คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
สาขาประตูเชียงใหม่

ณัฐพันธ์ จันตา

รายงานการค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2556

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองรายงานการค้นคว้าอิสระ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ชื่อเรื่อง

คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

สาขาประตูเชียงใหม่

โดย

ณัฐพันธ์ จันตา

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา .....

(รองศาสตราจารย์จำเนียร บุญมาก)

วันที่ 30 เดือน ก.ค. พ.ศ. 56

กรรมการที่ปรึกษา .....

(รองศาสตราจารย์ดลกร ขวัญคำ)

วันที่ 22 เดือน ก.ค. พ.ศ. 56

กรรมการที่ปรึกษา .....

(อาจารย์ ดร.อายุส หยู่เย็น)

วันที่ 21 เดือน ก.ค. พ.ศ. 56

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร .....

(รองศาสตราจารย์ ดร.จงกลบดินทร์ แสงอาสภวิริยะ)

วันที่ 22 เดือน ก.ค. พ.ศ. 56

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จาตุพงศ์ วาฤทธิ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 30 เดือน ก.ค. พ.ศ. 56

ชื่อเรื่อง	คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นายณัฐพันธ์ จั๋นตา
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์จำเนียร บุญมาก

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา ประตูเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 390 ชุด แล้วนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผลการศึกษาสรุปพบว่า

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เคยมาเลือกใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ พบว่าผู้ที่เคยมาเลือกใช้บริการส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.90มีอายุอยู่ระหว่าง 25 – 35 ปีคิดเป็นร้อยละ 45.60 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.40มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 30.30 มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.30และผู้ที่เคยมาเลือกใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.60

คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ด้านภาพรวมในแต่ละด้าน โดยรวมให้ความสำคัญในระดับมากทุก โดยให้ความสำคัญด้านภาพรวมในแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก คือ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ รองลงมา ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ และด้านความใส่ใจในการให้บริการ ให้ความสำคัญด้านภาพรวมในแต่ละด้านอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และรองลงมา คือ ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ของผู้ให้ข้อมูลพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ สถานที่จอดรถมีไม่เพียงพอกับจำนวนลูกค้า รองลงมา ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการเดินทาง เลือกพนักงานขาดความตรงต่อเวลา เลือกพนักงานไม่มีความพร้อมในการให้บริการทันทีที่ลูกค้าต้องการเลือกพนักงานไม่มีความรับผิดชอบในการให้บริการ เลือกระยะเวลาในการให้บริการมีความไม่เหมาะสม

Title	The Quality Service of Bangkok Bank Public Company Limited at Pratu Chiang Mai Branch
Author	Mr. Natthaphan Chanta
Degree of	Master of Business Administration In Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Associate Professor Jamnian Bunmark

ABSTRACT

The objectives of this study were to explore: 1) the extent of service quality of Bangkok Bank Limited (Public) Chiangmai Gate Branch and 2) problems encountered having an effect on service quality of the bank. A set of questionnaires (390) was used for data collection and analyzed by using the Statistical Package.

Findings showed that more than one-half (55.90 percent) of the respondents (service users) were female. Less than one-half of the respondents were 25-35 years old (45.60 percent), bachelor's degree holders (44.40%), government officials/state enterprise employees (30.30 percent) and their average monthly income were 25,001-40,000 baht. They had been clients of the bank for less than 1 year (42.60 percent). As a whole, the respondents placed the importance on all aspects of services at as high level. They placed the importance on what could be touched most, followed by trustworthiness/reliability and service attention. The following were found that at a moderate level: responsiveness to service users, confidence, and safe services, respectively. The following were problems encountered: inadequate car park area, inconvenient location; bank staffs were not sincere and punctual; bank staffs were not ready when clients need services; bank staffs did not have responsibilities; and inappropriate time of services.

กิตติกรรมประกาศ

ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์จำเนียร บุญมาก ประธานกรรมการที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ดลกร ขวัญคำ และอาจารย์ ดร.อายุส หยู่เย็นกรรมการที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำแนะนำตลอดช่วยตรวจสอบแก้ไขจนกระทั่งสำเร็จเป็นการค้นคว้าอิสระอย่างสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ญาติพี่น้องทุกท่านที่ให้ความรักความห่วงใย เป็นกำลังใจที่ยิ่งใหญ่ ทำให้ผู้วิจัยมีพลังในการเรียนรู้จนสามารถสำเร็จการศึกษา และขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ รุ่นที่ 16 ทุกท่าน ที่ได้ช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยเสมอมา

ณัฐพันธ์ จั๋นตา

ตุลาคม 2556

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(6)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพ	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
มหาวิทยาลัยแม่โจ้	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตการศึกษา	5
นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	6
ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารกรุงเทพ	6
แนวความคิดการให้บริการ	8
แนวความคิดคุณภาพการให้บริการ	25
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	32
กรอบแนวคิดการวิจัย	39
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	40
สถานที่ดำเนินการวิจัย	40
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	40
การเก็บรวบรวมข้อมูล	41
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	41
การทดสอบเครื่องมือวิจัย	41
การวิเคราะห์ข้อมูล	42

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิจัย 43
ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นลูกค้า 43
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ 47
ส่วนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการ 55
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 62
สรุปผลการศึกษา 62
อภิปรายผลการศึกษา 67
ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการศึกษา 70
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป 71
บรรณานุกรม 72
ภาคผนวก 76
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม 77
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย 86

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นลูกค้า	45
2	คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	48
3	คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	50
4	คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ด้านความใส่ใจในการให้บริการ	51
5	คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ	52
6	คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	54
7	คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ด้านภาพรวมในแต่ละด้าน	55
8	ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้	56
9	ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้ใจได้	57
10	ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านความใส่ใจในการให้บริการ	59
11	ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ	60
12	ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้	61

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	แสดงคุณลักษณะ 4 ประการของการให้บริการ	20
2	Service Quality Effectiveness Model	31
3	กรอบแนวคิดการวิจัย	39

บทที่ 1
บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

จากสภาพการณ์ในการดำเนินงานขององค์ต่างๆ ในปัจจุบันผู้ประกอบการต้องเผชิญกับภาวการณ์แข่งขันที่รุนแรง สืบเนื่องจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลาในขณะที่โลกก้าวเข้าสู่ยุคของข้อมูลข่าวสารที่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ตลอดเวลาประกอบกับสภาวะเศรษฐกิจของโลกที่ชะลอตัวลง ส่งผลให้ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคพุ่งสูงขึ้นทำให้ค่าครองชีพของประชาชนพุ่งสูงขึ้นไปด้วยตลอดจนปัญหาความขัดแย้งภายในประเทศไทย ที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนชาวต่างชาติที่จะเข้ามาลงทุนในประเทศไทยธุรกิจภาคการส่งออกและรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศได้รับผลกระทบทำให้ชะลอตัวตามไปด้วยและยังส่งผลกระทบไปยังผู้ประกอบการธุรกิจประเภทต่างๆอย่างทั่วถึงทางภาครัฐได้พยายามออกนโยบายกระตุ้นและฟื้นฟูเศรษฐกิจหลากหลายรูปแบบเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กลับคืนมาทั้งนี้ศักยภาพความพร้อมทาง ด้านการเงินและการธนาคารจะสะท้อนให้เห็นถึงผลสัมฤทธิ์ของนโยบายภาครัฐเห็นได้จากการที่ธนาคารพาณิชย์ไทยและสถาบันการเงินจากต่างประเทศ ได้เข้ามาดำเนินธุรกิจทางการเงินในประเทศไทยได้อย่างมีเสรีภาพ ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงและได้มีการพัฒนากลยุทธ์และรูปแบบการประกอบธุรกิจอย่างต่อเนื่องทำให้รูปแบบการใช้จ่ายเงินของประชาชนเปลี่ยนแปลงไปมีส่วนส่งผลให้กระแสเงินหมุนเวียน ซึ่งเป็นกระแสหลักของระบบการเงินการธนาคารของภาคธุรกิจในแต่ละวันมีเป็นจานวนมากทาให้ธนาคารต่างๆเล็งเห็นถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจึงมีการปรับตัวและหันมาสนใจระบบการจัดการที่ทันสมัยมากขึ้นโดยเฉพาะด้านการบริการ ธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่ง ใช้ความพยายามในการสร้างความพึงพอใจความประทับใจให้กับลูกค้าผู้ใช้บริการของธนาคารทั้งด้านความสะดวกสบายความรวดเร็วความถูกต้องแม่นยาในการให้บริการซึ่งสอดคล้องกับคุณภาพการบริการด้านสัมผัสได้(Tangibles)ความเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) ความรวดเร็ว(Responsiveness) การรับประกัน(Assurance) การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2547 : 106) ตลอดจนได้มีการนำเสนอการให้บริการที่หลากหลายรูปแบบเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้ลูกค้าผู้ใช้บริการ เกิดความพึงพอใจสูงสุดและยังเป็นการช่วยรักษาลูกค้าและส่วนครองตลาดของธนาคารเอาไว้ดังนั้น ธุรกิจต้องสร้างความแตกต่างและความแตกต่างนั้นต้องเป็นความแตกต่างที่มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า “การบริการ” ก็เป็นแนวทาง หนึ่งที่สร้างความ แตกต่างที่มีคุณค่าสำหรับลูกค้านอกเหนือจากความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ หรือภาพลักษณ์

ของตราสินค้าเนื่องจาก การบริการไม่ต้องลงทุนในการวิจัยและพัฒนามากเมื่อเปรียบ เทียบกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้มีความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่งขันหรือไม่ต้องลงทุนมากในการสร้างภาพลักษณ์ อย่างต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับการลงทุนในการสร้างตราสินค้าจากเหตุผลดังกล่าวทำให้องค์กรส่วนใหญ่ในทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญกับเรื่อง การบริการลูกค้าจนอาจจะกล่าว ได้ว่าในปัจจุบันนี้ทุกธุรกิจคือธุรกิจบริการ โดยมีทั้งประเภทที่ส่งมอบ บริการล้วน (Pure Service) และประเภทที่ใช้สินค้า เป็นสะพานในการเข้าถึงเพื่อให้บริการลูกค้า

ธนาคารพาณิชย์ (Commercial Banks) เป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโดยทำหน้าที่เป็นแหล่งระดมเงินออม และแหล่งให้กู้ยืมที่สำคัญที่สุดในตลาดการเงิน โดยหน้าที่ของธนาคารพาณิชย์จะมีการให้บริการ ดังนี้

1. การรับฝากเงิน ธนาคารพาณิชย์มีหน้าที่รับฝากเงินจากประชาชนทั่วไปโดยให้ผลตอบแทนในรูปของดอกเบี้ย ธนาคารพาณิชย์รับฝากเงินจากประชาชนแบ่งเป็น3 ประเภท คือ

1.1 เงินฝากประเภทกระแสรายวัน (Demand Deposit หรือ Current Account) เป็นเงินฝาก ประเภทจ่ายคืนเมื่อทวงถามผู้ฝากจะได้รับดอกเบี้ยในอัตราต่ำแต่จะได้รับความสะดวกในการใช้เช็คเมื่อต้องการใช้จ่ายเงินด้วยความปลอดภัยโดยไม่ต้องใช้เงินสด

1.2 เงินฝากประเภทประจำ (Time Deposit หรือ Fix Deposit) เป็นเงินฝากประเภทผู้ฝากจะถอนคืนได้เมื่อครบกำหนดเวลาตามข้อตกลงโดยผู้ฝากจะได้รับดอกเบี้ยอัตราที่ สูงกว่าเงินฝากประเภทอื่นในกรณีผู้ฝากต้องการถอนเงินก่อนครบกำหนดเวลาตามซื้อตกลงสามารถทำได้แต่จะได้ได้รับดอกเบี้ยครบตามที่ตกลงไว้

1.3 เงินฝากประเภทออมทรัพย์หรือเงินฝากสะสมทรัพย์ (Savings Account Deposit)เป็นเงินฝากประเภทผู้ฝากสามารถฝากเงินหรือถอนเงินโดยไม่มีกำหนดระยะเวลาผู้ฝากจะได้รับดอกเบี้ยในอัตราต่ำกว่าเงินฝากประเภทประจำ

2. การสร้างเงินฝาก ธนาคารพาณิชย์ สร้างเงินฝากได้โดยการขยายเครดิตหมายถึงการให้ลูกค้ากู้ยืมเงินแบ่งเป็น3วิธีคือ

2.1 ให้กู้โดยเบิกเงินเกินบัญชีธนาคารให้กู้ประเภทเบิกเงินเกินบัญชีแก่ลูกค้าที่มีเงินฝากในบัญชีกับธนาคารโดยธนาคารจะคิดดอกเบี้ยจากจำนวนเงินที่เบิกเกินกว่าเงินฝากตามอัตราที่กฎหมายกำหนด

2.2 ให้กู้โดยมีหลักทรัพย์ค้ำประกันผู้กู้ประเภทนี้ไม่จำเป็นต้องมีเงิน ฝากในบัญชีกับธนาคารแต่ผู้กู้จะต้องนำหลักทรัพย์มาค้ำประกันในการกู้

2.3 ให้กู้โดยการรับซื้อตั๋วแลกเงิน ธนาคารจะรับซื้อลดตั๋วเงินต่าง ๆที่มีผู้นำตั๋วเงินที่ยังไม่ครบเวลาขายให้ธนาคาร

3. ซื้อขายเงินตราต่างประเทศธนาคารพาณิชย์ทำหน้าที่ซื้อขายเงินตราต่าง ประเทศในราคาที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดธนาคารพาณิชย์จะได้กำไรจากผลต่างของราคาซื้อขาย

4. ให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศการติดต่อซื้อขายระหว่างประเทศธนาคารพาณิชย์ทำหน้าที่บริการให้การติดต่อซื้อขายเป็นไปด้วยความสะดวกและเชื่อถือได้โดยการเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิตเพื่อการสั่งซื้อสินค้าหรือส่งสินค้าออกเรียกเก็บเงินตามตั๋วเงินต่างประเทศออกหนังสือค้ำประกันให้ลูกค้าของธนาคารเมื่อต้องการออกสินค้า

5. ให้บริการอื่น ได้แก่ให้บริการโอนเงินทั้งในประเทศและต่างประเทศให้บริการให้เช่าตู้นิรภัยเก็บของมีค่าให้บริการติดต่อกับธนาคารต่าง ๆ ทั่วโลกให้บริการรับชำระค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ค่าน้ำประปา ให้บริการจำหน่ายเช็คของขวัญและให้บริการทางด้านวิชาการ

ความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยเป็นธุรกิจที่ต้องเผชิญกับการแข่ง ขันที่รุนแรงเช่นเดียวกับธุรกิจอื่นๆองค์กรธุรกิจทุกองค์กรต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรของตนธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งจะต้องค้นหากลยุทธ์และวิธีการต่างๆมาพัฒนาและปรับ ปรุงคุณภาพของตนเองให้เพิ่มมากขึ้นเพื่อสร้างผลลัพธ์จากการส่งมอบบริการที่ดีให้ลูกค้าไม่ว่าจะเป็น 1. ความพึงพอใจ (Customer Satisfactions) 2. สัมพันธภาพที่ดีแก่ลูกค้า (Customer Relationship) 3. ซื้อสินค้าหรือใช้บริการกันอย่างต่อเนื่อง (Customer Retention) ตลอดจนการสร้างฐานให้ลูกค้ามีความสัมพันธ์ในระยะยาวและก่อให้เกิดความจงรักภักดีกับสินค้าหรือบริการของเราตลอดไป (Customer Loyalty) ซึ่งธนาคารใดมีคุณภาพบริการที่ดีเป็นที่ยอมรับจากผู้ใช้บริการก็จะสามารถรักษาลูกค้าและส่วนครองตลาดเอาไว้ได้เป็นอย่างดี

งานบริการจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาองค์การต่างๆเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการ ในยุคที่มีความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสูงสุดผู้ให้ บริการหยิบยื่นและส่งมอบความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้าเพื่อสร้างผลลัพธ์จากการส่งมอบบริการที่ดีให้ลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจ (Customer Satisfactions) ก่อให้เกิดความสัมพันธภาพที่ดีแก่ลูกค้า (Customer Relationship) รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเหล่านี้กลับมาซื้อสิน ค้าหรือใช้บริการกันอย่างต่อเนื่อง (Customer Retention) ตลอดจนการสร้างฐานให้ลูกค้ามีความสัมพันธ์ในระยะยาวและก่อให้เกิดความจงรักภักดีกับสินค้าหรือบริการของเราตลอดไปโดยลูกค้าผู้มาใช้บริการมีความคาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่มีคุณภาพการมีอัธยาศัยไมตรีความเอาใจใส่ของพนักงานผู้ให้บริการ

จากสภาพการณ์ในปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ที่มีการให้บริการที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากทำให้เกิดการแข่งขันมากขึ้นทั้งด้านการบริการ การอำนวยความสะดวก การให้คำปรึกษาแนะนำและ บริการด้านการเงินต่างๆจึงเป็นประเด็นที่ทำให้ผู้วิจัยต้องศึกษาเพื่อให้ทราบถึงคุณภาพการให้บริการและปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความต้องการในการใช้บริการลูกค้าทั้งนี้เพื่อปรับปรุงพัฒนามาตรฐานการให้บริการอันเป็นเลิศของธนาคาร ดังคำขวัญที่ว่า "เพื่อนคู่คิด มิตรคู่บ้าน" เพื่อเป็นการพัฒนางานด้านการบริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา ประตูเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่
2. เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของการการบริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่
3. นำผลการศึกษาที่ได้ใช้เป็นข้อมูลในการแก้ไขและวางแผนการพัฒนาการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เป็นการศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ลูกค้าผู้มาใช้บริการ ของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่จำนวน 390 คน

นิยามศัพท์

ธนาคาร หมายถึง ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ตั้งอยู่ที่ 11/1 ถนนช่างหล่อ ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100

ผู้รับบริการหรือลูกค้า หมายถึงผู้ที่เข้ามาติดต่อใช้ บริการหรือผู้ที่เข้ามารับบริการทำธุรกรรมกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่

ผู้ให้บริการ หมายถึง เจ้าหน้าที่ธนาคารตั้งแต่ระดับผู้บริหารสาขาไปจนถึงพนักงานปฏิบัติการ ซึ่งเป็นผู้ให้คำแนะนำ อำนวยความสะดวก สบายแก่ผู้ใช้บริการ

คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง การบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการ ของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจและเกิดความจงรักภักดีซึ่งประกอบ ด้านสิ่งสัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านความใส่ใจในการให้บริการ ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการและด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด(มหาชน)สาขาประตูเชียงใหม่ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการศึกษา ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารกรุงเทพ
2. แนวความคิดการให้บริการ
3. แนวความคิดคุณภาพการให้บริการ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิดการวิจัย

ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารกรุงเทพ

ธนาคารกรุงเทพได้รับการก่อตั้งขึ้นในปีพ.ศ. 2487 และเจริญเติบโตจนเป็นธนาคารพาณิชย์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และเป็นหนึ่งในธนาคารระดับภูมิภาคที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยมูลค่าของสินทรัพย์รวมประมาณ 1.8 ล้านล้านบาท โดยเป็นผู้นำในการสนับสนุนทางการเงินแก่ธุรกิจขนาดใหญ่และเอสเอ็มอี อีกทั้งยังมีฐานลูกค้ากว้างขวางที่สุดในตลาดลูกค้าบุคคล ด้วยธนาคารกรุงเทพให้บริการแก่ลูกค้าบุคคลและลูกค้าธุรกิจเป็นจำนวนรวมกว่า 17 ล้านบัญชีผ่านสำนักธุรกิจและสำนักธุรกิจย่อยกว่า 230 แห่ง และสาขาทั่วประเทศเกือบ 1,000 แห่ง และยังมีเครือข่ายธนาคารอัตโนมัติที่หลากหลาย ซึ่งประกอบด้วยเครื่องเอทีเอ็มและเครื่องรับฝากเงินสดรวมประมาณ 7,600 เครื่อง บริการธนาคารทางโทรศัพท์และธนาคารทางอินเทอร์เน็ตที่ใช้ง่ายและลูกค้าสามารถเลือกทำธุรกรรมในภาษาไทยหรืออังกฤษ ซึ่งเอื้ออำนวยให้ลูกค้าสามารถจัดการเรื่องการเงินได้อย่างรวดเร็วตลอด 24 ชั่วโมงนอกจากนี้ ธนาคารกรุงเทพยังเป็นธนาคารไทยเพียงแห่งเดียวที่มีเครือข่ายต่างประเทศกว้างขวางที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศจีน ซึ่งธนาคารมีสาขาอยู่ทั้งที่ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ เซี่ยะเหมิน และเสิ่นเจิ้น

เครือข่ายสาขาในต่างประเทศของธนาคารกรุงเทพครอบคลุม 13 เขตเศรษฐกิจสำคัญของโลก ได้แก่ จีน ฮ่องกง สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ญี่ปุ่น ไต้หวัน สิงคโปร์ มาเลเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ลาว และพม่า ซึ่งประกอบด้วยสาขาต่างประเทศ 24 แห่ง สำนักงานตัวแทน 1 แห่ง และธนาคารในเครือที่ธนาคารกรุงเทพถือหุ้นทั้งหมด 2 แห่ง คือ Bangkok Bank Berhad (BBB) ในประเทศมาเลเซีย และ Bangkok Bank (China) Company Limited (BBC) ในประเทศจีน

ธนาคารกรุงเทพเป็นธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการอย่างครบวงจร ซึ่งประกอบด้วย การจัดการสินเชื่อร่วม การรับประกันการจัดจำหน่ายตราสารทุน สินเชื่อเพื่อการค้าระหว่างประเทศ สินเชื่อโครงการ บริการรับฝาก

หลักทรัพย์ สินเชื่อเพื่อเอสเอ็มอี บริการการเงินธนกิจ และบริการให้คำแนะนำทางธุรกิจการที่ธนาคารกรุงเทพยังคงเป็นผู้นำในภาคการธนาคารไทยมาโดยตลอดนั้น เป็นผลมาจากปรัชญาของธนาคารที่มุ่งเน้นการพัฒนาสายสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อ เกื้อหนุนซึ่งกันและกันอย่างยืนยาว นอกจากนี้ การประสานศักยภาพภายในองค์กรระหว่างหน่วยธุรกิจต่างๆ ทั้งด้านลูกค้าธุรกิจรายใหญ่ ด้านการเงินธนกิจ กิจการธนาคารต่างประเทศ ด้านลูกค้าธุรกิจรายกลางและรายปลีก และด้านลูกค้าบุคคล เอื้ออำนวยให้ธนาคารสามารถสร้างสรรค์บริการเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะเจาะจงของลูกค้า โดยมีทั้งความหลากหลายและมิติในเชิงลึก นอกจากนี้ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด และบริษัทหลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือธนาคาร ยังมีบทบาทสำคัญที่สนับสนุนธนาคารในการสร้างสรรค์โอกาสเพื่อการลงทุนใหม่ๆ เพื่อนำเสนอต่อลูกค้าของธนาคารกรุงเทพโดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ มีสาขาธนาคารทั้งหมด 41 สาขาและมีผลิตภัณฑ์หรือบริการดังนี้

ผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1. ด้านเงินฝาก
    - 1.1 บัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์
    - 1.2 บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน
    - 1.3 บัญชีเงินฝากประจำ
2. บัตรเดบิต บีเฟิสต์
3. บัตรเครดิต
4. สินเชื่อ
    - 4.1 สินเชื่อบัวหลวงพูนผล
    - 4.2 สินเชื่อเพื่อผู้รับบำนาญ
5. สินเชื่อที่อยู่อาศัย
6. กองทุนรวม
7. แบงก์แอสชัวรันส์ (ประกันชีวิตสะสมทรัพย์)

ช่องทางทำธุรกรรม

1. บริการที่สาขา
2. ธนาคารอัตโนมัติ
    2.1 เอทีเอ็ม
    2.2 เครื่องบริการอัตโนมัติ
3. ธนาคารทางโทรศัพท์
4. บัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง

แนวความคิดการให้บริการ

ความหมายของการบริการ

การบริการ (Service) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญกับองค์กรทั้งในภาครัฐและเอกชน มีนักวิชาการหลายท่านได้แสดงความคิดเห็นไว้เพื่อให้เกิดความครอบคลุมและความชัดเจนของการบริการผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับการบริการ ดังนี้

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การส่งมอบคุณค่าที่ไม่สามารถจับต้องได้ให้กับลูกค้า ซึ่งเกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิดทางด้านจิตใจของลูกค้าที่มีภาพลักษณ์ต่อบริษัท เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

นิตยา จอมเงิน (2546) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือผลประโยชน์ซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอให้แก่อีกฝ่ายหนึ่ง โดยที่ผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้น ๆ อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะเกิดพร้อมกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ตาม การบริการจึงเปรียบเหมือนสินค้าทั่ว ๆ ไป

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2545) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง พฤติกรรม กิจกรรม การกระทำ ที่บุคคลหนึ่งให้หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่งโดยมีเป้าหมายและความตั้งใจในการส่งมอบบริการนั้น หรือ หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ผลผลิตออกมาในรูปของเวลา สถานที่ รูปแบบหรือสิ่งที่ประเทืองเอื้ออำนวยทางจิตวิทยา บริการเป็นสิ่งที่จับสัมผัสแตะต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นและจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการเพื่อใช้บริการนั้น ๆ โดยทันที หรือในเวลาเกือบทันทีทันใดที่มีการให้บริการนั้น

Kotler (1997) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมใด ๆ หรือการปฏิบัติที่กลุ่มหรือคณะใดคณะหนึ่งสามารถเสนอสิ่งสำคัญที่มองไม่เห็นเป็นตัวเป็นตน ไม่มีผลในการเป็นเจ้าของผลผลิตของบริการอาจเป็นหรือไม่เป็นผลิตภัณฑ์ก็ได้

Lovelock (2002) ได้ให้นิยามของคำว่าบริการไว้ 2 ความหมายด้วยกันคือ

1. บริการเป็นปฏิกิริยาหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับอีกฝ่ายหนึ่งแม้ว่ากระบวนการอาจผูกพันกับตัวสินค้าก็ตามแต่ปฏิบัติการก็เป็นสิ่งที่มองไม่เห็นจับต้องไม่ได้และไม่สามารถครอบครองได้

2. บริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหาคุณประโยชน์ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่งอันเป็นผลมาจากการที่ผู้รับบริการหรือผู้แทนนำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้

Gronroos (1990) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรม หรือ ชุดของกิจกรรมซึ่งอาจอยู่ในสภาพของการมีตัวตนหรือไม่ก็ตาม เกิดขึ้นเมื่อผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าหรือผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับระบบของการบริการ ซึ่งจัดเตรียมไว้เพื่อแก้ปัญหา

จากความหมายของการบริการดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่าการบริการเป็นกิจกรรมการกระทำและการปฏิบัติที่ผู้ให้บริการจัดทำขึ้นเพื่อเสนอขายและส่งมอบสู่ผู้รับบริการหรือเป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างทันทีทันใดลักษณะของการบริการมีทั้งไม่มีรูปร่างหรือตัวตนจับสัมผัสแตะต้องได้ยากและเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายได้ง่ายแต่นำมาซื้อขายกันได้

ความสำคัญของการบริการ

การบริการนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะการบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ไม่มีการดำเนินงานใด ๆ ที่ปราศจากการบริการทั้งในภาครัฐและเอกชน การขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใด ๆ ก็ต้องมีการบริการร่วมอยู่ด้วยเสมอ การบริการที่ดีจะช่วยรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ ทำให้เกิดการขายซ้ำแล้วซ้ำอีกจะมีการชักชวนลูกค้าใหม่ ๆ ตามมา ในการพิจารณาความสำคัญของการบริการมี 2 ด้าน ได้แก่

1. ถ้ามีบริการที่ดีจะเกิดผลอย่างไร

2. ถ้าบริการไม่ดีจะเสียผลอย่างไร

บริการที่ดีจะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติ อันได้แก่ ความรู้สึกทั้งต่อตัวผู้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางบวก คือ ความชอบความพึงพอใจ ดังที่จะกล่าวต่อไปนี้

1. มีความระลึก และยินดีมาขอรับบริการอีก
2. มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ
3. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่น แนะนำให้มาใช้บริการเพิ่ม
4. มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ
5. มีความประทับใจที่ดีไปอีกนาน
6. มีการพูดถึงผู้ให้บริการ และหน่วยงานในทางที่ดี
7. มีความภักดีต่อหน่วยงานที่ให้บริการ

บริการที่ไม่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางลบ มีความไม่ชอบในการให้บริการดังที่จะกล่าวต่อไปนี้

1. มีความผิดหวัง และไม่ยินดีมาใช้บริการอีก
2. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่น
3. มีความรังเกียจตัวผู้ให้บริการ
4. มีการพูดถึงผู้ให้บริการ และหน่วยงานในทางที่ไม่ดี
5. มีความเสื่อมศรัทธาในหน่วยงานที่ให้บริการ
6. มีความประทับใจที่ไม่ดีไปอีกนาน

จากข้อความดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ความสำคัญของการบริการแบ่งได้เป็น 2 ด้าน คือ ในเรื่องการให้บริการถ้าธนาคารให้บริการดีผู้รับบริการจะมีทัศนคติที่ดีและจะส่งผลให้การบริการเป็นไปในทางบวก ในทางตรงกันข้ามถ้าธนาคารให้บริการไม่ดีก็จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติต่อธนาคารเป็นไปในทางลบซึ่งจะก่อให้เกิดผลเสียกับธนาคารนั้น ๆ ได้ (วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์, 2545)

องค์ประกอบหลักของการบริการ

จากการศึกษาองค์ประกอบหลักของการบริการได้มีนักวิชาการหลายทาสนได้กล่าวไว้ดังต่อไปนี้

Lovelock (1996) ได้กล่าวว่า เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพในการบริการมี่ 5 ข้อ ได้แก่

1. สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (tangibles) หมายถึง สิ่งอำนวยคามสะดวกต่าง ๆ เครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ และสภาพแวดล้อม

2. ความไว้ใจในความน่าเชื่อถือ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการในระดับหนึ่งที่ต้องการอย่างถูกต้อง และไว้วางใจได้

3. ความใส่ใจ (empathy) หมายถึง ความสามารถในการติดต่อสื่อสารสามารถติดต่อได้ง่าย สามารถเข้าถึงได้สะดวกและเข้าใจผู้รับบริการ

4. ความมั่นใจ (assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ มีความซื่อสัตย์ มีความเป็นมิตรกับผู้รับบริการ สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้รับบริการได้

5. การสนองตอบผู้รับบริการ (responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจที่จะให้บริการทันที และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี

Tanner and Detoro (1992) ได้กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการได้กำหนดมาตรฐานไว้เพื่อใช้วัดการให้บริการที่เรียกว่าผู้วัด ดังนี้

1. ความไว้ใจความน่าเชื่อถือ (reliability) คือ ความสามารถในการปฏิบัติงานตามที่รับปากไว้ได้อย่างถูกต้อง และเชื่อถือได้

2. การเอาใจเขามาใส่ใจเรา (empathy) การเอาใจใส่แก่ผู้รับบริการ การเอื้ออาทร

3. สิ่งที่จับต้องไม่ได้ (intangibility) คือ ลักษณะที่ปรากฏให้เห็น ได้แก่ สถานที่ และบุคลากร

4. การให้ความมั่นใจ (assurance) ด้านความรู้ ความเหมาะสม ความสุภาพอ่อนน้อมของผู้ให้บริการ และสามารถสร้างความไว้วางใจและมั่นใจแก่ผู้รับบริการได้

5. การตอบสนอง (responsiveness) เป็นความเต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที

Parasuraman et al. (1990) ได้กล่าวว่าการวัดคุณภาพการให้บริการจะประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 5 ประการ ได้แก่

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (tangibles) หมายถึง งานบริการที่มีความเป็นรูปธรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะทางกายภาพที่ไม่ปรากฏให้เห็น ได้แก่ สถานที่ เครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ และบุคคล

2. ความไว้ใจความน่าเชื่อถือ (reliability) หมายถึง การให้บริการที่ตรงตามการสื่อสารที่นำเสนอต่อผู้รับบริการ งานที่ให้บริการทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง แม่นยำ เหมาะสม สามารถสร้างความเชื่อถือไว้วางใจในงานบรากรต่อผู้รับบริการได้

3. การตอบสนองผู้รับบริการ (responsiveness) หมายถึง ผู้ให้บริการมีหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจพร้อมที่จะช่วยเหลือให้บริการทันทีทำให้ผู้รับบริการได้รับบริการที่รวดเร็ว

4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ทันที มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้กับผู้รับบริการว่าจะได้รับบริการที่ดี

5. การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (empathy) หมายถึง การให้บริการแก่ผู้รับบริการด้วยความเอาใจใส่ ศึกษาความต้องการของผู้รับบริการแต่ละรายเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ

จากข้อความดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบของการบริการเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับคุณภาพในการบริการลูกค้า การปรับปรุงความเชื่อถือได้เป็นหัวใจหนึ่งของการยกระดับคุณภาพการบริการของธนาคาร เนื่องจากการบริการที่เชื่อถือไม่ได้นั้นเป็นการทำลายคำมั่นสัญญา ลูกค้าจะเข้าใจว่า ธนาคารไม่มีความสามารถ และอาจเปลี่ยนใจไปใช้บริการจากผู้ให้บริการรายใหม่

ลักษณะของการบริการ

จากการศึกษาลักษณะของการบริการได้มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวถึง ลักษณะของการบริการไว้ ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) กล่าวว่า ลักษณะของการบริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะ ดังนี้

1. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ เป็นลักษณะที่สำคัญของการบริการ ซึ่งมีการผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกันและไม่สามารถแบ่งแยกบริการจากผู้ให้บริการได้ ไม่ว่าผู้ให้บริการจะเป็นบุคคลหรือเครื่องจักรก็ตาม กล่าวคือ ผู้ขายรายหนึ่งสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากมาจากผู้ขายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกันทำให้การบริการมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา

กลยุทธ์การให้บริการเพื่อแก้ปัญหาข้อจำกัดด้านเวลา โดยกำหนดมาตรฐานด้านเวลาการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อที่จะให้บริการได้มากขึ้น หรือจัดลูกค้าในรูปของกลุ่มเล็กแทนการให้บริการรายบุคคล หรือใช้เครื่องมือต่าง ๆ เข้าช่วย

2. ไม่แน่นอน เป็นลักษณะที่สำคัญของบริการซึ่งคุณภาพจะผันแปรไปโดยขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ และขึ้นกับว่าเป็นการให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร การควบคุมคุณภาพในการให้บริการสามารถทำได้ 2 ขั้นตอน ดังนี้

2.1 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยการรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้า การเปรียบเทียบเพื่อนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการปรับปรุงแก้ไขบริการให้ดีขึ้น

2.2 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการต้องเน้นในด้านการฝึกอบรมพนักงานในการให้บริการที่ดี

3. ไม่สามารถจับต้องได้ เป็นลักษณะที่สำคัญของการบริการ ซึ่งไม่สามารถมองเห็น รู้สึก รับรู้รสชาติ ได้ยิน ดังนั้นผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากการบริการที่จะได้รับ เพื่อลดความเสี่ยงและสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อ ในแง่ของตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์ และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขาย บริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถทำการตัดสินใจได้เร็วขึ้น ดังจะกล่าวแต่ละหัวข้อดังนี้

3.1 สถานที่ (place) ต้องสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้มาติดต่อ เช่น ธนาคารต้องมีสถานที่กว้างขวาง ออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อ มีที่นั่งเพียงพอ มีบรรยากาศที่สร้างความรู้สึกดี รวมทั้งมีเสียงดนตรีเบา ๆ ให้ผู้รับบริการรับฟัง

3.2 บุคคล (people) พนักงานที่ให้บริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกภาพดี พูดจาไพเราะ หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

3.3 เครื่องมืออุปกรณ์ (equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็ว

3.4 เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร (communication material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่าง ๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของการบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

3.5 สัญลักษณ์ (symbols) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ เป็นลักษณะของการบริการที่จะมีอยู่ในช่วงสั้น ๆ และไม่สามารถเก็บไว้ได้ หรือเป็นลักษณะที่สำคัญของการบริการ ซึ่งไม่สามารถเก็บไว้ หรือขายเพื่อใช้ในภายหลังได้ บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้เหมือนกับสินค้า ถ้าต้องการมีความสม่ำเสมอการให้บริการก็จะไม่มีปัญหาแต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหา คือ ให้บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2542) กล่าวว่า ลักษณะของการบริการ มีคุณสมบัติต่อการออกแบบโครงสร้างการบริการดังนี้

1. ไม่แน่นอน (variability) การบริการมีลักษณะของความไม่แน่นอนสูง เนื่องจากขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้ให้บริการ ที่ไหน เมื่อไร

2. ความไม่มีตัวตน (intangibility) การบริการต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตนการบริการไม่มีตัวตนไม่สามารถมองเห็นได้ ไม่ได้ยินเสียง ไม่มีรส รู้สึกไม่ได้ ไม่มีกลิ่น ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงผู้ใช้บริการจะมองหาร่องรอยหรือหลักประกันเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการเพื่อประเมินคุณภาพโดยพิจารณาจากบุคคล สถานที่ เครื่องมือวัสดุสื่อสาร อุปกรณ์ สัญลักษณ์และราคา ดังนั้นผู้ให้บริการต้องประกันความมั่นใจเพื่อให้สิ่งที่จับต้องไม่ได้เป็นสิ่งที่จับต้องได้เพื่อเพิ่มความมั่นใจที่เป็นรูปธรรม

3. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (perishability) การบริการเสื่อมสูญง่าย ไม่สามารถเก็บไว้ได้ มีกำหนดระยะเวลา ถ้ามีอุปสงค์สม่ำเสมอการบริการจะไม่มีปัญหา เช่น การบริการขนส่งมวลชนต้องจัดรถและเครื่องมือที่ใช้ในชั่วโมงเร่งด่วนเพิ่มมากกว่าการใช้เฉลี่ยตลอดวัน

4. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (inseparability) การบริการเป็นการผลิตและการบริโภคในเวลาเดียวกัน ลักษณะเช่นนี้จึงแตกต่างกับผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตนที่ผลิตแล้วนำมาเป็นสินค้าคงคลัง

จัดจำหน่ายผ่านคนกลาง แต่ถ้าเป็นการบริการทั้งผู้ให้และผู้รับบุคคลหนึ่งเป็นผู้ซื้อบริการเป็นส่วนสำคัญที่ต้องเข้ามามีส่วนร่วมพร้อมกัน เมื่อลูกค้าและผู้ให้บริการเป็นลักษณะพิเศษของตลาดบริการ

ธงชัย วงศ์สุวรรณ (2544) กล่าวว่า ลักษณะของการบริการมีดังนี้

1. คุณภาพของการบริการวัดจากความพึงพอใจลูกค้า

2. การบริการถูกสร้างขึ้น และส่งมอบให้แก่ลูกค้าในเวลาที่ลูกค้าต้องการ

3. การบริการไม่มีมิติทางกายภาพ ไม่ต้องการสถานที่เก็บรักษา และไม่มีกำหนดอายุการใช้งาน

4. การบริการยังไม่เกิดขึ้นจนกว่าบริการจะส่งมอบให้แก่ลูกค้าในเวลาที่ลูกค้าต้องการ

5. ระบบการให้บริการมีลักษณะเป็นระบบเปิดโดยให้ลูกค้ามีส่วนร่วมอยู่ด้วย

6. การบริการไม่สามารถจับต้องได้ แต่สามารถรับรู้ได้

สมิต สัชฌุกร (2543) กล่าวว่า การบริการเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลและสิ่งที่บุคคลได้กระทำขึ้น การบริการเป็นความรับผิดชอบของทุกคนโดยแยกลักษณะของการบริการได้ดังนี้

1. เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อผู้อื่น พฤติกรรมโดยทั่วไปแล้วจะเห็นได้จากการกระทำการบริการจะมีการแสดงออกในลักษณะของสีหน้า กิริยาท่าทาง แววตา คำพูด แล้วน้ำเสียง การแสดงพฤติกรรมที่ปรากฏให้เห็นจะเกิดผลได้ทันที เกิดผลขึ้นได้ตลอดเวลาและแปลผลได้รวดเร็ว อันเป็นลักษณะเฉพาะของการบริการ

2. เป็นการกระทำที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจ การบริการจะเป็นเช่นไรขึ้นอยู่กับความคิดของผู้ให้บริการซึ่งจะแสดงอารมณ์ ความรู้สึก ความเชื่อ ความปรารถนา และค่านิยม ถ้าสิ่งเหล่านี้สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจที่ดีย่อมจะมีผลต่อการบริการที่ดีตามไปด้วย

3. เป็นสิ่งที่บุคคลได้กระทำขึ้นอันเชื่อมโยงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการ การบริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคนเป็นผู้ให้บริการและต้องการคนเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบริการที่ดี เพราะกิจกรรมใด ๆ เกี่ยวกับการบริการคนจะต้องมีส่วนสัมพันธ์ในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการเป็นผู้ดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการ ได้แก่งานสำนักงาน โดยลักษณะของงานเป็นงานบริการ ให้การสนับสนุนการปฏิบัติการทั้งในด้านงานภายนอกและด้านงานภายใน เพื่อสนับสนุนให้งานของฝ่ายต่าง ๆ บรรลุผล งานสำนักงานเป็นส่วนสำคัญที่จะให้บริการด้านการติดต่อสื่อสาร งานเอกสารโต้ตอบการรับเรื่องและการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในและกับหน่วยงานภายนอก และเรื่องด้านการธุรการทั่วไป ซึ่งเป็นการให้บริการแก่หน่วยงานทุกหน่วยในองค์การงานต้อนรับ เป็นงานบริการที่สร้างความรู้สึกประทับใจ เมื่อมีผู้เข้ามาติดต่อเกี่ยวข้องด้วยให้

เกิดความรู้สึกอบอุ่น การต้อนรับเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการโดยตรงเพราะจะต้องให้ความช่วยเหลือด้วยความจริงใจนับตั้งแต่การทักทาย การกล่าวคำต้อนรับและการให้คำแนะนำชี้แจง ตอบซักถามแก่ผู้มาติดต่อหรือลูกค้า ซึ่งจะต้องแสดงออกด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดีงาม

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547) กล่าวว่า ลักษณะของการบริการเป็นกระบวนการที่แตกต่าง กระบวนการ หมายถึง วิธีการให้บริการตามปกติ หรืออาจจะหมายถึง ชุดของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในการให้บริการ ซึ่งลักษณะของการบริการแบ่งตามกระบวนการได้ 4 ประการได้แก่

1. การบริการต่อจิตใจลูกค้า (mental stimulus processing service) เป็นการให้บริการต่อจิตใจ อารมณ์ และความรู้สึกของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องอยู่ในสถานที่ให้บริการตลอดทั้งกระบวนการให้บริการจนกว่าจะได้รับประโยชน์ที่ตนต้องการจากบริการนั้นแต่สถานบริการในที่นี่อาจจะหมายถึงสถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่เฉพาะเจาะจงในการให้บริการนั้น

2. การบริการต่อร่างกายลูกค้า (people processing service) การบริการนี้เป็นการบริการที่มีการถูกเนื้อต้องตัวลูกค้าโดยตรง หรือเป็นการบริการทางกายภาพ ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องอยู่ในสถานที่ให้บริการตลอดทั้งกระบวนการจนกว่าจะได้รับผลประโยชน์ตามที่ต้องการจากบริการนั้น

3. การบริการต่อสารสนเทศของลูกค้า (information processing service) เป็นการให้บริการต่อสิ่งที่ไม่มีตัวตน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้อมูลสารสนเทศของลูกค้า บริการประเภทนี้ ได้แก่ ธนาคาร บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ เป็นต้น การบริการประเภทลูกค้าไม่จำเป็นต้องมาหาผู้ให้บริการ ณ สถานบริการเนื่องจากเป็นบริการที่เน้นเกี่ยวกับการจัดทำข้อมูลสารสนเทศเป็นหลัก แต่อย่างไรก็ตามลูกค้าอาจจำเป็นต้องเข้าไปหาผู้ให้บริการในกรณีที่จำเป็น หรืออย่างน้อยก็ต้องเข้าไปหาในการเข้าไปใช้บริการครั้งแรก

4. การบริการต่อสิ่งของลูกค้า (procession processing service) เป็นการให้บริการในลักษณะที่ต้องต้องตัวสิ่งของหรืออย่างใดอย่างหนึ่งของลูกค้าโดยลูกค้าไม่จำเป็นต้องอาศัยอยู่ในสถานบริการนั้น ๆ ก็ได้ เช่น การให้บริการซัก อบ รีด เป็นต้น

ประภาศรี พงศ์ธนาพาณิชย์ และ พนัส หันนาคินทร์ (2547) กล่าวไว้ว่าลักษณะของการบริการที่แตกต่างจากสินค้ามี 5 ประการ ได้แก่

1. มีความเป็นเอกพันธ์ คือ ผลงานของมนุษย์ที่เป็นผู้ให้บริการ ซึ่งแต่ละคนก็มีรูปแบบและวิธีการให้บริการที่แตกต่างกันออกไป จึงยากที่จะกำหนดมาตรฐานของการให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกัน เพราะฉะนั้นการตัดสินใจเรื่องคุณภาพของบริการผู้ซื้อได้รับจึงเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก ในบางกรณีก็ยากที่จะบอกให้ทราบล่วงหน้าว่าบริการที่ผู้รับบริการจะได้รับจะมีลักษณะอย่างไร เช่น การซื้อบัตรเข้าชมคอนเสิร์ต ไม่อาจบอกได้ว่าการแสดงนั้นจะดีเพียงใด

