

คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี



เมทินี นาคมิตร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

ค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

พ.ศ. 2560

THE SERVICE QUALITY OF COMMERCIAL BANK IN CHAIYA SURAT THANI BRANCH



MATHINEE NAKMIT

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
copyright© Suratthani Rajabhat University

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of
the Requirements for the Degree of Master of Business Administration

Field in Business Administration

Graduate School

Suratthani Rajabhat University

2017

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ	คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวเมทินี นาคมิตร
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2560
คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์สุณีย์ ล่องประเสริฐ ประธานกรรมการ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ เปรียบเทียบคุณภาพบริการของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคล และศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน เนื่องจาก ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมโดยหลัก การคำนวณของคอคแรน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95 สถิติพื้นฐานที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบ ได้แก่ สถิติค่าที และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับดี โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความ เชื่อถือไว้วางใจของบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่ และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการผลการเปรียบเทียบ คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัย ส่วนบุคคล พบว่า อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประเภทของธุรกรรม จำนวนครั้งที่มาใช้บริการ มีความ คิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน เพศ ระดับการศึกษา ไม่แตกต่างกันผู้ใช้บริการได้เสนอแนะสรุปได้ว่าควรเพิ่มสาขาในตลาดไชยา มีเครื่อง ฝากถอนเงินอัตโนมัติที่ทันสมัยสามารถใช้งานได้มีสถานที่จอดรถที่สะดวกเพียงพอและมีกิจกรรมเพื่อ ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการปรับปรุงการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายให้ดีขึ้น มีของชำร่วยของแจกในโอกาสพิเศษหรือเทศกาลสำคัญและที่สำคัญคือไม่ต้องการให้ธนาคารจัดเก็บ ค่าธรรมเนียมในการบริการหลายขั้นตอน

ABSTRACT

Term Paper Title	The Service Quality of Commercial Bank in Chaiya Surat Thani branch	
Student's Name	Miss Mathinee Nakmit	
Degree Sought	Master of Business Administration	
Major	Business Administration	
Academic Year	2017	
Term Paper Advisor	Assoc. Prof. Sunee Longprasert	Chairperson

The purposes of this research were to study the quality of service of the bank. Compare the quality of the Bank. Amphoe Chaiya Surat Thani branch By personal factors And study the opinions and suggestions on the services of the bank. The samples of the user bank Amphoe Chaiya Surat Thani branch 400 I do not know the exact population. The size of the sample size was determined by Cochran's (1953) collected using a questionnaire with the reliability of .95 basic statistics used to analyze data were percentage, mean, standard deviation, statistical tests are. the statistics and analysis of variance the way.

The results showed that Service quality of the Bank. Amphoe Chaiya Surat Thani branch Overall and on all sides at a high level. In descending order from the most to least include the reliability of the service. The materiality of Service Providing reassurance to users. The service with empathy. And the needs of service users. The comparison of quality of service of the bank. Major Chaiya Surat Thani branch By personal factors were age, education level, occupation, monthly income. Type of transaction Number of service Opinions on the quality of service as well. Statistically significant at the 0.05 level, sex is no different. Users are suggested conclusion. Add branches in Chaiya A modern automated teller machines. currently available Parking is convenient enough. And activities to enjoy while waiting for service improvement and delivery of advertising. Sales promotion for the better Souvenirs, gifts, special occasions or festivals. And most importantly, do not want a bank levy a fee for the service process.

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จลงได้อย่างสมบูรณ์ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ สุณีย์ ล่องประเสริฐ ประธานกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ และกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่ได้อนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ตลอดจนตรวจสอบเพื่อแก้ไขข้อบกพร่องด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง จนเป็นภาคินพนธ์ที่เสร็จสมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้ให้บริการธนาคารพาณิชย์ ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารออมสิน ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทุกท่านที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษ และขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ และทุกคนที่มีส่วนร่วมในความสำเร็จที่คอยเป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณบิดา และมารดาที่ให้อำนาจใจ สนับสนุนการศึกษา และคำแนะนำในการครองตนจนสำเร็จการทำวิจัยครั้งนี้

คุณประโยชน์และคุณค่าอันพึงมีจากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเพื่อบูชาพระคุณบิดา มารดา ครูบาอาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน รวมถึงผู้ที่เขียนหนังสือและผู้เขียนงานวิจัยทุกๆ เรื่องที่ข้าพเจ้าได้นำข้อมูลมาศึกษาในครั้งนี้ ข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การค้นคว้าอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้ที่เกี่ยวข้อง

เมทินี นาคมิตร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
สมมติฐานการวิจัย.....	6
คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ความรู้เกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์ จำกัด (มหาชน).....	8
ข้อมูลธนาคารพาณิชย์ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ.....	27
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ.....	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	37
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	45
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	45
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	46
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	47
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	79
สรุปผล.....	79
อภิปรายผล.....	81
ข้อเสนอแนะ.....	85
บรรณานุกรม.....	87
ภาคผนวก.....	92
ภาคผนวก ก เครื่องมือในการวิจัย.....	93
ภาคผนวก ข ค่าความเชื่อมั่น.....	99
ภาคผนวก ค หนังสือของผู้เชี่ยวชาญและหนังสือขออนุเคราะห์ข้อมูล.....	102
ภาคผนวก ง รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย.....	106
ประวัติผู้ทำการค้นคว้าอิสระ.....	108

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	49
4.2	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวม	51
4.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ.....	52
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ.....	53
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการตอบสนองความต้องการของ ผู้ใช้บริการ.....	54
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ.....	55
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการบริการด้วยการเอาใจใส่.....	56
4.8	ผลการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ สาขาอำเภอ ไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามเพศ.....	57
4.9	ผลการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุ.....	57
4.10	ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ สาขาอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่.....	59
4.11	ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ จำแนก ตามอายุ เป็นรายคู่.....	59
4.12	ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่.....	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.13 ผลการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษา	61
4.14 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านความเป็นรูปธรรมของบริการจำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่.....	62
4.15 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่.....	63
4.16 ผลการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีจำแนกตามอาชีพ.....	64
4.17 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่.....	65
4.18 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่.....	65
4.19 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่.....	66
4.20 ผลการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	67
4.21 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่.....	68
4.22 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่.....	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.23 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่	69
4.24 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่	70
4.25 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่ จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่	70
4.26 ผลการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามประเภทของธุรกรรม.....	71
4.27 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการจำแนกตามประเภทของการใช้บริการ เป็นรายคู่.....	72
4.28 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามประเภทของการใช้บริการ เป็นรายคู่	73
4.29 ผลการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน	73
4.30 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านความเป็นรูปธรรมของบริการจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน เป็นรายคู่	75
4.31 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน เป็นรายคู่	75
4.32 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน เป็นรายคู่	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.33	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอ ไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี	77



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....

5



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงของโลก ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจ และสภาพสังคมภายในประเทศเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย การเจริญเติบโตของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องจึงมีส่วนที่ก่อให้เกิดโอกาสทางธุรกิจขึ้นหลากหลายประเภท โดยเฉพาะธุรกิจบริการทางการเงินซึ่งประเทศไทยกำลังเปิดประตูรับการแข่งขันจากทั่วโลก การแข่งขันกันอย่างรุนแรงระหว่างธนาคารจึงเกิดขึ้น ไม่ว่าจะธนาคารใดก็ตาม หากมีการเสนอบริการใหม่ ๆ ให้แก่ผู้บริโภค ธนาคารที่เหลือก็จะเสนอบริการชนิดนั้น ๆ ตามออกมาทันที ดังนั้น ธนาคารต่าง ๆ จึงต้องคิดที่จะหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกมาเสนอให้แก่ลูกค้า ด้วยความสะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จึงทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความแตกต่างจากธนาคารอื่น นั่นก็คือ ผลิตภัณฑ์ด้านการบริการ การบริการจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ธนาคารแต่ละแห่งได้พยายามคิดหาวิธีนำเสนอแก่ลูกค้า เพื่อสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ (ศรชัย จันทองษ์, 2553 : 1)

การบริการนับว่าเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจยุคใหม่ เพราะรูปแบบการดำเนินชีวิตและความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปตามค่านิยม ผู้บริโภคยุคใหม่สนใจในความอยู่ดีกินดีและความสะดวกสบายมากขึ้นการให้ บริการที่ดี รวดเร็วและง่าย จะเห็นว่าในปัจจุบันธุรกิจภาคบริการต่าง ๆ ก็มุ่งเน้นที่จะแข่งขันกันเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค นอกเหนือจากจะแข่งขันในเรื่องมาตรฐานสินค้าแล้ว การแข่งขันด้านการให้บริการที่เป็นเลิศถือว่าเป็นหัวใจสำคัญ (สุพรรณอินทร์แก้ว, 2551 : 2 - 3) ในธุรกิจการให้บริการ คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ คือ การรักษาระดับการให้ บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามผู้ใช้บริการคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ผู้ใช้บริการต้องการตามประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณาของธุรกิจ ผู้ใช้บริการจะเกิดความพึงพอใจถ้าได้รับในสิ่งที่ต้องการ

การบริการที่ดีนั้นแตกต่างไปจากความเข้าใจแต่เดิมในอดีตจากเดิมที่คุณภาพจะถูกกำหนดโดยผู้ให้บริการเป็นหลักโดยการพยายามทำ ให้บริการเป็นไปตามที่ผู้ให้บริการต้องการ แต่ในปัจจุบันการตัดสินระดับคุณภาพได้ถูกเปลี่ยนมาเป็นการวัดที่ลูกค้าเป็นผู้กำหนดและลูกค้าต้องการซึ่งคุณภาพจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อลูกค้าได้สัมผัส ได้ใช้สินค้าหรือบริการนั้น หากลูกค้ารับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับเท่ากับหรือสูงกว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ และอยากใช้สินค้าและบริการนั้น

แต่ในทางกลับกันหากลูกค้าได้รับสินค้าหรือการบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าจะไม่เกิดความพึงพอใจและปฏิเสธที่จะใช้สินค้าและบริการนั้น (Parasuraman and others, 1985 : 48 - 49) จากมุมมองที่เปลี่ยนไปของการให้ความหมายของคำว่า “คุณภาพ” ทำให้ผู้บริโภคหรือลูกค้ากลายเป็นศูนย์กลางของธุรกิจลูกค้าเป็นผู้มีสิทธิ์เลือกที่จะซื้อหรือไม่ซื้อ ใช้หรือไม่ใช้สินค้าหรือบริการนั้น เป็นเหตุให้หน่วยงาน องค์กร และบริษัทต่าง ๆ ไม่ว่าจะภาครัฐหรือเอกชน ต่างตื่นตัวกับการรับรู้คุณภาพของสินค้า หรือบริการของตนในมุมมองของลูกค้า ส่งผลให้ภาครัฐได้ทำการควบคุมคุณภาพของสินค้า และการบริการโดยมีการกำหนดมาตรฐานของสินค้าต่าง ๆ เพื่อรักษาสิทธิ์ของผู้บริโภคไม่ให้ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบ ซึ่งในขณะเดียวกันบรรดาผู้ผลิต ผู้ให้บริการเอง ต่างก็พยายามหาวิธีการ แนวทางต่าง ๆ เพื่อใช้ในการปรับปรุงคุณภาพของตน เช่น การนำระบบกระบวนการเพื่อลดความผิดพลาด (Six-sigma) เข้ามาใช้ในควบคุมการบริการของบริษัท การรับรองคุณภาพโรงพยาบาล (Hospital Accreditation : HA) และการกำหนดระบบมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) ให้แก่โรงงานต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ นอกจากจะช่วยลดความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นแล้ว ยังเป็นการประกันคุณภาพ สำหรับลูกค้าหรือผู้บริโภค ซึ่งช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในการบริโภคสินค้าให้กับผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง (วิลาสิณีย์ จำปาตะ, 2551 : 2)

คุณภาพบริการขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของผู้บริโภค (Consumer Perception) นั้น คือ คุณภาพในสายตาของผู้บริโภคเกิดจากการเปรียบเทียบความคาดหวังในบริการและสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากบริการนั้น บริการมีคุณภาพเมื่อผู้รับบริการได้รับในสิ่งที่คาดหวังไว้ (Parasuraman, 1985 : 41 - 50) พบว่า มีปัจจัย 10 ประการที่กำหนดคุณภาพบริการและร่วมพัฒนาเป็นเกณฑ์ประเมินคุณภาพบริการ คือ การให้ผู้รับบริการเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร สมรรถนะของผู้ให้บริการ ความมีอัธยาศัย ความน่าเชื่อถือ ความมั่นคงปลอดภัย ความไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการทันที ความเป็นรูปธรรมของบริการ และการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ ซึ่งต่อมาเซทามล์ และคณะ (Zeithaml, et al. 1988 : 35 - 48) ได้สร้างเครื่องมือวัดคุณภาพบริการ โดยสรุป เกณฑ์ประเมินเหลือเพียง 5 ด้าน คือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ บริการที่ตอบสนองความต้องการ บริการที่สร้างความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และความเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ โดยเครื่องมือนี้ ใช้ประเมินความพึงพอใจในคุณภาพบริการของผู้รับบริการ ซึ่งเรียกว่า Service Quality หรือ (SERVQUAL) โดยเครื่องมือชุดนี้ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นข้อคำถามที่เกี่ยวกับความคาดหวังในคุณภาพบริการ ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ในคุณภาพบริการที่ได้รับแล้ว นำข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้ง 2 มาวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่าง ซึ่งหากผลการวิเคราะห์พบว่า คะแนนการรับรู้คุณภาพบริการเท่ากับหรือมากกว่าคะแนนความคาดหวังในคุณภาพบริการ แสดงว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพบริการ แต่หากคะแนนการรับรู้คุณภาพบริการน้อยกว่าคะแนนความคาดหวังย่อมแสดงว่าผู้รับบริการไม่พอใจในคุณภาพบริการ

ธนาคารพาณิชย์ เป็นธนาคารที่ให้ความสำคัญกับการวางแผนทางการบริหารงานให้สอดคล้องกับการดำเนินงานและการจัดการที่ดี ได้ทำการปรับปรุงโครงสร้างการบริหาร โดยการพัฒนาโครงสร้างจัดกลุ่มบริการ ระบบการทำงาน การเตรียมบุคลากรบริการ ช่องทางและจุดขายและฐานข้อมูลลูกค้าให้ได้มาตรฐาน เพื่อความพร้อมในการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างครอบคลุมทุกระดับและรองรับความต้องการที่ซับซ้อนของลูกค้าที่มากขึ้น การเป็นผู้นำธุรกิจรายย่อยเป็นแผนงานหนึ่งในการปรับปรุงศักยภาพในการทำธุรกิจเพื่อขยายฐานลูกค้า เนื่องจากกลุ่มลูกค้ารายย่อยถือว่าเป็นฐานของกลุ่มลูกค้าขนาดใหญ่ของธนาคารมีแนวโน้มจะเติบโตมากขึ้นและเป็นฐานที่สามารถสร้างรายได้ โดยการขายผลิตภัณฑ์และบริการในจำนวนมากขึ้น ทั้งนี้ธนาคารพาณิชย์ ยังได้พัฒนาระบบการให้บริการในรูปแบบของสินค้า คุณภาพของการให้บริการและปรับปรุงรูปแบบของจุดให้บริการหรือจุดขายให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของลูกค้าในปัจจุบัน โดยนำสินค้าและบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างทันทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ การสร้างและพัฒนาสาขาซึ่งเป็นจุดขายและเป็นฐานในการสร้างรายได้ที่สำคัญของธนาคาร ธนาคารพาณิชย์ทุกแห่ง จึงทำการปรับปรุงรูปแบบของสาขาให้มีความโดดเด่นทันสมัยทั้งภายในและภายนอกเพื่อความพร้อมในการให้บริการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวโดยมีเป้าหมายหลักในการเพิ่มผลกำไรของธนาคารและตอบสนองความต้องการใหม่ ๆ ของผู้บริโภคผ่านทางช่องทางการขายสินค้าหรือสาขา รวมถึงการนำเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพมาใช้ในการทำงานรวมทั้งทำการอบรมพนักงานให้มีความรู้ ความสามารถเพื่อมีมาตรฐานการให้บริการที่สูงขึ้น (ธารินี แก้วจันทร์, 2556 : 2)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ว่ามีคุณภาพมากน้อยเพียงใด โดยการศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในด้านต่าง ๆ ต่อผู้มาใช้บริการว่าได้รับความสะดวก ความประทับใจในการให้บริการหรือมีความคิดเห็นต่อการให้บริการว่าเป็นอย่างไร และมีความต้องการบริการประเภทใดเพิ่มเติมบ้าง ตลอดจนอุปสรรคการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ทำการศึกษาไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการต่าง ๆ ให้ดีขึ้น เพื่อให้ธนาคารพาณิชย์ประสบผลสำเร็จให้สมกับเป็นธนาคารของประชาชนเพื่อประชาชนอย่าง แท้จริงต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์ของงานวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. เพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ความสำคัญของการวิจัย

ความสำคัญของการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความสำคัญของการวิจัยดังนี้

1. ทราบถึงระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำไปพัฒนาการให้บริการของธนาคารพาณิชย์

2. ทราบถึงผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำมาแก้ไขพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการลูกค้า

3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการศึกษาดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านคุณภาพบริการประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และการให้บริการด้วยการเอาใจใส่ ตามแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990 : 79 - 81 Peter and Donnelly, 2004 : 180 - 183)

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่ม

ตัวอย่างที่เหมาะสมโดยหลักการคำนวณของคอแครน (Cochran, 1953 : 82) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน

ขอบเขตด้านตัวแปร

1. ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของธุรกรรม และความถี่ในการใช้บริการ

2. ตัวแปรตาม คือ ด้านคุณภาพบริการประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการและการให้บริการด้วยการเอาใจใส่

ขอบเขตด้านพื้นที่

ครอบคลุมพื้นที่ในการวิจัยคือ ธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อแสดงคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ รวมทั้งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบในการกำหนดกรอบแนวคิด ดังแสดงด้วยภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน

นิยามศัพท์เฉพาะ

ธนาคารพาณิชย์ หมายถึง ธนาคารพาณิชย์ได้แก่ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารกสิกรไทย ให้บริการทางการเงินครบวงจรทั้งลูกค้าธุรกิจและลูกค้าบุคคล ตั้งอยู่อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้เป็นสถานที่ศึกษาวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลของผู้มาใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ธุรกรรมที่ใช้บริการ และความถี่ในการใช้บริการ

คุณภาพการบริการ หมายถึง การตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ และเป็นไปตามการปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ของผู้ให้บริการ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการและการให้บริการด้วยการเอาใจใส่

ความเป็นรูปธรรมของบริการ หมายถึง ที่ตั้งของธนาคารพาณิชย์เหมาะสม เดินเข้าไปรับบริการได้สะดวก สภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบและอาคารสถานที่สะอาด มีป้ายแนะนำขั้นตอนการบริการที่ชัดเจน มีที่นั่งรอรับบริการเพียงพอ ไม่แออัด อากาศถ่ายเท สะอาด สะดวก ปลอดภัย มีห้องน้ำสะอาด และเพียงพอสำหรับผู้รับบริการ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ สะดวก เพียงพอ และมีความพร้อมในการใช้งาน

ความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ หมายถึง ให้บริการด้วยความถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาด และความคลาดเคลื่อนในการบริการ จัดบริการเป็นไปตามมาตรฐานของวิชาชีพและของสถานบริการ ให้บริการตรงตามขั้นตอนที่ได้แจ้งหรือประกาศไว้ ให้บริการอย่างมีคุณภาพสม่ำเสมอทุกครั้ง ให้บริการเป็นที่ไว้วางใจและเป็นที่ยอมรับของผู้รับบริการ เจ้าหน้าที่ของธนาคารตรวจสอบความถูกต้องของชื่อ - สกุล ทุกครั้งก่อนให้บริการ

การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ หมายถึง เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมและกระตือรือร้น ในการให้บริการตรงตามปัญหาของผู้ใช้บริการ ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างทันทั่วทั้ง โดยไม่กระทบผู้รับบริการอื่นรับฟังปัญหาของผู้รับบริการเป็นอย่างดี มีระบบและขั้นตอนในการเข้ารับบริการกระชับสะดวกและรวดเร็วเข้ารับบริการโดยง่าย นอกเหนือจากการนัดตามเวลาแล้ว สถานที่แห่งนี้

มีการคัดกรองผู้ใช้บริการ จัดบริการตามลำดับปัญหาความจำเป็นในกรณีที่ผู้ใช้บริการเร่งด่วน ให้คำแนะนำและอธิบายรายละเอียดทุกครั้งก่อนให้บริการ

การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ หมายถึง เจ้าหน้าที่มีทักษะความรู้ ความสามารถและความเชี่ยวชาญ มีกิริยามารยาทที่ดีในการให้บริการ รู้สึกปลอดภัย และมั่นใจว่าจะได้รับการจากธนาคารที่ดีเป็นไปตามมาตรฐาน ได้รับการพิทักษ์สิทธิ์ ไม่เปิดเผยข้อมูลหรือความลับอันเป็นการทำให้เสื่อมเสีย หรืออับอาย สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการในการได้อย่างถูกต้อง และมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด

การให้บริการด้วยการเอาใจใส่ หมายถึง เจ้าหน้าที่สนใจการติดตามผลการรักษาของผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ ดูแลเอาใจใส่อย่างเป็นกันเอง คอยสังเกตและคอยสอบถามความต้องการของผู้ใช้บริการ ให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการและญาติในการให้บริการ มีการกระจายการบริการไปทั่วถึงครอบคลุมทุกประเภท เช่น สนใจตอบข้อซักถามเมื่อท่านมีปัญหา

ผู้ใช้บริการ หมายถึง ประชาชนที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นข้อสรุปอ้างอิงเพื่อให้งานวิจัยมีความถูกต้องและใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด โดยผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยต่าง ๆ มาใช้เป็นแนวทางในการวิจัยดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
2. ข้อมูลธนาคารพาณิชย์ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความรู้เกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ความหมายของธนาคารพาณิชย์

จรินทร์ เทศวานิช (2554 : 111 - 162) ได้กล่าวไว้ว่า การค้าและการอุตสาหกรรมในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ได้เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว การติดต่อค้าขายเป็นไปอย่างกว้างขวาง ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การค้าขยายตัวอย่างรวดเร็ว การติดต่อค้าขายเป็นไปอย่างกว้างขวาง ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การค้าขยายตัวอย่างรวดเร็วก็คือ การมีสถาบันการเงินที่คอยช่วยอำนวยความสะดวก ในเรื่องเงินและการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ สถาบันการเงินที่นับว่าสำคัญคือ ธนาคาร สถาบันการเงินที่จัดเป็นธนาคารมีอยู่หลายชนิดด้วยกัน เช่น ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร ธนาคารออมสิน ธนาคารกลาง เป็นต้น ธนาคารแต่ละชนิดจะ มีลักษณะต่าง ๆ กัน

