

ระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของ
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี

นายอภิรักษ์ จงใจรักษ์



การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2554

Opinion on the quality of service of Krung Thai Bank Public Company Limited

In Phetchaburi Province

Mr. Apirak JongJairak

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for

the Degree of Master of Business Administration

School of Management Science

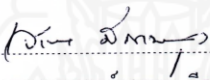
Sukhothai Thammathirat Open University

2011

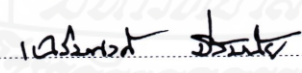
หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี
ชื่อและนามสกุล	นายอภิรักษ์ จงใจรัมย์
แขนงวิชา	บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา	วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์เสาวภา มีถาวรกุล

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2555

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์เสาวภา มีถาวรกุล)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิไกร)


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. เกลิมพงศ์ มีสมนัย)
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี

ผู้ศึกษา นายอภิรักษ์ จงใจรักษ์ **รหัสนักศึกษา** 2533001570 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์เสาวภา มีถาวรกุล **ปีการศึกษา** 2554

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี (2) ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของลูกค้า 3.ระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี

วิธีดำเนินการวิจัยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีสาขาของธนาคารอยู่ถึง 5 สาขา ได้แก่ สาขาเพชรบุรี สาขาพระนครศรีอยุธยาสาขากลางจังหวัด สาขาท่ายาง สาขาชะอำ จำนวน 180 ราย โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า (1) ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (2) ข้อมูลการใช้บริการของลูกค้า ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสาขาบริการเต็มรูปแบบ (เปิดให้บริการวันจันทร์ ถึง วันศุกร์) มากที่สุด ประเภทบริการที่มีลูกค้าใช้มากที่สุดคือ ด้านเงินฝาก/ถอน/โอนเงิน ช่องทางการใช้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการมากที่สุดคือ เคาน์เตอร์ มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้ามากกว่า 2 ปีขึ้นไป และเหตุผลสำคัญที่ลูกค้าใช้บริการ ได้แก่ มีสาขาใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน 3)ระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี ในด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านบริการ โดยรวมอยู่ในระดับที่ดี และลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับที่ 1

คำสำคัญ คุณภาพการให้บริการ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดเพชรบุรี

Independent Study title: Opinion on the quality of service of Krung Thai Bank Public Company Limited In Phetchaburi Province

Author: Mr. Apirak JongJairak; **ID:** 2533001570; **Degree:** Master of Business Administration; **Independent Study advisor:** Saowapa Meetawornkul, Associate Professor; **Academic year:** 2011

Abstract

This research aims to study. 1) Personal data of customers who used the services of Krung Thai Bank Public Company Limited in Petchaburi province. 2) Using of customer information. 3) Consumers opinion concerning quality service level of Krung Thai Bank Public Company Limited in Phetchaburi province.

The sample used in this study were clients of Krung Thai Bank Public Company Limited in Petchaburi province. Compose of five branch as: 1) Phetchaburi branch. 2) Phra Nakhon Khiri branch. 3) Salaklang City branch. 4) Tha-Yang branch. 5) Cha-am branch. Collected data 180 cases by questionnaire. The statistics used in data analysis were percentage, mean and standard deviation.

The results showed that 1) the personal information of customers who use the service most of customers are women aged 21-30 years with a bachelor's degree, staff / employees of private companies average income per month 10,001 to 20,000 Baht 2) the use of customer information. Most customers choose to use a full-service branches. (Open Monday to Friday) and most customers use deposit / withdrawal / transfer service. Channels are a lot of customers who use the counter over a period of two years, up to and including the main reasons customers use a branch near by / near to work place. 3) the level of customer with the quality of service of Krung Thai Bank Public Company Limited in Petchaburi province. The products of the bank, the channels of the bank provide the staff and services overall a great extent and most important factor is the first product.

Keywords. Quality of service, Krung Thai Bank Public Company Limited, Phetchaburi Province

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องนี้สำเร็จเรียบร้อยได้ด้วยความรู้และความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากรองศาสตราจารย์เสาวภา มีถาวรกุล อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำแนะนำสั่งสอนและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องด้วยความเอาใจใส่ตลอดมา ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณไว้เป็นอย่างสูง

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ทั้งในเชิงวิชาการและเชิงประสบการณ์ ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาบูรณาการ กระทั่งผลงานวิจัยในครั้งนี้เกิดสัมฤทธิ์ผลได้อย่างเป็นรูปธรรมและขอบคุณเพื่อนนักศึกษาและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้ให้การสนับสนุนช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้ตลอดมา

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และคนในครอบครัวของผู้วิจัยที่คอยเป็นขวัญและกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยอย่างยิ่งในระหว่างที่ทำการศึกษาอยู่ในสถาบันนี้จนสำเร็จการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยถือว่ามีความเป็นอย่างยิ่ง คุณค่าหรือประโยชน์ที่เกิดจากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นสิ่งบูชาพระคุณของบิดา มารดา ครูบาอาจารย์ ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่าน

อภิรักษ์ จงใจรักษ์

มิถุนายน 2555

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมา	1
ความสำคัญของปัญหา	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
กรอบแนวคิดของการวิจัย	6
ขอบเขตการวิจัย	7
คำนิยามศัพท์	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
ประวัติความเป็นมาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	10
แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพ	15
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ	16
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	31
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	31
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	32
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	33
สถิติที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล	34
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม	35
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี	38
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี	43
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	50
สรุปผลการวิจัย	50
อภิปรายผลการวิจัย	51
ข้อเสนอแนะ	52
บรรณานุกรม	54
ภาคผนวก	57
ก แบบสอบถาม	58
ข รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม	67
ประวัติผู้ศึกษา	69

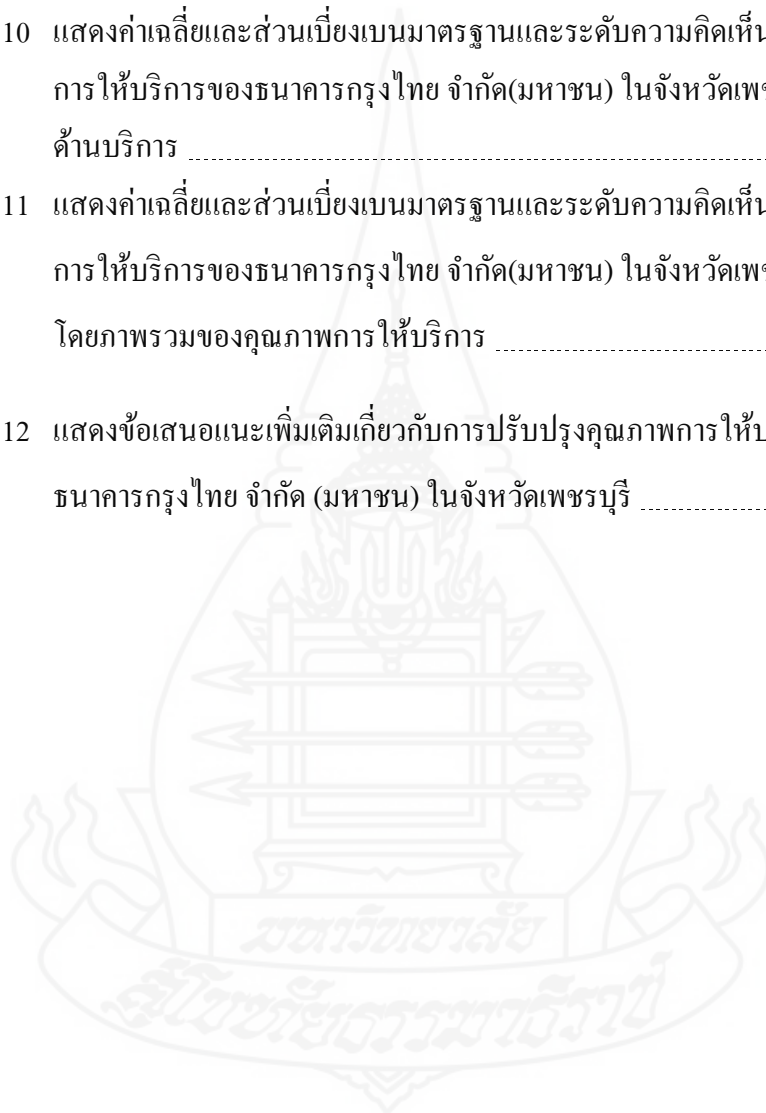


สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม	36
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของรูปแบบของสาขาที่ใช้บริการ ของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม	39
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของประเภทบริการของธนาคารที่ลูกค้า ใช้อยู่ในปัจจุบัน	39
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของช่องทางการใช้บริการของลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถาม	40
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม	41
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของเหตุผลสำคัญที่ใช้บริการของธนาคารกรุงไทยฯ จากผู้ตอบแบบสอบถาม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	42
ตารางที่ 4.7	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพ การให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร	43
ตารางที่ 4.8	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อ คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านช่องทางการให้บริการ	44
ตารางที่ 4.9	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพ การให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านพนักงาน	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพ การให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านบริการ	46
ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพ การให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี โดยภาพรวมของคุณภาพการให้บริการ	47
ตารางที่ 4.12 แสดงข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี	48



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
ภาพที่ 2.1 แสดงสัญลักษณ์ของธนาคารกรุงไทย มหาชน จำกัด	13
ภาพที่ 2.2 แสดงโครงสร้างของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	14



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธนาคารกรุงไทย จำกัด เริ่มเปิดดำเนินการครั้งแรก เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2509 โดยการควบกิจการของธนาคารเกษตร จำกัด และธนาคารมณฑล จำกัด ซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีรัฐบาลเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ทั้งคู่ เข้าเป็นธนาคารเดียวกันตามนโยบายของรัฐบาล และได้ใช้ชื่อใหม่ว่า "ธนาคารกรุงไทย จำกัด" ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า "Krung Thai Bank Limited" ใช้สัญลักษณ์ "นกวาญักษ์" ซึ่งเป็นเครื่องหมายของกระทรวงการคลัง เป็นสัญลักษณ์ประจำของธนาคารจนถึงปัจจุบัน ในระยะแรกของการก่อตั้งธนาคารกรุงไทย จำกัด ได้ใช้สถานที่สำนักงานใหญ่ของธนาคารเกษตร จำกัด ซึ่งตั้งอยู่ที่ ถนนเยาวราช เป็นที่ทำการสำนักงานใหญ่ และมีสาขารวม 81 แห่ง พนักงาน 1,247 คน สินทรัพย์รวม 4,582.10 ล้านบาท และทุนจดทะเบียน 105 ล้านบาท

วัตถุประสงค์ของการรวมธนาคารทั้งสองให้เป็นธนาคารของรัฐ ที่มีฐานะทางการเงินที่มั่นคง สามารถคุ้มครองผู้ฝากเงิน และบริการลูกค้าได้กว้างขวางขึ้น ตลอดจนสามารถอำนวยความสะดวกต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้มากขึ้นด้วย ผลการดำเนินงานของธนาคาร ได้ขยายตัวเติบโตขึ้นมาเป็นลำดับ ทำให้อาคารสำนักงานใหญ่เดิมคับแคบไม่สะดวก และไม่คล่องตัวในการปฏิบัติงาน ธนาคารจึงได้ย้ายที่ทำการสำนักงานใหญ่มาตั้งอยู่ ณ อาคารเลขที่ 35 ถนนสุขุมวิท เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2525 และได้ใช้เป็นที่ทำการสำนักงานใหญ่มาจนถึงปัจจุบัน ในเดือน มีนาคม 2530 ธนาคารกรุงไทย ได้รับมอบหมายให้เข้าไปช่วยบริหารงาน ในโครงการ 4 เมษา ต่อจากธนาคารแห่งประเทศไทย โดยเน้นการบริหารในเชิงธุรกิจ

ต่อมาเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2530 ธนาคารกรุงไทยได้รับโอนสินทรัพย์และหนี้สินของธนาคารสยาม จำกัด มาบริหารตามนโยบายของกระทรวงการคลัง เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของธนาคารสยาม มีปัญหาหลายด้านที่ไม่สามารถแก้ไขได้ในระยะเวลาอันสั้น ทำให้เป็นภาระที่รัฐจะต้องจัดการให้ความช่วยเหลือ ซึ่งไม่ทราบว่าจะสิ้นสุดเมื่อใด และหลังจากการรวมกับธนาคาร

สยาม จำกัด แล้วธนาคารกรุงไทยจะกลายเป็น ธนาคารพาณิชย์ของรัฐเพียงแห่งเดียว มีสินทรัพย์ มากเป็นอันดับสองของประเทศ สามารถจะสนองตอบนโยบาย การเงินการคลังของประเทศ และ สามารถแสดงบทบาทความเป็น "ธนาคารนำ" (Lead Bank) ได้

ความก้าวหน้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2509 ที่ ธนาคารกรุงไทย จำกัด ได้เริ่มดำเนินกิจการมา ธนาคารกรุงไทยได้เติบโตขึ้นอย่างมั่นคง และ รวดเร็ว มีการปรับปรุง และขยายองค์กรงานใหม่ ทั้งในสำนักงานใหญ่และสาขา ซึ่งทำให้ธนาคาร สามารถให้บริการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น กระทั่งปี พ.ศ. 2531 ธนาคารกรุงไทย จัดเป็นธนาคารพาณิชย์เพียงแห่งเดียว ที่มีสาขาอยู่ครบทั่วทุกจังหวัดของประเทศ และยังมีแผนงานจะขยายสาขาเพิ่มขึ้นอีก โดยเน้นการเปิดสาขาในเขตรอบนอก ที่ความเจริญ กำลังขยายตัวออกไป ซึ่งทำให้ธนาคารสามารถให้บริการด้วยความรวดเร็วยิ่งขึ้น

ธนาคารกรุงไทยฯ ได้นำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้กับงานให้บริการแก่ลูกค้า และการ ปฏิบัติงานภายในธนาคาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการติดตั้งระบบออนไลน์ และเครื่องเอทีเอ็ม ซึ่ง ธนาคารกรุงไทยนับเป็นธนาคารแรกที่สามารถติดตั้งได้ครบ 73 จังหวัดทั่วประเทศ ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2531 และในปี 2532 ได้ติดตั้งเครื่องเอทีเอ็มเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 50 เครื่อง จากที่มีอยู่เดิม 171 เครื่อง ทำให้ธนาคารสามารถใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ ต่อการดำเนินงานของธนาคารได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ขณะเดียวกันธนาคารก็ได้ขยาย ขอบข่ายการให้บริการด้านนี้ออกไปอีก โดยเปิดให้มีบริการธนาคารออฟฟิศเบงกิ้ง เพื่อให้ข้อมูล ทางการเงินที่ถูกต้อง และทันกับเวลาในการตัดสินใจทางธุรกิจของลูกค้าเอง

