเวลาติดต่อกับธนาคารต่างกันมีคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้วแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

กรอบแนวความคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวความคิดการวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ได้มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาคือ ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่เลขที่ 444 หมู่ที่ 7 ถนนโชตนา ตำบลเชียงดาว อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นสถาบันทางการเงินในสังกัด กระทรวงการคลัง

กลุ่มประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษาคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่เนื่องจากประชากรมีจำนวนที่ไม่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของ W.G.cochran สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร

ใช้สูตรของ W.G.cochran

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (โดยทั่วไปนิยมใช้สัดส่วน 30% หรือ 0.30)

Z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ เช่น

Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 เท่ากับ 1.65 (ความเชื่อมั่น 90%) >> Z = 1.65

Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%) >> Z = 1.96

Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 เท่ากับ 2.58 (ความเชื่อมั่น 99%) >> Z = 2.58

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (จะต้องสอดคล้องกับค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นนั้นๆ) เช่น

ระดับความเชื่อมั่น 90% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.10

ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

ระดับความเชื่อมั่น 99% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.01

แทนค่า

$$\begin{aligned}
 &= \frac{0.3(1-0.3)1.96^2}{0.05^2} \\
 &= \frac{0.3(0.7)3.84}{0.0025} \\
 &= \frac{0.8064}{0.0025} \\
 &= 322.56
 \end{aligned}$$

ดังนั้น จากการคำนวณ ขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างต่ำที่จะต้องเก็บรวบรวมคือ 323 ตัวอย่างโดยใช้เทคนิคการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) โดย การสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental sampling) เป็นการสุ่มจากจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว ด้านการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ผ่านหน้าเคาเตอร์ เช่น ฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน ชำระค่าสินค้าหรือค่าสาธารณูปโภคต่างๆ โดยที่ลูกค้าเป็นใครก็ได้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน (กัลยา วาณิชบัญชา, 2542)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผู้ทำการวิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษานำมาประกอบในการสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งเนื้อหาของคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 คุณภาพการให้บริการด้านธุรกรรมทางการเงินของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีทั้งหมด 5 ด้านคือด้านสิ่งสัมผัสด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล โดยแบ่งระดับคุณภาพออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

1. ระดับคุณภาพ	มากที่สุด	5	คะแนน
2. ระดับคุณภาพ	มาก	4	คะแนน
3. ระดับคุณภาพ	ปานกลาง	3	คะแนน
4. ระดับคุณภาพ	น้อย	2	คะแนน
5. ระดับคุณภาพ	น้อยที่สุด	1	คะแนน

โดยการนำคะแนนระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมารวมกันเพื่อหาระดับเฉลี่ย ของแต่ละตัว โดยมีเกณฑ์การกำหนดช่วงคะแนน ดังนี้

$$\begin{aligned}
 & \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ระดับคะแนนแปลความหมาย

ระดับ 5 ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	ระดับคุณภาพมากที่สุด
ระดับ 4 ค่าเฉลี่ย 3.41–4.20	ระดับคุณภาพมาก
ระดับ 3 ค่าเฉลี่ย 2.61–3.40	ระดับคุณภาพปานกลาง
ระดับ 2 ค่าเฉลี่ย 1.81–2.60	ระดับคุณภาพน้อย
ระดับ 1 ค่าเฉลี่ย 1.00– 1.80	ระดับคุณภาพน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

การทดสอบเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ “คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่” และได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์จัดทำแบบสอบถามโดยอ้างอิงจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด และนำเสนอคณะกรรมการอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและปรับปรุงแบบสอบถามให้มีเนื้อหาถูกต้องและสมบูรณ์

2. ทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยวิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbrach) โดยทำการแจกแบบสอบถาม ให้กับกลุ่มตัวอย่าง 20 ราย ก่อนการใช้จริง ซึ่งค่าความเชื่อมั่นที่ดีจะต้องมีค่า 0.7 ขึ้นไป

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \frac{[1 - \sum S_i^2]}{S_i^2}$$

α	หมายถึง สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
n	หมายถึง จำนวนข้อ
S_i^2	หมายถึง คะแนนความแปรปรวนแต่ละข้อ
S_i^2	หมายถึง คะแนนความแปรปรวนทั้งหมด

สำหรับผลการทดสอบความเชื่อมั่นที่ได้จากการหาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาคได้เท่ากับ 0.95 ซึ่งเป็นค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ ซึ่งถือว่าสามารถใช้คำถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ (สรายุทธ กันหลง, 2555: ระบบออนไลน์)

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เอกสารต่างๆ ได้แก่ รายงาน วารสาร ตลอดจนบทความต่างๆ ที่หาได้จากห้องสมุดมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลมากมายและเป็นข้อมูลที่ น่าเชื่อถือ ซึ่งสามารถนำมาอ้างอิงในงานวิจัยของเราได้
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการตอบแบบสอบถาม จากลูกค้าที่มาใช้บริการที่ ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บ ข้อมูลด้วยตัวเอง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 323 คน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนคำขึ้นต้นของชื่อจริง เพียงพยางค์เดียว บนแบบสอบถาม เพื่อช่วยให้ผู้วิจัยสามารถตรวจสอบได้ว่า ข้อมูลที่เก็บมาได้จะไม่ ซ้ำกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ค่าแจกแจงความถี่ร้อยละ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบตามเกณฑ์ที่กำหนด
3. การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One Way Analysis of Variance : ANOVA)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาได้ทำการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลโดยสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ตอนที่ 4 การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม นำเสนอในตาราง ตามลำดับ ดังนี้

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	149	46.10
หญิง	174	53.90
รวม	323	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 53.90 และเป็นเพศชาย จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 46.10

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	13	04.00
20-30 ปี	56	17.30
31-40 ปี	82	25.40
41-50 ปี	88	27.20
51 ปีขึ้นไป	84	26.10
รวม	323	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 27.20 รองลงมา มีช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 26.10 มีช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 25.40 มีช่วงอายุ 20-30 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 และมีช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าประถมศึกษา	43	13.30
ป.1-ป.6	69	21.40
ม.1-ม.3	34	10.50
ม.4-ม.6/ปวช.	94	29.10
อนุปริญญา/ปวส.	27	8.40
ปริญญาตรี	45	13.90
สูงกว่าปริญญาตรี	11	3.40
รวม	323	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาระดับ ม.4-ม.6/ปวช. จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 29.10 รองลงมาวุฒิการศึกษาระดับ ป.1-ป.6 จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 21.40 มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 13.90 มีวุฒิการศึกษา ระดับต่ำกว่าประถมศึกษา จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 มีวุฒิการศึกษาระดับ ม.1-ม.3 จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 มีวุฒิการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 8.40 และมีวุฒิการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	23	7.10
พนักงานบริษัทเอกชน	30	9.30
เจ้าของกิจการ/ค้าขาย	97	30.00
รับจ้างทั่วไป	86	26.60
นักเรียน/นักศึกษา	27	8.40
เกษตรกร	53	16.40
แพทย์/พยาบาล	7	2.20
รวม	323	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ค้าขาย จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 26.60 มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 16.40 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 8.40 มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.10 และมีอาชีพแพทย์/พยาบาล จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	24	7.40
5,000-10,000 บาท	71	22.00
10,001-15,000 บาท	76	23.50
15,001-20,000 บาท	93	28.80
20,001 บาทขึ้นไป	59	18.30
รวม	323	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 28.80 รองลงมา มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 มีรายได้ 5,000-10,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 22 มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 และมีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของ
ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงใหม่
จังหวัดเชียงใหม่

คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 5 ด้าน นำเสนอในตาราง ตามลำดับ ดังนี้

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการโดยรวม

คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D	ระดับ คุณภาพ
1. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	3.86	0.583	มาก
2. ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้	4.18	0.587	มาก
3. ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ	3.93	0.576	มาก
4. ด้านการตอบสนองลูกค้า	3.38	0.682	ปานกลาง
5. ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	3.50	0.731	มาก
รวม	3.77	0.434	มาก

ตารางที่ 8 จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 โดยให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากมีด้วยกัน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมาด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ส่วนอีก 1 ด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง ได้แก่ ด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ระดับคุณภาพการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสิ่งที่สัมผัสได้

การให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	Mean	Std.	ระดับ คุณภาพ
1. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้			
1.1 ภายในและภายนอกสาขา ดูสะอาด และเป็นระเบียบ นำเข้ามาใช้บริการ	4.46	0.636	มากที่สุด
1.2 มีสถานที่จอดรถเพียงพอ ลูกค้าที่มาใช้บริการ	3.96	0.868	มาก
1.3 จำนวนเคาน์เตอร์ที่ให้บริการ มีอย่างเพียงพอ ต่อจำนวนลูกค้า	3.34	1.052	ปานกลาง
1.4 มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เก้าอี้ หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม ไวคอยบริการ	3.37	1.102	ปานกลาง
1.5 พนักงานแต่งกายสุภาพ ถูกต้องตามระเบียบ	4.18	0.759	มาก
รวมค่าเฉลี่ยด้านสิ่งที่สัมผัสได้	3.86	0.583	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ เรื่องภายในและภายนอกสาขา ดูสะอาด และเป็นระเบียบ นำเข้ามาใช้บริการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 รองลงมาเรื่องพนักงานแต่งกายสุภาพ ถูกต้องตามระเบียบ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เรื่องมีสถานที่จอดรถเพียงพอลูกค้าที่มาใช้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 เรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เก้าอี้ หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม ไวคอยบริการ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 และเรื่องจำนวนเคาน์เตอร์ที่ให้บริการ มีอย่างเพียงพอต่อจำนวนลูกค้า ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ระดับคุณภาพการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้

