

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
 สาขาย่อยคลองตำหรุ ศึกษากรณี : พนักงานในนิคมอุตสาหกรรม
 อมตะนคร

ผู้ศึกษา นางสาวรัตนา กฤตยาวัฒน์ **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ยุทธนา ธรรมเจริญ **ปีการศึกษา** 2546

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนครที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ จำนวน 375 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นมีความเชื่อมั่น 0.95 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS/PC สถิติที่ใช้ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไคสแควร์

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ และระยะเวลาที่ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อย คลองตำหรุ

คำสำคัญ ความพึงพอใจ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อย คลองตำหรุ

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้ด้วยตนเองครั้งนี้ สำเร็จได้ด้วยความสามารถเป็นอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ยุทธนา ธรรมเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษาที่กรุณาให้ความรู้ความเข้าใจในการศึกษาด้วยตนเอง พร้อมให้คำแนะนำปรึกษาที่เป็นประโยชน์อย่างมากทำให้การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ผู้ศึกษาใคร่ขอขอบพระคุณบุคคลในครอบครัว เพื่อนนิสิตปริญญาโท สาขา วิทยาการจัดการ แขนงบริหารธุรกิจรุ่นที่ 1 และรุ่นที่ 2 ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ค้ำค้ำ และให้กำลังใจ มาโดยตลอด ทำให้การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

หากการศึกษานี้มีข้อผิดพลาดหรือบกพร่องประการใด ผู้ศึกษาขออภัยมา ณ โอกาสนี้

รัตนา กฤตยาวัฒน์

ตุลาคม 2546

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
สมมติฐานการวิจัย.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	5
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	5
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับงานบริการ.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้รับบริการ.....	15
ทฤษฎีความคาดหวัง.....	16
ทฤษฎีความไม่สอดคล้อง.....	17
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	24
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	24
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	26
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	29
ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ.....	31
ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ.....	35
ตอนที่ 4 สรุปที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จากกลุ่มตัวอย่าง.....	38
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	44
สรุปการวิจัย.....	44
อภิปรายผล.....	45
ข้อเสนอแนะ.....	46
บรรณานุกรม.....	48
ภาคผนวก.....	52
ก แบบสอบถาม.....	53
ข ประวัติธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน).....	58
ประวัติผู้วิจัย.....	76

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	29
ตารางที่ 4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ ด้านสถานที่.....	31
ตารางที่ 4.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ ด้านพนักงาน.....	32
ตารางที่ 4.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ ด้านบริการของธนาคาร.....	33
ตารางที่ 4.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ ด้านระบบงานและเทคโนโลยี.....	34
ตารางที่ 4.6 ความคิดเห็นโดยรวมในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ.....	34
ตารางที่ 4.7 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ.....	35
ตารางที่ 4.8 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ.....	36
ตารางที่ 4.9 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ.....	36
ตารางที่ 4.10 ความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งงานกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ.....	37
ตารางที่ 4.11 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ.....	37
ตารางที่ 4.12 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ใช้บริการกับระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ.....	38

ณ

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 การทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด.....	11
ภาพที่ 2.2 องค์ประกอบที่มีผลต่อความคาดหวังของลูกค้า.....	16

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของธนาคารพาณิชย์ในอันที่จะพยายามชิงส่วนครองตลาดมาเป็นของตน ธนาคารพาณิชย์จึงได้มีการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดโดยได้ให้ความสำคัญและพยายามที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า เนื่องจากลูกค้านับเป็นหัวใจของการดำเนินธุรกิจ ดังจะเห็นได้จากข้อเสนอต่าง ๆ ที่จะมอบให้กับลูกค้า ของธนาคารพาณิชย์ทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อชิงส่วนครองตลาด ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเกิดจากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจตั้งแต่ปี 2540 ก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจในวงกว้าง โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจ เนื่องจากประเทศไทยอยู่ในระบ่วงการพัฒนาประเทศ องค์กรธุรกิจมีการลงทุนสูง และเงินทุนส่วนหนึ่งก็ได้มาจากต่างประเทศ เมื่อเกิดวิกฤติเศรษฐกิจและมีการลดค่าเงินบาททำให้องค์กรธุรกิจจำนวนมาก ต้องแบกรับภาระหนี้เพิ่มขึ้นที่เกิดจากการปรับลดค่าเงินบาท และต้องพยายามประคับประคองธุรกิจและทำทุกวิถีทางเพื่อความอยู่รอดขององค์กร แม้กระทั่งการปลดพนักงาน ซึ่งทำให้ลดค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ของธุรกิจลงได้ และพนักงานจำนวนมากต้องตกงานขาดรายได้ หรือบางรายก็มีรายได้ลดลง จึงเป็นเหตุให้ทั้งส่วนบุคคลและ องค์กรธุรกิจโดยทั่วไปต้องระมัดระวังในการใช้จ่าย หรือการดำเนินการด้านการเงินต้องให้เกิดประโยชน์สูงสุด

จากสถานการณ์เดียวกันนี้เองที่ทำให้ธนาคารพาณิชย์หลายแห่งต้องถูกปิด และหลายแห่งต้องถูกควมรวมจากการเข้ามาลงทุนของสถาบันการเงินต่างประเทศเพื่อความอยู่รอด อาทิเช่น ธนาคารเอเชีย ธนาคารยูโอบีร็ดนสิน ธนาคารดีบีเอสไทยท努 และธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์นครธน ซึ่งสถาบันการเงินต่างประเทศมีความได้เปรียบทางด้านเงินทุน และนวัตกรรมทางการเงิน รูปแบบใหม่ทำให้ธนาคารพาณิชย์นั้น ๆ เพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน จึงเป็นสาเหตุสำคัญทำให้การแข่งขันของธนาคารพาณิชย์ที่ความรุนแรงขึ้นเป็นลำดับ

ดังนั้น ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จึงได้มีการปรับกลยุทธ์ เพื่อสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยได้ทำการศึกษาพฤติกรรมลูกค้าของธนาคารและพบว่าลูกค้ามีความต้องการแตกต่างกัน จึงแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

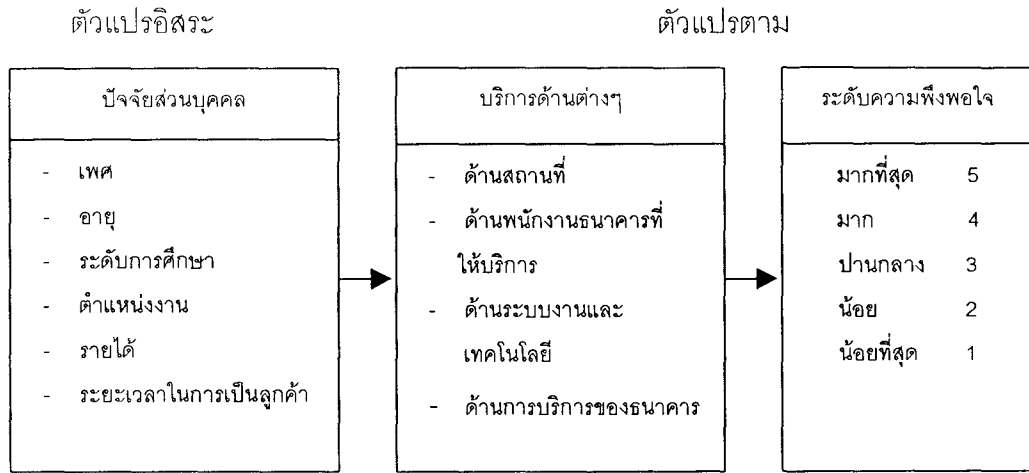
1. ลูกค้าธุรกิจขนาดใหญ่
2. ลูกค้าธุรกิจขนาดกลาง
3. ลูกค้าธุรกิจรายปลีก
4. ลูกค้ารายบุคคล

พร้อมกันนั้นธนาคารได้ปรับองค์การให้มีความสอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าทั้ง 4 กลุ่ม เพื่อที่จะสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีสายงาน 4 กลุ่ม เป็น ผู้บริหารช่องทางการขายและการบริการ มีหน้าที่ในเรื่องของการตลาดเป็นหลัก โดยการปรับ องค์การดังกล่าวข้างต้น ธนาคาร ฯ ได้ลงทุนจำนวนมากในการปรับทั้งในด้านสถานที่ ระบบงาน เทคโนโลยีและพนักงาน เพื่อให้มีความพร้อมในการสนองความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ จากสภาวะการแข่งขันและนโยบายในการปรับกลยุทธ์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ทั้งระบบ ทำให้ผู้ศึกษาในฐานะผู้รับผิดชอบในการสนองนโยบายและผลประกอบการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ สนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพฯ ในส่วนที่เป็นพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร เนื่องจากพื้นที่ประกอบการของสาขาดังอยู่ในเขตนิคมอมตะนคร ซึ่งผลการศึกษาค้างนี้จะเป็นข้อมูลสำหรับ ปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ อันจะนำไปสู่การให้บริการลูกค้าโดยสมบูรณ์แบบและมีประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดจนเป็นข้อมูล ที่นำไปใช้กับสาขาอื่นของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์โดยรวม

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 2.1 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ
- 2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ

3. กรอบแนวคิดการวิจัย



4. สมมุติฐานการวิจัย

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ

5. ขอบเขตการวิจัย

5.1 ขอบเขตด้านประชากรในที่นี้ คือ ผู้ใช้บริการกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ ที่เป็นพนักงานอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร

5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ ที่เป็นพนักงานอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร

5.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

5.3.1 ตัวแปรอิสระ - ปัจจัยส่วนบุคคล

5.3.2 ตัวแปรตาม ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้ให้บริการ หมายถึง พนักงานบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร
 ธนาคาร หมายถึง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ
 พนักงานธนาคาร หมายถึง เจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

สาขาย่อยคลองตำหรุ

บริการ หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดของธนาคารที่นำเสนอเพื่อตอบสนอง
 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในการศึกษาครั้งนี้ ได้แบ่งบริการออกเป็น

6.1 รูปแบบบริการ

- 6.1.1 บริการด้านเงินฝาก
- 6.1.2 บริการด้านสินเชื่อ
- 6.1.3 บริการอิเล็กทรอนิกส์
- 6.1.4 บริการด้านชำระเงินและการรับชำระเงิน
- 6.1.5 บริการช่วยส่งเสริมธุรกิจ
- 6.1.6 บริการอื่น ๆ

6.2 คุณภาพบริการ หมายถึง ระดับความพึงพอใจที่ผู้ใช้บริการมีต่อผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพอารมณ์ ความรู้สึก ซึ่งจัดว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้น
 ภายในจิตใจของแต่ละคนที่เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จะ
 เกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 7.1 เพื่อปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการให้บริการของพนักงาน
- 7.2 เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการของธนาคาร
- 7.3 เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาด

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวโน้มการแข่งขันการด้านการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ มีแนวโน้มสูงขึ้นทำให้ผู้บริหารตระหนักถึงความสำคัญของการตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากขึ้น ลูกค้านี้จะเป็นบุคคลสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้ ดังนั้นการดำเนินการด้านการให้บริการจึงมีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจโดยเฉพาะในสภาพปัจจุบันมีหลายธุรกิจมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงตลอดจนการตื่นตัวของลูกค้าต่อสิทธิของตนเอง ทำให้ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญต่อความรู้สึกอันไหวของลูกค้ายที่มีต่อธุรกิจ ซึ่งลูกค้าจะเป็นผู้กำหนดคุณภาพของบริการด้วยตนเอง โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ลูกค้ามีทางเลือกในการตัดสินใจซื้อบริการมากกว่าในอดีต ดังนั้นลูกค้าจะมีความสำคัญต่อองค์กรมากขึ้น องค์กรนอกจากจะนำเสนอบริการเพื่อสนองความพึงพอใจของลูกค้าแล้วองค์กรต้องทำให้เหนือคู่แข่งด้วย ดังนั้นในการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาซอยคลองตำหรุ ที่อยู่ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องซึ่งมีสาระสำคัญที่พอสรุปเป็นหัวข้อได้ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
2. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค
3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. แนวคิดเกี่ยวกับงานบริการ
5. ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)
6. ทฤษฎีความไม่สอดคล้อง (Discrepancy Theory)
7. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) (ยุทธนา 2544 : 188) หมายถึงกิจกรรมและกระบวนการตัดสินใจของบุคคลที่จะประเมินผลและให้ได้มาซึ่งการใช้สินค้าและบริการ พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิริยาระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมภายนอก

องค์ประกอบ 2 ประการใหญ่ๆของสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ได้แก่ กลุ่มบุคคลในสังคมและหน่วยธุรกิจ ปฏิกริยาดังกล่าวอาจเกิดขึ้นโดยตรงหรือโดยอ้อมก็ได้เกิดโดยตรงได้แก่ การโฆษณา หรือเกิดโดยอ้อม ได้แก่ การที่ผู้ร่วมงานของผู้บริโภคแนะนำสินค้าให้แก่ผู้บริโภค ในทางกลับกันผู้บริโภคเองก็มีอิทธิพลต่อกลุ่มและหน่วยธุรกิจ เช่นการที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าน้อยเกินไป หน่วยธุรกิจจำเป็นต้องปรับปรุงสินค้าและบริการเสียใหม่ นอกจากนี้สภาพการแข่งขัน ก็มีอิทธิพลทำให้หน่วยธุรกิจมีอิทธิพลระหว่างกันเองด้วย

ในฐานะผู้ซื้ออาจกล่าวได้ว่าเป้าหมายของการซื้อสินค้าของผู้บริโภคก็คือ การได้รับความพอใจในสินค้าที่ซื้อมา ผู้บริโภคจำเป็นต้องกำหนดรูปแบบการตัดสินใจให้ได้ว่าจะซื้อดีไหม (Whether) ถ้าซื้อซื้ออะไร (What) ซื้อเมื่อไหร่ (When) ซื้อที่ไหน (Where) และซื้ออย่างไร (How to purchase) เป็นต้น

2. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค (Major Factors Influencing Buying Behavior) ประกอบด้วย (Philip kotler, 1997 : 172)

2.1 **วัฒนธรรม** ซึ่งเป็นพื้นฐานของพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่

ค่านิยม ความชอบ เชื้อชาติ ศาสนา สภาพภูมิศาสตร์ และชนชั้นทางสังคม

2.2 **สังคม** ประกอบด้วยกลุ่มสังคม ครอบครัว บทบาท และสถานภาพทางสังคม

2.3 **ปัจจัยส่วนบุคคล** ได้แก่ ช่วงอายุ อาชีพ รายได้ การใช้จ่าย แบบแผนของการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวคิด

2.4 **จิตวิทยา** ได้แก่ แรงจูงใจ มุมมอง การเรียนรู้ ความเชื่อ และทัศนคติ

3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้ ดังนี้

คำว่า พอใจ ตามคำจำกัดความของพจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน (2525 : 577) หมายถึง สมใจ ชอบใจ เหมาะ

วรูม (Vroom, 1964 : 99) กล่าวว่า ทศนคติ และความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถ ใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้ หมายถึง ผลที่ได้จากที่บุคคลไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทศนคติ ด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทศนคติด้านลบ แสดงให้เห็นสภาพ ความพึงพอใจนั่นเอง

เดวิส (Davis, 1967 : 81) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจว่า เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับบุคคล เมื่อความต้องการพื้นฐานทั้งร่างกาย และจิตใจได้รับการตอบสนอง พฤติกรรมเกี่ยวกับความ พึงพอใจของมนุษย์ เป็นความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียด หรือความกระวนกระวาย หรือ ภาวะไม่สมดุลย์ในร่างกาย เมื่อสามารถขจัดสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวออกไปได้ มนุษย์ย่อมจะได้รับ ความพึงพอใจในสิ่งที่ต้องการ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) ตามคำจำกัดความของพจนานุกรมทางด้านจิตวิทยา (1968 : 437) หมายถึง ความรู้สึกของผู้ที่มารับบริการต่อสถานบริการตามประสบการณ์ที่ได้รับ จากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานนั้น ๆ

วอลแมน (Wolman, 1973 : 283) กล่าวว่า ความพอใจ ตามคำจำกัดความของ พจนานุกรมทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ หมายถึง เป็นสภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความอึดอเมใจเมื่อความต้องการหรือแรงจูงใจของตนได้รับการตอบสนอง

กู๊ด (Good, 1973 : 320) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง สภาพ หรือระดับความพึงพอใจที่เป็นผลมาจากความสนใจ และทศนคติของบุคคล

เชลลี (Shelly, 1975) ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่าความ พึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวก และความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก เป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนั้นเป็นความ รู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ และ ความสุขนี้สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทาง บวกอื่น ๆ

ความรู้สึกทางบวก ความรู้สึกทางลบ และความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับ ซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดย ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์มักได้แก่ ทรัพยากร (Resources) หรือ สิ่งเร้า (Stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจ คือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใด เป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

ความพึงพอใจ (ศิริวรรณ และคณะ 2542 : 728) ความหมายทางด้านการตลาด คือ ความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้าเป้าหมาย ในขณะที่ความหมายทางด้านพฤติกรรมเป็นกระบวนการแสวงหาทางเลือกที่สามารถยอมรับได้มากกว่าที่จะเป็นทางเลือกที่เหมาะสม

ความพึงพอใจ (คอตเลอร์ 2540 : 48-49 อ้างถึงใน พันธวิภา ตนะกุล 2545 : 6) คือระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจ (Product's Perceived performance) กับความคาดหวังของบุคคล ดังนั้นระดับความพึงพอใจจึงเป็นฟังก์ชันของความแตกต่างระหว่างการทำงาน (ผล) ที่มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived performance) และความคาดหวัง (Expectation) ระดับความพึงพอใจสามารถแบ่งได้อย่างกว้าง ๆ เป็น 3 ระดับและลูกค้ารายหนึ่งอาจมีประสบการณ์อย่างหนึ่งอย่างใด ใน 3 ระดับนี้ กล่าวคือ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ไม่ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความไม่พอใจ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความพอใจ แต่ถ้าเกินความคาดหวัง ลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้นไปอีก

การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (ชินจิตต์ 2544 : 89-91 อ้างถึงใน พันธวิภา ตนะกุล 2545 : 7-9) ในสภาพแวดล้อมในตลาดที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง บริษัทต้องนำเสนอ ในสิ่งที่ เกินความพอใจ หรือนำเสนอคุณค่าแก่ลูกค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง จึงจะสามารถอยู่รอดได้ในธุรกิจ ดังนั้นบริษัทต้องการความสัมพันธ์กับลูกค้าในระดับที่ลึกซึ้งหรือในระดับที่เหนือชั้นจากเดิม พฤติกรรมของลูกค้าที่เป็นสัญญาณแห่งความพอใจของลูกค้าเหล่านี้ ได้แก่

1. ลูกค้าที่พอใจ จะภักดีในบริษัท และ/หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นระยะเวลาที่ยาวนานขึ้น ลูกค้าใหม่ที่เข้ารายการสะสมแต้มคะแนนจากการซื้อสินค้าเพราะสนใจในของรางวัลอาจจะรู้สึกพอใจในสินค้าหรือบริการของบริษัท และเป็นลูกค้าต่อเนื่องในระยะเวลาหนึ่ง หลังจากแคมเปญสะสมแต้มคะแนนดังกล่าวสิ้นสุดลงแล้วก็ไม่ได้