2. อาศัยแรงงานคนเป็นหลัก การให้บริการต้องอาศัยแรงงานคนเป็นหลัก เพราะฉะนั้นคุณภาพของงานบริการจึงขึ้นอยู่กับคุณภาพของคน นักการตลาดจึงต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพของบริการ แม้ว่าจะมีการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดีบางครั้งผู้ให้บริการอาจจะไม่มีความพร้อมในการให้บริการ เช่น หงุดหงิด อารมณ์เสียจากปัญหาครอบครัว หรือปัญหาทางการจราจร จึงทำให้เกิดความผันแปรในคุณภาพการให้บริการที่นำเสนอแก่ผู้รับบริการ

3. จับต้องไม่ได้ ลักษณะพื้นฐานที่แตกต่างกันระหว่างสินค้าหรือบริการคือ บริการเป็นสิ่งของที่จับต้องไม่ได้ เนื่องมาจากผู้ซื้อไม่สามารถมองเห็น ทดสอบหรือสัมผัสกับบริการได้ เช่น บริการของสายการบิน บริการของโรงแรม บริษัทรถทัวร์ หรือสถานเสริมความงาม เป็นต้น ผู้รับบริการไม่สามารถสัมผัสบริการได้ก่อน หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการตลาดจึงมีภารกิจในเรื่องของการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ผู้บริการเกิดความมั่นใจถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการให้บริการ จากบริการที่เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้

4. การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมกัน ด้วยเหตุนี้สินค้าจึงต้องมีการผลิตมาก่อนหลังจากนั้นจึงเกิดการขายและการบริโภค สำหรับการบริการส่วนมากจะขายก่อนแล้วจึงผลิต (การให้บริการ) และบริโภค (การรับบริการ) ในเวลาเดียวกัน เช่น การให้บริการบริษัทรถทัวร์ผู้รับบริการต้องชำระค่ารถก่อนเดินทาง บริษัททัวร์จะให้บริการในขณะเดียวกันกับการรับบริการของผู้รับบริการได้ เพราะฉะนั้นลักษณะของการบริการแบ่งแยกไม่ได้

5. ความไม่คงทน บริการเป็นสิ่งที่ไม่คงทนและไม่อาจเก็บรักษาไว้ได้ เช่น ที่นั่งในโรงภาพยนตร์ในแต่ละรอบ ถ้าไม่มีผู้เข้าชมภาพยนตร์ก็เสียเปล่า เรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ไม่ได้ แตกต่างจากสินค้าที่สามารถเก็บรักษาไว้ในคลังสินค้าเพื่อรอการจำหน่าย ในบางกรณีหากผู้รับบริการไม่ได้รับความพอใจก็สามารถส่งสินค้าที่ซื้อไปแล้วได้

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547) กล่าวไว้ว่า ลักษณะของการบริการมี 4 ลักษณะ ได้แก่

1. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ คือ การบริการที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ แม้ว่าการบริการจะไม่เน่าเสียเหมือนกับอาหาร แต่เมื่อบริษัทเสนอการบริการมาแล้วผู้รับบริการไม่สามารถรอหรือเลื่อนไปใช้บริการในเวลาอื่นได้ เช่น การจองห้องพักโรงแรมถ้านักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้าพักในวันและเวลาที่กำหนดไว้ ทางโรงแรมก็ไม่สามารถที่จะสำรองห้องพักนั้นเพื่อรอผู้ที่จองไว้ เนื่องมาจากห้องพักสามารถให้นักท่องเที่ยวคนอื่นเข้าพักได้ อาจส่งผลให้โรงแรมสูญเสียรายได้ที่ควรจะได้รับ

2. สามารถเปลี่ยนแปลงได้ คือ การบริการมีลักษณะที่เด่นที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ง่าย หมายถึง การบริการมีลักษณะที่ไม่แตกต่างกัน เมื่อผู้รับบริการใช้บริการกับบริษัทแล้วไม่พึง

พอใจ ผู้รับบริการจะเปลี่ยนไปใช้บริการกับบริษัทอื่นที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า เพราะฉะนั้นบริษัทต้องเน้นคุณภาพในการบริการให้อยู่ในระดับที่สูงกว่าคู่แข่งขันเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งขันบริษัทต้องฝึกฝนอบรมพนักงานให้มีความเป็นมิตรให้แก่ผู้รับบริการเพื่อเป็นแนวทางสำหรับพนักงานในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ สุดท้ายบริษัทต้องคอยตรวจสอบคุณภาพให้บริการผ่านระบบ หรือการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นต้น

3. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ ธุรกิจบริการไม่สามารถแบ่งแยกให้บริการได้โดยปกติ บริษัทจะเสนอให้ผู้รับบริการและผู้รับบริการจะใช้บริการทันที การบริการไม่สามารถแยกออกจากผู้ให้บริการ หรือให้ผู้อื่นมารับบริการแทนได้ เช่น ธุรกิจร้านตัดผมเมื่อผู้รับบริการเข้าไปตัดผมในร้านได้ประมาณ 10 นาที มีโทรศัพท์มาตามให้เข้าประชุมด่วน ผู้รับบริการยังคงนั่งอยู่เพื่อตัดผมต่อไปให้เสร็จ เนื่องมาจากการตัดผมต้องกระทำครั้งเดียวให้เสร็จทันที ไม่สามารถกลับมาตัดอีกครั้งได้

4. ไม่สามารถจับต้องได้ คือ การบริการที่มีลักษณะทางกายภาพ ไม่สามารถจับต้องได้เหมือนสินค้าประเภทอื่น ผู้รับบริการจึงไม่สามารถที่จะมองเห็นหรือจับต้องได้ หรือทดลองใช้ก่อนที่จะซื้อ เช่น นักท่องเที่ยวจะเข้าพักในโรงแรม ถ้านักท่องเที่ยวไม่เคยเข้าพักมาก่อนจะไม่ทราบว่าการบริการภายในเป็นอย่างไร จึงทำให้การบริการเกี่ยวกับความรู้สึกและคาดหวังของผู้รับบริการ ผู้รับบริการจังเปรียบเทียบคุณภาพให้บริการของบริษัทจากพนักงาน เช่น สัญลักษณ์ต่าง ๆ อุปกรณ์ป้าย เป็นต้น บริษัทจึงต้องมีการพัฒนาสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ให้มีคุณภาพเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความต้องการใช้บริการของบริษัท

อเนก สุวรรณบัณฑิต (2548) กล่าวว่า การบริการมีคุณลักษณะที่แตกต่างกับการผลิตสินค้าทั่วไป โดยการบริการมีลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

1. ความไว้วางใจ หมายถึง การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการในขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้น ผู้รับบริการไม่ทราบล่วงหน้าว่าจะได้รับปฏิบัติเช่นไร ดังนั้นการตัดสินใจซื้อบริการจึงเป็นสิ่งที่ต้องเกิดจากความไว้วางใจซึ่งต่างจากสินค้าที่สามารถเห็นรูปลักษณ์หรือเลือกคุณภาพได้

2. สิ่งที่จับต้องไม่ได้ หมายถึง การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่อาจสัมผัสได้ก่อนซื้อ ดังนั้นการตัดสินใจซื้อบริการต้องอาศัยความคิดเห็น เจตคติ และประสบการณ์เดิมที่ได้รับจากการตัดสินใจซื้อบริการนั้นในครั้งนั้นก่อน

3. ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ หมายถึง การบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถแยกตัวบุคคลหรืออุปกรณ์ที่ทำหน้าที่ให้บริการ การผลิต การบริโภคและการบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันกับการขายบริการนั้น ๆ ซึ่งแตกต่างกับสินค้าซึ่งต้องมีการผลิตและการขายแล้วจึงต้องมีการบริโภคภายหลัง

4. ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ หมายถึง การบริการมีลักษณะไม่คงที่ และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้ การบริการขึ้นอยู่กับแต่ละแบบของผู้ให้บริการ ซึ่งมีวิธีการให้บริการเป็นลักษณะเฉพาะของตนเองทั้งนี้การบริการขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ช่วงเวลาของการบริการและสภาพแวดล้อมขณะบริการ

5. ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาได้ หมายถึง ไม่มีความต้องการที่จะใช้บริการจะเกิดความสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา

6. ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ หมายถึง การบริการมีลักษณะที่ไม่มีความเป็นเจ้าของเมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้น

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2548) กล่าวว่า ลักษณะของการบริการเป็นลักษณะเฉพาะที่เหมือนกันของการบริการไม่ว่าจะเป็นบริการประเภทใด มี 4 ประการ คือ

1. จับต้องไม่ได้ หมายถึง บริการเป็นผลการปฏิบัติงานมากกว่าเป็นวัตถุไม่สามารถสัมผัส หรือเห็นได้เหมือนสินค้า อาศัยประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการมาเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจใช้บริการและมีแนวโน้ม

2. ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ หมายถึง บริการแยกไม่ได้ระหว่างการผลิตและการบริโภค สินค้าเริ่มต้นจากการผลิตนำไปสู่การขายและการบริโภคในที่สุด ในขณะที่บริการเริ่มต้นที่การขาย ต่อมาเป็นการผลิตและบริโภคซึ่งเกิดขึ้นพร้อมกัน

3. มีความแตกต่างกัน หมายถึง มีศักยภาพที่แปรเปลี่ยนในการปฏิบัติการได้ และมีปัญหาของการขาดความสม่ำเสมอเกี่ยวกับคุณภาพซึ่งไม่สามารถกำจัดทิ้งได้สำหรับบริการไม่เหมือนกับสินค้าที่สามารถกำจัดได้

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ หมายถึง บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ จึงมีกำลังการผลิตที่ไม่ได้ใช้ในบางเวลาและบริการไม่มีสินค้าคงคลัง

Kotler (1997) กล่าวว่า การบริการมีลักษณะหลัก 4 ประการ ได้แก่

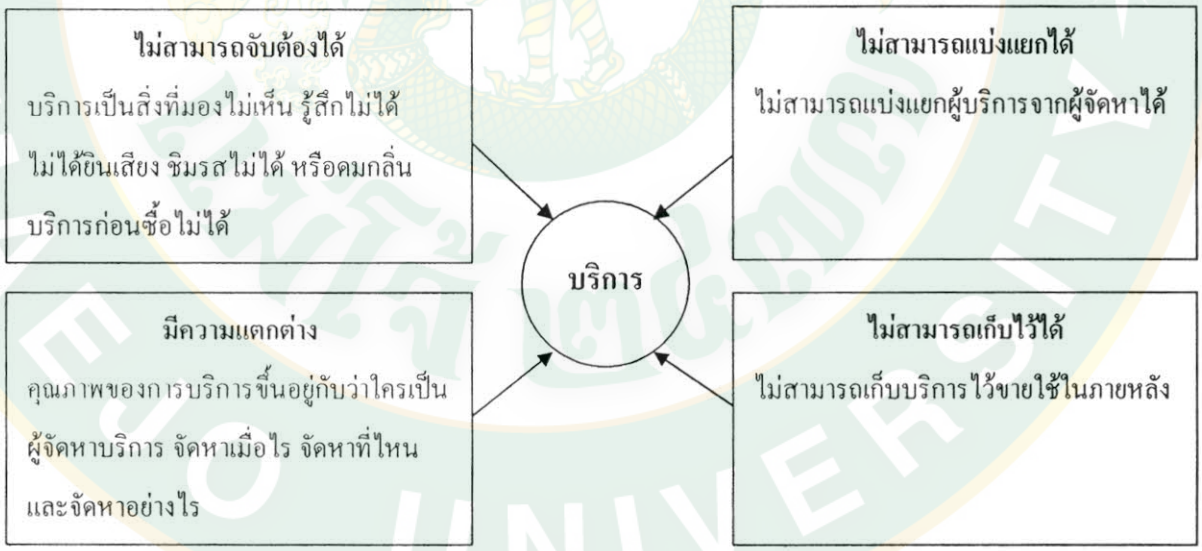
1. ความไม่สามารถจับต้องได้ของการบริการ หมายถึง การบริการเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น ไม่ได้ยิน รู้สึกไม่ได้ หรือไม่สามารถดมกลิ่นก่อนที่จะซื้อได้ เช่น ลูกค้าไม่สามารถมองเห็นผลงานได้ก่อนที่จะซื้อบริการผ่าตัดศัลยกรรม ลูกค้าของสายการบินยังไม่ได้รับอะไรนอกจากตั๋วและสัญญาว่าตั๋วของลูกค้าพร้อมสัมภาระจะไปถึงที่หมายในเส้นทางที่ตั้งใจ ด้วยเหตุนี้เพื่อลดความไม่แน่นอนผู้ซื้อจึงต้องสังเกตคุณภาพของการบริการ โดยอาจสรุปได้จาก บุคคล สถานที่ ราคา อุปกรณ์ และการติดต่อสื่อสาร เป็นต้น

2. ความไม่สามารถแบ่งแยกได้ของบริการ หมายถึง ลูกค้าไม่สามารถแยกบริการจากผู้ผลิตไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือเครื่องจักร บุคคลเป็นส่วนหนึ่งของการบริการเนื่องจากลูกค้าจะต้องอยู่ในสถานที่และเวลาที่ผลิตบริการจึงเป็นลักษณะสำคัญของการตลาดบริการ

3. ความแตกต่างกันของบริการ หมายถึง คุณภาพของการบริการอาจเปลี่ยนแปลงได้ ขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้ให้บริการ ให้บริการที่ไหน ให้บริการเมื่อไร และให้บริการอย่างไร เช่น แมริออท เป็นโรงแรมที่จัดหาบริการที่เหนือกว่าโรงแรมอื่น แต่บางครั้งในโรงแรมแมริออท อาจจะมีพนักงานต้อนรับที่ยิ้มแย้มแจ่มใสอยู่ใกล้ ๆ กับพนักงานอีกคนที่หน้าบึ้งและเชื่องช้า จึงเห็นได้ว่าคุณภาพการให้บริการของโรงแรมแห่งเดียวกันยังคงมีความแตกต่างกันอยู่ ขึ้นอยู่กับสภาพจิตใจของพนักงานแต่ละคนในขณะที่ลูกค้าเข้าพบ

4. ความไม่สามารถเก็บไว้ได้ของบริการ หมายถึง กิจการไม่สามารถเก็บบริการไว้เพื่อขายหรือใช้งานภายหลังได้ เช่น ธุรกิจการขนส่ง ต้องจัดให้มียานพาหนะจำนวนมากพอเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารจำนวนมากในช่วงเวลาที่เร่งด่วน

จากคุณลักษณะของบริการทั้ง 4 ประการนั้น สามารถทำการแสดงความสัมพันธ์เพื่อนำไปสู่คุณภาพของการบริการ ได้ดังแสดงในภาพ 1



ภาพ 1 แสดงคุณลักษณะ 4 ประการของการให้บริการ

จากข้อความดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าลักษณะของการบริการเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ สัมผัสไม่ได้ จึงทำให้ผู้รับบริการไม่สามารถรู้ล่วงหน้าก่อนได้รับบริการว่าบริการของธนาคารนั้น ๆ มีการบริการที่ดีมากน้อยเพียงใด (ดวงแก้ว ดีดพิณ, 2550)

5. หลักการและแนวทางในการบริการ

จากการศึกษาหลักการและแนวทางในการบริการได้มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวถึงหลักการและแนวทางการให้บริการไว้ ดังนี้

กุลธน ธนาพงศธร (2541) กล่าวว่า หลักการและแนวทางใน การบริการที่สำคัญมี 5 ประการ ได้แก่

1. หลักความสม่ำเสมอ หมายถึง การให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอไม่ใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้ให้บริการ

2. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ หมายถึง ประโยชน์และการบริการที่องค์จัดให้นั้น จะต้องสนองต่อความต้องการของบุคลากรเป็นส่วนใหญ่ หรือทั้งหมดมิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเฉพาะ มิฉะนั้นนอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดแล้วยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้น ๆ

3. หลักความสะดวก หมายถึง การบริการที่จัดขึ้นจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติง่ายสะดวกไม่สิ้นเปลืองทรัพยากร ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจแก่ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการมากจนเกินไป

4. หลักความประหยัด หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากเกินกว่าผลที่จะได้รับ

สมิต สัชฌุกร (2543) กล่าวว่า หลักการให้บริการโดยทั่วไปแล้วมี 5 ประการ ได้แก่

1. สอดคล้องตรงความต้องการของผู้รับบริการ คือ การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลัก จะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เห็นว่าดีและเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใด แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็อาจไร้ค่า

2. ทำให้ผู้บริการเกิดความพอใจ คือ คุณภาพความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น เพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ และถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการ ไม่ว่าผู้ให้บริการมากน้อยเพียงใด แต่ก็เป็นเพียงด้านปริมาณ แต่คุณภาพของการบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า

3. ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน คือ การให้บริการซึ่งจะสนองความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัดคือ การปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและ

ความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะหากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้วก็ยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจแม้จะมีคำขอโทษขออภัย ก็ได้รับเพียงความเมตตา

4. เหมาะสมกับสถานการณ์ คือ การให้บริการที่รวดเร็ว ส่งสินค้าหรือบริการตรงตามกำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญ ความล่าช้าไม่ทันกำหนด ทำให้บริการไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากการส่งสินค้าทันกำหนดเวลาแล้วยังต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้าและตอบสนองให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย

5. ไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่น ๆ คือ การให้บริการในลักษณะใดก็ตามจะต้องพิจารณาโดยรอบคอบรอบด้าน จะมุ่งแต่ประโยชน์ที่จะเกิดแก่ลูกค้าและฝ่ายผู้ให้บริการเท่านั้นไม่เป็นการเพียงพอจะต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องทั้งหลายฝ่าย รวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อมจึงควรยึดหลักในการให้บริการว่าจะระมัดระวังไม่ทำให้เกิดผลกระทบทำความเสียหายให้แก่บุคคลอื่น ๆ ด้วย

วิรัช วิรัชนีภาวรรณ (2548) กล่าวว่า แนวทางและวิธีการให้บริการเพื่อให้บริการประชาชนมี 11 ประการ ได้แก่

1. การจัดบุคลากรต้อนรับและให้ความช่วยเหลือประชาชน ควรจัดให้มีอย่างน้อย 1 คน ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเป็นพิเศษ มีหน้าที่พบปะประชาชนเพื่อคอยต้อนรับสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนที่มาติดต่อ ตอบคำถาม ให้คำแนะนำ หรือคอยให้ความช่วยเหลือ

2. การให้ประชาชนเลือกรับบริการ อาจเปิดโอกาสให้ประชาชนเลือกรับบริการได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายหรือยินยอมเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มด้วยความสมัครใจเพื่อให้ได้รับบริการที่รวดเร็วขึ้น หน่วยงานจำเป็นต้องกำหนดไว้ล่วงหน้าก่อนว่าเมื่อติดต่องานต้องใช้เอกสารใดพร้อมติดประกาศให้ประชาชนทราบอย่างชัดเจน โดยกำหนดบุคคลผู้รับผิดชอบหรือมีอำนาจในการดำเนินงาน

3. การให้บริการร่วมกันเสร็จสิ้นในจุดเดียว หรือการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จเพื่อเป็นการประหยัดเวลาค่าใช้จ่ายของประชาชน การให้บริการมีลักษณะที่สำคัญ คือ

3.1 หน่วยงานแต่ละหน่วยงานต้องร่วมมือและประสานงานกันโดยทุกหน่วยงานจะต้องประสานงานเพื่อออกระเบียบกำหนดขั้นตอนและระยะเวลาของแต่ละหน่วยงานตั้งแต่รับคำขอจนกระทั่งพิจารณาแล้วเสร็จให้อยู่ในระเบียบเดียวกัน

3.2 การให้บริการสาธารณะ เป็นการให้บริการแก่ประชาชนของทุกหน่วยงาน

3.3 การมีประชาสัมพันธ์และจัดบุคลากรคอยให้คำแนะนำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องประกาศให้ประชนรับทราบอย่างเปิดเผยว่าการติดต่อขอให้บริการแต่ละเรื่อง เจ้าหน้าที่ต้องใช้เวลาดำเนินการเท่าไร ต้องการเอกสารหลักฐานอะไรบ้าง ต้องระบุให้ชัดเจน

3.4 การให้บริการเสร็จสิ้นในจุดเดียวหรือสถานที่เดียว

3.5 มีกำหนดเวลาแล้วเสร็จในทุกขั้นตอนอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย

4. การเปิดกว้างช่องทางการให้บริการ การให้บริการแก่ประชาชนอาจดำเนินการในลักษณะที่ประชาชนได้รับความสะดวกรวดเร็ว พร้อมกับประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย เช่น การร้องเรียน การร้องทุกข์ การขอความช่วยเหลือ การชำระค่าบริการไฟฟ้า เหล่านี้ หน่วยงานอาจเปิดโอกาสให้ประชาชนส่งเรื่องร้องทุกข์ทางไปรษณีย์ โทรสาร หรือทางอินเตอร์เน็ต (internet) รวมทั้งจัดบุคลากรเพื่อรับเรื่องร้องทุกข์ทางโทรศัพท์ตลอด 24 ชั่วโมง

5. การยึดหลักการให้บริการสาธารณะอย่างประทับใจ คล่องตัว รวดเร็ว สะดวก เป็นธรรม น่าเชื่อถือ ถูกต้อง โปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ การให้บริการเหล่านี้ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือและยอมรับมากขึ้น

6. การให้บริการประชาชนต้องเป็นลักษณะของระบบเปิด เพื่อให้ประชาชนได้ทราบอย่างทั่วถึงว่าการให้บริการของหน่วยงานของรัฐและเจ้าหน้าที่ของรัฐเป็นอย่างไร รวมทั้งเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการ หรือตรวจสอบการปฏิบัติงานของหน่วยงานของรัฐด้วย

7. การช่วยเหลือประชาชนผู้มีรายได้น้อย ในบางสถานการณ์ เช่นเมื่อประสบภัยธรรมชาติ หรือเมื่อประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ หน่วยงานของรัฐอาจดำเนินการบางอย่างเพื่อบริการผู้มีรายได้น้อย เช่น การให้ประชาชนผ่อนชำระค่ารักษาพยาบาล เป็นต้น

8. การใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกและเกิดความโปร่งใสมากขึ้น เช่น การบริการโดยเครือข่ายอินเตอร์เน็ต คือ การรับชำระค่าบริการผ่านธนาคาร (e-banking) และบริการบนเครือข่ายอินเตอร์เน็ต (website) ของหน่วยงานร่วมทั้งขยายจุดบริการชำระเงินไปยังไปรษณีย์ที่มีอยู่ทั่วประเทศ เป็นต้น

9. การจัดหน่วยบริการเคลื่อนที่ เพื่อออกไปพบกับประชาชนและบริการตามชุมชมต่าง ๆ ภายใต้เขตพื้นที่เป็นประจำ โดยฝ่ายบริหารต้องมีส่วนร่วมในการให้บริการเคลื่อนที่นี้ด้วย

10.การเพิ่มการขยายเวลาให้บริการ คือ การเพิ่มเวลาการให้บริการมากขึ้น เช่น ขยายเวลาการให้บริการประชาชนในวันปฏิบัติราชการช่วงเวลา 12.00 น. –13.00 น. โดยไม่ต้องหยุดพักเที่ยง เพิ่มชั่วโมงการทำงานในวันเสาร์ หรือวันหยุดสำคัญของทางราชการ เช่น เทศกาลปีใหม่ เป็นต้น