ความหมายของธนาคารพาณิชย์ คำว่า “ธนาคาร” ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Bank” คำในภาษาอังกฤษดังกล่าวมาจากคำภาษาอิตาเลียนว่า “Banco” ซึ่งแปลว่า “ม้านั่ง” (Bench) ทั้งนี้เนื่องจากผู้มีเงินให้แลกเปลี่ยนในสมัยโบราณมักจะนั่งอยู่บนม้านั่ง คอยรับแลกเปลี่ยนเงินตามบริเวณหน้าตลาด หรือหน้าโรงนวดที่มีผู้คนชุมนุมกันเนื่องแน่น จากศัพท์คำนี้จึงได้กลายมาเป็น คำว่า Bank ในภาษาอังกฤษ อย่างไรก็ตามมีผู้อ้างว่าที่จริงแล้วคำว่า Bank มาจากคำว่า Banck ใน ภาษาเยอรมัน ซึ่งแปลว่ากองทุนเรือนหุ้นร่วมกัน (joint stock fund)

ตามพระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2522 มาตรา 4 ได้ให้ความหมายของการธนาคารพาณิชย์และธนาคารพาณิชย์ไว้ว่า การธนาคารพาณิชย์คือ ธนาคารที่ประกอบธุรกิจ

ประเภทรับฝากเงิน ที่ต้องการจ่ายคืนเมื่อทวงถาม หรือเมื่อสิ้นระยะเวลาอันกำหนดไว้ และใช้ ประโยชน์ จากเงินนั้นในทางหนึ่งหรือหลายทาง เช่น การให้กู้ยืม การซื้อขายหรือเก็บเงินตามตัว เงินหรือตราสาร เปลี่ยนมืออื่นใด ซื้อหรือขายเงินตราต่างประเทศ ทั้งนี้จะประกอบธุรกิจประเภทอื่น ๆ อันเป็นประเพณี ของธนาคารพาณิชย์ด้วยก็ได้ สำหรับธนาคารพาณิชย์ คือธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบ การ ธนาคารพาณิชย์ และหมายความรวมถึงสาขาของธนาคารต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบ การ ธนาคารพาณิชย์ด้วย

สรุปได้ว่า ธนาคารพาณิชย์หมายถึง การประกอบธุรกิจประเภทรับฝากเงินที่ต้องจ่ายคืน เมื่อทวงถาม หรือเมื่อสิ้นระยะเวลาอันได้กำหนดไว้ และใช้ประโยชน์จากเงินนั้นในทางหนึ่งหรือ หลายทาง เช่น การให้กู้ยืม ซื้อขายหรือเก็บเงินตามตัวเงิน หรือตราสารเปลี่ยนมืออื่นใด ซื้อหรือขาย เงินตราต่างประเทศ ทั้งนี้จะประกอบธุรกิจประเภทอื่น ๆ อันเป็นประเพณีของธนาคารพาณิชย์ด้วยก็ได้ สำหรับธนาคารพาณิชย์ คือธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบ การธนาคารพาณิชย์ และหมายความ รวมถึงสาขาของธนาคารต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบ การธนาคารพาณิชย์ด้วย

ประวัติความเป็นมา

ธนาคารพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 27 มกราคม 2488 มีสำนักงาน แห่งแรก ตั้งอยู่ ณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นเมืองหลวงเก่าของประเทศไทย และเริ่มเปิด ดำเนินการ เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2488 มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1,000,000 บาท ต่อจากนั้นได้ก่อตั้งสำนักงาน กรุงเทพมหานคร ขึ้นภายในปีเดียวกัน ณ มุมนนราชวงศ์ และย้ายที่ทำการสำนักงาน กรุงเทพฯ ไปยังถนน อนุวงศ์ และถนนลำพูนไชย ในปี 2491 และ 2493 ตามลำดับ

การดำเนินกิจการของธนาคารเจริญก้าวหน้าและมั่นคงมากโดยลำดับ ธนาคารได้รับพระบรม ราชานุญาตรับพระราชทานตราครุฑมาประดิษฐาน ณ ธนาคารเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2513 ต่อมา ในปีเดียวกันธนาคารได้ย้ายสำนักงานใหญ่มาอยู่ที่ถนนเพลินจิต เพื่อตอบสนองผู้ใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น ในวันที่ 26 กันยายน 2520 ธนาคารได้จดทะเบียนเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่ง ประเทศไทย และในวันที่ 28 กันยายน 2536 ธนาคารได้จดทะเบียนการแปรสภาพ ธนาคารพาณิชย์ จำกัด เป็นบริษัทมหาชน ตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน เดือนธันวาคม 2539 ธนาคารได้ย้าย ที่ทำการสำนักงานใหญ่แห่งใหม่ ซึ่งเป็นที่ทำการ สำนักงานใหญ่ในปัจจุบัน ตั้งอยู่ที่เลขที่ 1222 ถนนพระรามที่ 3 แขวง บางโพธิ์พวง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120 และเปิดดำเนินการ อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2540 และ ในเดือนมิถุนายน 2541 ธนาคารได้เพิ่มทุนจาก 5,000 ล้านบาท เป็น 10,000 ล้านบาท วันที่ 18 มิถุนายน 2542 ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว ของธนาคารเพิ่มขึ้นเป็น 18,503.25 ล้านบาท ต่อมาในวันที่ 29 สิงหาคม 2546 ได้จดทะเบียนเพิ่มทุน ชำระแล้วเป็น 28,503.25 ล้านบาท

ในปี 2549 ธนาคารได้เชิญให้กลุ่มบริษัท General Electric (กลุ่ม GE) เข้ามาร่วมเป็นพันธมิตร โดยกลุ่ม GE เป็นองค์กรชั้นนำระดับโลกที่มีธุรกิจครอบคลุมหลายด้าน ทั้งภาคอุตสาหกรรมและภาคการเงิน โดยเฉพาะธุรกิจการเงินเพื่อรายย่อย มีความพร้อมในด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมทางการเงินใหม่ ๆ ที่สนองตอบความต้องการทางการเงินของลูกค้าได้อย่างครบวงจร และกลุ่ม GE ยังได้พัฒนาระบบการบริหารจัดการและการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพสูง และได้รับการยอมรับว่าได้ มาตรฐานระดับโลก รวมทั้งมีวัฒนธรรมการบริหารงานด้วยหลักธรรมาภิบาลที่ดี วันที่ 3 มกราคม 2550: GECIH ได้ชำระค่าจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนสำหรับหุ้นสามัญ เพิ่มทุนจำนวน 1,391 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.4 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมด ของธนาคาร หลังการใช้สิทธิแปลงสภาพใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของธนาคาร ครบถ้วนทั้งจำนวน และมูลค่าการลงทุนเป็นเงิน 22,256 ล้านบาท พร้อมกันนี้ยังได้ทำกำไรโอนขาย ทรัพย์สินและหนี้สินของธนาคาร จีอี มั่นนี้ เพื่อรายย่อย ให้กับธนาคารพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) (ธนาคารพาณิชย์, 2559)

หน้าที่ของธนาคารพาณิชย์

ธนาคารพาณิชย์ไม่ว่าจะอยู่ในระบบใดก็ตาม ต่างก็มีหน้าที่คล้ายคลึงกัน กล่าวโดยทั่วไปแล้วหน้าที่ของธนาคารพาณิชย์ อาจจะแยกได้เป็นสามประการด้วยกัน คือหน้าที่ในการรับฝากเงิน หน้าที่ในการสร้างเงินฝาก และหน้าที่ในการให้บริการอื่น ๆ

หน้าที่รับฝากเงิน (deposit) หน้าที่สำคัญอย่างหนึ่งของธนาคารพาณิชย์ คือ การรับฝากเงินในสมัยโบราณผู้ที่นำเงินมาฝากกับธนาคารจะต้องจ่ายค่าบริการให้กับธนาคาร ในฐานะที่ธนาคารเป็นผู้ดูแลรักษาเงินให้แก่ตน ซึ่งผิดกับสมัยปัจจุบันที่ธนาคารกลับต้องเป็นผู้จ่ายดอกเบี้ยให้แก่ผู้ฝากเหตุที่เป็นเช่นนี้ เพราะกิจการธนาคารในปัจจุบันเป็นไปในลักษณะที่ธนาคารเป็น ฝ่ายได้รับผลประโยชน์จากเงินฝากอย่างมาก กล่าวคือ ธนาคารสามารถนำเอาเงินไปแสวงหา ผลประโยชน์ซึ่งเกิดดอกออกผลงอกเงยขึ้นมา ซึ่งการรับฝากเงินแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ เงินฝากประเภทกระแสรายวัน (current of demand deposits) เงินฝากประเภทประจำ (time deposits) และเงินฝากประเภทออมทรัพย์ (saving deposits) การให้กู้เงินและการสร้างเงินฝาก การสร้างเงินฝากอาจจะเรียกได้อีกนัยหนึ่งว่า การขาย เครดิต การสร้างเงินฝากถือได้ว่าเป็นหน้าที่สำคัญยิ่งของธนาคารพาณิชย์ ทั้งนี้เพราะการสร้าง เงินฝากนอกจากจะเป็นผลให้ระบบเศรษฐกิจมีเงินและเครดิต เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการผลิต การค้าและการบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างมากแล้ว

การสร้างเงินฝากยังเป็นทางหารรายได้ หรือผล กำไรอันสำคัญที่สุดของธนาคารพาณิชย์อีกด้วย การขยายเครดิตของธนาคารอาจกระทำโดยการ ให้ลูกค้าเบิกเงินเกินบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน (overdraft) ให้ลูกหนี้มาทำสัญญากู้ยืมอย่าง ธรรมดา (loans) รับซื้อตั๋วเงินโดยชั้ค่าส่วนลด (discounting bill)

บริการด้านอื่น ๆ นอกจากการรับฝากเงิน และให้กู้แล้ว ธนาคารพาณิชย์ยังทำหน้าที่ในการให้บริการด้านอื่น ๆ อีก เช่น การให้บริการด้านเป็นตัวแทนของลูกค้า การให้การช่วยเหลือ ด้านการค้า การชำระเงินระหว่างประเทศ การรับฝากของมีค่า การบริการขายเช็คเดินทางรับโอนเงินภายในและต่างประเทศ บริการด้านการศึกษาต่อต่างประเทศ ออกหนังสือ และเอกสารต่าง ๆ หรือแจ้งข่าวสารทางการค้าและทางเศรษฐกิจแก่ลูกค้า เป็นต้น

ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์

ธนาคารพาณิชย์ เป็นสถาบันการเงินที่สำคัญแห่งหนึ่ง เพราะเป็นสถาบันการเงินที่สามารถสร้างเงินตราขึ้นได้ เช่นเดียวกับกระทรวงการคลังและธนาคารกลาง เงินตราที่ธนาคารพาณิชย์สร้างขึ้น เป็นเงินฝากเพื่อเรียกที่ใช้วิธีโอนสิทธิกันด้วยเช็ค ซึ่งส่วนนี้ถือกันว่าเป็นเงินตรา โดยสมบูรณ์ เงินตรานี้แม้จะไม่มีกระบวนว่าเป็นเงินที่ชำระหนี้ได้ตามกฎหมาย (Legal tender) เช่นเดียวกับธนบัตรก็ตาม แต่ถ้าประชาชนมีความเชื่อถือในเงินตรา ที่ธนาคารพาณิชย์สร้างขึ้น และ ปฏิบัติธุรกิจอย่างแพร่หลายแล้ว ก็เท่ากับเช็คเป็นเงินตราอย่างสมบูรณ์ และเป็นเงินตราที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งในระบบเศรษฐกิจ

เมื่อกิจการธนาคารพาณิชย์เป็นกิจการที่สามารถสร้างเงินตราได้ ความรับผิดชอบของ ธนาคารพาณิชย์ย่อมจะต้องกว้างขวางกว่าธุรกิจปกติทั่วไป โดยหลักการสามัญแล้วผู้ที่ดำเนินธุรกิจการธนาคารย่อมต้องการเห็นกิจการของตนก้าวหน้า สร้างผลกำไรอย่างมั่นคง และผู้ใช้ กิจการก็ต้องได้รับเงินทุน โดยวิธีให้กู้ยืมอย่างมีประสิทธิภาพจากธนาคารด้วย นอกจากนั้นธนาคาร ยังต้องรับผิดชอบต่อเงินฝาก (ซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนของธนาคาร) ต่อประชาชนผู้ฝากมากมาย และต้องรับผิดชอบต่อการสร้างเงินตรา โดยวิธีให้กู้ยืมความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์ จึงมีหลักใหญ่ 2 ประการ คือ ความปลอดภัย หรือมั่นคง คือการให้ความปลอดภัยแก่ผู้ฝาก โดยการใช้เงินอย่างถูกต้องและไม่เสี่ยงอันตรายจนเกินควร และการมีประสิทธิภาพที่ดี คือการ แสวงหาเงินทุนจากเงินฝากให้ได้มาก และใช้เงินทุนไปในทางที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ ส่วนรวม การวิเคราะห์ประสิทธิภาพของธนาคารจะต้องคำนึงถึงลักษณะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ประการที่หนึ่งเรื่องประสิทธิภาพในการเสริมสร้างกำลังการผลิต (production efficiency) กิจการธนาคารถือหลักการเช่นเดียวกับธุรกิจอื่น ๆ ที่ผู้บริหารกิจการมีความมุ่งหมาย ที่จะขยายกำลังผลิตของตนให้มากที่สุดแต่จะขยายได้มากเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับความสามารถใน การหาทุนที่เป็นเงินฝากเป็นอย่างมาก ถ้าธนาคารมีลูกค้ามากก็จะขยายกำลังผลิตได้มาก ดังนั้นธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ จึงมีการแข่งขันกันหาลูกค้าให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้การหาทุนยังอาจจะ ได้มาจากเงินกู้ยืมจากธนาคาร หรือสถาบันการเงินอื่น ๆ ธนาคารบางแห่งถึงแม้ว่าจะมีเงินทุนน้อย แต่ก็สามารถเสริมสร้างกำลังผลิตได้มาก โดยใช้วิธีกู้ยืมจากสถาบันการเงินอื่น เช่น สาขา ธนาคารต่างประเทศในประเทศไทย ซึ่งไม่มีสิทธิ์เปิดสาขาในต่างจังหวัดและในกรุงเทพฯ ก็ไม่อนุญาตให้สร้างเพิ่มเติมจากที่มีอยู่ก่อนทำให้มีเงินฝากน้อย

และไม่เพียงพอที่จะออกให้กู้ยืมจึง ต้องอาศัยเงินยืมจากธนาคารในประเทศฯ และต่างประเทศเพิ่ม เพื่อเสริมสร้างกำลังผลิตทำให้ ธนาคารบางแห่งถึงแม้จะมีเงินฝากน้อยแต่ก็ให้กู้ยืมได้มาก

ประการต่อมาเป็นเรื่องประสิทธิภาพ ในการแจกแจงทรัพยากร (efficiency in resource allocation) เครดิตธนาคารสร้างขึ้นจะมีผล สะท้อนต่อเศรษฐกิจส่วนรวมของประเทศ เพราะเครดิตนั้น จะนำไปจ่ายสร้างอำนาจซื้อและ ลงทุน เพื่อพัฒนาการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การให้เครดิตของ ธนาคารจะต้องมีความ รับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าการมุ่งหวังแต่เพียงกำไรอย่างเดียวการพิจารณา ความรับผิดชอบต่อ ประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากรบ่งออกได้เป็น 2 ประเด็น คือ

ประเด็นแรก การกระจายเครดิตตามประเภทการผลิต (by production sector) แบ่งออกเป็น เครดิตเพื่อการผลิต (production credit) กับเครดิตเพื่อการค้า (commercial & trade credit) เครดิตเพื่อการผลิตเป็นเครดิตที่สร้างผลิตภัณฑ์ให้เพิ่มขึ้นในเศรษฐกิจ ทำให้เกิดผลดีต่อการพัฒนา ประเทศ แต่เครดิตเพื่อการค้าไม่จำเป็นต้องสร้างผลิตภัณฑ์ในประเทศเสมอไป อาจเป็นไปเพื่อการ กักตุนสินค้ายามขาดแคลนหรือการส่งสินค้ามาจากต่างประเทศ ทำให้ดุลการค้า ขาดดุล ก่อให้เกิด ผลเสียต่อเสถียรภาพมากกว่าผลประโยชน์ที่ได้รับ

ประเด็นที่สอง การกระจายเครดิตระหว่างภูมิภาค (by region) เป็นปัญหาการกระจาย เครดิต ที่ไม่เสมอภาคระหว่างท้องถิ่นการให้เครดิตที่จำกัดวงแต่ในส่วนกลางย่อมจะส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ เฉพาะส่วนกลางให้เติบโตเพิ่มช่องว่างระหว่างส่วนกลาง และท้องถิ่นอื่น ๆ มาก ขึ้นทำให้เกิดความ เหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และสังคม (regional disparities)

ประเด็นที่สาม ประสิทธิภาพในการสนองนโยบาย (efficiency in stabilization policy) ในฐานะธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่สร้างเงินตรา ขอบเขตการสร้างเงินตราจึงต้องสอดคล้องกับ นโยบาย เพื่อให้เกิดความราบรื่นทางเศรษฐกิจประสิทธิภาพในด้านนี้จึงมี ความสำคัญอีกประการหนึ่ง (กฤษณะชัย สาสเกราะ, 2554 : 31 - 34)

จากบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบต่อธนาคารพาณิชย์อาจสรุปได้ว่า ธนาคารพาณิชย์ เป็นสถาบันการเงินที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ ดังนั้นหน้าที่ความรับผิดชอบต่อธนาคารพาณิชย์ ต่อสังคมจึงต้องมีอยู่สูง

ความรู้ทั่วไป

วิสัยทัศน์

ทีมงานมีอาชีพที่มีความสามารถและเป็นหนึ่งเดียว พร้อมมุ่งมั่น สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และ บริการชั้นเลิศ เพื่อเป็นกลุ่มการเงินอันดับหนึ่งในใจลูกค้า

พันธกิจ

มุ่งสู่การเป็นสถาบันการเงินชั้นนำระดับภูมิภาคที่ก้าวสู่เวทีโลก ด้วยการเติบโตที่ยั่งยืนรับผิดชอบต่อสังคมและสนองต่อความต้องการของลูกค้า

คำนิยามองค์กร

ชื่อสัตย์ปฏิบัติถูกต้อง เรามุ่งมั่นที่จะสร้างความน่าเชื่อถือ มีความเป็นมืออาชีพและปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ตามหลักธรรมาภิบาล

ร่วมใจ ร่วมคิด ร่วมทำ เราทำงานร่วมกันเป็นทีมด้วยความสัมพันธ์อันดีและใจที่เปิดกว้าง เพื่อบรรลุความสำเร็จที่วางไว้

ลูกค้าคือคนสำคัญ เราให้ความสำคัญต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าพร้อมกับตอบสนองต่อความต้องการนั้นอย่างสุดความสามารถ

มุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ เราพร้อมจะก้าวสู่ความเป็นผู้นำในการทำเรื่องเงินให้เป็นเรื่องง่าย และมุ่งมั่นที่จะพัฒนาสู่ความเป็นเลิศในทุกการบริการของเรา

ก้าวทันความเปลี่ยนแปลง เราพร้อมพัฒนาอย่างต่อเนื่องด้วยการเปิดรับความเปลี่ยนแปลงหรือสิ่งใหม่ที่จะเป็นประโยชน์

ความรับผิดชอบของผู้บริหาร ผู้บริหารมีหน้าที่ความรับผิดชอบเพิ่มเติมเกี่ยวกับการปฏิบัติ ตามกฎระเบียบดังต่อไปนี้ เป็นผู้นำ ดูแลว่าตนและพนักงาน ในสังกัดปฏิบัติตามนโยบาย กฎระเบียบ ที่ออก โดยหน่วยงานกำกับดูแล และมีการบริหารจัดการความเสี่ยงจากการปฏิบัติไม่เป็นไปตาม กฎระเบียบนำข้อกำหนดของกฎระเบียบต่าง ๆ มารวมอยู่ในกระบวนการและขั้นตอนการปฏิบัติงาน การประเมิน กำหนดหน่วยงานกำกับดูแลหลักและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานของตน ด้านบุคลากร กำหนดพนักงานผู้รับผิดชอบดูแลบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ต่าง ๆ ของหน่วยงาน และดูแลให้พนักงานเหล่านี้ทำงานประสานกับบุคคลหรือหน่วยงานที่ธนาคาร มอบหมายให้เป็นผู้ติดต่อหน่วยงานกำกับดูแล บริหารจัดการเพื่อให้หน่วยงานมีผู้ชำนาญการ ที่สามารถดูแลการปฏิบัติตามกฎระเบียบได้อย่างมีประสิทธิภาพ การคาดการณ์จัดให้มีกระบวนการ ทำงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งมีการแจ้งเตือนให้ทราบเมื่อมีการบังคับใช้กฎระเบียบใหม่ และเมื่อมีการ เปลี่ยนแปลงกฎระเบียบต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับงานของตนรักษา สัมพันธภาพ สร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานกำกับดูแล ทำงานร่วมกับหน่วยงานกำกับ ดูแลในการพัฒนากฎระเบียบต่าง ๆ ควบคุมควบคุมการปฏิบัติงานและทำการตรวจสอบเพื่อประเมิน ประสิทธิภาพของกระบวนการที่สนับสนุนสัมพันธภาพและการปฏิบัติตามกฎระเบียบ

All Right Reserved

ข้อมูลธนาคารพาณิชย์ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการดำเนินงานของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ประวัติความเป็นมา