ความก้าวหน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การนำหุ้นของธนาคารเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2532 นับเป็นรัฐวิสาหกิจแห่งแรกที่นำหุ้นเข้าซื้อ-ขายใน ตลาดหลักทรัพย์ฯ โดยได้เริ่มเปิดการซื้อขายหุ้นของธนาคารกรุงไทย ในตลาดหลักทรัพย์ฯ ตั้งแต่ วันที่ 2 สิงหาคม 2532 เป็นต้นมา และได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2537 โดยใช้ชื่อ "ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)" (Krung Thai Bank Public Company Limited) การที่ ธนาคารตัดสินใจ นำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น ทำให้เกิดผลดี ที่เห็นได้ ชัด 3 ประการคือ

1. เป็นการส่งเสริมการออม และการลงทุนของประเทศ ตามนโยบายที่รัฐบาลวางไว้
2. เป็นการกระจายหุ้นของธนาคารไปสู่มหาชน ซึ่งจะช่วยให้เกิดความคล่องตัวในการระดมทุนมาใช้ในกิจการ
3. เป็นการเพิ่มสินค้าใหม่ให้กับตลาดหลักทรัพย์ฯ อันเป็นการส่งเสริมตลาดทุนภายในประเทศให้ขยายตัวมากขึ้น

ด้วยรากฐานที่มั่นคงมาเกือบครึ่งศตวรรษ เรามุ่งมั่นที่จะเป็นธนาคารที่แสนสะดวก และมั่นคงที่ประชาชนในทุกภูมิภาคไว้วางใจในบริการที่เป็นเลิศของเราด้วยเครือข่ายกว่า 800 สาขา ครอบคลุมทุกอำเภอทั่วประเทศ ไม่ว่าคุณจะอยู่ตรงไหนของประเทศเราก็พร้อมที่จะให้บริการคุณในทุกระดับ ทั้งลูกค้าบุคคล ลูกค้าองค์กร ลูกค้าสถาบัน ลูกค้าภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจ และลูกค้าธุรกิจทุกขนาด ไม่เพียงแต่ประวัติศาสตร์ในการดำเนินงานที่เราภาคภูมิใจเท่านั้น เรายังพร้อมที่จะคืนกำไรสู่ สังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยกิจกรรมสร้างทุนปัญญาที่ไม่ว่า คุณจะอยู่ในภาคใดของสังคม คุณก็จะได้รับผลตอบแทนอย่างเท่าเทียมกัน

รากฐานแห่งความมั่นคง “เขาวราช” คือ ถนนสายเศรษฐกิจเส้นสำคัญ นับตั้งแต่ที่ถนนเส้นนี้ได้ถูกสร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ถนนแห่งนี้เป็นที่ตั้งของชุมชนชาวจีน และตามตำราภูมิศาสตร์พยากรณ์(ฮวงจุ้ย)ก็บอกไว้ว่าถนนสายนี้คือทำเลมังกรทอง ดังนั้น ธนาคารหลายแห่งจึงถือกำเนิดขึ้นบนถนนสายเศรษฐกิจเส้นนี้ เช่นเดียวกับ “ธนาคารกรุงไทย”

ตั้งแต่เริ่มแรกที่ธนาคารกรุงไทยเปิดดำเนินการ ผลการดำเนินงานของธนาคารก็ได้ขยายตัวขึ้นตามปริมาณธุรกิจที่เพิ่มขึ้น จากการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศไทย เมื่อเล็งเห็นแล้วว่าพื้นที่สำนักงานใหญ่ที่ตั้งอยู่บนถนนเขาวราชคับแคบไม่สะดวกต่อการให้บริการและการปฏิบัติงานแล้ว วันที่ 26 พ.ย.2525 ธนาคารกรุงไทยจึงได้ย้ายสำนักงานใหญ่มาอยู่ ณ อาคารเลขที่ 35 ถนนสุขุมวิท และใช้เป็นที่ทำการสำนักงานใหญ่มาจนถึงจนกระทั่งปัจจุบัน การดำเนินธุรกิจของธนาคารกรุงไทยเจริญเติบโตอย่างมั่นคง และต่อเนื่อง การปรับปรุง และ ขยายองค์กรงานใหม่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ จึงทำให้สามารถบริการลูกค้าได้รวดเร็วและทั่วถึง จนกระทั่งใน

เดือน มี.ค.2530 ทางธนาคารได้รับมอบหมายให้เข้าไปช่วยบริหารงานใน“โครงการ 4 เมษา”ต่อจากธนาคารแห่งประเทศไทยโดยเน้นในเชิงธุรกิจซึ่งเท่ากับว่า ธนาคารกรุงไทยได้มีบทบาทสำคัญในการช่วยแก้ไขปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจครั้งสำคัญครั้งหนึ่งของไทย จากนั้นเดือนสิงหาคมในปีเดียวกันตามนโยบายของกระทรวงการคลัง ธนาคารกรุงไทยได้รับ โอนทรัพย์สินและหนี้สินของธนาคารสยาม จำกัด ที่กำลังมีปัญหา และไม่สามารถแก้ไขได้ในระยะเวลาอันสั้นมาบริหาร จากการรวบรวมครั้งนี้ ธนาคารกรุงไทยเป็นธนาคารที่มีทรัพย์สินมากเป็นอันดับ 2 ของ ประเทศ สามารถตอบสนองนโยบาย การเงินการคลังของประเทศ และแสดงบทบาท ความเป็น “ธนาคารนำ” (Lead Bank) ได้

ธนาคารได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไปจากที่ผ่านมา เพื่อให้ลูกค้ามีทางเลือกในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น อีกทั้งธนาคารยังได้มีการนำเทคโนโลยีอันทันสมัยมาใช้ในการดำเนินธุรกิจและให้บริการ เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็วมีคุณภาพ ในทุกเวลา และทุกสถานที่ตอบรับการเศรษฐกิจของประเทศที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอนาคต

หลังจากวิกฤตทางการเงินที่ส่งผลให้เศรษฐกิจของโลกซบเซาในปี 2540 สถาบันการเงินส่วนใหญ่ประสบปัญหาการขาดความเชื่อมั่นในสถาบันการเงิน แต่ธนาคารกรุงไทยก็ยังสามารถฟื้นฝ่าอุปสรรค ในช่วงที่สภาวะเศรษฐกิจและการเงินของประเทศแทบจะล้มละลายมาได้ ในปี 2546 ธนาคารกรุงไทยเป็นธนาคารพาณิชย์แห่งแรกที่สามารถจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นได้ และยังเป็นผู้นำในการรักษาระดับอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก โดยพยายามตรึงอัตราดอกเบี้ยให้อยู่ในระดับเดิมเป็นธนาคารสุดท้ายในระบบ ธนาคารพาณิชย์ที่ประกาศลดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากลง และก็ยังเป็นผู้นำในการรณรงค์ให้ประชาชนหันมารักษา และเปิดเผยข้อมูลเครดิตของตนเองเพื่อประโยชน์ในการขอสินเชื่อ และในปีเดียวกันนี้ธนาคารได้นำเอาหุ้นออกจำหน่ายให้กับนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศอีกครั้งเพื่อเป็นการเพิ่ม ปริมาณหุ้นที่ซื้อ-ขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ ซึ่งปรากฏว่าหุ้นของธนาคารได้รับความสนใจและความเชื่อมั่นจากนักลงทุนเป็นอย่างมาก หุ้นที่เปิดให้จองซื้อหมดภายในวันแรกของการเปิดจอง ด้านนักลงทุนต่างชาติก็ให้ความสนใจจองซื้อหุ้นของธนาคารกรุงไทยมากกว่าสัดส่วนที่เสนอขาย ถือว่าเป็นความสำเร็จอีกก้าวหนึ่ง ของธนาคารที่ได้รับ

ความไว้วางใจจากนักลงทุน ทั้งในและต่างประเทศหลังจากที่พ่วงผ่านพันธบัตรเศรษฐกิจมา ปลายปี 2547 ได้

การเกิดมหันตภัยคลื่นยักษ์สึนามิใน 6 จังหวัดภาคใต้ ทำลายชีวิตผู้คนและทรัพย์สินอย่างมหาศาลทางธนาคารกรุงไทยได้ออกมาตรการช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบทั้งโดยตรงและโดยอ้อม พร้อมกันนี้ก็ยังได้บริจาคเงินเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยเป็น จำนวนเงิน 100 ล้านบาท อีกด้วย

การเป็นธนาคารสะดวก หรือ ‘The Convenience Bank’ คือเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของธนาคารกรุงไทยในยุคใหม่นี้ ธนาคารกรุงไทยมุ่งสู่การเป็นธนาคารที่ทันสมัย มีผลิตภัณฑ์ครบวงจรตอบสนองทุกกลุ่มลูกค้า และลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการได้เสรีจลื่น ณ จุดเดียว ง่าย รวดเร็ว ใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลา ตามเป้าหมายและวิสัยทัศน์ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เพิ่มสายงานเพื่อดูแลกลุ่มธุรกิจที่กำลังเติบโต และปรับลดบางสายงานที่ซ้ำซ้อนเพื่อให้การดำเนินงานคล่องตัวมากขึ้น เพื่อก้าวสู่ทศวรรษใหม่นี้

จากปัญหาข้างต้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเรื่องระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี เพื่อให้ทราบถึงปัญหา อุปสรรค อีกทั้งปัจจัยที่จะทำให้การดำเนินงานของพนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน และคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีคุณค่าให้กับธนาคาร ซึ่งจะเป็ประโยชน์แก่ผู้บริหารในการนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ปรับปรุงแก้ไข และพัฒนารูปแบบการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายของแต่ละสาขา เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

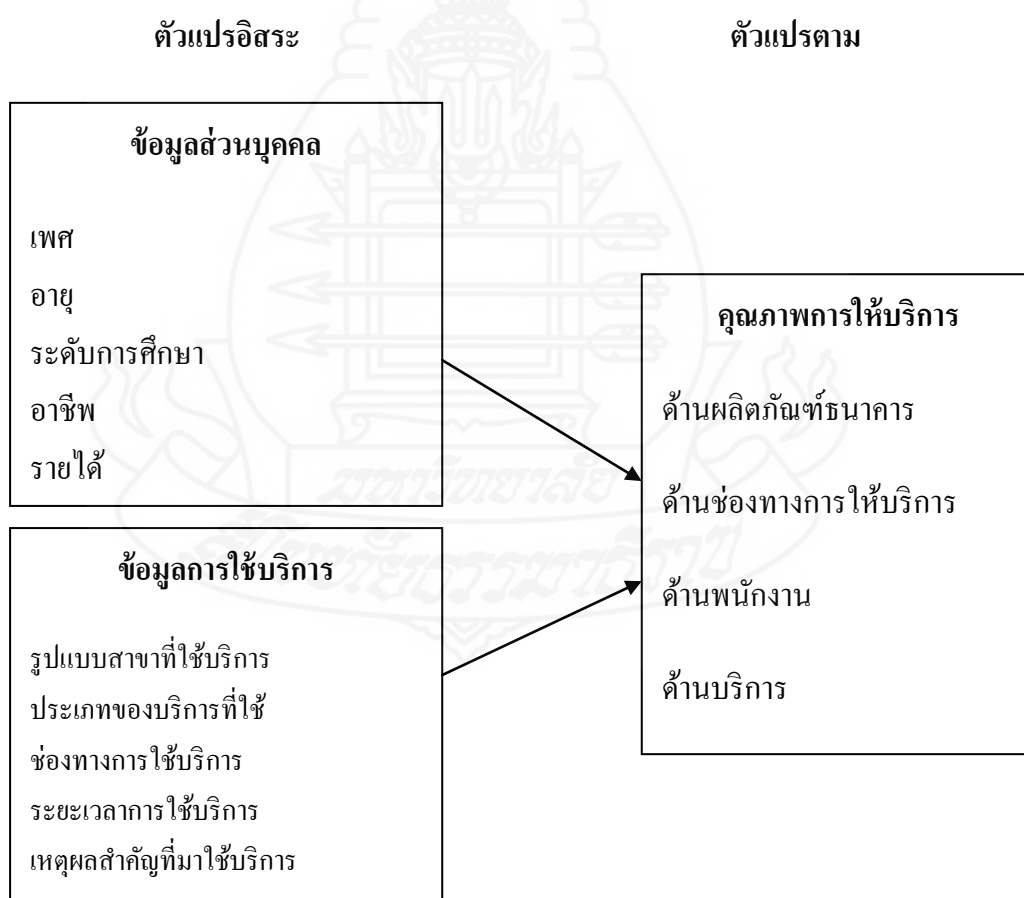
1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
2. เพื่อศึกษาข้อมูลการมาใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ในจังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ รูปแบบของสาขาที่ใช้บริการ ประเภทของบริการที่ใช้ ช่องทางการใช้ บริการ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าและเหตุผลสำคัญที่มาใช้บริการ

3. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ของ ธนาคาร ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านบริการ ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรีซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรผู้ใช้บริการที่แน่นอน ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีสาขาให้บริการอยู่ 5 สาขา เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรผู้ใช้บริการธนาคารฯที่แน่นอน จึงได้คำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ซึ่งการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่มีจำนวนที่ยอมรับได้ว่าเหมาะสมในการเป็นตัวแทนของประชากรได้ ด้วยความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ 180 ตัวอย่าง (กัลยา วานิชย์บัญชา.2549:28)

1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก พิจารณาการสุ่มเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีสาขาของธนาคารกรุงไทยฯอยู่ 5 สาขา โดยจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในบริเวณด้านหน้าและด้านในของสาขาที่ลูกค้าใช้บริการ

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

เป็นการวิจัยระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของธนาคารกรุงไทยฯ ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงานของธนาคาร และด้านบริการ

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

1. ด้านตัวแปรอิสระ แบ่งเป็น

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ได้แก่ รูปแบบสาขาที่ใช้บริการ ประเภทบริการที่ใช้ ช่องทางการใช้บริการ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคาร

2.ด้านตัวแปรตาม ได้แก่ คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงานและด้านบริการ

ค่านิยมศัพท์

1.คุณภาพบริการ หมายถึง การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชน โดยมีหลักและแนวทาง คือ การให้บริการอย่างเสมอภาค ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับบริการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในบริการประชาชน

2.ผลิตภัณฑ์ธนาคาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์และบริการด้านเงินฝาก ด้านสินเชื่อ ที่หลากหลาย ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการที่ให้บริการผ่านเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ความหลากหลายของการให้บริการในอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และเทเลแบงก์กิ้ง ผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่นๆ เช่น กองทุนรวม (KTAM) สินเชื่อเพื่อการอุปโภค/บริโภค (KTB Leasing) การประกันภัย/การประกันชีวิต (AXA Insurance) ไร่บริการ