11. การเปิดช่องทางงานเบ็ดเตล็ด ให้งานเสร็จภายใน 1 ชั่วโมง เช่น การให้บริการคำรับรองราคาประเมิน คำคัดค้าน คำขอแก้ชื่อตัว ชื่อสกุล เป็นต้น

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) กล่าวว่า การให้บริการในอนาคตจะเน้นแนวทางการให้บริการ 3 ประเภท ได้แก่

1. บริการหลัก หมายถึง บริการประเภทที่สำคัญขององค์กร บริการหลักมีความซับซ้อนในการให้บริการหรือส่งมอบให้ผู้รับบริการมากกว่าประเภทของการบริการเสริม หรือบริการอื่น ๆ ซึ่งเป็นการบริการที่ผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญมากในการพัฒนาการบริการเพื่อส่งมอบการบริการที่ดีสร้างความพึงพอใจให้ผู้รับบริการ

2. บริการเสริม หมายถึง การบริการประเภทที่มีความซับซ้อนน้อยกว่าบริการหลัก เป็นบริการที่ช่วยทำให้องค์กรมีการบริการหลักที่ดีขึ้น และไม่ขัดกับการให้บริการหลักเป็นการสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการ

3. บริการอื่น ๆ เป็นบริการที่สนับสนุนบริการหลัก และบริการเสริมแต่อย่างไรก็ตามผู้บริการจะต้องฝึกฝนอบรมพนักงานให้มีคุณภาพและส่งมอบบริการให้แก่ผู้รับบริการเป็นอย่างดี

Zeithaml (1990) กล่าวว่า การบริการที่จะประสบผลสำเร็จต้องประกอบด้วยหลักสำคัญต่าง ๆ ทั้ง 10 ประการ ดังนี้

1. สิ่งที่จับต้องไม่ได้ (tangibility) คือ การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการ

2. การเข้าถึงบริการ (access) คือ ผู้รับบริการสามารถเข้าใช้บริการได้สะดวก ระเบียบ ขั้นตอนไม่ซับซ้อนเกินไป ใช้เวลารอคอยไม่นาน และเวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับผู้รับบริการ รวมทั้งสถานที่ที่รับบริการสามารถติดต่อได้สะดวก

3. ความไว้ใจในความน่าเชื่อถือ (reliability) คือ ความสามารถในการบริการตามคำมั่นสัญญา

4. การสื่อสาร (communication) คือ ความสามารถในการให้บริการความสามารถในการสื่อสาร และความสามารถในความรู้ด้านวิชาการที่จะให้บริการ

5. ความสามารถ (competence) คือ ความสามารถในการให้บริการ ความสามารถในการสื่อสาร และความสามารถในความรู้ด้านวิชาการที่จะให้บริการ

6. ความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) คือ ผู้ให้บริการต้องมีบุคลิกที่ดี แสดงความสุภาพต่อผู้รับบริการ รวมทั้งสถานที่ที่รับบริการสามารถติดต่อได้สะดวก

7. การตอบสนอง (responsiveness) คือ การแสดงออกด้วยความเต็มใจและความพร้อมที่จะให้บริการ รวมทั้งมีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง และปฏิบัติต่อผู้รับบริการเป็นอย่างดี

8. ความเข้าใจลูกค้า (understanding of customer) คือ ความพยายามในการค้นหาทำความเข้าใจความต้องการ และการเรียนรู้ รวมทั้งการให้คำแนะนำและเอาใจใส่แก่ผู้รับบริการ

9. ความน่าเชื่อถือ (reliability) คือ ความสามารถในด้านการสร้างความเชื่อถือของผู้ให้บริการ

10. ความมั่นคง (security) ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น อุปกรณ์เครื่องมือปราศจากอันตราย ความเสียง และปัญหาต่าง ๆ

จากข้อความดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า หลักการและแนวทางในการบริการนั้นให้ความสำคัญกับผู้รับบริการเป็นอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความต้องการของผู้รับบริการ การแนะนำให้ความรู้จุดมุ่งหมายก็เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับธนาคารและยังสร้างความพอใจให้กับผู้รับบริการด้วย

แนวความคิดคุณภาพการให้บริการ

จากการศึกษาแนวความคิดคุณภาพการให้บริการได้มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวไว้เกี่ยวกับแนวคิดคุณภาพการให้บริการ ดังนี้

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547) กล่าวถึงปัจจัยที่ผู้รับบริการใช้ประเมินคุณภาพบริการ มีเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพบริการด้วยกัน 10 ปัจจัย ได้แก่

1. บริการอย่างมีความสามารถ หมายถึง มีทักษะและความรู้ที่จะทำงานบริการนั้น ๆ อย่างที่ควรจะเป็นโดยที่เกี่ยวข้องกับความรู้ความชำนาญของคนที่จะต้องไปติดต่อกับผู้รับบริการ ความรู้ความชำนาญของคนที่จะสนับสนุนงานบริการ

2. ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานคุณภาพบริการ จะเกี่ยวข้องกับผลงานและความพร้อมให้บริการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ หมายความว่า องค์กรจะต้องให้บริการอย่างถูกต้องเหมาะสมตั้งแต่ครั้งแรก และหมายถึงองค์การนั้นรักษาสัญญาที่รับปากกับผู้รับบริการไว้ เช่น การออกบิลเรียกเก็บเงินอย่างถูกต้อง การเก็บข้อมูลถูกต้อง ให้บริการตามเวลาที่กำหนด

3. การตอบสนอง จะเกี่ยวข้องกับความเต็มใจหรือความพร้อมในการให้บริการของผู้ให้บริการและยังเกี่ยวกับการให้บริการอย่างทันอกทันใจ เช่น การส่งสำเนาใบโอนทันที โทรศัพท์ไปหาผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว ให้บริการรวดเร็วทันใจ

4. การเข้าถึง จะเกี่ยวข้องกับการติดต่อต่าง ๆ ที่สามารถทำได้ง่ายและมีความคล้องตัว เช่น ติดต่องานบริการทางโทรศัพท์ได้โดยง่าย ไม่ใช่สายไม่ว่างอยู่ตลอดเวลา และต้องไม่ปล่อยให้ผู้รับบริการถือสายรอนานเกิน

5. การติดต่อสื่อสาร หมายถึง การหมั่นให้ข้อมูลแก่ผู้รับบริการด้วยภาษาที่ผู้รับบริการเข้าใจได้ พร้อมทั้งยินดีรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการ และอาจหมายถึงบริษัทจำเป็นจะต้อง

ปรับภาษาที่ให้กับผู้บริโภคต่างกลุ่ม เช่น เพิ่มระดับความรู้ที่ลึกซึ้งและซับซ้อนมากขึ้นเมื่อติดต่อสื่อสารกับผู้รับบริการที่รอบรู้ในการบริการนั้น ๆ เป็นอย่างดี ใช้ภาษาเรียบง่ายกับผู้รับบริการรายใหม่ การติดต่อสื่อสารยังเกี่ยวกับการอธิบายรายละเอียดการใช้บริการ ให้ความมั่นใจกับผู้รับบริการว่าความต้องการต้องได้รับการตอบสนอง

6. อัธยาศัยไมตรี จะเกี่ยวกับความสุภาพ การให้เกียรติ การคำนึงถึงความรู้สึกของผู้รับบริการ มิตรภาพที่ได้จากการติดต่อกับผู้ให้บริการ อัธยาศัยไมตรี และยังรวมถึงการดูแลและคำนึงถึงทรัพย์สินของผู้รับบริการ ความเป็นมิตรของผู้ให้บริการ ความเกรงใจและความซื่อสัตย์ความจริงใจและความเอาใจใส่

7. ความปลอดภัย หมายถึง ปราศจากอันตราย ความเสี่ยงหรือความเคลือบแคลงสงสัย โดยมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของร่างกาย ความมั่นคงทางด้านการเงิน การเก็บรักษาเป็นความลับ

8. ความเชื่อถือไว้ใจได้ เกี่ยวกับความมีคุณค่า น่าเชื่อถือ และความซื่อสัตย์ ทั้งนี้ความเชื่อถือไว้วางใจได้ คือ ชื่อเสียงของบริษัท บุคลิกภาส่วนตัวของผู้ติดต่อกับผู้รับบริการ ความซื่อสัตย์และความจริงใจของผู้ให้บริการ

9. บริการที่เป็นรูปธรรม เป็นปัจจัยเดียวที่ผู้รับบริการสามารถจับต้องได้ในปัจจัยทั้งหมดที่ผู้รับบริการใช้ในการประเมินคุณภาพบริการ ซึ่งอาจประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก การตกแต่งภายใน ภายนอกต่าง ๆ การแต่งตัวของบุคลากรผู้ให้บริการ เครื่องมือ เครื่องใช้หรืออุปกรณ์ที่ต้องใช้ประกอบเพื่อให้บริการ ตัวแทนบริการในเชิงกายภาพ เช่น บัญชีธนาคาร บัตรเครดิตการ์ด ลักษณะและพฤติกรรมของผู้รับบริการคนอื่นที่เข้ามาใช้บริการพร้อม ๆ กันในสถานบริการ

10. เข้าใจและรู้จักผู้รับบริการจริง จะเกี่ยวข้องกับความพยายามเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ โดยเกี่ยวพันถึงการศึกษาความคาดหวังและความต้องการของผู้รับบริการ เอาใจใส่ให้ความสนใจผู้รับบริการเป็นรายบุคคล ต้องจำผู้รับบริการของตนเอง

ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ (2546) กล่าวถึง คุณภาพของงานบริการโดปกติจะมีการประเมินผลคุณภาพของงานบริการ จากการพิจารณาคุณสมบัติสำคัญ 10 ด้านดังนี้

1. ความสามารถ(competence) ทักษะ ความรู้และประสบการณ์ของผู้ให้บริการที่พร้อมในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ โดยพนักงานจะต้องมีความสามารถที่เหมาะสมและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการว่าจะได้รับบริการที่ต้องการและเป็นไปตามข้อกำหนด

2. ความไว้ใจในความน่าเชื่อถือ (reliability) ความสม่ำเสมอของผลงานที่ส่งมอบให้กับผู้รับบริการ การรักษาคำมั่นสัญญา และเป็นที่พึ่งของผู้รับบริการ เมื่อเกิดปัญหาขึ้นกับการดำเนินงาน

3. การตอบสนองความต้องการ (responsiveness) ของผู้รับบริการได้ทันทีรวดเร็วถูกต้อง และด้วยความเต็มใจไม่ต้องให้ผู้รับบริการรอคอย ไม่ต้องให้ผู้รับบริการต่อว่าและเลิกใช้บริการ หรือหันไปใช้บริการของคู่แข่งขันรายอื่น ๆ

4. การเข้าถึงได้ (access) ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงได้เมื่อต้องการโดยไม่ต้องเสียเวลาค้นหาสถานที่ รอคอยการบริการ และมีขั้นตอนการติดต่อที่ยาวนาน

5. การติดต่อสื่อสาร (communication) สร้างความเข้าใจให้กับผู้รับบริการและพยายามทำความเข้าใจผู้รับบริการ เพื่อที่จะสามารถให้บริการและแก้ปัญหาอย่างเหมาะสม

6. ความสุภาพ (courtesy) ไม่ได้หมายถึง การพูดจาที่สุภาพและการแต่งกายที่เรียบร้อยเท่านั้น แต่จะครอบคลุมถึงการแสดงออกที่เหมาะสมกับกาลเทศะ ด้วยความเต็มใจและจริงใจ ตลอดจนการแสดงความสุภาพออกมาจากใจจนผู้รับบริการสามารถสัมผัสได้จากความรู้สึกที่ดี

7. ความปลอดภัย (security) จากการใช้บริการทั้งทางกายภาพ ความรู้สึก และข้อมูลโดยผู้รับบริการมั่นใจได้ว่าจะรับบริการที่ไม่ต้องเสี่ยงอันตราย ความผิดพลาด หรือความสูญเสียที่จะเกิดขึ้นกับตนเองและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนไม่ต้องกังวลว่าข้อมูลของตนจะถูกเผยแพร่สู่สาธารณชนโดยไม่ได้รับอนุญาตเสียก่อน

8.ความน่าเชื่อถือ (reliability) ความเชื่อใจที่ผู้รับบริการมีต่อธุรกิจซึ่งพิจารณาจากความมีชื่อเสียง ความซื่อสัตย์และความโปร่งใสในการดำเนินงานของธุรกิจ

9. สามารถจับต้องได้และรู้สึกได้ (tangibles) ถึงความพร้อมและความเอาใจใส่ในการให้บริการ เช่น เครื่องมือและอุปกรณ์การให้บริการ เครื่องแบบพนักงานและความสะอาดของสถานที่ เป็นต้น

10. ความเข้าใจผู้รับบริการ (understanding the customer) เพื่อที่จะสามารถให้บริการที่สร้างความพอใจ ความชื่นชม จากผู้รับบริการ ซื่อสัตย์ และกลับมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ

Gronroos (1990) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการสามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้โดยใช้เกณฑ์การพิจารณา 6 ประการ ดังนี้

1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (reputation and reliability) ผู้รับบริการจะเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ให้บริการดำเนินกิจการด้วยดีมาตลอด

2. การแก้ไขสถานการณ์ให้กลับสู่ภาวะปกติ (recovery) พิจารณาจากการเกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ล่วงหน้าขึ้นหรือเหตุการณ์ที่ผิดปกติ และผู้ให้บริการสามารถแก้ไขสถานการณ์นั้น ๆ ได้ทันท่วงทีด้วยวิธีที่เหมาะสม ซึ่งทำให้สถานการณ์กลับสู่ภาวะปกติ

3. ความไว้ใจในความน่าเชื่อถือ (reliability) ผู้รับบริการจะทำการพิจารณาหลังจากที่ได้รับบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งหารบริการของผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติตามที่ได้ตกลงกัน

4. การเข้าพบได้ง่ายและมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ (accessibility and flexibility) ผู้รับบริการจะพิจารณาจากสถานที่ตั้งที่ให้บริการ และเวลาที่ได้รับบริการจากผู้ให้บริการ รวมถึงระบบการบริการที่จัดเตรียมไส้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ

5. ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (attitude and behavior) ผู้รับบริการจะเกิดความรู้สึกได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็นมิตร และดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน

6. การเป็นมืออาชีพและมีทักษะของผู้ให้บริการ (professionalism and skill) ผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้จากการเข้ารับบริการจากผู้ให้บริการที่มีความรู้และทักษะในงานบริการซึ่งสามารถดำเนินการแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีระบบและแบบแผน

แนวความคิดของParasuraman et al. (1985) เกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการพบว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่เขาได้รับเรียกว่า "คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้" (Perceived Service Quality) กับ "บริการที่รับรู้" (Perceived Service) ซึ่งก็คือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขาได้รับบริการแล้วนั่นเองในการประเมินคุณภาพของการบริการดังกล่าวนั้นลูกค้ามักจะพิจารณาจากเกณฑ์ที่เขาคิดว่ามีความสำคัญ 10 ประการดังต่อไปนี้ (ธีรกิตินวรัตน ณ อยุธยา, 2547 อ้างใน สุวรรณี กฤษณเกรียงไกร, 2553ก)

1. Reliability (ความไว้วางใจ) ความสามารถที่จะให้บริการตามที่ได้สัญญากับลูกค้าไว้ได้อย่างถูกต้องโดยที่มิต้องมีผู้ช่วยเหลือ

2. Tangibles (สิ่งที่สามารถจับต้องได้) ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์สิ่งอานวยความสะดวกพนักงานและวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่างๆ

3. Responsiveness (การสนองตอบลูกค้า) ความเต็มใจที่จะให้บริการอย่างรวดเร็วและยินดีที่จะช่วยเหลือลูกค้า

4. Credibility (ความน่าเชื่อถือ) ความซื่อสัตย์เชื่อถือได้ของผู้ให้บริการ

5. Security (ความมั่นคงปลอดภัย) ปราศจากอันตรายความเสี่ยงและความลังเลสงสัย

6. Access (ความสะดวก) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อสื่อสารได้ง่าย

7. Communication (การสื่อสาร) การรับฟังลูกค้าและให้ข้อมูลที่จาเป็นแก่ลูกค้าโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าสามารถเข้าใจได้

8. Understanding the Customer (ความเข้าใจลูกค้า) พยายามที่จะทาความรู้จักและเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า

9. Competence (ความสามารถ) ความรู้และทักษะที่จาเป็นของพนักงานในการให้บริการลูกค้า

10. Courtesy (ความสุภาพและความเป็นมิตร) คุณลักษณะของพนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าในการแสดงออกถึงความสุภาพเป็นมิตรเกรงใจและให้เกียรติลูกค้า

ในการวิจัยครั้งต่อมาคณะผู้วิจัยทั้ง 3 คนดังกล่าวข้างต้นพบว่ามีระดับของความสัมพันธ์ (Degree of Correlation) กันเองระหว่างตัวแปรดังกล่าวค่อนข้างสูงจึงปรับเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของบริการใหม่ให้เหลือเกณฑ์อย่างกว้างทั้งหมดรวม 5 ประการดังต่อไปนี้

1. Reliability (ความไว้ใจหรือความน่าเชื่อถือ) ความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยา (Accurate Performance) การให้บริการตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้าและบริการที่ให้ทุกครั้งมีความสม่าเสมอทาให้ลูกค้ารู้สึกว่าน่าเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการสามารถให้ความไว้วางใจได้ (Dependable)

2. Assurance (ความมั่นใจ) ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จาเป็นในการบริการ (Competence) มีสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า (Courtesy) มีความซื่อสัตย์และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ (Credibility) และความมั่นคงปลอดภัย (Security)

3. Tangibles (สิ่งที่สามารถจับต้องได้) ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์เครื่องมือสิ่งอานวยความสะดวกพนักงานและวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่างๆ

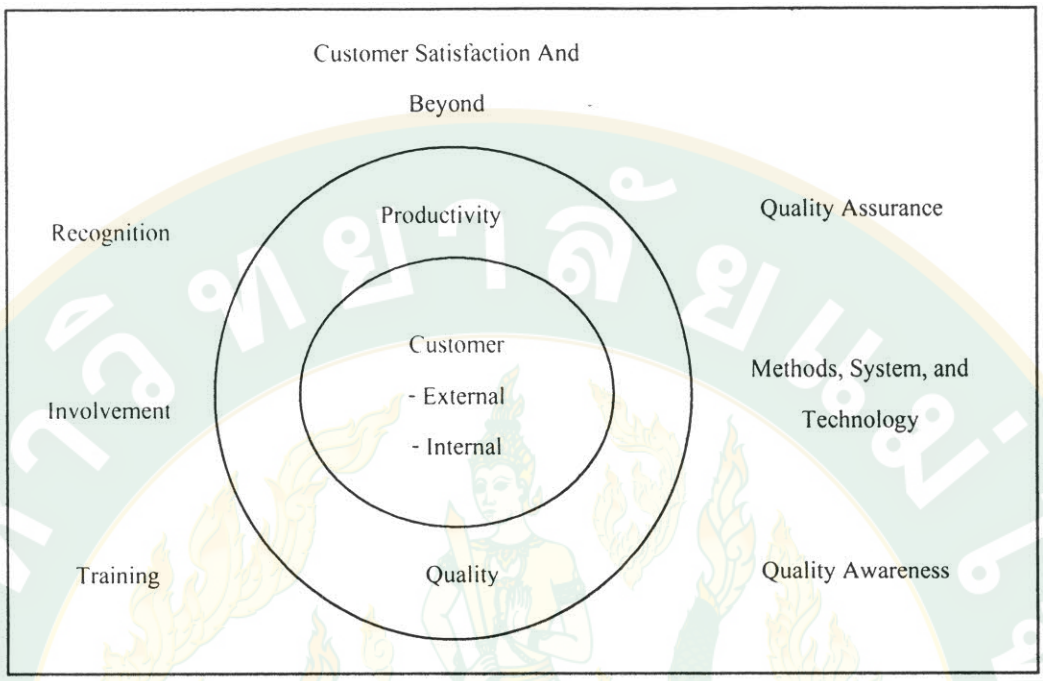
4. Empathy (ความใส่ใจ) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย (Easy Access) ความสามารถในการติดต่อสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจได้ (Good Communication) ความเห็นอกเห็นใจและเข้าใจลูกค้า (Customer Understanding)

5. Responsiveness (การสนองตอบลูกค้า) ความเต็มใจที่จะให้บริการทันที (Promptness) และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี (Helpfulness)

Spechler (1988 อ้างใน สุวรรณี กฤษณเกรียงไกร, 2553ข) คุณภาพการให้บริการเป็นที่ทราบกันดีว่าการที่จะทาให้คุณภาพการบริการประสบผลสำเร็จเป็นที่พอใจของลูกค้านั้นไม่จาเป็นต้องใช้วิธีการที่คิดว่าดีที่สุดเพียงวิธีเดียวเท่านั้นและวิธีการที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในที่แห่งหนึ่งก็ไม่สามารถรับประกันว่าจะได้ผลกับที่อื่นด้วยเสมอไปทั้งๆที่เป็นสินค้าหรือบริการอย่างเดียวกันสิ่งสำคัญที่จะเสนอในที่นี้คือรูปแบบที่มีประสิทธิผลของคุณภาพการบริการซึ่งเป็นหลักการทั่วไปที่ได้รับการยอมรับว่าได้ผลดีถึงแม้ว่าเป็นหลักการเดียวกันก็ตามแต่การนาไปประยุกต์ใช้ก็อาจมีความแตกต่างกันได้ในการผลิตก็เช่นเดียวกันคือไม่มีกระบวนการสองกระบวนการที่เหมือนกันเลยในแต่ละบริษัทก็จะมีกระบวนการหรือระบบงานที่แตกต่างกันโดยทั่วไปแล้วแต่ละกระบวนการจะมีลักษณะเฉพาะตัวที่จะเป็นกุญแจไปสู่ความสำเร็จผู้บริหารจะต้องค้นหาปัจจัยสำคัญให้พบและทาการปรับปรุงระบบงานหรือกระบวนการที่เกี่ยวข้องและสร้างให้เป็นวัฒนธรรมขององค์กรให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าภายในและภายนอกโดยมีปัจจัยสำคัญสองประการที่จะต้องตระหนักอยู่เสมอนั่นคือการเพิ่มผลผลิต (Productivity) และคุณภาพ (Quality) จาก Service Quality Effectiveness Model จะพบว่าเน้นถึงความสำเร็จของกระบวนการไปสู่ความเป็นเลิศของคุณภาพ

การบริการโดยรูปแบบจะกำหนดแนวทางและทิศทางของความสำเร็จของงานบริการซึ่งมีปัจจัยสำคัญ 7 ประการคือ

1. การทำให้ลูกค้าพอใจและประทับใจ (Customer Satisfaction and Beyond)
2. การประกันคุณภาพ (Quality Assurance)
3. วิธีการระบบและเทคโนโลยี (Methods, System and Technology)
4. การตระหนักถึงคุณภาพ (Quality Awareness)
5. การฝึกอบรม (Training)
6. การมีส่วนร่วม (Involvement)
7. การเป็นที่รู้จักการยอมรับนับถือ (Recognition)