2. ลูกค้าที่พอใจจะซื้อสินค้าหรือบริการจากบริษัทเพิ่มขึ้นทั้งที่เป็นสินค้าในสายผลิตภัณฑ์เดิมที่เคยซื้อและสินค้าในสายผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของบริษัททำให้บริษัทมีโอกาสเสนอขายสินค้าข้ามสายผลิตภัณฑ์ออกไปมากขึ้น (Cross Selling) แก่ลูกค้าในกลุ่มนี้ได้ตลอดจนในอนาคตเมื่อ บริษัทขยายสายผลิตภัณฑ์หรือขยายตราสินค้าที่มีอยู่ไปใช้กับสินค้าอื่นใกล้เคียงกัน

หรือใช้ประกอบกัน เช่น จากอุปกรณ์กอล์ฟไปสู่อเสื้อผ้า เครื่องแต่งการสำหรับนักกอล์ฟ ก็มีแนวโน้มว่าลูกค้ากลุ่มนี้จะให้ความสนใจ และอาจทดลองซื้อ เมื่อส่วนประสมการตลาดโดยรวมของสินค้าใหม่ดังกล่าวตรงกับความต้องการของลูกค้า

3. ลูกค้าที่พอใจจะพูดชื่นชมสินค้าหรือบริการของบริษัทตลอดจนชื่อเสียงของบริษัทให้ลูกค้าและลูกค้าคาดหวังรายอื่น ๆ บางรายจะออกมาปกป้องชื่อเสียงของบริษัทจากการโจมตีของคู่แข่ง และพยายามแสดงออกด้วยการยื่นหยัดที่จะซื้อสินค้าและบริการของบริษัทตลอดไป

4. ลูกค้าที่พอใจจะให้ความสนใจกับตราสินค้าและแคมเปญการสื่อสารการตลาดของคู่แข่งน้อยมาก เมื่อสินค้าของบริษัทหมดไปจากชั้นวางขายสินค้าในร้านค้าที่เคยซื้อ ลูกค้าเหล่านี้จะแสวงหาทางออกด้วยการไปซื้อสินค้าจากร้านค้าหรือช่องทางกาจัดจำหน่ายอื่นที่มีอยู่ของบริษัทถ้าไม่มีจริง ๆ ก็จะรอคอยอยู่เป็นระยะเวลาหนึ่งเกิด “ส่วนทุนตราสินค้า” (Brand Equity) กับสินค้าของบริษัท นอกจากนี้ในยามที่บริษัทต้องปรับราคาขายสินค้าของบริษัทและแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงเหตุผลที่ต้องปรับราคาสินค้าแล้ว ระยะเวลาแรกลูกค้าอาจหาทางออกด้วยการหันไปทดลองซื้อสินค้าของคู่แข่ง แต่เมื่อเวลาผ่านไป ลูกค้าเหล่านั้นจะกลับมาซื้อสินค้าของบริษัทอีกเมื่อพบว่าสินค้าคู่แข่งสร้างความพอใจให้ตนเองได้น้อยกว่าสินค้าของบริษัท

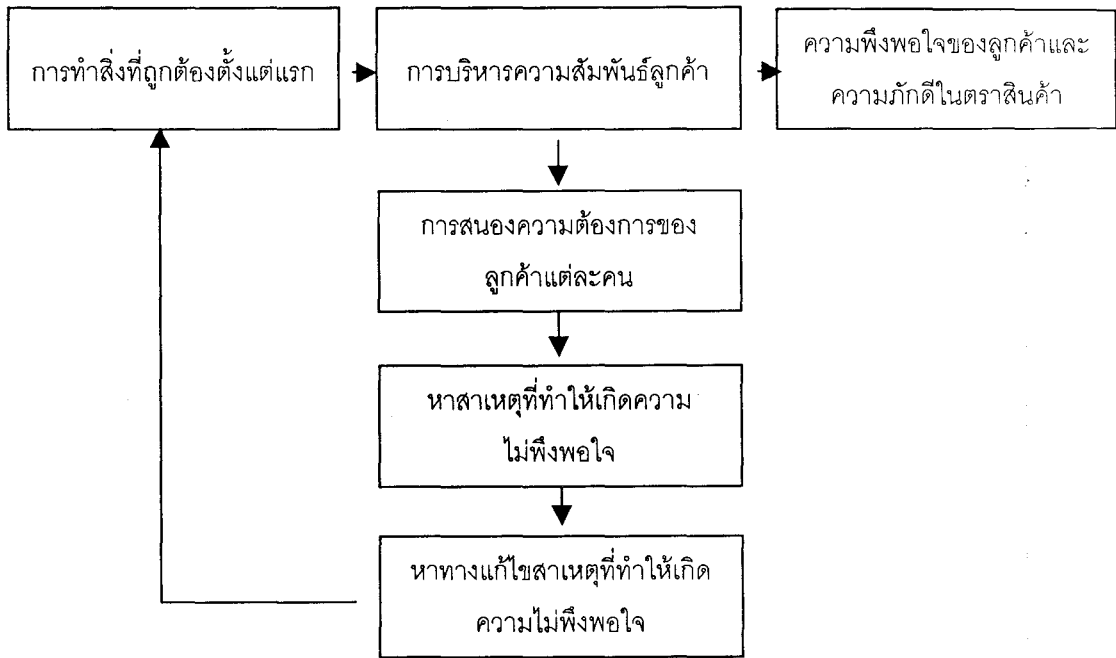
5. ลูกค้าที่พอใจมักให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัท เพื่อให้นำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงสินค้าหรือการบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดีขึ้นในการเสนอขายสินค้าหรือบริการระหว่างธุรกิจด้วยกัน (B-2-B) โรงงานผู้ผลิตกระป๋องน้ำอัดลมต้องปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตและเคลือบกระป๋องเพื่อให้สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าผู้ผลิตน้ำอัดลมที่ต้องการใช้แพ็คเกจจิ้งสื่อสารและสร้างความจดจำแก่ลูกค้าผู้บริโภคหลายครั้ง เรามักจะพบว่าลูกค้าเป็นผู้เริ่มต้นนำสิ่งประดิษฐ์คิดค้นใหม่ (Innovation) หรือวิทยาการใหม่ ๆ เข้าสู่กระบวนการผลิตและการดำเนินงานของบริษัทผลิตที่ทำหน้าที่เป็น “ซัพพลายเออร์” ให้กับลูกค้า นอกจากนี้ในการเสนอขายสินค้าหรือบริการให้กับตลาดผู้บริโภคโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่บริษัทเลือกใช้ช่องทางการขายตรงให้กับผู้บริโภค ทำให้บริษัทสามารถติดตามตรวจสอบความพอใจของลูกค้าบริโภคได้อย่างใกล้ชิด ฝ่ายลูกค้าเองก็สามารถให้ข้อเสนอแนะนำติชมแก่บริษัท ได้โดยตรง ซึ่งข้อเสนอแนะหรือคำติชมเหล่านี้เป็นสื่อที่มีค่าอย่างยิ่งต่อบริษัท

6. การเสนอขายสินค้าหรือการให้บริการลูกค้าที่พอใจย่อมมีต้นทุนที่ต่ำกว่าการเสนอขายสินค้าหรือการให้บริการกับกลุ่มลูกค้าใหม่ เนื่องจากการเสนอขายหรือการให้บริการจะมีลักษณะเป็นขั้นตอนที่ซ้ำ ๆ ประมาณการต้นทุนและรายรับที่จะเกิดขึ้นสามารถทำได้ค่อนข้าง

เปิดรับต่อข่าวสารที่อยู่แล้ว ทำให้ไม่มีต้นทุนการสื่อสารที่เกินจำเป็นเหมือนกับการเสนอขายหรือการให้บริการกับกลุ่มลูกค้าใหม่

Anton Jon ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวเชื่อมระหว่างความสำเร็จระยะสั้น และการเจริญเติบโตของธุรกิจในระยะยาว ความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้าสามารถสรุปได้ดังนี้ (นพพร พลายนวงษ์ 2544 :15-7 อ้างถึง Anton Jon, 1986 : 23-38)

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเครื่องมือทางกลยุทธ์ที่สำคัญในการเพิ่มส่วนครองตลาดและผลกำไร
 2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นนโยบายสำคัญของผู้บริหารระดับสูง
 3. ความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวข้องกับทุกส่วนในองค์กร
 4. ความพึงพอใจของลูกค้าสามารถวัดได้ และสืบรู้ได้
 5. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นแนวทางในการจัดโครงสร้างองค์กรพื้นฐาน
- ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสภาวะทางจิตใจของลูกค้าที่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ หรือมากกว่าในด้านความจำเป็น ความต้องการ และความคาดหวังในตัวสินค้าหรือบริการซึ่งส่งผลให้เกิดการซื้อซ้ำ และความภักดีในตราสินค้า สามารถแบ่งลูกค้าออกเป็น 3 กลุ่มตามระดับความพึงพอใจ คือ กลุ่มลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ กลุ่มลูกค้าที่พึงพอใจ และกลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจมาก จากการวิจัยของแอนตัน และเดอรัรอยเตอร์ในปี 1992 พบว่าพฤติกรรมการตอบสนองต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งสามกลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยกลุ่มลูกค้าที่ไม่พึงพอใจจะมีการต่อว่าและพูดถึงบริษัทในทางที่ไม่ดี กลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจจะมีพฤติกรรมในการซื้อซ้ำ และกลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจมากจะมีการบอกต่อถึงความดีเด่นของสินค้าหรือบริการนั้น (ภาพที่ 2.1)



ภาพที่ 2.1 การทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ที่มา : นพพร พลายวงษ์ “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนบริการลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ 2544

4. แนวคิดเกี่ยวกับงานบริการ

การให้บริการ อาจกล่าวได้ว่า เป็นหน้าที่สำคัญในการบริหารงานภาครัฐ โดยเฉพาะในลักษณะงานที่ต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับประชาชนหรือลูกค้าโดยตรง โดยหน่วยงาน และ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีหน้าที่ในการส่งต่อบริการ (deliver of service) ให้แก่ ผู้รับบริการ ซึ่งมี นักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับ “การให้บริการ” ที่จะขอนำมากล่าว ได้แก่

ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler, 1933 : 477) ได้ให้นิยามของการบริการว่า “เป็นกิจกรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) ถูกนำเสนอให้ฝ่ายหนึ่งกับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยมีได้มีการเป็นเจ้าของและกิจกรรมดังกล่าวอาจถูกเสนอพร้อมกับสินค้าที่จับต้องได้”

คริสเตียน กรุนรูส (Christian Gronroos, 1990 : 27) กล่าวว่า “การบริการคือ กิจกรรมหรือชุดของกิจกรรม ซึ่งอาจอยู่ในสภาพที่มีตัวตนหรือไม่มีก็ตาม เกิดขึ้นที่ขณะผู้ให้

บริการมีการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า หรือผู้ให้บริการมีการปฏิสัมพันธ์กับระบบของการบริการซึ่งจัดเตรียมไว้เพื่อแก้ปัญหาหรือความต้องการของลูกค้า"

นอกจากนี้ กรุนรูส (Gronroos) ยังกล่าวเพิ่มเติมว่า คุณภาพของการบริการที่ผู้ให้บริการมอบให้กับผู้รับบริการ อาจแบ่งได้เป็น 2 ส่วน (Two Basic Quality Dimensions) ได้แก่

1. ให้บริการอะไร (What-Functional Quality of the Process)
2. ให้บริการอย่างไร (How-Technical of the Outcome)

การที่ลูกค้าจะสามารถรับรู้ได้ว่า คุณภาพของบริการดีหรือไม่นั้น เป็นผลมาจากคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวังไว้ (Expected Quality) ตรงกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการ (Experienced Quality) เกิดเป็นภาพรวมของงานบริการที่มีคุณภาพ (Total Perceived Service Quality) ซึ่งสามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้โดยอาศัยหลัก 6 ประการดังนี้

1. การเป็นมืออาชีพ และการมีทักษะของผู้ให้บริการ (Professionalism and Skill) ลูกค้าสามารถรับรู้จากการที่ผู้ให้บริการมีความรู้ และทักษะในการบริการสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีแบบแผน

2. ทักษะและพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (Attitude and Behavior) ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็นมิตรและช่วยแก้ปัญหาในทันที

3. การเข้าพบง่าย และมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ (Accessibility and Flexibility) ลูกค้าจะตัดสินใจจากสถานที่ตั้งของสำนักงาน และเวลาที่ให้บริการของพนักงานและระบบการบริการที่จัดเตรียมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่

4. ความไว้วางใจและความเชื่อถือได้ (Reliability and Trustworthiness) ลูกค้าสามารถรับรู้ได้จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หลังจากการที่ผู้ให้บริการปฏิบัติได้ตามที่ได้ตกลงกันไว้

5. การแก้ไขสถานการณ์ให้กลับสู่สภาพปกติ (Recover) เมื่อใดก็ตามที่เกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดคิดไว้ล่วงหน้า หรือเหตุการณ์ที่ผิดไปจากปกติและผู้ให้บริการสามารถแก้ไขสถานการณ์นั้น ๆ ได้ทัน่วงทีที่กอบกู้สถานการณ์กลับสู่ภาวะปกติด้วยวิธีการที่เหมาะสม

6. ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือ (Reputation and Credibility) ลูกค้าจะเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ให้บริการจากการที่ผู้ให้บริการดำเนินกิจการด้วยดีโดยตลอด

การบริการ (दनय 2543 : 11) หมายถึง การให้ทั้งรูปธรรมและนามธรรม ในเชิงความสะดวกรวดเร็ว ถูกต้อง และด้วยอัธยาศัยเป็นพื้นฐาน ซึ่งจะสามารถพิจารณาการให้ได้ใน 3 ลักษณะ คือ

1. ให้อย่างเต็มใจ
2. ให้อย่างใจจริง
3. ให้อย่างดี

เฮสเกต (Heskett) (1986 & 1987) กล่าวว่า "ลักษณะที่เห็นได้ของการบริการ (Service Vision) เป็นตัวชี้ให้เห็นแนวโน้มการบริการภายในขอบเขตของหน้าที่ทางการบริการ"

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2542 : 6-8) ได้ให้ความหมายของการบริการคือ "พฤติกรรมกิจกรรม การกระทำ ที่บุคคลหนึ่งทำให้อีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการอันนั้น" หรือ "บริการคือสิ่งที่จับ สัมผัส แต่ต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้น และจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้น ๆ ได้โดยทันที หรือในเวลาเกือบทันทีทันทีที่มีการให้บริการนั้น"

การบริการ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า "Service" ซึ่งหากจะนำตัวอักษรแต่ละตัวมาแยกเป็นคำใหม่ ๆ จะพบคำที่มีความหมายดี ๆ จำนวนหนึ่ง ซึ่งเป็นลักษณะ 7 ประการของ ผู้ให้บริการที่ดี ดังนี้

S = Smiling & Sympathy คือ ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้รับบริการ

E = Early Response คือ ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้รับบริการอย่างรวดเร็วทันใจโดยมิเอ่ยปากเรียกหา

R = Respectful คือ แสดงออกถึงความนับถือ ให้เกียรติลูกค้า

V = Voluntaries Manner คือ ลักษณะการให้บริการแบบสมัครใจและเต็มใจ มิใช่ทำแบบเสียมิได้

I = Image Enhancing คือ เป็นการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการและเสริมสร้างภาพพจน์ขององค์กรด้วย

C = Courtesy คือ กิริยาอาการอ่อนโยน สุภาพ และมีมารยาทดี อ่อนน้อมถ่อมตน

E = Enthusiasm คือ มีความกระตือรือร้นกระฉับกระเฉง และความกระตือรือร้นอยู่เสมอ ในขณะที่ให้บริการ จะให้บริการมากกว่าที่คาดหวังเสมอ

กองฝึกอบรมพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัทการบินไทย ได้ให้คำจำกัดความของงานบริการ (ศิลปการบริการ 1990) ว่า "เป็นลักษณะของงานสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ที่มี

เงื่อนไขของการให้ในนามธรรม ในเชิงความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และด้วยอัธยาศัยเป็นพื้นฐาน"

สมาคมการตลาดอเมริกัน (สุมนา อยู่โพธิ์ 2525 : 7) ได้ให้ความหมายว่า "บริการ หมายถึง ประโยชน์หรือความพอใจที่ได้เสนอไว้เพื่อขายหรือจัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า"

กล่าวโดยสรุป บริการจึงเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตนเป็นเรื่องของความพอใจ เป็นนามธรรม จับต้องไม่ได้ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากสินค้าที่เป็นรูปธรรม ตามแนวคิดทางด้านการบริการ (The Service Concept) ลักษณะที่ผู้ให้บริการมีความตั้งใจกระทำ หรือปฏิบัติให้ลูกค้าในเขตที่แน่นอนและทำอย่างไรให้ประสบความสำเร็จนั้นคือทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดตามความคาดหวังหรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้า

ลักษณะของการบริการ (Characteristics of Services) ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2534 : 143) ได้กล่าวถึงลักษณะที่สำคัญของการบริการไว้ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ลูกค้าไม่อาจชิม เห็น รู้สึก ได้ยิน หรือดมการบริการได้ก่อนซื้อ ไม่ต้องคำนึงถึงการแจกจ่ายตัวสินค้า ไม่ต้องควบคุมสินค้าคงคลัง ดังนั้นปัญหาของการให้บริการก็อยู่ที่กิจกรรมการส่งเสริมของการตลาด บริการจะต้องพยายามชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่รับจากการบริการมากกว่าตัวการบริการ รวมถึงการบอกต่อในคุณภาพของงานบริการที่ผู้ใช้แล้วเกิดความพึงพอใจจนสามารถบอกต่อไปยังคนใกล้ชิด

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคขณะเดียวกันแยกไม่ได้ เกิดข้อจำกัดด้านเวลา โดยกลยุทธ์การให้บริการคือการกำหนดมาตรฐานด้านเวลาการให้รวดเร็ว

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหน อย่างไร ทำให้เกิดการพยากรณ์คุณภาพของการบริการก่อนซื้อเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว การบริหารกิจการต้องมุ่งสนใจที่ขั้นการวางแผนผลิตภัณฑ์ (Product Planning) ของโปรแกรมทางการตลาด นั่นคือกิจการจะต้องสร้างความเชื่อมั่นและชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักกับลูกค้าให้ได้ว่าสามารถบริการได้ดี

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการมีไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า จึงทำให้บริหารต้องพยายามเอาชนะในการวางแผน การตั้งราคา และการส่งเสริมการบริการ

5. แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้รับบริการ

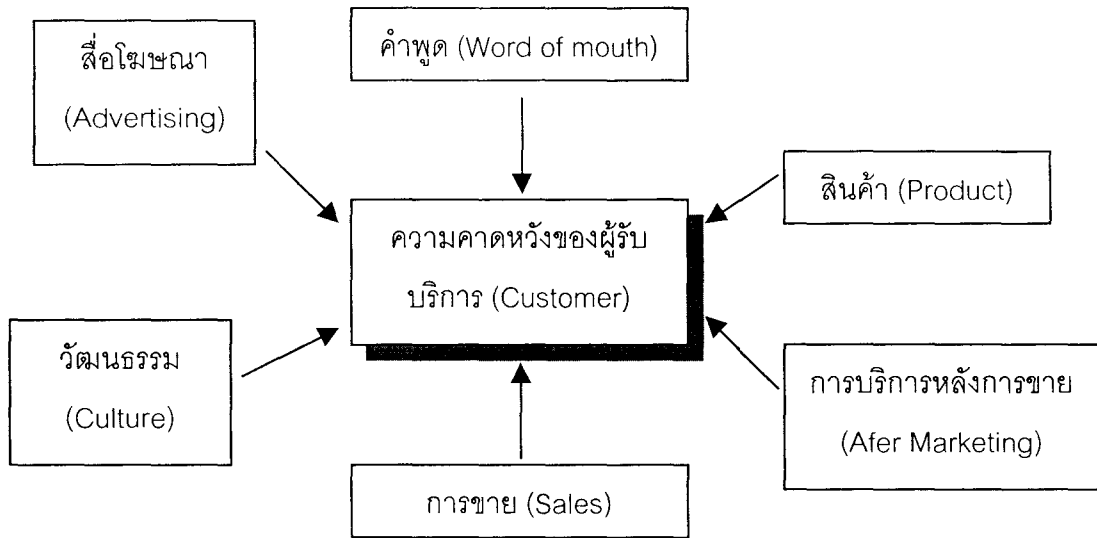
มีนักวิชาการหลายท่านที่ให้ความเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้รับบริการ
หลายท่าน ผู้วิจัยได้นำมากล่าว ได้แก่

อัลเฟรด ซาเครทส์ (Alfred Sachets, 1972) นักสังคมวิทยาได้เสนอแนวทฤษฎี
เชิงโครงสร้าง (Structure Approach) ว่า "พฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรม
ที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ" เนื่องจากก่อนที่มนุษย์จะลงมือทำสิ่งใดจะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่า
นี่คือสิ่งที่ตนต้องการจะทำ

มาร์ติน คริสโตเฟอร์, เอเดรียน เพล็ม และ เดวิด บาเลนไทน์ (Martin Christopher,
Adrian Payme and David Ballantyme, 1995 : 21-22) ได้กล่าวว่า มีหลายเหตุผลว่าทำไม
ทุก ๆ งานทางการตลาด นักขาย นักบริการ ควรจะสนใจการทำการตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ
เพราะลูกค้าที่มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น คาดหวังความสัมพันธ์ที่เพิ่มขึ้นจากบริษัทดังนี้

1. เมื่อลูกค้าต้องการบริการ เขาก็คาดหวังว่าจะได้รับบริการที่ตอบกลับจากบริษัท
ที่จะเป็นประโยชน์ต่อเขา และตรงกับสิ่งที่เขาต้องการ
2. ถ้าลูกค้าต้องการสินค้าหรือบริการ เขาก็คาดหวังจะได้ข่าวสารในสิ่งที่เขา
ต้องการมากพอที่จะให้เห็นข้อมูลในการเลือกสินค้าหรือบริการที่ดีที่สุด
3. ถ้าลูกค้าติดต่อกับพนักงานคนใด แม้ไม่ใช่คนเดิมที่เคยติดต่อ เขาก็คาดหวังว่า
จะได้รับการช่วยเหลืออย่างดีเหมือนทุกคน
4. ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับการดูแลจากบริษัทอันที่มิตรไม่ใช่ลักษณะของการ
ทำธุรกิจ
5. ถ้าเขามีปัญหามากมายเกิดขึ้น เขาคาดหวังว่าความสัมพันธ์ที่ผ่านมาจะทำให้
บริษัทแก้ไขปัญหาของเขาได้
6. ลูกค้าที่มีความจงรักภักดีอยู่แล้ว คาดหวังว่าจะมีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัท
มากกว่าลูกค้าที่ไม่มีความจงรักภักดี

วีวา, เทอร์รี่ จี (Vavra, Terr G., 1992 : 139-142) ได้กล่าวถึงความคาดหวังของ
ผู้บริโภคเอาไว้ว่าเพราะความสัมพันธ์ของคุณภาพกับความคาดหวังของลูกค้าจากสินค้า และ
บริการเป็นสิ่งจำเป็นที่จะสร้างความเข้าใจว่าลูกค้าควรจะมี ความคาดหวังอย่างไร ถ้าเขาเกิด
มีปัญหากับสินค้าและบริการนั้นๆซึ่งความคาดหวังนั้นมาจากองค์ประกอบที่มีผลต่อความคาด
หวังของลูกค้าดังนี้



ภาพที่ 2.2 องค์ประกอบที่มีผลต่อความคาดหวังของลูกค้า

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539 : 21) กล่าวถึงความคาดหวังของลูกค้าว่า เกิดจาก

1. ชื่อเสียงของบริษัท ภาพพจน์ คำร่ำลือ
2. ตัวพนักงานผู้ให้บริการ
3. ตัวสินค้าหรือบริการ
4. ราคาของบริการนั้น
5. สภาพการณ์แวดล้อมในขณะนั้น
6. มาตรฐานคุณภาพของลูกค้าคนนั้นเอง
7. ข้อมูล / ข่าวลือ / คู่แข่ง

6. ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)

สำหรับทฤษฎีความคาดหวังนั้น อธิบายความพอใจในแง่ที่ว่า ลูกค้าจะเกิดความพอใจก็ต่อเมื่อเขาประเมินแล้วว่า การบริการนั้น ๆ จะนำผลตอบแทนมาให้ ซึ่งลูกค้าได้มีการตัดสินใจล่วงหน้าแล้วว่าคุณค่าของการบริการจากสิ่งที่ลูกค้าได้รับ (ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความกระตือรือร้น ในการบริการ การให้คำปรึกษาแนะนำที่ดี ความสะดวกรวดเร็วในการบริการ เครื่องมือบริการที่ทันสมัย ความมีชื่อเสียงของสถาบันที่ให้บริการ) เป็นเช่นไร ลูกค้าจึงเลือก เอาจการบริการที่น่าเอาผลลัพท์เหล่านี้มาให้ และในขั้นสุดท้ายเมื่อมีการประเมินการเปรียบเทียบผลลัพท์ต่าง ๆ ลูกค้าจะมีความรู้สึกถึงพอใจที่เกิดขึ้น (McCormick & Daniel Lgen

R, 1965 : 369 อ้างถึงใน วัลดา บินชาเวิน 2543 : 18) ซึ่งทัศนะของแนวคิดนี้สอดคล้องกับกับวรูม (Vroom, 1964) ว่าอยู่ที่ผล (Outcomes) ความปรารถนาที่รุนแรง (Violence) และความคาดหวัง (Expectancy) ทฤษฎีความคาดหวังจะคาดคะเนว่าโดยทั่ว ๆ ไป ลูกค้ายแต่ละคนจะแสดง พฤติกรรมก็ต่อเมื่อเขามองเห็นโอกาส ความน่าจะเป็นไปได้ (Probability) ก่อนข้างต้นว่า หากความพึงพอใจของเขาเกิดจากการให้บริการที่มีคุณภาพ เขาจะใช้บริการนั้นตลอด เพราะเป็นผลลัพธ์ (Outcomes) ที่เขาปรารถนา

7. ทฤษฎีความไม่สอดคล้อง (Discrepancy Theory)

ตามทฤษฎีความไม่สอดคล้องนี้ ล็อค (Lock, 1969) นั้นมองว่าความพอใจต่อการให้บริการ หรือความไม่พอใจต่อการให้บริการด้านใดด้านหนึ่ง ขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้าได้รับกับสิ่งที่ลูกค้าปรารถนา ซึ่งสิ่งที่ลูกค้าได้รับนั้นคือ ระดับต่ำสุดที่สามารถตอบสนองความต้องการของเขา ลูกค้าจะเกิดความไม่พอใจต่อการให้บริการ ต่อเมื่อผลลัพธ์ที่ได้จากการให้บริการหรือผลตอบแทนน้อยกว่าที่ต้องการ และถ้าปริมาณความแตกต่างนี้มีมากขึ้น ความไม่พอใจก็มากขึ้นตามลำดับ

8. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัญชลี เหล่าธิติพงษ์ (2524 : หน้าบทคัดย่อ) ศึกษาความคิดเห็นต่อผู้ให้บริการต่อการบริการของศูนย์บริการสาธารณสุข ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพอใจในการบริการของศูนย์บริการสาธารณสุข ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รู้จักศูนย์บริการสาธารณสุข เนื่องจากศูนย์อยู่ใกล้บ้าน จึงสะดวก ประหยัดเวลา อีกทั้งค่าบริการไม่แพง ส่วนความคิดเห็นต่อการปฏิบัติงานของ แพทย์พยาบาล และเจ้าหน้าที่ที่มนุษยธรรมให้คำแนะนำ และอธิบายข้อสงสัยให้ทราบเสมอ นอกจากนี้การวิจัยดังกล่าวยังเป็นการศึกษาความเห็นในด้านการให้บริการอย่างกว้าง ๆ เพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่ซับซ้อนสำหรับผู้สนใจต่อไปในอนาคต ซึ่งจะเห็นได้จากการศึกษาความเห็นเกี่ยวกับการแก้ไขบริการของศูนย์บริการสาธารณสุข ปรากฏว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เห็นว่า การบริการที่มีอยู่แล้วในขณะนี้เหมาะสมดีอยู่แล้ว ซึ่งอาจจะเป็นผู้ให้บริการพอใจกับการบริการที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าบริการที่เสียในราคาถูก หรืออาจเป็นเพราะระดับการศึกษาที่ค่อนข้างต่ำ ทำให้ผู้ให้บริการ

ไม่กล้าออกความคิดเห็น ยิ่งไปกว่านั้น นิสัยคนไทยมักจะเป็นคนที่เกรงใจผู้อื่น เมื่อได้รับการที่สะดวกพอสมควร จึงพอใจผลที่ได้รับเท่าที่ฝ่ายบริการจะเสนอมาให้

วัลลภา ชายหาด (2532) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณสุข ด้านการรักษาความสะอาดของกรุงเทพมหานคร ได้มีการกำหนดสมมติฐาน 4 ข้อ คือ

1. ปัจจัยด้านภูมิหลังทางสังคม และเศรษฐกิจของประชาชน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

2. ปัจจัยด้านลักษณะทางสถานที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

3. ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของ กทม. มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

4. ปัจจัยด้านทัศนคติของประชาชนที่มีต่อ พลตรีจำลอง ศรีเมือง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

ในส่วนเป็นการวัดตัวแปรตามเป็นการวัดความพึงพอใจใน 4 มิติ คือ

1.1 การเก็บขยะมูลฝอยจากอาคารบ้านเรือน

1.2 การกวาดถนน ตรอก ซอย โดยแรงงานคน

1.3 การตั้งถังรองรับขยะมูลฝอย

1.4 การรักษาความสะอาด

ผลการศึกษาพบว่าเฉพาะอายุ และลักษณะของเขต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในมิติแรก ลักษณะของเขต และความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของ กทม. มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในมิติที่สอง และอายุระดับการศึกษา และลักษณะของเขต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในมิติที่สี่

สันติ วิริยะรังสฤษฎ์ และเสริมศักดิ์ ศุภรวรรณ (2534 : 188 -192) ได้ทำการศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. เหตุผลที่ผู้เลือกใช้บริการธนาคารบ่อยที่สุด เนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้บ้าน สะดวกในการติดต่อ เหตุผลรองลงมา คือ การจ่ายเงินเดือนผ่านธนาคาร และพนักงานธนาคารให้บริการดีธนาคารมีหลายสาขาสะดวกต่อการใช้บริการ และมีเครื่องบริการเงินด่วน A.T.M

2. การใช้บริการส่วนใหญ่ ผู้ใช้บริการนิยมใช้บริการทางด้านเงินฝาก รองลงมา คือ ด้านสินเชื่อ และด้านต่างประเทศ

3. ธนาคารที่ผู้ใช้บริการชอบมากที่สุด 5 อันดับ คือ

- 3.1 ธนาคารกรุงเทพ
- 3.2 ธนาคารกสิกรไทย
- 3.3 ธนาคารไทยพาณิชย์
- 3.4 ธนาคารออมสินและธนาคารทหารไทย
- 3.5 ธนาคารกรุงไทย

อัจฉนา ไทบุญ (2534 : หน้าบทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการงานทะเบียนราษฎร สำนักงานทะเบียนอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ประชาชนผู้มารับบริการมีความพึงพอใจในการให้บริการงานทุกด้าน โดยเฉพาะในระดับปานกลาง และเมื่อแยกพิจารณาตามคุณลักษณะของประชาชนด้านภูมิหลัง (เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา) และด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการให้บริการงานทะเบียนราษฎร พบว่า คุณลักษณะด้านภูมิหลังของประชาชนที่มารับบริการ มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และคุณลักษณะของประชาชนด้านความรู้ ความเข้าใจมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ทั้งโดยส่วนรวม และรายได้แตกต่างกันออกไป

สุทธิ ปันมา (2535 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขากาฬสินธุ์ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับปานกลางทั้งด้านภาพรวม ด้านพนักงาน และการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน ส่วนความพึงพอใจด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการอยู่ในระดับปานกลางและเมื่อแยกพิจารณาคุณลักษณะของลูกค้าด้านการประกอบอาชีพ พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการที่แตกต่างกันในด้านภาพรวม การให้บริการด้านพนักงาน และการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ

จากการรายงานการวิจัยของ ศรีสมบัติ พรประสิทธิ์ (บทคัดย่อ 2536 : 337 - 339) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านค้าชนบท รพช. จังหวัดอุดรธานี พบว่า ระดับความพอใจของผู้มาใช้บริการของร้านค้า รพช. โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในด้านราคาสินค้ามากที่สุด รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการให้บริการ และกิจกรรมด้านการส่งเสริมการขาย เพศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวม และความพึงพอใจด้านกิจกรรมการส่งเสริมการขาย อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการให้บริการรายได้ของครอบครัว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวม การมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของร้านค้าชนบท รพช. มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวม และความพึงพอใจเฉพาะด้าน

ทุกด้าน ยกเว้นด้านราคา และการมีบทบาทและตำแหน่งในกลุ่มร้านค้าชนบท รพช. มีความสัมพันธ์กับความพอใจในด้านการให้บริการ

พฤทธิสิทธิ์ บุญทน (2536) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อความให้บริการอย่างมีคุณภาพของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาชุมพวง จังหวัด นครราชสีมา พบว่าระดับความพึงพอใจของลูกค้า ภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ลูกค้ามีความพึงพอใจด้าน สถานที่มากที่สุด รองลงมาด้านพนักงาน และการบริการ ภูมิหลังของลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการในระดับที่มีนัยสำคัญทางสถิติ .001 ได้แก่ อายุ การศึกษา และอาชีพ ทั้งนี้ลูกค้าที่มีอายุมากจะมีความพึงพอใจด้านสถานที่มากกว่าลูกค้าที่มีอายุน้อย ลูกค้า ที่มีการศึกษาสูงจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการน้อยกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาต่ำ และลูกค้าที่มีอาชีพเกษตรกร ค้าขาย จะมีความพึงพอใจต่อการบริการสูงกว่าลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ และอื่น ๆ ส่วนเรื่อง เพศ รายได้ ระยะเวลาในการใช้บริการ และ ประเภทบริการที่ใช้ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

อนุรักษ์ มหาวีรวัฒน์ (2537 : หน้าบทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า และของพนักงานธนาคารกสิกรไทย ในเขต 33 พบว่า ในภาพรวมลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย ในเขต 33 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารอยู่ในระดับมาก โดยไม่พบความแตกต่างในความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มอาชีพต่าง ๆ ตัวแปรด้านความพึงพอใจของลูกค้า แต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน และมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจกับภาพรวมในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 พนักงานของธนาคารกสิกรไทย ในเขต 33 มีความ พึงพอใจในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มผู้ปฏิบัติจะมีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่ม ผู้บริหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีตัวแปรด้านความพึงพอใจของพนักงาน แต่ละด้านมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน และความสัมพันธ์กับความพึงพอใจกับภาพรวมในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

บมจ. ธนาคารกสิกรไทย (2538) ได้ทำการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต่อ บริการของสาขา ภายหลังจากการรื้อปรับระบบ (Reengineering) ในการดำเนินงานนั้น ได้เริ่ม ดำเนินการสำรวจตั้งแต่ 1 ธันวาคม 2538 ถึง 20 ธันวาคม 2538 ซึ่งการสำรวจทำการโดย สัมภาษณ์ ลูกค้าที่มาใช้บริการภายในสาขา จำนวนทั้งสิ้น 450 คน แบ่งเป็น ลูกค้าในด้าน cash service general banking service และ personal banking service ด้านละ 150 คน โดยทำการสุ่มลูกค้าจากสาขาที่ทำการ reengineering อย่างน้อย 3 เดือน ทั้งสิ้น 15 สาขา ผล จากการสำรวจพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่รู้สึกพอใจ และพอใจมากต่อการให้บริการของสาขา มี เพียงส่วนน้อยมากที่ไม่พอใจต่อการให้บริการ (1% ถึง 5%) เมื่อนำภาพรวมของความพึงพอใจ

(service satisfaction) และภาพรวมของการปฏิบัติงาน (service performance) มาวิเคราะห์ เพื่อพิจารณาความเป็นเลิศทางบริการ (service excellence) แล้วพบว่า ลูกค้ายู่อู้สึกว่าธนาคาร กสิกรไทยมี service excellence อยู่ในระดับปานกลาง (56% - 59%)

สำหรับเหตุผลที่เลือกใช้ธนาคารกสิกรไทย คือ สาขาตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย 51% มีการให้บริการดี 51% สาขาอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน 48% สาขาที่มีจำนวนมาก 44% และมีชื่อเสียง ดี 29%

เรื่องที่ธนาคารควรดำเนินการปรับปรุงให้มีมาตรฐานเดียวกันทุกสาขา และควร กระทำให้เป็นประจำสม่ำเสมอ คือ สถานที่จอดรถ และเก้าอี้สำหรับนั่งรอที่ควรมีให้เพียงพอ นอกจากนี้ควรมียามรักษาความปลอดภัย พนักงานที่คอยแนะนำลูกค้า และพนักงานที่คอยให้ บริการลูกค้าในจุดต่าง ๆ ตลอดเวลาที่สาขาเปิดให้บริการ

นฤมน สุวงศ์บุตร (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าร้านขาย ยาต่อระบบบริการ บริษัทผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย จำกัด เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของ ลูกค้าร้านขายยา และปัจจัยพื้นฐานทางด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยของกิจการมีผลกับ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อระบบการบริการด้านต่าง ๆ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าร้านขายยาในกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อระบบการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก และปัจจัยพื้นฐานทางด้านประชากรศาสตร์และปัจจัย ของกิจการที่แตกต่างไม่มีผลกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อระบบการบริการด้านต่าง ๆ ที่ระดับนัย สำคัญ 0.05

กษาปณ์ อมาตยกุล (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า บริการและเงินฝากออมทรัพย์เอเชียซีเคียวของธนาคารเอเชีย สาขาอิมพีเรียล (ลาดพร้าว 81) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการเงินฝากของธนาคาร ระดับความ พึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์เงินฝากออมทรัพย์เอเชียซีเคียว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความ พึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์เงินฝากออมทรัพย์เอเชียซีเคียว ซึ่งใช้สุ่มตัวอย่างแบบง่าย ผลการศึกษา พบว่า

1) ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อบริการของธนาคารเอเชียอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 54.8) และไม่ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เงินฝากออมทรัพย์เอเชียซีเคียวในระดับสูง (ร้อยละ 63.9)