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2488 มีสำนักงานแห่งแรกตั้งอยู่ ณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นเมืองหลวงเก่าของประเทศไทย และเริ่มเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2488 มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1,000,000 บาท ต่อจากนั้นได้ก่อตั้งสำนักงานกรุงเทพฯ ขึ้นภายในปีเดียวกัน ณ มุมถนนราชวงศ์และย้ายที่ทำการสำนักงานกรุงเทพฯ มาอยู่ถนนอนุวงศ์ และถนนลำพูนไชย ในปี พ.ศ. 2491 และ พ.ศ. 2493 ตามลำดับ การดำเนินกิจการของธนาคารเจริญก้าวหน้าและมั่นคง ธนาคารได้รับพระบรมราชานุญาตรับพระราชทานตราครุฑมาประดิษฐาน ณ ธนาคารเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2513 ต่อมาในปีเดียวกันธนาคารได้ย้ายสำนักงานใหญ่มาอยู่ที่ถนนเพลินจิต เพื่อตอบสนองผู้ใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น ในวันที่ 26 กันยายน พ.ศ. 2520 ธนาคารได้จดทะเบียนเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2536 ธนาคารได้จดทะเบียนการแปรสภาพธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด เป็นบริษัทมหาชน จำกัด ตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน พ.ศ. 2535 และเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 8,000 ล้านบาท โดยเรียกชำระแล้ว 4,000 ล้านบาทต่อมาในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2539 ธนาคารได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้วจาก 4,000 ล้านบาทเป็น 5,000 บาท เดือนธันวาคม พ.ศ. 2539 ธนาคารได้ย้ายที่ทำการสำนักงานใหญ่แห่งใหม่ ซึ่งเป็นที่ทำการสำนักงานใหญ่ในปัจจุบันตั้งอยู่เลขที่ 1222 ถนนพระรามที่ 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวากรุงเทพฯ 10120 และเปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2540 บริษัทหลักทรัพย์ กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทหลักทรัพย์แห่งเดียวในเครือธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) และเป็นสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยบริษัทได้รับใบอนุญาตจากกระทรวงการคลังในการประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ครบทั้ง 5 ประเภท อันได้แก่ ธุรกิจนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ ธุรกิจค้าหลักทรัพย์ ธุรกิจที่ปรึกษาการลงทุน ธุรกิจการจัดจำหน่ายหลักทรัพย์ และ ธุรกิจการจัดการกองทุนส่วนบุคคล บริษัทหลักทรัพย์ กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ได้รับอนุญาตให้ธุรกิจเงินทุนแยกจากธุรกิจหลักทรัพย์ ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2542 และได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนภายใต้ชื่อ “บริษัทหลักทรัพย์ กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)” ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2547 อยุธยาเจเอฟ (เอเจเอฟ) เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจทางด้านการจัดการกองทุนรวมและกองทุนส่วนบุคคล โดยมี ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) พริมาเวสต์ จัดตั้งขึ้นด้วยความร่วมมือและสนับสนุนของผู้ถือหุ้นหลักที่มีศักยภาพอันมั่นคงแข็งแกร่งทางการเงินระหว่างธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ชั้นนำของประเทศที่มีเสถียรภาพทางการเงินอันมั่นคง และเครือข่ายครอบคลุมกว่า 400 สาขา

ทั่วประเทศ และบริษัท บีบีทีวี เอ็คควิตี้จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด (ช่อง 7 สี) บริษัท ศรีอยุธยาประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้ก่อตั้งขึ้น เมื่อ วันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ. 2493

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาไชยา ที่อยู่ : 97 หมู่ 2 เทศโก้ โลตัส ไชยา ตำบลเวียง อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84110

ลักษณะการดำเนินธุรกิจของธนาคารกรุงศรีอยุธยา

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่อันดับ 5 ของประเทศ โดยพิจารณาจากขนาดของสินทรัพย์ สินเชื่อ เงินฝาก และจำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์ไทย ณ สิ้นปี พ.ศ. 2547 ธนาคารมีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 568,390 ล้านบาท เงินให้สินเชื่อหลังหักค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ 415,108 ล้านบาท และเงินฝาก 492,365 ล้านบาท ธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) มีสาขาเปิดดำเนินการมากเป็นอันดับ 5 ของธนาคารพาณิชย์ไทยทั้งระบบ โดยมีสาขาเปิดดำเนินการทั่วประเทศ 438 สาขา ประกอบด้วยสาขาในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล 182 สาขา นอกจากนี้ ในต่างประเทศ ธนาคารมีสาขาอยู่ 3 แห่ง คือ สาขาฮ่องกง สาขาเวียงจันทน์ และสาขาหมู่เกาะเคย์แมน ทางด้านบริการ ธนาคารมีบริการทางการเงินทั้งลูกค้ารายย่อย ลูกค้าประเภทธุรกิจ และลูกค้าทั่วไป เพื่ออำนวยความสะดวก และสนับสนุนการประกอบธุรกิจของลูกค้าอย่างครบวงจร โดยผ่านเครือข่ายสาขาของธนาคารทั่วประเทศ ได้แก่

1. บริการรับฝากเงิน ทั้งประเภทเงินฝากกระแสรายวัน เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ และบัญชีเงินฝากเงินตราต่างประเทศ
2. บริการด้านสินเชื่อ
3. บริการด้านการโอนเงิน และ การรับชำระค่าสินค้าและบริการ
4. บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งด้านการให้บริการในประเทศ และด้านการค้าต่างประเทศ บริการด้านปริวรรตเงินตราต่างประเทศ
5. บริการด้านวานิชธนกิจ
6. บริการด้านธุรกิจหลักทรัพย์ ทั้งการรับฝากทรัพย์สินและเป็นผู้ดูแลผลประโยชน์ รวมถึงการเป็นนายทะเบียนหลักทรัพย์
7. บริการเกี่ยวกับการบริหารเงิน เช่น การจัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ การซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า และการซื้อขายพันธบัตรรัฐบาลและตั๋วเงินคลัง (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2559)

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการดำเนินงานของธนาคารกรุงไทย

ประวัติความเป็นมา

ธนาคารกรุงไทย (บมจ.ธนาคารกรุงไทย, รายงานประจำปี 2559) ก่อตั้งขึ้นเมื่อ วันที่ 14 มีนาคม พ.ศ. 2509 จากการควบรวม 2 ธนาคารใหญ่ที่รัฐบาลถือหุ้นอยู่ในขณะนั้น คือธนาคารเกษตร จำกัดและธนาคารมณฑล จำกัด สำนักงานใหญ่แห่งแรกตั้งอยู่ที่เยาวราช ต่อมาเมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2525 ได้ย้ายสำนักงานใหญ่มาอยู่เลขที่ 35 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร จนถึงปัจจุบัน การเติบโตของธนาคารและความพร้อมของทุก ๆ ด้านทำให้ในวันที่ 26 มิถุนายน 2532 ธนาคารได้นำหุ้นเข้าตลาดหลักทรัพย์ นับเป็นรัฐวิสาหกิจแห่งแรกที่น่าหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ ในชื่อ KTB และเปลี่ยนชื่อเป็นธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน)

จากจุดเริ่มต้นจนถึงวันนี้ ธนาคารกรุงไทยเติบโตอย่างมั่นคง มีทุนจดทะเบียน 57,575 ล้านบาท มีสินทรัพย์จำนวน 1,964,999 ล้านบาท เงินรับฝากจำนวน 1,835,378 ล้านบาท เงินให้สินเชื่อจำนวน 1,427,342 ล้านบาท โดยมีสาขาเปิดให้บริการรวม 1,024 สาขาแบ่งเป็นในเขตกรุงเทพจำนวน 274 สาขาและในเขตภูมิภาค จำนวน 750 สาขา และมีสาขาในต่างประเทศจำนวน 7 สาขา ได้แก่ สาขาคูหนิง สาขามุมไบ สาขาอยุธยาจังหวัดเสียมเรียบ สาขาลอสแอนเจลิส สาขานครหลวง เวียงจันทร์ สาขาสิงคโปร์ และสาขาพนมเปญ

ธนาคารกรุงไทย สาขาไชยา ที่อยู่ : 320 หมู่ 1 ตำบลตลาดไชยา อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84110 โทรศัพท์ 0-7743-1663-4

ลักษณะการดำเนินธุรกิจของธนาคารกรุงไทย

ธนาคารได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านต่าง ๆ การปรับปรุงขยายเครือข่ายบริการเพิ่มช่องทางการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ นอกจากนี้ยังได้ติดตั้งเครื่องบริการอัตโนมัติเพิ่มขึ้นจำนวนมากทั้ง Automated Teller Machine (ATM), Auto Deposit Machine (ADM) และเครื่องปรับสมุดอัตโนมัติเพื่อเป็นจุดบริการ 24 ชั่วโมง ข้อมูล ณ มกราคม 2559 ธนาคารฯ มีเครื่องบริการอัตโนมัติกระจายอยู่ทั่วประเทศ จำนวน 9,113 เครื่อง อีกทั้งยังมีสาขาเคลื่อนที่รูปแบบใหม่ ที่เรียกว่า KTB on the Move ไปให้บริการรับฝาก - ถอนเปิดบัญชีใหม่, ทำบัตร ATM, แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วและปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่จะมาใช้บริการของธนาคารฯ ได้อย่างครบวงจร อาทิ

1. บริการรับฝากเงิน
2. บริการด้านการโอนเงิน
3. บริการด้านสินเชื่อ
4. บริการด้านการค้าต่างประเทศ
5. การรับชำระค่าสินค้าและบริการ

6. บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์
7. บริการด้านธุรกิจหลักทรัพย์
8. บริการเกี่ยวกับการบริหารเงิน
9. บริการอื่น ๆ ของบริษัทพันธมิตรในเครือธนาคาร

ตลอดระยะเวลากว่า 47 ปีที่ผ่านมาธนาคารกรุงไทยมุ่งมั่นในการพัฒนาองค์กรและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า คือเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของธนาคารคือ ธนาคารแสนสะดวก หรือ The Convenience Bank จะมุ่งสู่การเป็นธนาคารที่ทันสมัย มีผลิตภัณฑ์ครบวงจรเพื่อตอบสนองทุกกลุ่มลูกค้าและลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการได้เสรี สั้น ง่าย รวดเร็ว ใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลาตามเป้าหมายและวิสัยทัศน์ เพื่อก้าวสู่ทศวรรษใหม่นี้ ธนาคารได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไปจากที่ผ่านมา เพื่อให้ลูกค้ามีทางเลือกในการทำธุรกรรม ทางการเงินมากขึ้น อีกทั้งธนาคารยังได้มีการนำเทคโนโลยีอันทันสมัยมาใช้ในการดำเนินธุรกิจและให้บริการ เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว มีคุณภาพในทุกเวลาและทุกสถานที่ ตอบรับการ เศรษฐกิจของประเทศที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอนาคตรวมทั้งการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ.2558 (ธนาคารกรุงไทย, 2559)

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการดำเนินงานของธนาคารไทยพาณิชย์

ประวัติความเป็นมา

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด นับเป็นสถาบันการเงินแห่งแรกของประเทศไทย ด้วยพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหมื่นมหิศรราชหฤทัย ได้ตระหนักถึงความสำคัญของระบบการเงินการคลัง และระบบเศรษฐกิจของประเทศ ในขั้นแรกทรงริเริ่มดำเนินกิจการธนาคารพาณิชย์เป็นการทดลองในนาม “บุคคัลลีย์” (Book club) เมื่อวันที่ 4 ตุลาคม พ.ศ. 2447 โดยใช้อาคารของกรมพระคลังข้างที่ตำบลบ้านหม้อ เป็นสำนักงาน ซึ่งปรากฏว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ในที่สุดธนาคารพาณิชย์แห่งแรกก็ถือกำเนิดขึ้น โดยได้รับพระมหากรุณาธิคุณโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมจากพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระราชทานอำนาจพิเศษให้จัดตั้ง “บริษัท แแบงก์สยามกัมมาจล ทุนจำกัด” เมื่อวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2449 และได้รับพระบรมราชานุญาตให้ใช้ตราอาร์มแผ่นดินเป็นตราประจำบริษัท นับเป็นธนาคารแรกที่ได้มีข้อความจารึกพิเศษว่า “ตั้งโดยพระบรมราชานุญาต” และนับได้ว่ากรมหมื่นมหิศรราชหฤทัยทรงเป็นพระบิดาแห่งวงการธนาคารไทย ในฐานะที่ทรงก่อตั้งสถาบันการเงินแห่งแรกของไทยจนกลายเป็นต้นแบบของธนาคารไทยในปัจจุบัน

หลังจากได้เปลี่ยนชื่อเป็น ธนาคารไทยพาณิชย์ ได้เพียง 2 ปี สงครามมหาเอเซียบุรพาก็เกิดขึ้น โดยกองทัพญี่ปุ่นได้ยatraเข้าสู่ประเทศไทยในคืนวันที่ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2484 เพื่อขอเดินทัพผ่านไป ยังแหลมมลายูและประเทศพม่า รัฐบาลไทยจำเป็นต้องให้ความร่วมมือและในที่สุด ได้ประกาศ

สงครามกับสัมพันธมิตรในเดือนมกราคม พ.ศ. 2485 ด้วยสภาพการณ์ดังกล่าว การค้า ต่างประเทศ ของไทยจึงทำได้กับเฉพาะประเทศญี่ปุ่นและดินแดนในอาณัติของประเทศญี่ปุ่นเท่านั้นผลของ การทำสงครามนอกจากจะทำให้ธุรกิจต่าง ๆ มีความเสี่ยงสูงขึ้น ธุรกิจนานาชาติ ต้องหยุดชะงักลง โดยไม่ทราบว่าจะได้เริ่มดำเนินธุรกิจอีกเมื่อใด อันเป็นสภาพที่ไม่เอื้ออำนวยแก่ธุรกิจธนาคารพาณิชย์ แต่อย่างใดนั้น สำหรับธนาคารไทยพาณิชย์ซึ่งมีผู้จัดการเป็นชาวอเมริกาซึ่ง กลายเป็นชาติศัตรูไปแล้ว ชั่วข้ามคืน ตำแหน่งจึงต้องว่างลงโดยทันที เพื่อมิให้เกิดความเสียหาย ธนาคารไทยพาณิชย์ได้แต่งตั้ง ให้อดีตผู้อำนวยการสำนักงานธนาคารชาติไทยคือ นายเล็ง ศรีสมวงศ์ เข้าดำรงตำแหน่งผู้จัดการแทน การดำเนินธุรกิจของธนาคารในระยะนี้จึงเป็นไปด้วยความระมัดระวัง และพยายามสร้างรากฐาน ของธนาคารให้มั่นคงเป็นสิ่งสำคัญ ธนาคารสามารถขยายสาขาออกไปยังภูมิภาคได้อีก 1 แห่งที่จังหวัด นครราชสีมา ซึ่งมีธุรกิจเกี่ยวกับพืชไร่จำนวนมาก ทั้งเป็นที่ต้องการในฐานะสินค้าสำคัญในปี พ.ศ. 2485 จนต่อมาใน พ.ศ. 2487 เมื่อนายเล็ง ศรีสมวงศ์ ได้รับพระราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ดำรงตำแหน่ง รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงการคลัง ธนาคารจึงได้แต่งตั้ง นายอาภรณ์ กฤษณามระ เป็นผู้จัดการ คนต่อไป และหลังจากนั้นธนาคารก็แต่งตั้งชาวไทยที่มีความสามารถมาดำรงตำแหน่งนี้ตลอดมา นอกจากนี้ผลของสงครามครั้งนี้ยังทำให้ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศเป็นคู่สงครามของประเทศญี่ปุ่น ต้องปิดกิจการลง การบริการของธนาคารพาณิชย์เกิดขาดหายไปอย่างกระทันหันทำให้เกิดช่องว่างขึ้น จึงมีการตั้งธนาคารของชาวไทยขึ้นดำเนินงานแทนหลายธนาคาร ได้แก่ ธนาคารมณฑล จำกัด ตั้งขึ้น ในปี พ.ศ. 2585 ธนาคารกรุงเทพพาณิชย์การ จำกัด ตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2487 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด ตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2487 ธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด ตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2488 และธนาคารกสิกรไทย จำกัด ตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2488 ซึ่งแม้ว่าธนาคารเหล่านี้จะได้รับพนักงานของธนาคารที่ปิดกิจการลง เนื่องจากสงคราม เข้าไปเป็นพนักงานสาขาของธนาคารใหม่ก็ตาม แต่ด้วยธนาคารเหล่านี้ยังขาด ประสบการณ์อีกมาก และมีความเสี่ยงในการให้สินเชื่อทางการค้าสูงมาก เนื่องจากเป็นระยะเวลา แห่งสงคราม ดังนั้น ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ซึ่งเป็นธนาคารที่มีความรู้ตลอดจนประสบการณ์ ด้านการค้าระหว่างประเทศ มาแต่เริ่มตั้งธนาคารขึ้นในปี พ.ศ. 2449 เป็นต้นมา จึงได้เข้ารับภาระ อำนวยความสะดวกทั้งในด้านที่เป็นแหล่งเงินทุนและการเป็นสื่อกลางด้านการเงินระหว่างประเทศ ให้กับพ่อค้าตลอดระยะเวลาของสงครามโลกครั้งที่ 2

ภายหลังสงครามโลกสงบลงในปี พ.ศ. 2489 แล้วความต้องการสินค้าทางการเกษตรยังคงมี อยู่สูงมาก จึงเป็นผลทำให้สินค้าทางการเกษตรของไทยมีราคาสูงขึ้นในตลาดโลก การส่งสินค้าออก ก็เริ่มเฟื่องฟูขึ้นการตั้งบริษัทส่งสินค้าเข้าและส่งออกสินค้าเกิดขึ้นอย่างมากมายประกอบกับประเทศ ไทยมีการควบคุมการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ โดยธนาคารแห่งประเทศไทยดำเนินการในปี พ.ศ. 2485 เป็นผู้ควบคุม ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์ทั้งปวงจึงมีรายได้จากการเรียกเก็บค่าบริการในการ ค้าประกันให้กับบริษัทผู้ส่งออกสินค้า ในการยื่นขออนุญาตส่งสินค้าออกเป็นจำนวนมาก เมื่อภาวะ

เศรษฐกิจของประเทศเริ่มฟื้นตัวขึ้นกลับสู่สภาพปกติ ทำให้สินค้าออกของประเทศไทย ประเภทข้าว ยางพารา และดีบุก อันเป็นสินค้ายุทธปัจจัยมีราคาสูงและเป็นที่ต้องการอย่างมากจึงทำให้ภาวะเศรษฐกิจของประเทศยิ่งขยายตัวอย่างรวดเร็ว เงินทุนสำรองของประเทศมีจำนวนสูงขึ้น ค่าของเงินบาทมีความมั่นคงอยู่ในระดับดี การค้าระหว่างประเทศจึงขยายตัว และมีธนาคารพาณิชย์ไทยได้รับอนุญาตให้เปิดดำเนินการขึ้นอีก ดังเช่น ธนาคารแหลมทอง ตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2491 ธนาคารกรุงเทพ ตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2492 ธนาคารไทยทุน ตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2492 ธนาคารเกษตร ตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2493 ธนาคารศรีนคร ตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2493 และธนาคารทหารไทย ตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2500 ส่วนธนาคารไทยพาณิชย์ก็ได้มีการขยายสาขาออกไปอีก 6 สาขา ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด หลังจากนั้นประเทศไทยได้นำเอาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มาเป็นแผนนำการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ตั้งแต่ พ.ศ. 2504 เป็นต้นมา ความต้องการเงินทุนในประเทศและต่างประเทศก็เกิดขึ้นอย่างรุนแรง ธนาคารไทยพาณิชย์ซึ่งมีฐานะการดำเนินงานที่มั่นคงและมีสาขาในประเทศมากขึ้น ภาวะที่กล่าวทำให้ธนาคารมีบทบาทในฐานะแหล่งเงินทุนที่สำคัญของประเทศมากขึ้น การขยายตัวของธุรกิจทุกด้านที่ดำเนินงานอยู่ ทำให้ธนาคารประสบปัญหาความคับแคบของสถานที่ทำงานอีกครั้งหนึ่ง เมื่อธนาคารได้จัดซื้อที่ดินย่านตำบลประตูน้ำ ซึ่งมีแนวโน้มจะเป็นศูนย์กลางของธุรกิจขึ้นมาในเวลาไม่ช้านัก เมื่อธนาคารอาคารสำนักงานใหญ่เสร็จ จึงได้ย้ายที่ทำการจากตำบลตลาดน้อย มายังอาคารสำนักงานใหญ่ประตูน้ำในปี พ.ศ. 2514 ต่อมามีการยกเลิกตราอาร์มแผ่นดินและเปลี่ยนเป็นตราครุฑ ธนาคารจึงได้ใช้ตราครุฑ แทนตราอาร์มแผ่นดินตั้งแต่นั้นมาในปี พ.ศ. 2451 และได้เปลี่ยนชื่อเป็น ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด เมื่อวันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2482 ต่อมาในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2518 ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และได้เปลี่ยนชื่อให้สอดคล้องกับสถานภาพ ให้ใช้ชื่อว่า ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า The Siam Commercial Bank Public Company Limited เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2536 ด้วยวิสัยทัศน์อันกว้างไกลในการปรับตัวเพื่อเตรียมพร้อมสู่ยุคเศรษฐกิจ และสอดคล้องกับนโยบายของการก้าวสู่ระดับมาตรฐานสากล ธนาคารได้มีการสร้างสำนักงานใหญ่แห่งใหม่ บริเวณย่านถนนรัชดาภิเษก เริ่มเปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 29 มกราคม 2539 โดยได้รับพระมหากรุณาธิคุณจาก สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงเสด็จเป็นองค์ประธานในพิธีเปิดอาคารไทยพาณิชย์สำนักงานใหญ่รัชโยธิน ถือเป็นอาคารอัจฉริยะสมบูรณ์แบบที่เพียบพร้อมด้วยเทคโนโลยีอันทันสมัย ควบคุมระบบคอมพิวเตอร์ ทั้งภายนอกและภายใน ด้านเครื่องปรับอากาศ ไฟฟ้า น้ำประปา ที่สนองตอบนโยบายของรัฐบาล ในการประหยัด พลังงานอีกความงดงามด้านสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ผสมผสานความทันสมัยและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน

ธนาคารไทยพาณิชย์สาขาไชยา ที่อยู่: 562 ถนนรักษนรกิจ ตำบลตลาดไชยา อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84110 โทรศัพท์ 0-7743-1143 โทรสาร 0-7743-1433