ภาพ 2 Service Quality Effectiveness Model

จากภาพ 2 Service Quality Effectiveness Model จะพบว่าที่จุดศูนย์กลางหมายถึงลูกค้าในองค์กรทั้งหมดซึ่งประกอบไปด้วยลูกค้าภายในและภายนอกสิ่งสำคัญที่สุดในการทางานเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดนั้นจะต้องเกิดจากลูกค้าภายในหรือพนักงานทุกคนในองค์กรนั้นที่จะตระหนักในเรื่องของคุณภาพการบริการและหน้าที่ที่แต่ละคนรับผิดชอบและความสำคัญของกระบวนการนั้นวัตถุประสงค์ของกระบวนการนั้นโดยตรงเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการปรับปรุงคือลูกค้าพอใจสูงสุดนั่นเองคุณภาพคือสิ่งที่เกิดจากการที่ลูกค้ารับรู้ (Gronroos, 1990; Buzzell and Gale, 1987 อ้างใน ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2547)

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาทั้งหมดสรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการเกิดจากการรับรู้คุณภาพการให้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการภายหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการนั้นๆแล้วซึ่งแบ่งเป็น 5 ด้านที่สำคัญดังนี้ด้านความเชื่อถือไว้วางใจด้านความเชื่อมั่นด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้าและด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าซึ่งมีส่วนสำคัญในการทางานของพนักงานธนาคารเป็นอย่างมากเนื่องจากธนาคารเป็นงานด้านการให้บริการซึ่งในปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรงจะเห็นได้ว่าสถาบันการเงินและธนาคารต่างให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการลูกค้ามากเป็นอันดับหนึ่งดังนั้นธนาคารจะต้องพัฒนาปรับปรุงระบบการให้บริการให้ทันสมัยอยู่เสมอไม่ว่าจะเป็นด้านระบบงานเทคโนโลยีสถานที่เครื่องมืออุปกรณ์สิ่งอา

นวยความสะดวกต่างๆตลอดจนการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสร้างความเชื่อถือและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าสามารถเข้าถึงลูกค้าตอบสนองความต้องการและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้มากที่สุดลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการกับธนาคารไม่เปลี่ยนใจไปใช้บริการกับธนาคารอื่น (สุวรรณี กฤษณเกรียงไกร, 2553ก)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธัญวรรณ ธาราศักดิ์ (2551) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของพนักงานธนาคารธนชาตจำกัด (มหาชน) สาขาศรีราชาจังหวัดชลบุรีผลของการวิจัยพบว่าภาพรวมระดับคุณภาพบริการด้านความมีมารยาทอยู่ในระดับดีด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ด้านความน่าเชื่อถือ, ด้านการตอบสนอง, ด้านความสามารถ, ด้านความน่าไว้วางใจ, ด้านการเข้าถึงและด้านความเข้าใจอยู่ในระดับคุณภาพบริการค่อนข้างดีและด้านการสื่อสารอยู่ในระดับคุณภาพบริการแย่และเมื่อพิจารณาตามคุณลักษณะของลูกค้ารายด้านต่างๆพบว่ากลุ่มที่มีเพศแตกต่างกันสถานภาพต่างกันมีความเห็นต่อคุณภาพการบริการที่ไม่แตกต่างกันกลุ่มที่มีอายุการศึกษาอาชีพและรายได้ต่างกันมีความเห็นต่อคุณภาพบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

วาสนา บุตรโพธิ์ (2549) ศึกษาเรื่องการรับรู้และความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรีผลของการวิจัยพบว่ากลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรีโดยส่วนรวมมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลางการรับรู้อยู่ในระดับมากและความพึงพอใจอยู่ในระดับประทับใจการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความคาดหวังในด้านกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการในสถานบริหารร่างกายพบว่าด้านอายุอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความคาดหวังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ยกเว้นด้านเพศและระดับการศึกษาสำหรับการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในกลยุทธ์ด่านส่วนประสมการตลาดบริการในสถานบริหารร่างการพบว่าด้านเพศอายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

สุมารี พรรณนิยม (2548) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารไทยธนาคารจำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยสรุปได้ว่าพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าลูกค้าใช้บริการเนื่องจากสะดวกใกล้บ้านใกล้ที่ทำงานมากที่สุดลูกค้าใช้บริการ 1-2 ครั้ง/เดือนมากที่สุดลูกค้ามาใช้บริการฝาก/ถอนมากที่สุดระยะเวลาการเป็นลูกค้าตั้งแต่ 3-4 ปีมากที่สุดช่วงเวลาที่ลูกค้าใช้บริการมากที่สุดคือ 11.31 - 13.00 น.ลูกค้าที่ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไทยธนาคารจำกัด (มหาชน) 4 ด้านได้แก่ด้านพนักงานผู้ให้บริการด้านกระบวนการการให้บริการด้านเครื่องมือ/เครื่อง ใช้ และด้านอาคาร/สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมากลูกค้าที่มีเพศอายุอาชีพสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไทยธนาคารจำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกันส่วนลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงสุดและรายได้แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไทยธนาคารจำกัด (มหาชน) แตกต่างกันลูกค้าที่มีเพศอายุอาชีพรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการไม่แตกต่างกันลูกค้าที่มีสถานภาพระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกันและจำนวนครั้งในการใช้บริการไม่แตกต่างกันลูกค้าที่มาใช้บริการมีพฤติกรรมการใช้บริการได้แก่สาเหตุการใช้บริการจำนวนครั้งในการใช้บริการระยะเวลาการเป็นลูกค้าช่วงเวลาที่ลูกค้าใช้บริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไทยธนาคารจำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

กนกรัตน์ ชื่นโกมล (2547)ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อกองทุนหมู่บ้านของธนาคารออมสินสาขาดอกคำใต้จังหวัดพะเยาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 103 รายผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อกองทุนหมู่บ้านของธนาคารออมสินสาขาดอกคำใต้จังหวัดพะเยาที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการ ให้บริการในระดับมากทุกด้านเรียงลำดับคือด้านความสะดวกด้านการติดต่อสื่อสารด้านความ สามารถด้านความสุภาพด้านความน่าเชื่อถือด้านความคงเส้นคงวาด้านการตอบสนองอย่างรวด เร็วด้านความปลอดภัยด้านลักษณะภายนอกและด้านความเข้าใจลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากแต่ละด้านดังนี้ด้านความสะดวกได้แก่ ทำเล ที่ตั้งธนาคารสะดวกแก่การไปติดต่อด้านการติดต่อสื่อสารได้แก่ธนาคารรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้าด้านความสามารถได้แก่สามารถจ่ายเงินกู้ได้ตามกำหนดเวลาที่นัดหมายไว้กับกองทุนหมู่บ้านด้านความสุภาพได้แก่พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบ ร้อยพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสมีบุคลิกภาพดีด้านความน่าเชื่อถือได้แก่ธนาคารมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือได้ด้านความคงเส้นคงวาได้แก่ความสามารถปฏิบัติงานที่ได้สัญญาไว้อย่างแน่นอนด้านการตอบ สนองอย่างรวดเร็วได้แก่พนักงานเต็มใจบริการที่จะให้บริการอย่างรวดเร็วด้านความปลอดภัยได้แก่บริการอำนวยความสะดวกความปลอดภัยแก่ลูกค้ากรณีนำเงิน

สินเชื่อไปจัดสรรให้แก่สมาชิกกองทุนหมู่บ้านด้านลักษณะภายนอกได้แก่สภาพแวดล้อมและการตกแต่งของธนาคารทำให้รู้สึกดีด้านความเข้าใจลูกค้าได้แก่การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและลูกค้ากองทุน

ทิพย์ฤทัย ตระการศักดิกุล (2545)ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์การกับลำดับการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าธนาคารออมสินและเปรียบเทียบลำดับการรับรู้ปัจจัยคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินต่างสาขา 7 สาขาในเขตจังหวัดเชียงใหม่ตามความถี่ในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเป็นการวิจัยเชิงพรรณนาเก็บรวบรวมด้วยแบบสอบถามเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารออมสินจำนวน 370 รายที่ใช้บริการของธนาคารออมสิน7 สาขาคือสาขาเชียงใหม่ประตูช้างเผือกมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ท่าแพถนนทิพย์เนตรหนองหอยและบวกครกหลวง 10การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการหาค่าร้อยละค่าเฉลี่ยส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐานการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันและสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องของเคนดอลผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้าของธนาคารออมสินมีการรับรู้ว่าธนาคารมีภาพลักษณ์ขององค์การที่ดีโดยอันดับแรกคือภาพลักษณ์ด้านบุคคลากรรองลงมาคือด้านนโยบายการดำเนินงานและด้านสถานที่

2. ผลการวิเคราะห์ด้านปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินตามการรับรู้ของลูกค้าธนาคาร 11 ปัจจัย ในระดับมากซึ่งได้แก่ 1) ความสะดวก 2) การติดต่อสื่อสาร 3)ความสามารถ 4) ความสุภาพ 5) ความน่าเชื่อถือ 6) ความคงเส้นคงวา 7) การตอบสนองอย่างรวดเร็ว 8)ความปลอดภัย 9) ลักษณะภายนอก 10) ความเข้าใจลูกค้าและ 11) อัตราค่าบริการโดยลูกค้ารับรู้คุณภาพการบริการด้านความปลอดภัยเป็นอันดับแรกรองลงมาคือความสุภาพลักษณะภายนอกด้านการบริการความน่าเชื่อถือและความคงเส้นคงวาด้านความเข้าใจลูกค้าต่อมาคือความสามารถตอบสนองอย่างรวดเร็วการติดต่อสื่อสารและความสะดวกตามลำดับ

3. ความถี่ของการใช้บริการของสาขาธนาคารออมสินต่างกันให้ความสำคัญในการรับรู้ปัจจัยคุณภาพการบริการของธนาคารไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อนันตชัย เชื้อกลาง (2547)ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) โดยศึกษาจากผู้ใช้บริการจำนวน 309 คนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชัยภูมิเครื่องมือที่ใช้ศึกษาคือแบบสอบถามทำการศึกษา 5 ด้านคือด้านความรู้ความสามารถและทักษะของพนักงานด้านสถานที่ประกอบการและที่จอดรถยนต์ด้านความสะดวกรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากทางธนาคารด้านเทคโนโลยีและระบบคอมพิวเตอร์เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดสัดส่วน (Quota Sampling) ระหว่างจำนวนผู้ใช้บริการเงินฝากและสินเชื่อหลังจากนั้นเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) สถิติที่ใช้ในการศึกษาคือค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานร้อยละและการทดสอบสมมติฐานที่ใช้ T-test (Independent Samples) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 20 – 30 ปีมีการศึกษาระดับปริญญาตรีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทส่วนใหญ่ใช้บริการด้านเงินฝากช่วงเวลาที่ใช้บ่อยที่สุดคือ 10.30– 12.29 น. ติดต่อกับธนาคารนาน 1 – 5 ปีผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เห็นว่าคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากโดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการด้านความสะดวกรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำเป็นอันดับแรกรองลงมาคือด้านเทคโนโลยีและระบบคอมพิวเตอร์และด้านพนักงานผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มพบว่าผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างกันในเรื่องของเพศอายุประเภทของการมาใช้บริการมีความคิดเห็นในคุณภาพการบริการของธนาคารไม่แตกต่างกันยกเว้นตัวแปรอายุที่มีผลต่อความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องเทคโนโลยีและระบบคอมพิวเตอร์ส่วนตัวแปรช่วงเวลาที่มาใช้บริการบ่อยที่สุดมีผลต่อความคิดเห็นแตกต่างกัน 4 ด้านคือด้านความรู้ความสามารถและทักษะของพนักงานด้านสถานที่ประกอบการและที่จอดรถยนต์ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากทางธนาคารด้านเทคโนโลยีและระบบคอมพิวเตอร์ยกเว้นด้านความสะดวกรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำไม่มีผลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อดุลย์ หริรักษ์เสาวนีย์ (2542) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจและสภาพปัญหาของลูกค้าต่อการให้บริการของบจม. ธนาคารกสิกรไทยเขตอำเภอบางละมุงจังหวัดชลบุรีทั้งในภาพรวมและรายด้านได้แก่ด้านสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในการจัดเตรียมความพร้อมและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกการให้บริการของพนักงานและด้านภาพลักษณ์ภาพพจน์ของพนักงานและธนาคารผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการศึกษาโดยการสัมภาษณ์ลูกค้าที่มาใช้บริการของบจม. ธนาคารกสิกรไทยเขตอำเภอบางละมุงจังหวัดชลบุรีผลของการศึกษาพบว่าลูกค้าของธนาคารส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการหลังรื้อปรับระบบในภาพรวมและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1. ด้านสภาพแวดล้อมภายนอกจากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในทำเลที่มีที่ตั้งเหมาะสมและสะดวกความสะอาดเรียบร้อยความชัดเจนของป้ายชื่อและสัญลักษณ์ส่วนที่พบว่าไม่ค่อยพึงใจคือความสะดวกของสถานที่จอดรถ

2. ด้านสภาพแวดล้อมภายในจากการศึกษาพบว่ามีความพึงพอใจในรูปแบบการตกแต่งภายในที่ทันสมัยสะอาดเรียบร้อยความชัดเจนของป้ายชี้บอกจุดให้บริการส่วนที่พบว่าไม่ค่อยพึงพอใจคือการรักษาความปลอดภัยสถานที่จัดให้ลูกค้าขณะรอรับบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการด้านต่างๆ

3. ด้านการจัดเตรียมความพร้อมและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกจากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในความสะอาดและง่ายในแบฟอร์มมีอย่างพอเพียงส่วนที่พบว่าไม่ค่อยพึงพอใจคือการบริการเครื่องถอนเงินอัตโนมัติ

4. ด้านการให้บริการของพนักงานจากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในความสุภาพอ่อนโยนของพนักงานความรวดเร็วความกระตือรือร้นของพนักงานและความถูกต้องไม่ผิดพลาดในการให้บริการส่วนที่พบว่าไม่ค่อยพึงพอใจคือการให้บริการอย่างไม่เท่าเทียมกันและการจัดบริการให้อย่างเพียงพอ

5. ด้านภาพลักษณ์ภาพพจน์ของพนักงานและธนาคารจากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจคือการรื้อระบบความน่าเชื่อถือการแต่งการสุภาพเรียบร้อยการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพความซื่อสัตย์การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าไว้เป็นความลับ

อรทัย เชิดชูธรรม (2545) ศึกษาในเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารพาณิชย์ไทยในอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลกพบว่าความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่จะมีการบริการที่จะมีการบริการยอดเยี่ยมพบว่าปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือการตอบสนองการไว้วางใจผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังในระดับมากที่สุดด้านความพึงพอใจในระดับมากทั้งในด้านของรูปลักษณ์ของธนาคารความน่าเชื่อถือการตอบสนองการให้ความไว้วางใจการดูแลเอาใจใส่และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการพบว่าปัญหาส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อยยกเว้นปัญหาด้านไม่ได้รับความสะดวกเมื่อมาใช้บริการและจำนวนพนักงานไม่เพียงพอกับจำนวนผู้ใช้บริการจึงทำให้ต้องรอนานซึ่งพบว่าในระดับปานกลางสำหรับความพึงพอใจลูกค้าต่อคุณภาพการบริการในแต่ละด้านพบว่ามีความพึงพอใจอันดับแรกในแต่ละด้านดังนี้ด้านรูปลักษณ์ของธนาคารได้แก่อุปกรณ์การตกแต่งและสภาพแวดล้อมของธนาคารที่ยอดเยี่ยมต้องให้ความสะดวกสบายในการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือได้แก่ธนาคารต้องมีการเก็บข้อมูลของลูกค้าไว้เป็นอย่างดีและสามารถนำมาใช้บริการได้เป็นอย่างดีและพนักงานมีเพียงพอให้บริการตลอดเวลาด้านการดูแลเอาใจใส่ได้แก่พนักงานธนาคาร

ต้องให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคนด้านการตอบสนองได้แก่ธนาคารต้องมีระบบการให้บริการที่สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วด้านความไว้วางใจได้แก่ธนาคารให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นในข้อมูลและรู้สึกปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการ

รุ่งนภา จันทวิสูตร (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการรูปแบบธนาคารในศูนย์การค้าของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ผลการศึกษาพบว่าด้านรูป ลักษณ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากอันดับแรกคือการตกแต่งและสภาพแวดล้อมของธนาคารที่ยอดเยี่ยมต้องให้ความสะดวกสบายในการให้บริการได้แก่ด้านความน่าเชื่อถือได้แก่อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานต้องได้รับการบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพที่พร้อมที่จะใช้งานได้เป็นอย่างดีและมีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลาด้านการตอบสนองได้แก่ธนาคารมีระบบการให้บริการที่สามารถให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็วและพร้อมให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้ตลอดเวลาด้านการให้ความมั่นใจได้แก่พนักงานธนาคารมีพฤติกรรมที่ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการให้บริการของธนาคารและมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการและผลิตภัณฑ์ของธนาคารด้านการดูแลเอาใจใส่ได้แก่พนักงานให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน

จิตร จิตรวศินกุล (2545)ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทยสาขาถนนราชวงศ์จังหวัดเชียงใหม่สรุปได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการกับธนาคารกสิกรสาขาถนนราชวงศ์จังหวัดเชียงใหม่พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทาการตลาดมีความพึงพอใจในระดับปานกลางทุกปัจจัยมีความพึงพอใจในระดับมากเพียง 2-3 ปัจจัยเท่านั้นและ ยังมีความพึงพอใจในระดับน้อยได้แก่ปัจจัยด้านราคาอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมแลปัจจัยด้านกระบวนการ(ขั้นตอนการให้บริการ) คือพนักงานที่ให้บริการ แสดงให้เห็นว่าอาจจะเกิดปัญหาต่อธุรกิจได้ในอนาคต

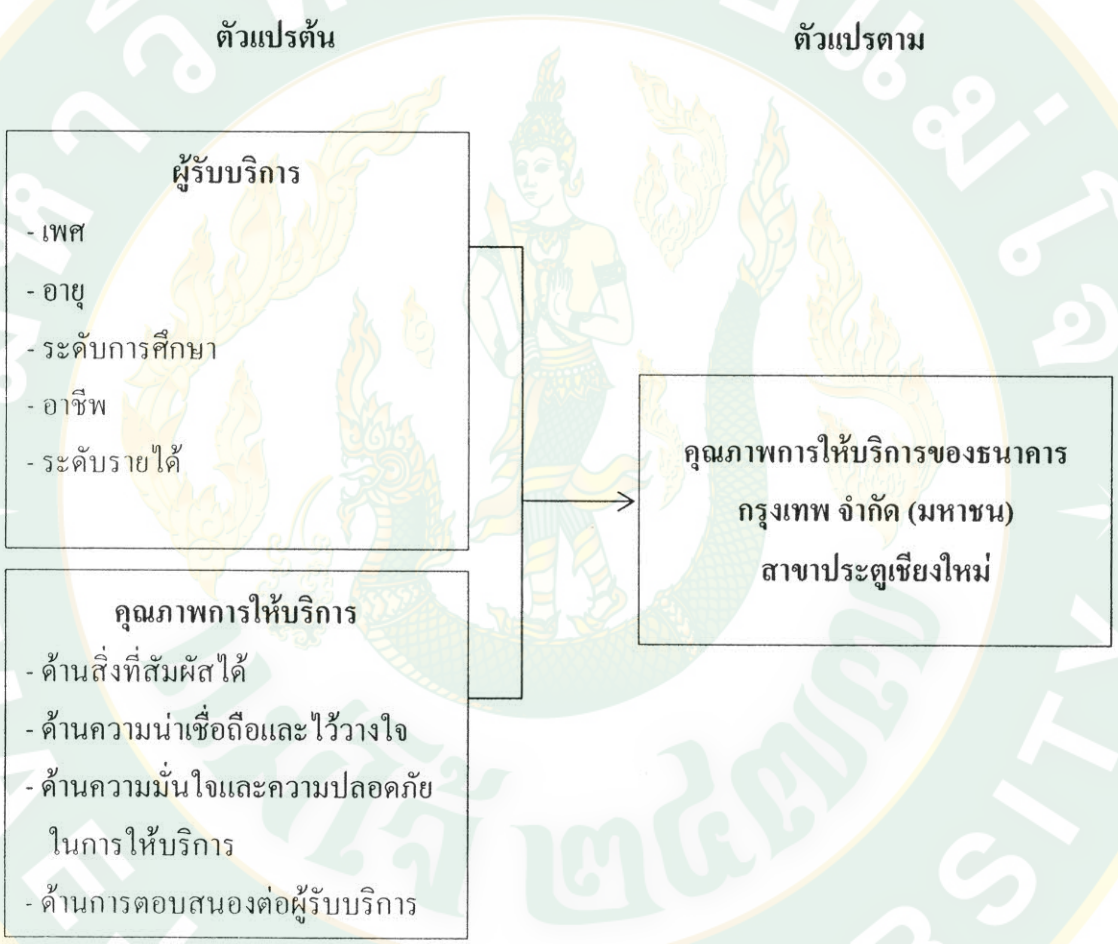
พิกุล ทองมา (2543)ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาย่อยอุโมงค์จังหวัดลำพูนผลจากการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนมากเป็นชายมีอายุเฉลี่ย 41 ปีสมรสแล้วมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีใช้บริการของธนาคารในระยะเวลา 4 ปีและยังใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) ด้วยลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมากคือด้านอาคารสถานที่เป็นอันดับแรกด้านเครื่องมือ/เครื่องใช้ด้านพนักงานและด้านการบริการตามลำดับในส่วนของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการของธนาคารใน 4 ด้านลูกค้ามีความพึงพอใจระดับมาก 3 ด้านของการให้บริการคือด้านเครื่องมือ/เครื่องใช้ด้านอาคารสถานที่ด้านพนักงานและมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านการบริการสำหรับปัญหาอุปสรรคของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการมีดังนี้พนักงานธนาคารไม่

มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าโดยการกล่าวคำทักทาย “สวัสดีครับ” หรือ “สวัสดีค่ะ” ธนาคารไม่มีการให้ของขวัญปีใหม่อย่างเพียงพอธนาคารไม่ได้จัดส่งตัวแทนเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆทั้งของลูกค้าและของชุมชนธนาคารไม่ได้จัดพนักงานคอยแนะนำช่วยเหลืออธิบายการใช้บริการและธนาคารไม่ได้จัดกิจกรรมอื่นๆเช่นโทรทัศน์หรือหนังสือพิมพ์ให้อย่างเพียงพอเวลาคอยให้บริการ