2) ลูกค้าที่มีอายุ ระดับการศึกษา ต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการของธนาคาร แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยทางด้านเพศ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ ไม่มีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการของธนาคาร

3) ลูกค้ำที่มีปัจจัยทางสังคมศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เงินฝากออมทรัพย์เอเซียซีเคียวไม่แตกต่างกัน

นพพร พลายนวงษ์ (2544 : บทคัดย่อ) การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนบริการลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนบริการลูกค้าและเพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในบริการ การศึกษาเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ผลการศึกษาศึกษาพบว่า อายุ อาชีพ รายได้ และระยะเวลาในการเป็นลูกค้า ไม่ใช่ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในบริการ ส่วนเพศ และระดับการศึกษาเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในบริการที่มีต่อส่วนบริการลูกค้า

มานพ สว่าง (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านธุรกิจส่วนบุคคลของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) หลังรื้อปรับระบบ : ธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) สาขาแกลง เพื่อศึกษาความพึงพอใจของการใช้บริการด้านธุรกิจส่วนบุคคลของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) หลังรื้อปรับระบบ โดยศึกษาเชิงสำรวจ ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการธุรกิจส่วนบุคคล ส่วนมากมีความพึงพอใจในระดับมาก ร้อยละ 75.0 โดยมีความพึงพอใจในแต่ละด้าน คือ ด้านการจัดสภาพแวดล้อมภายนอกอาคารมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ร้อยละ 56.7 ด้านการจัดสภาพแวดล้อมภายในอาคาร มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ร้อยละ 70.8 ด้านการจัดเตรียมแบบฟอร์มและอุปกรณ์มีความพึงพอใจระดับมาก ร้อยละ 55.8 และด้านการให้บริการของพนักงานธนาคาร มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ร้อยละ 75.0

พันธิภา ตนะกุล (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร และเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา ในห้างสรรพสินค้าในเขตทม. 21 สาขา ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีระดับความพึงพอใจต่อบริการของธนาคาร อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจ พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้
บริการของธนาคาร

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อย คลองตำหรุ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานของบริษัทที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่อยู่ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จำนวนทั้งสิ้น 18 บริษัท ดังนี้

1. บริษัทสยามคาลโซนิค จำกัด
2. บริษัทอโตซีเอสเอ็นจีเนียร์ริง จำกัด
3. บริษัทนิสเซอิ จำกัด
4. บริษัทยูไนเต็ดคอยล์เซ็นเตอร์ จำกัด
5. บริษัทเอ็กเซตดี ฟริคชั่น แมททีเรียล จำกัด
6. บริษัทยูโรเซีย 1993 (ไทยแลนด์) จำกัด
7. บริษัทเวดต้าแพค จำกัด
8. บริษัทสยามฮิตาชิ จำกัด
9. บริษัทสยามดีเค เทคโนโลยี จำกัด
10. บริษัทซัมมิท ชูโกกุ เซอิร่า จำกัด
11. บริษัทเอส.เอ็น.ซี ชาวด์พู้ฟ จำกัด
12. บริษัทคาลโซนิคโปรดักซ์ จำกัด
13. บริษัทคอนเซอิ (ประเทศไทย) จำกัด
14. บริษัททีทีเอ็ม อินดรัสเตรียล จำกัด

15. บริษัทอาซาฮีสุมิบุรณโณลูมิเนียม จำกัด
16. บริษัทลอลไลท์ติ้งกลาส จำกัด
17. บริษัทโซนี่โมบาย อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด
18. บริษัทไทยนิปปอนเดนโซ จำกัด

ขนาดตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรที่ใช้ในการศึกษาจะได้รับการสุ่มตัวอย่างแบบ Stratified Random Sampling โดยขนาดตัวอย่างถูกกำหนดที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และให้ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% จะได้จำนวนตัวอย่าง

$$n = N$$

$$n = \frac{N}{1+N(0.05)^2}$$

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

E = ค่าความคลาดเคลื่อน

$$N = \frac{6,052}{1+6,052(0.05)^2} = 375 \text{ คน}$$

วิธีการเลือกตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างของพนักงาน จำนวน 375 คน จากจำนวนพนักงานทั้งสิ้น 6,052 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบ่งประชากรออกเป็นตามบริษัทและสุ่มออกมาได้ดังนี้

- | | |
|--|-------------------|
| 1. บริษัทสยามคาลโซนิค จำกัด | จำนวน 5 ตัวอย่าง |
| 2. บริษัทอโตซีเอสเอ็นจีเนียร์ จำกัด | จำนวน 6 ตัวอย่าง |
| 3. บริษัทนิสเซอิ จำกัด | จำนวน 14 ตัวอย่าง |
| 4. บริษัทยูไนเต็คคอปส์เซ็นเตอร์ จำกัด | จำนวน 15 ตัวอย่าง |
| 5. บริษัทเอ็กเซตดี ฟริคชั่น แมททีเรียล จำกัด | จำนวน 22 ตัวอย่าง |
| 6. บริษัทยูโรเซีย 1993 (ไทยแลนด์) จำกัด | จำนวน 15 ตัวอย่าง |
| 7. บริษัทเวดต้าแพค จำกัด | จำนวน 28 ตัวอย่าง |
| 8. บริษัทสยามฮิตาชิ จำกัด | จำนวน 8 ตัวอย่าง |
| 9. บริษัทสยามดีเค เทคโนโลยี จำกัด | จำนวน 23 ตัวอย่าง |
| 10. บริษัทซัมมิท ซูโกกุ เซอิว่า จำกัด | จำนวน 5 ตัวอย่าง |
| 11. บริษัทเอส.เอ็น.ซี ฮาร์ดแวร์ จำกัด | จำนวน 7 ตัวอย่าง |
| 12. บริษัทคาลโซนิคโปรดักส์ จำกัด | จำนวน 3 ตัวอย่าง |
| 13. บริษัทคอนเซอิ (ประเทศไทย) จำกัด | จำนวน 14 ตัวอย่าง |
| 14. บริษัททีทีเอ็ม อินดรัสเตรียล จำกัด | จำนวน 7 ตัวอย่าง |

15. บริษัทอาซาฮีสมบูรณอลูมิเนียม จำกัด	จำนวน 43 ตัวอย่าง
16. บริษัทลอไลท์ตั้งกลาส จำกัด	จำนวน 24 ตัวอย่าง
18. บริษัทโซนี่โมบาย อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด	จำนวน 74 ตัวอย่าง
18. บริษัทไทยนิปปอนเดนโซ จำกัด	จำนวน 69 ตัวอย่าง
รวม	375 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลที่เกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ และระยะเวลาในการเป็นลูกค้า จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ ในด้านสถานที่ ด้านพนักงานที่ให้บริการลูกค้า ด้านระบบงานและเทคโนโลยี และด้านบริการของธนาคาร จำนวน 20 ข้อ โดยแบ่งระดับความพึงพอใจตามลิเคิร์ต (Likert Scale) (อภิรักษ์ จันคะนี 2538 : 26 และพันธิภา ตนะกุล 2545 : 22) ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความพึงพอใจมากที่สุด	คะแนนเท่ากับ 5
ระดับความพึงพอใจมาก	คะแนนเท่ากับ 4
ระดับความพึงพอใจปานกลาง	คะแนนเท่ากับ 3
ระดับความพึงพอใจน้อย	คะแนนเท่ากับ 2
ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด	คะแนนเท่ากับ 1

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยการดำเนินการเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ทำขึ้นจัดส่งไปขอความอนุเคราะห์จากบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ที่ใช้บริการกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ตามจำนวนที่กำหนดไว้เพื่อให้พนักงานกรอกแบบสอบถาม
2. เมื่อถึงกำหนดระยะเวลาติดตามเก็บแบบสอบถามจากเจ้าหน้าที่บริษัท

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว จะนำข้อมูลมาดำเนินการดังต่อไปนี้

- 4.1 การตรวจสอบข้อมูล นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามในแต่ละชุด และคัดเลือกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
- 4.2 การลงรหัส นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบข้อมูลแล้วมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้
- 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistic Package for the Social Science) For WINDOWS โดยใช้ค่าทางสถิติเพื่อนำมาใช้ในการศึกษาดังนี้

4.1.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่ออธิบายลักษณะ

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ และระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคาร
 - 2) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยใช้ค่าสถิติเบื้องต้นในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- ระดับความพึงพอใจ หากจากการคำนวณหาอันตรภาคชั้นแบ่งระดับความพึงพอใจ ตามช่วงคะแนนจากสูตร (กานดา พูนลาภทวี, 2530 : 30)
- $$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนระดับ}$$
- $$= (5 - 1) / 3 = 1.33$$
- จากการคำนวณหาอันตรภาคชั้นแบ่งระดับความพึงพอใจ ตามช่วงคะแนนได้ดังนี้

ความพึงพอใจมาก	ค่าเฉลี่ย	3.67 – 5.00	คะแนน
ความพึงพอใจปานกลาง	ค่าเฉลี่ย	2.34 – 3.66	คะแนน
ความพึงพอใจน้อย	ค่าเฉลี่ย	1.00 – 2.33	คะแนน

4.1.2 **วิเคราะห์เชิงอนุมาน** (Inferential Analysis) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-Squares) ทดสอบความสัมพันธ์

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ ผู้ศึกษาขอเสนอผลการศึกษาดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ

ตอนที่ 4 สรุปที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จากกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลจากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 375 คน ปรากฏผลดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	151	40.3
	หญิง	224	59.7
	รวม	375	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	73	19.5
	25 – 35 ปี	220	58.7
	36 – 45 ปี	47	12.5
	46 – 55 ปี	35	9.3
	รวม	375	100.0
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	188	50.1
	ปริญญาตรี	180	48.0
	สูงกว่าปริญญาตรี	7	1.9
	รวม	375	100.0
ตำแหน่งงาน	ระดับปฏิบัติการ	264	70.4
	ผู้บริหารระดับกลาง	90	24.0
	ผู้บริหารระดับสูง	21	5.6
	รวม	375	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	16	4.3
	5,000 – 9,990 บาท	143	38.1
	10,000 – 29,990 บาท	156	41.5
	30,000 – 49,990 บาท	34	9.1
	50,000 – 100,000 บาท	25	6.7
	มากกว่า 100,000 บาท	1	0.3
	รวม	375	100.0
ระยะเวลาที่ใช้บริการ	น้อยกว่า 1 ปี	64	17.1
	1 – 2 ปี	85	22.7
	2 – 3 ปี	61	16.3
	3 – 4 ปี	41	10.9
	4 – 5 ปี	114	30.4
	ไม่ระบุ	10	2.7
	รวม	375	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 375 คน เป็นชายร้อยละ 40.3 และหญิงร้อยละ 59.7 ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 – 35 ปี ร้อยละ 58.7 มีระดับการศึกษา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 50.1 ตำแหน่งงานส่วนใหญ่อยู่ในระดับปฏิบัติการ (พนักงานทั่วไป, คนงาน) ร้อยละ 70.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 10,000 – 29,990 บาท ร้อยละ 41.5 และระยะเวลาที่ใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 4 – 5 ปี ร้อยละ 30.4

ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ

ผลการจากศึกษาความคิดเห็นระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ ในการบริการด้านสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการบริการของธนาคาร และด้านระบบงานและเทคโนโลยี ปรากฏผลดังตารางที่ 4.2 - 4.6

ตารางที่ 4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ ด้านสถานที่

บริการด้านสถานที่	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ	2.96	1.05	ปานกลาง
2. ความสะดวกในการจอดรถ	3.09	0.85	ปานกลาง
3. การจัดพื้นที่ทำการของธนาคาร	3.27	0.74	ปานกลาง
4. ขนาดพื้นที่ทำการของธนาคาร	3.28	0.74	ปานกลาง
5. ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความสะอาด และโอโง่งของสถานที่	3.35	0.81	ปานกลาง
6. ความเพียงพอของเอกสารและอุปกรณ์ ในการให้บริการ	3.16	0.80	ปานกลาง
รวม	3.19	0.56	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ มีความพึงพอใจด้านสถานที่โดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.19) อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ มีความพึงพอใจด้านสถานที่ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.66) ทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 ลำดับแรก คือ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยความสะดวก และโอโถงของสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.35) ขนาดพื้นที่ทำการของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.28) และการจัดพื้นที่ทำการของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.27)

แต่มีข้อสังเกตว่าค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ (มีค่า 1.05) ซึ่งแตกต่างจากข้ออื่น ๆ ทั้งนี้มีผลมาจากที่ตั้งของบริษัทฯ ที่ใช้บริการกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ มีระยะทางและเส้นทางที่สะดวกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ ด้านพนักงาน

บริการด้านพนักงาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. การแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย	3.57	0.65	ปานกลาง
2. มารยาทอภัยยศยไมตรีที่ดีในการให้บริการ	3.26	0.83	ปานกลาง
3. ความใส่ใจกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.09	0.87	ปานกลาง
4. ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.06	0.84	ปานกลาง
5. ความถูกต้องแม่นยำ	3.33	0.79	ปานกลาง
6. ความสามารถในการให้คำแนะนำปรึกษา และช่วยแก้ไขปัญหา	3.12	0.83	ปานกลาง
รวม	3.24	0.64	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ มีความพึงพอใจด้านพนักงานโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.24) อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ มีความพึงพอใจด้านพนักงาน อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.66) ทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 ลำดับแรก คือ การแต่งกาย สะอาด สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.57) ความถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.33) และมารยาท อธิยาศัยไมตรีที่ดีในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ตารางที่ 4.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ ด้านบริการของธนาคาร

บริการด้านบริการของธนาคาร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ประเภทของบริการมีความเพียงพอ	3.25	0.70	ปานกลาง
2. ขั้นตอนในการให้บริการมีความสะดวก	3.16	0.70	ปานกลาง
3. บริการที่ได้รับมีความถูกต้องครบถ้วน	3.27	0.72	ปานกลาง
4. มีบริการด้านข้อมูลข่าวสารเพียงพอ อัตราค่าธรรมเนียม อัตราดอกเบี้ย บริการใหม่	2.99	0.81	ปานกลาง
5. ค่าบริการ ค่าธรรมเนียมของธนาคาร มีความเหมาะสม	3.01	0.86	ปานกลาง
รวม	3.14	0.57	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ มีความพึงพอใจด้านบริการของธนาคารโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.14) อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ มีความพึงพอใจบริการของธนาคาร อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.66) ทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 ลำดับแรก คือ บริการที่ได้รับมีความถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.27) ประเภทของบริการมีความเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.25) และ ขั้นตอนในการให้บริการมีความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.16)

ตารางที่ 4.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
สาขาย่อยคลองตำหรุ ด้านระบบงานและเทคโนโลยี

บริการด้านระบบงานและเทคโนโลยี	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ความทันสมัยของเทคโนโลยี	3.37	0.68	ปานกลาง
2. ความถูกต้องรวดเร็วของระบบ	3.19	0.74	ปานกลาง
3. ความเพียงพอของอุปกรณ์ที่ให้บริการ	3.11	0.75	ปานกลาง
4. ชีตความสามารถของเทคโนโลยี	3.12	0.74	ปานกลาง
รวม	3.20	0.62	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ มีความพึงพอใจด้านระบบงานและเทคโนโลยีโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.20) อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ มีความพึงพอใจด้านระบบงานและเทคโนโลยี อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.66) ทุกข้อ ได้แก่ ความทันสมัยของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.37) ความถูกต้องรวดเร็วของระบบ (ค่าเฉลี่ย 3.19) ชีตความสามารถของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.12) และความเพียงพอของอุปกรณ์ที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ตารางที่ 4.6 ความคิดเห็นโดยรวมในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับความพึงใจของผู้ใช้บริการ
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ

การบริการของธนาคาร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ด้านสถานที่	3.19	0.56	ปานกลาง
2. ด้านพนักงาน	3.24	0.64	ปานกลาง
3. ด้านบริการของธนาคาร	3.20	0.62	ปานกลาง
4. ด้านระบบงานและเทคโนโลยี	3.14	0.57	ปานกลาง
รวม	3.18	0.51	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ มีความพึงพอใจในการบริการของธนาคารโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.18) อยู่ในระดับปานกลาง

พิจารณารายข้อ พบว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ มีความพึงพอใจในการบริการของธนาคารทุกด้าน อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.66) ทุกข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.24) ด้านบริการของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.20) ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.19) และด้านระบบงานและเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ

ผลจากการเปรียบเทียบส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ อมตะนคร ปรากฏผลดังตารางที่ 4.7 – 4.12

ตารางที่ 4.7 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ

เพศ	ระดับความพึงพอใจ (%)				χ^2	P-value
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม		
ชาย	7.3	64.7	28.0	100	13.7	0.000***
หญิง	6.4	71.4	22.3	100		df = 1

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.7 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคาร

ตารางที่ 4.8 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ

อายุ	ระดับความพึงพอใจ (%)				χ^2	P-value
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม		
ต่ำกว่า 25 ปี	8.3	61.1	30.6	100	234.7	0.000***
25 – 35 ปี	6.8	69.4	23.7	100		
36 – 45 ปี	2.2	66.7	31.1	100		
46 – 55 ปี	8.6	80.0	11.4	100		

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.8 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับความพึงพอใจ
ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ พบว่า อายุมีความ
สัมพันธ์กับระดับความ พึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคาร

ตารางที่ 4.9 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ

ระดับการศึกษา	ระดับความพึงพอใจ (%)				χ^2	P-value
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	7.5	65.6	26.9	100	167.3	0.000***
ปริญญาตรี	6.2	71.9	21.9	100		
สูงกว่าปริญญาตรี	0	57.1	42.9	100		

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.9 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความ
พึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ พบว่า ระดับการ
ศึกษามีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคาร

ตารางที่ 4.10 ความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งงานกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ

ตำแหน่งงาน	ระดับความพึงพอใจ (%)				χ^2	P-value
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม		
ระดับปฏิบัติการ	7.4	67.4	25.2	100	247.8	0.000***
ผู้บริหารระดับกลาง	4.4	66.7	28.9	100		
ผู้บริหารระดับสูง	9.5	90.5	0	100		Df = 2

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.10 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ พบว่า ตำแหน่งงานมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคาร

ตารางที่ 4.11 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระดับความพึงพอใจ (%)				χ^2	P-value
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	0	68.8	31.3	100	372.2	0.000***
5,000 – 9,990 บาท	6.4	70.9	22.7	100		
10,000 – 29,990 บาท	7.8	63.4	28.8	100		
30,000 – 49,990 บาท	5.9	67.6	26.5	100		
50,000 – 100,000 บาท	8.0	84.0	8.0	100		
มากกว่า 100,000 บาท	0	100.0	0	100		df = 5

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.11 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ พบว่า

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคาร

ตารางที่ 4.12 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ใช้บริการกับระดับความพึงพอใจ
ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ

ระยะเวลาที่ใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ (%)				χ^2	P-value
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม		
น้อยกว่า 1 ปี	4.7	70.3	25.0	100	42.1	0.000***
1 – 2 ปี	10.7	61.9	27.4	100		
2 – 3 ปี	1.6	73.8	24.6	100		
3 – 4 ปี	7.3	73.2	19.5	100		
4 – 5 ปี	8.1	69.4	22.5	100		df = 4

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.12 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ใช้บริการกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ พบว่าระยะเวลาที่ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคาร

ตอนที่ 4 สรุปที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจาก กลุ่มตัวอย่าง

ผลการจากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ลักษณะทั่วไปของปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นหญิงมากกว่าชาย มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 25 – 35 ปี การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการ (พนักงานทั่วไป, คนงาน) มีรายได้ 10,000 – 29,990 บาท และระยะเวลาที่ใช้บริการอยู่ในช่วง 4 – 5 ปี

จากกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ ที่มาใช้บริการของธนาคาร มีข้อสังเกตดังนี้

1. เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเนื่องจากในบริเวณที่ตั้งของธนาคารนั้นเป็นนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร สถานที่ทำงานมีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เพราะฉะนั้นผู้ใช้บริการของธนาคารส่วนใหญ่จึงเป็นเพศหญิงมากกว่า

2. อายุอยู่ในช่วง 25 – 35 ปี มีตำแหน่งเป็นพนักงานทั่วไป และมีรายได้ 10,000 – 29,990 บาท แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานและมีเวลาจำกัด ทำให้ผู้ใช้บริการสะดวกที่จะมาใช้บริการซึ่งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรม

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาอ้อยคองต๋ามรุ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาที่ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคาร ทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้บริการมีความหลากหลายและมีพื้นฐานที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจไม่เท่ากัน ซึ่ง สาขาจะปรับปรุงแบบการบริการให้สอดคล้องกับผู้ใช้บริการและภาวะการณ์ปัจจุบัน

1. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาอ้อยคองต๋ามรุ ให้ข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

2. ด้านสิ่งที่ท่านประทับใจ เรียงลำดับมากไปน้อย ดังนี้

2.1 การบริการของพนักงาน	จำนวน 16 คน
2.2 บริการดี ไหว รวดเร็ว	จำนวน 13 คน
2.3 ชุดของพนักงานสวยดี	จำนวน 11 คน
2.4 ความสะอาดของสถานที่	จำนวน 8 คน
2.5 การให้คำแนะนำของพนักงานธนาคาร	จำนวน 6 คน
2.6 จัดสถานที่เป็นระเบียบ	จำนวน 2 คน
2.7 อยู่ใกล้นิคม สะดวกต่อการเดินทาง	จำนวน 2 คน
2.8 สถานที่บริการด้านการจอดรถ	จำนวน 2 คน
2.9 เป็นสถานที่ไม่ค่อยแออัด	จำนวน 2 คน
2.10 ได้กรอกแบบสอบถามนี้	จำนวน 2 คน
2.11 ความมั่นคงของธนาคาร	จำนวน 1 คน

2.12 ขยายเวลาทำการในวันหยุด	จำนวน	1 คน
2.13 ประทับใจแม่บ้าน	จำนวน	1 คน
2.14 ความสามารถของเทคโนโลยี	จำนวน	1 คน
2.15 การให้บริการที่สะดวกสบายและทันสมัย	จำนวน	1 คน

3. ด้านสิ่งที่ท่านเห็นว่าสมควรปรับปรุง เรียงลำดับมากไปน้อย ดังนี้

3.1 ที่ตั้งของธนาคารต้องไปใกล้รถไกล		
เดินทางลำบาก	จำนวน	20 คน
3.2 การบริการของพนักงานควรยิ้มแย้มแจ่มใส		
ไม่ควรเสียงดังกับลูกค้า	จำนวน	13 คน
3.3 จำนวนพนักงานที่ให้บริการควรมีเพิ่ม	จำนวน	10 คน
3.4 ความเป็นระเบียบของบริเวณที่จอดรถควรกว้าง	จำนวน	10 คน
3.5 ความรวดเร็วในการทำงานของพนักงาน	จำนวน	9 คน
3.6 ย้ายสถานที่ไปอยู่ที่ทำการนิคมอมตะนคร	จำนวน	4 คน
3.7 อุปกรณ์เทคโนโลยีไม่ทันสมัยเหมือนสาขาอื่น	จำนวน	4 คน
3.8 กลิ่นของสถานที่ไม่ค่อยดีควรรักษาความสะอาด	จำนวน	3 คน
3.9 ควรให้ความรู้ความเข้าใจกับพนักงานที่โทรศัพท์เข้าไปถาม		
ความสงสัยมากกว่านี้ และควรพูดจาดี	จำนวน	3 คน
3.10 ควรเพิ่มจำนวนตู้ ATM และตรวจสอบเครื่อง		
เพราะเครื่องเสียมาก	จำนวน	3 คน
3.11 การบริการฝากถอนเงินให้มีการเท่าเทียมกัน		
ไม่ใช่ให้มีการแข่งคิวกัน	จำนวน	2 คน
3.12 ความผิดพลาดในการทำรายการต่าง ๆ	จำนวน	2 คน
3.13 สถานที่แคบพื้นที่จอดรถน้อย	จำนวน	2 คน
3.14 อัตราค่าบริการ โดยเฉพาะการถอน – ฝากต่างสาขาควรลด		
เพราะเป็นธนาคารเดียวกัน	จำนวน	2 คน
3.15 ควรให้ข่าวสารหรือขั้นตอนการปฏิบัติ		
ติดภายในธนาคารมากกว่านี้	จำนวน	1 คน

- 3.16 ค่าธรรมเนียมบัตร ATM ควรลดยอดค่าบริการรักษาบัตร และควรแนะนำลูกค้าแต่ละประเภทให้เหมาะสม ในการเลือกเปิด ATM แต่ละชนิด จำนวน 1 คน
- 3.17 ความรวดเร็วในการให้บริการเนื่องจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีเวลาน้อยอยู่แล้วเมื่อใช้บริการ (เวลาพักเที่ยง) จำนวน 1 คน
- 3.18 อยากให้มีโทรศัพท์มากกว่านี้ จำนวน 1 คน
- 3.19 พนักงานหน้าเคาเตอร์ไม่ค่อยอยากอัปเดตให้ ทั้งที่บอกว่าอัปเดตแล้วผ่านพุดจาแบบขอไปที่ จำนวน 1 คน
- 3.20 เก้าอี้สำหรับลูกค้าน้อยเกินไป จำนวน 1 คน
- 3.21 น่าจะมีการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จำนวน 1 คน
- 3.22 เขียนเอกสารมากเกินไป จำนวน 1 คน
- 3.23 ควรมีห้องน้ำให้ลูกค้าบ้าง จำนวน 1 คน
- 3.24 ภายในธนาคารควรมีแสงสว่างมากกว่านี้ จำนวน 1 คน
- 3.25 ควรออกมาติดต่อกับทางบริษัทมากกว่านี้ เพราะจะเกิดความสะดวกมากกว่า จำนวน 1 คน
- 3.26 อาคารดูแล้วไม่สะอาดตาสังเกตยาก ไม่เป็นที่ดึงดูด ความสนใจของผู้ที่จะใช้บริการ จำนวน 1 คน
- 3.27 ควรมีความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์มากกว่านี้ เพราะถ้าเครื่องติดขัดขึ้นมาต้องรอนาน จำนวน 1 คน

4. บริการและผลิตภัณฑ์ที่ท่านอยากให้ธนาคารเพิ่มเติม เรียงลำดับมากไปน้อย ดังนี้

- 4.1 อยากให้มีของที่ระลึกจากธนาคาร จำนวน 5 คน
- 4.2 เพิ่มจำนวนตู้ ATM ในนิคม จำนวน 4 คน
- 4.3 อัตราดอกเบี้ย จำนวน 3 คน
- 4.4 เพิ่มตู้ฝากเงินอัตโนมัติ จำนวน 3 คน
- 4.5 เพิ่มธนาคารเพราะต้องแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จำนวน 2 คน
- 4.6 บริการน้ำดื่มเย็น จำนวน 2 คน
- 4.7 เก้าอ้นั่งพักรอการบริการจากธนาคารควรดีกว่านี้ จำนวน 2 คน
- 4.8 รับฝากเงินนอกสถานที่ เช่น ที่ทำงานของบริษัทลูกค้า จำนวน 2 คน

4.9	เพิ่มเวลาทำการ	จำนวน	2 คน
4.10	เพิ่มพนักงาน	จำนวน	2 คน
4.11	เพิ่มจำนวนตู้ ATM อัจฉริยะอัตโนมัติหน้าธนาคาร	จำนวน	1 คน
4.12	เปิดเครดิตให้กับลูกค้าที่มีรายได้ต่ำ	จำนวน	1 คน
4.13	ทำบัตร ATM เสรีภายในวันเดียว	จำนวน	1 คน
4.14	ควรถัดระเบียบการให้บริการให้สะดวกและรวดเร็ว	จำนวน	1 คน
4.15	สินเชื่อสำหรับพนักงานบริษัท (ดอกเบี้ยถูก)	จำนวน	1 คน
4.16	ข่าวสารน้อย โต้ตอบเอกสารแคบและเล็ก	จำนวน	1 คน
4.17	เทคโนโลยีที่ทันสมัย	จำนวน	1 คน
4.18	บริการที่รวดเร็วและดูแลการต้อนรับ	จำนวน	1 คน
4.19	ลดค่าธรรมเนียมในการโอนเงินต่างสาขา	จำนวน	1 คน
4.20	ควรให้บริการในวันเสาร์- อาทิตย์	จำนวน	1 คน
4.21	ส่งเอกสารบางอย่างให้ทางไปรษณีย์เพื่อประหยัดเวลา ไม่ต้องเดินทางมาธนาคาร	จำนวน	1 คน
4.22	ย้ายที่ทำการมาอยู่ในชุมชนมากกว่า เพราะจะสะดวกในการให้บริการ	จำนวน	1 คน
4.23	เปิดห้องสุทให้ลูกค้าเวลานั่งรอให้บริการและมีกาแฟบริการ	จำนวน	1 คน
4.24	บัตรคิว	จำนวน	1 คน
4.25	ธนาคารเป็นสถาบันให้บริการ พนักงานควรยิ้มแย้มแจ่มใส	จำนวน	1 คน
4.26	พนักงานควรแนะนำกับลูกค้าที่มาใช้บริการ	จำนวน	1 คน

5. ด้านอื่น ๆ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

5.1	ย้ายทำเลที่ตั้งไปที่นิคมอมตะนคร	จำนวน	4 คน
5.2	เพิ่มเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์ให้ทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ยุคปัจจุบัน	จำนวน	2 คน
5.3	แล้วจะปรับปรุงใหม่ในกทม. ถ้าไม่มีการปรุงปรับใด ๆ หรือสรุปเสนอผู้บริหารก็อย่าออกแบบสำรวจดีกว่าจะ เปลืองกระดาษ	จำนวน	1 คน

5.4	พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส อธิยาศัยดีเอาใจใส่ลูกค้า	จำนวน 1 คน
5.5	ความรวดเร็วในการให้บริการ	จำนวน 1 คน
5.6	ควรบริการบริษัทลูกค้าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	จำนวน 1 คน
5.7	ผู้ปรับยอดสมุดในนิคมอมตะนคร	จำนวน 1 คน
5.8	การบริการด้าน ATM ควรปรับปรุงให้เบิกจ่ายไม่เพียงพอ กับความต้องการและมีปัญหามาก ๆ เวลาลิ้นเดือน	จำนวน 1 คน
5.9	มีรถรับส่งถึงบ้าน	จำนวน 1 คน

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ โดยสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ จำนวน 375 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไคสแควร์ ผลการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการบริการของธนาคาร และด้านระบบงานและเทคโนโลยี และเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการให้บริการของธนาคารให้มีประสิทธิภาพและเกิดผลดีต่อหน่วยงานยิ่งขึ้น

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1.1 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ

1.1.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ

1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ จำนวน 375 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคาร วิเคราะห์โดยใช้แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ วิเคราะห์โดยใช้ค่าไคสแควร์

1.3 ผลการวิจัย สามารถสรุปได้ดังนี้

1.3.1 ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 25 – 35 ปี การศึกษาดำรงปริญญาตรี มีตำแหน่งระดับปฏิบัติการ มีรายได้ 10,000 – 29,990 บาท และระยะเวลาที่ใช้บริการอยู่ในช่วง 4 – 5 ปี

1.3.2 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการบริการของธนาคาร และด้านระบบงานและเทคโนโลยี พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน

1.3.3 จากการศึกษา พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาที่ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผล ดังนี้

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ มีความพึงพอใจในบริการด้านต่าง ๆ โดยรวม ของธนาคารอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.18) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง เช่นเดียวกัน เรียงลำดับมากไปน้อย คือ ด้านพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.24) ด้านบริการของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.20) ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.19) และด้านระบบงานและเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.14) ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของนางสาวพันธิภา ตนะกุล (2545 : 37) ที่พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา : สาขาในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาใน

แต่ละด้าน ได้แก่ ด้านพนักงาน ด้านบริการของธนาคาร ด้านสถานที่ และด้านระบบงานและเทคโนโลยี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับพึงพอใจระดับปานกลางเช่นเดียวกัน และสอดคล้องกับสุทธิ ปันมา (2535 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขากาฬสินธุ์ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับปานกลางทั้งด้านภาพรวม ด้านพนักงาน และการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน ส่วนความพึงพอใจด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธนาคารมีบริการที่หลากหลายทำให้มีลูกค้าหนาแน่นในแต่ละสาขา ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในระดับมากได้ยาก

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาอ้อยคองตำหุ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ระยะเวลาที่ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของนางสาวพันธิภา ตนะกุล (2545 : 37) ที่พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และรายได้มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ให้บริการมีความหลากหลายและมีพื้นฐานที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้ให้บริการมีระดับความพึงพอใจไม่เท่ากัน

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้จากผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาอ้อยคองตำหุ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นเพื่อให้ธนาคารสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าในระดับที่สูงขึ้น อันจะส่งผลต่อส่วนครองตลาด จึงต้องพิจารณาปรับปรุงในเรื่องของการให้บริการด้านต่าง ๆ โดยแยกเป็นบริการที่สาขาไม่สามารถดำเนินการได้เช่น บริการด้านบริการของธนาคาร และบริการด้านระบบงาน และ เทคโนโลยี ที่อยู่เหนือการควบคุมของสาขา แต่จักนำเสนอผลการศึกษาแก่ภาคต้นสังกัดเพื่อนำเสนอผู้บริหารระดับสูงต่อไป ส่วนบริการที่สามารถปรับปรุงได้เนื่องจากอยู่ในความดูแลของสาขาเช่น ด้านพนักงานที่ให้บริการ และด้านสถานที่ ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนะดังนี้

3.1.1 ด้านพนักงานที่ให้บริการ ดำเนินการวางแผนจัดให้พนักงานเข้ารับการอบรมในหลักสูตรเกี่ยวกับความรู้ในด้านบริการของธนาคาร และหลักสูตรในการสร้างจิตสำนึกในการให้บริการตามตารางการอบรมของธนาคาร จัดให้มีโครงการที่เลี้ยงในการปฏิบัติงานเพื่อถ่ายทอด

ทักษะในการปฏิบัติงาน และในการประชุมพนักงานประจำเดือนจะมีการสร้างบรรยากาศให้พนักงานกล้าแสดงออก และนำปัญหาจากการปฏิบัติงานในระหว่างเดือนมาเพื่อหาแนวทางแก้ไข การให้บริการให้สามารถตอบสนองความต้องการสูงสุดแก่ลูกค้าได้

3.1.2 ด้านสถานที่ มีการจัดกิจกรรม 5 ส เพื่อให้สำนักงานดูมีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย จัดป้ายบอกจุดให้บริการประเภทต่างๆ จัดเอกสารและอุปกรณ์ในการให้บริการให้เพียงพอ มีพนักงานรักษาความปลอดภัยคอยให้บริการด้านที่จอดรถ และความปลอดภัยให้กับลูกค้า

3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้ ได้ศึกษาเฉพาะความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ ในเขตจังหวัดชลบุรีเท่านั้น เนื่องจากในแต่ละเขตพื้นที่ผู้ใช้บริการมีความหลากหลาย ดังนั้นควรมีการศึกษาขยายผลไปยังสาขาในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดอื่น ๆ เพื่อให้ครอบคลุมลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมทุกพื้นที่ที่มาใช้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาในการ ให้บริการของธนาคารเพื่อตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดของผู้ใช้บริการ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กษาปณ์ อมตยกุล. "ความพึงพอใจของลูกค้าบริการและเงินฝากออมทรัพย์เอเชียซีเคียว
ของธนาคารเอเชีย สาขาอิมพีเรียล (ลาดพร้าว 81)" วิทยานิพนธ์ปริญญาโท
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2543
- กานดา พูนลาภทวี *สถิติเพื่อการวิจัย* กรุงเทพมหานคร โครงการตำราเรียน ฟิสิกส์เซ็นเตอร์
2539
- คอตเลอร์ ฟิลิป *การบริหารการตลาด วิเคราะห์ วางแผน ปฏิบัติการและควบคุม*
กรุงเทพมหานคร คู่แข่ง 2541
- ชื่นจิตต์ แจ่มเจนนิก *การบริหารลูกค้าสัมพันธ์* กรุงเทพมหานคร หจก.เหรียญบุญการพิมพ์
(1998) 2544
- दनัย เทียนพุดม *นวัตกรรมบริการลูกค้า* กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์โอ เอ็น จี 2543
- นพพร พลายวงษ์ "ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนบริการลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด
(มหาชน) สาขาส่งงานใหญ่สีลม" วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์ 2544
- นฤมน สุวงศ์บุตร "ความพึงพอใจของลูกค้าร้านขายยาต่อระบบบริการ บริษัทผลิตภัณฑ์
สมุนไพรไทย จำกัด" การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ปริญญาโท มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์
- นาวิ ธีระชาญณรงค์ "ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเงินฝากเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคาร
พาณิชย์" วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2522
- บมจ. ธนาคารกสิกรไทย *รายงานการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการ
ของสาขาภายหลังทำการรื้อปรับระบบ* กรุงเทพมหานคร ธนาคารกสิกรไทย
สำนักงานใหญ่ เอกสารประกอบการรายงาน 2538
- พฤทธิสิทธิ์ บุญทน "ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพของธนาคาร
กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาชุมพวง จังหวัดนครราชสีมา"
ภาคินพนธ์ คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 2536

- พนัธิภา ตนะกุล "ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา
ในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2545
- มานพ สว่าง "ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านธุรกิจส่วนบุคคลของบมจ.ธนาคาร
กสิกรไทย สาขาแกลง หลังรื้อระบบ" วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2544
- ยุทธนา ธรรมเจริญ "หน่วยที่ 5 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค" ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการวิเคราะห์ วางแผน และควบคุมทางการตลาด* หน้า188 นนทบุรี สาขาวิชา
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2544
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2544
- วีรพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์ *คุณภาพในงานบริการ* กรุงเทพมหานคร สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี
2542
- วัลลภา ชายหาต "ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะด้าน
รักษาความสะอาดกรุงเทพมหานคร " วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2532
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ *การบริหารการตลาดยุคใหม่* กรุงเทพมหานคร บริษัท
วิสิทธิ์พัฒนา จำกัด 2539
- ศรีสมบัติ พรประสิทธิ์ "ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านค้าชนบท ร.พ.ช. : กรณีศึกษา
เฉพาะกรณีจังหวัดอุดรธานี" ภาคนิพนธ์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 2531
- สุทธิ ปันมา "ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขากาฬสินธุ์"
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม 2535
- สันติ วิริยะรังสฤษฎ์ และเสริมศักดิ์ ศุภวรรณ "ธนาคารกรุงเทพ ครองแชมป์ขวัญใจลูกค้า" ใน
การเงินการธนาคาร 10 (15 พฤศจิกายน) 2534
- อัญชลี เหล่าติพิงศ์ "การศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการบริการของศูนย์บริการ
สาธารณสุข ในเขตกรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2524
- อนรรักษ์ มหาวีรวัฒน์ "การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าและพนักงานธนาคารกสิกรไทย
ในเขต 33" วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ขอนแก่น 2537