3.ช่องทางการให้บริการ หมายถึง สาขาหรือจุดให้บริการที่ทั่วถึง มีสาขาหรือจุดบริการที่เปิดให้บริการนอกเวลาปกติ การจัดตกแต่งสถานที่ การมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ และจัดวางอุปกรณ์ในการให้บริการที่สะดวกในการใช้บริการ มี Call Center(1551) คอยให้บริการสอบถามข้อมูลต่างๆ

4.ด้านพนักงาน หมายถึง ความทันสมัยของเครื่องแต่งกาย ความกระตือรือร้นและความใส่ใจในการให้บริการของพนักงาน ความรอบรู้ในเรื่องของผลิตภัณฑ์ธนาคาร และการให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับบริการของธนาคาร

5.ด้านบริการ หมายถึง กิจกรรมบริการต่างๆมีขั้นตอนการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว มีบริการที่ทันสมัยต่อความต้องการของลูกค้า มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการ บริการ

6.ข้อมูลการใช้บริการ หมายถึง รูปแบบสาขาที่ใช้บริการ ประเภทของบริการที่ใช้ ช่องทางการใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า และเหตุผลสำคัญที่ใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.ผลของการวิจัยนี้จะเป็นข้อมูลเสนอต่อผู้บริหาร ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการประกอบการกำหนดแผนการตลาด พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุด

2.ผลของการวิจัยจะเป็นข้อมูลแก่หน่วยงานหรือบุคคลผู้ที่สนใจงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์และการบริหาร โดยข้อมูลที่ได้สามารถนำไปใช้ในการศึกษาหรือเป็นข้อมูลในการประกอบการทำงานวิจัยต่อไป

3.เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาการบริหารงานบุคคล เพื่อพัฒนาองค์กรต่อไป

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง ระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งเอกสารและตำรา และงานวิจัยอื่นๆ ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอตามหัวข้อต่างๆตามลำดับต่อไปนี้

- 1.ประวัติความเป็นมาของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)
- 2.แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพ
- 3.แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
- 4.ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.ประวัติความเป็นมาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ธนาคารกรุงไทย จำกัด เริ่มเปิดดำเนินการครั้งแรก เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2509 โดยการควบรวมกิจการของธนาคารเกษตร จำกัด และธนาคารมณฑล จำกัด ซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีรัฐบาลเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ เข้าเป็นธนาคารเดียวกัน ตามนโยบายของรัฐบาล และได้ใช้ชื่อใหม่ว่า “ธนาคารกรุงไทย จำกัด” ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า “Krung Thai Bank Limited” ใช้สัญลักษณ์ “นกมวยกษัตริย์” ซึ่งเป็นเครื่องหมายของกระทรวงการคลัง เป็นสัญลักษณ์ประจำของธนาคารจนถึงปัจจุบัน

ในระยะแรกของการก่อตั้ง ธนาคารกรุงไทย จำกัด ได้ใช้สถานที่สำนักงานใหญ่ของธนาคารเกษตร จำกัด ซึ่งตั้งอยู่ที่ถนนเขาวราชเป็นที่ทำการสำนักงานใหญ่ มีสาขารวม 81 แห่ง จำนวนพนักงาน 1,247 คน ยอดสินทรัพย์รวม 4,582.1 ล้านบาท ยอดเงินฝากรวม 4,442.2 ล้านบาท

และทุนจดทะเบียน 105 ล้านบาท วัตถุประสงค์ของการรวมธนาคารทั้งสอง เพื่อให้เป็นธนาคารของ
รัฐที่มีฐานะทางการเงินที่มั่นคง สามารถคุ้มครองผู้ฝากเงินและบริการลูกค้าได้กว้างขวางขึ้น
ตลอดจนสามารถอำนวยความสะดวกต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้มากขึ้นด้วย

ผลการดำเนินงานของธนาคารได้ขยายตัวเติบโตขึ้นมาเป็นลำดับ ทำให้อาคาร
สำนักงานใหญ่เดิมคับแคบลงจนเกิดความไม่สะดวกและไม่คล่องตัวในการปฏิบัติงาน ธนาคารจึง
ได้ย้ายที่ทำการสำนักงานใหญ่มาตั้งอยู่ที่ อาคารเลขที่ 35 ถนนสุขุมวิท เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน
2525 และได้ใช้เป็นที่ทำการสำนักงานใหญ่มาจนถึงปัจจุบัน

วันที่ 17 สิงหาคม 2530 ธนาคารกรุงไทยฯได้รับโอนสินทรัพย์และหนี้สินของธนาคาร
สยาม จำกัด มาบริหารตามนโยบายของกระทรวงการคลัง เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของธนาคาร
สยามมีปัญหาหลายด้านที่ไม่สามารถแก้ไขได้ในระยะเวลาอันสั้น ทำให้เป็นภาระที่รัฐบาลจะต้อง
จัดการให้ความช่วยเหลือ ซึ่งไม่ทราบว่าจะสิ้นสุดเมื่อใด และหลังจากการควบรวมกับธนาคารสยาม
แล้ว ทำให้ธนาคารกรุงไทยฯมีสินทรัพย์มากเป็นอันดับสองของประเทศ สามารถจะตอบสนอง
นโยบายการเงินการคลังของประเทศ และแสดงบทบาทความเป็น “ธนาคารนำ” (Lead Bank) ได้

ปี 2548 ธนาคารก้าวสู่การเป็น Convenience Bank “ธนาคารแสนสะดวก” อย่างเต็มตัว
มีผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินทุกประเภทและครบวงจร สามารถให้บริการของธนาคารได้จาก
ทุกที่ ทุกช่องทาง และตลอดเวลาตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่มีวันหยุด ได้มีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์
ช่องทางต่างๆในการบริการให้สดใส ทันสมัย เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของคนรุ่นใหม่ และ
เพิ่มเครือข่ายขยายช่องทางในการให้บริการกับลูกค้ากระจายไปตามแหล่งชุมชน นอกจากนี้ในปี
2548 ได้ออกบริการผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อาทิ โครงการบริการโอนเงินด่วน (KTB Speed Cash
Transfer) บริการเงินฝากระยะยาว 48 เดือน

ธนาคารได้ปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับแผนแม่บททางการเงินและการบริหารจัดการ
ตามแนวทาง Basel 2 และการเป็น Processing Bank ซึ่งนำเสนอการชำระเงินควบคู่ไปกับผลิตภัณฑ์
และบริการธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลาย ครบวงจร ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม
เป็นหมาย ด้วยบริการที่สะดวก รวดเร็ว และทันสมัยในทุกที่ทุกเวลา

ผลิตภัณฑ์และบริการ

ธนาคารมีผลิตภัณฑ์และบริการมุ่งตอบสนองต่อลูกค้าทุกระดับทั้งลูกค้าบุคคล ลูกค้าองค์กร ลูกค้าสถาบัน ลูกค้าภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจ และลูกค้าธุรกิจทุกขนาด ในด้านต่างๆ ได้แก่

บริการเปิดบัญชี

บริการเงินฝาก

บริการตัวแลกเงิน

บริการด้านบัตร

สินเชื่อบุคคล

สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

สวัสดิการข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

บริการสำหรับหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ

สินเชื่อชุมชน

สินเชื่อ SMEs

สินเชื่อธุรกิจในประเทศ

E-Banking

บริการจัดการทางการเงิน

สินเชื่อและบริการทางการเงินระหว่างประเทศ

บริการทางการเงินสำหรับลูกค้ารายย่อย

ผลิตภัณฑ์พันธบัตรธุรกิจ

สัญลักษณ์และความหมาย



ภาพที่ 2.1 แสดงสัญลักษณ์ของธนาคารกรุงไทย มหาชนจำกัด

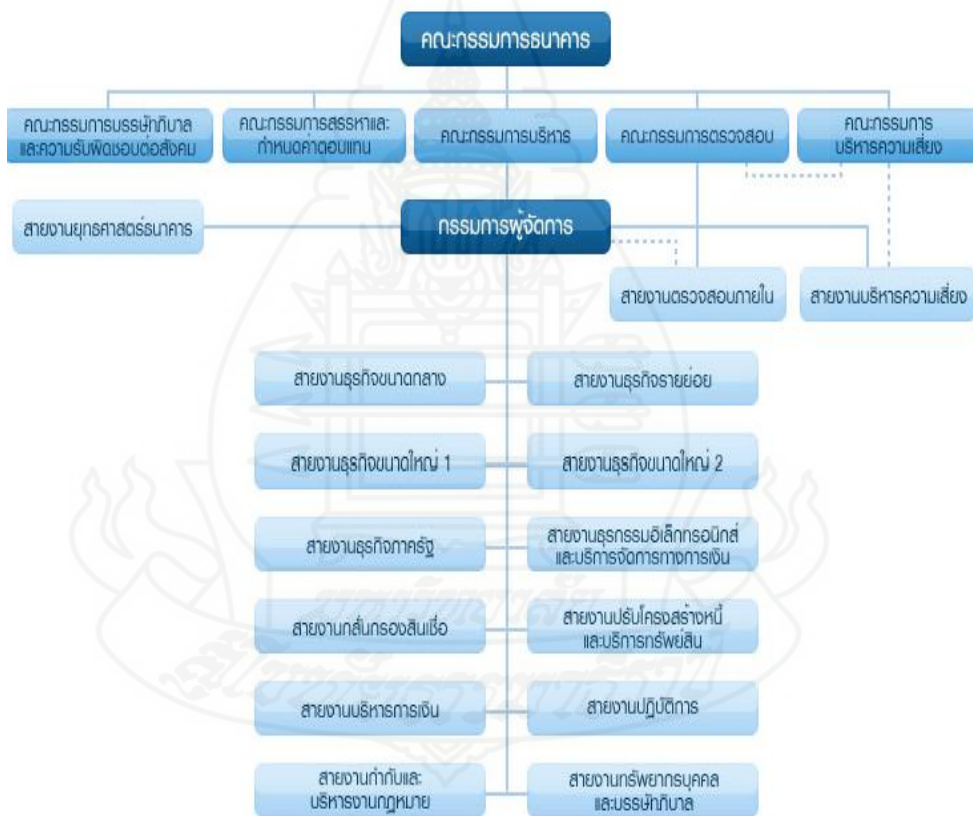
จากการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นธนาคารมณฑล จำกัด และธนาคารการเกษตร จำกัด เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2509 โดยมี ดร.เสริม วินิจฉัยกุล รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังสมัยนั้น ในฐานะเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของธนาคารทั้งสอง เป็นประธานในที่ประชุม เพื่อพิจารณาเกี่ยวกับการควบกิจการของธนาคารทั้งสองเข้าเป็นธนาคารกรุงไทย จำกัด นั้น ที่ประชุมได้กำหนดให้ใช้ “นก วายุกฤษ์” ซึ่งเป็นเครื่องหมายของกระทรวงการคลัง เป็นดวงตราของธนาคารกรุงไทย จำกัด ทั้งนี้ เพื่อให้ลูกค้าโดยทั่วไปให้ความเชื่อถือในฐานะความมั่นคงของธนาคารดีขึ้นประการหนึ่ง และอีกประการหนึ่ง เนื่องจากธนาคารกรุงไทย จำกัด มีรัฐบาลโดยกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่และบรรดากิจการหลายประเภท ซึ่งกระทรวงการคลังมีหน้าที่คอยดูแล เช่น กรมสรรพสามิต กรมบัญชีกลาง กรมธนารักษ์ สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ต่างก็นำรูปนกวายุกฤษ์มาเป็นเครื่องหมาย สำหรับส่วนงานของตน โดยมีรูปลักษณะในรายละเอียดผิดแผกแตกต่างกันบ้าง

สำหรับตราวายุกฤษ์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด นั้น แต่เดิมตัวนกมีรูปลักษณะ เช่นเดียวกับของกระทรวงการคลัง คือ อยู่ในวงกลม ส่วนบนวงกลมเขียนว่า ธนาคารกรุงไทย จำกัด และส่วนล่างเป็น ภาษาอังกฤษว่า " KRUNG THAI BANK LIMITED"

ต่อมา ในกลางปี 2524 ธนาคารได้ดัดแปลงใหม่ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นสมันิยมจำได้ง่าย โดยยังคงตัวนกวายุกฤษ์ไว้เช่นเดิม แต่ใช้เพียงเค้าโครงภายนอก ไม่มีรายละเอียด สัญลักษณ์ใหม่นี้ ปรากฏเป็นตัวนกสีขาว บนพื้นสีเข้ม ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่จำได้ง่าย มีความเด่นชัด และคงรูปลักษณะไว้เช่นเดิม

การใช้รูปนกยูงยักษ์เป็นสัญลักษณ์ของธนาคาร นอกจากจะมีความหมายว่าเป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการคลังแล้ว ยังมีความหมายที่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของธนาคาร กล่าวคือ มีคำพังเพยที่เกี่ยวกับนกยูงยักษ์ว่า เป็นนกที่ “กินลม แต่ไขเป็นทอง” หมายถึง การประกอบธุรกิจของธนาคาร เป็นการขายสินค้าประเภทบริการ ซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่มีรูปร่างเป็นตัวตน เปรียบเหมือนการ “กินลม” แต่การดำเนินธุรกิจจนประสบความสำเร็จ ส่งผลสะท้อนกลับไปเป็นประโยชน์ต่อสังคม และประเทศชาติโดยส่วนรวม ในรูปแบบต่าง ๆ ก็เปรียบเสมือน “ไขเป็นทอง”

โครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 2.2 แสดงโครงสร้างของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ที่มา: <http://www.intranet.ktb>

2.แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพ

2.1 ความหมายของคุณภาพ (Defining Quality)

“คุณภาพ (Quality)” ผู้เชี่ยวชาญทางด้านคุณภาพหลายท่านได้ให้ความหมายซึ่งพอสรุปได้ดังต่อไปนี้ คือ เป็นการดำเนินงานให้เป็นที่ไปตามข้อกำหนดที่ต้องการ โดยคำนึงถึงการสร้างความพอใจให้กับลูกค้า และมีต้นทุนการดำเนินงานที่เหมาะสม

2.2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (Quality in Goods)

- การปฏิบัติงานได้ (Performance) ผลิตภัณฑ์ต้องสามารถใช้งานได้ตามที่กำหนดไว้
- ความสวยงาม (Aesthetics) ผลิตภัณฑ์ต้องมีรูปร่าง ผิวสัมผัส กลิ่น รสชาติ และสีสันทึ

ดึงดูดใจลูกค้า

- คุณสมบัติพิเศษ (Special Features) ผลิตภัณฑ์ควรมีลักษณะพิเศษที่โดดเด่นแตกต่างจาก