วรธวัช จารุจินดา (2540) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่อำนวยบริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาโดยการสุ่มตัวอย่างลูกค้าจากสูตรการคำนวณของยามาเน่ (Yamane)และใช้ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและ t – test ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคารเป็นเพศหญิงอายุอยู่ในช่วง 20 – 30 ปีการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นลูกค้าในช่วง 1 – 5 ปีลูกค้าที่ใช้บริการมีอยู่ 2 ประเภทแยกตามอาชีพคือกลุ่มแรกเป็นกลุ่มลูกค้าที่รับราชการและรับจ้าง (บริษัทห้างร้าน) กลุ่มที่สองคือกลุ่มนักธุรกิจและค้าขายสาเหตุที่ลูกค้าที่ความพึงพอใจต่อการใช้บริการเพราะเป็นลูกค้ามานานรวมทั้งมีการบริการที่ดี

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวความคิดเพื่อมุ่งศึกษาคุณภาพการให้บริการของของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน)สาขาประตูเชียงใหม่โดยประยุกต์จากแนวคิดของ Zeithaml and Birner (1996) ตัวแปรที่ศึกษามีดังนี้



ภาพ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาคุณภาพการให้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการศึกษาดังนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ 11/1 ถนนช่างหล่อ ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างประชากรในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ผู้รับบริการ คือ ลูกค้าผู้เข้าใช้บริการโดย การเก็บข้อมูลใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสัด ส่วนจากปริมาณธุรกรรมที่เกิดขึ้นจริง จำนวน 13,912 รายการ (ข้อมูล ณ วันที่ 3 ตุลาคม 2554) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง มีวิธีคำนวณดังนี้

$$N = \frac{N}{1+N(d)^2}$$

แทนค่า

$$N = \frac{13,912}{1+13,912(0.05)^2}$$

$$= 388.821$$

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษา จึงได้ทำการจัดเก็บข้อมูลจำนวน 390 ชุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัย เชิงปริมาณ โดยทำการศึกษาถึง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่โดยมีการดำเนินการศึกษาดังต่อไปนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ผู้ทำการศึกษาเก็บข้อมูลโดยอาศัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กับผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 390 รายโดยใช้

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ผู้ศึกษาทำการรวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้าข้อมูลจาก หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่ค้นคว้าผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ

ส่วนที่ 2 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่

การทดสอบเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือการสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) และคำถามปลายปิด (Closed-ended Question) ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกรอบแนวความคิด
3. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษตรวจสอบความถูกต้องเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ครอบคลุมเนื้อหา

4. นำแบบสอบถามกลับมาปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาเสนอแนะ

5. ทดลองใช้แบบสอบถาม (Pre-test) กับกลุ่มประชากรเพื่อดูความเข้าใจในคำถามและปรับปรุงแก้ไขให้ครบถ้วนและชัดเจน

6. ปรับปรุงและจัดพิมพ์แบบสอบถามเพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ทั้งหมด นำมาวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for The Social Sciences) โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออภิปรายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ โดยนำเสนอเป็นตาราง ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกณฑ์การให้คะแนนและเกณฑ์การแปลความหมาย ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การใช้คะแนนของลิเคอร์ท (LikertScale) ซึ่งแบ่งลำดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์ให้คะแนนแบบ Arbitrary Weighing Method (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540) ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.8$$

เกณฑ์ให้คะแนน

ช่วงคะแนน	4.21 - 5.00	แปลว่า	มีระดับความคิดเห็น มากที่สุด
ช่วงคะแนน	3.41 - 4.20	แปลว่า	มีระดับความคิดเห็น มาก
ช่วงคะแนน	2.61 - 3.40	แปลว่า	มีระดับความคิดเห็น ปานกลาง
ช่วงคะแนน	1.81 - 2.60	แปลว่า	มีระดับความคิดเห็น น้อย
ช่วงคะแนน	1.00 - 1.80	แปลว่า	มีระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด

บทที่ 4
ผลการวิจัย

การศึกษา เรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา ประตูเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ โดยได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 390 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งผลการวิเคราะห์และการแปรผลออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นลูกค้า

เพศ

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับเพศของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.90 รองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 44.10 ตามลำดับ (ตาราง 1)

อายุ

อายุของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ระหว่าง 25 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.60 รองลงมา มีอายุอยู่ระหว่าง 36 – 45 ปี และมีอายุ สูงกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.20 ตามลำดับ (ตาราง 1)

ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.40 รองลงมา มีระดับการศึกษา อนุปริญญา / ปวส. คิดเป็นร้อยละ 40.50 มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ10.00 ตามลำดับ (ตาราง 1)

อาชีพ

อาชีพของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 30.30 รองลงมา เป็นนักเรียน / นิสิต / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 20.50 มีอาชีพพนักงานบริษัท / หน่วยงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 15.90 ตามลำดับ (ตาราง 1)

ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.30รองลงมา มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.40 มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 40,001 – 50,000 บาท ตามลำดับ (ตาราง 1)

ระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ระยะเวลาการเป็นลูกค้าของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.60 รองลงมา มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าอยู่ระหว่าง 1 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.30 มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าอยู่ระหว่าง 6 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ (ตาราง 1)

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (N=390)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	172	44.10
หญิง	218	55.90
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	10	2.60
25 – 35 ปี	178	45.60
36 – 45 ปี	153	39.20
สูงกว่า 45 ปี	49	12.60
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือ ต่ำกว่า	20	5.10
อนุปริญญา / ปวส.	158	40.50
ปริญญาตรี	173	44.40
สูงกว่าปริญญาตรี	39	10.00

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (N=390)	ร้อยละ
อาชีพ		
พนักงานบริษัท / หน่วยงานเอกชน	62	15.90
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	69	17.70
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	118	30.30
ธุรกิจส่วนตัว / รับจ้าง	61	15.60
นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	80	20.50
ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	34	8.70
10,001 – 25,000 บาท	103	26.40
25,001 – 40,000 บาท	161	41.30
40,001 – 50,000 บาท	92	23.60
ตั้งแต่ 50,001 บาท ขึ้นไป	-	-
ระยะเวลาการเป็นลูกค้า		
น้อยกว่า 1 ปี	166	42.60
1 – 5 ปี	165	42.30
6 – 10 ปี	35	9.00
10 ปีขึ้นไป	24	6.20

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่

คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านความใส่ใจในการให้บริการ ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ โดยแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้

คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัส โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.34 โดยให้ความสำคัญด้านสิ่งที่สัมผัสได้ คือ การตกแต่งภายในธนาคารมีความสวยงามและเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 รองลงมาทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 3.87 เครื่องมือที่ให้บริการมีความทันสมัย 3.79 ธนาคารมีป้ายบอกจุดบริการ/ชื่อหน่วยงานติดต่อที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.78 มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่งพัก น้ำดื่ม ห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ย 3.77 มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่งพัก น้ำดื่ม ห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ย 3.71 การจัดเตรียมอุปกรณ์เครื่องใช้ในการให้บริการ เช่น ปากกา สลิปฝาก – ถอน รูปลักษณ์ภายนอก รวมทั้งตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของธนาคารมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.50 การตกแต่งภายนอกธนาคารมีความสวยงามและเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 3.37 และธนาคารมีระบบรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.16 อุณหภูมิภายในตัวอาคารอยู่ในระดับที่เหมาะสม มีสถานที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.58 อากาศถ่ายเทได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 2.53 และมีแสงสว่างที่เพียงพอ 2.42 ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย (ตาราง 2)

ตาราง 2 คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้

ลักษณะคุณภาพการให้บริการลูกค้า	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับคุณภาพการให้บริการ
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้			
1. ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ	3.77	0.821	มาก
2. มีสถานที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนลูกค้า	2.58	0.797	น้อย
3. มีแสงสว่างที่เพียงพอ	2.42	0.822	น้อย
4. อุณหภูมิภายในตัวอาคารอยู่ในระดับที่เหมาะสม อากาศถ่ายเทได้สะดวก	2.53	0.832	น้อย
5. การตกแต่งภายนอกธนาคารมีความสวยงามและเป็นระเบียบ	3.37	0.944	ปานกลาง
6. การตกแต่งภายในธนาคารมีความสวยงามและเป็นระเบียบ	3.87	0.813	มาก
7. รูปลักษณ์ภายนอก รวมทั้งตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของธนาคารมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์	3.50	0.880	มาก
8. การจัดเตรียมอุปกรณ์เครื่องใช้ในการให้บริการ เช่น ปากกา สลิปฝาก – ถอน มีความเพียงพอและเหมาะสม	3.57	0.851	มาก
9. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่งพัก น้ำดื่ม ห้องน้ำ	3.71	0.796	มาก
10. เครื่องมือที่ให้บริการมีความทันสมัย	3.79	0.862	มาก
11. ธนาคารมีป้ายบอกจุดบริการ/ ชื่อหน่วยงานติดต่อที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย	3.78	0.815	มาก
12. ธนาคารมีระบบรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสม	3.16	0.820	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.34**	**0.838**	**มาก**

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.28 โดยให้ความสำคัญด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ คือ พนักงานสามารถให้บริการได้ตามที่แจ้งลูกค้าไว้ มีค่าเฉลี่ย 3.68 พนักงานไม่วิจารณ์ลูกค้า หรือเผยแพร่ข้อมูลสำคัญของลูกค้าให้แก่บุคคลภายนอก หรือเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ มีค่าเฉลี่ย 3.58 พนักงานตรวจสอบความถูกต้องก่อนและหลังให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.56 มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.52 พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย มีค่าเฉลี่ย 3.45 พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารได้ ค่าเฉลี่ย 3.37 พนักงานแต่งกายเรียบร้อย มีบุคลิกภาพดี มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 3.31 ระบบเทคโนโลยีของธนาคารทำงานถูกต้องและแม่นยำ มีค่าเฉลี่ย 3.28 พนักงานมีความตรงต่อเวลา มีค่าเฉลี่ย 2.59 พนักงานมีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.47 ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย (ตาราง 3)

ตาราง 3 คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

ลักษณะคุณภาพการให้บริการลูกค้า	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับคุณภาพการให้บริการ
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ			
1. พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารได้	3.37	1.079	ปานกลาง
2. พนักงานมีความตรงต่อเวลา	2.59	1.204	น้อย
3. พนักงานสามารถให้บริการได้ตามที่แจ้งลูกค้าไว้	3.68	0.900	มาก
4. พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย	3.45	0.879	มาก
5. พนักงานมีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ	2.47	0.921	น้อย
6. พนักงานตรวจสอบความถูกต้องก่อนและหลังให้บริการ	3.56	0.836	มาก
7. มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้น	3.52	1.006	มาก
8. พนักงานไม่วิจารณ์ลูกค้า หรือเผยแพร่ข้อมูลสำคัญของลูกค้าให้แก่บุคคลภายนอก หรือเพื่อแสวงหาผลประโยชน์	3.58	0.865	มาก
9. พนักงานแต่งกายเรียบร้อย มีบุคลิกภาพดี มีความน่าเชื่อถือ	3.31	0.847	ปานกลาง
10. ระบบเทคโนโลยีของธนาคารทำงานถูกต้องและแม่นยำ	3.28	0.832	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.28**	**0.937**	**ปานกลาง**

ด้านความใส่ใจในการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ด้านความใส่ใจในการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.37 โดยให้ความสำคัญด้านความใส่ใจในการให้บริการอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานสามารถส่งมอบบริการได้ทันตามกำหนดเวลาที่แจ้งไว้กับลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.69 รับฟังข้อคิดเห็น/คำแนะนำจากผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.64 พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการทันทีที่ลูกค้าต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.39 สามารถชี้แจงลักษณะของผลิตภัณฑ์ของทางธนาคารได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.33 ความรวดเร็วในด้านการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงาน และมีพนักงานบริการเพียงพอกับจำนวนผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.27 เปิดโอกาสให้ผู้รับบริการซักถามข้อสงสัย มีค่าเฉลี่ย 3.20 กระบวนการให้บริการไม่มีความซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 3.19 ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย (ตาราง 4)

ตาราง 4 คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ด้านความใส่ใจในการให้บริการ

ลักษณะคุณภาพการให้บริการลูกค้า	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับคุณภาพการให้บริการ
ด้านความใส่ใจในการให้บริการ			
1. พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการทันทีที่ลูกค้าต้องการ	3.39	0.981	ปานกลาง
2. ความรวดเร็วในด้านการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงาน	3.27	0.892	ปานกลาง
3. พนักงานสามารถส่งมอบบริการได้ทันตามกำหนดเวลาที่แจ้งไว้กับลูกค้า	3.69	0.926	มาก
4. รับฟังข้อคิดเห็น/คำแนะนำจากผู้รับบริการ	3.64	0.930	มาก
5. มีพนักงานบริการเพียงพอกับจำนวนผู้รับบริการ	3.27	1.054	ปานกลาง
6. เปิดโอกาสให้ผู้รับบริการซักถามข้อสงสัย	3.20	1.028	ปานกลาง
7. กระบวนการให้บริการไม่มีความซับซ้อน	3.19	0.962	ปานกลาง
8. สามารถชี้แจงลักษณะของผลิตภัณฑ์ของทางธนาคารได้อย่างชัดเจน	3.33	0.937	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.37**	**0.964**	ปานกลาง

ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกองค์ประกอบย่อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.24 โดยให้ความสำคัญด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ คือ พนักงานธนาคารได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการให้บริการเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 รองลงมาธนาคารมีความมั่นคงทางด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 มีพนักงานรักษาความปลอดภัยตามสถานที่ต่าง ๆ บริเวณธนาคาร เช่น ที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ข้อมูลที่ได้รับจากธนาคารไม่เกิดความผิดพลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 พนักงานมีการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 ธนาคารมีการรับประกันหากเกิดกรณีที่ผิดพลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 มีความปลอดภัยในขณะที่มาใช้บริการ และพนักงานมีความรับผิดชอบในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 พนักงานมีความโปร่งใสในการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 และธนาคารมีระบบการจัดการ และระบบการตรวจสอบที่ได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย (ตาราง 5)

ตาราง 5 คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ

ลักษณะคุณภาพการให้บริการลูกค้า	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับคุณภาพการให้บริการ
ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ			
1. พนักงานธนาคารได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการให้บริการเป็นอย่างดี	3.35	0.841	ปานกลาง
2. ธนาคารมีระบบการจัดการ และระบบการตรวจสอบที่ได้มาตรฐาน	3.15	0.933	ปานกลาง
3. ธนาคารมีการรับประกันหากเกิดกรณีที่ผิดพลาด	3.22	0.907	ปานกลาง
4. พนักงานมีความรับผิดชอบในการให้บริการ	3.20	0.929	ปานกลาง
5. พนักงานมีความโปร่งใสในการดำเนินงาน	3.17	0.999	ปานกลาง

ตาราง 5 (ต่อ)

ลักษณะคุณภาพการให้บริการลูกค้า	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับคุณภาพการให้บริการ
6. พนักงานมีการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าเป็นอย่างดี	3.23	0.862	ปานกลาง
7. ข้อมูลที่ได้รับจากธนาคารไม่เกิดความผิดพลาด	3.24	0.895	ปานกลาง
8. ธนาคารมีความมั่นคงทางด้านการเงิน	3.33	0.881	ปานกลาง
9. มีความปลอดภัยในขณะที่มาใช้บริการ	3.20	0.868	ปานกลาง
10. มีพนักงานรักษาความปลอดภัยตามสานที่ต่าง ๆ บริเวณธนาคาร เช่น ที่จอดรถ	3.26	0.837	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.24**	**0.587**	**ปานกลาง**

ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกองค์ประกอบย่อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.25 โดยให้ความสำคัญด้านสิ่งที่สัมผัสได้ คือ มีพนักงานคอยให้คำแนะนำในทุก ๆ เรื่องที่เพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 รองลงมา พนักงานให้บริการกับลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ผลของการได้รับบริการมีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 พนักงานมีความเป็นกันเองและดูแลเอาใจใส่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ให้บริการลูกค้า และระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 และพนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย (ตาราง 6)

ตาราง 6 คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

ลักษณะคุณภาพการให้บริการลูกค้า	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับคุณภาพการให้บริการ
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ			
1. พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ให้บริการลูกค้า	3.22	0.961	ปานกลาง
2. พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส	3.03	1.080	ปานกลาง
3. มีพนักงานคอยให้คำแนะนำในทุก ๆ เรื่องที่เพียงพอต่อความต้องการ	3.38	0.890	ปานกลาง
4. พนักงานให้บริการกับลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาค	3.33	0.896	ปานกลาง
5. พนักงานมีความเป็นกันเองและดูแลเอาใจใส่ลูกค้า	3.25	0.964	ปานกลาง
6. ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม	3.22	0.897	ปานกลาง
7. ผลของการได้รับบริการมีความถูกต้อง	3.28	0.884	ปานกลาง
8. สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันที	3.26	0.915	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.25**	**0.574**	**ปานกลาง**

ด้านภาพรวมในแต่ละด้าน

คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ด้านภาพรวมในแต่ละด้าน โดยรวมให้ความสำคัญในระดับปานกลางทุกระดับ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.30 โดยให้ความสำคัญด้านภาพรวมในแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความใส่ใจในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.37 ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ค่าเฉลี่ย 3.34 ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ค่าเฉลี่ย 3.28 ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.24 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ค่าเฉลี่ย 3.25ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย (ตาราง 7)

ตาราง 7 คุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ด้านภาพรวมในแต่ละด้าน

ด้านภาพรวมในแต่ละด้าน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับคุณภาพการให้บริการ
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	3.34	0.838	ปานกลาง
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	3.28	0.937	ปานกลาง
ด้านความใส่ใจในการให้บริการ	3.37	0.964	ปานกลาง
ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ	3.24	0.587	ปานกลาง
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	3.25	0.574	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.30**	**0.780**	**ปานกลาง**

ส่วนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการ

ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการ ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านความใส่ใจในการให้บริการ ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ โดยแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ สถานที่จอดรถมีไม่เพียงพอกับจำนวนลูกค้า จำนวน 310 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 79.50 รองลงมา ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการเดินทาง จำนวน 132 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 33.80 การตกแต่งภายนอกธนาคารไม่มีความโดดเด่น สบายตา จำนวน74 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 19.00 มีแสงสว่างที่น้อยเกินไป จำนวน 43 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 11.00 อุณหภูมิภายในตัวอาคารไม่เหมาะสม อากาศถ่ายเทไม่สะดวก จำนวน 37 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 9.50 ระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคารมีน้อยเกินไป จำนวน 26 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 6.70 และอุปกรณ์เครื่องใช้ในการให้บริการ เช่น ปากกา สลิปฝาก – ถอน มีไม่เพียงพอ จำนวน 1 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 0.30 และไม่มีผู้เลือกตอบแบบสอบที่ การตกแต่งภายในธนาคาร รูปลักษณ์ภายนอก รวมทั้งตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของธนาคารขาดความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง

พัก น้ำดื่ม ห้องน้ำ ไม่เพียงพอ เครื่องมือที่ให้บริการมีความล้าสมัย และธนาคารไม่มีป้ายบอกจุดบริการ/ชื่อหน่วยงานติดต่อที่ชัดเจน ตามลำดับ (ตาราง 8)

ตาราง 8 ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้

ลักษณะข้อคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้		
1. ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการเดินทาง	132	33.80
2. สถานที่จอดรถมีไม่เพียงพอกับจำนวนลูกค้า	310	79.50
3. มีแสงสว่างที่น้อยเกินไป	43	11.00
4. อุณหภูมิภายในตัวอาคารไม่เหมาะสม อากาศถ่ายเทไม่สะดวก	37	9.50
5. การตกแต่งภายนอกธนาคารไม่มีความโดดเด่น สบายตา	74	19.00
6. การตกแต่งภายในธนาคาร	-	-
7. รูปลักษณ์ภายนอก รวมทั้งตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของธนาคารขาดความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์	-	-
8. อุปกรณ์เครื่องใช้ในการให้บริการ เช่น ปากกา สลิปฝาก – ถอน มีไม่เพียงพอ	1	0.30
9. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่งพัก น้ำดื่ม ห้องน้ำ ไม่เพียงพอ	-	-
10. เครื่องมือที่ให้บริการมีความล้าสมัย	-	-
11. ธนาคารไม่มีป้ายบอกจุดบริการ / ชื่อหน่วยงานติดต่อที่ชัดเจน	-	-
12. ระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคารมีน้อยเกินไป	26	6.70

หมายเหตุ * สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้ใจได้

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้ใจได้ของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ เลือกพนักงานขาดความตรงต่อเวลา จำนวน 301 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 77.20 รองลงมา พนักงานขาดความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธนาคาร จำนวน 127 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 32.60 การแต่งกายของพนักงานไม่เหมาะสม จำนวน 90 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 23.10 พนักงานขาดความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ จำนวน 78 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 20.00 ธนาคารขาดระบบเทคโนโลยีในการประมวลผล ก่อให้เกิดความไม่แม่นยำและชัดเจนในข้อมูลที่ได้มา จำนวน 63 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ16.20 พนักงานไม่สามารถให้บริการได้ตามที่แจ้งลูกค้าไว้ และพนักงานขาดจรรยาบรรณในการให้บริการ วิจารณ์ลูกค้าหรือเผยแพร่ข้อมูลสำคัญของลูกค้าให้แก่ บุคคลภายนอก หรือเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน จำนวน 41ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 10.50 พนักงานไม่สามารถให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย จำนวน 37 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 9.50 และไม่มีผู้เลือกตอบแบบสอบเลือกที่ ขาดการตรวจสอบความถูกต้องก่อนและหลังให้บริการ และไม่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้น ตามลำดับ (ตาราง 9)

ตาราง 9 ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้ใจได้

ลักษณะข้อคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้ใจได้		
1. พนักงานขาดความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธนาคาร	127	32.60
2. พนักงานขาดความตรงต่อเวลา	301	77.20
3. พนักงานไม่สามารถให้บริการได้ตามที่แจ้งลูกค้าไว้	41	10.50
4. พนักงานไม่สามารถให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย	37	9.50
5. พนักงานขาดความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ	78	20.00
6. ขาดการตรวจสอบความถูกต้องก่อนและหลังให้บริการ	-	-
7. ไม่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อมี ข้อผิดพลาดเกิดขึ้น	-	-

ตาราง 9 (ต่อ)

ลักษณะข้อคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
8. พนักงานขาดจรรยาบรรณในการให้บริการ วิจารณ์ลูกค้า หรือ เผยแพร่ข้อมูลสำคัญของลูกค้าให้แก่บุคคลภายนอก หรือเพื่อแสวงหาผลประโยชน์	41	10.50
9. การแต่งกายของพนักงานไม่เหมาะสม	90	23.10
10. ธนาคารขาดระบบเทคโนโลยีในการประมวลผล ก่อให้เกิดความไม่แม่นยำและชัดเจนในข้อมูลที่ได้มา	63	16.20

หมายเหตุ *สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ด้านความใส่ใจในการให้บริการ