การให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	Mean	Std.	ระดับ คุณภาพ
2. ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้			
2.1 พนักงานทำรายการได้อย่าง ถูกต้อง แม่นยำ ไม่เกิดข้อผิดพลาด	4.23	0.715	มากที่สุด
2.2 พนักงานมีความรู้ในการปฏิบัติงาน และให้คำแนะนำ แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี	4.21	0.714	มากที่สุด
2.3 พนักงานมีความรู้ความสามารถ ในการให้คำปรึกษา ทางการเงิน แก่ลูกค้าได้	4.15	0.724	มาก
2.4 การคิดอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียม มีความถูกต้อง	4.15	0.713	มาก
2.5 ธนาคารมีชื่อเสียง และภาพพจน์ที่ดี	4.14	0.771	มาก
2.6 มีความรู้สึกปลอดภัย ขณะที่มาใช้บริการกับธนาคาร	4.18	0.697	มาก
รวมค่าเฉลี่ยด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้	4.18	0.587	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ เรื่องพนักงานทำรายการได้อย่าง ถูกต้อง แม่นยำ ไม่เกิดข้อผิดพลาด ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาเรื่องพนักงานมีความรู้ในการปฏิบัติงาน และให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เรื่องมีความรู้สึกปลอดภัย ขณะที่มาใช้บริการกับธนาคาร ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เรื่องพนักงานมีความรู้ความสามารถ ในการให้คำปรึกษาทางการเงิน แก่ลูกค้าได้ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เรื่องการคิดอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียม มีความถูกต้อง ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และเรื่องธนาคารมีชื่อเสียง และภาพพจน์ที่ดี ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ระดับคุณภาพการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ

การให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	Mean	Std.	ระดับ คุณภาพ
3. ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ			
3.1 พนักงานเข้าใจ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า	4.11	0.715	มาก
3.2 พนักงาน และผู้จัดการสาขา มีความน่าเชื่อถือ	4.21	0.714	มากที่สุด
3.3 พนักงานปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต	3.91	0.724	มาก
3.4 พนักงานสามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจและตอบข้อสงสัยได้เป็นอย่างดี	3.77	0.713	มาก
3.5 เมื่อเกิดข้อผิดพลาด พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้	3.65	0.771	มาก
รวมค่าเฉลี่ยด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ	3.93	0.576	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ เรื่องพนักงาน และผู้จัดการสาขา มีความน่าเชื่อถือ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมาเรื่องพนักงานเข้าใจ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เรื่องพนักงานปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 เรื่องพนักงานสามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจและตอบข้อสงสัยได้เป็นอย่างดี ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และเรื่องเมื่อเกิดข้อผิดพลาด พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ระดับคุณภาพการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตอบสนองลูกค้า

การให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่	Mean	Std.	ระดับ คุณภาพ
4. ด้านการตอบสนองลูกค้า			
4.1 พนักงานมีความกระตือรือร้น และใส่ใจในการให้บริการ	3.01	0.987	ปานกลาง
4.2 ลูกค้าได้รับการบริการอย่างรวดเร็ว ไม่ต้องรอคิวนาน	3.38	0.834	ปานกลาง
4.3 พนักงานทำรายการ แต่ละรายการโดยใช้เวลาไม่นาน	3.46	0.793	มาก
4.4 พนักงานเต็มใจช่วยเหลือ และอธิบายเมื่อลูกค้ามีข้อสงสัย	3.50	0.786	มาก
4.5 การทำธุรกรรมเป็นเรื่องง่าย และสะดวก สบาย ไม่มีขั้นตอนเยอะ	3.57	0.822	มาก
รวมค่าเฉลี่ยด้านการตอบสนองลูกค้า	3.38	0.682	ปานกลาง

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า เรื่องการทำธุรกรรมเป็นเรื่องง่าย และสะดวก สบาย ไม่มีขั้นตอนเยอะ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 รองลงมาเรื่องพนักงานเต็มใจช่วยเหลือ และอธิบายเมื่อลูกค้ามีข้อสงสัย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 เรื่องพนักงานทำรายการ แต่ละรายการโดยใช้เวลาไม่นาน ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 เรื่องลูกค้าได้รับการบริการอย่างรวดเร็ว ไม่ต้องรอคิวนาน ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และเรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้น และใส่ใจในการให้บริการ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 ระดับคุณภาพการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

การให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	Mean	Std.	ระดับ คุณภาพ
5. ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล			
5.1 มีพนักงานเข้ามาต้อนรับ และให้คำแนะนำ ในการ ใช้บริการ	3.41	0.896	มาก
5.2 รู้สึกถึงการต้อนรับที่อบอุ่นเหมือนเป็นลูกค้าคนสำคัญ	3.47	0.868	มาก
5.3 พนักงานมีมารยาทดี และให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส	3.60	0.845	มาก
5.4 พนักงานมีการบริการที่เป็นกันเอง สร้างความเป็นมิตร กับลูกค้า	3.57	0.858	มาก
5.5 เมื่อมีบริการใหม่ ธนาคารจะแจ้งให้ทราบอย่าง สม่ำเสมอ	3.47	0.913	มาก
รวมค่าเฉลี่ยด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	3.50	0.731	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล เรื่องพนักงานมีมารยาทดี และให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 รองลงมาเรื่องพนักงานมีการบริการที่เป็นกันเอง สร้างความเป็นมิตรกับลูกค้า ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 เรื่องรู้สึกถึงการต้อนรับที่อบอุ่นเหมือนเป็นลูกค้าคนสำคัญ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 เรื่องเมื่อมีบริการใหม่ ธนาคารจะแจ้งให้ทราบอย่างสม่ำเสมอ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และเรื่องมีพนักงานเข้ามาต้อนรับ และให้คำแนะนำในการใช้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

1. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้

เรื่องจำนวนเคาน์เตอร์ที่ให้บริการ มีอย่างเพียงพอต่อจำนวนลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 5 ราย ได้ให้ข้อเสนอแนะดังนี้ ธนาคารควรเปิดช่องให้บริการเพิ่มสำหรับผู้มาทำรายการ เพื่อให้การทำธุรกรรมทางการเงินของผู้มาใช้บริการมีความรวดเร็วขึ้น และลดระยะเวลาการรอคิวในการทำรายการ สำหรับเรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เก้าอี้ หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม ไวคอยบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 6 ราย ได้ให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้ เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ทางธนาคารควรจัดเตรียมเก้าอี้เสริม ไว้ให้ลูกค้านั่งรอคิวสำหรับทำรายการอย่างเพียงพอ ธนาคารควรบริการน้ำดื่ม ให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและทั่วถึงทุกคน และควรมีภาชนะไว้สำหรับวางแก้วน้ำดื่มที่ใช้แล้ว นอกจากนั้นทางธนาคารควรมีหนังสือ นิตยสาร หรืออื่นๆ ไว้บริการแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

2. ด้านการตอบสนองลูกค้า

พนักงานมีความกระตือรือร้น และใส่ใจในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 5 ราย ได้ให้ข้อเสนอแนะดังนี้ พนักงานควรทำรายการ หรือปฏิบัติงานด้วยความกระตือรือร้น และใส่ใจในการให้บริการลูกค้า พนักงานควรเรียกและเชิญลูกค้าให้เข้าไปใช้บริการด้วยความเต็มใจ ทำรายการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว นอกจากนั้นพนักงานควรอยู่ประจำช่องให้บริการและพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าอยู่ตลอดเวลา

ตอนที่ 4 การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อคุณภาพ การให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 14 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

คุณภาพการ ให้บริการ	ระดับการศึกษา														F	Sig
	ต่ำกว่าประถม		ป.1-ป.6		ม.1-ม.3		ม.4-ม.6		อนุปริญญา /ปวช.		ป.ตรี		สูงกว่า ป.ตรี			
	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD		
1. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	3.99	.565	3.81	.563	3.89	.603	3.91	.581	3.91	.611	3.63	.555	3.96	.644	1.891	.082
2. ด้านความเชื่อถือ และไว้วางใจได้	4.33	.595	4.22	.598	3.97	.662	4.16	.558	4.33	.563	4.07	.519	4.24	.664	1.845	.090
3. ด้านการ รับประกัน/ความ มั่นใจ	4.11	.642	3.89	.578	3.79	.491	3.87	.578	3.95	.678	3.97	.487	4.16	.463	1.564	.157
4. ด้านการตอบสนอง ลูกค้า	3.52	.696	3.20	.649	3.20	.599	3.39	.703	3.54	.800	3.45	.594	3.82	.583	2.681	.015*
5. ด้านการเอาใจใส่ ลูกค้าเป็นรายบุคคล	3.53	.920	3.40	.765	3.45	.579	3.55	.689	3.47	.738	3.56	.700	3.65	.646	0.440	.852

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 14 ผลการเปรียบเทียบระหว่างระดับการศึกษาของผู้มาใช้บริการ กับคุณภาพการให้บริการโดยรวม ของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า แตกต่างกัน



ตารางที่ 15 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งสัมผัสได้ จำแนกตามระดับการศึกษา

1. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	ระดับการศึกษา														F	Sig
	ต่ำกว่าประถม		ป.1-ป.6		ม.1-ม.3		ม.4-ม.6 /ปวช.		อนุปริญญา /ปวส.		ป.ตรี		สูงกว่า ป.ตรี			
	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD		
1.1 ภายใน/นอกสาขา ดูสะอาดเป็นระเบียบ นำใช้บริการ	4.77	.480	4.41	.693	4.44	.746	4.43	.631	4.56	.506	4.20	.548	4.64	.674	3.457	.003*
1.2 มีที่จอดรถเพียง ต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ	4.26	.759	3.80	.979	4.15	.784	3.93	.895	4.11	.801	3.80	.786	3.82	.751	2.003	.065
1.3เคาน์เตอร์ ให้บริการมีเพียงพอต่อ ลูกค้า	3.26	1.197	3.32	.993	3.38	1.101	3.53	1.013	3.30	1.103	2.98	.988	3.64	.924	1.642	.135
1.4 มีสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกไว้บริการ	3.35	1.152	3.30	1.102	3.44	1.186	3.46	1.074	3.30	1.171	3.24	1.026	3.45	1.214	0.289	.942
1.5 พนักงานแต่งกาย สุภาพตามระเบียบ	4.35	.813	4.25	.673	4.03	1.029	4.19	.737	4.30	.609	3.91	.633	4.27	.905	1.768	.105

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 15 ผลการเปรียบเทียบระหว่างระดับการศึกษาของผู้มาใช้บริการ กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ แตกต่างกันในเรื่องภายในและภายนอกสาขา ดูสะอาด และเป็นระเบียบ นำเข้ามาใช้บริการ โดยผู้มาใช้บริการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญน้อยที่สุด



ตารางที่ 16 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ จำแนกตามระดับการศึกษา

2. ด้านความเชื่อถือ และไว้วางใจได้	ระดับการศึกษา														F	Sig
	ต่ำกว่าประถม		ป.1-ป.6		ม.1-ม.3		ม.4-ม.6 /ปวช.		อนุปริญญา /ปวส.		ป.ตรี		สูงกว่า ป.ตรี			
	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD		
2.1 พนักงานทำราย การถูกต้องไม่ผิด	4.49	.668	4.29	.730	4.12	.880	4.17	.713	4.30	.609	4.04	.601	4.18	.751	1.846	.090
2.2 พนักงานมีความรู้ ในการทำงานและ แนะนำลูกค้าได้	4.42	.731	4.33	.700	4.09	.830	4.12	.670	4.30	.669	4.07	.688	4.27	.786	1.791	.100
2.3 พนักงานให้ คำปรึกษาทางการเงิน ได้	4.26	.693	4.13	.765	3.94	.814	4.19	.660	4.33	.679	4.02	.753	4.18	.751	1.214	.299
2.4 การคิดอัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียมมี ความถูกต้อง	4.33	.778	4.22	.683	3.85	.821	4.12	.637	4.37	.688	4.02	.690	4.27	.786	2.338	.032*
2.5 ธนาคารมีชื่อเสียง และภาพพจน์ที่ดี	4.16	.974	4.12	.850	3.91	.793	4.14	.666	4.33	.734	4.18	.614	4.36	.809	0.968	.447
2.6 รู้สึกปลอดภัยเมื่อ มาใช้บริการ	4.30	.773	4.22	.704	3.88	.808	4.20	.615	4.33	.679	4.11	.611	4.18	.874	1.614	.143

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 16 ผลการเปรียบเทียบระหว่างระดับการศึกษาของผู้มาใช้บริการ กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ แตกต่างกัน ในเรื่องการคิดอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียม มีความถูกต้อง โดยผู้มาใช้บริการที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 ให้ความสำคัญน้อยที่สุด



ตารางที่ 17 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ จำแนกตามระดับการศึกษา

3. ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ	ระดับการศึกษา														F	Sig
	ต่ำกว่าประถม		ป.1-ป.6		ม.1-ม.3		ม.4-ม.6		อนุปริญญา /ปวส.		ป.ตรี		สูงกว่า ป.ตรี			
							/ปวช.									
	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD		
3.1 พนักงานนำเสนอผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการ	4.23	.782	4.19	.772	3.82	.758	4.15	.687	4.19	.736	3.96	.706	4.00	.775	1.649	.133
3.2 พนักงาน และผู้จัดการนำเชื้อถือ	4.42	.663	4.28	.662	3.94	.776	4.19	.708	4.30	.669	4.13	.588	4.18	.874	1.810	.097
3.3 พนักงานมีความซื่อสัตย์ สุจริต	4.00	1.000	3.78	.855	3.74	.864	3.82	.855	3.93	.997	4.20	.869	4.36	.674	1.983	.068
3.4 พนักงานอธิบาย/ตอบข้อสงสัยได้	4.00	.926	3.64	.840	3.76	.781	3.66	.837	3.70	.993	3.93	.863	4.18	.751	1.765	.106
3.5 สามารถแก้ไข ปัญหา ที่เกิดขึ้นได้	3.88	.956	3.58	.864	3.71	.799	3.54	.825	3.63	1.006	3.64	.802	4.09	.701	1.362	.230

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 17 ผลการเปรียบเทียบระหว่างระดับการศึกษาของผู้มาใช้บริการ กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 18 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา

4. ด้านการตอบ สนองลูกค้า	ระดับการศึกษา														F	Sig
	ต่ำกว่าประถม		ป.1-ป.6		ม.1-ม.3		ม.4-ม.6		อนุปริญญา		ป.ตรี		สูงกว่า ป.ตรี			
							/ปวช.		/ปวส.							
	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD		
4.1 พนักงาน กระตือรือร้น ใส่ใจ ให้บริการ	3.23	1.065	2.72	.889	2.62	.922	3.02	.939	3.26	1.130	3.24	.957	3.36	1.027	3.300	.004*
4.2 บริการรวดเร็ว ไม่รอนาน	3.60	.821	3.16	.816	3.26	.751	3.41	.835	3.44	1.013	3.38	.806	3.82	.603	2.030	.061
4.3 ใช้เวลาไม่นานทำ รายการ	3.63	.817	3.25	.812	3.32	.684	3.44	.811	3.70	.775	3.51	.727	4.00	.632	2.732	.013*
4.4 พนักงานเต็มใจช่วย เหลืออธิบายเมื่อ ลูกค้าสงสัย	3.56	.881	3.39	.808	3.38	.697	3.51	.786	3.67	.832	3.47	.694	3.82	.751	0.903	.493
4.5 การทำธุรกรรม ไม่มีขั้นตอนเยอะ	3.58	.906	3.48	.797	3.41	.701	3.55	.784	3.63	.926	3.67	.879	4.09	.701	1.231	.290

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 18 ผลการเปรียบเทียบระหว่างระดับการศึกษาของผู้มาใช้บริการ กับคุณภาพการให้บริการ พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้า แตกต่างกัน ในเรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้นและใส่ใจในการให้บริการ โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่1-3 ให้ความสำคัญน้อยที่สุด และยังพบว่าให้ความสำคัญแตกต่างกันในเรื่องพนักงานทำรายการโดยใช้เวลาไม่นาน โดยผู้มาใช้บริการที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่1-6 ให้ความสำคัญน้อยที่สุด



ตารางที่ 19 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา

5.ด้านการเอาใจใส่ ลูกค้าเป็นรายบุคคล	ระดับการศึกษา														F	Sig
	ต่ำกว่าประถม		ป.1-ป.6		ม.1-ม.3		ม.4-ม.6		อนุปริญญา		ป.ตรี		สูงกว่า ป.ตรี			
	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD		
5.1 มีพนักงานต้อนรับ /ให้คำแนะนำ	3.33	1.063	3.46	.867	3.35	.774	3.47	.839	3.11	.974	3.53	.919	3.45	.934	0.837	.542
5.2 รู้สึกอบอุ่นเหมือน เป็นคนสำคัญ	3.51	1.077	3.41	.880	3.47	.748	3.51	.786	3.30	.912	3.53	.894	3.45	.820	0.330	.921
5.3 พนักงานมี มารยาทดีและยิ้มแย้ม	3.67	1.040	3.52	.868	3.41	.821	3.64	.760	3.48	.849	3.71	.815	3.82	.751	0.805	.566
5.4 บริการเป็นกันเอง และเป็นมิตร	3.58	1.029	3.35	.888	3.53	.706	3.64	.801	3.74	.859	3.62	.860	3.91	.701	1.386	.220
5.5 เมื่อมีบริการใหม่ ธนาคารจะแจ้ง ให้ทราบ	3.53	1.077	3.29	.925	3.47	.615	3.49	.877	3.74	1.059	3.42	.892	3.64	.924	0.967	.448

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 19 ผลการเปรียบเทียบระหว่างระดับการศึกษาของผู้มาใช้บริการ กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 20 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการโดยรวม จำแนกตามรายได้

คุณภาพการให้บริการ	รายได้										F	Sig
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000-10,000 บาท		10,001-15,000บาท		15,001-20,000บาท		20,001 บาทขึ้นไป			
	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD		
1. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	3.98	.643	3.87	.559	3.94	.607	3.75	.593	3.87	.526	1.573	.181
2 ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้	4.42	.525	4.12	.592	4.26	.544	4.12	.603	4.14	.611	1.997	.095
3. ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ	4.09	.504	3.86	.628	3.92	.576	3.86	.564	4.07	.533	2.001	.094
4. ด้านการตอบสนองลูกค้า	3.36	.534	3.25	.628	3.41	.776	3.41	.687	3.48	.654	1.086	.364
5. ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	3.61	.706	3.41	.749	3.50	.722	3.49	.735	3.60	.728	0.686	.602

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 20 ผลการเปรียบเทียบระหว่างรายได้ของผู้มาใช้บริการ กับคุณภาพการให้บริการ โดยรวม ของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกัน ให้ ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 21 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ จำแนกตามรายได้

1. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	รายได้										F	Sig
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000-10,000บาท		10,001-15,000บาท		15,001-20,000บาท		20,001 บาทขึ้นไป			
	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD		
1.1 ภายใน/นอกสาขาสะอาดเป็นระเบียบ นำเข้ามาให้บริการ	4.67	.702	4.31	.748	4.42	.617	4.42	.577	4.64	.517	3.102	.016*
1.2 มีสถานที่จอดรถเพียงพอลูกค้าที่มาใช้บริการ	4.00	.978	3.97	.828	4.16	.834	3.92	.863	3.73	.887	2.118	.078
1.3 จำนวนเคาน์เตอร์มีอย่างเพียงพอ ต่อลูกค้า	3.42	1.139	3.51	1.026	3.39	1.120	3.15	1.032	3.34	.976	1.289	.274
1.4 มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น แก้ว น้ำดื่ม ไว้คอยบริการ	3.58	1.213	3.39	1.075	3.50	1.125	3.14	1.059	3.42	1.102	1.558	.185
1.5 พนักงานแต่งกายสุภาพถูกต้องตามระเบียบ	4.25	.847	4.15	.749	4.25	.733	4.10	.767	4.22	.767	0.550	.699

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 21 ผลการเปรียบเทียบระหว่างรายได้ของผู้มาใช้บริการ กับคุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญ กับคุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ แตกต่างกัน ในเรื่องภายในและภายนอกสาขา ตู้สะอาด และเป็นระเบียบ นำเข้ามาใช้บริการ โดยผู้มาใช้บริการที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ น้อยที่สุด

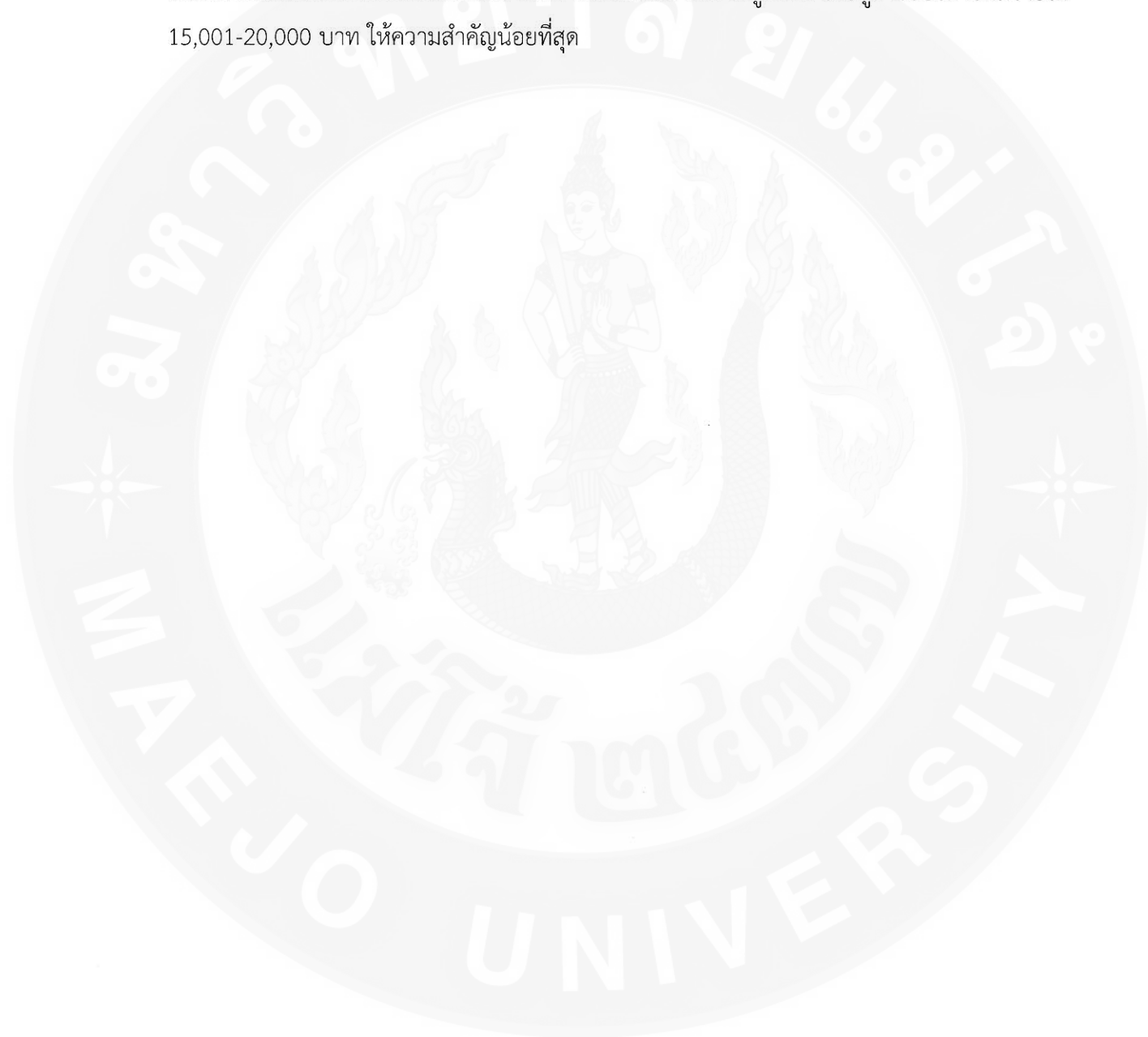


ตารางที่ 22 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ จำแนกตามรายได้

2. ด้านความเชื่อถือและ ไว้วางใจได้	รายได้										F	Sig
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000-10,000 บาท		10,001-15,000บาท		15,001-20,000บาท		20,001 บาทขึ้นไป			
	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD		
2.1 พนักงานทำรายการได้อย่างถูกต้อง ไม่เกิดข้อผิดพลาด	4.38	.770	4.23	.680	4.28	.704	4.11	.758	4.29	.671	1.107	.353
2.2 พนักงานมีความรู้ในการปฏิบัติงานและให้คำแนะนำได้	4.54	.588	4.08	.751	4.32	.616	4.14	.774	4.22	.696	2.532	.040*
2.3 พนักงานให้คำปรึกษาทางการเงิน แก่ลูกค้าได้	4.33	.637	4.01	.765	4.22	.685	4.13	.726	4.17	.746	1.240	.294
2.4 การคิดอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียม มีความถูกต้อง	4.50	.659	4.08	.692	4.29	.629	4.03	.729	4.10	.781	3.105	.016*
2.5 ธนาคารมีชื่อเสียง และภาพพจน์ที่ดี	4.42	.776	4.15	.690	4.18	.743	4.14	.731	3.97	.928	1.603	.173
2.6 มีความรู้สึกปลอดภัย ขณะที่มาใช้บริการ	4.38	.770	4.13	.653	4.29	.649	4.16	.664	4.07	.807	1.450	.217

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 22 ผลการเปรียบเทียบระหว่างรายได้ของผู้มาใช้บริการ กับคุณภาพการให้บริการ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้แตกต่างกัน ในเรื่องพนักงานมีความรู้ในการปฏิบัติงานและให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี โดยผู้มาใช้บริการที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญน้อยที่สุด และยังพบว่าให้ความสำคัญแตกต่างกัน เรื่องการคิดอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียม มีความถูกต้อง โดยผู้มาใช้บริการที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญน้อยที่สุด



ตารางที่ 23 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ จำแนกตามรายได้

3. ด้านการรับประกัน/ความ มั่นใจ	รายได้										F	Sig
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000บาท		20,001 บาทขึ้นไป			
	บาท		บาท		บาท		บาท		บาท			
	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD		
3.1 พนักงานนำเสนอผลิตภัณฑ์												
ตรงตามความต้องการ	4.33	.816	4.08	.712	4.16	.674	4.00	.766	4.14	.776	1.177	.321
3.2 พนักงาน และผู้จัดการ												
สาขา มีความน่าเชื่อถือ	4.46	.721	4.14	.743	4.30	.589	4.14	.701	4.20	.714	1.538	.191
3.3 พนักงานปฏิบัติงานด้วย												
ความ สื่อสัตย์ สุจริต	4.00	.834	3.77	.913	3.89	.946	3.88	.858	4.08	.877	1.061	.376
3.4 พนักงานสามารถอธิบาย												
และตอบข้อสงสัยได้	3.88	.797	3.70	.868	3.66	.917	3.72	.839	4.03	.830	1.982	.097
3.5 พนักงานสามารถแก้ไข												
ปัญหา ที่เกิดขึ้นได้	3.79	.779	3.61	.886	3.59	.912	3.55	.828	3.90	.824	1.861	.117

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 23 ผลการเปรียบเทียบระหว่างรายได้ของผู้มาใช้บริการ กับคุณภาพการให้บริการ
ของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญ
กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 24 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า จำแนกตามรายได้

4. ด้านการตอบสนองลูกค้า	รายได้										F	Sig
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000-10,000บาท		10,001-15,000บาท		15,001-20,000บาท		20,001 บาทขึ้นไป			
	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD		
4.1 พนักงานกระตือรือร้น ใส่ใจในการให้บริการ	2.71	.999	2.90	.913	3.09	1.009	3.06	.976	3.05	1.057	1.001	.407
4.2 บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ต้องรอคิวนาน	3.33	.816	3.28	.759	3.43	.929	3.34	.840	3.51	.796	0.736	.568
4.3 ทำรายการ แต่ละรายการโดยใช้เวลาไม่นาน	3.54	.721	3.27	.716	3.49	.872	3.53	.802	3.53	.774	1.404	.232
4.4 พนักงานเต็มใจช่วยเหลือ และอธิบายเมื่อลูกค้ามีข้อสงสัย	3.58	.584	3.31	.748	3.51	.856	3.56	.827	3.56	.726	1.331	.258
4.5 การทำธุรกรรม สะดวก สบาย ไม่มีขั้นตอนเยอะ	3.63	.711	3.46	.753	3.53	.916	3.55	.854	3.75	.756	1.062	.375