ลักษณะการดำเนินงานธุรกิจของธนาคารไทยพาณิชย์

การประกอบธุรกิจของธนาคารในปัจจุบัน จะแยกประเภทออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ 1) การพัฒนาองค์กรและการบริหาร 2) นโยบายและการดำเนินงานในปัจจุบัน ซึ่งจะกล่าวในรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาองค์กรและการบริหารงานในปี พ.ศ.2545 ธนาคารได้คิดค้นและปรับปรุงกระบวนการทำงานตามโครงการปรับปรุงธนาคาร (Change program) เพื่อมุ่งไปสู่การเป็นธนาคารที่ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และพนักงานเลือก (Your bank of choice) และได้เริ่มนำระบบและกระบวนการทำงานใหม่มาใช้ตั้งแต่กลางเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2545 เป็นต้นมา โดยในระยะแรกได้เน้นในเรื่องการจัดองค์กรและกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการแก่ลูกค้าธุรกิจด้าน Corporate (ธุรกิจขนาดใหญ่) และ SME (ธุรกิจขนาดย่อมและขนาดกลาง) และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเหล่านี้ให้ใกล้ชิดมากขึ้นผ่านโครงการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำธุรกิจด้าน Corporate (ธุรกิจขนาดใหญ่) และ SME (ธุรกิจขนาดย่อมและขนาดกลาง) (2) โครงการปรับเปลี่ยนกระบวนการด้านสินเชื่อ (Credit process relationship) (3) โครงการปรับเปลี่ยนกระบวนการแก้ไขสินเชื่อและสินทรัพย์ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Credit workout enhancement) เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงข้างต้น ธนาคารก็ได้มีการปรับโครงสร้างองค์กรในกลุ่มงานสนับสนุน (Functional and shared services groups) ใหม่ด้วยเพื่อช่วยให้กลุ่มงานธุรกิจสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้แก่ กลุ่มงานทรัพยากรบุคคลซึ่งได้ปรับโครงสร้างเพื่อให้บริการแบบ One-stop services แก่หน่วยงานธุรกิจและหน่วยงานสนับสนุนองค์กรอื่น ๆ กลุ่มงานด้าน IT ได้ปรับโครงสร้างและบทบาทของหน่วยงานเพื่อให้สามารถรองรับความต้องการทางธุรกิจของธนาคารได้ชัดเจนและคล่องตัวขึ้น ในส่วนงานด้านสาขาธนาคารได้เริ่มปรับสาขาตามรูปแบบใหม่ที่ดำเนินงานในระดับมาตรฐานสากลและสะท้อนเอกลักษณ์ของธนาคารในฐานะที่เป็นธนาคารไทยแห่งแรก โดยเริ่มจากการปรับปรุงตราสัญลักษณ์ การปรับปรุงพื้นที่ภายในสาขาให้มีพื้นที่บริการลูกค้ากว้างขวางยิ่งขึ้นและมีบรรยากาศสะดวกสบาย รวมถึงการจัดทำเลที่ตั้งสาขาใหม่ให้อยู่ในพื้นที่ที่มีปริมาณธุรกิจสูงและสะดวกต่อการติดต่อกับลูกค้า

1.1 การพัฒนาระบบงานสาขาและเครือข่ายของธนาคาร นอกเหนือจากการเพิ่มเวลาการให้บริการของสาขาในเขตกรุงเทพมหานครเป็น 8.30 น. -15.30 น. ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2546 เป็นต้นมา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแล้ว ในปี พ.ศ. 2545 ธนาคารได้เริ่มใช้ระบบงาน RB Front กับสาขาของธนาคารทั่วประเทศ ทำให้การปฏิบัติงานคล่องตัวมากขึ้นทั้งงานภายใน (Back office) และการให้บริการลูกค้า ซึ่งการให้บริการลูกค้าสามารถทำได้เกือบทุกบริการ ณ จุดเดียวกันทั้งด้านเงินฝาก สินเชื่อ แลกเปลี่ยน โอนเงินต่างประเทศ โอนเงินในประเทศ เช็ครถยนต์ เช็คของขวัญ เป็นต้น สำหรับเครือข่ายของธนาคารปัจจุบันธนาคารมีสาขาในประเทศ 483 สาขา แบ่งเป็นสาขาเต็มรูปแบบ 382 สาขา และสาขาย่อย 101 สาขา และมีสาขาต่างประเทศ 3 สาขา

ได้แก่ สาขาฮ่องกง สาขาสิงคโปร์ และสาขานครเวียงจันทน์มีธนาคารในเครือคือ ธนาคารกัมพูชาพาณิชย์จำกัด และมีธนาคารร่วมทุน 1 แห่ง คือ ธนาคารวินาสยาม จำกัด ในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ธนาคารยังมีจุดให้บริการอื่น ๆ ได้แก่ บริการธนาคารอัตโนมัติ (SCB easy bank) 24 แห่ง ศูนย์บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และศูนย์บริการเกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้าต่างประเทศ จำนวน 97 แห่ง มีเครื่อง ATM ให้บริการทางการเงินแก่ผู้ถือบัตร ATM ของธนาคารและบัตรของธนาคารอื่นรวมทั้งสิ้น 1,087 เครื่อง

1.2 การพัฒนาบริการและบริการใหม่ ที่ผ่านมามาธนาคารได้มุ่งมั่นพัฒนาการให้บริการอย่างไม่หยุดยั้งเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ทั้งลูกค้ารายย่อย ลูกค้าสถาบัน และลูกค้าธุรกิจ เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ความสำเร็จในปี 2545 ที่ผ่านมาประกอบด้วย 1) ด้านสินเชื่อเคหะธนาคารยังคงเป็นผู้นำด้านสินเชื่อเคหะโดยมีสัดส่วนตลาดร้อยละ 27 ในกลุ่มธนาคารพาณิชย์ซึ่งเป็นสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อนแม้ว่าจะมีการแข่งขันสูงขึ้น 2) ด้านการเป็นตัวแทนจำหน่ายตราสารหนี้ ธนาคารยังคงเป็นผู้นำในตลาดตราสารหนี้จากการจัดอันดับของศูนย์ซื้อขายตราสารหนี้ไทย (The Thai bond dealing centre) 3) ด้านธุรกรรมแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ธนาคารยังคงเป็นผู้นำตลาดในธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศสูงสุดตั้งแต่ปี 2544 จนถึงปัจจุบัน และมีจำนวนศูนย์แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมากที่สุดขณะนี้ 4) ด้าน Electronic banking ธุรกรรมประเภท Business banking ผ่าน Internet banking ของธนาคารคิดเป็นมูลค่าธุรกิจกว่า 25,000 ล้านบาทต่อเดือนหรือกว่า 300,000 ล้านบาทต่อปี จากลูกค้าธุรกิจกว่า 8,000 ราย ซึ่งถือว่า มีประมาณการใช้บริการสูงสุดในกลุ่มธนาคารพาณิชย์ทั้งหมด

1.3 การพัฒนาบุคลากรของธนาคาร ธนาคารให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรเป็นอย่างมากโดยการให้การศึกษา การฝึกอบรม การพัฒนาในงาน (On the job training) และส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับตระหนักถึงการพัฒนาตนเองเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา ณ สิ้นเดือนธันวาคม พ.ศ. 2545 ธนาคารมีพนักงาน 10,710 คน ปฏิบัติงานอยู่ ณ สำนักงานใหญ่และเครือข่ายของธนาคารทั่วประเทศสำหรับในปี พ.ศ. 2546 ธนาคารมีนโยบายที่จะปรับปรุงดัชนีการวัดผลงาน เพื่อเป็นฐานในการประเมินผลงานและการให้ค่าตอบแทนตามผลงาน อย่างเป็นรูปธรรมจัดฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่องตามหลักสูตร ฝึกอบรมของแต่ละตำแหน่งงานเพื่อให้พนักงานสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. นโยบายและการดำเนินงานในปัจจุบัน ในปี พ.ศ. 2547 ธนาคารมุ่งที่จะสร้างธุรกิจให้เติบโตต่อเนื่องในระยะยาว (Building business) พร้อม ๆ กับพัฒนาความรู้ความสามารถและทักษะของบุคลากรของธนาคาร (Building people) เป้าหมายดังกล่าวจะส่งเสริมต่อกลยุทธ์หลักของธนาคารในการเป็น Universal bank ชั้นนำของประเทศ ธนาคารได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้า โดยได้ดำเนินการให้มีการรับฟัง

ความคิดเห็นของลูกค้าอย่างเป็นระบบและสม่ำเสมอ เสียงสะท้อนจากลูกค้านี้จะเป็นรากฐานอันสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคาร รวมทั้งจะใช้ในการเพิ่มทักษะและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานด้วย ในขณะที่เดียวกันธนาคารยังมุ่งที่จะใช้ประโยชน์จากเครือข่ายของกลุ่มธนาคารไทยพาณิชย์ให้มากยิ่งขึ้นในการให้บริการแก่ลูกค้าธุรกิจขนาดใหญ่ขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งลูกค้าบุคคลภายใต้แนวทางหลัก “One brand-one umbrella” นอกจากนี้ ธนาคารยังจะดำเนินการปรับปรุงเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในอนาคตอย่างต่อเนื่องผ่าน โครงการปรับปรุงธนาคาร ซึ่งในปี 2547 นี้จะเน้นการปรับปรุงระบบงานที่ครอบคลุมธุรกิจหลักของธนาคารรวมทั้งระบบงานด้านการเงิน นอกจากนี้ธนาคารยังจะดำเนินการโครงการพัฒนาระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และโครงการขนาดใหญ่อื่น ๆ ที่จะช่วยในการบริหารงานของธนาคารและบริษัทในเครือ การดำเนินโครงการที่ซับซ้อนและมีกำหนดเวลาที่ชัดเจนเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของธนาคารในการบริหารจัดการให้โครงการเหล่านี้สำเร็จทันกำหนดเวลา และอยู่ภายใต้งบประมาณที่กำหนดไว้แผนงานหลักดังที่กล่าวมาข้างต้นจะเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะนำธนาคารไปสู่ความสำเร็จตามวิสัยทัศน์การเป็น “ธนาคารที่ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และพนักงานเลือก” ในที่สุด ซึ่งนโยบายและแผนงานจะมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 แผนการดำเนินงานในแต่ละกลุ่มธุรกิจ กลุ่มลูกค้าธุรกิจขนาดใหญ่ (Corporate clients) ธนาคารมุ่งเน้นการสร้างและบริหารความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าด้วยการนำเสนอบริการในรูปแบบต่าง ๆ ที่คัดเลือกให้สอดคล้องและเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละรายเสริมขึ้นไปจากบริการหลักที่ลูกค้าใช้อยู่ ทั้งนี้ผู้จัดการธุรกิจสัมพันธ์ (Relationship manager) จะได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มความสามารถเฉพาะทางในการดูแลลูกค้าในแต่ละประเภทอุตสาหกรรม นอกจากการสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นกับลูกค้ารายเดิมที่ดีของธนาคารแล้ว ธนาคารยังมุ่งเน้นการหาลูกค้ารายใหม่ ๆ จากภาคธุรกิจที่มีศักยภาพ หรือจากตลาด หรือภาคธุรกิจที่คาดว่าจะยังมีการขยายตัวอยู่ในระดับสูง ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญอันหนึ่ง คือ ผู้จัดการพัฒนาธุรกิจ (Business development manager) ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลลูกค้า และให้บริการอย่างใกล้ชิด อีกทั้งแสวงหาโอกาสในการทำธุรกิจใหม่ ๆ ให้กับธนาคาร

2.2 กลุ่มลูกค้าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs clients) เช่นเดียวกับกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ ธนาคารมุ่งเน้นการนำเสนอบริการใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการทำธุรกิจและเป็นการผูกพันลูกค้าไว้กับธนาคารในระยะยาว อาทิ บริหารด้านการค้าต่างประเทศ (Trade finance) บริการบริหารเงินเพื่อธุรกิจ (Business cash management) เป็นต้นโดยการทำการตลาดร่วมกันในขณะเดียวกันก็มุ่งขยายฐานลูกค้ารายใหม่ ๆ ตามภาคธุรกิจที่มีศักยภาพรวมถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็น Supply chain ของลูกค้าธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งเน้นต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา นอกจากนี้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันธนาคารได้กำหนดแนวทางในการอนุมัติสินเชื่อที่รวดเร็วในลักษณะ Pre-approved loans ให้กับลูกค้าเป้าหมายในแต่ละพื้นที่

2.3 กลุ่มลูกค้าบุคคล (Retail clients) จากการที่ธนาคารเห็นว่ากลุ่มลูกค้าบุคคล เป็นกลุ่มที่สำคัญที่จะทำให้อรรถกิจของธนาคารเติบโตอย่างยั่งยืน ธนาคารมีเป้าหมายที่จะเพิ่มสัดส่วน รายได้ของกลุ่มลูกค้าบุคคลอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าด้วยการเพิ่มลูกค้ารายใหม่ และกระตุ้นให้ลูกค้าปัจจุบันใช้บริการต่าง ๆ เพิ่มขึ้น การเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในผลิตภัณฑ์ที่ธนาคาร เป็นผู้นำพร้อมทั้งนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่จะเป็นผลิตภัณฑ์หลักต่อไป และการพัฒนา ช่องทางการให้บริการต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการ เพื่อให้เกิดความ สะดวกสบายและ ความพึงพอใจสูงสุดในการใช้บริการของแต่ละกลุ่มลูกค้า ได้มีบริการ ต่าง ๆ มากมายดังตัวอย่างต่อไปนี้

1) บริการด้านเงินฝาก บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ร่วมโพธิ์ บัญชีเงินฝากออมทรัพย์อิเล็กทรอนิกส์ บัญชีเงินฝากออมทรัพย์การกุศล ออมทรัพย์(ธรรมดา) เงินฝาก เดินสะพัด เชื่ครธรรมา เงินฝากระยะยาว บัญชีเงินฝากเพื่อการศึกษา บัญชีเงินฝากเพื่อการเคหะ บัญชีเงินฝากเพิ่มทรัพย์ บัญชีเงินฝากชีวิตเยี่ยมสุข บัญชีเงินฝากประจำ (3,6,12,24 เดือน) บัญชีเงิน ฝากसानสัมพันธ์ (3, 6, 12 เดือน) บัตรเงินฝาก (NCD)

2) บริการด้านการลงทุน การจำหน่ายตราสารหนี้ พันธบัตร หุ้นกู้ ตัวแลกเงิน ตัวเงินคลัง กองทุน

3) บริการด้านประกันบุคคล บริการรับชำระค่าเบี้ยคุ้มครอง ผู้ประสบภัยจากรถ (พ.ร.บ.) ประกันรถยนต์ประเภท 1 บริการรับชำระค่าเบี้ยประกัน รถยนต์ประเภท 3 ประกันทรัพย์สิน ประกันอัคคีภัยระยะยาว แผนคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สิน ประกันสุขภาพ ประกันภัยชดเชย ค่ารักษาพยาบาล ประกันภัยชดเชยรายได้ ประกันภัยโรคมะเร็ง ประกันชีวิต เซฟเวอร์ พลัส เทรสเซอร์ พลัส อีทีวเคชั่น พลัส เคหะบริการ พิทักษ์สิน

4) บริการบัตรเครดิต บัตรเครดิตไทยพาณิชย์ บัตรเครดิตไทยพาณิชย์ โรบินสัน บัตรเครดิตไทยพาณิชย์ คิงเพาเวอร์ credit-card/king-power.htm บัตรเครดิตไทยพาณิชย์ มีเดียส์ credit-card/scb media.htm บัตรเครดิตไทยพาณิชย์ กอล์ฟการ์ด บัตรเครดิตไทยพาณิชย์ โตโยต้า ร้านค้าสมาชิก Verified by Visa บริการรับชำระและจ่ายเข้าบัญชี บริการชำระเงิน

5) การชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าโทรศัพท์ ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา การชำระค่าสินค้าและบริการ ค่าบัตรเครดิต ค่าลงทะเบียนนักศึกษา ค่าโทรคมนาคม ค่าเบี้ยประกัน เงินกู้/ค่าเช่าซื้อ/ ดาวนบ้าน ค่าซื้อหลักทรัพย์ ค่าสำรวจหลักทรัพย์ ค่าบริการอินเทอร์เน็ต ค่าอบรม ค่าสมาชิก การชำระภาษี ภาษีรถยนต์/จักรยานยนต์ ภาษีบุคคลธรรมดา ภาษีการค้า บริการจ่ายเงิน การจ่าย เงินเดือน การจ่ายผลตอบแทน จ่ายเงินปันผล/ดอกเบีย จ่ายเงินบำนาญ การจ่ายค่าสินค้าและบริการ จ่ายค่าสินค้าให้Supplier จ่ายค่าขายหลักทรัพย์ การจ่ายคืนภาษี จ่ายคืนภาษีบุคคลธรรมดา ระบบรองรับ การให้บริการ ระบบ ATS ระบบ Miscellaneous

6) บริการเรียกเก็บ การเรียกเก็บตัวเงินต่างท้องถิ่น การรับฝากเงินสด/ เช็คเรียกเก็บ ณ สาขาต่างจังหวัด เช็คเรียกเก็บในเขต ศูนย์หักบัญชีอิเล็กทรอนิกส์

7) การถอนเงินด้วยเช็คต่างสาขา

8) บริการโอนเงินในประเทศ

9) บริการโอนเงินธนาคารเดียวกัน

10) บริการโอนเงินระหว่างบัญชี แบบคำสั่งประจำ บริการโอนเงินเพื่อเข้าบัญชี บริการโอนเงินเพื่อรายการจ่าย บริการโอนเงินทางดราฟท์ บริการโอนเงินข้ามธนาคาร

11) การโอนเงินรายย่อยระหว่าง ธนาคารผ่าน ATM (ORFT) บริการบริหารเงินอัตโนมัติ การโอนเงินเข้าบัญชีเดินสะพัด แบบ Real Time Fund Transfer การโอนดอกเบี้ยเงินฝากประจำครบกำหนดโดยอัตโนมัติ

12) บริการรับรองและค้ำประกัน การรับรอง การอาวัล หนังสือค้ำประกัน เลตเตอร์ออฟเครดิตในประเทศ หนังสือรับรองฐานะการเงิน หนังสือรับรองเครดิต Stand by L/C

13) บริการเงินตราต่างประเทศ การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การรับซื้อเงินตราต่างประเทศ การรับซื้อธนบัตรต่างประเทศ การรับซื้อตัวเงินเปล่า การขายเงินตราต่างประเทศ ขายธนบัตรต่างประเทศ ขายเช็คเดินทางต่างประเทศ

14) การโอนเงินต่างประเทศ การโอนเงินเข้า Draft T/T, SWIFT Money Gram การโอนเงินออก Draft ,T/T , SWIFT MONEYGRAM Internet Banking

15) การฝากเงินต่างประเทศ เงินฝากกระแสรายวัน เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ (ระยะยาว 3, 6, 12, 24)

16) บริการสินเชื่อบุคคล (ธนาคารกรุงไทย, 2559)

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการดำเนินงานของธนาคารกสิกรไทย ประวัติความเป็นมา

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2488 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท และพนักงานชุดแรกเริ่มเพียง 21 คน มีอาคารซึ่งเป็นสาขาสำนักงานเสื่อป่าในปัจจุบันเป็นที่ทำการแห่งแรก การดำเนินงานของธนาคารประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี เพียง 6 เดือน หรือเพียงงวดบัญชีแรกที่สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2488 มียอดเงินฝากสูงถึง 12 ล้านบาท มีสินทรัพย์ 15 ล้านบาท จากจุดที่เริ่มต้นจนถึงวันนี้ ธนาคารกสิกรไทยเติบโตอย่างมั่นคง ณ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2559 มีทุนจดทะเบียน 30,486 ล้านบาท มีสินทรัพย์จำนวน 1,422,290 ล้านบาท เงินรับฝากจำนวน 1,007,936 ล้านบาท เงินให้สินเชื่อจำนวน 962,646 ล้านบาท มีสาขาในประเทศจำนวน 784 สาขา โดยเป็นสาขาในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 275 สาขา สาขาในส่วนภูมิภาคจำนวน 509 สาขา และมีสาขาหรือเป็นสำนักงานตัวแทนต่างประเทศจำนวน 7 แห่ง ได้แก่ สาขา

ลอสแอนเจลิส สาขาฮ่องกง สาขามูเกะเคย์แมน สาขาเซินเจิ้น สำนักงานผู้แทนกรุงปักกิ่ง สำนักงานผู้แทนนครเซี่ยงไฮ้ และสำนักงานผู้แทนเมืองคุนหมิง สาขาและสำนักงานผู้แทนในต่างประเทศเหล่านี้ให้บริการและส่งเสริมความสะดวกต่าง ๆ ด้านการค้า การเงินระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่ค้าทั่วโลก ตลอดระยะเวลากว่า 65 ปีที่ผ่านมา ธนาคารมุ่งมั่นในการพัฒนาองค์กรและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า ภายใต้คำขวัญของธนาคารที่ว่า “บริการทุกระดับประทับใจ”

ธนาคารกสิกรไทย สาขาไชยา ที่อยู่ 224/14 ถนน ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 41 ตำบลเวียง อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84110. โทร. 077431870

ลักษณะการดำเนินธุรกิจของธนาคารกสิกรไทย

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีนโยบายในการดำเนินธุรกิจที่สำคัญ 2 ประการ ดังนี้

1. นโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโดยธนาคารยึดมั่นในการปฏิบัติตามคุณลักษณะหลักของการกระบวนกรกำกับดูแลกิจการที่ดี ได้แก่ ความซื่อสัตย์ ความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความรับผิดชอบ ความรับผิดชอบต่อภาระหน้าที่ ความเป็นธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น

2. นโยบายเครดิตที่ดี จะให้แนวคิดรวมทั้งหลักเกณฑ์การทำงานและการพิจารณาอนุมัติเครดิตที่ชัดเจน ภายใต้การบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม ด้วยประสิทธิภาพของการทำงานและการบริหารต้นทุนของการให้บริการผลิตภัณฑ์เครดิตแก่ลูกค้า โดย

2.1 กำหนดระดับความเสี่ยงด้านเครดิตที่ธนาคารยอมรับได้อย่างชัดเจน

2.2 กำหนดกฎเกณฑ์ และระเบียบที่ชัดเจนทุกขั้นตอนของกระบวนการทำงานด้านเครดิต ตั้งแต่กระบวนการประเมินความเสี่ยงการอนุมัติเครดิต การติดตามและควบคุม จนถึงการปรับโครงสร้างหนี้

2.3 กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการตัดสินใจ และระบุข้อมูลที่ต้องการในการพิจารณาเครดิต

2.4 อธิบายเรื่องการจัดโครงสร้างวงเงิน การอนุมัติและการบริหารงานด้านเครดิต รวมทั้งข้อยกเว้นต่าง ๆ

2.5 กำหนดบทบาท หน้าที่ คุณสมบัติ และความรับผิดชอบต่อผู้ปฏิบัติงานด้านเครดิต รวมทั้งมอบอำนาจการอนุมัติเครดิตตามโครงสร้างการอนุมัติเครดิตที่เริ่มจากอำนาจบุคคล อำนาจร่วม จนถึงอำนาจกลุ่มผู้พิจารณาเครดิต

2.6 กำหนดนโยบายการบริหารเครดิตและกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของกลุ่มลูกค้าภายใต้ความเสี่ยง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการใช้บริการด้านเครดิตที่รวดเร็วของลูกค้าที่มีความต้องการและลักษณะที่แตกต่างกัน และต้องบรรลุวัตถุประสงค์ของการบริหารต้นทุนของการดำเนินงานที่เหมาะสม