- Davis, Ralph C. *Fundamentals to Top Management*. New York : Hrpor and Row, 1968.
- Good, Carter V. *Dictionary of Education*. New York : Mc.Graw Hill, 1973.
- Mc Cormick, Ernest J. and Daniel, Iigen R. *Industrial Psychology*. 7 th ed. Englewood Cliffs, N J : Prentice – Hall, 1965.
- Shelly, Maynard W. *Responding to Social Change*. Pensylvania : Dowden, Hutchison Press, 1975.
- Vroom. Victor. H. *Work and Motivation*. New York : John Welly and sons, 1964.
- Wolman ; Benjamin B. *Dictionary of Behavioral Science*. New York : Van Nostrand : Reinhold, 1973.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษา

เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
สาขาย่อยคลองตำหรุ ศึกษากรณี : พนักงานในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร

แบบสอบถามชุดนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ ศึกษากรณี : พนักงานในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ซึ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดจะถูกนำไปใช้ประกอบการเรียนวิชาค้นคว้าอิสระ ผู้ศึกษาขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาและให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม

คำชี้แจงในการกรอกแบบสอบถาม แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคล
- ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของท่านที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองตำหรุ
- ส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่า 25 ปี 25 – 35 ปี
 46 – 55 ปี มากกว่า 55 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท

4. ตำแหน่งงาน

- ระดับปฏิบัติการ (พนักงานทั่วไป, คนงาน)
 ผู้บริหารระดับกลาง (หัวหน้าแผนก – ผู้จัดการฝ่าย)
 ผู้บริหารระดับสูง (สูงกว่าผู้จัดการฝ่าย)

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000 – 9,990 บาท
 10,000 – 29,990 บาท 30,000 – 49,990 บาท
 50,000 – 100,000 บาท มากกว่า 100,000 บาท

6. ระยะเวลาที่ใช้บริการ

- น้อยกว่า 1 ปี 1-2 ปี 2-3 ปี
 3-4 ปี 4-5 ปี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของท่านที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
 สาขาอ้อยคลองตำหรุ โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความพึงพอใจ
 ที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

ด้านสถานที่

ความพึงพอใจในบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ					
2. ความสะดวกในการจอดรถ					
3. การจัดพื้นที่ทำการของธนาคาร					
4. ขนาดพื้นที่ทำการของธนาคาร					
5. ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความสะอาด และโอโงงของสถานที่					
6. ความเพียงพอของเอกสารและอุปกรณ์ ในการ ให้บริการ					

ด้านพนักงาน

ความพึงพอใจในบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย					
2. มารยาทอัธยาศัยไมตรีที่ดีในการให้บริการ					
3. ความใส่ใจกระตือรือร้นในการให้บริการ					
4. ความรวดเร็วในการให้บริการ					
5. ความถูกต้องแม่นยำ					
6. ความสามารถในการให้คำแนะนำปรึกษา และช่วยแก้ไขปัญหา					

ด้านบริการของธนาคาร

ความพึงพอใจในบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ประเภทของบริการมีความเพียงพอ					
2. ขั้นตอนในการให้บริการมีความสะดวก					
3. บริการที่ได้รับมีความถูกต้องครบถ้วน					
4. มีบริการด้านข้อมูลข่าวสารเพียงพอ อัตราค่าธรรมเนียม อัตราดอกเบี้ย บริการใหม่					
5. ค่าบริการ ค่าธรรมเนียมของธนาคาร มีความเหมาะสม					

ด้านระบบงานและเทคโนโลยี

ความพึงพอใจในบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความทันสมัยของเทคโนโลยี					
2. ความถูกต้องรวดเร็วของระบบ					
3. ความเพียงพอของอุปกรณ์ที่ให้บริการ					
4. ขีดความสามารถของเทคโนโลยี					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

1. สิ่งที่ท่านประทับใจ.....
.....
.....
2. สิ่งที่ท่านเห็นว่าควรปรับปรุง.....
.....
.....
3. บริการและผลิตภัณฑ์ที่ท่านอยากให้ธนาคารเพิ่มเติม.....
.....
.....
4. อื่น ๆ.....
.....
.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจประเภทธนาคารพาณิชย์ รวมทั้ง
กิจการทั้งปวงที่เกี่ยวกับการธนาคารพาณิชย์ มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 333 ถนนสีลม
แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

รูปทรงดอกบัวเป็นสัญลักษณ์ของธนาคาร

คำขวัญของธนาคารคือ “เพื่อนคู่คิด มิตรคู่บ้าน”

ความเป็นมา

ถือกำเนิดในท่ามกลางสงคราม

ก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ภาคธุรกิจการเงินของไทยอยู่ในมือของธนาคารต่างชาติ
เกือบทั้งหมด แต่เมื่อสงครามเริ่มขึ้นสถานการณ์เปลี่ยนแปลงจากหน้ามือเป็นหลังมือ เมื่อธุรกิจ
ต่างชาติรวมทั้งธนาคารพากันถอนกิจการออกไป สภาพการณ์เช่นนี้ได้เปิดโอกาสให้คนไทยกลุ่ม
หนึ่ง ซึ่งประกอบด้วย ข้าราชการ นักธุรกิจ และกลุ่มบุคคลผู้มีแนวคิดตรงกันมารวมมือกันก่อตั้ง
ธนาคารของคนไทยที่ให้บริการทางการเงินอย่างเป็นรูปแบบขึ้น ธนาคารกรุงเทพได้จดทะเบียน
ก่อตั้งขึ้นเป็นสถาบันการเงินอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2487

ธนาคารกรุงเทพจำกัดเริ่มดำเนินธุรกิจเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2487 มีสำนักงาน
ตั้งอยู่ที่อาคารพาณิชย์ 2 คูหาในย่านอนุวงศ์ใจกลางกรุงเทพฯ ในขณะนั้นมีพนักงานทั้งสิ้น 23
คน และมีหลวงรอบรู้กิจ เป็นกรรมการเป็นจัดการใหญ่ท่านแรก ท่านเป็นผู้เริ่มสร้างฐานของ
ลูกค้าของธนาคารด้วยการให้บริการตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ธนาคารกรุงเทพ
ในยุคต้นมีบทบาทอย่างมากในการสนับสนุนการผลิตและการค้าของคนไทยเพื่อฟื้นฟูประเทศ
ภายหลังสงครามอย่างเต็มความสามารถ

บทบาทแรกก่อตั้ง : ร่วมสร้างชาติ

ระหว่าง พ.ศ. 2495 - 2520 นายชิน โสภณพานิช กรรมการผู้จัดการใหญ่ธนาคาร
กรุงเทพท่านที่ 2 ได้พัฒนางานธนาคารให้ก้าวไกลและมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ
ของชาติ

นายชินเป็นผู้วางทิศทางให้ธนาคารขยายเครือข่ายสาขาไปสู่ท้องที่ห่างไกลทั่วประเทศ
ทำให้ธนาคารกรุงเทพมีบทบาทสำคัญในการร่วมสนับสนุนอุตสาหกรรมส่งออกซึ่งเจริญรุ่งเรือง

ขึ้นอย่างรวดเร็วในยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ในช่วงนี้ธนาคารกรุงเทพได้ก้าวขึ้นเป็นธนาคารพาณิชย์แห่งแรกของไทยที่ให้บริการด้านการเงินครบวงจร รวมทั้งการออก "เลตเตอร์ออฟเครดิต" แก่ธุรกิจส่งออกและนำเข้า

ยุคก้าวสู่ระดับนานาชาติ

เมื่อสร้างฐานในประเทศไทยอย่างมั่นคงแล้วธนาคารกรุงเทพก็ให้ความสำคัญต่อการสร้างฐานในภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2497 ธนาคารได้เปิดสาขาต่างประเทศเป็นแห่งแรกที่ฮ่องกงและในปีถัดมา เปิดสาขาที่ 2 ขึ้นที่โตเกียว หลังจากนั้นไม่นานก็ได้เปิดสาขาที่สิงคโปร์ ทำให้ธนาคารสามารถให้บริการทางธุรกิจอย่างครบวงจร เนื่องจากประเทศไทย ทำธุรกิจการค้ากับต่างประเทศทั้ง 3 นี้อยู่เป็นจำนวนมาก

ยุคปฏิรูปและสร้างความเป็นปึกแผ่น

นายบุญชู โรจนเสถียร ได้ก้าวขึ้นเป็นกรรมการผู้จัดการใหญ่ท่านที่ 3 เมื่อ พ.ศ. 2520 และได้ลาออกเพื่อเข้าสู่งานการเมือง ในตำแหน่งรองนายกรัฐมนตรีใน พ.ศ. 2523 ในระหว่างที่ช่วงเวลาที่ยนายบุญชูบริหารธนาคารอยู่นั้น แม้ว่าเศรษฐกิจของประเทศกำลังชะลอตัว ก็ไม่ได้ทำให้การเติบโตของธนาคารหยุดชะงัก นายบุญชูได้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงและปฏิรูปการทำงานครั้งใหญ่เพื่อให้ธนาคารมีความทันสมัย มีมาตรฐานทัดเทียมกับต่างประเทศ รวมทั้งนโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของธนาคารอย่างต่อเนื่อง

ยุคทองแห่งการเติบโตที่ก้าวกระโดด

นายชาติรี ไสภณพานิช เข้ารับหน้าที่เป็นกรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ ท่านต่อมา ตั้งแต่ พ.ศ. 2523 – 2535 และได้นำธนาคารก้าวสู่ "ยุคทอง" อย่างแท้จริง โดยระยะเวลา 12 ปีที่ท่านบริหารธนาคารอยู่นั้นผลประกอบการของธนาคารมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 12 เท่า และนำเป็นครั้งแรกที่ธนาคารพาณิชย์ไทยสามารถทำกำไรสุทธิต่อปีได้มากกว่าหนึ่งหมื่นล้านบาท ธนาคารกรุงเทพกลายเป็นธนาคารที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยขณะนั้น และติดอันดับธนาคารชั้นนำ 200 แห่งของโลก

ยุคแห่งวิกฤติการณ์และการเปลี่ยนแปลง

ดร.วิจิต สุรพงษ์ชัย ได้ก้าวขึ้นดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ของธนาคารกรุงเทพใน พ.ศ. 2535 ปีนั้นเป็นช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของวงการธนาคารไทย

คนหนุ่มผู้เป็น “ดาวจรัสแสงดวงใหม่” ของวงการธนาคารพาณิชย์ไทยได้ก้าวขึ้นเป็นผู้บริหารสูงสุดของธนาคารพาณิชย์ที่สำคัญถึง 5 สถาบันในปีเดียวกันนั้น ก่อนหน้าที่จะได้รับการแต่งตั้งให้เป็นที่กรรมการผู้จัดการใหญ่ ดร.วิจิตเป็นเจ้าหน้าที่ระดับบริหารธนาคารมาเป็นเวลา 15 ปี มีผลงานที่สำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อธนาคารกรุงเทพหลายประการโดยเฉพาะผลงานทางด้านกิจการของธนาคารต่างประเทศ เมื่อดร.วิจิตลาออกจากธนาคารในปี พ.ศ. 2537 ในชาติศิริ โสภณพานิช ก็ได้รับการแต่งตั้งให้กรรมการผู้จัดการใหญ่ในปีเดียวกัน

ในช่วงเวลาเพียง 3 ปี หลังจากทีนายชาติศิริก้าวขึ้นดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ ความเติบโตของเศรษฐกิจไทยที่เจริญรุ่งเรืองติดต่อกันมาอย่างยาวนานถึง 30 ปี ก็ได้สวนลงด้วยวิกฤติการณ์ทางการเงินที่เกิดขึ้นทั่วทวีปเอเชียในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งจากค่าของเงินบาทตกต่ำลงอย่างมาก หลังจากที่ประเทศไทยใช้ระบบอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศแบบลอยตัว สถาบันการเงินทั่วเอเชียประสบปัญหาอย่างหนักหน่วงทำให้ประสบภาวะล้มละลายไปหลายแห่ง สถาบันการเงินที่เหลืออยู่ก็ต้องเผชิญกับปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ เพราะลูกค้าสำคัญจำนวนมากกว่าครึ่งก่อนของธนาคารพากันประสบปัญหาทางการเงิน ยุคแห่งการขยายตัวและเติบโตกลายเป็นยุคแห่งการยากลำบากและเศรษฐกิจถดถอยท่ามกลางภาวะแห่งอุปสรรคอันหนักหน่วงเช่นนี้นายชาติศิริกับมุ่งมั่นเปลี่ยน “วิกฤติ” เป็น “โอกาส” ริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นหลายประการ เพื่อเสริมสร้างรากฐานทางการเงินของธนาคารให้แข็งแกร่งขึ้นอีกครั้งและเพื่อให้ธนาคารสามารถจัดธำรงรักษาความเป็นผู้นำในการให้บริการและสร้างสรรค์นวัตกรรมทางการเงินใหม่ ๆ

มุ่งสู่ศตวรรษใหม่

จากจุดเริ่มต้นจากค่อยเป็นค่อยไปในปี พ.ศ. 2487 ปัจจุบันธนาคารกรุงเทพเป็นธนาคารพาณิชย์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ มีสินทรัพย์รวมประมาณ 1,240,000 ล้านบาท และเทคโนโลยีหลายระบบที่ธนาคารกรุงเทพใช้อยู่ในปัจจุบัน เป็นระบบที่ก้าวหน้าที่สุดในปัจจุบัน

ธนาคารได้ขยายเครือข่ายให้เติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง โดยมีสาขาทั่วประเทศเกือบ 600 สาขา และมีเครื่อง ATM ประมาณ 1,500 เครื่อง ธนาคารมีเครือข่ายสาขาต่างประเทศทั้งหมด 20 สาขา และสำนักตัวแทนอีก 2 แห่ง ครอบคลุมภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รวมไปถึงศูนย์กลางธุรกิจของโลก เช่น โตเกียว ลอนดอน และนิวยอร์ก

ในปี 2543 ธนาคารได้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องในโครงการสำคัญ ๆ โดยมุ่งเน้นการสร้างภาพพจน์และตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก และเริ่มเห็นผลเป็นรูปธรรมแล้ว เช่น

ด้านการปรับปรุงองค์การ การปรับปรุงโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้า โดยแบ่งลูกค้าเป็น 4 กลุ่ม คือ ธุรกิจรายใหญ่ ธุรกิจรายกลาง ธุรกิจรายปลีก และบุคคล เพื่อที่จะสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ด้วยปรัชญาที่ว่า ลูกค้าคือบุคคลที่สำคัญที่สุดและธนาคารจะทำธุรกิจกับลูกค้าทุกกลุ่มแบบครบวงจร และการปรับปรุงระบบงาน สนับสนุนบริการ เพื่อให้บริการของธนาคารเข้าสู่มาตรฐานของสากล

ด้านบริการใหม่และการขยายฐานลูกค้า เปิดสาขาในห้างสรรพสินค้า โดยสาขาที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่มีลูกค้าหนาแน่น ทั้งในห้างสรรพสินค้า อาคารสำนักงาน สถานศึกษา ทำให้ลูกค้าใช้บริการได้อย่างสะดวกสบาย โดยไม่มีวันหยุด ซึ่งสาขาประเภทนี้จะมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการเฉลี่ย 3 ท่าน คือ ประจำเคาน์เตอร์ 2 ท่าน และประจำจุดบริการ 1 ท่าน ในบางสาขา ยังมีเจ้าหน้าที่คอยแนะนำผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าที่เข้าแถวรอรับบริการ

ออกบริการใหม่ “บัตรบีเฟสท์ (Be 1st)” I-Banking ลักษณะการประกอบธุรกิจบริการของธนาคารแบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

- 1) บริการรับฝากเงินประเภทต่าง ๆ ได้แก่ เงินฝากกระแสรายวัน เงินฝากสะสมทรัพย์ เงินฝากประจำ และเงินฝากสินทรัพย์ เป็นต้น
- 2) บริการที่นำมาซึ่งรายได้ ดอกเบี้ย และเงินปันผล ได้แก่ บริการด้านสินเชื่อ และการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์
- 3) บริการที่นำมาซึ่งรายได้ ค่าธรรมเนียมและรายได้อื่น ๆ ที่สำคัญ ได้แก่ บริการบัตรเครดิต บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริการโอนเงิน บริการเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต บริการถอนเงินสดอัตโนมัติด้วยเครื่อง ATM บริการธนาคารทางโทรศัพท์ บริการเป็นนายทะเบียนหลักทรัพย์ และบริการด้านปรึกษาด้านการเงิน เป็นต้น

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ ธนาคารกำหนดเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจ โดยมุ่งอำนวยความสะดวกที่มีคุณภาพเพื่อเป็นพื้นฐานสร้างรายได้ ดอกเบี้ยที่มั่นคงของธนาคาร นอกจากนั้นจะขยายฐานธุรกิจ บริการทางการเงิน เพื่อเป็นแหล่งค่าธรรมเนียมที่มีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้น

ผลการดำเนินงาน

ในปี 2545 ธนาคารมีผลประกอบการเป็นกำไรสุทธิจำนวน 6,271 ล้านบาท โดยในปีนี้มีกำไรที่มีได้มาจากดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นถึง 2,802 ล้านบาท และที่สำคัญ ได้แก่ ค่าธรรมเนียมรับและบริการมีจำนวน 11,289 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.0

ปัจจัยสำเร็จในการแข่งขัน (Key Success Factors)

การพัฒนาองค์กรของธนาคารให้เป็น Caring, Thinking และ Learning Organization นับเป็นอีกแนวทางที่สำคัญยิ่ง ที่จะเป็พลังผลักดันให้ธนาคารอยู่รอด ประสบชัยชนะในการแข่งขันในศตวรรษนี้ และครองความเป็นหนึ่งได้ต่อไป

1. Caring Organization เป็นองค์กรที่ให้บริการทำดีเลิศอย่างครบวงจร สามารถสนองตอบความต้องการได้เหนือความคาดหมายของลูกค้า เนื่องจากธุรกิจของธนาคารเป็นธุรกิจของการให้บริการ ดังนั้นทุกคนทุกหน่วยงานจึงมีภารกิจสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า (Customer Satisfaction) ในด้านต่าง ๆ อาทิ เช่น สาขาผู้ให้บริการ ผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ ๆ ความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน ตลอดจนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ขอบเขตการให้บริการมิได้กำหนดเฉพาะแต่ลูกค้าโดยตรงเท่านั้น แต่ยังคงครอบคลุมถึงหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องด้วย

2. Thinking Organization เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง สร้างสรรค์ความคิดริเริ่ม วางแผนการดำเนินงาน ปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้นอยู่ตลอดเวลา มีการร่วมปรึกษาหารือและทำงานเป็นทีมเวิร์ค เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างประทับใจ