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านความใส่ใจในการให้บริการของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ เลือกพนักงานไม่มีความพร้อมในการให้บริการทันทีที่ลูกค้าต้องการ จำนวน 198 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 50.80 รองลงมาขาดความรวดเร็วในด้านการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงาน จำนวน 195 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 50.00 พนักงานไม่รับฟังข้อคิดเห็น/คำแนะนำจากผู้รับบริการ จำนวน 54 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 13.80 พนักงานบริการมีไม่เพียงพอกับจำนวนผู้รับบริการ จำนวน 47 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 12.10 พนักงานไม่สามารถส่งมอบบริการได้ทันตามกำหนดเวลาที่แจ้งไว้กับลูกค้า จำนวน 39 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 10.00 ไม่สามารถชี้แจงลักษณะของผลิตภัณฑ์ของทางธนาคารได้อย่างชัดเจน จำนวน 22 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 5.80 และกระบวนการให้บริการมีความซับซ้อน จำนวน 2 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 0.50 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบเลือกตอบแบบสอบที่ไม่มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับบริการซักถามข้อสงสัยตามลำดับ (ตาราง 10)

ตาราง 10 ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านความใส่ใจในการให้บริการ

ลักษณะข้อคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ด้านความใส่ใจในการให้บริการ		
1. พนักงานไม่มีความพร้อมในการให้บริการทันทีที่ลูกค้าต้องการ	198	50.80
2. ขาดความรวดเร็วในด้านการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงาน	195	50.00
3. พนักงานไม่สามารถส่งมอบบริการได้ทันตามกำหนดเวลาที่แจ้งไว้กับลูกค้า	39	10.00
4. พนักงานไม่รับฟังข้อคิดเห็น/คำแนะนำจากผู้รับบริการ	54	13.80
5. พนักงานบริการมีไม่เพียงพอกับจำนวนผู้รับบริการ	47	12.10
6. ไม่มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับบริการซักถามข้อสงสัย	-	-
7. กระบวนการให้บริการมีความซับซ้อน	2	0.50
8. ไม่สามารถชี้แจงลักษณะของผลิตภัณฑ์ของทางธนาคารได้อย่างชัดเจน	22	5.80

หมายเหตุ * สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ เลือกพนักงานไม่มีความรับผิดชอบในการให้บริการ จำนวน 173 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 44.40 รองลงมา ขาดพนักงานรักษาความปลอดภัยตามสถานที่ต่าง ๆ บริเวณธนาคาร เช่น ที่จอดรถ จำนวน 71ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 18.20 พนักงานไม่มีความโปร่งใสในการดำเนินงาน จำนวน 65 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 16.70 ธนาคารไม่มีการรับประกันหากเกิดกรณีที่ผิดพลาด จำนวน 59 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 15.10 พนักงานธนาคารขาดการฝึกอบรมเกี่ยวกับการให้บริการ จำนวน 46 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 11.80 ข้อมูลที่ได้รับจากธนาคารเกิดความผิดพลาดบ่อยครั้ง จำนวน 38 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ9.70 ขาดการดูแลเรื่องความ

ปลอดภัยในขณะที่มาใช้บริการ จำนวน 27 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 6.90 การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าไม่เหมาะสม จำนวน 18 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 4.60 ธนาคารมีไม่มีความมั่นคงทางด้านการเงิน จำนวน 15 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 3.80 และระบบการจัดการ และระบบการตรวจสอบของธนาคารไม่มีความเหมาะสม จำนวน 6 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ (ตาราง 11)

ตาราง 11 ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ

ลักษณะข้อคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ		
1. พนักงานธนาคารขาดการฝึกอบรมเกี่ยวกับการให้บริการ	46	11.80
2. ระบบการจัดการ และระบบการตรวจสอบของธนาคารไม่มีความเหมาะสม	6	1.50
3. ธนาคารไม่มีการรับประกันหากเกิดกรณีที่ผิดพลาด	59	15.10
4. พนักงานไม่มีความรับผิดชอบในการให้บริการ	173	44.40
5. พนักงานไม่มีความโปร่งใสในการดำเนินงาน	65	16.70
6. การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าไม่เหมาะสม	18	4.60
7. ข้อมูลที่ได้รับจากธนาคารเกิดความผิดพลาดบ่อยครั้ง	38	9.70
8. ธนาคารมีไม่มีความมั่นคงทางด้านการเงิน	15	3.80
9. ขาดการดูแลเรื่องความปลอดภัยในขณะที่มาใช้บริการ	27	6.90
10. ขาดพนักงานรักษาความปลอดภัยตามสถานที่ต่าง ๆ บริเวณธนาคาร เช่น ที่จอดรถ	71	18.20

หมายเหตุ * สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ เลือกระยะเวลาในการให้บริการมีความไม่เหมาะสม นานเกินไป จำนวน 128 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 32.80 รองลงมา พนักงานไม่มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ให้บริการลูกค้า จำนวน 62 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 15.90 ผลของการได้รับบริการขาดความถูกต้อง จำนวน 49 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 12.60 พนักงานขาดความเป็นกันเองและขาดการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า จำนวน 48 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 12.30 การให้บริการกับลูกค้าไม่มีความเสมอภาค จำนวน 29 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 7.40 พนักงานให้คำแนะนำในทุก ๆ เรื่องมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ จำนวน 19 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 4.90 ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันที จำนวน 17 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 4.40 และพนักงานให้บริการลูกค้าได้ไม่เหมาะสม เช่น ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส ใช้คำพูดไม่ดี จำนวน 12 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 3.10 ตามลำดับ (ตาราง 12)

ตาราง 12 ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้

ลักษณะข้อคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ		
1. พนักงานไม่มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ให้บริการลูกค้า	62	15.90
2. พนักงานให้บริการลูกค้าได้ไม่เหมาะสม เช่น ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส ใช้คำพูดไม่ดี	12	3.10
3. พนักงานให้คำแนะนำในทุก ๆ เรื่องมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ	19	4.90
4. การให้บริการกับลูกค้าไม่มีความเสมอภาค	29	7.40
5. พนักงานขาดความเป็นกันเองและขาดการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า	48	12.30
6. ระยะเวลาในการให้บริการมีความไม่เหมาะสม นานเกินไป	128	32.80
7. ผลของการได้รับบริการขาดความถูกต้อง	49	12.60
8. ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันที	17	4.40

หมายเหตุ * สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งการนำเสนอตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา ประตูเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อคุณภาพในการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม 390 ชุด แล้ว นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และได้ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษา คุณภาพการในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เคยมาเลือกใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ พบว่า ผู้ที่เคยมาเลือกใช้บริการส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.90 มีอายุอยู่ระหว่าง 25 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.60 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.40 มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 30.30 มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.30 และผู้ที่เคยมาเลือกใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.60

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่

คุณภาพในการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านความใส่ใจในการให้บริการ ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ด้านภาพรวมในแต่ละด้าน

คุณภาพในการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ด้านภาพรวมในแต่ละด้าน โดยรวมให้ความสำคัญในระดับมาก โดยให้ความสำคัญด้านภาพรวมในแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก คือ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ให้ความสำคัญด้านภาพรวมในแต่ละด้านอยู่ในระดับปานกลางคือ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ รองลงมาด้านความใส่ใจในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และ ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้

คุณภาพในการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัส โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญด้านสิ่งที่สัมผัสได้ คือ การตกแต่งภายในธนาคารมีความสวยงามและเป็นระเบียบ รองลงมาทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ เครื่องมือที่ให้บริการมีความทันสมัย ธนาคารมีป้ายบอกจุดบริการ/ ชื่อหน่วยงานติดต่อที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่งพัก น้ำดื่ม ห้องน้ำ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่งพัก น้ำดื่ม ห้องน้ำ มีสถานที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนลูกค้า การจัดเตรียมอุปกรณ์เครื่องใช้ในการให้บริการ เช่น ปากกา สลิปฝาก – ถอน มีความเพียงพอและเหมาะสม อุณหภูมิภายในตัวอาคารอยู่ในระดับที่เหมาะสม อากาศถ่ายเทได้สะดวก รูปลักษณ์ภายนอก รวมทั้งตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของธนาคารมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ มีแสงสว่างที่เพียงพอ การตกแต่งภายนอกธนาคารมีความสวยงามและเป็นระเบียบ และธนาคารมีระบบรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสม

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

คุณภาพในการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ คือ พนักงานสามารถให้บริการได้ตามที่แจ้งลูกค้าไว้ พนักงานไม่วิจารณ์ลูกค้า หรือเผยแพร่ข้อมูลสำคัญของลูกค้าให้แก่บุคคลภายนอก หรือเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ พนักงานตรวจสอบความถูกต้องก่อนและหลังให้บริการ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้น พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารได้ พนักงานแต่งกายเรียบร้อย มีบุคลิกภาพดี มีความน่าเชื่อถือ ระบบเทคโนโลยีของธนาคารทำงานถูกต้องและแม่นยำ พนักงานมีความซื่อสัตย์ตรงต่อเวลา พนักงานมีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ

ด้านความใส่ใจในการให้บริการ

คุณภาพในการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ด้านความใส่ใจในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญด้านความใส่ใจในการให้บริการอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานสามารถส่งมอบบริการได้ทันตามกำหนดเวลาที่แจ้งไว้กับลูกค้า รับฟังข้อคิดเห็น/คำแนะนำจากผู้รับบริการ พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการทันทีที่ลูกค้าต้องการ สามารถชี้แจงลักษณะของผลิตภัณฑ์ของทางธนาคารได้อย่างชัดเจน ความรวดเร็วในด้านการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงาน และมีพนักงานบริการเพียงพอกับจำนวนผู้รับบริการ เปิดโอกาสให้ผู้รับบริการซักถามข้อสงสัย กระบวนการให้บริการไม่มีความซับซ้อน

ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ

คุณภาพในการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกองค์ประกอบย่อย โดยให้ความสำคัญด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ คือพนักงานธนาคารได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการให้บริการเป็นอย่างดี รองลงมา ธนาคารมีความมั่นคงทางด้านการเงิน มีพนักงานรักษาความปลอดภัยตามสานที่ ต่าง ๆ บริเวณธนาคาร เช่น ที่จอดรถ ข้อมูลที่ได้รับจากธนาคารไม่เกิดความผิดพลาด พนักงานมีการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าเป็นอย่างดี ธนาคารมีการรับประกันหากเกิดกรณีที่ผิดพลาด มีความปลอดภัยในขณะที่มาใช้บริการ และพนักงานมีความรับผิดชอบในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน พนักงานมีความโปร่งใสในการดำเนินงาน และธนาคารมีระบบการจัดการ และระบบการตรวจสอบที่ได้มาตรฐาน

ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

คุณภาพในการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกองค์ประกอบย่อย โดยให้ความสำคัญด้านสิ่งที่สัมผัสได้ คือ มีพนักงานคอยให้คำแนะนำในทุก ๆ เรื่องที่เพียงพอต่อความต้องการ รองลงมา พนักงานให้บริการกับลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาค ผลของการได้รับบริการมีความถูกต้อง สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันที พนักงานมีความเป็นกันเองและดูแลเอาใจใส่ลูกค้า พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ให้บริการลูกค้า และระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน และพนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส

ส่วนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการ

ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการ ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านความใส่ใจในการให้บริการ ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ สถานที่จอดรถมีไม่เพียงพอกับจำนวนลูกค้า รองลงมา ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการเดินทาง การตกแต่งภายนอกธนาคารไม่มีความโดดเด่น สบายตา มีแสงสว่างที่น้อยเกินไป อุณหภูมิภายในตัวอาคารไม่เหมาะสม อากาศถ่ายเทไม่สะดวก ระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคารมีน้อยเกินไป และอุปกรณ์เครื่องใช้ในการให้บริการ เช่น ปากกาสลิปฝาก – ถอน มีไม่เพียงพอ และไม่มีผู้เลือกตอบแบบสอบที่ การตกแต่งภายในธนาคาร รูปลักษณ์ภายนอก รวมทั้งตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของธนาคารขาดความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่งพัก น้ำดื่ม ห้องน้ำ ไม่เพียงพอ เครื่องมือที่ให้บริการมีความล้าสมัย และธนาคารไม่มีป้ายบอกจุดบริการ / ชื่อหน่วยงานติดต่อที่ชัดเจน

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้ใจได้

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้ใจได้ของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ เลือกพนักงานขาดความซื่อสัตย์ ตรงต่อเวลา รองลงมา พนักงานขาดความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธนาคาร การแต่งกายของพนักงานไม่เหมาะสม พนักงานขาดความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ ธนาคารขาดระบบเทคโนโลยีในการประมวลผล ก่อให้เกิดความไม่แม่นยำและชัดเจนในข้อมูลที่ได้มา พนักงานไม่สามารถให้บริการได้ตามที่แจ้งลูกค้าไว้ และพนักงานขาดจรรยาบรรณในการให้บริการ วิจารณ์ลูกค้าหรือเผยแพร่ข้อมูลสำคัญของลูกค้าให้แก่ บุคคลภายนอก หรือเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน พนักงานไม่สามารถให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย และไม่มีผู้เลือกตอบแบบสอบเลือกที่ ขาดการตรวจสอบความถูกต้องก่อนและหลังให้บริการ และไม่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้น

ด้านความใส่ใจในการให้บริการ

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านความใส่ใจในการให้บริการของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ เลือกพนักงานไม่มีความพร้อมในการให้บริการทันทีที่ลูกค้าต้องการ รองลงมา ขาดความรวดเร็วในด้านการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงาน พนักงานไม่รับฟังข้อคิดเห็น/คำแนะนำจากผู้รับบริการ พนักงานบริการมีไม่เพียงพอกับจำนวนผู้รับบริการ พนักงานไม่สามารถส่งมอบบริการได้ทันตามกำหนดเวลาที่แจ้งไว้กับลูกค้า ไม่สามารถชี้แจงลักษณะของผลิตภัณฑ์ของทางธนาคารได้อย่างชัดเจน และกระบวนการให้บริการมีความซับซ้อน และไม่มีผู้ตอบแบบสอบเลือกตอบแบบสอบที่ไม่มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับบริการซักถามข้อสงสัย

ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ เลือกพนักงานไม่มีความรับผิดชอบในการให้บริการ รองลงมา ขาดพนักงานรักษาความปลอดภัยตามสถานที่ต่าง ๆ บริเวณธนาคาร เช่น ที่จอดรถ พนักงานไม่มีความโปร่งใสในการดำเนินงาน ธนาคารไม่มีการรับประกันหากเกิดกรณีที่ผิดพลาด พนักงานธนาคารขาดการฝึกอบรมเกี่ยวกับการให้บริการ ข้อมูลที่ได้รับจากธนาคารเกิดความผิดพลาดบ่อยครั้ง ขาดการดูแลเรื่องความปลอดภัยในขณะที่มาใช้บริการ การเก็บรักษา

ข้อมูลของลูกค้าไม่เหมาะสม ธนาคารมีไม่มีความมั่นคงทางด้านการเงิน และระบบการจัดการ และระบบการตรวจสอบของธนาคารไม่มีความเหมาะสม

ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อคุณภาพการมาใช้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ เลือกระยะเวลาในการให้บริการมีความไม่เหมาะสม นานเกินไป รองลงมา พนักงานไม่มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ให้บริการลูกค้า ผลของการได้รับบริการขาดความถูกต้อง พนักงานขาดความเป็นกันเองและขาดการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า การให้บริการกับลูกค้าไม่มีความเสมอภาค พนักงานให้คำแนะนำในทุก ๆ เรื่องมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันที และพนักงานให้บริการลูกค้าได้ไม่เหมาะสม เช่น ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส ใช้คำพูดไม่ดี

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษา คุณภาพในการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ พบว่า ด้านภาพรวมในแต่ละด้าน โดยรวมให้ความสำคัญในระดับปานกลางทุกระดับ โดยให้ความสำคัญด้านภาพรวมในแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก คือ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ รองลงมาให้ความสำคัญด้านภาพรวมในแต่ละด้านอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านความใส่ใจในการให้บริการ ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จิตรจิตรวศินกุล (2545)ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทยสาขาถนนราชวงศ์จังหวัดเชียงใหม่สรุปได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการกับธนาคารกสิกรสาขาถนนราชวงศ์จังหวัดเชียงใหม่พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทาการตลาดมีความพึงพอใจในระดับปานกลางทุกปัจจัยมีความพึงพอใจในระดับมากเพียง 2-3 ปัจจัยเท่านั้นและ ยังมีความพึงพอใจในระดับน้อยได้แก่ปัจจัยด้านราคาอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมและปัจจัยด้านกระบวนการ(ขั้นตอนการให้บริการ) คือ พนักงานที่ให้ บริการ แสดงให้เห็นว่าอาจจะเกิดปัญหาต่อธุรกิจได้ในอนาคต

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ คือ พนักงานสามารถให้บริการได้ตามที่แจ้งลูกค้าไว้ พนักงานไม่วิจารณ์ลูกค้า หรือเผยแพร่ข้อมูลสำคัญของลูกค้าให้แก่บุคคลภายนอก หรือเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ พนักงานตรวจสอบความถูกต้องก่อนและหลังให้บริการ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้น พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารได้ พนักงานแต่งกายเรียบร้อย มีบุคลิกภาพดี มีความน่าเชื่อถือ ระบบเทคโนโลยีของธนาคารทำงานถูกต้องและแม่นยำ พนักงานมีความซื่อสัตย์ ตรงต่อเวลา พนักงานมีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อรทัย เชิดชูธรรม (2545) ศึกษาในเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารพาณิชย์ไทยในอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลกพบว่าความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่จะมีการบริการที่จะมีการบริการยอดเยี่ยมพบว่าปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือการตอบสนองการไว้วางใจผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังในระดับมากที่สุดด้านความพึงพอใจในระดับมากทั้งในด้านของรูปลักษณ์ของธนาคารความน่าเชื่อถือการตอบสนองการให้ความไว้วางใจการดูแลเอาใจใส่และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการพบว่าปัญหาส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อยยกเว้นปัญหาด้านไม่ได้รับความสะดวกเมื่อมาใช้บริการและจำนวนพนักงานไม่เพียงพอกับจำนวนผู้ใช้บริการจึงทำให้ต้องรอนานซึ่งพบว่าในระดับปานกลางสำหรับความพึงพอใจลูกค้าต่อคุณภาพการบริการในแต่ละด้านพบว่ามีความพึงพอใจอันดับแรกในแต่ละด้านดังนี้ด้านรูปลักษณ์ของธนาคารได้แก่อุปกรณ์การตกแต่งและสภาพแวดล้อมของธนาคารที่ยอดเยี่ยมต้องให้ความสะดวกสบายในการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือได้แก่ธนาคารต้องมีการเก็บข้อมูลของลูกค้าไว้เป็นอย่างดีและสามารถนำมาใช้บริการได้เป็นอย่างดีและพนักงานมีเพียงพอให้บริการตลอดเวลาด้านการดูแลเอาใจใส่ได้แก่พนักงานธนาคารต้องให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคนด้านการตอบสนองได้แก่ธนาคารต้องมีระบบการให้บริการที่สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วด้านความไว้วางใจได้แก่ธนาคารให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นในข้อมูลและรู้สึกปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการ

ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกองค์ประกอบย่อย โดยให้ความสำคัญด้านความใส่ใจในการให้บริการอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานสามารถส่งมอบบริการได้ทันตามกำหนดเวลาที่แจ้งไว้กับลูกค้า รับฟังข้อคิดเห็น/คำแนะนำจากผู้รับบริการ พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการทันทีที่ลูกค้าต้องการ สามารถชี้แจงลักษณะของผลิตภัณฑ์ของทางธนาคารได้อย่างชัดเจน ความรวดเร็วในด้านการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงาน และมีพนักงานบริการเพียงพอกับจำนวนผู้รับบริการ เปิดโอกาสให้ผู้รับบริการซักถามข้อสงสัย กระบวนการให้บริการไม่มีความซับซ้อน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รุ่งนภา จันทวิสูตร

(2546)ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการรูปแบบ ธนาคารในศูนย์การค้าของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ผลการศึกษาพบว่าด้านรูป ลักษณ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากอันดับแรกคือการตกแต่งและสภาพ แวดล้อมของธนาคารที่ยอดเยี่ยมต้องให้ความสะดวกสบายในการให้บริการได้แก่ด้านความน่า เชื่อถือได้แก่อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานต้องได้รับการบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพที่พร้อมที่จะใช้งานได้เป็นอย่างดีและมีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลาด้านการตอบสนองได้แก่ธนาคารมีระบบการให้บริการที่สามารถให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็วและพร้อมให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้ตลอดเวลาด้านการให้ความมั่นใจได้แก่พนักงานธนาคารมีพฤติกรรมที่ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการให้บริการของธนาคารและมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการและผลิตภัณฑ์ของธนาคารด้านการดูแลเอาใจใส่ได้แก่พนักงานให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง คุณภาพในการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

1. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ธนาคารควรปรับปรุงเรื่องสถานที่จอดรถให้มีเพียงพอกับจำนวนของลูกค้าที่มาใช้บริการ ควรมีการตกแต่งภายนอกธนาคารให้มีความโดดเด่น สบายตา และเพิ่มแสงสว่างภายในตัวอาคารให้เหมาะสม ปรับอุณหภูมิและอากาศให้ถ่ายเทได้สะดวก และควรเพิ่มระบบการรักษาความปลอดภัยของธนาคารให้มากยิ่งขึ้น รวมไปถึงอุปกรณ์เครื่องใช้ในการให้บริการ เช่น ปากกา สลิปฝาก – ถอน ให้มีเพียงพอร่วมด้วย

2. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้ใจได้ ธนาคารควรที่มีการจัดอบรมให้แก่พนักงาน ให้มีความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธนาคาร และเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคาร เพื่อสามารถให้คำตอบลูกค้าได้ด้วยความมั่นใจและถูกต้อง ร่วมถึงการแต่งกายของพนักงานให้เหมาะสม และควรมีการอบรมพนักงานธนาคารในเรื่องระบบเทคโนโลยีในการประมวลผล เพื่อก่อให้เกิดความแม่นยำและความชัดเจนในข้อมูลที่ได้มา และเพื่อให้พนักงานสามารถให้บริการได้ตามที่แจ้งลูกค้าไว้

3. ด้านความใส่ใจในการให้บริการ ธนาคารควรสร้างความพร้อมในการให้บริการทันต่อความต้องการของลูกค้า และเพิ่มความรวดเร็วในด้านการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ผู้ศึกษาเสนอให้มีการเพิ่มจำนวนพนักงานในการให้บริการให้มีเพียงพอต่อความต้องการกับจำนวนผู้รับบริการ และให้พนักงานยอมรับฟังข้อคิดเห็นและคำแนะนำด้านปัญหาจากผู้รับบริการ เพื่อที่จะได้แก้ไขปัญหาต้องที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงทีและเพื่อการบริการด้านคุณภาพที่เป็นเลิศด้านการแข่งขันต่อไป

4. ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ พนักงานธนาคารควรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เอาใจใส่ลูกค้า ตั้งแต่ลูกค้าเข้ามาที่ธนาคาร โดยการสอบถามความต้องการของลูกค้าพร้อมให้บริการด้วยความเต็มใจ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพในการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของแต่ละสาขา ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อหารูปแบบที่เหมาะสมกับการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และความต้องการของลูกค้า เมื่อได้รูปแบบการทำงานที่เป็นเลิศด้านคุณภาพแล้ว ให้มีการถ่ายทอดคุณภาพด้านการให้บริการที่ไปสู่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาอื่นด้วย

2. ควรศึกษาความต้องการด้านคุณภาพการให้บริการกับลูกค้าตามกลุ่มอาชีพ เพื่อที่จะได้ทราบถึง ความต้องการด้านคุณภาพตามกลุ่มอาชีพ และการบริการให้เหมาะสมกับการดำเนินงานด้านคุณภาพของลูกค้าในแต่ละกลุ่มอาชีพด้วย

3. การนำผลการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงการทำงานของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของแต่ละสาขา ในจังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นรูปธรรมและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากที่สุด แล้วทำการรวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์และประเมินผลอีกครั้งในภายหลัง

บรรณานุกรม

กนกรัตน์ ชื่นโกมล. 2547. **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อกองทุนหมู่บ้านของธนาคารออมสินสาขาดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา.** เชียงใหม่: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กุลธน ธนาพงศธร. 2541. **คัมภีร์การบริหาร.** กรุงเทพฯ: มีโชค.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2547. **การตลาดบริการ Services Marketing.** กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

จันจิรา รังรองรัตน์ 2542. **ความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจชิงพฤติกรรมภายหลังเข้ารับบริการศึกษาเฉพาะกรณีศูนย์บริการรถยนต์เชิงพาณิชย์.** กรุงเทพฯ: ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จาญา สันติสงวนศักดิ์. 2546. **ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่องานบริการ บุคลิกภาพกับคุณภาพการบริการลูกค้าของบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิสจำกัด (มหาชน).** กรุงเทพฯ: ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จิตร จิตรวศินกุล. 2545. **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทยสาขาถนนราชวงศ์จังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: ม.ป.พ.