2.7 ปรับปรุงและจัดทำคู่มือนโยบายเครดิตให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานใช้เป็นแนวทางที่ชัดเจนในการทำงาน

การให้บริการ

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ได้แบ่งประเภทการให้บริการออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

1. บริการด้านเงินฝาก ได้แก่เงินฝากประเภท ต่าง ๆ ได้แก่
 - 1.1 เงินฝากกระแสรายวัน หมายถึง เงินฝากที่ธนาคารใช้ใบฝาก และใช้เช็คเป็นใบถอนหรือคำสั่งจ่าย
 - 1.2 เงินฝากออมทรัพย์ หมายถึงเงินฝากที่ใช้สมุดคู่ฝากในการฝากถอน
 - 1.3 เงินฝากประจำหรือเงินฝากออมทรัพย์ เมื่อสิ้นระยะเวลา ได้แก่ เงินฝากประจำ 3 เดือน 6 เดือน 12 เดือน 24 เดือน 36 เดือน 48 เดือน เงินฝากทวีคูณหมายถึงเงินฝากกำหนดระยะเวลาฝากเท่ากันทุกเดือนกำหนดระยะเวลา 24 เดือน ปัจจุบันมีประเภทเงินฝากปลอดภาษี
2. บริการสินเชื่อ แบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่
 - 2.1 สินเชื่อภายในประเทศ เช่น 1) วงเงินกู้เบิกเกินบัญชี โดยผู้กู้ต้องมีบัญชีกระแสรายวันรองรับเพื่อทำสัญญากำหนดวงเงิน จะต้องต่อสัญญาปีต่อปี 2) เงินกู้ระยะสั้น หมายถึง เงินกู้ยืมเงินระยะสั้น ชำระหนี้เสร็จสิ้นภายใน 1 ปี 3) เงินกู้ระยะยาว หมายถึง เงินกู้ซึ่งมีระยะเวลาชำระคืนเกิน 1 ปี 4) การรับซื้อลดตั๋วเงิน หมายถึง การกู้เงินที่ผู้กู้มอบตั๋วเงิน (ในประเทศไทย) ธนาคารมีสิทธิไปเรียกเก็บเงินเมื่อครบระยะเวลาไม่เกิน 90 วัน 5) หนังสือค้ำประกัน หมายถึง ธนาคารเข้าผูกพันตนในฐานะผู้ค้ำประกันลูกค้าในการปฏิบัติตามสัญญา 6) การรับรอง/อ่าวาล์ ตั๋วเงิน หมายถึง การค้ำประกันรับรองการชำระเงินตามตั๋วเงินต่อผู้รับเงิน ได้แก่ ตั๋วแลกเงิน ตั๋วสัญญาใช้เงิน
 - 2.2 สินเชื่อต่างประเทศ จำแนกออกเป็น 2 ประเภท 1) สินเชื่อเพื่อการนำเข้า (Import Financing) ได้แก่ L/C หมายถึง ตราสารที่ธนาคารเป็นผู้ออกตามคำสั่งนำส่งไปยังผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้ได้รับประโยชน์มายื่นรับเงิน ธนาคารพาณิชย์จะออก L/C จะชำระเงินแก่ผู้รับประโยชน์ T/R หมายถึง ตราสารที่ลูกค้าทำไว้กับธนาคาร อาศัยความเชื่อถือลูกค้าให้การรับรองว่าธนาคารมีสิทธิ์ในสินค้า 2) การค้ำประกันเพื่อการออกสินค้า (Shipping Guarantee) หมายถึง การนำหลักทรัพย์มาค้ำประกันเพื่อให้ธนาคารออกหนังสือมอบให้ไว้ต่อบริษัทเรือ
 - 2.3 สินเชื่อเพื่อการส่งออก (Import Financing) ได้แก่ 1) Packing Credit หมายถึง การให้สินเชื่อระยะสั้นที่ผู้ส่งออกนำเงินกู้อไปลงทุนเป็นเงินทุนหมุนเวียนได้แก่ Packing Credit Against L/C และ Packing Credit Purchase Order 2) ตั๋วเงินขายส่งลด หมายถึง ผู้กู้ได้เงินธนาคารจะกำหนดระยะเวลาชำระคืน 180 วัน เป็นการกู้หมุนเวียนระยะสั้น 3) การรับซื้อตั๋วเงินที่เกิดจากการส่งออก หมายถึง ลูกค้าดำเนินธุรกิจส่งออกสินค้าตามเงื่อนไขในระบบ L/C แต่ยังไม่ถึงกำหนดธนาคาร

จ่ายเงินให้ลูกค้า ลูกค้าจึงนำตัวที่รับมาดังกล่าว ขายลดที่ธนาคารลูกค้าได้รับเงินทันทีแต่มีค่าธรรมเนียมจากลูกค้าที่นำตัวมาขายลด

กลุ่มลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย (Retail Banking) มีทั้งหมด 3 กลุ่ม ได้แก่

1) กลุ่มลูกค้าบุคคลทั่วไป (Mass Segment) เป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินพื้นฐานที่ง่าย สะดวกและรวดเร็ว ที่มีเงินฝากในธนาคารกสิกรไทยเฉลี่ยย้อนหลัง 3 เดือน น้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน เช่น นิสิต นักศึกษา หรือผู้ที่อยู่ในวัยเริ่มทำงาน มีการใช้ผลิตภัณฑ์ (Product Holding)

2) กลุ่มลูกค้าบุคคลระดับกลาง (Middle Income Segment) เป็นกลุ่มลูกค้าผู้มีรายได้ประจำ ที่ทำงานในภาครัฐ ภาคเอกชน ที่มีเงินฝากหรือเงินลงทุนในเครือธนาคารกสิกรไทยเฉลี่ยย้อนหลัง 3 เดือน ตั้งแต่ 15,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป แต่น้อยกว่า 10 ล้านบาท ปัจจุบันเป็นลูกค้าธนาคารแล้ว 36.5% และใช้ธนาคารกสิกรไทยเป็นธนาคารหลัก 17% มีการถือครองผลิตภัณฑ์ (Product Holding) ของธนาคารกสิกรไทยเฉลี่ย 3.05 ผลิตภัณฑ์ต่อคน

3) กลุ่มลูกค้าบุคคลพิเศษ (Affluent Segment) เป็นกลุ่มลูกค้าระดับพิเศษที่มีรายได้สูง ที่ได้ให้ความไว้วางใจกับเครือธนาคารกสิกรไทยดูแลรักษาเงินฝาก หรือเงินลงทุนเฉลี่ยย้อนหลัง 6 เดือน ตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป แต่น้อยกว่า 50 ล้านบาท ปัจจุบันเป็นลูกค้าธนาคารแล้ว 50% มีการถือครองผลิตภัณฑ์ ของ ธนาคารกสิกรไทยเฉลี่ย และใช้ธนาคารกสิกรไทยเป็นธนาคารหลัก 17% มีการถือครองผลิตภัณฑ์ (Product Holding) ของธนาคารกสิกรไทยเฉลี่ย 5.41 ผลิตภัณฑ์ต่อคน (ธนาคารกสิกรไทย, 2559)

แนวความคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

ความหมายของการบริการ

การบริการ (Service) มีนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการบริการได้ให้ความหมาย ไว้ดังนี้

ว.วชิรเมธี. (2552 : 17 -18) กล่าวว่า การบริการ คือ งานของเรา คนทำงานทุกคนควรรู้ และ มีหัวใจบริการ (Service Mind) เป็นอันดับหนึ่ง การบริการจึงเป็นหัวใจหลักของการทำงาน หากเราทำให้คนอื่นรู้สึกแย่ เราควรรู้สึกแย่มากกว่า เพราะเขาจะแย่จากเราครั้งเดียวทำให้จดจำจนวันตาย ตรงกันข้ามถ้าเขาประทับใจเราแม้ครั้งเดียวที่พบกันก็จะประทับใจไปจนวันตายเช่นเดียวกัน ดังนั้น การให้บริการนี้เป็นหัวใจของคนทำงานบางครั้งไม่ได้ใช้เพียงฝีมือ แต่ต้องใช้หัวใจของนักบริการด้วย

คุณลักษณะของผู้ให้บริการที่ดี นักบริหารงานบริการ ได้กำหนดคุณลักษณะของผู้ให้บริการที่ดี ซึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะ 7 ประการ ที่มาจากคำว่า “SERVICE” ดังนี้

1. S = Smiling & Sympathy คือ ความยิ้มแย้มและเอาใจใส่ต่อลูกค้าเป็นอย่างดี

2. E = Early Response คือ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจ
3. R = Respectful คือ แสดงออกถึงความนับถือและให้เกียรติลูกค้า
4. V = Voluntariness Manner คือ ให้บริการด้วยความสมัครใจและเต็มใจ
5. I = Image Enhancing คือ รู้จักสร้างและรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของตนเองและหน่วยงาน
6. C = Courtesy คือ มีอัธยาศัยดี มารยาทดี สุภาพ อ่อนน้อมถ่อมตน
7. E = Enthusiasm คือ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550 : 218) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์ หรือ ความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า โดยทั่วไปแล้ว บริการไม่ต้องเกี่ยวข้องกับสินค้าเท่านั้น แต่บริการจะมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความต้องการ ใช้การฝึกอบรมผู้บริโภครู้จักวิธีใช้ เป็นต้น

Groonroos (1990 : 99) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่อาจจับต้องได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณีที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการและหรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยผ่อนคลายนปัญหาของลูกค้า

Kotler. (2003 : 444) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือปฏิบัติการใด ๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้และไม่ได้ส่งผลของความเป็นเจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนได้

จากความหมายที่กล่าวมา สรุปได้ว่า การบริการเป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้บุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือจัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น ทั้งนี้การบริการที่ดี จะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ติดต่อรับบริการเกิดความเชื่อถือศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งจะมีผลในการใช้บริการต่าง ๆ ในโอกาสหน้าต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับหลักการให้บริการ

John D. Millett (1954 : 399 - 400) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับหลักการให้บริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจและประทับใจให้กับผู้รับบริการได้นั้น จะต้องประกอบด้วยหลักการที่สำคัญ 5 ประการด้วยกัน ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการให้บริการของภาครัฐมีหลักการว่า ประชาชนทุกคนล้วนเสมอภาคกัน ดังนั้นประชาชนจะได้รับการบริการจากภาครัฐอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกันในทางกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยก กีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการทันต่อเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องพิจารณาว่า การให้บริการสาธารณะนั้นจะต้องตรงต่อเวลาเสมอ การปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่า ไม่มีประสิทธิภาพในการให้บริการ หากการให้บริการนั้นไม่ตรงต่อเวลาหรือทันต่อเหตุการณ์ และ ยังสร้างความไม่พึงพอใจแก่ประชาชนผู้ไปขอรับบริการ

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะนั้น จะต้องมีจำนวนการให้บริการอย่างเพียงพอและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม เช่น จำนวนบุคลากร วัสดุอุปกรณ์ เทคโนโลยีต่าง ๆ จะต้องมีไว้คอยให้บริการอย่างเพียงพอ Millett เห็นว่า ความเสมอภาค หรือการตรงต่อเวลาจะไม่มีประโยชน์เลย ถ้าหากมีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้ง ที่ให้บริการได้สร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะ ที่ให้บริการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ โดยยึดความต้องการของประชาชนเป็นสำคัญ ไม่ใช่ความพอใจ ของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้ หากจะหยุดจะต้องแจ้งให้ผู้ใช้บริการ ทราบล่วงหน้า

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะ ที่มีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง หรือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือ ความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

Katz Elihu and Brenda Danet (1973 : 19) ได้ศึกษาการบริการประชาชน เช่น หลักการ ที่สำคัญของการให้บริการขององค์กรของรัฐ ประกอบด้วยหลักการ 3 ประการ คือ

1. การติดต่อเฉพาะงาน (Specificity) เป็นแนวทางที่ต้องการให้ประชาชนและเจ้าหน้าที่ อยู่ในขอบเขตจำกัดในการให้บริการ เพื่อให้การควบคุมเป็นไปตามระเบียบกฎเกณฑ์และปฏิบัติงาน ได้ง่าย ทั้งนี้โดยดูจากเจ้าหน้าที่ให้บริการว่าให้บริการประชาชนเฉพาะเรื่องที่ติดต่อหรือไม่ปฏิบัติ หรือมีการสอบถามเรื่องอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ติดต่อหรือไม่ หากมีการให้บริการที่ไม่เฉพาะเรื่อง และสอบถามเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกัน นอกจากจะทำให้เสียเวลาและการปฏิบัติงานล่าช้าแล้วยังทำให้ การควบคุมเจ้าหน้าที่เป็นไปได้ยากลำบาก

2. การให้บริการที่มีลักษณะเป็นทางการ (Universality) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการ จะต้องปฏิบัติต่อผู้รับบริการอย่างเป็นทางการไม่ยึดถือความสัมพันธ์ส่วนตัวแต่ยึดถือการให้บริการแก่ ผู้รับบริการทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกันในทางปฏิบัติ

3. การวางตัวเป็นกลาง (Affective Neutrality) หมายถึง การให้บริการแก่ผู้รับบริการ โดยจะต้องไม่นำเอาเรื่องของอารมณ์ของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการเข้ามาเกี่ยวข้อง

สมิต สัจฉกร (2550 : 173 - 174) ได้กล่าวว่า การบริการที่เป็นการให้ความช่วยเหลือ หรือดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นนั้น จะต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติมิใช่ว่าการให้ความช่วยเหลือ

หรือการทำประโยชน์ต่อผู้อื่นจะเป็นไปตามใจของเราผู้ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ โดยทั่วไปหลักการให้บริการมีข้อควรคำนึงดังนี้

1. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นสิ่งสำคัญ โดยนำความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการแม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดีและเหมาะสมแก่ผู้รับบริการ แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจหรือไม่ให้ความสำคัญการบริการนั้นก็อาจจะไม่มีประโยชน์

2. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ คุณภาพการบริการคือความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก ดังนั้นการบริการจะต้องเน้นให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจเป็นสิ่งสำคัญ ในการประเมินผลการบริการวัดได้จากคุณภาพของบริการ คือ ความพอใจของลูกค้า

3. บริการโดยถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ การให้บริการซึ่งจะสนองตอบความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัดคือการบริการที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนสมบูรณ์ หากมีข้อบกพร่องในการให้บริการ ก็ยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ เพราะการให้บริการเป็นลักษณะการพูดปากต่อปาก

4. เหมาะสมแก่สถานการณ์ การให้บริการที่รวดเร็วหรือให้บริการตรงตามที่กำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญ หากเกิดความล่าช้าทำให้การบริการไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ นอกจากการให้บริการที่ทันต่อกำหนดเวลาแล้ว ยังต้องพิจารณาถึงความเร่งด่วนของผู้มารับบริการและสนองตอบให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย

5. ไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่น ๆ การให้บริการในลักษณะใดก็ตาม จะต้องพิจารณาอย่างละเอียด ไม่มุ่งเอาแต่ประโยชน์ที่จะเกิดแก่ผู้มารับบริการและเจ้าหน้าที่ให้บริการเท่านั้น แต่จะต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องรวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม ควรยึดหลักการให้บริการว่า จะต้องระมัดระวังไม่ทำให้เกิดผลกระทบทำความเสียหายให้แก่บุคคลอื่น ๆ ด้วย

จากแนวคิดของนักวิชาการที่ผ่านมาข้างต้นสรุปความหมายได้ว่า หลักการให้บริการที่ดีจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ เช่น ความเสมอภาคในการให้บริการความสม่ำเสมอในการบริการ การให้บริการที่ตรงต่อเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง และต้องมีการพัฒนาระบบการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ความหมายคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ (Service quality) คือการบริการที่ดีเลิศ ที่ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการ ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ และเกิดความจงรักภักดีที่สอดคล้องกับความ

ต้องการของลูกค้าระดับของความสามารถของการบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลักจากได้รับการบริการไปแล้วในการประเมินคุณภาพของการบริการ ของสถานที่ต่าง ๆ และต้องพิจารณาระดับความพึงพอใจที่ลูกค้าได้รับจากปัจจัยคุณภาพ (Service characteristics and attributes) ต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาที่ใช้บริการอยู่นั้น 7 จนเสร็จสิ้น กระบวนการรับบริการนั้น ๆ ขณะที่ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549 : 21) ได้กล่าวว่า คุณภาพ การบริการเป็นลักษณะแนวความคิดที่มีการมองถึงความเข้าใจว่าลูกค้าคิดอย่างไรต่อคุณภาพการบริการ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญของการบริหารองค์กรให้เกิดประสิทธิผลโดยมีแนวความคิดในการทำความเข้าใจ ที่สัมพันธ์อยู่ 3 แนวคิด ประกอบด้วย 1) ความพึงพอใจของลูกค้า 2) คุณภาพบริการและ 3) คุณค่า ของลูกค้า ในขณะที่ Miller (2010 : 44) ได้กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง การให้บริการแก่ ลูกค้าจนเกิดความพึงพอใจ หรือการให้บริการให้ตรงกับการคาดหวังกล่าวโดยสรุปคือ คุณภาพ การบริการเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการส่งมอบให้แก่ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่เดียวกันผู้ให้บริการ ไม่สามารถวัดคุณภาพของบริการนั้น ๆ ได้ ลูกค้าจะประเมินการบริการที่ได้จากการรับรู้จริงจากการ ใช้บริการ ว่าต้องกับความต้องการ ความคาดหวังและความคุ้มค่าหรือไม่ ซึ่งเมื่อการบริการนั้นเป็นดังที่ คาดหวัง หรือเกินกว่าที่คาดหวังซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ และเกิดความจงรักภักดี แสดงว่า การบริการนั้นมีคุณภาพ

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990 : 19) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นการประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความเป็นเลิศหรือความเหนือกว่าของบริการ นักวิชาการดังกล่าว นับเป็นหนึ่งในคณะนักวิชาการที่สนใจทำการศึกษาเรื่องคุณภาพในการให้บริการ และการจัดการ คุณภาพในการให้บริการขององค์กรอย่างจริงจังมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1983 สิ่งนี้ ซีแธมล์ พาราซูรามาน และเบอร์รี่ ให้ความสนใจในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการนั้น เป็นการมุ่งตอบคำถาม สำคัญ 3 ข้อ ประกอบด้วย 1) คุณภาพในการให้บริการคืออะไร 2) อะไรคือสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหา คุณภาพในการให้บริการ และ 3) องค์กรสามารถแก้ปัญหาคือคุณภาพในการให้บริการที่เกิดได้อย่างไร

Gronroos (1990 : 17) กล่าวว่า ความหมายของคุณภาพในการให้บริการจำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ คุณภาพเชิงเทคนิค (technical quality) อันเกี่ยวกับผลลัพธ์ หรือสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจาก บริการนั้นโดยสามารถที่จะวัดได้เหมือนกับการประเมินได้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Quality) ส่วนคุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของการประเมิน

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549 : 106) กล่าวว่าคุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง การบริการที่เลิศ (Excellent service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของ ลูกค้าจนทำให้ลูกค้า เกิดความพอใจ (Customer Satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer Loyalty) คำว่า บริการที่เลิศตรงกับความต้องการ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนอง ส่วนบริการที่เกินความต้องการของลูกค้า หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้

ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ จนรู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นบริการที่พิเศษมาก ประทับใจคุ้มค่าแก่การตัดสินใจ รวมทั้งคุ้มค่าเงิน

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550 : 66) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Tolerance 1 zone) ผู้รับบริการก็มีความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เอง เป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ระยะเวลาหนึ่ง

สุพรรณิ อินทร์แก้ว (2551 : 28) กล่าวว่า คุณภาพบริการ หมายถึง การบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ตรงตามความต้องการหรือเกินความคาดหวังของลูกค้าเกิดความพอใจ คุณภาพบริการแตกต่างกันไปตามลักษณะของผู้ใช้และมาตรฐานของผู้ใช้แต่ละคน บริการที่มีคุณภาพคือ บริการที่มีลักษณะเฉพาะทางคุณภาพ ได้แก่ ความสะอาด ความสะดวกรวดเร็วความถูกต้องที่สอดคล้องกับต้องการ และความคาดหวัง ของคุณภาพที่จะได้รับ และสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเมื่อรับบริการไปแล้ว

รัตนะ อินจ้อย (2551 : 16) ให้คำจำกัดความว่า คุณภาพการให้บริการหมายถึง ความสำคัญระหว่างความคาดหวังต่อบริการของผู้รับบริการต่อการรับรู้ที่ได้รับ ซึ่งอาจเป็นการได้รับบริการตามที่คาดหวังหรือสูงกว่าที่ความคาดหวังก็ได้

สรุปจากความหมายในหลากหลายมุมมองของนักวิชาการ คุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของบุคคลากร คุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ต้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้เข้ารับบริการจะมีความพอใจถ้าได้รับการบริการในสิ่งที่ต้องการหรือต้องกับความต้องการของผู้รับบริการก็จะยอมสร้างความคาดหวังขึ้นมาในใจซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละคน

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550 : 66) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการมีความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับการบริการที่ดี ซึ่งหากมีการบริการที่ดียอมรับได้ ก็มีความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งถ้าหากการบริการไม่ดี ยอมรับไม่ได้ ก็มีความรู้สึกไม่พึงพอใจ ดังนั้น คุณภาพการให้บริการขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2550 : 178 - 179) กล่าวถึง คุณภาพของการบริการ ว่าอาจจะเริ่มจากการมองความแตกต่างของการวัดคุณภาพของงานบริการกับการวัดความพึงพอใจของลูกค้า ผู้เชี่ยวชาญส่วนมากเห็นด้วยว่าความความพึงพอใจของลูกค้า นั้นเป็นเพียงช่วงระยะเวลาสั้น แต่คุณภาพงานบริการนั้นเป็นทัศนคติที่เกิดจากการประเมินการปฏิบัติงานในระยะยาว

สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง ระดับความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง และการรับรู้ต่อการให้บริการนั้น หลังจากที่ได้รับบริการไปแล้ว และสามารถทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากการได้รับบริการนั้น

ความสำคัญของคุณภาพการบริการ

Hu, Kandampully and Juwaheet (2009 : 111) ได้กล่าวว่า คุณภาพการบริการจะส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ ในการบริการอย่างมีนัยสำคัญ และคุณภาพการบริการมีความสำคัญเนื่องจากเหตุผลหลัก 4 ประการ ดังนี้

1. การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมบริการ เนื่องจากผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการบริการมากขึ้น การทำธุรกิจในปัจจุบันมีการทำควบคู่ไปกับการให้บริการส่งผลให้กับการเจริญเติบโตของธุรกิจมีแนวโน้มสูงที่มากขึ้น

2. การแข่งขันทางธุรกิจสูงขึ้น การบริการถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในการแข่งขันกับคู่แข่ง และถ้าบริษัทหรือองค์กรใดให้คุณภาพการบริการได้เหนือกว่า ก็ถือเป็นจุดแข็งที่สร้างความได้เปรียบมาให้กับบริษัท หรือองค์กรนั่นเอง

3. ความต้องการของผู้บริโภค หรือลูกค้าที่มีมากขึ้นเนื่องจากปัจจุบันนี้ โลกอยู่ในยุคของการติดต่อสื่อสาร ผู้บริโภคมีความรู้มากขึ้น มีความต้องการมากขึ้น การซื้อสินค้าเพื่อจะได้สินค้าที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคาอย่างเดียวนั้นไม่พอ เพราะผู้บริโภคคิดว่าเป็นสิ่งที่ต้องได้รับอยู่แล้วที่สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการก็คือการบริการที่มีคุณภาพ และสิ่งนี้เองนับเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินซื้อซ้ำ หรือการมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าหรือบริษัท องค์กรนั้น ๆ ด้วย

4. คุณภาพการบริการสะท้อนถึงสภาวะเศรษฐกิจ เนื่องจากผลของการมีคุณภาพการบริการที่ดี นำไปสู่การเกิดการซื้อซ้ำในสินค้าหรือธุรกิจ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการทุกคนต้องการให้เกิดขึ้นกับสินค้าหรือบริษัทของตนเอง นอกจากนี้ การที่มีคุณภาพการบริการที่ดี เป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดลูกค้าหรือผู้บริโภคให้ยังคงอยู่ อีกทั้งยังเป็นการสร้างลูกค้าใหม่ ๆ เข้ามาอีกด้วย ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนมาจากการที่บริษัทหรือองค์กรมีคุณภาพการบริการที่ดีนั่นเอง

เครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1998) ได้กำหนดเครื่องมือในการวัดคุณภาพการบริการ ดังนี้

1. รูปลักษณ์ (Tangibles) ประกอบด้วย ความทันสมัยของอุปกรณ์ สภาพแวดล้อมของสถานที่การให้บริการ การแต่งกายของพนักงาน เอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ

2. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) ประกอบด้วย ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้ การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าและการนำข้อมูลมาใช้ในการ

ให้บริการแก่ลูกค้า การทำงานไม่ผิดพลาด การบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมใช้งานเสมอ การมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ

3. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ประกอบด้วย มีระบบการให้บริการ ที่ให้บริการได้รวดเร็ว ความพร้อมของพนักงานในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ลูกค้า ความรวดเร็วในการทำงานของพนักงาน ความพร้อมของพนักงานในการให้บริการลูกค้าทันทีที่ต้องการ

4. การรับประกัน / ความมั่นใจ (Assurance) ประกอบด้วย ความรู้ความสามารถของพนักงานในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ การสร้างความปลอดภัยและความเชื่อมั่นในการรับบริการความมีมารยาทและสุภาพของพนักงาน พฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ

5. การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) ประกอบด้วย การให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละคนของพนักงานบริการ เวลาในการเปิดให้บริการและให้ความสะดวกแก่ลูกค้า โอกาสในการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของกิจการ ความสนใจลูกค้าอย่างแท้จริงของพนักงาน ความสามารถในการเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าชัดเจน

การวัดคุณภาพของการให้บริการ

Omanukwue (2011 : 65) ได้กล่าว การวัดคุณภาพของการให้บริการ ซึ่งลูกค้าจะวัดจากองค์ประกอบของคุณภาพการบริการ และได้ผลลัพธ์ที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่ลูกค้าได้รับ เรียกว่า คุณภาพของการบริการที่ลูกค้าได้รับรู้ (Perceived Service Quality) จะเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบการบริการที่คาดหวัง (Expected Services) กับการบริการที่ได้รับรู้ (Perceived Service) คือ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่ลูกค้ารับบริการแล้วนั่นเอง ในการวัดคุณภาพการให้บริการลูกค้าจะวัดจากคุณภาพในการบริการ ดังนี้ (Aldehayyat, 2014 : 228)

1. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของสถานที่ให้บริการ เครื่องมือ อุปกรณ์ เช่น มีสถานที่จอดรถสะดวก ห้องน้ำสะอาด รวมทั้งการแต่งกายของพนักงาน

2. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) เป็นความสามารถในการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามกำหนดหรือข้อตกลงกันไว้ หรือควรจะเป็นอย่างถูกต้องและตรงตามวัตถุประสงค์

3. ความรวดเร็วในการ ตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) เป็นความรวดเร็วและตั้งใจจะช่วยเหลือผู้เข้ารับบริการให้ได้รับการบริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว ให้ผู้เข้ารับบริการรอนาน มีความสุภาพต่อผู้เข้ารับบริการ

4. การรับประกัน / ความมั่นใจ (Assurance) เป็นการสร้างความมั่นใจ เพื่อรับประกันว่าพนักงานที่ให้บริการมีความสามารถ มีความรู้ ในการใช้ภาษาและการสื่อสารที่ถูกต้อง มีความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ

5. การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) เป็นการดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการได้อย่างเต็มที่

ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการ

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1998) ผู้บริโภคใช้ปัจจัย 10 ประการ ในการประเมินคุณภาพการบริการดังนี้

1. ความสะดวกในการเข้ารับบริการ (Access) หมายถึงความสะดวกในการเข้าพบหรือติดต่อกับผู้ให้บริการ ครอบคลุมถึงเวลาที่เปิดดำเนินการ สถานที่ตั้ง และวิธีการที่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคในการเข้าพบหรือติดต่อกับการให้บริการ เช่น สถานที่ ทำเลสะดวกต่อการไปติดต่อ

2. การติดต่อสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ (Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการขององค์กร

3. ความสามารถ (Competence) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถ และทักษะที่ปฏิบัติงานด้านการบริการได้เป็นอย่างดี เช่น ความรู้ทักษะในการให้บริการของพนักงานหรือทักษะในการจัดการของผู้บริหาร

4. ความสุภาพ (Courtesy) การที่ผู้ให้บริการมีความสุภาพเรียบร้อย มีความนับถือในตัวลูกค้า มีความรอบคอบ และเป็นมิตรต่อลูกค้า

5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความน่าเชื่อถือที่ได้ขององค์กรที่ให้บริการ เช่น ภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่น่าไว้วางใจ มีความซื่อสัตย์ต่อองค์กร

6. ความคงเส้นคงวา (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้สัญญาไว้อย่างแน่นอนและแม่นยำ

7. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) ความเต็มใจของผู้ให้บริการที่จะให้บริการอย่างรวดเร็ว

8. ความปลอดภัย (Security) การให้บริการที่ปราศจากอันตราย ไม่มีความเสี่ยงหรือแคลงแคลงใจใด ๆ

9. ความเข้าใจลูกค้า (Understanding customers) หมายถึง ความพยายามรู้จักและเข้าใจถึงลูกค้ารวมทั้งความต้องการต่าง ๆ ของลูกค้า

10. สิ่งที่สามารถสัมผัสได้ (Tangibles) หลักฐานทางกายภาพของการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ

การประเมินคุณภาพการบริการนั้น ผู้บริโภคแต่ละคนใช้เกณฑ์ในการตัดสินเกี่ยวกับการรับรู้ในคุณภาพการบริการที่แตกต่างกันไป

เครื่องมือที่ใช้ในระบบคุณภาพ

1. การออกใบอนุญาตให้สถานบริการ (Licensing) เป็นการออกใบอนุญาตให้กับสถานบริการมีความพร้อมขั้นต่ำ โดยเฉพาะความพร้อมด้านปัจจัยนำเข้า

2. การควบคุมคุณภาพ (Quality Control) เป็นการใช้เครื่องมือของระบบย่อยมาเป็นฐาน เช่น ระบบการเบิกจ่าย ระบบการให้กำลังใจ เป็นต้น

3. การรับรองคุณภาพบริการ (Accreditation) เป็นการรับรองกระบวนการที่ช่วยลดความเสี่ยงที่จะเกิดความผิดพลาดจากการให้บริการ ไม่ได้เป็นการรับรองว่าความผิดพลาดจะไม่เกิดขึ้น

4. การเปิดเผยหรือเปิดโปงข้อมูล (Disclosure) ด้านคุณภาพของบริการให้สาธารณชน การเปิดเผยภาพของบริการ เป็นเครื่องมือที่ทำให้สถานบริการหรือผู้ให้บริการระวังเรื่องคุณภาพมากขึ้น

5. ระบบดูแลการร้องเรียน เป็นระบบที่น่าจะประกันคุณภาพของบริการได้ แต่มีข้อเสียที่ผู้ให้บริการจะสั่งการตรวจวินิจฉัยและการรักษาที่เกินจำเป็นเพื่อป้องกันการฟ้องร้อง และอาจจะทำลายภาพพจน์ของผู้ให้บริการในฐานะผู้ให้ความเมตตาสงสารผู้รับบริการมาเป็นผู้ค้ากำไร ฉะนั้นการร้องเรียนควรที่จะเป็นเครื่องมือสุดท้ายของการประกันคุณภาพ

Peter and Donnelly (2004 : 180 - 183) กล่าวถึง เมื่อคุณภาพ คือการให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า หรือตรงตามที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งโดยธรรมชาติของงานบริการลูกค้าไม่สามารถจับต้องได้ ทำให้มีความลำบากในการประเมินคุณภาพของการบริการก่อนซื้อ คุณภาพบริการจะเกิดขึ้นกับกระบวนการเปรียบเทียบในจิตใจลูกค้าระหว่างกระบวนการให้บริการ และผลผลิตที่ลูกค้าคาดหวังจากกระบวนการให้บริการ และผลผลิตที่ลูกค้าได้รับจริงจากการใช้บริการ เกณฑ์ที่ลูกค้าใช้ในการประเมินคุณภาพบริการมี 5 ปัจจัย ดังนี้

1. การบริการที่เป็นรูปธรรม (Tangible) ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่สามารถจับต้องได้ เช่น อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ การแต่งตัวเครื่องแบบของพนักงานการตกแต่งสถานที่ เป็นต้น

2. ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานคุณภาพการบริการ (Reliability) ความสามารถในการให้บริการได้ตามที่ได้ให้สัญญาไว้กับลูกค้าอย่างเชื่อถือ ถูกต้องและสม่ำเสมอ

3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ความเต็มใจ ความตั้งใจ ตื่นตัวที่จะให้ความช่วยเหลือลูกค้า ให้บริการอย่างทันทีทันใดและรวดเร็วฉับไว

4. ความมั่นใจได้ในบริการ (Assurance) พนักงานที่ให้บริการต้องมีความรู้ ทักษะ ความสามารถ ความซื่อสัตย์ ความสุภาพ ความเป็นมืออาชีพต้องสื่อสารออกมาให้ลูกค้าเกิดความ เชื่อถือมั่นใจไว้วางใจในการใช้บริการ

5. ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ (Empathy) การดูแลเอาใจใส่ให้ความสนใจรับฟังปัญหา และเข้าใจความต้องการของลูกค้า

สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ ลูกค้าใช้ในการประเมินคุณภาพการให้บริการ สำหรับคุณภาพ การให้บริการของธนาคารพาณิชย์ สาขาอำเภอท่าม่วง ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจ แก่ผู้รับบริการและการให้บริการด้วยการเอาใจใส่ ซึ่งผู้วิจัยใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ สาขาอำเภอท่าม่วง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้นำเอาผลงานวิจัยที่ใกล้เคียงมาเป็นแนวทางในการศึกษาดังต่อไปนี้

งานวิจัยในประเทศ

ช่อทิพย์ ศิริรัตนพล (2551) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการในทัศนะของลูกค้าธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ผลการศึกษา พบว่า 1) ลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หญิง จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 58.65 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็น ร้อยละ 35.14 อาชีพรับจ้าง - พนักงานบริษัท จำนวน 158 คน คิดเป็น ร้อยละ 42.70 รายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 55.41 ประเภท บริการของธนาคารกรุงไทยที่ใช้มากที่สุดด้านเงินฝาก จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 69.19 2) คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในภาพรวมลูกค้า มีความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า พึงพอใจมากที่สุดอันดับที่ 1 ด้านสถานที่ของธนาคาร รองลงมาพอใจมากด้านเทคโนโลยี ด้านการให้บริการ และพอใจปานกลางด้านประชาสัมพันธ์ตามลำดับ 3) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมผู้ใช้บริการที่มีอายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .001 ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของการบริการต่างกันมีคุณภาพ การให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

ศรชัย จันโทวงษ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขา กันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ ผลการวิจัยพบว่า 1) ลูกค้าที่ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 55.80)

มีอายุ 41 - 50 ปี (ร้อยละ 41.20) สถานภาพ สมรส (ร้อยละ 70.00) ระดับการศึกษาปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 51.40) อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สุด ร้อยละ 30.50 มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 47.00) ใช้บริการเงินฝากเพื่อเรียก เพื่อเรียกพิเศษ (ร้อยละ 75.80) และใช้บริการสินเชื่อ ธนาคารประชาชน (ร้อยละ 29.30) 2) คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขากันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ โดยภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจมากต่อคุณภาพการให้บริการ โดยเฉพาะด้านบุคลากรมีคุณภาพในระดับมากที่สุด รองลงมา ในระดับมาก ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี และการอำนวยความสะดวก ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานประกอบการ ด้านบริการเงินฝาก และสินเชื่อ และด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ 3) ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขากันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ โดยรวม ด้านบริการเงินฝากและสินเชื่อ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานประกอบการ ด้านเทคโนโลยีและการอำนวยความสะดวก ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขากันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ โดยรวมและด้านบุคลากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านการบริการเงินฝากและสินเชื่อ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเทคโนโลยีและการอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านสถานประกอบการ ด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกัน 5) ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขากันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ โดยรวม ด้านการบริการเงินฝากและสินเชื่อ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานประกอบการ ด้านเทคโนโลยีและการอำนวยความสะดวก ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 6) ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีสถานภาพสมรสต่างกัน มีรายได้ต่างกัน และมีประเภทของสินเชื่อต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขากันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน 7) ลูกค้าที่มีประเภทเงินฝากต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขากันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ โดยรวม ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานประกอบการ ด้านเทคโนโลยีและการอำนวยความสะดวก ด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านบริการเงินฝากและสินเชื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กนิษฐา วิสม (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินเขตเพชรบุรี ผลการวิจัยโดยสรุปมีดังนี้ 1) คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินเขตเพชรบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้

ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการ ด้านความมั่นใจในการให้บริการ และด้านทีมงาน นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการในระดับเห็นด้วย โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านลักษณะภายนอก ด้านอัตราค่าบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ 2) คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน เขตเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามปัจจัยด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคาร พบว่า ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ 3) แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่สำคัญ คือ การสร้างความเชื่อมั่นในความสามารถในการให้บริการแก่ผู้ให้บริการ ให้ผู้บริหารใส่ใจกับคุณภาพการให้บริการมากขึ้นอบรมให้พนักงานรู้จักใช้เทคโนโลยี และพัฒนาทักษะในการให้บริการ

นพพร สะไบบาง (2553) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาแม่โจ้ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล 2 ด้าน ที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ คือ ด้านอายุและอาชีพ โดยอายุส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการด้านความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการดูแลเอาใจใส่ และอาชีพส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการด้านรูปลักษณ์ สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่โจ้ อยู่ในระดับสูงและเป็นไปในทิศทางบวกทั้ง 3 ด้าน

ธนพร พันโน (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาธาตุพนม อำเภอธาตุพนม จังหวัดธาตุพนม ผลการวิจัยพบว่า 1) ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 47.63) สถานภาพ แต่งงาน อายุระหว่าง 31 - 40 ปี (ร้อยละ 29.74) มีอาชีพเป็นพนักงานหน่วยงานเอกชน ร้อยละ (31.05) ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ปริญญาตรี (ร้อยละ 38.95) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001 - 15,000 บาท (ร้อยละ 30.26) 2) ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาธาตุพนม อำเภอธาตุพนม จังหวัดธาตุพนม โดยรวมระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการตอบสนอง และด้านการดูแลเอาใจใส่ รองลงมา คือ ด้านความมั่นใจ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดที่สุด คือ ด้านรูปลักษณ์ และด้านความเชื่อถือ (2.1) ด้านรูปลักษณ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สถานที่ตั้งของธนาคารมีความสะดวกในการติดต่อใช้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ การจัดบรรยากาศภายในธนาคารและความสะอาดภายในบริเวณธนาคาร (2.2) ด้านความเชื่อถือ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สาขาในการให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ การให้ข้อมูลในการให้บริการแก่ลูกค้า 2.3 ด้านการตอบสนอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ธนาคารมีระบบการให้บริการรวดเร็ว รองลงมา คือ การจัดลำดับก่อนหลังการให้บริการ

(2.4) ด้านความมั่นใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ภาพพจน์และชื่อเสียงของธนาคารมากที่สุด รองลงมา คือ ความมั่นคงทางการเงินของธนาคาร (2.5) ด้านการดูแลเอาใจใส่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ พนักงานทุกคนให้การต้อนรับลูกค้าด้วยหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสอยู่เสมอมากที่สุด รองลงมา คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

3) ข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาหาดุพนมอำเภอดุพนม จังหวัดนครพนม เรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การอบรมพนักงานในการให้บริการที่อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้ารวดเร็ว (ร้อยละ 25.86) รองลงมา คือ เครื่อง ATM เนื่องจากจำนวนเงินในเครื่องมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าในแต่ละวัน (ร้อยละ 14.66) การจัดระเบียบสถานที่จอดรถ (ร้อยละ 13.79) ประชาสัมพันธ์การบริการให้ลูกค้าได้รับข้อมูลที่หลายรูปแบบ เช่น แผ่นพับ ป้ายไว้นัด และการพิจารณาวงเงินกู้ให้ได้มากขึ้น (ร้อยละ 11.21)

ภักดีจิรา บานเพียร (2555) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ และสาขานวนคร ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25 - 35 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อาชีพพนักงานบริษัท/หน่วยงานเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 25,000 บาท 2) คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ และสาขานวนคร ภาพรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาตามสาขา พบว่า สาขาประตูน้ำพระอินทร์ ภาพรวมอยู่ในระดับสูง โดยมีความคิดเห็น ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้สูงสุด และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ต่ำสุด สาขานวนคร ภาพรวมอยู่ในระดับสูงที่สุด โดยมีความคิดเห็น ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้สูงสุด และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ต่ำสุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสาขาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน และลูกค้าที่ใช้บริการสาขาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็ว และด้านการรับประกันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพการให้บริการด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้าที่ใช้บริการที่สาขานวนคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพการให้บริการสูงกว่า ลูกค้าที่ใช้บริการสาขาประตูน้ำพระอินทร์ทุกด้าน

อัจฉรา สวงนทรัพย์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาผักไห่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพในการให้บริการของธนาคารโดยรวมอยู่ในระดับสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า คุณภาพการให้บริการในด้านการรับประกัน ของธนาคารออมสิน สาขาผักไห่อยู่ในระดับสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ลำดับต่อมาคือ คุณภาพการให้บริการในด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ โดยมีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 4.30 คุณภาพการให้บริการในด้านความรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 คุณภาพการให้บริการในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และคุณภาพการให้บริการในการเอาใจใส่ลูกค้า เป็นรายบุคคล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ตามลำดับ และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าเพศ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสินที่แตกต่างกัน ได้รับคุณภาพในการให้บริการโดยรวมไม่ต่างกัน แต่อายุ และอาชีพของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสินที่ต่างกันได้รับคุณภาพในการให้บริการโดยรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อุไรวรรณ จันทร์จเรียวงษ์ ธีรธนิษฐ์ ศิริโวหาร และมิ่งเทพนครเมือง (2555) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อถือต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าอยู่ในระดับดีมาก ระดับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามขนาดธนาคาร พบว่า ธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ กลาง เล็ก ภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับดีมาก

สมชาย เสนารัตน์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาโยธธ จังหวัดโยธธ ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านคุณภาพด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมและการบริการทั้ง 8 ด้าน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านที่ตั้งและสถานที่ประกอบการ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกสบายที่ได้รับ ด้านความทันสมัย ของธนาคารด้านระยะเวลาในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วของบริการ ด้านความเท่าเทียมกันในการให้บริการ และด้านความชัดเจนของข้อมูล 2) ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพบว่า ลูกค้าที่มี เพศต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อคุณภาพของการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาโยธธ ไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มี อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อคุณภาพของการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาโยธธ แตกต่างกัน

งานวิจัยต่างประเทศ

O'Neill (2003) ศึกษาวิจัยเพื่อสำรวจการรับรู้คุณภาพบริการ ณ มหาวิทยาลัยในประเทศออสเตรเลีย โดยการวิจัยเชิงสำรวจด้วยแบบสอบถามผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามเป็น 2 ช่วงเวลาคือ ช่วงแรกศึกษานักศึกษาชั้นปีที่ 1 และช่วงที่ 2 ศึกษาหลังจากทำการเก็บข้อมูลครั้งแรกประมาณ 1 เดือน ผลการวิจัยพบว่าคะแนนคุณภาพบริการเมื่อทำการวัดครั้งแรกได้เท่ากับ 4.13 และครั้งที่ 2 ได้เท่ากับ 3.92 โดยคะแนนการรับรู้คุณภาพบริการได้ลดลง ผู้วิจัยได้สรุปว่า ความคาดหวังที่เพิ่มขึ้นของนักศึกษาส่งผลให้การรับรู้ผลลัพธ์บริการในมุมมองของนักศึกษามีค่าลดลง โดยผู้วิจัยได้อธิบายในเชิงพฤติกรรมศาสตร์ว่าการที่ลูกค้าประเมินข้อมูลที่ได้รับมาใหม่หรือครั้งที่ 2 ลูกค้าจะเพิ่มความคาดหวังขึ้นเป็นทวีคูณ เป็นสาเหตุให้ค่าคะแนนคุณภาพบริการที่ทำการวัดในครั้งที่ 2 มีค่าลดลง

ดังนั้น องค์กรผู้ให้บริการจะต้องส่งมอบบริการที่เพียงแคให้ตรงตามที่ได้สัญญาไว้เท่านั้นไม่ได้แต่ยังต้องส่งมอบงานบริการให้ตรงกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของนักศึกษาอีกด้วย