3. Learning Organization เป็นองค์กรที่ต้องเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ พัฒนาทักษะความสามารถและปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมได้อย่างรวดเร็ว โดยทุกคนทุกหน่วยงานจำเป็นต้องเรียนรู้และพัฒนาทักษะใหม่ ๆ รวมทั้งการแบ่งปันถ่ายทอดซึ่งกันและกัน เพื่อให้ธนาคารสามารถรองรับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย และแปรเปลี่ยนไปตามพัฒนาการของเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้ตลอดเวลา

การวิจัยและการพัฒนา

นโยบายของธนาคารมุ่งเน้นการพัฒนาบริการทั้งด้านผลิตภัณฑ์และช่องทางการให้บริการโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งนี้เพื่อเป็นมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ลูกค้าของธนาคาร ในขณะที่เดียวกันเป็นการขยายฐานลูกค้าของธนาคาร โดย

1. พัฒนาบริการเพื่ออำนวยความสะดวกสบายกับลูกค้าที่ทำธุรกรรมทางการเงิน ผ่านธนาคารบริการที่ปรึกษาทางการเงิน บริการด้าน Cash Management บริการชำระสินค้า และ บริการอื่น ๆ อาทิ บริการ ATM บริการ Bill Payment บริการ Payroll และบริการด้านโอนเงินต่างธนาคาร เป็นต้น
2. เพิ่มช่องทางการให้บริการด้านอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และเป็นการลดต้นทุนการให้บริการสำหรับช่องทางที่มีการลงทุนสูงกว่าด้วย

โครงสร้างการจัดการ

โครงสร้างคณะกรรมการบริการบริษัทประกอบด้วย คณะกรรมการ 3 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการธนาคาร คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการธนาคาร มีหน้าที่ปฏิบัติการให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับ และมติของที่ประชุมผู้ถือหุ้น กำหนดเงินปันผลระหว่างกาลผู้ถือหุ้น แต่งตั้งและถอดถอนพนักงานของบริษัท ในการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ คณะกรรมการอาจมอบหมายให้กรรมการคนใดคนหนึ่งหรือหลายคน หรือบุคคลอื่นไปปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งแทน คณะกรรมการก็ได้

คณะกรรมการบริหาร มีหน้าที่ในการปฏิบัติตามอำนาจหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจาก คณะกรรมการธนาคาร พิจารณาเรื่องที่จะต้องนำเสนอคณะกรรมการธนาคารเพื่อขออนุมัติ อาทิ เป้าหมาย นโยบาย และแผนการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ของธนาคาร

คณะกรรมการตรวจสอบ มีหน้าที่ดูแลรายงานทางการเงินของธนาคารให้ตรงต่อความเป็นจริง เพียงพอและเชื่อถือได้ ดูแลให้ธนาคารมีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ พิจารณา คัดเลือก และเสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชีของธนาคาร ดูแลให้ธนาคารปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และจัดทำรายงานการกำกับดูแลกิจการของ คณะกรรมการตรวจสอบ

บริการของธนาคาร

1. บริการด้านเงินฝาก

1.1 เงินฝากสะสมทรัพย์ (Saving Deposit) เป็นเงินฝากที่จ่ายคืนเมื่อทวงถาม ใช้สมุดคู่ฝากเป็นหลักฐานในการรับฝากและถอนเงิน สามารถใช้บริการฝากและถอนต่างสาขาได้ทุกสาขา และสามารถขอทำบัตรบัวหลวง ATM หรือบัตรบัวหลวง Premier เพื่อใช้บริการเงินฝากนี้กับเครื่อง ATM

1.2 เงินฝากกระแสรายวัน (Current Account) เป็นเงินฝากประเภทจ่ายคืนเมื่อทวงถาม ที่ใช้เช็คในการถอนเงินออกจากบัญชีของธนาคาร ลูกค้าสามารถขอทำบัตรบัวหลวง ATM หรือบัตรบัวหลวง Premier เพื่อใช้บริการเงินฝากนี้กับเครื่อง ATM

1.3 เงินฝากประจำ (Fixed Deposit) เป็นเงินฝากประเภทจ่ายคืนเมื่อสิ้นระยะเวลา โดยใช้สมุดคู่ฝากเป็นหลักฐานในการรับฝากเงิน แบ่งเป็นประเภท 3 เดือน 6 เดือน 12 เดือน ซึ่งอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก จะขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการฝากแต่ละประเภท

1.4 เงินฝากขวัญบัวหลวง (Kwan Bualuang Deposit) เป็นเงินฝากที่เพิ่มการประกันชีวิตให้กับผู้ฝาก นอกเหนือจากการบริการเงินฝากปกติ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1.4.1 เงินฝากขวัญบัวหลวง ประเภทสะสมทรัพย์ เป็นเงินฝากที่คุ้มครองการเสียชีวิตจากเจ็บป่วยหรือเกิดจากอุบัติเหตุ รวมทั้งทุพพลภาพสิ้นเชิงถาวร เนื่องจากอุบัติเหตุ โดยผู้ฝากจะต้องเปิดบัญชีขั้นต่ำ 5,000 บาท สูงสุด 200,000 บาท อัตราเบี้ยประกัน 1% ต่อปีของยอดเงินฝาก

1.4.2 เงินฝากขวัญบัวหลวง ประเภทประจำ เป็นเงินฝากที่คุ้มครองการเสียชีวิตจากเจ็บป่วยหรือจากอุบัติเหตุ การสูญเสียตา มือ เท้า รวมทั้งทุพพลภาพสิ้นเชิงถาวร เนื่องจากอุบัติเหตุโดยผู้ฝากจะต้องเปิดบัญชีขั้นต่ำ 50,000 บาท สูงสุด 1 ล้านบาท อัตราเบี้ยประกัน 0.5% ต่อปีของยอดเงินฝาก

1.5 บริการเงินฝากสินทรัพย์ทวี (Subthawee Deposit) เป็นเงินฝากประจำรายเดือน ซึ่งต้องฝากเดือนละเท่า ๆ กัน ขั้นต่ำเดือนละ 1,000 บาท สูงสุดไม่เกินเดือนละ 25,000 บาท ระยะเวลาฝากตั้งแต่ 24 เดือน ถึง 60 เดือน ยอดเงินฝากในบัญชีไม่เกิน 6,000,000 บาท โดยผู้ฝากจะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาประเภทภาษีดอกเบี่ย 15% ซึ่งมีให้เลือก 2 ประเภท คือ สินทรัพย์ทวี 1 มีระยะเวลาในการฝาก 24 เดือน และ สินทรัพย์ทวี 2 มีระยะเวลาฝาก 36 เดือน 48 เดือน หรือ 60 เดือน

1.6 เงินฝากเงินตราต่างประเทศ (Foreign Currency Deposit) เป็นบริการรับฝากเงินตราต่างประเทศสกุลตราต่าง ๆ ปัจจุบันเปิดรับฝากเงินตราต่างประเทศ 9 สกุล คือ US\$ EUR PND YEN HK\$ SW.FR CAD\$ S\$ AS\$ ซึ่งมีเงินฝากให้เลือก 3 ประเภท เงินฝากประจำ เงินฝากสะสม เงินฝากกระแสรายวัน โดยแบ่งผู้ฝากเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.6.1 Non – Resident เงินฝากประจำสำหรับชาวต่างชาติและนิติบุคคลที่จดทะเบียนในต่างประเทศ

1.6.2 Residual เงินฝากประจำสำหรับคนไทยและนิติบุคคลที่จดทะเบียนในประเทศไทย

1.7 บริการถอนเงินด้วยเช็คต่างสาขา (Cheque Cashing Inter Branch) บริการสำหรับผู้ถือเช็คธนาคารกรุงเทพของสาขาในเขตนครหลวงหรือสาขาต่างจังหวัดในเขตเศรษย์ริงนครหลวงให้สามารถนำเช็คไปถอนเงินสดได้ทุกสาขาในกรุงเทพฯและในต่างจังหวัดในเขตเศรษย์ริงนครหลวงในวงเงินไม่เกิน 100,000 บาท

2. บริการด้านสินเชื่อ

2.1 สินเชื่อบัวหลวง (Bualuang Loan) เป็นสินเชื่อให้กู้เพื่อซื้อที่อยู่อาศัย และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ สำหรับครอบครัว ธนาคารให้กู้ได้ไม่เกินร้อยละ 80 ของราคาซื้อขายบ้านและที่ดิน พร้อมทั้งยังให้ลูกค้าสามารถกู้เพิ่มเพื่อซื้อสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้นอกจากนี้ธนาคารยังจัดให้มีประกันชีวิตคุ้มครองเครดิต ผู้ประกันจ่ายค่าเบี้ยประกันเพียงครั้งเดียว และจะได้รับความคุ้มครอง เมื่อผู้ทำประกันเสียชีวิต เนื่องจากเจ็บป่วยหรืออุบัติเหตุ และทุพพลภาพสิ้นเชิงอย่างถาวร โดยจะได้รับการชำระหนี้ที่ค้างค้างกับธนาคารทั้งหมด ตลอดระยะเวลาทำสัญญากู้เงิน

2.2 สินเชื่อส่วนบุคคล (Personal Loan) เป็นสินเชื่อสำหรับผู้มีรายได้ประจำ เช่น พนักงานบริษัท พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้กู้เพื่อนำไปจ่ายกิจส่วนตัว

2.3 สินเชื่อปริพัตร (Saving O/D) เป็นสินเชื่อสำหรับกลุ่มลูกค้าผู้มีรายได้ประจำที่รับเงินเดือนผ่านธนาคาร

2.4 สินเชื่อเพื่อการศึกษา (Education Loan) เป็นสินเชื่อสำหรับผู้ปกครองที่ต้องการนำเงิน เพื่อเป็นค่าลงทะเบียนเรียนและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการศึกษาของบุตร หรือผู้ที่อยู่ในอุปการะที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา หรือมหาวิทยาลัยของรัฐบาลหรือเอกชนผู้ขอใช้สินเชื่อสามารถเลือกได้ทั้งระยะสั้น คือ ระยะ 1 ปี (2 เทอม) โดยมีกำหนดระยะเวลาชำระหนี้เสร็จสิ้นภายใน 1 ปี และระยะยาวคือ ระยะยาวไม่เกิน 5 ปี (8 เทอม) โดยมีกำหนดระยะเวลา

ชำระหนี้คืนหลังจากเดือนที่ 3 ที่นักศึกษาจบการศึกษา

2.5 สินเชื่อสงเคราะห์ข้าราชการ (Government Service Employee Loan) เป็นสินเชื่อให้กู้แก่ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยหัวหน้างานเป็นผู้ยื่นคำขอให้ในนามหน่วยราชการนั้น ๆ ซึ่งเมื่อสินเชื่อได้รับการพิจารณาแล้ว ผู้ขอกู้สามารถยื่นคำขอกู้เป็นรายบุคคล

2.6 สินเชื่อเพื่ออุตสาหกรรมในครัวเรือน (Domestic Industry Loan) เป็นสินเชื่อที่อำนวยความสะดวกแก่ธุรกิจประเภทร้านค้าและบุคคลธรรมดาในเขตรอบนอก ที่ประกอบธุรกิจการผลิตเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน โดยธนาคารจะอำนวยความสะดวกในรูปแบบของเงินกู้หรือเงินเบิกเกินบัญชี

2.7 เงินกู้จำนอง (Mortgage Loan) เป็นบริการให้กู้ยืมเงินโดยมีหลักทรัพย์จำนองกับธนาคารเป็นสินเชื่อที่มีทั้งระยะประเภทระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาวไม่เกิน 10 ปี

2.8 Call Placement / Call Loan เป็นการกู้ยืมระยะสั้นแก่สถาบันการเงิน (Call Loan) หรือบริษัทธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีเครดิตหรือเป็นลูกค้ารายใหญ่ (Call Loan) ของธนาคารที่ปรับสภาพคล่องทั้งของผู้กู้และของผู้ให้กู้

2.9 เงินกู้ต่างประเทศ (Offshore Loan) เป็นเงินกู้ที่ธนาคารจัดหาจากแหล่งเงินกู้ในต่างประเทศและนำมาให้ลูกค้าผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศอีกต่อหนึ่ง มีทั้งระยะสั้น ปานกลาง และระยะยาว ตามความต้องการของผู้กู้

2.10 เงินจ่ายล่วงหน้าตามตั๋วแลกเงิน (Advanced Against Bill : BC) เป็นสินเชื่อที่ให้แก่มือขายสินค้า กล่าวคือเมื่อธนาคารอนุมัติวงเงินแก่มือขายสินค้า มือขายสินค้าสามารถนำตัวเงินมาวางให้ธนาคารเรียกเก็บเงินจากผู้ซื้อสินค้าปลายทาง หลังจากที่มีการส่งมอบสินค้า และธนาคารจะจ่ายเงินแก่มือขายสินค้าทันที เป็นมูลค่าเท่ากับเงินหน้าตั๋วหักด้วยส่วนลด

2.11 จ่ายเงินต่างประเทศล่วงหน้าตามตั๋วเรียกเก็บขาเข้า (Advanced Against Bill / D/A) เป็นสินเชื่อที่ธนาคารอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้ารายใหญ่ซึ่งมักเป็นสาขาของบริษัทต่างประเทศที่มาเปิดกิจการอยู่ในประเทศไทย ดำเนินการติดต่อสั่งซื้อสินค้า และส่งเอกสารการออกของให้แก่กันโดยตรง มีการตกลงในเรื่องการชำระเงินกันเอง

2.12 ตั๋วเรียกเก็บต่างประเทศขาเข้า (Inward Bill For Collection) เป็นบริการเรียกเก็บเงินค่าสินค้าตามตั๋ว ในกรณีผู้นำเข้าไม่ได้เปิด L/C ผ่านธนาคาร เมื่อมือขายสินค้าในต่างประเทศได้ส่งสินค้ามาให้เรียบร้อยแล้ว จะส่งตั๋วแลกเงินพร้อมเอกสารมาให้ธนาคารเป็นผู้เรียกเก็บเงินจากผู้นำเข้าในประเทศให้

2.13 **ตั๋วเรียกเก็บต่างประเทศขาออก (Documentary Bills For Collection)** เป็นบริการเรียกเก็บเงินค่าสินค้าตามตั๋วเงินให้กับผู้ส่งออก โดยธนาคารจะทำหน้าที่ไปเรียกชำระเงินจากผู้ซื้อในต่างประเทศ (ในกรณีที่ผู้สั่งซื้อในต่างประเทศไม่ได้เปิด L/C ผ่านธนาคาร)

2.14 **ตั๋วเรียกเก็บเงินในประเทศ (Domestic Bill for Collection)** เป็นบริการเรียกเก็บเงินตามตราสารการเงินของธนาคารด้วยวิธีส่งเรียกเก็บไปที่สาขาหรือเรียกเก็บไปยังธนาคารอื่นภายในประเทศโดยให้ลูกค้าผู้มีตราสารการเงินที่ต้องการส่งเรียกเก็บสามารถนำมาเข้าบัญชีเพื่อให้ธนาคารเรียกเก็บให้

2.15 **ทรัสต์รีซีพ (Trust Receipt)** เป็นเอกสารสัญญาซึ่งผู้ส่งสินค้าลงลายมือชื่อมอบไว้แก่ธนาคาร เพื่อขอรับใบตราส่ง (B/L) ไปนำสินค้าออกมาขายก่อน แล้วนำเงินมาชำระคืนภายหลังพร้อมดอกเบี้ย ตามระยะเวลาที่ได้ตกลงไว้กับธนาคาร

2.16 **แพ็คเกจเครดิต (Packing Credit)** เป็นสินเชื่อระยะสั้นมีระยะเวลาไม่เกินอายุของ L/C หรือถ้ามีอายุ L/C เมื่อรวมกันแล้วต้องไม่เกิน 180 วัน ให้สำหรับผู้ประกอบการด้านธุรกิจด้านการส่งสินค้าออกและผู้ประกอบอุตสาหกรรมส่งออก เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการซื้อสินค้า

2.17 **รับซื้อลดตั๋วเงิน (Local Bills Discounted)** เป็นสินเชื่อระยะสั้นที่ให้แก่ผู้ประกอบการค้าทุกชนิด เพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในการค้า โดยธนาคารจะรับซื้อตั๋วเงิน หรือเช็คลงวันที่ล่วงหน้าจากลูกค้า โดยทำการเครดิตบัญชีผู้เคยค้าตามมูลค่าของตั๋วเงินหรือเช็ค

2.18 **รับโอนสิทธิบัตรภาษี (Tax Refund)** เป็นบริการที่ธนาคารรับโอนสิทธิในบัตรภาษีจากลูกค้าผู้ส่งออกสินค้า ประเภทที่ได้รับการขอลดหย่อนภาษีจากรัฐบาล (ในรูปของบัตรภาษีซึ่งบัตรดังกล่าวสามารถใช้เป็นค่าภาษีแก่รัฐบาลได้ตามมูลค่าภาษีที่ระบุไว้ในบัตร และมีอายุการใช้ภายใน 3 ปี) หากพ้นกำหนดโดยมิได้นำไปใช้ก็เป็นอันยกเลิกผลประโยชน์ที่จะได้รับนั้น

2.19 **เลตเตอร์ออฟเครดิต (Letter Of Credit)** เป็นข้อตกลงที่เป็นลายลักษณ์อักษรที่ธนาคารเป็นผู้ออก ให้แก่ผู้ขายสินค้าตามคำขอของผู้ซื้อที่ยินยอมให้ผู้ขายออกตั๋วตามระยะเวลาที่ตกลงกันไว้ เพื่อเป็นการประกันว่าตัวดังกล่าวจะได้รับการชำระเงิน หรือรับรองตัวทันทีหากผู้ขายได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้ระบุไว้ใน L/C

2.20 **เลตเตอร์ออฟเครดิตเพื่อการสั่งซื้อสินค้าในประเทศ (Domestic Letter Of Credit)** เป็นหนังสือสัญญาที่ผู้ซื้อขอให้ธนาคารออกให้กับผู้ขายสินค้า เพื่อเป็นการประกันว่าผู้ขายจะได้รับการชำระเงินค่าสินค้าตามตั๋วแน่อน ถ้าปฏิบัติถูกต้องตามเงื่อนไขในหนังสือนี้ กรณีเปิด D.L/C จะทำระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายในประเทศเท่านั้น

2.21 สินเชื่อเบิกเงินเกินบัญชี (Overdraft) เป็นบริการให้กู้ยืมที่ลูกค้าสามารถเบิกเงินเกินจำนวนเงินฝากในบัญชีเงินฝากกระแสรายวันและไม่เกินวงเงินที่ได้ทำสัญญาไว้กับธนาคาร

2.22 สินเชื่อพรีเอมิยมขาออก เป็นบริการที่ธนาคารให้กับพ่อค้าผู้ส่งออกเพื่อชำระค่าธรรมเนียม (ค่าพรีเอมิยมข้าว/น้ำตาลและค่าสำรองข้าว) ให้แก่กระทรวงพาณิชย์ โดยธนาคารจะเป็นผู้ออกตั๋วสัญญาใช้เงินในนามพ่อค้าผู้ส่งออก ซึ่งจะต้องจ่ายเช็คล่วงหน้าเท่ากับจำนวนเงินค่าพรีเอมิยม เพื่อเป็นหลักประกันธนาคารอีกชั้นหนึ่งด้วย