ผู้อื่น

- ความสอดคล้อง (Conformance) ผลิตภัณฑ์ควรใช้งานได้ตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้
- ความปลอดภัย (Safety) ผลิตภัณฑ์ควรมีความเสี่ยงอันตรายในการใช้น้อยที่สุด
- ความเชื่อถือได้ (Reliability) ผลิตภัณฑ์ควรใช้งานได้อย่างสม่ำเสมอ
- ความคงทน (Durability) ผลิตภัณฑ์ควรมีอายุการใช้งานที่ยาวนานในระดับหนึ่ง
- คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Quality) ผลิตภัณฑ์ควรสร้างความประทับใจ และมีภาพพจน์ที่ดี

ในสายตาลูกค้า

- การบริการหลังการขาย (Service after Sale) ธุรกิจควรมีการบริการหลังการขายอย่างต่อเนื่องทำให้สินค้าสามารถคงคุณสมบัติหรือหน้าที่การงานที่สมบูรณ์ต่อไปได้ รวมทั้งบริการในการรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ด้วย

2.2.2 ลักษณะของบริการที่มีคุณภาพดี (Quality in Services)

- ความเชื่อถือได้ (Reliability) การบริหารสามารถให้บริการได้อย่างสม่ำเสมอ
- ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ (Responsiveness) ตรงตามความต้องการที่แท้จริง

ของลูกค้า

- ความสามารถ (Competence) พนักงานที่ให้บริการจะต้องมีทักษะและความรู้เพื่อปฏิบัติ

ในการบริการ

- ความสุภาพ (Courtesy) พนักงานผู้ให้บริการจะต้องมีมารยาทที่ดี เป็นมิตร และอ่อนน้อม

- ความน่าไว้วางใจ (Credibility) ผู้ให้บริการจะต้องเป็นคนที่มีความซื่อสัตย์, ความน่าไว้วางใจ และน่าเชื่อถือ
 - ความปลอดภัย (Security) การบริการจะต้องมีความปลอดภัย ไม่มีความเสี่ยง
 - ความเข้าถึง (Access) การบริการควรจะง่ายต่อการติดต่อ
 - การติดต่อสื่อสาร (Communication) การบริการควรจะสามารถให้ข้อมูลเมื่อลูกค้าต้องการหรือสอบถาม
 - ความเข้าใจในตัวลูกค้า (Understanding the Customer) การเข้าใจลักษณะเฉพาะของลูกค้าแต่ละคน
- 2.2.3 ทักษะคติของลูกค้าในแง่ของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดี
- ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้ดีตามรายละเอียดทางวิศวกรรม (Specification) ที่ระบุไว้
 - ผลิตภัณฑ์คุ้มค่างบเงินหรือราคาที่ลูกค้าจ่ายเพื่อจะได้ผลิตภัณฑ์นั้นมา
 - ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับการใช้งานตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ โดยมีความปลอดภัยต่อผู้ใช้ และสิ่งแวดล้อมด้วย
 - ผลิตภัณฑ์มีการบริการประกอบเพื่อความสะดวกของลูกค้า หรือเพื่อรักษาภาพที่สมบุรณ์ของสินค้าให้คงอยู่ในช่วงระยะเวลาการใช้งานได้ตลอด
 - ผลิตภัณฑ์สร้างความภาคภูมิใจ ความประทับใจให้แก่ผู้ใช้

3.แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

คำว่า “บริการ” ซึ่งตรงกับคำในภาษาอังกฤษ ว่า “service” คือ สิ่งที่ สัมผัส แต่ต้องได้ยาก และเสื่อมสูญสภาพไปได้ง่าย บริการจะทำงานทันที และส่งมอบให้ผู้รับบริการทันที หรือเกือบจะทันทีการบริการ หมายถึง การให้ลูกค้าในสิ่งที่ ลูกค้าต้องการ ในแบบที่เขาต้องการ และในเวลาที่เขาต้องการคำว่า “Service” สามารถให้ความหมายได้ตามตัวอักษรแต่ละตัว ได้ดังนี้

S = Smiling & Sympathy

ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้มารับบริการ

E = Early Response

ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้มารับบริการอย่างรวดเร็วทันใจ โดยไม่ต้องให้เอ่ยปากเรียกร้อง

R = Respectful

แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้มารับบริการ

V = Voluntariness manner

การให้บริการที่ท้ออย่างสมัครใจ เต็มใจทำ ไม่ใช่ทำงานอย่างเสียดายไม่ได้

I = Image Enhancing

การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย

C = Courtesy

ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพ มีมารยาทดี

E = Enthusiasm

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2542 ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การบริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ เช่น ให้บริการ ใช้บริการ เป็นต้น

ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler, 2000:573) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การกระทำ หรือการปฏิบัติซึ่งฝ่ายหนึ่งนำเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณ์หรือตัวตน จึงไม่มีการโอนกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าของในสิ่งใดๆ การผลิตบริการอาจผูกติดหรือไม่ผูกติดกับตัวสินค้าก็ได้

จากความหมายของการบริการ สรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ อันได้แก่ ผู้บริโภค ลูกค้าหรือผู้รับบริการ กับผู้ให้บริการ ได้แก่ เจ้าของกิจการ พนักงานบริการหรือระบบจัดการบริการ หรือในทางกลับกันการบริการเป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่างๆระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นและก่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการกระทำที่สามารถสนองตอบความต้องการได้ตรงกับสิ่งที่บุคคลนั้นคาดหวังไว้

ความหมายของการบริการ : การกระทำใดๆ ด้วยร่างกาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้อื่น

การกระทำด้วยร่างกาย : คือการแสดงออกด้วยการแต่งกาย ปฏิบัติการ กิริยา ท่าทาง และวิธีการพูดจา ซึ่งสามารถแบ่งได้ เป็น 2 ชนิด คือ

1. เทคนิคการบริการ เป็นปฏิบัติการตามขั้นตอน และเทคนิค ของวิธีปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อให้ผู้รับบริการ ได้ประโยชน์ ตรงตามความต้องการ เช่น ชักประวัติ เพื่อรู้อาการ ผิดปกติ วิธีการให้ข้อมูล ให้คำแนะนำ วิธีการส่งมอบยา ฯลฯ

2. พฤติกรรมการบริการ เป็นการแสดงออก ด้านการแต่งกาย สีหน้า แววตา กิริยาท่าทาง และการพูดจา ซึ่งพฤติกรรมที่ดี ย่อมสร้างความสุข ให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี ได้แก่ การแต่งกายที่ สุภาพ สะอาด เรียบร้อย สีหน้าและแววตาที่ ยิ้มแย้ม แจ่มใส อ่อนโยน กิริยาท่าทางที่ สุภาพ อ่อนน้อม การพูดจาดูด้วยน้ำเสียงที่นุ่มนวล สุภาพ ชัดเจน ให้เกียรติ มีหางเสียง

ประโยชน์ของความสุภาพ

1. ลดอุปสรรคและข้อโต้แย้ง
2. สามารถดึงให้ลูกค้า กลับมาใช้บริการซ้ำ

ผู้ที่ทำงานด้านบริการได้ดี "ต้องมีหัวใจในการให้บริการ" เพราะทำให้ผู้อื่นมีความสุขด้วย... คราวนี้ก็มาถึงคิวอาจารย์ ดร.สุชุม นवलสกุล นักพูดฝีปากเก่งคนหนึ่งของเมืองไทย ท่านเป็นอดีตอธิการบดี มหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นประชาชนคนหนึ่งผู้ที่เคยแต่ใช้บริการรถไฟ..ไม่เคยทำงานรถไฟแต่... เป็นคนหนึ่งที่รักรถไฟ ท่านได้พูดถึงการประชาสัมพันธ์กับการให้ข้อมูลข่าวสาร ว่า "การประชาสัมพันธ์" เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด และ"คน" หรือ "บุคคลากร" ก็เป็นส่วนสำคัญที่สุดสำหรับการให้บริการเพราะถึงแม้ว่าระบบการทำงานที่ทำดีแค่ไหน แต่ถ้าคนไม่ให้ความสำคัญต่อองค์กรมันก็จะเป็นเรื่องยากที่จะทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีกับองค์กรได้ การทำงานจึงต้องมี"รอยยิ้ม" แม้แต่มีหุ่นยนต์มายืนยิ้มยังไม่ตรงใจเท่ารอยยิ้มของมนุษย์ เพราะยิ้มมีอำนาจเหนือเทคโนโลยี "คน" สามารถแสดงอารมณ์แบบใจถึงใจ และการทำงานต้องอย่าทำตัวเป็นคนน่าเบื่อ เพราะคนที่มีคนรัก จะเป็นคนที่มีการปรับปรุงตัวเองอยู่ตลอดเวลา ซึ่งการปรับปรุงตัวเองอยู่ตลอดเวลาเป็นหน้าที่ของผู้ที่ต้องทำงานด้านสาธารณะอย่าง การรถไฟฯ

ถ้าเราชินกับการเป็นตัวเรา แต่ผู้ให้บริการไม่ชินกับความเป็นตัวเรา อาจจะทำให้การสื่อสารในการให้ข้อมูลฯ มีความผิดเพี้ยนไป ทุกวันนี้โลกเปลี่ยนไป เราจึงต้องมีการคิดใหม่ทำใหม่ ต้องเปิดใจกว้าง เพราะปัจจุบันโลกของเรามีการแข่งขันกันสูง อย่าคิดว่ายังไงๆ ก็ต้องมีคนมาใช้

บริการของเรา เพราะฉะนั้นเราต้องมีความรู้สึกที่ดีๆ กับประชาชนที่มาติดต่อ เพราะคนจะมีจิตใจ มีความรู้สึกสัมผัสได้ สำหรับการเปิดใจนั้น เราจะต้องเปิดใจรับสิ่งใหม่ๆ อย่างมองสิ่งต่างๆ เป็นสิ่งคองที่ แม้ว่าองค์กรจะปรับเปลี่ยนอะไรใหม่ แต่ถ้าบุคคลในองค์กรไม่ให้ความร่วมมือก็ไม่มีประโยชน์ ไม่สามารถนำองค์กรไปสู่จุดหมายที่ตั้งใจได้ เพราะเมื่อมีสิ่งใหม่เข้ามาจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง คนในองค์กรทุกคนจะต้องยอมเหนื่อยอยู่ตลอดเวลาเพื่อมีการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ หัวใจของการให้บริการคือ "การต้องเปิดใจรับกับสิ่งใหม่ๆ รับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น" การบริการที่ดีจะต้องทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความถูกใจ คิดใจในบริการ ประทับใจและมีการบอกต่อ สิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดความประทับใจก็คืออารมณ์ของผู้ให้บริการที่จะต้องมีความตั้งใจที่เต็มอกเต็มใจในการให้บริการ และให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องทั้งให้ยามที่มีวิกฤตหรือสถานการณ์ปกติมีความเห็นอกเห็นใจ กระตือรือร้นที่จะให้บริการ แสดงความเป็นห่วงเป็นใย ส่วนมากเราจะแสดงน้ำใจในลักษณะที่เราเป็นฝ่ายรับแต่ในหลักการบริการในเชิงการให้ข้อมูลข่าวสารเราต้องเป็นฝ่ายรุกจะต้องใส่ความจริงใจเข้าไปในการให้บริการ แบบใจถึงใจ เช่น แสดงอาการยิ้มแย้มแจ่มใส ใส่ความรู้สึกที่จริงใจ เต็มใจยินดีให้บริการ ไม่ตามใจตัวเองอย่าคิดว่าตัวเองเหนือกว่า แสดงความเต็มใจช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหา เราจะต้องมีการปรับเปลี่ยนงานประชาสัมพันธ์ไปเรื่อยๆ เพื่อที่จะนำไปสู่ความประทับใจ และการเกิดความประทับใจนั้นจะเกิดขึ้นได้ หากเราให้บริการที่ดีกว่าที่ผู้ใช้บริการคิด ซึ่งจะส่งผลดีกับตัวองค์กร และสิ่งสำคัญจำเป็นที่ "คน" ต้องการมากที่สุดก็คือ "ข่าวสาร" ข่าวสารมารดแบ่งเป็น เรื่องที่เราต้องรู้ ก็คือเรื่องในหน้าที่ที่ตนรับผิดชอบ เรื่องที่ควรรู้ ก็คือคำถามที่อาจจะเกี่ยวเนื่องกับงานของเราที่ต้องทำ เรื่องน่ารู้อันนี้เป็นเรื่องที่เราต้องใส่ใจ เช่นในกรณีเกิดเหตุอันตรายต่างๆ ของกิจการรถไฟ เราควรต้องมีการค้นคว้าและใช้ไหวพริบปฏิภาณในการตอบคำถามหรือการแสดงความคิดเห็นไปในทางที่ดี การให้ข่าวสารก็คิด การใช้ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องที่เกิดขึ้น เพื่อเป็นการสร้างความนิยม เป็นการปกป้องชื่อเสียง หรือ "การสร้างเรื่องเผยแพร่ แก่ข่าว"

ดังนั้นคุณแจสู่ความสำเร็จแก่การให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้านั้น เราสามารถเริ่มจาก

คุณแจดอกที่ 1 คือ คุณแจแห่งจิต เราต้องถามว่าเราพร้อมที่จะช่วยเหลือผู้อื่นหรือไม่

คุณแจดอกที่ 2 คือ เรามองโลกในแง่ดีเพียงใด มองเรื่องลบให้เป็นเรื่องสวยงาม

คุณแจดอกที่ 3 คือ ขณะปฏิบัติงาน แม้เหนื่อย เมื่อยล้า เราก็ต้องพร้อมที่จะสร้างรอยยิ้ม หรือต้องยึดหลักว่า "ยิ้มไม่ต้องซื้อหาได้มาฟรี"

กุญแจดอกที่ 4 คือ เราต้องรู้จักทำงานให้ว่องไวด้วยวิธีการใดหรือจะทำอะไร เพื่อที่จะทำให้เรากระตือรือร้นใส่ใจใฝ่รู้ต่อการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ

กุญแจดอกที่ 5 ถามตนเองว่าเราฝันที่จะเป็นคนมีเสน่ห์ด้วยการสร้างกาไว หรือการสร้างมนุษย์สัมพันธ์หรือยัง

กุญแจดอกที่ 6 กุญแจแห่งมนต์ขลัง ที่ว่าด้วยความสามารถในการแก้ไขปัญหเฉพาะหน้า ว่าวิธีการอะไรที่ง่ายที่สุด ก็เพียงแต่มีสติค้นหาที่มา วิธีแก้ไขดำเนินการและติดตามผล ซึ่งอาจจะเป็นวิธีการที่จะสร้างความสำเร็จ

กุญแจดอกที่ 7 คุณตัวเองว่าในภาวะที่ต้องมีการตัดสินใจนั้น เมื่อกระทำไปแล้วจะเป็นที่ยอมรับเพียงใด **กุญแจดอกที่ 8** พิจารณาความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด

กุญแจดอกที่ 9 นำมาใช้และตระหนักให้คิดว่าตนมีความสุขในอาชีพ ภูมิใจในองค์กรหรือสถาบันที่มีค่าเท่ากับบ้านของตนเองหรือไม่

กุญแจดอกที่ 10 ความสุภาพอ่อนโยน อ่อนน้อมถ่อมตนเป็นสิ่งสำคัญให้การปฏิบัติงานแบบสุภาพอ่อนโยน ประคองหญิงสาว

กุญแจดอกที่ 11 ให้ถามว่าตัวเองเคยยอมรับนับถือ หรือเคารพความคิดเห็นของผู้อื่นหรือไม่ เพราะเราสามารถเปรียบเทียบมนุษย์ได้ว่า "คนเราก็เหมือนกระจก..ถ้ายิ้มให้ก็ยิ้มตอบ"

กุญแจดอกที่ 12 เรื่องความเคารพความคิดเห็น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความคิดริเริ่ม เฟงพินิจว่าในขณะที่ปฏิบัติงานอยู่นั้น เราพยายามแสวงหาวิธีการใหม่ๆ มากน้อยเพียงไร หรือมีวิธีแต่ไม่ยอมทำตาม

กุญแจดอกที่ 13 ถามตนเองว่ามีความรับผิดชอบหรือมีการตอบสนองต่อภาระหน้าที่และมีความพร้อมแห่งศักยภาพเพิ่มทวี

กุญแจดอกที่ 14 ดูซิว่าเรามีพลังแห่งการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา หรือว่าชอบอยู่กับที่ แต่อย่าลืมว่านั่นแหละคือสัญญาณแห่งการที่ถอยทุกเวลา

กฎแฉอดอกที่ 15 ถามตนเองว่าถ้าต้องการทำงานแบบเดิมๆ แบบเก่าๆ ไม่สร้างสรรค์อะไรเลย เราจะอยู่ได้หรือไม่ "ถ้าอยู่ได้ก็แสดงว่าเราไม่เปิดตัว มีแนวโน้มสมองฝ่อ" แต่ถ้าเรามีพัฒนาการที่ดีตลอดเวลา แสดงว่า "สร้างสรรค์" พร้อมบริการตลอดเวลาไม่ว่าจะเกิดเหตุใดๆ ที่ร้ายแรงต่อองค์กร ก็ตามก็พร้อมที่จะให้ข้อมูลฯ ที่ถูกต้องแม่นยำและสร้างความรู้สึที่ดีให้กับองค์กรได้

4.ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กันยารัตน์ รุณทรัพย์ (2551) การศึกษาคุณภาพในการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าและศึกษาประเภทการให้บริการของธนาคารที่มีผลต่อคุณภาพ การให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้สถิติวิเคราะห์เป็นค่าแจกแจงความถี่สรุปผลเป็นร้อยละและสถิติทดสอบ Independent T-test ในการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่มใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว One way ANOVA มาใช้ทดสอบค่าความแตกต่าง ค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ถ้ามีความแตกต่างจะเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้ LSD (Least Significant Difference) ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วงมากกว่า 40 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10,000 – 20,000 บาท ผลการวิจัยข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการประเภทต่าง ๆ พบว่า ผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่ใช้บริการด้านเงินกู้สำหรับผู้ซื้อบ้านทั่วไป ด้านเงินฝากประเภทออมทรัพย์ ใช้บริการด้านชำระค่าสาธารณูปโภคโดยวิธีชำระผ่านหน้าเคาน์เตอร์ธนาคารผลการวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่พบว่า ธนาคารมีคุณภาพในการให้บริการด้านความไว้วางใจได้ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านความสุภาพ/อหยาซัยไมตรี ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความปลอดภัย ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง และด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม มีระดับคุณภาพมาก ผลการทดสอบสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์ พบว่าผู้บริการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพในการให้บริการที่แตกต่างกัน การทดสอบสมมติฐานด้านประเภทการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ เช่น ประเภทด้านเงินกู้ ด้านเงิน

ฝาก ด้านการรับชำระค่าสาธารณูปโภค/บริการเงินกู้ที่แตกต่างกัน พบว่าการใช้บริการแต่ละประเภทที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพในการให้บริการที่แตกต่างกัน

สุรรัตน์ วรรณทอง (2550) ศึกษาภาพลักษณ์ใหม่ และคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) สำนักงานใหญ่ ศึกษาถึงภาพลักษณ์ใหม่ในด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมของธนาคาร ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านอัตราค่าธรรมเนียมและอัตราดอกเบี้ย ภาพลักษณ์ด้านความมั่นคงน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์ด้านการมีส่วนร่วมต่อสังคม และศึกษาถึงคุณภาพในการให้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด สำนักงานใหญ่ จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าธนาคารส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ลูกค้าธนาคารส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเวลา 10.30-12.30 น. มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง ต่อเดือน เป็นลูกค้าของธนาคาร 2-4 ปี โดยมีวงเงินที่ใช้บริการส่วนใหญ่ต่ำกว่า 10,000 บาท ลูกค้ามีพฤติกรรมการใช้บริการประเภทบริการฝาก-ถอนอยู่ในระดับมาก ลูกค้ามีพฤติกรรมการใช้บริการประเภทบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ประเภทบริการชำระค่าสาธารณูปโภค และประเภทบริการด้านสินเชื่ออยู่ในระดับปานกลาง และลูกค้ามีพฤติกรรมการใช้บริการประเภทการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และประเภทบริการด้านการลงทุนทางการเงินหรือประกันชีวิตอยู่ในระดับน้อย ในด้านความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ใหม่ของธนาคารฯ โดยรวมอยู่ในระดับที่ดี โดยมีความคิดเห็นในระดับที่ดี ในด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมของธนาคาร ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านความมั่นคงน่าเชื่อถือ ด้านการมีส่วนร่วมต่อสังคม และลูกค้าธนาคารมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ใหม่อยู่ในระดับที่ไม่แน่ใจใน ด้านอัตราค่าธรรมเนียมและอัตราดอกเบี้ย ส่วนในด้านความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารฯ โดยรวมอยู่ในระดับที่ดี จากการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการประเภทบริการชำระค่าสาธารณูปโภคและการใช้

บริการประเภทบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารฯแตกต่างกัน ลูกค้ามีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการประเภทบริการฝาก-ถอน ของธนาคารฯ แตกต่างกัน

วิภา คະนิรัมย์ (2550) การศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาถนนรัชดาภิเษกสาธิตประดิษฐ์มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test เมื่อข้อมูลเป็นความถี่ ตัวแปร 2 กลุ่ม ถ้าตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ One Way Anova ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กรณีที่ผลการทดสอบมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบเปรียบเทียบด้วยสถิติ LSD

ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 21 – 30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ทำงานรับจ้างหรือเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ที่ 10,000 – 20,000 บาท ผลการวิจัยข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่ไปใช้บริการด้านการเงินฝาก ไปใช้บริการช่วงเที่ยง (11.01-13.00 น.) ส่วนใหญ่ไปใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง เหตุผลที่เลือกใช้บริการเพราะใกล้บ้านหรือที่ทำงาน

ผลการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจ พบว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในด้านพนักงาน และการต้อนรับ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านความสะดวก ด้านข้อมูลที่จะได้รับการบริการด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน มีระดับความพึงพอใจมาก การทดสอบสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์ พบว่าผู้ให้บริการที่มี เพศ สถานภาพ อาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้าน อายุ ระดับการศึกษา รายได้ที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกัน การทดสอบสมมติฐานด้านการใช้บริการจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เช่น ประเภทของการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ความถี่ และเหตุผลที่มาใช้บริการที่แตกต่างกัน พบว่าการใช้บริการที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการบริการแตกต่างกัน

ธิดาวรรณ สังขะโยธิน(2553) การศึกษาคุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตดอนเมือง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า และศึกษาเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารที่มีผลต่อคุณภาพในการให้บริการของ ธนาคารออมสินในเขตดอนเมือง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยมีกลุ่มตัวอย่าง 500 คน ใช้สถิติวิเคราะห์เป็นค่าแจกแจงความถี่สรุปผลเป็นร้อยละ และใช้สถิติทดสอบ Independent t-test ในการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม ใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA มาใช้ทดสอบค่าความแตกต่าง ค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ถ้ามีความแตกต่างที่จะเปรียบเทียบเป็นรายคู่ จะใช้ LSD (Least Significant Difference) ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ผลการวิจัยข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตดอนเมือง พบว่า มีความพอใจอยู่ในระดับมาก ทุกด้านยกเว้น ในด้านการบริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส และความเข้าใจ และด้านการบริการด้วยความกระตือรือร้น จะมีความพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิจัยข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตดอนเมืองพบว่า มีคุณภาพอยู่ในระดับมากทุกด้าน ผลการทดสอบสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์ พบว่าผู้ใช้บริการที่มี อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตดอนเมืองที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานด้านการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตดอนเมือง พบว่าการให้บริการของธนาคารด้านบริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส และความเข้าใจ ด้านบริการสนองตอบด้วยความรวดเร็ว ด้านบริการพร้อมกับการให้เกียรติ มีระดับคุณภาพในการให้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในเขตดอนเมืองที่แตกต่างกัน

นาวิ พรหมฉวี (2553) การค้นคว้าศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลการใช้บริการ ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาที่เปิดทำการในศูนย์การค้า เขตจังหวัดปทุมธานี นอกเวลาทำการและวันหยุดราชการ และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาที่เปิดทำการในศูนย์การค้า เขตจังหวัดปทุมธานี นอกเวลาทำการและวันหยุดราชการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มลูกค้า ที่ใช้บริการธนาคาร

กรุงเทพจำกัด (มหาชน) จำนวน 392 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยค่าที่แบบอิสระ (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (F-test) การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ผู้วิจัยใช้โปรแกรม SPSS ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด อายุมากกว่า 20 – 30 ปี โดยลูกค้าส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและห้างร้าน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,000 – 20,000 บาท ประเภทบริการที่ลูกค้าใช้บริการในปัจจุบันมากที่สุดคือด้านบัญชีเงินฝาก สะสมทรัพย์ รองลงมาคือการใช้บริการด้านบัตรเครดิตเอ็ม ปริมาณการใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5 ครั้ง โดยช่องทางการให้บริการที่เลือกใช้มากที่สุด คือ เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ซึ่งระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ มีระยะเวลามากกว่า 3 ปีขึ้นไป โดยเหตุผลที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ เพราะ มีสาขาอยู่ที่ใกล้บ้านหรืออยู่ใกล้ที่ทำงาน เหตุผลรองลงมาคือ มีความสะดวกในการใช้บริการนอกเวลาทำการและในวันหยุดราชการ และผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)สาขาที่เปิดทำการในศูนย์การค้า เขตจังหวัดปทุมธานี นอกเวลาทำการและวันหยุดราชการ ในด้านผลิตภัณฑ์บริการของธนาคาร ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการบริการ ด้านการสื่อสาร และด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคล เมื่อเปรียบเทียบกับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาที่เปิดทำการในศูนย์การค้า เขตจังหวัดปทุมธานี นอกเวลาทำการและวันหยุดราชการ พบว่า ลูกค้าที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์บริการของธนาคารและด้านราคา ที่แตกต่างกัน แต่มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสื่อสาร และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสื่อสาร และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่แตกต่างกัน แต่มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านการสื่อสาร ที่ไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มี

ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสื่อสาร และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ไม่แตกต่างกัน ลูกค้ำที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคารด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสื่อสาร และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่แตกต่างกัน และลูกค้ำที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านการสื่อสาร และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ไม่แตกต่างกันแต่มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านกระบวนการให้บริการที่แตกต่างกัน

อุสมาน บัณฑูรอำพา (2554) การศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะและพฤติกรรมของลูกค้ำที่ใช้บริการธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ 2) ศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการต่างๆของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ 3) หาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย และ 4) ศึกษาสภาพปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงกระบวนการบริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือลูกค้ำที่เข้ามาใช้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยจำนวน 398 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละและค่าสหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) ผลการศึกษาพบว่า 1. ลูกค้ำที่ใช้บริการ ส่วนมากเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-34 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และส่วนมากนับถือศาสนาอิสลาม 2. พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ำในการใช้บริการธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยมีระยะเวลาในการใช้บริการระหว่าง 1-3 ปี ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการคือเงินฝาก-ถอน เหตุผลในการใช้บริการเพราะขึ้นชอบระบบการเงินที่ไม่ใช้ระบบดอกเบี้ย การรับรู้ข่าวสารปากต่อปาก ความถี่ในการใช้บริการน้อย

กว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์ 3. ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ในส่วนบุคลิกภาพของพนักงาน มีระดับความพึงพอใจมาก ด้านขั้นตอนการให้บริการ ในส่วนความรวดเร็วในการให้บริการมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ด้านผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ ในส่วนคุณภาพของฝ่ายเงินฝาก-ถอนมีระดับความพึงพอใจปานกลาง และด้านสถานที่ที่ให้บริการมีที่จอดรถที่สะดวกและกว้างขวางมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง 4. ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการด้านพนักงานผู้ให้บริการกับพฤติกรรมการใช้บริการในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และการปฏิบัติงานของพนักงาน ความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงานมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 5. ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการด้านขั้นตอนการให้บริการกับพฤติกรรมการใช้บริการโดยภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และความรวดเร็วในการให้บริการ การติดป้ายประกาศและแนะนำข้อมูลใหม่ ๆ แก่ลูกค้า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 6. ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการกับพฤติกรรมการใช้บริการโดยภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และคุณภาพของฝ่ายเงินพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 7. ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการด้านสถานที่ที่ให้บริการกับพฤติกรรมการใช้บริการโดยภาพรวมมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และอุปกรณ์เครื่องมือคุณภาพ อุปกรณ์ที่มีความสะดวกรวดเร็วมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 8. ปัญหาและข้อเสนอแนะด้านพนักงานผู้ให้บริการ คือ พนักงานไม่ค่อยให้ความสนใจใส่แก่ลูกค้า ข้อเสนอแนะคือพนักงานควรมีอัธยาศัยที่สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส ร่องลงมาปัญหาความล่าช้าในการบริการของพนักงาน ข้อเสนอแนะคือควรมีความรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้ามากกว่านี้ ปัญหาด้านขั้นตอนการให้บริการ คือ ขั้นตอนการบริการมีความล่าช้ามาก ข้อเสนอแนะคือควรใช้ระบบ One Stop Service ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ คือ การบริการไม่มีความชัดเจน ข้อเสนอแนะคือควรจัดอบรมให้แก่พนักงาน ด้านสถานที่ที่ให้บริการ คือ ผู้เอทีเอ็มมีน้อย ข้อเสนอแนะคือควรเพิ่ม เพราะบางเครื่องถ้าช่วงต้นเดือนและปลายเดือนเครื่องจะเสียบ่อยมาก