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 24 ผลการเปรียบเทียบระหว่างรายได้ของผู้มาใช้บริการ กับคุณภาพการให้บริการ
ของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกัน มีความสำคัญ
กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 25 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล จำแนกตามรายได้

5. ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า เป็นรายบุคคล	รายได้										F	Sig
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-		10,001-		15,001-20,000		20,001 บาท			
	บาท		10,000บาท		15,000บาท		บาท		ขึ้นไป			
	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD	($\bar{x}$)	SD		
5.1 มีพนักงานต้อนรับ ให้ คำแนะนำ ในการใช้บริการ	3.67	.917	3.41	.888	3.36	.905	3.33	.864	3.53	.935	0.976	.421
5.2 รู้สึกถึงการต้อนรับที่อบอุ่น เหมือนเป็นลูกค้าคนสำคัญ	3.58	.974	3.42	.889	3.43	.838	3.41	.837	3.61	.891	0.686	.602
5.3 พนักงานมีมารยาทดี และ ให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม	3.54	.884	3.51	.843	3.59	.819	3.63	.844	3.68	.880	0.406	.804
5.4 มีการบริการที่เป็นกันเอง สร้างความเป็นมิตรกับลูกค้า	3.63	.770	3.39	.819	3.62	.864	3.61	.860	3.64	.924	0.996	.410
5.5 เมื่อมีบริการใหม่ ธนาคาร จะแจ้งให้ทราบเสมอ	3.63	.711	3.31	.872	3.51	.931	3.46	.973	3.54	.916	0.854	.492

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 25 ผลการเปรียบเทียบระหว่างรายได้ของผู้มาใช้บริการ กับคุณภาพการให้บริการ
ของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกัน มีความสำคัญ
กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ไม่แตกต่างกัน



บทที่ 5

สรุป การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์สาขาเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการในการศึกษา จำนวน 323 ชุด ผู้ตอบแบบสอบถามคือลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ผ่านหน้าเคาเตอร์ผู้ทำวิจัยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มโดยบังเอิญ แบบไม่ทราบจำนวนประชากร ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS: Statistical Package for the Social Sciences) เพื่อหาค่าความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความแปรปรวนจำแนกทางเดียว สรุปผลการศึกษาอภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 53.90 มีช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 27.20 มีระดับการศึกษา ม.4-ม.6/ปวช.จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 29.10 มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ค้าขาย จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และมีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 28.80

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 โดยแบ่งเป็นความสำคัญแต่ละด้าน พบว่า ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมาด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในแต่ละเรื่องของด้านสิ่งที่สัมผัสได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ระดับมาก และระดับปานกลาง ได้แก่ เรื่องภายในและภายนอกสาขา ดุสสะอาด และเป็นระเบียบ นำเข้ามาให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 รองลงมาเรื่องพนักงานแต่งกายสุภาพ ถูกต้องตามระเบียบมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เรื่องมีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 เรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เก้าอี้ หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม ไวคอยบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 และเรื่องจำนวนเคาน์เตอร์ที่ให้บริการ มีอย่างเพียงพอต่อจำนวนลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 ตามลำดับ

ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในแต่ละเรื่องของด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ อยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก ได้แก่ เรื่องพนักงานทำรายการได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ ไม่เกิดข้อผิดพลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาเรื่องพนักงานมีความรู้ในการปฏิบัติงาน และให้คำแนะนำ แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เรื่องมีความรู้สึกปลอดภัย ขณะที่มาใช้บริการกับธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เรื่องพนักงานมีความรู้ความสามารถ ในการให้คำปรึกษาทางการเงิน แก่ลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เรื่องการคิดอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียม มีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และเรื่องธนาคารมีชื่อเสียง และภาพพจน์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ตามลำดับ

ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในแต่ละเรื่องของด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ อยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก ได้แก่ เรื่องพนักงานและผู้จัดการสาขา มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมาเรื่องพนักงานเข้าใจ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เรื่องพนักงานปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 เรื่องพนักงานสามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจและตอบข้อสงสัยได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และเรื่องเมื่อเกิดข้อผิดพลาด พนักงานสามารถแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ตามลำดับ

ด้านการตอบสนองลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในแต่ละเรื่องของ ด้านการตอบสนองลูกค้า อยู่ในระดับมาก และระดับปานกลาง ได้แก่ เรื่องการทำธุรกรรมเป็นเรื่องง่าย และสะดวก สบาย ไม่มีขั้นตอนเยอะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 รองลงมาเรื่องพนักงานเต็มใจช่วยเหลือ และอธิบายเมื่อลูกค้ามีข้อสงสัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 เรื่องพนักงานทำรายการ แต่ละรายการโดยใช้เวลาไม่นาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 เรื่องลูกค้าได้รับบริการอย่างรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และเรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้น และใส่ใจในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 ตามลำดับ

ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในแต่ละเรื่องของการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล อยู่ในระดับมาก ได้แก่ เรื่องพนักงานมีมารยาทดี และให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 รองลงมาเรื่องพนักงานมีการบริการที่เป็นกันเอง สร้างความเป็นมิตรกับลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 เรื่องรู้สึกถึงการต้อนรับที่อบอุ่นเหมือนเป็นลูกค้าคนสำคัญมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 เรื่องเมื่อมีบริการใหม่ ธนาคารจะแจ้งให้ทราบอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และเรื่องมีพนักงานเข้ามาต้อนรับ และให้คำแนะนำ ในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ตามลำดับ

2. ส่วนที่ 2 การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

2.1 การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ

ภาพรวมของคุณภาพการให้บริการพบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการโดยรวมแตกต่างกัน ในด้านการตอบสนองลูกค้าและให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน มีรายละเอียดดังนี้

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญแตกต่างกัน ในเรื่องภายในและภายนอกสาขา ดูสะอาด และเป็นระเบียบ นำเข้ามาใช้บริการและให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ได้แก่ เรื่องมีสถานที่จอดรถเพียงพอ ลูกค้าที่มาใช้บริการเรื่องจำนวนเคาน์เตอร์ที่ให้บริการ มีอย่างเพียงพอ ต่อจำนวนลูกค้าเรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เก้าอี้ หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม ไวคอยบริการและเรื่องพนักงานแต่งกายสุภาพ ถูกต้องตามระเบียบ

ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญแตกต่างกัน ในเรื่องการคิดอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียม มีความถูกต้อง และให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ได้แก่ เรื่องพนักงานทำรายการได้อย่าง ถูกต้อง แม่นยำ ไม่เกิดข้อผิดพลาด เรื่องพนักงานมีความรู้ในการปฏิบัติงานและให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดีเรื่องพนักงานมีความรู้ความสามารถ ในการให้คำปรึกษา ทางการเงิน แก่ลูกค้าได้เรื่องธนาคารมีชื่อเสียง และภาพพจน์ที่ดีและเรื่องมีความรู้สึกปลอดภัย ขณะที่มาใช้บริการกับธนาคาร

ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญ ไม่แตกต่างกันทุกเรื่องได้แก่ เรื่องพนักงานเข้าใจ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า เรื่องพนักงาน และผู้จัดการสาขา มีความน่าเชื่อถือ เรื่องพนักงานปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต เรื่องพนักงานสามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจและตอบข้อสงสัย ได้เป็นอย่างดี และเรื่องเมื่อเกิดข้อผิดพลาด พนักงานสามารถแก้ไขปัญหา ที่เกิดขึ้นได้

ด้านการตอบสนองลูกค้า พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญแตกต่างกัน ในเรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้นและใส่ใจในการให้บริการ และเรื่องพนักงานทำรายการ แต่ละรายการโดยใช้เวลาไม่นาน และให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ได้แก่ เรื่องลูกค้าได้รับการบริการอย่างรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน เรื่องพนักงานเต็มใจช่วยเหลือ และอธิบายเมื่อลูกค้ามีข้อสงสัย และเรื่องการทำธุรกรรมเป็นเรื่องง่าย และสะดวก สบาย ไม่มีขั้นตอนเยอะ

ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญ ไม่แตกต่างกันทุกเรื่องได้แก่ เรื่องมีพนักงานเข้ามาต้อนรับ และให้คำแนะนำ ในการใช้บริการเรื่องรู้สึกถึงการต้อนรับที่อบอุ่นเหมือนเป็นลูกค้าคนสำคัญเรื่องพนักงานมีมารยาทดี และให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใสเรื่องพนักงานมีการบริการที่เป็นกันเอง สร้างความเป็นมิตรกับลูกค้าและเรื่องเมื่อมีบริการใหม่ ธนาคารจะแจ้งให้ทราบอย่างสม่ำเสมอ

2.2 การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ

ภาพรวมของคุณภาพการให้บริการ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่โดยรวม ไม่แตกต่างกันทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน มีรายละเอียดดังนี้

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ พบว่ารายได้ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกัน ในเรื่องภายในและภายนอกสาขา ดูสะอาด และเป็นระเบียบ นำเข้ามาใช้บริการ และให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ได้แก่ เรื่องมีสถานที่จอดรถเพียงพอ ลูกค้าที่มาใช้บริการ เรื่องจำนวนเคาน์เตอร์ที่ให้บริการ มีอย่างเพียงพอต่อจำนวนลูกค้า เรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เก้าอี้ หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม ไวคอยบริการ และเรื่องพนักงานแต่งกายสุภาพ ถูกต้องตามระเบียบ

ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ พบว่ารายได้ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกัน ในเรื่องพนักงานมีความรู้ในการปฏิบัติงานและให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี และเรื่องการคิดอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมมีความถูกต้อง และให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ได้แก่ เรื่องพนักงานทำรายการได้อย่าง ถูกต้อง แม่นยำ ไม่เกิดข้อผิดพลาด เรื่องพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำปรึกษาทางการเงินแก่ลูกค้าได้ เรื่องธนาคารมีชื่อเสียง และภาพพจน์ที่ดี และเรื่องมีความรู้สึกปลอดภัย ขณะที่มาใช้บริการกับธนาคาร

ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ พบว่ารายได้ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญ ไม่แตกต่างกันทุกเรื่อง ได้แก่เรื่องพนักงานเข้าใจ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า เรื่องพนักงาน และผู้จัดการสาขามีความน่าเชื่อถือ เรื่องพนักงานปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต เรื่อง

พนักงานสามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจและตอบข้อสงสัย ได้เป็นอย่างดี และเรื่องเมื่อเกิดข้อผิดพลาด พนักงานสามารถแก้ไขปัญหา ที่เกิดขึ้นได้

ด้านการตอบสนองลูกค้า พบว่ารายได้ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญ ไม่แตกต่างกันทุกเรื่อง ได้แก่ เรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้น และใส่ใจในการให้บริการ เรื่องลูกค้าได้รับการบริการอย่างรวดเร็ว ไม่ต้องรอคิวนาน เรื่องพนักงานทำรายการ แต่ละรายการโดยใช้เวลาไม่นาน เรื่องพนักงานเต็มใจช่วยเหลือ และอธิบายเมื่อลูกค้ามีข้อสงสัย และเรื่องการทำธุรกรรมเป็นเรื่องง่าย และสะดวก สบาย ไม่มีขั้นตอนเยอะ

ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล พบว่ารายได้ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญ ไม่แตกต่างกันทุกเรื่อง ได้แก่ เรื่องมีพนักงานเข้ามาต้อนรับ และให้คำแนะนำ ในการใช้บริการ เรื่องรู้สึกถึงการต้อนรับที่อบอุ่นเหมือนเป็นลูกค้าคนสำคัญ เรื่องพนักงานมีมารยาทดี และให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส เรื่องพนักงานมีการบริการที่เป็นกันเอง สร้างความเป็นมิตรกับลูกค้า และเรื่องเมื่อมีบริการใหม่ ธนาคารจะแจ้งให้ทราบอย่างสม่ำเสมอ

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในแต่ละเรื่องอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ภายในและภายนอกสาขา ดูสะอาด และเป็นระเบียบ นำเข้ามาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ วีระชาติ ปุตุตรี (2554) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน และ สุพรรณณา ธรรมมา (2551) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทยสาขาอรัญประเทศจังหวัดสระแก้ว ที่ให้ความสำคัญกับ สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก ที่ดูสะอาด และเป็นระเบียบ เนื่องจากความสะอาดและความเป็นระเบียบของสถานที่ ส่งผลต่อสุขภาพทางใจและทางกาย ของพนักงานให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงผู้ที่มาใช้บริการก็จะเกิดความประทับใจในการบริการของพนักงาน และสถานที่บริการอีกด้วย

ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในแต่ละเรื่องอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เรื่องพนักงานทำรายการได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ ไม่เกิดข้อผิดพลาด และ พนักงานมีความรู้ในการปฏิบัติงาน และให้คำแนะนำ แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดีซึ่งสอดคล้องกับสุพรรณณา ธรรมมา (2551) ศึกษาเรื่องบริการของธนาคารกรุงไทยสาขาอรัญ

ประเทศจังหวัดสระแก้ว ที่ผู้มาใช้บริการให้ความสำคัญกับการบันทึกข้อความ ตัวเลข ได้อย่างถูกต้อง และสอดคล้องกับ ธีรธรรม ธาราคัต (2551) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของพนักงานธนาคาร ธาต จำกัด (มหาชน) สาขาศรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่าผู้มาใช้บริการให้ความสำคัญกับการให้บริการ ที่ถูกต้องไม่ผิดพลาดและการได้รับคำแนะนำที่ถูกต้องจากพนักงาน เนื่องจากการทำธุรกรรมทางการเงินจะต้องอาศัยความละเอียด รอบคอบ การมีสติ เพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด อีกทั้งพนักงานจะต้อง เป็นผู้ให้คำแนะนำที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและไว้วางใจในการบริการ

ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในแต่ละเรื่อง อยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงาน และผู้จัดการสาขา มีความน่าเชื่อถือซึ่ง สอดคล้องกับ อัจฉรา สงวนทรัพย์ และคณะ (2552) ศึกษาเรื่องคุณภาพในการให้บริการของธนาคาร ออมสิน สาขาผักไห่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าผู้มาใช้บริการให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือ ของพนักงาน กล่าวคือผู้มาใช้บริการจะต้องได้รับความน่าเชื่อถือ ทั้งในเรื่องการทำธุรกรรม รวมทั้ง การให้คำปรึกษาทางการเงิน ตลอดจนการให้คำแนะนำ จากพนักงาน และผู้จัดการสาขา เพื่อให้ ลูกค้าเกิดความมั่นใจต่อธนาคาร

ด้านการตอบสนองลูกค้า ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญใน แต่ละเรื่องอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เรื่องการทำธุรกรรมเป็นเรื่องง่าย และสะดวก สบาย ไม่มีขั้นตอน เยอะซึ่งสอดคล้องกับ วีรชาติ ปุอูตรี (2554) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการ บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่าผู้มาใช้บริการให้ ความสำคัญกับการที่ให้บริการที่สะดวกและ รวดเร็ว เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว ในการการทำรายการแต่ละรายการ ดังนั้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ธนาคารจึง ได้ลดขั้นตอนในการกรอกแบบฟอร์มลง โดยการเปลี่ยนแบบฟอร์มใหม่ เปลี่ยนระบบใหม่ เพื่อให้การ ทำธุรกรรมนั้น เป็นไปด้วยความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ ความสำคัญในแต่ละเรื่อง อยู่ในระดับมาก ได้แก่ เรื่องพนักงานมีมารยาทดี และให้บริการด้วยความ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ซึ่งสอดคล้องกับ สุพรรณนภา ธรรมมา (2551) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของ ธนาคารกรุงไทย สาขารัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ที่ให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานมีมารยาทดี และภาพลักษณ์ที่ดี เนื่องจากการบริการด้วยใจ เป็นหนึ่งหลักการของการบริการที่ดี ดังนั้นการบริการ ด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส กริยามารยาทอ่อนน้อม พุดจาไพเราะ พุดทักทายสวัสดีครับ/ค่ะ ขอบคุณ ครับ/ค่ะ จะช่วยให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกดีและเกิดความประทับใจในการบริการ

2. การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

คุณภาพการให้บริการโดยรวม ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงใหม่ ด้านการตอบสนองลูกค้า แตกต่างกันเนื่องจากผู้มาใช้บริการมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลต่อความคิด ทักษะ และมุมมองที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ธิดาวรรณ สังฆะโยธิน (2554) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตตอนเมือง ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้า ที่แตกต่างกัน

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ แตกต่างกัน ในเรื่องความสะอาดของบริเวณภายในและภายนอกสาขา โดยผู้มาใช้บริการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญน้อยที่สุดเนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้มีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง จึงมีความคาดหวังเรื่องของความสะอาด ความเป็นระเบียบ ที่สูงพอสมควรซึ่งสอดคล้องกับ อุไรวรรณ จันทจเรียววงศ์ และคณะ (2555) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ แตกต่างกัน ในเรื่องความสะอาด ของสถานที่

ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ แตกต่างกัน ในเรื่องการคิดอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียม มีความถูกต้อง โดยผู้มาใช้บริการที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 ให้ความสำคัญน้อยที่สุด เนื่องจากผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำย่อมมีความคาดหวังว่าจะได้รับบริการที่ดีและถูกต้องเท่าเทียมกับผู้ที่มีรายได้สูงตลอดจนได้รับคำแนะนำและการอธิบายรายละเอียดของอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมให้เข้าใจอย่างละเอียด ซึ่งสอดคล้องกับคอตเลอร์ ที่มีการใช้แบบสอบถาม SERVQUAL ประเมินความสำคัญดัชนีปัจจัยคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน พบว่าดัชนีปัจจัยคุณภาพการบริการที่สำคัญที่สุด คือ ความถูกต้องในการให้บริการ คือการที่ลูกค้าเชื่อถือไว้วางใจในการคิดคำนวณค่าบริการ การคำนวณดอกเบี้ย ได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

ด้านการตอบสนองลูกค้า พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ แตกต่างกันในเรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้นและใส่ใจในการให้บริการ โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 ให้ความสำคัญน้อยที่สุด และยังพบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ แตกต่างกันในเรื่อง พนักงานทำรายการโดยใช้เวลานาน โดยผู้มาใช้บริการที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาชั้นปีที่ 1-6 ให้ความสำคัญน้อยที่สุด เนื่องจากลูกค้าทั้งสองกลุ่มเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาน้อย อาจไม่มีความรู้ในเรื่องของขั้นตอนการเข้าไปใช้บริการ หรืออาจไม่เคยเข้าไปใช้บริการของทางธนาคาร จึงต้องการความใส่ใจจากพนักงานในการอธิบายถึงขั้นตอนการให้บริการที่ถูกต้อง และต้องการให้พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ อีกทั้งยังต้องการ การได้รับบริการที่ถูกต้องรวดเร็วด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับซึ่งสอดคล้องกับ