Kim (2005) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการใหม่ ของสนามกอล์ฟเอกชนในประเทศเกาหลีผลการวิจัย พบว่า (1) ปัจจัยของอายุ และระดับการศึกษา มีผลกระทบต่อความต้องการระดับคุณภาพบริการที่แตกต่างกัน (2) กลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจคือ ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานมาตรฐานบริการ การให้บริการที่มีความสามารถรองลงมาคือ ความไว้วางใจ การเอาใจใส่ต่อลูกค้าลูกค้า และการตอบสนองด้วยความเต็มใจ (3) ส่วนกลยุทธ์สำคัญที่ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก คือ ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานบริการ และการตอบสนองด้วยความเต็มใจ

Chong (2006) ศึกษาวิจัยเพื่อสำรวจการรับรู้คุณภาพบริการของนักศึกษาในสถาบันการศึกษาเอกชนระดับอุดมศึกษาในประเทศสิงคโปร์สถาบันการศึกษาเอกชนระดับอุดมศึกษาในประเทศสิงคโปร์เปรียบเทียบกัน ผลการวิจัยที่พบคือ 1) การรับรู้ผลลัพธ์การบริการของนักศึกษาลดลง โดยที่ปี 1993 มีค่าเฉลี่ย 4.86 ในขณะที่ในปี 1997 มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.72 การลดลงนั้นเกิดขึ้นในทุก ๆ มิติซึ่งมิติที่มีการลดลงมากที่สุดคือลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือ ความเชื่อมั่น ค่าคะแนนคุณภาพบริการเฉลี่ยทุกมิติลดลงจากปี 1993 มีค่าเฉลี่ย -1.23 ขณะที่ในปี 1997 มีค่าเฉลี่ย -1.31 ซึ่งหมายถึงคุณภาพบริการของสถาบันการศึกษาแห่งนี้ลดลงในการรับรู้คุณภาพบริการของนักศึกษา ผู้วิจัยได้แนะนำให้ผู้บริหารสถาบันการศึกษาแห่งนี้มุ่งปรับปรุงคุณภาพบริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติด้านลักษณะทางกายภาพ และมิติด้านความเชื่อมั่นที่มีค่าคะแนนคุณภาพบริการลดลงมากที่สุด

Ali (2006) ได้ศึกษาเรื่อง เปรียบเทียบเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของลูกค้า โดยเป็นกรณีศึกษาของบริษัท CCG (Customer Centric Group) CO ซึ่งได้นำแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ (Service Quality) ของ Parasuraman, Zeithaml และ Berry และเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามปรับปรุงมาจาก SERVQUAL โดยมีจุดประสงค์ของวิจัยเพื่อที่จะได้รับประโยชน์จากความเข้าใจที่ดีขึ้นเกี่ยวกับมิติของคุณภาพในการให้บริการ จากทัศนคติของลูกค้าว่าส่งผลอย่างไรต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยกรอบในการวิจัยได้อ้างอิงจากพื้นฐานของการทบทวนวรรณกรรมซึ่งได้ใช้มิติของคุณภาพการให้บริการบางด้านเพื่อใช้ทดสอบในองค์กรของ CCGCO โดยดูความสัมพันธ์ของมิติของคุณภาพการให้บริการกับลูกค้าซึ่งอันดับจากคุณภาพในการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า โดยเป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากการจับกลุ่มและทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับลูกค้าจำนวน 10 คนโดยใช้แบบสอบถามแบบ Semi - Structure การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลได้ทำภายใต้ข้อคำถามและกรอบที่ใช้อ้างอิง และผลการวิจัยจากคำตอบในแบบสอบถามสรุปได้ว่า มีบางมิติของคุณภาพในการให้บริการของ CCG CO ที่ได้ถูกจำกัดความได้แก่ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้มารับบริการรูปธรรมของการบริการ การเอาใจใส่ผู้มารับบริการ การให้ความเชื่อมั่น

แก่ผู้รับบริการ การสนับสนุนทางเทคนิคและการขนส่ง การทำให้บรรลุผล การกำหนดราคา และความสุภาพมีมารยาท ซึ่งมีมติทั้งหมดนี้ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าและท้ายที่สุดยังพบว่ายังมีมิติที่ถูกพบขึ้นจากการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ ราคา ความเร็วในการติดตั้ง และความเร็วในการขนส่ง

Nguyen (2006) ได้ศึกษาเรื่อง การฟื้นฟูภาพลักษณ์การ ให้บริการ : การสร้างมุมมองและแนวคิดผลการวิจัยพบว่า การฟื้นฟูภาพลักษณ์การ ให้บริการแบ่งเป็นโครงสร้างหลัก ๆ ได้แก่ (1) ความคาดหวังของลูกค้าในการแก้ไขข้อบกพร่อง สะท้อนจากการยอมรับใน แนวทางแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมที่องค์กรเลือกใช้ (2) การไตร่ตรองก่อนที่จะใช้บริการอีกครั้ง การที่ลูกค้าใช้เวลาในการพิจารณาพิจารณาเพิ่มขึ้นก่อนที่จะตัดสินใจว่าจะเลือกกลับมาใช้บริการในองค์กรนี้อีกหรือไม่ (3) ความรู้สึกด้านการให้บริการของลูกค้า เป็นความสัมพันธ์ของลูกค้าและผู้ให้บริการซึ่งจะ ส่งเกตได้จากปฏิกริยาตอบรับของลูกค้า (4) ความไม่มั่นใจของลูกค้าที่มีต่อวิธีการแก้ปัญหาของหน่วยงาน แนวทางแก้ไขปัญหาลูกค้าคาดว่าจะได้รับ นำไปเปรียบเทียบกับวิธีการจริงที่พวกเขาได้รับว่า เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร ทั้ง 4 ข้อ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ 2 อย่าง คือความพึงพอใจของ ลูกค้าที่มีต่อแนวทางการแก้ปัญหา และความต้องการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญในการฟื้นฟูความเชื่อมั่นด้านการให้บริการก็คือ สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังกับสิ่งที่ทางองค์กร เสนอให้จะต้องมีความสอดคล้องกันอย่างไรก็ตามผลการศึกษาได้แสดงให้เห็นว่าลูกค้าที่เป็นลูกค้าประจำมีแนวโน้มที่จะให้อภัยและแสดงความเข้าใจถึงความผิดพลาดที่เกิดขึ้นมากกว่าลูกค้าขาจร แต่ถ้าองค์กรไม่สามารถแก้ไขข้อบกพร่องได้ความไม่พอใจของลูกค้าประจำ ก็มีมากเช่นเดียวกัน แนวทางที่ดีที่สุดในการแก้ไขปัญหาเพื่อฟื้นฟูความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กรคือ การสร้างความสัมพันธ์อัน ดีกับลูกค้า และพยายามรักษาระดับความสัมพันธ์นั้น อีกทั้งแก้ไขข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นให้รวดเร็ว และทันใจ และเข้าใจ

Pinar, Eser and Straser (2010) ศึกษาคุณภาพการบริการในประเทศตุรกีโดยใช้ Mystery Shopper ในการกำหนดกฎหมายมาตรฐานการสำรวจนี้เปรียบเทียบคุณภาพการ ให้บริการของธนาคารในรูปแบบต่าง ๆ (ธนาคารของรัฐเอกชนและต่างประเทศ) เพื่อระบุส่วนที่ให้บริการดีและส่วนที่แก้ไขจากการสำรวจ 351 กรณี โดยให้นักศึกษาเป็น Mystery Shopper ผลการสำรวจแสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการทั้งหมดเป็นที่ยอมรับได้ จากภาพรวมแล้วธนาคารสามารถให้บริการได้ค่อนข้างดีในการบริการส่วนใหญ่ ยกเว้นส่วนของการสร้างความเป็นมิตร การต้อนรับและการปิดทำการจากการเปรียบเทียบการ ให้บริการของธนาคารทั้งสามรูปแบบคุณภาพการ ให้บริการของรัฐไม่เท่าการบริการของธนาคารเอกชนและธนาคารต่างประเทศซึ่งให้บริการได้ดีพอ ๆ กัน

Daniel and Berinyuy (2010) ได้ศึกษา การประเมินคุณภาพการบริการโดยใช้รูปแบบ SERVQUAL และความพึงพอใจของลูกค้าร้านขายของชำในอูเมีย ผลการศึกษาพบว่า ทั้งความถูกต้องและความน่าเชื่อถือได้รับการทดสอบ การทดสอบความน่าเชื่อถือ โดยรวมอยู่ในระดับสูง แต่ขนาด

บางส่วนของรูปแบบการ SERVQUAL ไม่ได้มีความสำคัญต่อความน่าเชื่อถือ พวกเขาไม่ได้ติดต่อกัน ในแง่ของการวัดคุณภาพการให้บริการ แต่จะใช้เป็นมาตรการคุณภาพการให้บริการที่ดี ความถูกต้อง ที่ได้รับการทดสอบผ่านการวิเคราะห์ปัจจัย พิสูจน์แล้วว่ารูปแบบ SERVQUAL ไม่ได้เป็นไปมาตรการ ที่ดีในการให้บริการที่มีคุณภาพร้านขายของชำ เพราะรายการที่อยู่ภายใต้ส่วนใหญ่ของขนาดไม่ได้ อยู่ภายใต้กลุ่มปัจจัยเดียวกัน

Malla (2012) ได้ศึกษา คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่สถานีอวกาศ นานาชาติ FACILTY (บริการทำความสะอาด) ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมการให้บริการของ สถานี อวกาศนานาชาติมีคุณภาพสูงและลูกค้ามีความพึงพอใจ ตรงตามความต้องการของลูกค้าส่วนใหญ่ ที่มีความคิดเห็นเป็นบวกและลูกค้าบางคนคิดว่าบริการที่พวกเขาไม่เห็นความแตกต่างกันระหว่างสถานี อวกาศนานาชาติและบริษัทผู้ให้บริการอื่น ๆ เพราะมีความเห็นว่าเป็นการให้บริการที่เท่าเทียมกัน ดังนั้น บริษัทควรตระหนักถึงคุณภาพให้บริการและคู่แข่งที่มีการให้บริการประเภทเดียวกัน ที่มีราคาต่ำที่สุด

จากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่ได้กล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าคุณภาพการให้บริการ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการให้บริการของหน่วยงานหรือองค์กร ทั้งนี้ เพราะสินค้าหรือการให้บริการ ที่มีคุณภาพย่อมนำมาสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เนื่องจากคุณภาพของการให้บริการสามารถที่จะ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการได้ตามที่คาดหวังอย่างถูกต้องตรงตามที่ต้องการ ด้วยเหตุผลนี้ผู้วิจัยจึงได้เลือกที่จะศึกษาคุณภาพการให้บริการเพื่อเป็นการวัดถึงความสามารถของ ธนาคารในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการตามที่ได้คาดหวังไว้ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการทบทวน เอกสารในเรื่องคุณภาพการให้บริการ เพื่อนำไปสู่การศึกษาวิจัยในครั้งนี้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึง คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังนี้

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

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ได้แก่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม โดยหลักการคำนวณของคอคแรน (Cochran, 1953 อ้างถึงใน อภินันท์ จันตะณี, 2550 : 82) ดังต่อไปนี้

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า $Z = 1.96$

จากค่าสูตร

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

$$n = \frac{0.05 (1-0.05) (1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.96}{0.025}$$

$$n = 384.16 \text{ คน}$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว เมื่อคำนวณแล้วจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ใช้วิธีการสุ่มแบบโควต้า จากกลุ่มตัวอย่าง 4 แห่ง แห่งละ 100 ชุด ได้แก่ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารกสิกรไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเอง โดยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำราวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของธุรกรรม และความถี่ในการใช้บริการ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการคุณภาพการบริการความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการและการให้บริการด้วยการเอาใจใส่ รูปแบบของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อ ประยุกต์ตามแนวทางของลิเคิร์ท และได้กำหนดค่าของคะแนนของช่วงน้ำหนักเป็น 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554 : 90 - 92)

ระดับ 5 หมายถึง มากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มาก

ระดับ 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง น้อย

ระดับ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้ไปหาค่าเฉลี่ยและกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้
(บุญชม ศรีสะอาด, 2554 : 90 - 92)

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 - 5.00	ระดับคุณภาพการให้บริการดีมาก
3.41 - 4.20	ระดับคุณภาพการให้บริการดี
2.61 - 3.40	ระดับคุณภาพการให้บริการปานกลาง
1.81 - 2.60	ระดับคุณภาพการให้บริการพอใช้
1.00 - 1.80	ระดับคุณภาพการให้บริการควรปรับปรุงแก้ไข

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการให้บริการของ
ธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีการดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดจุดมุ่งหมายและวางแนวทาง
ในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามตามข้อมูลที่ได้รับจากการรวบรวมเอกสาร ทั้งนี้มีสาระของคำถาม
สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ใช้ทำการศึกษา พร้อมทั้งข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา
3. นำแบบสอบถามที่สร้างแก้ไขปรับปรุงแล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน
เพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ตลอดจนพิจารณาความเหมาะสมของแบบสอบถาม
4. หาค่าความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบกับผู้ใช้บริการ
ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัย จำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อนำมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาตามวิธีของ ครอนบาค (ยูทส์ ไกยวรรณ, 2552 : 79) ได้ค่า
ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95
5. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์
และนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการขอความร่วมมือจาก
ผู้ใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี และกรณีที่ไม่สะดวกกรอก

แบบสอบถามในทันทีที่ผู้วิจัยจะแจกใบสอบถามให้กับเจ้าหน้าที่ แล้วจึงค่อยมารับแบบสอบถามนั้นคืน หรือมีการส่งมอบให้ผู้วิจัยภายหลัง โดยมีการขอเบอร์โทรศัพท์ในการติดต่อขอรับแบบสอบถามคืน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ทำการวิจัยวิเคราะห์ข้อมูล โดยจะนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยแยกตามวิเคราะห์ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
3. วิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติ t-test และ F-test และทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's method)
4. วิเคราะห์ประมวลผลสรุปอธิบายข้อมูลแสดงปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำเสนอแบบพรรณนาความเรียง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ด้วยความถี่และร้อยละ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามแสดงด้วยตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	165	41.25
หญิง	235	58.75
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	15	3.75
20 - 30 ปี	136	34.00
31 - 40 ปี	146	36.50
41 - 50 ปี	82	20.50
มากกว่า 50 ปี	21	5.25

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
ไม่ได้เรียนหนังสือ	40	10.00
ประถมศึกษา	78	19.50
มัธยมศึกษา	87	21.75
ปวช.	46	11.50
ปวส.	40	10.00
ปริญญาตรี	97	24.25
สูงกว่าปริญญาตรี	12	3.00
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	24	6.00
เกษตรกร	90	22.50
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	43	10.75
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	139	34.75
พนักงานบริษัท	104	26.00
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	16	4.00
10,000 - 15,000 บาท	62	15.50
15,001 - 20,000 บาท	213	53.25
20,001 - 25,000 บาท	38	9.50
มากกว่า 25,000 บาท	71	17.75
6. ประเภทของธุรกรรม		
บริการเงินฝาก	72	18.00
บริการเงินกู้และสินเชื่อ	100	25.00
บริการบัตรต่าง ๆ	154	38.50
บริการประกันชีวิตและประกันภัย	53	13.25
บริการเงินตราต่างประเทศ	21	5.25

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
7. ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน		
1 ครั้ง	262	65.50
2 ครั้ง	88	22.00
3 ครั้ง	37	9.25
มากกว่า 3 ครั้ง	13	3.25

จากตาราง 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท มาใช้บริการบริการบัตรต่าง ๆ และมาใช้บริการ 1 ครั้ง/เดือน

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ข้อมูลความคิดเห็นผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการคำนวณค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่ต่ำสุดถึงมากที่สุด ดังตารางที่ 4.2 - 4.7

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวม

คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ การบริการ
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.12	0.53	ดี
2. ด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจของบริการ	4.18	0.62	ดี
3. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.00	0.64	ดี
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	4.06	0.57	ดี
5. ด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่	4.01	0.79	ดี
รวม	4.07	0.47	ดี

จากตาราง 4.2 พบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับดี โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่ และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพการบริการ
1. บริการทางการเงินของธนาคารมีชื่อเสียงในการให้บริการและพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	4.24	0.64	ดีมาก
2. ที่ตั้งของธนาคารเหมาะสม เดินเข้าไปใช้บริการได้สะดวก มีความปลอดภัย	4.28	0.73	ดีมาก
3. มีป้ายแนะนำขั้นตอนการบริการที่ชัดเจนและระบบบัตรคิวที่เข้าใจง่าย	4.11	0.79	ดี
4. มีที่นั่งรอรับบริการเพียงพอ ไม่แออัด อากาศถ่ายเทได้สะดวก ปลอดภัย	3.97	0.82	ดี
5. มีห้องน้ำสะอาด และเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ	4.07	0.87	ดี
6. มีอุปกรณ์เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ สะดวก เพียงพอ และมีความพร้อมในการใช้งาน	4.03	0.86	ดี
รวม	4.12	0.53	ดี

จากตาราง 4.3 พบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับดีมาก 2 ข้อ ได้แก่ ที่ตั้งของธนาคารเหมาะสม เดินเข้าไปใช้บริการได้สะดวก มีความปลอดภัย รองลงมาคือ บริการทางการเงินของธนาคารมีชื่อเสียงในการให้บริการและพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อยอยู่ในระดับดี 4 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ มีป้ายแนะนำขั้นตอนการบริการที่ชัดเจนและระบบบัตรคิวที่เข้าใจง่าย มีห้องน้ำสะอาด และเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ สะดวก เพียงพอและมีความพร้อมในการใช้งาน และมีที่นั่งรอรับบริการเพียงพอ ไม่แออัด อากาศถ่ายเทได้สะดวก ปลอดภัย ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพ การให้บริการของธนาคารพาณิชย์
ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ การบริการ
1. ให้บริการด้วยความถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาดและความคลาดเคลื่อนในการบริการ	4.38	0.61	ดีมาก
2. ให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็วตามเวลาที่กำหนด	4.19	0.77	ดี
3. ให้บริการตรงตามขั้นตอนที่ได้แจ้งหรือประกาศไว้	4.17	0.86	ดี
4. ให้บริการอย่างมีคุณภาพสม่ำเสมอทุกครั้ง	4.10	0.90	ดี
5. เจ้าหน้าที่ธนาคารแจ้งรายละเอียดการให้บริการให้ทราบ	4.14	0.85	ดี
6. มีระบบดูแลความปลอดภัยระหว่างผู้ใช้บริการมาใช้บริการทางการเงิน	4.08	0.89	ดี
รวม	4.18	0.62	ดี

จากตาราง 4.4 พบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ ภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับดีมาก 1 ข้อ คือ ให้บริการด้วยความถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาดและความคลาดเคลื่อนในการบริการ อยู่ในระดับดี 5 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็วตามเวลาที่กำหนด ให้บริการตรงตามขั้นตอนที่ได้แจ้งหรือประกาศไว้ เจ้าหน้าที่ธนาคารแจ้งรายละเอียดการให้บริการให้ทราบ ให้บริการอย่างมีคุณภาพสม่ำเสมอทุกครั้ง และมีระบบดูแลความปลอดภัยระหว่างผู้ใช้บริการมาใช้บริการทางการเงิน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพ การให้บริการของธนาคารพาณิชย์
ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ การบริการ
1. เจ้าหน้าที่มีความพร้อมและกระตือรือร้นในการ ให้บริการตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.91	0.80	ดี
2. เจ้าหน้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ อย่างทันท่วงทีโดยไม่กระทบผู้ให้บริการอื่น	4.19	0.77	ดี
3. เจ้าหน้าที่รับฟังปัญหาหรือความต้องการของ ผู้ให้บริการเป็นอย่างดี	4.05	0.90	ดี
4. มีระบบและขั้นตอนในการเข้ารับบริการกระชับ สะดวกและรวดเร็วเข้าใช้บริการโดยง่าย	3.96	0.89	ดี
5. นอกเหนือจากการหยิบบัตรคิวตามเวลาแล้ว มีการ สอบถามผู้ให้บริการเพิ่มเติม จัดบริการตามลำดับ	4.00	0.91	ดี
6. เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายรายละเอียด ก่อนที่จะให้บริการทุกครั้ง	3.95	0.85	ดี
รวม	4.00	0.64	ดี

จากตาราง 4.5 พบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัด
สุราษฎร์ธานี ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ภาพรวมและรายข้อทุกข้ออยู่ในระดับดี
โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ เจ้าหน้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ
อย่างทันท่วงทีโดยไม่กระทบผู้ให้บริการอื่น เจ้าหน้าที่รับฟังปัญหาหรือความต้องการของผู้ให้บริการ
เป็นอย่างดี นอกเหนือจากการหยิบบัตรคิวตามเวลาแล้ว มีการสอบถามผู้ให้บริการเพิ่มเติม จัดบริการ
ตามลำดับ มีระบบและขั้นตอนในการเข้ารับบริการกระชับสะดวกและรวดเร็วเข้าใช้บริการโดยง่าย
เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายรายละเอียดก่อนที่จะให้บริการทุกครั้ง และเจ้าหน้าที่มีความพร้อม
และกระตือรือร้นในการให้บริการตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์
ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ การบริการ
1. เจ้าหน้าที่มีทักษะความรู้ ความสามารถและ ความเชี่ยวชาญ	3.97	0.88	ดี
2. เจ้าหน้าที่มีกิริยามารยาทที่ดีในการให้บริการ	3.95	0.78	ดี
3. ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัย และมั่นใจว่าจะได้รับการ บริการที่ดีเป็นไปตามมาตรฐาน	4.08	0.80	ดี
4. ผู้ใช้บริการได้รับการคุ้มครองสิทธิ์ ไม่เปิดเผยข้อมูล หรือความลับอันเป็นการทำให้เสื่อมเสีย หรืออับอาย	4.18	0.75	ดี
5. ธนาคารแห่งนี้สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ ผู้บริการในการใช้บริการทางการเงินได้	4.24	0.84	ดีมาก
6. ผู้ใช้บริการมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด	3.93	0.76	ดี
รวม	4.06	0.57	ดี

จากตาราง 4.6 พบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัด
สุราษฎร์ธานี ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณา
แต่ละข้ออยู่ในระดับดีมาก 1 ข้อ ได้แก่ ธนาคารแห่งนี้สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการในการ
ใช้บริการทางการเงินได้ อยู่ในระดับมาก 5 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่
ผู้ใช้บริการได้รับการคุ้มครองสิทธิ์ ไม่เปิดเผยข้อมูลหรือความลับอันเป็นการทำให้เสื่อมเสีย หรืออับอาย
ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัย และมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีเป็นไปตามมาตรฐาน เจ้าหน้าที่มีทักษะ
ความรู้ ความสามารถและความเชี่ยวชาญ เจ้าหน้าที่มีกิริยามารยาทที่ดีในการให้บริการ และผู้ใช้บริการ
มั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด ตามลำดับ