กนกวรณ ขันตภพ (2546) การวิจัยทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยสถาบันราชภัฏสวนดุสิตครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยสถาบันราชภัฏสวนดุสิตใน 5 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านบริการ ด้านอุปกรณ์และเครื่องมือ ด้านสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือนักศึกษา ข้าราชการ เจ้าหน้าที่ของสถาบันราชภัฏสวนดุสิต จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงจำนวน ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้ การทดสอบ ค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ผลการวิจัย พบว่า 1. ผู้บริโภคของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยสถาบันราชภัฏสวนดุสิต กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 18 – 22 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักศึกษา มี รายได้ต่อเดือน 3,001 – 7,000 บาท 2. พฤติกรรมในการใช้บริการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ด้านความถี่ในการใช้บริการ / เดือนผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการจำนวน 1 ครั้ง/เดือนคิดเป็นร้อยละ 35.7 และจำนวน 2 ครั้ง/เดือนคิดเป็นร้อยละ 28.5 ประเภทบัญชีที่ใช้บริการ เป็นบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 86.4 โดยมีลักษณะการใช้บริการมากที่สุดคือบริการฝาก - ถอน คิดเป็นร้อยละ 47.9 และมีเหตุผลในการใช้บริการเนื่องจากการเดินทางมาใช้บริการสะดวก คิดเป็นร้อยละ 35.7 3. ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อย สถาบันราชภัฏสวนดุสิตใน 5 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านบริการ ด้านอุปกรณ์และเครื่องมือ ด้าน สถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ผู้บริโภคมีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี ยกเว้น ด้านสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง และมีทัศนคติด้านข้อ คือ พนักงาน บริการด้วยความรวดเร็ว จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ บริการได้รวดเร็ว การวาง อุปกรณ์สะดวกต่อการใช้งาน มีป้ายบอกจุดบริการชัดเจน มีที่นั่งสะดวกสบายเพียงพอ จุดกรอก เอกสารมีเอกสารเพียงพอ พนักงานแจ้งข้อมูลให้ทราบ มีแผ่นพับ/โบว์ชัวร์ แนะนำบริการ และมีวารสารแจ้งกิจกรรมของธนาคาร อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นข้อที่ธนาคารควรนำไปปรับปรุง เพื่อให้เกิดความพอใจแก่ผู้บริโภค 4. ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ แตกต่างกันมีทัศนคติต่อธนาคารกรุงศรี อยุธยา จำกัด(มหาชน) สาขาย่อยสถาบันราชภัฏสวนดุสิต

ในรายชื่อแตกต่างกัน 5. ทศนคติต่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยสถาบันราชภัฏสวนดุสิต ในด้าน บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ เมื่อทัศนคติต่อการใช้บริการด้านบริการดีขึ้น ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือนของผู้บริโภคจะสูงขึ้น ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ ธนาคารควรปรับปรุงการบริการในเรื่อง จำนวนพนักงานให้เพียงพอต่อการให้บริการ โดยคัดเลือกพนักงานที่มีคุณภาพสูงในการให้บริการได้อย่างรวดเร็วและสามารถให้ข้อมูลที่ต้องการแก่ผู้ใช้บริการ พนักงานควรได้รับการอบรมเรื่องการทำงานในภาวะกดดันเช่น ชั่วโมงเร่งด่วนเพื่อให้เกิดการบริการที่ดีเป็นที่พึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ

นางสาวคะนิงสุข นิลมาท (2546) การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทางการเงินตามหลักชาริอะฮ์ ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปของลูกค้าเงินฝากของธนาคารชาริอะฮ์ สาขาสงขลาदारุสซาลิม 2) เพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้าเงินฝากที่มีต่อการให้บริการของธนาคารชาริอะฮ์ ตลอดจนวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทางการเงินตามหลักชาริอะฮ์ ระหว่างกลุ่มต่าง ๆ แยกตาม เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และศาสนา 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคการให้บริการของธนาคารชาริอะฮ์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการทางการเงินตามหลักชาริอะฮ์ จำนวน 163 ตัวอย่างด้วยการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพสมรสแล้ว มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาทต่อเดือน ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการเงินฝากประเภทเงินฝากวาดิอะฮ์ออมทรัพย์ สิ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการทราบว่ามีการให้บริการทางการเงินตามหลักชาริอะฮ์ คือ แผ่นพับหรือโปสเตอร์ การศึกษาเกี่ยวกับระดับทัศนคติ ของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการในรูปแบบธนาคารชาริอะฮ์ พบว่าผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในด้านความสะดวกในช่องบริการมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านคุณภาพของพนักงานที่ให้บริการ ด้านการให้บริการทางการเงินตามหลักชาริอะฮ์ และสุดท้ายคือ ด้านเครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยี ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้บริการทางการเงินตามหลักชาริอะฮ์ แยกตาม เพศ อายุ อาชีพ ระดับ

การศึกษา สถานภาพ รายได้ ศาสนา พบว่า ผู้ใช้บริการที่มี เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ รายได้ และ ศาสนา ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้บริการที่มีระดับ การศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ส่วนปัญหาและข้อเสนอแนะที่ผู้บริการต้องการให้ธนาคารชาริอะฮ์ปรับปรุงในด้าน ต่าง ๆ ดังนี้ 1) ด้านพนักงาน ควรเพิ่มจำนวนพนักงานให้มากขึ้น พนักงานและผู้จัดการสาขาควรนับ ถือศาสนาอิสลาม 2) ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์ธนาคารชาริอะฮ์อย่าง ต่อเนื่องเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับลูกค้าและผู้บริการธนาคารชาริอะฮ์ และเจาะตลาดลูกค้ากลุ่ม ชาวไทยมุสลิมให้มากขึ้น 3) ด้านการบริการ ควรมีสาขาที่ให้บริการมากกว่านี้ รวมถึงการเปิด บริการให้การสนับสนุนทางการเงินสนับสนุนสินเชื่อแก่ลูกค้าที่มีความต้องการด้วย 4) ด้านความ สะดวกในช่องบริการ ภายในธนาคารควรมีป้าย/เอกสาร แนะนำการรับบริการให้ชัดเจน 5) ด้าน อุปกรณ์ และเทคโนโลยี ควรเพิ่มการบริการโอนเงินจากธนาคารชาริอะฮ์ไปยังธนาคารอื่น ๆ ได้ด้วย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Approach) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) และใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรคือลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีอยู่ 5 สาขาทั่วทั้งจังหวัด มีอยู่มากมายซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง จึงทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น(Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก

1.3 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง พิจารณาการสุ่มเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าในบริเวณด้านหน้าและด้านในของสาขาที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ โดยใช้สูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบขนาดของประชากรโดยกำหนดความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% (กัลยา วานิชย์บัญชา 2545 : 26)

$$n = Z^2 pq/B^2$$

เมื่อ	n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	B แทน ระดับความคลาดเคลื่อน
	Z แทน Z score ขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่น
	p แทน ความน่าจะเป็นของประชากร
	q แทน 1- p

เมื่อแทนค่าสูตรออกมาแล้วจะได้ 176 หรือ 180 คน

2.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพและการให้บริการของธนาคาร เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
- สร้างแบบสอบถาม โดยอาศัยกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านประชากรศาสตร์ ข้อมูลการใช้บริการ คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านบริการ
- นำแบบสอบถาม 30 ตัวอย่าง แจกให้กับลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในเขตจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 5 สาขา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา
- นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้อง และให้ข้อเสนอแนะ เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีข้อความตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
- นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบไปปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง และนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความถูกต้องตามเนื้อหา และตรวจสอบความถูกต้องของภาษาก่อนนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

2.2 ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นแบ่งออกเป็น 4 ส่วน

1. สอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้
2. สอบถามข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)ในจังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ รูปแบบการใช้บริการ ประเภทบริการของธนาคารที่ใช้ ช่องทางการใช้บริการที่เลือกใช้ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคาร เหตุผลสำคัญที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)
3. สอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ธนาคาร ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านบริการ เป็นคำถามเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)
4. ข้อเสนอแนะที่คิดว่าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ควรมีการปรับปรุงแก้ไข

3.วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 5 สาขา ในช่วงเดือนพฤษภาคม 2555 จากการสุ่มตัวอย่าง 180 ตัวอย่าง
2. ตรวจสอบข้อมูลความถูกต้อง และความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับจากผู้กรอกแบบสอบถาม ก่อนที่จะนำมาประมวลผล
3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วน คัดเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์ มาลงรหัสตัวเลขในแบบลงรหัสสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ ตามเกณฑ์ของเครื่องมือแต่ละส่วน แล้วจึงนำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ ตำรา บทความ ผลงานวิจัยที่ได้มีการทำมาก่อน หนังสือพิมพ์ และแหล่งข้อมูลทาง

อินเทอร์เน็ตที่มีความเกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการขององค์กรต่างๆ เพื่อใช้ประกอบการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย และใช้อ้างอิงในการเขียนรายงานผลการวิจัย

4. สถิติที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนจากกลุ่มตัวอย่างไปตรวจสอบความถูกต้องตรงใจให้คะแนน จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) แล้วจัดทำตารางวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อนำเสนอและสรุปผลการวิจัย

4.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า สถิติที่ใช้คือการหาค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้บริการของลูกค้า สถิติที่ใช้คือการหาค่าร้อยละ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ สถิติที่ใช้คือรูปแบบค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัย คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรีผู้วิจัยได้วิเคราะห์และแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำเสนอรูปแบบคำร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	79	43.9
หญิง	101	56.1
รวม	180	100
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	16	8.9
21-30 ปี	52	28.9
31-40 ปี	59	32.8
41-50 ปี	48	26.7
50 ปีขึ้นไป	5	2.8
รวม	180	100
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	62	34.4
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	56	31.1
ปริญญาตรี	57	31.7
สูงกว่าปริญญาตรี	5	2.8
รวม	180	100
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	25	13.9
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	112	62.2
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23	12.8
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	15	8.3
เกษียณอายุ/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	5	2.8
รวม	180	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	100	55.6
10,001-20,000 บาท	55	30.6
20,001-30,000 บาท	13	7.2
30,001-40,000 บาท	7	3.9
40,001บาทขึ้นไป	5	2.8
รวม	180	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 180 คน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

เพศ

ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 56.1 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 43.9

อายุ

ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมามีอายุ 21-30 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 ,อายุ 41-50 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 ,อายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

ระดับการศึกษาสูงสุด

ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมามีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน

57 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 ,ระดับการศึกษาอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

อาชีพ

ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และลูกค้าที่เกษียณอายุ/พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,001-40,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็น 2.8

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย รูปแบบการใช้บริการ ประเภทของบริการที่ใช้ ช่องทางการใช้บริการ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคาร เหตุผลสำคัญที่ใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) โดยนำเสนอในรูปแบบค่าร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของรูปแบบของสาขาที่ใช้บริการของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม

รูปแบบของสาขาที่ใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
สาขาที่ใช้บริการเต็มรูปแบบ(เปิดให้บริการจันทร์-ศุกร์)	138	76.7
สาขาย่อยในห้างสรรพสินค้า/สาขาที่เปิดให้บริการทุกวัน	42	23.3
รวม	180	100

จากตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละรูปแบบของสาขาที่ใช้บริการของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 180 คน ส่วนใหญ่ใช้บริการสาขาบริการเต็มรูปแบบ (เปิดให้บริการจันทร์-ศุกร์) จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 76.7 รองลงมา คือใช้บริการสาขาย่อยในห้างสรรพสินค้า/สาขาที่เปิดให้บริการทุกวัน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของประเภทบริการของธนาคารที่ลูกค้าใช้อยู่ในปัจจุบัน

ประเภทบริการที่ใช้	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ด้านสินเชื่อ	27	15.0
ด้านเงินฝาก/ถอน/โอน	176	97.8
ด้านชำระค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค/ค่าสินค้าและบริการ	52	28.9
ด้านต่างประเทศ/การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	15	8.5
ด้านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง(KTB Online)/โทรแบงก์กิ้ง	7	3.9
ด้านลีสซิ่ง	1	0.6
รวม	180	100

จากตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของประเภทบริการที่ลูกค้าใช้อยู่ในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 180 คน โดยประเภทบริการที่มีลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมากเป็นอันดับ 1 ได้แก่ ด้านเงินฝาก/ถอน/โอนเงิน จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 97.8 ประเภทบริการที่มีลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมากเป็นลำดับที่ 2 ได้แก่ ด้านชำระค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค/ค่าสินค้าและบริการ มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 ประเภทบริการที่มีลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมากเป็นลำดับที่ 3 ได้แก่ ด้านสินเชื่อ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ประเภทบริการที่มีลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามด้านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง(KTB Online)/โทรเลขแบงก์กิ้ง (1551) มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 และประเภทบริการที่มีลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการน้อยที่สุด คือด้านอื่นๆมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของช่องทางการใช้บริการของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม

ช่องทางการใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เคาน์เตอร์	130	72.2
อินเทอร์เน็ต	21	11.7
เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ	138	76.7
เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ	65	36.1
เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ	76	42.2
Call Center(1551)	3	1.7
รวม	180	100

จากตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของช่องทางการใช้บริการของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 180 คน โดยช่องทางการใช้บริการของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการ

มากเป็นอันดับ 1 ได้แก่ เคนเตอร์ จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 72.2 ช่องทางการใช้บริการของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการมากเป็นลำดับ 2 ได้แก่ เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 76.7 ช่องทางการใช้บริการของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการมากเป็นลำดับที่ 3 ได้แก่ เครื่องปรับสมดุลอัตโนมัติ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 และช่องทางการใช้บริการของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการน้อยที่สุด ได้แก่ Call Center(1551) จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม

ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 6 เดือน	17	9.4
ตั้งแต่ 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี	26	14.4
มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 2 ปี	24	13.3
มากกว่า 2 ปีขึ้นไป	113	62.8
รวม	180	100

จากตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 180 คน ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้ามากกว่า 2 ปีขึ้นไป จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมา คือ มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้า ตั้งแต่ 6 เดือนแต่ไม่เกิน 1 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้ามากกว่า 6 เดือนแต่ไม่เกิน 1 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และมีระยะเวลาในการเป็นลูกค้า น้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของเหตุผลสำคัญที่ใช้บริการของธนาคารกรุงไทยฯ จากผู้ตอบแบบสอบถาม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เหตุผลสำคัญที่ใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ที่ทำงาน โอนเงินเดือนผ่านธนาคาร	122	67.8
สถานศึกษา/หน่วยงาน/กำหนดให้ใช้เป็นธนาคารที่โอนเงิน	40	22.2
มีสาขาใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	93	51.7
มีจุดให้บริการมาก เช่น สาขาของธนาคาร/ตู้เอทีเอ็ม	95	52.8
เปิดให้บริการนอกเวลา-วันหยุด/มีสาขาเปิดทำการในห้างฯ	42	23.3
มีบริการที่หลากหลายตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้	54	30.0
เป็นธนาคารที่มีความมั่นคง/มีชื่อเสียง	86	47.8
รวม	180	100

จากตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของเหตุผลสำคัญที่ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี มีจำนวน 180 คน โดยเหตุผลสำคัญที่ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ เป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ที่ทำงาน โอนเงินเดือนผ่านธนาคารจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 เหตุผลสำคัญที่ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการเป็นลำดับที่ 2 ได้แก่ มีสาขาใกล้บ้าน/ที่ทำงาน มีจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 เหตุผลสำคัญที่ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ เป็นลำดับที่ 3 ได้แก่ มีสาขาใกล้บ้าน/ที่ทำงาน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 เหตุผลสำคัญที่ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการเป็นลำดับที่ 4 ได้แก่ เป็นธนาคารที่มีความมั่นคง/มีชื่อเสียง มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงานด้านบริการ โดยนำเสนอในรูปแบบของค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผู้วิจัยอธิบายผล ดังนี้

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร

ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร	X	$\bar{S.D.}$	ระดับความคิดเห็น
ความหลากหลายของประเภทเงินฝาก	3.93	0.665	ดี
ความหลากหลายของประเภทสินเชื่อ	3.92	0.692	ดี
ผลิตภัณฑ์อื่นเช่น บัตรเครดิต,กองทุนรวม, ประกันชีวิต ฯลฯ	3.95	0.772	ดี
ความหลากหลายที่บริการผ่านเครื่องอัตโนมัติ	4.25	0.633	ดีมาก
ผลรวมระดับความคิดเห็น	4.01	0.69	ดี

จากตารางที่ 4.7 พบว่าระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ความหลากหลายที่ให้บริการผ่านเครื่องฝาก-ถอน อัตโนมัติอยู่ในเกณฑ์ดีมาก ส่วนความคิดเห็นระดับที่ดีได้แก่ความหลากหลายของประเภทเงินฝาก ความหลากหลายของประเภทสินเชื่อ และผลิตภัณฑ์อื่นๆ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านช่องทางการให้บริการ

ด้านช่องทางการให้บริการ	\bar{X}	$S.D.$	ระดับความคิดเห็น
การมีสาขาหรือจุดบริการที่ทั่วถึงสามารถใช้บริการได้ง่าย	4.28	0.617	ดีมาก
การมีสาขาหรือจุดบริการที่เปิดให้บริการนอกเวลาปกติ	4.19	0.738	ดี
การมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องฝาก-ถอนอัตโนมัติ	4.27	0.698	ดีมาก
การมีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ เช่น อินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง	3.96	0.746	ดี
การมี Call Center ในการให้บริการ	4.05	0.703	ดี
การมีการจัดการสถานที่ให้ดูทันสมัย และเป็นสัดส่วนในการให้บริการ	4.16	0.659	ดี
การมีการจัดวางอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ เช่น เครื่องอัตโนมัติ	4.26	0.611	ดีมาก
ผลรวมระดับความคิดเห็น	4.17	0.680	ดี

จากตารางที่ 4.8 พบว่าระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการด้านช่องทางการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้ำมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ได้แก่ การมีสาขาหรือจุดบริการที่ทั่วถึงสามารถใช้บริการได้ง่าย ,การมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องฝาก-ถอนอัตโนมัติ และการมีการจัดวางอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ นอกนั้นอยู่ในระดับที่ดี

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านพนักงาน

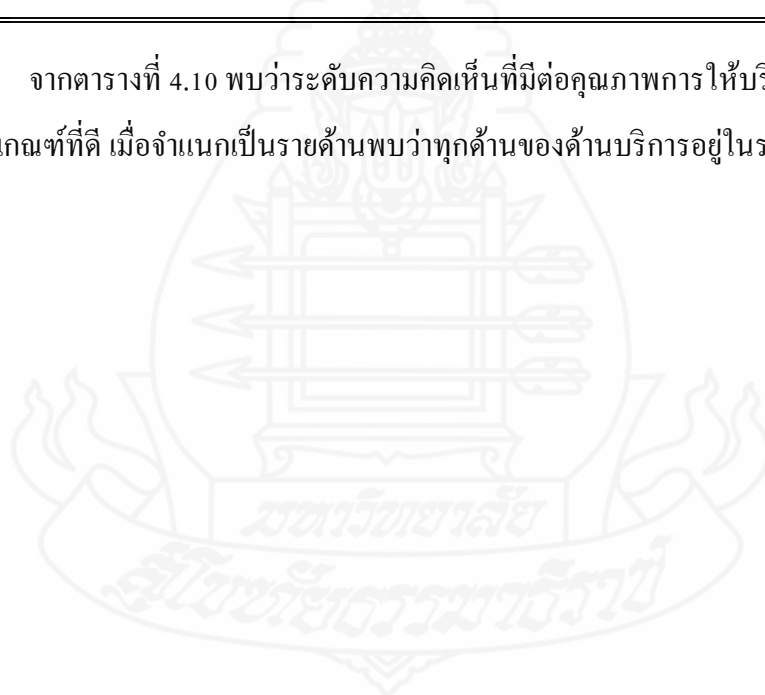
ด้านพนักงาน	\bar{X}	$\overline{S.D.}$	ระดับความคิดเห็น
มีการแต่งกายที่ทันสมัย แสดงให้เห็นถึงความคล่องแคล่วในการให้บริการ	4.01	0.673	ดี
มีการแต่งกายที่สะอาดสุภาพและเรียบร้อย	4.11	0.597	ดี
มีความกระตือรือร้น และมีความใส่ใจในการให้บริการ	4.01	0.759	ดี
มีความรอบรู้ในทุกผลิตภัณฑ์ สามารถชี้แจงและอธิบายบริการให้ทราบได้อย่างเข้าใจ	3.98	0.758	ดี
สามารถชี้แจง แนะนำ หรือให้ข้อมูลที่ลูกค้าสอบถามได้อย่างชัดเจน	4.06	0.753	ดี
สามารถให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้องเชื่อถือได้	4.02	0.732	ดี
ผลรวมระดับความคิดเห็น	4.03	0.710	ดี

จากตารางที่ 4.9 พบว่าระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการด้านพนักงานโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านของพนักงานอยู่ในระดับที่ดี

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านบริการ

ด้านบริการ	X	$\overline{S.D.}$	ระดับความคิดเห็น
มีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก สะดวกและรวดเร็ว	4.17	0.675	ดี
การมีบริการที่รวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้า	4.09	0.738	ดี
มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ	4.20	0.592	ดี
กระบวนการบริการที่ได้รับถูกต้อง ครบถ้วน และเชื่อถือได้	4.18	0.694	ดี
ผลรวมระดับความคิดเห็น	4.16	0.680	ดี

จากตารางที่ 4.10 พบว่าระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการด้านบริการโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านของด้านบริการอยู่ในระดับที่ดี



ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี โดยภาพรวมของคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการ	X	$\bar{S.D.}$	ระดับความคิดเห็น	
ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร	4.01	0.69	ดี	
ด้านช่องทางการให้บริการ	4.17	0.680	ดี	
ด้านพนักงาน	4.03	0.710	ดี	
ด้านบริการ	4.18	0.694	ดี	
ผลรวมระดับความคิดเห็น		4.16	0.680	ดี

จากตารางที่ 4.11 พบว่าระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการด้านบริการโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านของด้านบริการอยู่ในระดับที่ดี



ตารางที่ 4.12 แสดงข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี

ข้อเสนอแนะ

ด้านผลิตภัณฑ์

- 1.ควรมีความพร้อมสำหรับใบเสร็จในตู้ เอ.ที.เอ็ม
- 2.ตู้รับฝาก-ถอน หน้าศาลากลางฯ กดลำบาก ที่ยื่นแคบ
- 3.เครื่องปรับสมุดส่วนมากปรับสมุดไม่ค่อยได้

ด้านช่องทางการให้บริการ

- 1.ควรมีการกระจายตู้ เอ.ที.เอ็ม. ไปยังพื้นที่ที่ห่างไกลจากตัวเมือง
- 2.ควรเพิ่มจุดตั้งตู้ เอ.ที.เอ็ม ,ตู้รับฝากเงินสดให้เพิ่มขึ้นอีก
- 3.ควรปรับปรุงตู้ฝาก-ถอนอัตโนมัติ เนื่องจากตู้จะเสียในช่วงใกล้สิ้นเดือน
- 4.ตู้ฝาก-ถอนอัตโนมัติควรมีให้บริการหลายๆจุดและที่สำคัญวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ตู้ไม่ควรที่จะงดบริการ
- 5.ตู้ เอ.ที.เอ็ม ชายหาดชะอำมีน้อยเกินไป ซึ่งเป็นจุดที่ต้องบริการนักท่องเที่ยว
- 6.เครื่องฝาก-ถอน เอ.ที.เอ็ม.เสียบ่อยช่วงเงินเดือนออก
- 7.เวลาปรับสมุดทำไมต้องให้ทำรายการย้อนหลังเป็นประจำ

ด้านพนักงาน

- 1.พนักงานควรยิ้มแย้มแจ่มใส และควรมีความใส่ใจในการให้บริการ
- 2.พนักงานควรเป็นกันเองกับลูกค้ามากกว่านี้
- 3.พนักงานควรรอบรู้ในหลายๆเรื่องของธนาคาร
- 4.พนักงานควรตอบคำถามลูกค้าได้อย่างชัดเจน
- 5.พนักงานใช้คอมพิวเตอร์ไม่คล่องแคล่ว(จิ้มตัวหนังสือ)

ด้านบริการ

- 1.สาขาเพชรบุรี บริการช้า พนักงานให้ข้อมูลลูกค้าไม่ค่อยได้ ไม่มีความคล่องแคล่ว
- 2.สาขาศาลากลางฯ พนักงานชอบให้สะกดชื่อผู้ฝาก ทั้งที่เขียนอย่างถูกต้อง

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)**ข้อเสนอแนะ**

- 3.การขอסתמםนไม่ควรให้ลูกค้าเสียเงิน
- 4.ควรให้ลูกค้าที่เงินเดือนน้อยๆ มีโอกาสทำบัตรเครดิตได้บ้าง
- 5.พนักงานโรงแรมที่เงินเดือนน้อยไม่ค่อยได้รับสินเชื่อจากธนาคาร
- 6.เครื่องปรับสมดุลที่สาขาจะอำชอบมีปัญหา
- 7.ผู้รับฝาก-ถอน หน้าธนาคารสาขาพระนครคีรี กระจายสลิปหมดเป็นประจำ
- 8.ผู้รับฝาก-ถอน หน้าธนาคารสาขาเพชรบุรี เสียบ่อย



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่อง ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งทำให้ทราบถึงคุณภาพการให้บริการของธนาคารฯ ในมุมมองของลูกค้าว่ามีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพในการให้บริการตามนโยบายที่กำหนดหรือไม่ โดยนำผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาไปประกอบการวางแผนการดำเนินงานและหากลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับธนาคารคู่แข่งอื่นๆ ต่อไป

1.สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1 เพื่อศึกษาถึงระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)ในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

1.2 เพื่อศึกษาถึงระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)ในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามข้อมูลการใช้บริการของลูกค้า ได้แก่ รูปแบบของสาขาที่ใช้บริการ ประเภทของบริการที่ใช้ ช่องทางการใช้บริการ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าและเหตุผลสำคัญที่ใช้บริการ

1.3 เพื่อศึกษาถึงระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)ในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามคุณภาพการให้บริการของลูกค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านบริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีอยู่ 5 สาขา เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้คำนวณหากลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ซึ่งการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่มีจำนวนที่ยอมรับได้ว่าเหมาะสมในการเป็นตัวแทนขอประชากร ด้วยความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ 180 ตัวอย่าง (กัลยา วานิชย์บัญชา.2549:28)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่บูรณาการขึ้น โดยนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาทั้งหมดมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) สถิติที่ใช้คือการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แนวความคิดจากงานวิจัยอื่นๆในอดีตและตามแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่ได้ศึกษามาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือวัดระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า

1.การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

2.การวิเคราะห์ข้อมูลการใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรีผลการวิจัยพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการสาขาบริการเต็มรูปแบบ(เปิดให้บริการจันทร์-

ศูกร์) ประเภทของบริการที่ใช้มากเป็นลำดับ 1 ได้แก่ ด้านเงินฝาก/ถอน/โอนเงิน ช่องทางการใช้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการมากเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ ลูกค้าส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้ามากกว่า 2 ปีขึ้นไป และเหตุผลสำคัญที่ลูกค้าใช้บริการเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ ที่ทำงานโอนเงินเดือนผ่านธนาคาร

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการที่ให้บริการผ่านเครื่องฝาก-ถอนอัตโนมัติ ด้านช่องทางการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการมีสาขาหรือจุดบริการที่ทั่วถึง สามารถใช้บริการได้ง่ายในการให้บริการ ด้านพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีการแต่งกายที่สะอาด สุภาพและเรียบร้อย ด้านบริการโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ

4. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ลูกค้าส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับตู้ เอ.ที.เอ็ม.มีจำนวนน้อยเกินไป การติดตั้งตู้ เอ.ที.เอ็ม.ควรกระจายไปให้ทั่วถึง ควรมีการดูแล ซ่อมบำรุงอย่างสม่ำเสมอ อย่าให้เสียบ่อย พนักงานควรมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ของธนาคารให้มากขึ้น มีความยิ้มแย้มแจ่มใส มีความใส่ใจในการให้บริการ

3. ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอแนะ ในเรื่องการนำผลการวิจัยไปใช้

1. กลุ่มที่ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นพนักงาน/บริษัท/ลูกจ้างเอกชน ซึ่งมีอยู่ทั่วไปในเขตจังหวัดเพชรบุรีมีความต้องการให้ติดตั้งตู้ เอ.ที.เอ็ม.เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเช่น ชายหาดชะอำ หาดเจ้าสำราญ และหาดปึกเตียน จึงเห็นควรให้ธนาคารติดตั้งตู้ เอ.ที.เอ็ม. เพิ่มขึ้นให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค

2. ข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าส่วนมากจะมาใช้บริการที่สาขาโดยการฝาก-ถอน หรือ โอนเงินซึ่งต้องพบปะกับพนักงานส่วนหน้าเป็นประจำ จึงควรติดป้ายเกี่ยวกับรายละเอียดการทำธุรกรรมต่างๆ ให้เพียงพอเพื่อให้ลูกค้าได้เข้าใจได้ง่าย และเป็นการประหยัดเวลาและลดภาระการทำงานของพนักงาน

3. ระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ผู้บริหารควรให้มีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอในเรื่องการให้บริการ เพื่อให้พนักงานมีความรู้และความสามารถในการปฏิบัติต่อลูกค้าได้อย่างถูกต้อง



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์บัญชา (2544) การวิเคราะห์สถิติ:สถิติเพื่อการตัดสินใจ พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชัยเทพ พูลเขตต์ :การใช้โปรแกรม SPSS Version 11.5 เบื้องต้น เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล ภาควิชาสัตวแพทยสาธารณสุขศาสตร์และการบริการวินิจฉัย คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- อาจารย์ ดร. ชีระภาพ เพชรมาลัยกุล. สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวิจัย สาขาวิชาจิตวิทยา การศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ สืบค้นเมื่อ 14 กรกฎาคม 2550 จาก <http://www.utcc.ac.th/amsar/about/document13.html>.
- สุริรัตน์ วรรณทอง (2550) ภาพลักษณ์ใหม่และคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) สำนักงานใหญ่ สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด) กรุงเทพฯ :มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ธนาคารกรุงไทย (2553, 7-13 มิถุนายน) “ธนาคารกรุงไทย Bank of the Year in Thailand 2009” The Interest Business ดอกเบี้ยธุรกิจ ฉบับพิเศษ 2010 หน้า 2
- ธนาคารกรุงไทย (2553, 7-13 มิถุนายน) “รากฐานที่ดีสู่อนาคตที่ยั่งยืน” The Interest Business ดอกเบี้ยธุรกิจ ฉบับพิเศษ 2010 หน้า 4
- ธนาคารกรุงไทย (2553 ,25 มิถุนายน) “ธนาคารปรับโครงสร้างองค์กรเพิ่มศักยภาพ” (จุลสาร)
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์(2547) จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล หน้า 111-112 กรุงเทพฯ ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพฯ

สุนันทา สุขสุมิตร (2553) “กรุงเทพฯ ปั่นองค์กรการเรียนรู้ ธนาคารแสนสะดวก” คั่นคืนวันที่ 9

ตุลาคม 2553 จาก <http://www.thaihealth.or.th>

สุรัตน์จิ คุตระกุล (2550) “แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน :กรณีศึกษาธนาคารพาณิชย์ไทย
ในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์บริการธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาบริหารธุรกิจ
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

จิราภรณ์ อ่อนตา(2548) “แรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทีไอที จำกัด
(มหาชน)” การคั่นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาบริหารธุรกิจ
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ณัฐกร สิทธิชัย(2548) “แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา : สายงานรองกรรมการ
ผู้อำนวยการใหญ่แผนงาน บริษัท กฟผ.จำกัด(มหาชน) การศึกษาคั่นคว้าแบบอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาบริหารธุรกิจ

กนกรัตน์ โชติเทวัญ(2547) “แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท สหฟาร์ม จำกัด :
สำนักงานกรุงเทพ” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการบริหารองค์กร
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตบางเขน

อรอนงค์ ประสงค์(2550). การบริหารการจัดเก็บภาษีอากร: ศึกษากรณีกลุ่มภารกิจด้านรายได้
กระทรวงการคลัง. ปรัชญาคุษฎีบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์), มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.

เรวัต แสงสุริยงค์. (2547). การบริการอิเล็กทรอนิกส์: ตัวแบบสำหรับการให้บริการสาธารณะ
ของทย. คุษฎีพนธ์รัฐศาสตรคุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Hoffman, K. D., & Bateson, J. E. G. (2006). Services marketing: Concepts, strategies, & Cases.
Mason, OH: Thomson South-Western.

Millet, J. D. (1954). Management in the public service. New York: McGraw-Hill.

Rhodes, R. A. W. (1996). The new governance: Governing without government. Political Study,
44(11), 112-115.

วเรช จันทรศร. (2544). การพัฒนาต้นแบบการใช้บริการสาธารณะสุขที่เป็นเลิศ: กรณีศึกษาจาก
ต่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สกายบลิ๊อคและการพิมพ์.

ภาคผนวก



ภาคผนวก

ก แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามนี้เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทยฯ ซึ่งประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าของธนาคารผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของลูกค้าธนาคารฯ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารฯ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะที่คิดว่าควรมีการปรับปรุงเพื่อให้ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี มีคุณภาพการให้บริการที่ดีต่อลูกค้าของธนาคารฯต่อไป

2. โปรดตอบคำถามเหล่านี้ทุกข้อโดยอิสระตามสภาพความเป็นจริงหรือตามความรู้สึกอันแท้จริงของท่าน โดยคำตอบของท่านจะถือเป็นความลับ และจะไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานของท่านแต่ประการใดทั้งสิ้น

3. ข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการ ทำให้ทราบถึงระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)ในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขปัญหา และส่งเสริม ปัจจัยด้านต่างๆในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นต่อไป

ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

นายอภิรักษ์ จงใจรักษ์

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

แบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าของธนาคารกรุงไทยฯ

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1.เพศ

ชาย

หญิง

2.อายุ

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20

21-30 ปี

31- 40 ปี

41-50 ปี

51 ปีขึ้นไป

3.ระดับการศึกษาสูงสุด

ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย

อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

4.อาชีพ

นักเรียน/นักศึกษา

พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

เกษียณอายุ/พ่อบ้าน/แม่บ้าน

5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

10,001-20,000 บาท

20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท 40,001 ขึ้น

ไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดเพชรบุรี

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลการใช้บริการของท่านมากที่สุด

1.รูปแบบของสาขาที่ท่านใช้บริการบ่อยที่สุด

- สาขาที่บริการเต็มรูปแบบ(เปิดให้บริการจันทร์-ศุกร์)
- สาขาย่อยในห้างสรรพสินค้า/สาขาที่เปิดให้บริการทุกวัน

2.ประเภทบริการของธนาคารที่ท่านใช้อยู่ในปัจจุบัน (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ด้านสินเชื่อ
- ด้านเงินฝาก/ถอน/โอนเงิน
- ด้านชำระค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค/ค่าสินค้าและบริการ
- ด้านต่างประเทศ/การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
- ด้านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (KTB Online/เทเลแบงก์กิ้ง
- ด้านอื่นๆ(โปรดระบุ).....

3.ช่องทางการใช้บริการที่ท่านเลือกใช้บริการ(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เคนเตอร์ อินเทอร์เน็ต
- เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ
- เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ Call Center (1551)

4.ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย

- น้อยกว่า 6 เดือน ตั้งแต่ 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี

- มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี มากกว่า 2 ปีขึ้นไป

5.เหตุผลสำคัญที่ท่านใช้บริการของธนาคารกรุงไทย (เลือกตอบไม่มากกว่า 1 ข้อ)

- ที่ทำงานโอนเงินเดือนผ่านธนาคาร
- สถานศึกษา/หน่วยงานกำหนดให้ใช้เป็นธนาคารที่โอนเงิน
- มีสาขาใกล้บ้าน/ที่ทำงาน
- มีจุดให้บริการมาก เช่น สาขาของธนาคาร/ตู้เอทีเอ็ม
- เปิดให้บริการนอกเวลา-วันหยุด/มีสาขาเปิดทำการในห้างสรรพสินค้า
- มีบริการที่หลากหลาย/ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้
- เป็นธนาคารที่มีความมั่นคง/มีชื่อเสียง
- อื่นๆ(โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในจังหวัด
เพชรบุรี

คำชี้แจง ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่าประเด็นต่อไปนี้สะท้อนถึงคุณภาพการให้บริการของ
ธนาคารกรุงไทยฯโปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น				
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
	5	4	3	2	1
1.ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร					
การมีผลิตภัณฑ์และบริการทางด้าน					

เงินฝากที่หลากหลายไว้บริการ					
การมีผลิตภัณฑ์และบริการทางด้าน สินเชื่อที่หลากหลายไว้บริการ					
การมีผลิตภัณฑ์และบริการทางด้าน อื่นๆไว้บริการ เช่น บัตรเครดิต กรุงเทพ กองทุนรวม(KTAM) สินเชื่อ เพื่อการอุปโภค/บริโภค(KTB Leasing) การประกันภัย (KPE/ทิพย ประกันภัย) ประกันชีวิต(AXA Insurance) เป็นต้น					
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และ บริการที่ให้บริการผ่านเครื่องฝาก- ถอนเงินอัตโนมัติ					
	ระดับความคิดเห็น				
ประเด็น	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
	5	4	3	2	1
2.ด้านช่องทางการให้บริการ					
การมีสาขาหรือจุดบริการที่ทั่วถึง สามารถใช้บริการได้ง่าย					
การมีสาขาหรือจุดบริการที่เปิด ให้บริการนอกเวลาปกติ					

การมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องฝาก/ถอนเงิน/ปรับสมุดเงินฝากอัตโนมัติ					
การมีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ เช่น อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง(KTB Online)/โทรเลขแบงก์กิ้ง (1551)					
การมี Call Center ในการให้บริการ เช่น สอบถามข้อมูลผลิตภัณฑ์และข้อมูลอื่นๆ การอายัดบัตรเอทีเอ็มหรือสมุดบัญชีเมื่อสูญหาย					
การมีการจัดตกแต่งสถานที่ให้ดูทันสมัย และเป็นสัดส่วนในการให้บริการ					
การมีการจัดวางอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องฝาก/ถอนเงิน/ปรับสมุดเงินฝากอัตโนมัติที่สะดวกต่อการให้บริการ					
ประเด็น	ระดับความคิดเห็น				
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
	5	4	3	2	1
3.ด้านพนักงาน					
พนักงานมีการแต่งกายที่ทันสมัย แสดงให้เห็นถึงความคล่องแคล่วใน					

การให้บริการ					
พนักงานมีการแต่งกายที่สะอาดสุภาพ และเรียบร้อย					
พนักงานมีความกระตือรือร้น และมีความใส่ใจในการให้บริการ					
พนักงานมีความรอบรู้ในทุกผลิตภัณฑ์ สามารถชี้แจงและอธิบายบริการให้ทราบได้อย่างเข้าใจ					
พนักงานสามารถชี้แจง แนะนำ หรือให้ข้อมูลที่ลูกค้าสอบถามได้อย่างชัดเจน					
พนักงานสามารถให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง เชื่อถือได้					
4.ด้านบริการ มีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก สะดวกและรวดเร็ว					
การมีบริการที่รวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้า					
ประเด็น	ระดับความคิดเห็น				
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
	5	4	3	2	1

มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ					
กระบวนการบริการที่ได้รับถูกต้องครบถ้วน และน่าเชื่อถือ					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะที่คิดว่าควรมีการปรับปรุงเพื่อให้ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี มีคุณภาพการให้บริการที่ดีต่อลูกค้าของธนาคารต่อไป

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



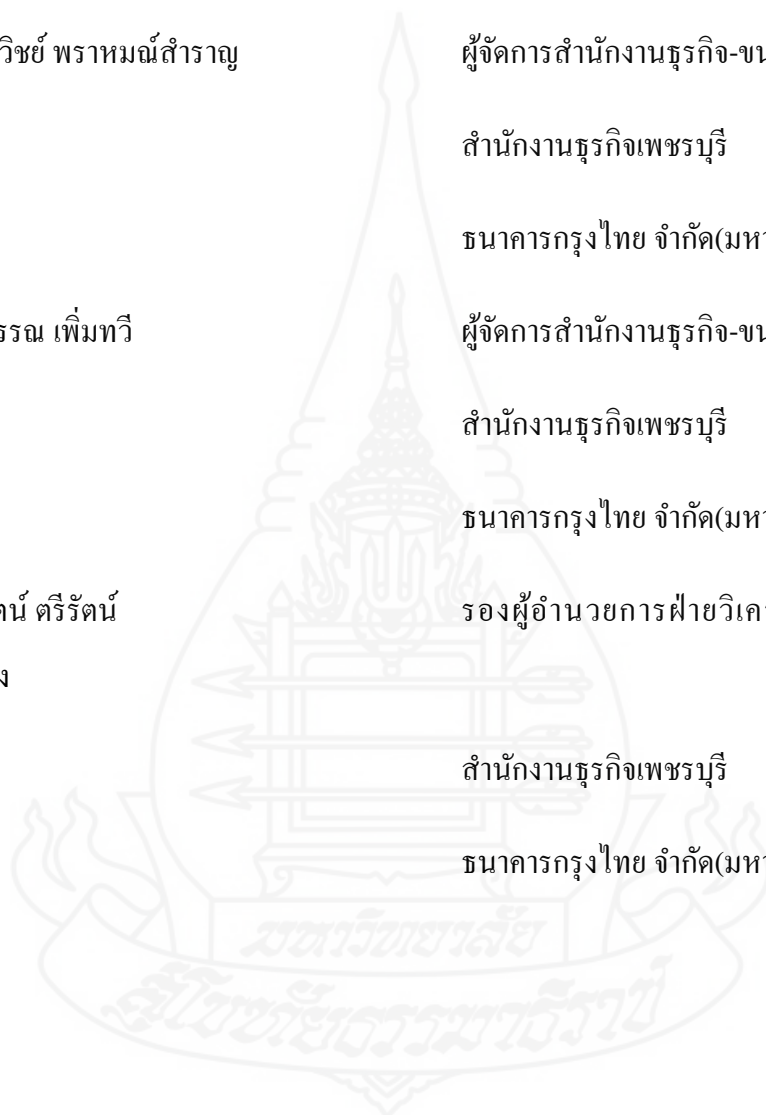


ภาคผนวก

ข ราชานามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบตาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1.คุณภาณุวิชัย พรหมณ์สำราญ	ผู้จัดการสำนักงานธุรกิจ-ขนาดกลาง สำนักงานธุรกิจเพชรบุรี ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)
2.คุณศตวรรษณ เพิ่มทวี	ผู้จัดการสำนักงานธุรกิจ-ขนาดย่อม สำนักงานธุรกิจเพชรบุรี ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)
3.คุณศิริรัตน์ ตีร์รัตน์ ขนาดกลาง	รองผู้อำนวยการฝ่ายวิเคราะห์สินเชื่อธุรกิจ สำนักงานธุรกิจเพชรบุรี ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)



ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นายอภิรักษ์ จงใจรักษ์
วัน เดือน ปีเกิด	3 ธันวาคม 2505
สถานที่เกิด	อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี
ประวัติการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบัญชี) มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ.2530
สถานที่ทำงาน	ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ศูนย์ประเมินราคาหลักทรัพย์เพชรบุรี อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี
ตำแหน่ง	ผู้จัดการศูนย์ประเมินราคาหลักทรัพย์