ธิดาวรรณ สังขะโยธิน (2554) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตตอนเมือง พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้าที่แตกต่างกันและสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการของ วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (อ้างใน สุพรรณนภา ธรรมมา, 2551: 12) ให้ความเห็นว่า การบริการที่ดีที่สามารถอธิบายได้ โดยใช้ตัวอักษรย่อของการบริการ (SERVICE) ที่ตีไว้ดังนี้ S = Smiling + Sympathy คือ การยิ้มแย้ม และเอาใจใส่ E = Early Response คือ การตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจ R = Respectful คือ การนับถือ ให้เกียรติลูกค้า V = Voluntariness manner คือ การให้บริการอย่างเต็มใจ I = Image Enhancing คือ การรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการและขององค์กร C = Courtesy คือ ความสุภาพ อ่อนโยน ความอ่อนน้อมถ่อมตน E = Enthusiasm คือ ความกระฉับกระเฉงและกระตือรือร้นขณะบริการจะให้บริการมากกว่าที่คาดหวังเสมอ

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน ในเรื่องภายในและภายนอกสาขา ดูสะอาด และเป็นระเบียบ นำเข้ามาใช้บริการ โดยผู้มาใช้บริการที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญน้อยที่สุด เนื่องจากการรักษาความสะอาดเป็นดัชนีชี้วัดคุณภาพการให้บริการเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับ อุไรวรรณ จันทจเรียววงศ์ และคณะ (2555) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี พบว่า รายได้ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ แตกต่างกันในเรื่อง ภายในและภายนอกสาขา ดูสะอาด และเป็นระเบียบ นำเข้ามาใช้บริการและยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของ Chang (อ้างใน สุพรรณนภา ธรรมมา, 2551: 20) ได้เสนอแนวคิดในการประเมินคุณภาพของการบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (physical environment) ได้แก่ การรักษาความสะอาดของสถานที่ การควบคุมเสียง อากาศ แสง และอุณหภูมิที่พอเหมาะ

ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ แตกต่างกัน ในเรื่องพนักงานมีความรู้ในการปฏิบัติงาน และให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี โดยผู้มาใช้บริการที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญน้อยที่สุด เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างต่ำ ความถี่ในการเข้าไปใช้บริการกับทางธนาคารอาจไม่บ่อยนัก หรือเข้ามาใช้บริการเพื่อสอบถามเกี่ยวกับสินเชื่อต่างๆ เป็นส่วนใหญ่ จึงมีความคาดหวังที่จะได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับการใช้บริการต่างๆ ตลอดจนการได้รับคำแนะนำหรือคำปรึกษาเกี่ยวกับสินเชื่อจากพนักงานอย่างละเอียด นอกจากนั้นยังพบว่ารายได้ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน เรื่องการคิดอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียม มีความถูกต้อง โดยผู้มาใช้บริการที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญน้อยที่สุด เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้เป็นลูกค้าที่มีรายได้สูง จึงมีความคาดหวังสูง เกี่ยวกับเรื่องการคิดอัตราค่าธรรมเนียมและดอกเบี้ยจะต้องมีความถูกต้องแม่นยำ ยิ่งจำนวนเงินที่มีมูลค่าสูง ความถูกต้องของการคิด

ค่าธรรมเนียมและดอกเบี้ยก็ต้องสูงตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ นพพร สะไบบาง (2553) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์เพื่อการเกษตร สาขาแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณภาพการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้แตกต่างกัน ในเรื่องการคิดอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมและสอดคล้องกับ อุไรวรรณ จันทจเรียววงศ์ และคณะ (2555) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี พบว่ารายได้ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ แตกต่างกันอย่างนี้นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของ Kotler (อ้างใน สุพรรณนภา ธรรมมา, 2551: 25) จากแบบสอบถาม SERVQUAL ที่ให้ผู้รับบริการประเมินความสำคัญจัดอันดับให้คะแนนดัชนีปัจจัยคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน พบว่าดัชนีปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านความไว้วางใจ (reliability) การทำให้เกิดความไว้วางใจและให้บริการอย่างถูกต้องตามที่ให้คำมั่นไว้ เช่น ความถูกต้องในการให้บริการ คือการที่ลูกค้าเชื่อถือไว้วางใจในการคิดคำนวณค่าบริการ การคำนวณดอกเบี้ย หรือได้รับบริการอื่นๆ จากธนาคารด้วยความถูกต้องรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีระดับคะแนนน้อย ในเรื่องความเพียงพอของช่องที่เปิดให้บริการ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการ ดังนั้น หากจำนวนผู้มาใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทางธนาคารควรเสนอขออนุมัติเพิ่มพนักงานและขออนุมัติเปิดช่องให้บริการเพิ่ม หรือให้ผู้จัดการสาขาคอยจัดคิวให้ลูกค้า และเข้าไปช่วยพนักงานทำรายการ เพื่อให้เกิดความรวดเร็วและระบายจำนวนลูกค้าที่รอรับบริการ และนอกจากนั้นทางธนาคารควรมี เก้าอี้เสริมให้สำหรับลูกค้านั่งรอ หนังสือพิมพ์ และน้ำดื่ม ไว้คอยบริการ อย่างสม่ำเสมอและเพียงพอเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการ
2. ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ มีระดับคะแนนน้อย ในเรื่องชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ดังนั้น ทางธนาคารควรสร้างภาพพจน์ที่ดี โดยการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมต่างๆ เช่น ให้สิ่งของสนับสนุนในงานวันเด็ก การมอบทุนการศึกษา การบริจาคผ้าห่มและเสื้อผ้ากันหนาว การแจกน้ำในกิจกรรมปั่นจักรยาน หรือ การวิ่งการกุศล เป็นต้น
3. ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ มีระดับคะแนนน้อย ในเรื่องเมื่อเกิดข้อผิดพลาดพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้ ดังนั้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ เมื่อเกิดข้อผิดพลาดขึ้น พนักงานต้องมีทักษะและสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ โดยพนักงานจะต้องหมั่นศึกษาถึงขั้นตอนการทำธุรกรรมและรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของธนาคาร ตลอดจนวิธีการแก้ไข

ปัญหาอย่างถูกวิธี โดยสามารถศึกษาได้จากในตำรา หรือสอบถามจากหัวหน้างาน ผู้จัดการสาขา หรือเพื่อนร่วมงาน ที่มีความรู้ในเรื่องนั้นๆ

4. ด้านการตอบสนองลูกค้า มีคะแนนในระดับต่ำที่สุด โดยเฉพาะเรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้นและใส่ใจในการให้บริการ ดังนั้น ธนาคารควรใส่ใจและให้ความสำคัญกับการให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าทุกกลุ่ม ควรเน้นให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยความกระตือรือร้น ใส่ใจในการให้บริการ เรียกและเชิญลูกค้าให้เข้าไปใช้บริการด้วยความเต็มใจ ทำรายการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และพร้อมให้บริการลูกค้าอยู่ตลอดเวลา

5. ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล มีระดับคะแนนน้อย ในเรื่องมีพนักงานเข้ามาต้อนรับ และให้คำแนะนำในการใช้บริการ ดังนั้นทางธนาคารควรจัดให้มีพนักงานไว้คอยยืนต้อนรับอยู่ทางประตู เพื่อคอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับการทำธุรกรรมต่างๆแก่ผู้มาใช้บริการ รวมไปถึงการเชิญ และการจัดลูกค้าเข้าใช้บริการตามช่องที่เหมาะสม เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่ตรงกับความต้องการและเกิดความประทับใจในการให้บริการของธนาคาร

6. ด้านความแตกต่างของระดับการศึกษาที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่1-3 ให้ความสำคัญด้านการตอบสนองลูกค้า เรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้นและใส่ใจในการให้บริการน้อยที่สุด ทางธนาคารควรทำการประเมินพนักงานเป็นรายบุคคล โดยให้ผู้จัดการสาขาเป็นผู้สังเกตการณ์อย่างใกล้ชิด เพื่อเป็นมาตรการให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยความกระตือรือร้น เช่น ให้พนักงานเรียก/เชิญลูกค้าเข้าไปใช้บริการ พนักงานต้องมีความพร้อมที่จะให้บริการอยู่ตลอดเวลา พนักงานต้องใส่ใจและเต็มใจแนะนำขั้นตอนการให้บริการ เป็นต้น หรือควรเขียนป้ายบอกขั้นตอนการให้บริการให้ลูกค้าเข้าใจอย่างชัดเจน และนอกจากนั้นยังพบว่าผู้มาใช้บริการที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาชั้นปีที่ 1-6 ให้ความสำคัญ เรื่องพนักงานทำรายการโดยใช้เวลาไม่นานน้อยที่สุด ทางธนาคารควรมีการกระตุ้นให้พนักงานทำรายการอย่างรวดเร็วและไม่เกิดข้อผิดพลาด โดยมีการเก็บสถิติข้อมูลการเสร็จรวมถึงเวลาที่ใช้ในการทำแต่ละรายการ และให้รางวัลแก่พนักงานที่เสร็จเร็วที่สุดและไม่เกิดข้อผิดพลาดเลย โดยทำการเปรียบเทียบภายในสาขา หรือภายในเขตพื้นที่ อาจจะทำเป็นรายสัปดาห์ หรือรายเดือน เป็นต้น