2.23 Short Term Loan เป็นบริการให้กู้ยืมระยะสั้น สำหรับธุรกิจทุกขนาดที่เป็นลูกค้าชั้นดีของธนาคาร มีกำหนดชำระคืนที่แน่นอน โดยมีระยะเวลากู้ยืมเป็นเวลา 15 30 60 หรือ 90 วัน

3. บริการอิเล็กทรอนิกส์

3.1 บริการ Express Banking ประกอบด้วย

3.1.1 บริการบัวหลวงเอทีเอ็มและบัวหลวงพรีเอมิเยอร์ (ATM & ATM Premier) เป็นบริการที่ผู้ถือบัตร ATM ทั้ง 2 ประเภท สามารถถอนเงินสดอัตโนมัติและใช้บริการทางการเงินอื่น ๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านเครื่อง ATM ของธนาคารกว่า 1,000 เครื่อง และผ่านเครื่อง ATM อื่น ๆ ในเครือข่ายของ ATM Pool ทั่วประเทศ สำหรับบัตรบัวหลวงพรีเอมิเยอร์สามารถถอนเงินสดอัตโนมัติในต่างประเทศที่เครื่อง ATM ที่มีเครื่องหมาย Plus ได้มากกว่า 80 ประเทศทั่วโลก

3.1.2 บริการบัวหลวงเงินฝากฉบับไว (Cash Deposit) เป็นบริการรับฝากธนบัตรเข้าบัญชีสะสมทรัพย์ กระแสรายวัน หรือประจำ ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว โดยลูกค้าสอดบัตรบัวหลวง ATM หรือบัตรบัวหลวงพรีเอมิเยอร์ เพื่อเลือกเข้าบัญชีหรือกดเลขที่บัญชีที่ต้องการนำฝากและสอดธนบัตรเข้าเครื่องฝากเงินอัตโนมัติ เงินฝากก็จะเข้าบัญชีทันที

3.1.3 บริการบัวหลวงบันทึกสมุดเงินฝาก (Passbook Update) เป็นบริการที่อำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถบันทึกรายการ No Book บนสมุดคู่ฝากบัญชีประจำได้ด้วยตนเอง ที่เครื่องบันทึกรายการอัตโนมัติทั้งในเขตกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

3.1.4 บริการบัวหลวงบริการฉบับไว (Easy Touch) เป็นบริการที่ให้ลูกค้าซึ่งใช้บัตรบัวหลวง ATM หรือบัตรบัวหลวงพรีเอมิเยอร์หรือบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ สามารถทำรายการด้านการเงินที่ไม่ใช่รายการเงินสดได้ด้วยตนเองเพียงปลายนิ้วที่สัมผัสบนหน้าจอของเครื่องคอมพิวเตอร์ Touch Screen ของธนาคาร ลูกค้าสามารถทำรายการต่าง ๆ ได้แก่ รายการสอบถามยอดเงินและรายการที่เคลื่อนไหวของบัญชีเงินฝาก การโอนเงินระหว่างบัญชีในบัตร

และการโอนเงินไปยังบุคคลที่สาม การรับคำสั่งซื้อ – ขาย และการสอบถาม NAV ของกองทุน เปิด การสอบถามข้อมูลการผ่อนชำระสินเชื่อรายปลีก การตรวจสอบรายการค่าใช้จ่ายผ่านบัตร เครดิตของธนาคารการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ

3.1.5 บริการรับฝาก/ชำระเงินด่วน (Express Deposit) เป็นบริการสำหรับ ลูกค้าที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการฝากเงินสด/เช็ค หรือชำระค่าสินค้า/บริการ เช่น ค่าโทรศัพท์มือถือ ค่าวิทยุติดตามตัว โดยกรอกใบนำฝากด้านหน้าของ ประทับเวลา เก็บสำเนา ไว้เป็นหลักฐาน และนำใส่กล่องรับฝาก/ชำระเงินด่วน เจ้าหน้าที่ของธนาคารจะนำซอง ไปดำเนินการให้ตามที่ลูกค้าประสงค์

3.1.6 บริการบัวหลวงโฟน (Bualuang Phone) เป็นบริการทางโทรศัพท์ เพียงลูกค้ามีบัตรบัวหลวง ATM บัตรบัวหลวงพรีเมียร์ หรือบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ ลูกค้า ธนาคารทั่วประเทศก็สามารถโทรศัพท์เข้ามาที่ศูนย์บัวหลวงโฟนของธนาคาร เพื่อใช้บริการต่าง ๆ ได้ฟรีตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ว่าจะเป็นบริการสอบถามยอดบัญชีเงินฝาก บริการด้านบัตรเครดิต บริการด้านกองทุนเปิด บริการชำระค่าสินค้า/บริการ และบริการชำระค่าสาธารณูปโภค รวมถึง บริการสอบถามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่เป็นปัจจุบันเสมอ เพื่อความสะดวกของ ลูกค้า ปัจจุบันธนาคารได้จัดตั้งให้มีศูนย์บัวหลวงโฟน ตามจังหวัดสำคัญ ๆ เพื่อให้ลูกค้าโทรศัพท์ เข้ามาได้ ไปถึง 11 ศูนย์ (สำหรับศูนย์กรุงเทพมหานครโทร (02)636-5000)

3.2 บริการ Office Banking เป็นบริการธนาคารที่ลูกค้าสามารถใช้บริการผ่าน เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัว (Personal Computer) โดยอาศัยการเชื่อมโยงทางระบบ อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างคอมพิวเตอร์ส่วนตัวของลูกค้าและธนาคาร มีบริการที่ให้ ได้แก่ บริการ เกี่ยวกับการสอบถามข้อมูลด้านบัญชีเงินฝากทั้งบัญชีนครหลวงและต่างจังหวัด ขอทราบรายการ Statement ของบัญชีกระแสรายวัน และบัญชีสะสมทรัพย์ ได้ทั้งที่เป็นรายการปัจจุบันและลูกค้า สามารถเลือกระบุวันที่ ๆ ต้องการรายการ Statement ย้อนหลังได้ บริการโอนเงินระหว่างบัญชี ของบริษัทและบริษัทในเครือ บริการรับ – ส่งข้อมูล (Up – Down Load และการบริการ Electronic Mail)

3.3 บริการ Telefax เป็นบริการทางโทรศัพท์สำหรับลูกค้าของธนาคารที่เป็น นิติบุคคลและบุคคล โดยลูกค้าเพียงขอใช้บริการได้ที่สาขาที่เป็นเจ้าของบัญชี เมื่อได้รับรหัส ประจำตัวก็สามารถใช้บริการได้ที่ โดยผ่านเครื่องโทรศัพท์หรือโทรสาร มีบริการที่ให้ ได้แก่ บริการเกี่ยวกับการสอบถามยอดเงินคงเหลือ และบัญชีที่เคลื่อนไหวในบัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์ หรือกระแสรายวัน เฉพาะบัญชีที่อยู่ในสาขานครหลวง โอนเงินระหว่างบัญชีเงินฝากที่ระบุอยู่ใน

คำขอใช้บริการทุกบัญชีที่อยู่ในสาขานครหลวง สอบถามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
ชำระค่าสินค้า/บริการ เป็นต้น ทั้งนี้ในด้านบริการสอบถามยอดเงินในบัญชีและการโอนเงิน
ระหว่างบัญชีที่ระบุในใบคำขอ ลูกค้าจะได้รับความสะดวกมากเนื่องจากสามารถใช้ได้ทั้งบัญชี
ที่อยู่ในเขตนครหลวงและต่างจังหวัด

4. บริการด้านการชำระหนี้และการรับชำระเงิน

4.1 บริการ Payroll เป็นบริการที่ให้ความสะดวกสำหรับบริษัทที่ต้องการจ่ายเงิน
ให้กับพนักงานบริษัท โดยบริษัทจะเป็นผู้จัดทำข้อมูลการเข้าบัญชีเงินเดือนของพนักงานในรูปแบบ
Diskette

4.2 บริการ Direct Credit เป็นบริการที่ให้ความสะดวกสำหรับบริษัทที่ต้องการ
ชำระค่าสินค้าให้กับคู่ค้า (Supplier) โดยบริษัทสามารถจัดส่งข้อมูลการเข้าบัญชีให้ธนาคารในรูปแบบ
Diskette

4.3 บริการ Direct Debit เป็นบริการที่ให้ความสะดวกในการหักบัญชีลูกค้า
เพื่อชำระหนี้ให้แก่บริษัท โดยบริษัทสามารถจัดส่งข้อมูลการหักบัญชีลูกค้าให้ในรูปแบบ Diskette

4.4 บริการ Bill Payment เป็นบริการรับชำระค่าสินค้า / บริการ หรือค่าผ่อนงวด
ต่าง ๆ ผ่านหน้าเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพทั่วประเทศ หรือหักจากบัญชีเงินฝาก หักจาก
บัญชีบัตรเครดิต จากเครื่อง ATM ของธนาคารกรุงเทพ ก่อรับฝาก / ชำระเงินด่วน หรือจะชำระ
ผ่านบริการ Telefax หรือผ่านบริการ Bualuang Phone ได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยธนาคารจะ
นำเงินเข้าบัญชีของบริษัท พร้อมทั้งจัดทำรายละเอียดของผู้ชำระเงินแต่ละรายให้บริษัทในรูปแบบของ
รายงานหรือ Electronic Data Transfer

4.5 บริการ Bill Collector เป็นบริการรับชำระค่าสินค้า / บริการที่คู่ค้าหรือ
พนักงานขาย ชำระหรือนำฝากให้แก่บริษัท โดยนำเงินสดหรือเช็คที่ลงวันที่ล่วงหน้าชำระหรือ
นำฝากผ่านสาขาต่างจังหวัด ธนาคารจะทำการโอนเงินที่รับชำระหรือนำฝากเข้าบัญชีให้บริษัท
ในกรุงเทพฯ ทุกสิ้นวัน สำหรับรายการเช็คจะโอนบัญชีเมื่อทราบผลเรียกเก็บ

4.6 บริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค (Utilities Payment) เป็นบริการที่ธนาคาร
บริการให้แก่ผู้ที่ต้องการชำระค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ได้แก่ ค่าประปา ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์
 เป็นต้น โดยลูกค้าสามารถเลือกชำระค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ได้หลายทาง เช่น บริการบัวหลวง
โฟนชำระผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารหักบัญชี เป็นต้น

5. บริการช่วยส่งเสริมธุรกิจ

5.1 การค้ำประกันโดยธนาคาร (Bank Guarantee) เป็นรายการที่ธนาคารเป็นผู้ค้ำประกันลูกค้าไว้ต่อบุคคลอื่น เพื่อเป็นหลักประกันการชำระหนี้ของลูกค้า โดยธนาคารจะรับผิดชอบให้หนี้แทนให้ภายในวงเงินที่ค้ำประกัน เช่น การค้ำประกันของประกวดราคา การค้ำประกันการชำระหนี้ค่าสินค้า เป็นต้น

5.2 การอวัลหรือรับรองตัวเงิน (Avall/Acceptance) การอวัลเป็นการที่ธนาคารเข้าไปเป็นผู้ค้ำประกันการจ่ายเงินตามตัวเงินที่ลูกค้าเป็นผู้ออก ตัวเงินที่ธนาคารรับอวัลไว้นี้เมื่อถึงวันครบกำหนดจ่ายเงิน และผู้ส่งตัวเงินมาเรียกเก็บ ธนาคารจะดำเนินการจ่ายเงินตามตัวให้ทันที

6. บริการอื่น ๆ

6.1 บริการเปลี่ยนสมุดคู่ฝากต่างสาขาของธนาคาร เป็นบริการที่ให้ลูกค้าสามารถนำสมุดคู่ฝากเดิมที่เต็มหรือชำรุดมาเปลี่ยนเป็นสมุดคู่ฝากใหม่ ณ ต่างสาขาได้ทุกสาขาในเขตนครหลวง

6.2 บริการซื้อ-ขายหน่วยลงทุนกองทุนเปิด (Mutual Funds) ซึ่งธนาคารเป็นตัวแทนสนับสนุนการขายและรับซื้อคืนหน่วยลงทุน ปัจจุบันมีกองทุนเปิดที่อยู่ภายใต้การบริหารของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมบัวหลวง จำกัด จำนวน 8 กองทุน ได้แก่ กองทุนเปิดบัวแก้ว กองทุนเปิดบัวขวัญ กองทุนเปิดบัวแก้ว 2 กองทุนเปิดบัวแก้วปันผล กองทุนเปิดบัวหลวงธนคม กองทุนเปิดบัวหลวงทศพล กองทุนเปิดบัวหลวงโครงสร้างพื้นฐาน และกองทุนเปิดทรัพย์บัวหลวง

6.3 บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ (Credit Card) เป็นบริการบัตรเครดิตที่อำนวยความสะดวกแก่สมาชิกบัตรในการนำบัตรนี้ไปใช้ซื้อสินค้าหรือบริการ และใช้จ่ายยามฉุกเฉินจากสถานที่ต่าง ๆ ปัจจุบันธนาคารได้ออกบัตรเครดิตหลายประเภท ทั้งบัตรเครดิตภายในประเทศ บัตร VISA บัตร Master Card และบัตร Affinity Card ที่ธนาคารออกร่วมกับบริษัทหรือห้างร้านต่าง ๆ

6.4 บริการ Bualuang Debit เป็นบริการที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า โดยไม่ต้องพกพาเงินสดเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ เพียงลูกค้านำบัตรบัวหลวง ATM และบัตรบัวหลวง Premier ไปรูดที่เครื่อง EDC (Electronic Data Capture) ณ จุดขาย ธนาคารก็จะหักเงินจากบัญชี โอนเข้าบัญชีของร้านค้าที่ไปใช้บริการโดยอัตโนมัติ

6.5 บริการ Tradelink เป็นบริการที่ธนาคารได้ให้การสนับสนุนแก่ธุรกิจนำเข้าสินค้าต่างประเทศ เพื่อความสะดวกรวดเร็ว และลดขั้นตอนการปฏิบัติงานในการเปิด / แก้ไข และตรวจสอบ L/C ด้วยการติดต่อสื่อสารข้อมูลผ่านระบบคอมพิวเตอร์จากที่ทำการของลูกค้ามายังธนาคาร โดยไม่ต้องเดินทางมาติดต่อด้วยตนเอง

6.6 บริการแนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ (Education Advisory Service) เป็นบริการที่ให้สำหรับผู้ที่ต้องการไปศึกษาต่อต่างประเทศ ธนาคารจะให้คำแนะนำและช่วยเหลือติดต่อในด้านต่าง ๆ ทั้งสถานที่ศึกษา จัดหาที่พัก ให้บริการเกี่ยวกับการเดินทาง ตลอดจนอำนวยความสะดวกในการจัดส่งเงินเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในขณะกำลังศึกษา

6.7 บริการการเดินทาง (Travel Service) เป็นบริการที่ธนาคารอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ที่ต้องการเดินทาง ไม่ว่าจะภายในประเทศและต่างประเทศ ธนาคารจะให้คำแนะนำเกี่ยวกับพิธีการเดินทางต่าง ๆ เช่น การสำรองที่นั่งและจำหน่ายตั๋วสำหรับพาหนะเดินทาง การสำรองที่พัก รวมทั้งขายเงินสดต่างประเทศ การจัดทำหนังสือเดินทาง ทำวีซ่า ตลอดจนการทำกรมธรรม์ประกันภัยเพื่อการเดินทางและการจัดเส้นทางให้กับผู้เดินทาง

6.8 บริการให้เช่าตู้निรภัย (Safe Deposit Locker) เป็นการอำนวยความสะดวกด้านรักษาความปลอดภัยแก่ทรัพย์สินต่าง ๆ ของลูกค้าธนาคาร โดยธนาคารได้ทำการติดตั้งระบบตู้นิรภัยที่ทันสมัยไว้คอยบริการตามสาขาของธนาคาร

6.9 เช็คของขวัญ (Gift Cheque) เป็เช็คที่ธนาคารบริการให้กับบุคคลทั่วไปเพื่อใช้เป็นของขวัญในโอกาสที่เป็นมงคลหรือเทศกาลต่าง ๆ ผู้รับสามารถนำไปเข้าบัญชีได้ทุกธนาคาร หรือนำไปขึ้นเงินสดที่สาขาของธนาคารได้ทุกสาขา โดยไม่จำเป็นต้องมีเงินฝากหับธนาคาร

6.10 เช็คเพื่อการเดินทาง (Traveller's Cheque) ธนาคารรับเป็นตัวแทนจำหน่ายเช็คเดินทางของธนาคาร และสถาบันการเงินต่างประเทศหลายสกุล

6.11 แคชเชียร์ออร์เดอร์ (Cashier's Order) เป็นการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในกรณีที่ประสงค์จะใช้เงินอยู่ในท้องถิ่นเดียวกัน และไม่ต้องการขนเงินสดไปจ่ายแก่กัน โดยธนาคารจะออกเป็นเช็คของธนาคารให้เป็นการสั่งจ่ายที่ธนาคารเอง

6.12 ซื้อ-ขายพันธบัตร (Securities Trading) เป็นบริการที่ธนาคารสนับสนุนนโยบายรัฐบาล เพื่อการพัฒนาตลาดเงินทุนในประเทศ ธนาคารได้อำนวยบริการรับซื้อ-ขายพันธบัตร โดยจัดตั้งตลาดกลางจำหน่ายพันธบัตรรัฐบาลและพันธบัตรรัฐวิสาหกิจสู่ประชาชน และรับซื้อคืนในกรณีผู้ถือพันธบัตรต้องจ่ายเงินก่อนครบกำหนด

6.13 ดราฟต์ต่างประเทศ (Demand Draft) เป็นตราสารต่างประเทศที่ออกโดยธนาคารผู้สั่งจ่ายสั่งให้ธนาคารปลายทางจ่ายเงินให้ผู้รับผลประโยชน์ที่มีชื่ออยู่ในตราสารดราฟต์นั้น ซึ่งสะดวกสำหรับผู้ที่จะเดินทางไปพำนักยังต่างประเทศและไม่รีบร้อนที่จะใช้เงินในทันที

6.14 บริการข้อมูลทางด้านเครดิต (Credit Information) ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ ฐานะทางเครดิตและการเงินของลูกค้า ข้อมูลดังกล่าวได้แก่ รายงานฐานะของผู้เค้นค่าให้กับธนาคารทั้งในประเทศและต่างประเทศ สถานทูตและหน่วยงานราชการ รับรองบัญชีเงินฝากสถานะทางการเงินของลูกค้า เพื่อนำไปใช้ประกอบการขอวีซ่า

6.15 รับชำระภาษีทะเบียนรถยนต์ และจักรยายนตร์ (Vehicle Tax Payment) เป็นบริการที่ร่วมกับกรมการขนส่งทางบก รับชำระภาษีรถยนต์ และจักรยานยนต์ ในเขตกรุงเทพฯ ผ่านธนาคาร โดยรับเป็นผู้ดำเนินการติดต่อเสียภาษีแทนลูกค้าเจ้าของรถกับกรมการขนส่งทางบกโดยตรง และผู้เสียภาษีจะรับฝ่ายวงกลมได้จากธนาคาร

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สำนักบรรณสารสนเทศ

76

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวรัตนา กฤตยาวัฒน์
วัน เดือน ปีเกิด	16 ตุลาคม 2506
สถานที่เกิด	จังหวัดฉะเชิงเทรา
ประวัติการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สถานที่ทำงาน	ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาถนนชุมพล-ฉะเชิงเทรา
ตำแหน่ง	ผู้จัดการ