ทิพย์ฤทัย ตระการศักดิกุล . 2545. **ภาพลักษณ์ขององค์กรกับการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธงชัย วงศ์สุวรรณ. 2544. **การบริหารงานบุคคล.** กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ธัญวรรณ ธาราศักดิ์. 2551. **คุณภาพการบริการของพนักงานธนาคารธนชาตจำกัด (มหาชน) สาขาศรีราชาจังหวัดชลบุรี.** ชลบุรี: ม.ป.พ.

ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา. 2547ก. **การตลาดสำหรับการบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. 2547ข. **พฤติกรรมศาสตร์และพฤติกรรมสุขภาพการศึกษา.** กรุงเทพฯ: เจ้าพระยาการพิมพ์.

นิด ศรีกลชีพ 2547. **การรับรู้ของผู้รับบริการและพฤติกรรมการให้บริการในสถานประกอบกิจการอู่ซ่อมรถยนต์ เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร.** กรุงเทพฯ: ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นิตยา จอมเงิน. 2546. **ตลาดบริการและตลาดองค์กรคู่แข่ง.** กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒน-บริหารศาสตร์.

ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. 2546. **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ดวงแก้ว ดีดพิณ. 2550. สังคมวิทยา. กรุงเทพฯ : โอ เอส พริ้นติ้ง เฮ้าส์.

พิกุล ทองมา. 2543. **ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาย่อยอุโมงค์จังหวัดลำพูน.** ลำพูน: ม.ป.พ.

ประภาศรี พงศ์ธนาพาณิชย์ และ พนัส หันนาคินทร์. 2547. **พฤติกรรมศาสตร์และพฤติกรรมสุขภาพการศึกษา.** กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพาณิช.

พิมพ์ชนก ศันสนีย์. 2540. **ปัจจัยกำหนดคุณภาพของการบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ , มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์. 2548. **การวิจัยการตลาด.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รุ่งนภา จันทวิสูตร. 2546. **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการรูปธนาคารในศูนย์การค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วรธวัช จารุจินดา. 2540. **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่อำนวยบริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: ม.ป.พ.

วิรัช วิรัชนีภาวรรณ. 2548. **การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม.** กรุงเทพฯ: พัฒนาชุมชน.

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. 2545. **จิตวิทยาบริการ.** กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. 2547. **พฤติกรรมผู้บริโภค: ฉบับพื้นฐาน.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พัฒนาศึกษา.

วาสนา บุตรโพธิ์. 2549. **การรับรู้และความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรี.** ชลบุรี: ม.ป.พ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2536. **กลยุทธ์การตลาด และการประยุกต์ใช้จริงในทางธุรกิจในแต่ละกรณีตัวอย่าง.** กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

_____. 2538. **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.

_____. 2541. **กลยุทธ์การตลาดและการบริการการตลาด.** กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซ เท็กซ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และ ศุภร เสรีรัตน์. 2554. **การจัดการพฤติกรรมองค์การ.** กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและ ไซเท็กซ์.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. 2547. **หลักการตลาด.** กรุงเทพฯ: ท้อป.

สมิต สัชฌุกร. 2543. **การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สายธาร.

สุมารี พรรณนิยม. 2548. **พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน).** ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

สุวรรณี กฤษณเกรียงไกร. 2553ก. **องค์การและการจัดการ.** กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.

_____. 2553ข. **องค์การและการจัดการ.** พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.

อนันตชัย เชื้อกลาง. 2547. **ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาชัยภูมิ.** มหาสารคาม: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

อเนก สุวรรณบัณฑิต. 2548. **ครบเครื่องเรื่องสื่อสารการตลาด.** กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2542. **การวิจัยการตลาด: Marketing Research**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อดุลย์ หริรักษ์เสาวนีย์. 2542. **ความพึงพอใจและสภาพปัญหาของลูกค้าต่อการให้บริการของบจม. ธนาคารกสิกรไทยเขตอำเภอบางละมุงจังหวัดชลบุรี.** ชลบุรี: ม.ป.พ.

อรทัย เชิดชูธรรม. 2545. **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารพาณิชย์ไทยในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก.** เชียงใหม่: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Buzzell and Gale. 1987. **Total Quality Management**. Singapore : Mc Graw-Hill.

Gronroos. 1990a. **A theory of leadership effectiveness**. New York: McGraw-Hill.

_____. 1990b. **The Managerial Grid. Houston**. Texas: Gulf Publishing.

Kotler, Philip.. 1997. **Marketing Management : Analysis, Planning, Implement, and Control.** 9th ed. New York: Prentice-Hall, Inc.,

Lovelock. 1996. **Human Behavior at work: Organization Behavior.** New York: McGraw-Hill.

_____. 2002. **Theory and research in administration**. New York: McGraw-Hill.

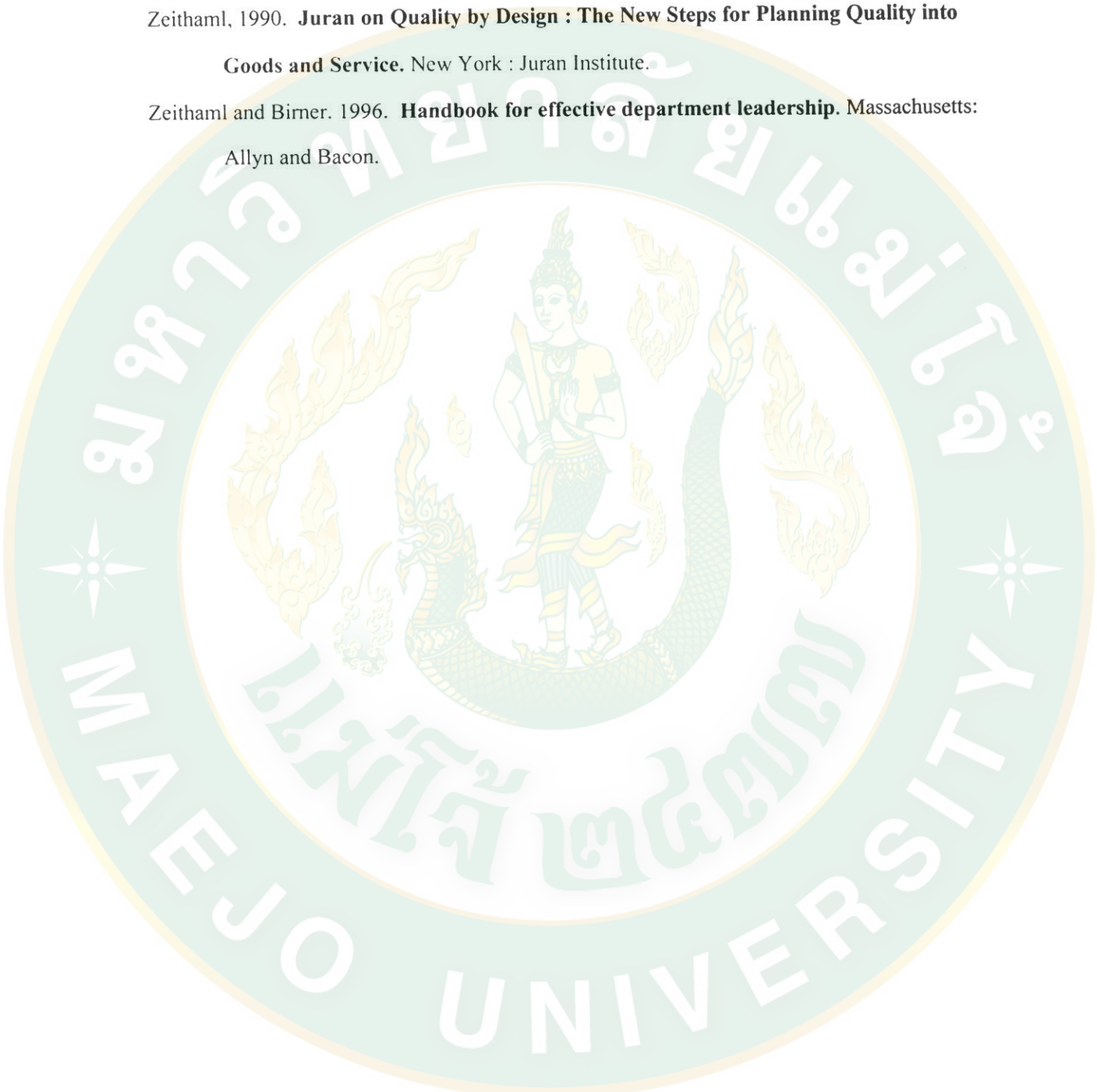
Parasuraman, Zeithaml and Berry. 1985. **The Action Research Planner.** Geelong: Deakin University Press.

_____. 1990. **Total Quality Management : There Step to Continuous Improvement.** Massachusetts: Addison-Wesley.

Tenner, A. R., and Detoro, I. J. .1992. **Total Quality Management : There Step to Continuous Improvement.** Massachusetts: Addison-Wesley.

Zeithaml, 1990. **Juran on Quality by Design : The New Steps for Planning Quality into Goods and Service.** New York : Juran Institute.

Zeithaml and Birner. 1996. **Handbook for effective department leadership**. Massachusetts: Allyn and Bacon.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ ซึ่งจะทำการศึกษาผู้รับบริการและผู้ให้บริการของธนาคาร เพื่อนำคำตอบไปเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของทางธนาคารต่อไป

2. แบบสอบถามฉบับนี้มี 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

2. อายุ

( ) 1. ต่ำกว่า 25 ปี ( ) 2. 25 – 35 ปี

( ) 3. 36 – 45 ปี ( ) 4. สูงกว่า 45 ปี

3. ระดับการศึกษา

( ) 1. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือ ต่ำกว่า ( ) 2. อนุปริญญา / ปวส.

( ) 3. ปริญญาตรี ( ) 4. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

( ) 1. พนักงานบริษัท / หน่วยงานเอกชน ( ) 2. แม่บ้าน / พ่อบ้าน

( ) 3. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( ) 4. ธุรกิจส่วนตัว / รับจ้าง

( ) 5. นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา ( ) 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

( ) 1. ไม่เกิน 10,000 บาท ( ) 2. 10,001 – 25,000 บาท

( ) 3. 25,001 – 40,000 บาท ( ) 4. 40,001 – 50,000 บาท

( ) 5. ตั้งแต่ 50,001 บาท ขึ้นไป

6. ระยะเวลาการเป็นลูกค้า

( ) 1. น้อยกว่า 1 ปี ( ) 2. 1 – 5 ปี

( ) 3. 6 – 10 ปี ( ) 4. 10 ปีขึ้นไป

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ MAEJO UNIVERSITY

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

คำแนะนำ การวัดคุณภาพการให้บริการแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง คุณภาพการให้บริการมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง คุณภาพการให้บริการมาก

ระดับ 3 หมายถึง คุณภาพการให้บริการปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง คุณภาพการให้บริการน้อย

ระดับ 1 หมายถึง คุณภาพการให้บริการน้อยที่สุด

ลักษณะคุณภาพการให้บริการลูกค้า	ระดับคุณภาพการให้บริการ				
	5	4	3	2	1
1. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้					
1.1 ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ					
1.2 มีสถานที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนลูกค้า					
1.3 มีแสงสว่างที่เพียงพอ					
1.4 อุณหภูมิภายในตัวอาคารอยู่ในระดับที่เหมาะสม อากาศถ่ายเทได้สะดวก					
1.5 การตกแต่งภายนอกธนาคารมีความสวยงามและเป็นระเบียบ					
1.6 การตกแต่งภายในธนาคารมีความสวยงามและเป็นระเบียบ					
1.7 รูปลักษณ์ภายนอก รวมทั้งตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของธนาคารมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์					
1.8 การจัดเตรียมอุปกรณ์เครื่องใช้ในการให้บริการ เช่น ปากกา สลิปฝาก – ถอน มีความเพียงพอและเหมาะสม					
1.9 มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่งพัก น้ำดื่ม ห้องน้ำ					
1.10 เครื่องมือที่ให้บริการมีความทันสมัย					
1.11 ธนาคารมีป้ายบอกจุดบริการ / ชื่อหน่วยงานติดต่อที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย					
1.12 ธนาคารมีระบบรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสม					

ลักษณะคุณภาพการให้บริการลูกค้า	ระดับคุณภาพการให้บริการ				
	5	4	3	2	1
2. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ					
2.1 พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารได้					
2.2 พนักงานมีความตรงต่อเวลา					
2.3 พนักงานสามารถให้บริการได้ตามที่แจ้งลูกค้าไว้					
2.4 พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย					
2.5 พนักงานมีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ					
2.6 พนักงานตรวจสอบความถูกต้องก่อนและหลังให้บริการ					
2.7 มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้น					
2.8 พนักงานไม่วิจารณ์ลูกค้า หรือเผยแพร่ข้อมูลสำคัญของลูกค้าให้แก่บุคคลภายนอก หรือเพื่อแสวงหาผลประโยชน์					
2.9 พนักงานแต่งกายเรียบร้อย มีบุคลิกภาพดี มีความน่าเชื่อถือ					
2.10 ระบบเทคโนโลยีของธนาคารทำงานถูกต้องและแม่นยำ					
3. ด้านความใส่ใจในการให้บริการ					
3.1 พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการทันทีที่ลูกค้าต้องการ					
3.2 ความรวดเร็วในด้านการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงาน					
3.3 พนักงานสามารถส่งมอบบริการได้ทันตามกำหนดเวลาที่แจ้งไว้กับลูกค้า					
3.4 รับฟังข้อคิดเห็น/คำแนะนำจากผู้รับบริการ					
3.5 มีพนักงานบริการเพียงพอกับจำนวนผู้รับบริการ					
3.6 เปิดโอกาสให้ผู้รับบริการซักถามข้อสงสัย					
3.7 กระบวนการให้บริการไม่มีความซับซ้อน					
3.8 สามารถชี้แจงลักษณะของผลิตภัณฑ์ของทางธนาคารได้อย่างชัดเจน					

ลักษณะคุณภาพการให้บริการลูกค้า	ระดับคุณภาพการให้บริการ				
	5	4	3	2	1
4. ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ					
4.1 พนักงานธนาคารได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการให้บริการเป็นอย่างดี					
4.2 ธนาคารมีระบบการจัดการ และระบบการตรวจสอบที่ได้มาตรฐาน					
4.3 ธนาคารมีการรับประกันหากเกิดกรณีที่ผิดพลาด					
4.4 พนักงานมีความรับผิดชอบในการให้บริการ					
4.5 พนักงานมีความโปร่งใสในการดำเนินงาน					
4.6 พนักงานมีการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าเป็นอย่างดี					
4.7 ข้อมูลที่ได้รับจากธนาคารไม่เกิดความผิดพลาด					
4.8 ธนาคารมีความมั่นคงทางด้านการเงิน					
4.9 มีความปลอดภัยในขณะที่มาใช้บริการ					
4.10 มีพนักงานรักษาความปลอดภัยตามสานที่ต่าง ๆ บริเวณธนาคาร เช่น ที่จอดรถ					
5. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ					
5.1 พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ให้บริการลูกค้า					
5.2 พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส					
5.3 มีพนักงานคอยให้คำแนะนำในทุก ๆ เรื่องที่เพียงพอต่อความต้องการ					
5.4 พนักงานให้บริการกับลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาค					
5.5 พนักงานมีความเป็นกันเองและดูแลเอาใจใส่ลูกค้า					
5.6 ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม					
5.7 ผลของการได้รับบริการมีความถูกต้อง					
5.8 สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันที					

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ในปัจจุบันท่านมีความเห็นว่าภายในธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่มีปัญหาในด้านใดบ้างที่ควรทำการปรับปรุงและแก้ไข โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้

( ) 1. ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการเดินทาง

( ) 2. สถานที่จอดรถมีไม่เพียงพอกับจำนวนลูกค้า

( ) 3. มีแสงสว่างที่น้อยเกินไป

( ) 4. อุณหภูมิภายในตัวอาคารไม่เหมาะสม อากาศถ่ายเทไม่สะดวก

( ) 5. การตกแต่งภายนอกธนาคารไม่มีความโดดเด่น สบายตา

( ) 6. การตกแต่งภายในธนาคาร

( ) 7. รูปลักษณ์ภายนอก รวมทั้งตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของธนาคารขาดความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์

( ) 8. อุปกรณ์เครื่องใช้ในการให้บริการ เช่น ปากกา สลิปฝาก– ถอน มีไม่เพียงพอ

( ) 9. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่งพัก น้ำดื่ม ห้องน้ำ ไม่เพียงพอ

( ) 10. เครื่องมือที่ให้บริการมีความล้าสมัย

( ) 11. ธนาคารไม่มีป้ายบอกจุดบริการ / ชื่อหน่วยงานติดต่อที่ชัดเจน

( ) 12. ระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคารมีน้อยเกินไป

ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขอย่างไร

.....

.....

.....

2. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้ใจได้

( ) 1. พนักงานขาดความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธนาคาร

( ) 2. พนักงานขาดความตรงต่อเวลา

( ) 3. พนักงานไม่สามารถให้บริการได้ตามที่แจ้งลูกค้าไว้

( ) 4. พนักงานไม่สามารถให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย

( ) 5. พนักงานขาดความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ

( ) 6. ขาดการตรวจสอบความถูกต้องก่อนและหลังให้บริการ

( ) 7. ไม่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้น

( ) 8. พนักงานขาดจรรยาบรรณในการให้บริการ วิจารณ์ลูกค้า หรือเผยแพร่ข้อมูลสำคัญของลูกค้าให้แก่บุคคลภายนอก หรือเพื่อแสวงหาผลประโยชน์

( ) 9. การแต่งกายของพนักงานไม่เหมาะสม

( ) 10. ธนาคารขาดระบบเทคโนโลยีในการประมวลผล ก่อให้เกิดความไม่แม่นยำและชัดเจนในข้อมูลที่ได้มา

ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขอย่างไร

.....

.....

.....

3. ด้านความใส่ใจในการให้บริการ

( ) 1. พนักงานไม่มีความพร้อมในการให้บริการทันทีที่ลูกค้าต้องการ

( ) 2. ขาดความรวดเร็วในด้านการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงาน

( ) 3. พนักงานไม่สามารถส่งมอบบริการได้ทันตามกำหนดเวลาที่แจ้งไว้กับลูกค้า

( ) 4. พนักงานไม่รับฟังข้อคิดเห็น/คำแนะนำจากผู้รับบริการ

( ) 5. พนักงานบริการมีไม่เพียงพอกับจำนวนผู้รับบริการ

( ) 6. ไม่มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับบริการซักถามข้อสงสัย

( ) 7. กระบวนการให้บริการมีความซับซ้อน

( ) 8. ไม่สามารถชี้แจงลักษณะของผลิตภัณฑ์ของทางธนาคารได้อย่างชัดเจน

ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขอย่างไร

.....

.....

.....

4. ด้านความมั่นใจและความปลอดภัยในการให้บริการ

( ) 1. พนักงานธนาคารขาดการฝึกอบรมเกี่ยวกับการให้บริการ

( ) 2. ระบบการจัดการ และระบบการตรวจสอบของธนาคารไม่มีความเหมาะสม

( ) 3. ธนาคารไม่มีการรับประกันหากเกิดกรณีที่ผิดพลาด

( ) 4. พนักงานไม่มีความรับผิดชอบในการให้บริการ

( ) 5. พนักงานไม่มีความโปร่งใสในการดำเนินงาน

( ) 6. การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าไม่เหมาะสม

( ) 7. ข้อมูลที่ได้รับจากธนาคารเกิดความผิดพลาดบ่อยครั้ง

( ) 8. ธนาคารมีไม่มีความมั่นคงทางด้านการเงิน

( ) 9.ขาดการดูแลเรื่องความปลอดภัยในขณะที่มาใช้บริการ

( ) 10. ขาดพนักงานรักษาความปลอดภัยตามสถานที่ต่าง ๆ บริเวณธนาคาร เช่น ที่จอดรถ

ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขอย่างไร

.....

.....

5. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

( ) 1. พนักงานไม่มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ให้บริการลูกค้า

( ) 2. พนักงานให้บริการลูกค้าได้ไม่เหมาะสม เช่น ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส ใช้คำพูดไม่ดี

( ) 3. พนักงานให้คำแนะนำในทุก ๆ เรื่องมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ

( ) 4. การให้บริการกับลูกค้าไม่มีความเสมอภาค

( ) 5. พนักงานขาดความเป็นกันเองและขาดการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า

( ) 6. ระยะเวลาในการให้บริการมีความไม่เหมาะสม นานเกินไป

( ) 7. ผลของการได้รับบริการขาดความถูกต้อง

( ) 8. ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันที

ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขอย่างไร

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นายณัฐพันธ์ จั๋นตา	
เกิดเมื่อ	8 พฤษภาคม 2526	
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2549	ปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยแม่โจ้
ประวัติการทำงาน	พ.ศ.2549	เจ้าหน้าที่โอนเงินต่างประเทศ ธนาคารกรุงเทพ สาขาปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน
	พ.ศ.2551	เจ้าหน้าที่อำนวยบริการ ธนาคารกรุงเทพ สาขาตลาดมีโชค จังหวัดเชียงใหม่
	พ.ศ.2552	เจ้าหน้าที่อำนวยบริการ ธนาคารกรุงเทพ สาขาสันป่าข่อย จังหวัดเชียงใหม่
	พ.ศ.2555 – ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่การตลาดอาวุโส ธนาคารกรุงเทพ สาขาประตูเชียงใหม่