7. ด้านความแตกต่างของรายได้ที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ พบว่า ผู้ที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้เรื่องพนักงานมีความรู้ในการปฏิบัติงาน และให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดีน้อยที่สุดทางธนาคารควรมีการจัดหลักสูตรการทบทวนความรู้ในการปฏิบัติงานอย่างเป็นประจำ โดยให้พนักงานสามารถเข้าไปเรียนผ่านเว็บไซต์ของทางธนาคาร เพื่อง่ายและสะดวก และทางธนาคารควรมีการจัดสอบประเมินความรู้ในการปฏิบัติงานอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง อีกทั้งพนักงานต้องหมั่นศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของทางธนาคารอย่างละเอียด เพื่อสามารถแนะนำลูกค้าได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้

ความสำคัญเรื่องความถูกต้องในการคิดอัตราค่าธรรมเนียมและดอกเบี้ย น้อยที่สุด ทางธนาคารควรจัดทำตารางดอกเบี้ย ทั้งดอกเบี้ยเงินฝาก และดอกเบี้ยสินเชื่อแต่ละประเภท รวมถึงวิธีการคำนวณให้ลูกค้าทราบในเบื้องต้น และทางธนาคารควรจัดทำโปรแกรมสำหรับใช้คำนวณอัตราดอกเบี้ยต่างๆ เพื่อให้การคำนวณนั้นเกิดความผิดพลาดน้อยลง

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาผู้มาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ เท่านั้น ดังนั้นในการทำการศึกษาครั้งต่อไป ควรที่จะทำการศึกษาคุณภาพในการให้บริการของ ธนาคารไทยพาณิชย์ ในสาขา พื้นที่บริเวณใกล้เคียง และนำผลที่ได้จากการศึกษามาเปรียบเทียบหาความแตกต่าง และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์กัน
2. ควรมีการทำการศึกษาเชิงลึก หรือทำการศึกษาเชิงคุณภาพ ในเรื่องของคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่โดยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีความละเอียดยิ่งขึ้น
3. ในการศึกษาคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งต่อไปควรเพิ่มการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล กับคุณภาพการให้บริการโดยใช้วิธีการทดสอบของ เชฟเฟ่ เพื่อให้ทราบความแตกต่างเป็นรายคู่

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชบัญชา. 2542. การวิเคราะห์สถิติเพื่อการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์วิทยาลัย.
- เฉลิมชัย แซ่อาศัย. 2554. คุณภาพการให้บริการสินเชื่ออุตสาหกรรมสำหรับลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2556. ธนาคารไทยพาณิชย์. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.bot.or.th/thai/paymentsystems/psservices/_layouts/application/bot%20financial%20institutions/FIBranches.aspx?pageNo=42&instID=5&BrProvince=0&BrClearing=0&BrAddress=&BrBranchName= (1 ธันวาคม 2557).
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). 2557. แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 2557. กรุงเทพฯ: ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). (เอกสารอัดสำเนา).
- ธัญวรรณ ธารศักดิ์. 2551. คุณภาพการบริการของพนักงานธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีราชา จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธิดาวรรณ สังฆะโยธิน. 2554. คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตดอนเมือง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ธีระกิติ นวรัตน์ ณ อยู่ยงยา. 2545. การตลาดสำหรับบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ.
- นพพร สะใบบาง. 2553. คุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาแม่ใจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยแม่ใจ.
- ภักจิรา บานเพียร, ดวงตา สราญรมย์ และ วรุณี เชาว์สุขุม. 2555. คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- วีระชาติ ปุ่อุดรี. 2554. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับพื้นฐาน. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

สถาบันคุ้มครองเงินฝาก. 2555. ความรู้ทางการเงินสำหรับประชาชน สถาบันคุ้มครองเงินฝาก.

[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.dpa.or.th/more_news.php?cid=85
(20 พฤศจิกายน 2557).

สรายุทธ กันหลง. 2555. การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม Cronbach's alpha.

[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.ipernity.com/blog/248956/424773/>
(1 มีนาคม 2558).

สุนิสา จันทร์เลขา. 2555. บทที่ 4 พฤติกรรมผู้บริโภคเว็บเพื่อการศึกษา วิทยาลัยชุมชนสระแก้ว.

[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.skcc.ac.th/elearning/bc0203/?p=39#head/> (19 มกราคม 2558).

สุพรรณนภา ธรรมมา. 2551. คุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทยสาขาอรัญประเทศจังหวัดสระแก้ว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยบูรพา.

อดุลย์ จาตุรงกุล. 2543. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัจฉรา สงวนทรัพย์, เจษฎา ความคุ้นเคย และ วิภาตี ทุปยะ. 2552. คุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาผักไห่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.

อุไรวรรณ จันท์เจริญวงศ์, ธีรธนิษฐ์ ศิริโวหาร และ มิ่ง เทพครเมือง. 2555. คุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอ ปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ชุดที่.....

แบบสอบถาม

คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเพื่อใช้รวบรวมข้อมูลประกอบการเขียนภาคนิพนธ์ ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอนด้วยกันดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะต่อคุณภาพการให้บริการ

โปรดตอบแบบสอบถามชุดนี้ทุกข้อตามสภาพที่เป็นจริงในความคิดเห็นของท่านซึ่งคำตอบทุกข้อของท่านจะถือเป็นความลับและใช้เป็นข้อมูลเฉพาะในการวิจัยครั้งนี้เท่านั้นซึ่งผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีขอขอบพระคุณสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามชุดนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อความให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. ต่ำกว่า 20 ปี () 2. 20-30 ปี
() 3. 31-40 ปี () 4. 41-50 ปี
() 5. 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- () 1. ต่ำกว่าประถมศึกษา () 2. ป.1-ป.6
() 3. ม.1-ม. 3 () 4. ม.4-ม. 6 /ปวช.
() 5. อนุปริญญา/ปวส. () 6. ปริญญาตรี
() 7. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- () 1. ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ () 2. บริษัทเอกชน
() 3. เจ้าของกิจการ / ค้าขาย () 4. รับจ้างทั่วไป
() 5. นักเรียน / นักศึกษา () 6. เกษตรกร
() 7. แพทย์ / พยาบาล

5. รายได้

- () 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท () 2. 5,000-10,000 บาท
() 3. 10,001-15,000 บาท () 4. 15,001-20,000 บาท
() 5. 20,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาว จังหวัด
เชียงใหม่

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับคุณภาพการให้บริการ

การให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาวจังหวัดเชียงใหม่	ระดับคุณภาพการให้บริการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
Aด้านสิ่งสัมผัสได้					
A1. ภายในและภายนอกสาขา สะอาด และเป็นระเบียบน่าเข้ามาใช้บริการ					
A2. มีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อลูกค้าที่มา ใช้บริการ					
A3. จำนวนเคาน์เตอร์ที่ให้บริการมีอย่าง เพียงพอต่อจำนวนลูกค้า					
A4. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เก้าอี้ หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม ไวคอยบริการ					
A5. พนักงานแต่งกายสุภาพ ถูกต้องตาม ระเบียบ					
Bด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้					
B1. พนักงานทำการรายการได้อย่าง ถูกต้อง แม่นยำ ไม่เกิดข้อผิดพลาด					
B2. พนักงานมีความรู้ในการปฏิบัติงาน และให้คำแนะนำ แก่ลูกค้าได้เป็น อย่างดี					
B3. พนักงานมีความรู้ความสามารถใน การให้คำปรึกษา ทางการเงิน แก่ ลูกค้าได้					
B4. การคิดอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียม นิยม มีความถูกต้อง					
B5. ธนาคารมีชื่อเสียง และภาพพจน์ ที่ดี					

การให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงดาวจังหวัดเชียงใหม่	ระดับคุณภาพการให้บริการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
B6. มีความรู้สึกปลอดภัย ขณะที่มาใช้ บริการกับธนาคาร					
Cด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ					
C1. พนักงานเข้าใจ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ ที่ตรงตามความต้องการของ ลูกค้า					
C2. พนักงานและผู้จัดการสาขา มีความ น่าเชื่อถือ					
C3. พนักงานปฏิบัติงานด้วยความสื่อ สัต์ย์ สุจริต					
C4. พนักงานสามารถอธิบายให้ลูกค้า เข้าใจและตอบข้อสงสัย ได้เป็น อย่างดี					
C5. เมื่อเกิดข้อผิดพลาดพนักงาน สามารถแก้ไขปัญหา ที่เกิดขึ้นได้					
D ด้านการตอบสนองลูกค้า					
D1. พนักงานมีความกระตือรือร้น และ ใส่ใจในการให้บริการ					
D2. ลูกค้าได้รับบริการอย่างรวดเร็ว ไม่ ต้องรอคิวนาน					
D3. พนักงานทำรายการ แต่ละ รายการ โดยใช้เวลาไม่นาน					
D4. พนักงานเต็มใจช่วยเหลือ และอธิบาย เมื่อลูกค้ามีข้อสงสัย					
D5. การทำธุรกรรมเป็นเรื่องง่าย และ สะดวก สบาย ไม่มีขั้นตอนเยอะ					

การให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเชียงใหม่	ระดับคุณภาพการให้บริการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
E ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล					
E1. มีพนักงานเข้ามาต้อนรับ และให้คำแนะนำ ในการใช้บริการ					
E2. รู้สึกถึงการต้อนรับที่อบอุ่นเหมือนเป็นลูกค้าคนสำคัญ					
E3. พนักงานมีมารยาทดี และให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส					
E4. พนักงานมีการบริการที่เป็นกันเอง สร้างความเป็นมิตรกับลูกค้า					
E5. เมื่อมีบริการใหม่ ธนาคารจะแจ้งให้ทราบอย่างสม่ำเสมอ					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะต่อคุณภาพการให้บริการ

.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข

ประวัติผู้วิจัย