All Right Reserved

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์
ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่

ด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ การบริการ
1. เจ้าหน้าที่สนใจการติดตามผลการใช้บริการ จากผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ	4.01	0.79	ดี
2. เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่อย่างเป็นกันเองกับผู้ใช้บริการ	4.00	0.77	ดี
3. เจ้าหน้าที่คอยสังเกตและคอยสอบถามความต้องการ ของผู้ใช้บริการ	4.06	0.76	ดี
4. เจ้าหน้าที่สามารถจดจำรายละเอียดของลูกค้า ได้เป็นอย่างดี	4.02	0.90	ดี
5. เจ้าหน้าที่พร้อมที่จะช่วยเหลือและบริการผู้ใช้บริการ ในการบริการทุก ๆ เรื่อง	3.95	0.86	ดี
6. เจ้าหน้าที่สนใจตอบข้อซักถามเมื่อผู้ใช้บริการมีปัญหา หรือมีข้อสงสัยใด ๆ	4.04	0.90	ดี
รวม	4.01	0.79	ดี

จากตาราง 4.7 พบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัด
สุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่ภาพรวมและรายข้อทุกข้ออยู่ในระดับดี โดยเรียงลำดับ
ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ เจ้าหน้าที่คอยสังเกตและคอยสอบถามความต้องการของผู้ใช้บริการ
เจ้าหน้าที่สนใจตอบข้อซักถามเมื่อผู้ใช้บริการมีปัญหาหรือมีข้อสงสัยใด ๆ เจ้าหน้าที่สามารถจดจำ
รายละเอียดของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เจ้าหน้าที่สนใจการติดตามผลการใช้บริการ จากผู้ใช้บริการอย่าง
สม่ำเสมอ เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่อย่างเป็นกันเองกับผู้ใช้บริการ และเจ้าหน้าที่พร้อมที่จะช่วยเหลือ
และบริการผู้ใช้บริการในการบริการทุก ๆ เรื่อง ตามลำดับ

All Right Reserved

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์
ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.8 ผลการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา
จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามเพศ

คุณภาพการให้บริการ	เพศชาย		เพศหญิง		t-test	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.08	0.55	4.15	0.52	-1.145	0.25
2. ความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ	4.19	0.62	4.18	0.62	0.104	0.92
3. การตอบสนองความต้องการของ ผู้ใช้บริการ	4.02	0.64	3.99	0.64	0.460	0.65
4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	4.07	0.57	4.06	0.57	0.164	0.87
5. การให้บริการด้วยการเอาใจใส่	4.06	0.66	4.01	0.70	0.774	0.44
ภาพรวม	4.08	0.46	4.08	0.48	0.107	0.92

จากตารางที่ 4.8 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา
จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามเพศ พบว่า คุณภาพการให้บริการในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา
จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุ

คุณภาพบริการ	แหล่งความ แปรปรวน	MS	df	MS	F	P
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.985	4	0.496	1.765	0.14
	ภายในกลุ่ม	111.055	395	0.281		
	รวม	113.040	399			
2. ความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.707	4	1.427	3.815	0.01*
	ภายในกลุ่ม	147.720	395	0.374		
	รวม	153.427	399			

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	MS	df	MS	F	P
3. การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	8.262	4	2.066	5.266	0.00*
	ภายในกลุ่ม	154.550	394	0.392		
	รวม	162.812	398			
4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.721	4	0.930	2.907	0.02*
	ภายในกลุ่ม	126.386	395	0.320		
	รวม	130.107	399			
5. การให้บริการด้วยการเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	3.999	4	1.000	2.180	0.07
	ภายในกลุ่ม	181.188	395	0.459		
	รวม	185.187	399			
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.898	4	0.974	4.564	0.00*
	ภายในกลุ่ม	84.127	394	0.214		
	รวม	88.024	398			

*Sig < .05

จากตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุ พบว่า มีความคิดเห็นในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี Scheffe'

All Right Reserved

ตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา
จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ
จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	อายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
ต่ำกว่า 20 ปี	3.98	-	0.20	0.29	0.20	0.23
20 - 30 ปี	4.18		-	0.10	0.00	0.43
31 - 40 ปี	4.28			-	0.10	0.53*
41 - 50 ปี	4.18				-	0.43
มากกว่า 50 ปี	3.75					-

* Sig < .05

จากตาราง 4.10 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มช่วงอายุ 31 - 40 ปี กับกลุ่มช่วงอายุ มากกว่า 50 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา
จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ
จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	อายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
ต่ำกว่า 20 ปี	3.95	-	0.04	0.15	0.06	0.52
20 - 30 ปี	3.99		-	-0.11	0.02	0.56*
31 - 40 ปี	4.10				0.09	0.67*
41 - 50 ปี	4.01				-	0.58*
มากกว่า 50 ปี	3.43					-

* Sig < .05

จากตาราง 4.11 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มช่วงอายุ 20 - 30 ปี กับมากกว่า 50 ปี ช่วงอายุ 31 - 40 ปี กับมากกว่า 50 ปี และ ช่วงอายุ 41 - 50 ปี กับ มากกว่า 50 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	อายุ				
		ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
ต่ำกว่า 20 ปี	4.19	-	0.11	0.07	0.17	0.49
20 - 30 ปี	4.08		-	0.04	0.05	0.38
31 - 40 ปี	4.12			-	0.10	0.43*
41 - 50 ปี	4.02				-	0.32
มากกว่า 50 ปี	3.70					-

* Sig < .05

จากตาราง 4.12 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มช่วงอายุ 31 - 40 ปี กับมากกว่า 50 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษา

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	MS	df	MS	F	P
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.921	6	0.654	2.354	0.03*
	ภายในกลุ่ม	109.119	393	0.278		
	รวม	113.040	399			
2. ความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.571	6	0.762	2.011	0.06
	ภายในกลุ่ม	148.857	393	0.379		
	รวม	153.428	399			
3. การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.395	6	0.899	2.239	0.04*
	ภายในกลุ่ม	157.418	392	0.402		
	รวม	162.812	398			
4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.803	6	0.134	0.407	0.88
	ภายในกลุ่ม	129.304	393	0.329		
	รวม	130.107	399			
5. การให้บริการด้วยการเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	3.494	6	0.582	1.259	0.28
	ภายในกลุ่ม	181.694	393	0.462		
	รวม	185.187	399			
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.096	6	0.349	1.594	0.15
	ภายในกลุ่ม	85.928	392	0.219		
	รวม	88.024	398			

*Sig < .05

จากตาราง 4.13 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความคิดเห็นในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการและด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี Scheffe'

ตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา
จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ
จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ระดับการศึกษา						
		ไม่ได้เรียนหนังสือ	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปวช.	ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ไม่ได้เรียนหนังสือ	3.93	-	0.15	0.32*	0.26	0.23	0.13	0.09
ประถมศึกษา	4.08		-	0.17	0.10	0.08	0.02	0.07
มัธยมศึกษา	4.25			-	0.06	0.09	0.19	0.23
ปวช.	4.19				-	0.03	0.13	0.17
ปวส.	4.16					-	0.10	0.14
ปริญญาตรี	4.06						-	0.04
สูงกว่าปริญญาตรี	4.02							-

*Sig < .05

จากตาราง 4.14 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการจำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า ไม่ได้เรียนหนังสือกับระดับการศึกษามัธยมศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ระดับการศึกษา						
		ไม่ได้เรียนหนังสือ	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปวช.	ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ไม่ได้เรียนหนังสือ	3.75	-	0.29	0.33	0.41*	0.32	0.16	0.26
ประถมศึกษา	4.03		-	0.04	0.13	0.03	0.13	0.03
มัธยมศึกษา	4.07			-	0.09	0.01	0.17	0.07
ปวช.	4.16				-	0.09	0.26	0.16
ปวส.	4.06					-	0.16	0.06
ปริญญาตรี	3.90						-	0.10
สูงกว่าปริญญาตรี	4.00							-

*Sig < .05

จากตาราง 4.15 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า ไม่ได้เรียนหนังสือกับระดับการศึกษา ปวช. แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีจำแนกตามอาชีพ

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	MS	df	MS	F	P
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.341	4	0.585	2.088	0.08
	ภายในกลุ่ม	110.699	395	0.280		
	รวม	113.040	399			
2. ความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.839	4	0.960	2.534	0.04*
	ภายในกลุ่ม	149.588	395	0.379		
	รวม	153.427	399			
3. การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.747	4	0.687	1.690	0.15
	ภายในกลุ่ม	160.065	394	0.406		
	รวม	162.812	398			
4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.657	4	.914	2.856	0.02*
	ภายในกลุ่ม	126.450	395	.320		
	รวม	130.107	399			
5. การให้บริการด้วยการเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	7.757	4	1.939	4.317	0.00*
	ภายในกลุ่ม	177.430	395	0.449		
	รวม	185.187	399			
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.409	4	0.852	3.969	0.00*
	ภายในกลุ่ม	84.615	394	0.215		
	รวม	88.024	398			

*Sig < .05

จากตาราง 4.16 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีจำแนกตามอาชีพ พบว่า ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี Scheffe'

ตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่

อาชีพ	\bar{X}	อาชีพ				
		นักเรียน/ นักศึกษา	เกษตรกร	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	พนักงาน บริษัท
นักเรียน/นักศึกษา	4.39	-	0.29	0.33*	0.10	0.16
เกษตรกร	4.09		-	0.03	0.19	0.13
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.06			-	0.22	0.17
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.28				-	0.06
พนักงานบริษัท	4.22					-

*Sig < .05

จากตาราง 4.17 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า นักเรียน นักศึกษา กับอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่

อาชีพ	\bar{X}	อาชีพ				
		นักเรียน/ นักศึกษา	เกษตรกร	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	พนักงาน บริษัท
นักเรียน/นักศึกษา	4.32	-	0.34	0.36*	0.17	0.23
เกษตรกร	3.98		-	0.02	-0.17	-0.10
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.96			-	-0.19	-0.13
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.15				-	0.06
พนักงานบริษัท	4.08					-

*Sig < .05

จากตาราง 4.18 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า นักเรียน นักศึกษา กับอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่

อาชีพ	\bar{X}	อาชีพ				
		นักเรียน/ นักศึกษา	เกษตรกร	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	พนักงาน บริษัท
นักเรียน/นักศึกษา	4.47	-	0.14	-0.36	-0.04	0.03
เกษตรกร	4.32		-	0.50*	-0.18	-0.11
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.83			-	-0.31	0.39*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.51				-	.007
พนักงานบริษัท	4.44					-

*Sig < .05

จากตาราง 4.19 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่ จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า อาชีพ เกษตรกับอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจกับพนักงานบริษัทแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	MS	df	MS	F	P
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	9.071	4	2.268	8.615	0.00*
	ภายในกลุ่ม	103.969	395	0.263		
	รวม	113.040	399			
2. ความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	10.105	4	2.526	6.963	0.00*
	ภายในกลุ่ม	143.322	395	0.363		
	รวม	153.428	399			
3. การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	19.152	4	4.788	13.131	0.00*
	ภายในกลุ่ม	143.661	394	0.365		
	รวม	162.812	398			
4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.683	4	1.421	4.510	0.00*
	ภายในกลุ่ม	124.424	395	0.315		
	รวม	130.107	399			
5. การให้บริการด้วยการเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	7.867	4	1.967	4.381	0.00*
	ภายในกลุ่ม	177.320	395	0.449		
	รวม	185.187	399			
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	9.243	4	2.311	11.557	0.00*
	ภายในกลุ่ม	78.781	394	0.200		
	รวม	88.024	398			

*Sig < .05

จากตาราง 4.20 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี Scheffe'

ตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.26	-	0.14	0.04	0.23	0.44*
10,000 - 15,000 บาท	4.13		-	-0.10	0.09	0.30*
15,001 - 20,000 บาท	4.22			-	0.18	0.40*
20,001 - 25,000 บาท	4.04				-	0.21
มากกว่า 25,000 บาท	3.82					-

* Sig < .05

จากตาราง 4.21 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ พบว่า คู่ที่แตกต่างกัน คือ ต่ำกว่า 10,000 บาท กับมากกว่า 25,000 บาท, 10,000 - 15,000 บาท กับมากกว่า 25,000 บาท และ 15,001 - 20,000 บาท กับมากกว่า 25,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.31	-	0.20	0.01	0.23	0.42
10,000 - 15,000 บาท	4.12		-	0.19	0.04	0.22
15,001 - 20,000 บาท	4.31			-	0.23	0.41*
20,001 - 25,000 บาท	4.08				-	0.18
มากกว่า 25,000 บาท	3.89					-

* Sig < .05

จากตาราง 4.22 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ พบว่า คู่ที่แตกต่างกัน คือ 15,001 - 20,000 บาท กับ มากกว่า 25,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งแสดงว่าคุณภาพบริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.23	-	0.33	0.07	0.39	0.63*
10,000 - 15,000 บาท	3.91		-	-0.26	0.06	0.30
15,001 - 20,000 บาท	4.17			-	0.32	0.56*
20,001 - 25,000 บาท	3.84				-	0.24
มากกว่า 25,000 บาท	3.61					-

* Sig < .05

จากตาราง 4.23 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ พบว่า คู่ที่แตกต่างกัน คือ ต่ำกว่า 10,000 บาท กับ มากกว่า 25,000 บาท และ 15,001 - 20,000 บาท กับมากกว่า 25,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่างกัน

All Right Reserved

ตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา
จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.28	-	0.34	0.12	0.32	0.36
10,000 - 15,000 บาท	3.93		-	0.22	0.02	0.02
15,001 - 20,000 บาท	4.16			-	0.20	0.24*
20,001 - 25,000 บาท	3.95				-	0.04
มากกว่า 25,000 บาท	3.91					-

* Sig < .05

จากตาราง 4.24 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา
จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่
พบว่า คู่ที่แตกต่างกัน คือ 15,001 - 20,000 บาท กับ มากกว่า 25,000 บาท แตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา
จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.30	-	0.38	0.17	0.27	0.50
10,000 - 15,000 บาท	3.92		-	0.21	0.11	0.12
15,001 - 20,000 บาท	4.12			-	0.10	0.33*
20,001 - 25,000 บาท	4.03				-	0.23
มากกว่า 25,000 บาท	3.79					-

* Sig < .05

จากตาราง 4.25 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ พบว่า คู่ที่แตกต่างกัน คือ 15,001 - 20,000 บาท กับ มากกว่า 25,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามประเภทของธุรกรรม

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	MS	df	MS	F	P
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.833	4	0.958	3.466	0.01*
	ภายในกลุ่ม	109.207	395	0.276		
	รวม	113.040	399			
2. ความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.538	4	0.884	2.331	0.06
	ภายในกลุ่ม	149.890	395	0.379		
	รวม	153.428	399			
3. การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	6.968	4	1.742	4.404	0.00*
	ภายในกลุ่ม	155.845	394	0.396		
	รวม	162.812	398			
4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.001	4	0.500	1.542	0.19
	ภายในกลุ่ม	128.106	395	0.324		
	รวม	130.107	399			
5. การให้บริการด้วยการเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	4.382	4	1.095	2.393	0.05
	ภายในกลุ่ม	180.806	395	0.458		
	รวม	185.187	399			
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.541	4	0.885	4.128	0.00*
	ภายในกลุ่ม	84.484	394	0.214		
	รวม	88.024	398			

*Sig < .05

จากตาราง 4.26 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามประเภทของธุรกรรม พบว่า ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการและด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี Scheffe'

ตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ จำแนกตามประเภทของการใช้บริการ เป็นรายคู่

การใช้บริการ	\bar{X}	การใช้บริการ				
		บริการเงินฝาก	บริการเงินกู้และสินเชื่อ	บริการบัตรต่าง ๆ	บริการประกันชีวิตและประกันภัย	บริการเงินตราต่างประเทศ
บริการเงินฝาก	4.06	-	0.07	0.13	0.05	0.31
บริการเงินกู้และสินเชื่อ	4.13		-	-0.06	0.02	0.38
บริการบัตรต่าง ๆ	4.19			-	0.08	0.44*
บริการประกันชีวิตและประกันภัย	4.11				-	0.36
บริการเงินตราต่างประเทศ	3.75					-

* Sig < .05

จากตาราง 4.27 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการจำแนกตามประเภทของธุรกรรม เป็นรายคู่ พบว่า คู่ที่แตกต่างกัน คือ บริการบัตร กับ บริการเงินตราต่างประเทศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่างกัน

All Right Reserved

ตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามประเภทของการใช้บริการ เป็นรายคู่

การใช้บริการ	\bar{X}	การใช้บริการ				
		บริการเงินฝาก	บริการเงินกู้และสินเชื่อ	บริการบัตรต่าง ๆ	บริการประกันชีวิตและประกันภัย	บริการเงินตราต่างประเทศ
บริการเงินฝาก	3.98	-	-0.03	-0.09	0.01	0.52*
บริการเงินกู้และสินเชื่อ	4.01		-	-0.06	0.02	0.55*
บริการบัตรต่าง ๆ	4.08			-	0.08	0.61*
บริการประกันชีวิตและประกันภัย	4.00				-	0.53*
บริการเงินตราต่างประเทศ	3.46					-

* Sig < .05

จากตาราง 4.28 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามประเภทของการใช้บริการ เป็นรายคู่ พบว่า บริการเงินฝาก บริการเงินกู้และสินเชื่อ บริการบัตรต่าง ๆ บริการประกันชีวิตและประกันภัย กับ บริการเงินตราต่างประเทศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	MS	df	MS	F	P
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.080	3	1.693	6.212	0.00*
	ภายในกลุ่ม	107.960	396	0.273		
	รวม	113.040	399			
2. ความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.082	3	1.027	2.706	0.05
	ภายในกลุ่ม	150.346	396	0.380		
	รวม	153.427	399			

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	MS	df	MS	F	P
3. การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.369	3	1.123	2.782	0.04*
	ภายในกลุ่ม	159.443	395	0.404		
	รวม	162.812	398			
4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.864	3	0.955	2.971	0.03*
	ภายในกลุ่ม	127.243	396	0.321		
	รวม	130.107	399			
5. การให้บริการด้วยการเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	2.873	3	0.958	2.080	0.10
	ภายในกลุ่ม	182.314	396	0.460		
	รวม	185.187	399			
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.903	3	0.968	4.490	0.00*
	ภายในกลุ่ม	85.122	395	0.215		
	รวม	88.024	398			

*Sig < .05

จากตาราง 4.29 พบว่า ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี Scheffe'

All Right Reserved

ตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน เป็นรายคู่

ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน	\bar{X}	ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน			
		1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
1 ครั้ง	4.20	-	0.18*	0.23	0.43*
2 ครั้ง	4.01		-	0.05	0.24
3 ครั้ง	3.96			-	-0.05
มากกว่า 3 ครั้ง	3.77				-

* Sig < .05

จากตาราง 4.30 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านความเป็นรูปธรรมของบริการจำแนกตามประเภทของการใช้บริการ เป็นรายคู่ พบว่า คู่ที่แตกต่างกัน คือ มาใช้บริการเดือนละ 1 ครั้ง กับ 2 ครั้ง และ 1 ครั้ง กับ มากกว่า 3 ครั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน เป็นรายคู่

ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน	\bar{X}	ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน			
		1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
1 ครั้ง	4.06	-	0.12	0.28*	0.20
2 ครั้ง	3.94		-	0.16	0.07
3 ครั้ง	3.78			-	0.09
มากกว่า 3 ครั้ง	3.87				-

* Sig < .05

จากตาราง 4.31 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามประเภทของการใช้บริการ เป็นรายคู่ พบว่า มาใช้บริการเดือนละ 1 ครั้ง กับ มาใช้บริการเดือนละ 3 ครั้งแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน เป็นรายคู่

ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน	\bar{X}	ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน			
		1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
1 ครั้ง	4.11	-	0.15	0.22	0.09
2 ครั้ง	3.96		-	0.06	0.24
3 ครั้ง	3.90			-	0.30*
มากกว่า 3 ครั้ง	4.20				-

* Sig < .05

จากตาราง 4.32 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ จำแนกตามประเภทของการใช้บริการ เป็นรายคู่ พบว่า มาใช้บริการเดือนละ 3 ครั้ง กับ มาใช้บริการเดือนมากกว่า 3 ครั้งแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

All Right Reserved

ตารางที่ 4.33 สรุปผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยส่วนบุคคล	คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี					
	ความเป็น รูปธรรมของ บริการ	ความเชื่อถือ ไว้วางใจของ บริการ	การตอบสนอง ความต้องการ ของผู้ใช้บริการ	การให้ความ มั่นใจแก่ ผู้ให้บริการ	การให้บริการ ด้วยการ เอาใจใส่	รวม
1. เพศ	-1.145	0.104	0.460	0.164	0.774	0.107
2. อายุ	1.765	3.815*	5.266*	2.907*	2.180	4.564*
3. ระดับการศึกษา	2.354*	2.011	2.239*	0.407	1.259	1.594
4. อาชีพ	2.088	2.534*	1.690	2.856*	4.317*	3.969*
5. รายได้ต่อเดือน	8.615*	6.913*	13.131*	4.510*	4.381*	11.557*
6. ประเภทของธุรกรรม	3.466*	2.331	4.404*	1.542	2.393	4.128*
7. ความถี่ในการใช้ บริการต่อเดือน	6.212*	2.706	2.782*	2.971*	2.080	4.490*

* Sig < .05

จากตารางที่ 4.33 สรุปผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยรวม พบว่า อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประเภทของธุรกรรม และความถี่ในการใช้บริการต่อเดือนมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น เพศ ระดับการศึกษา ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย ปรากฏผลดังนี้

เพศไม่แตกต่างกันทุกด้าน

อายุ แตกต่างกันในด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ

ระดับการศึกษา แตกต่างกันในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

อาชีพ แตกต่างกันในด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ และด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่

รายได้ต่อเดือน แตกต่างกันในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ และด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่

ประเภทของธุรกรรม แตกต่างกันในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน แตกต่างกันในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผู้ให้บริการได้เสนอแนะสรุปได้ว่า ควรเพิ่มสาขาในตลาดไชยา มีเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติที่ทันสมัย สามารถใช้งานได้ มีสถานที่จอดรถที่สะดวกเพียงพอ และมีกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการปรับปรุงการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายให้ดีขึ้น มีของชำร่วยของแจกในโอกาสพิเศษหรือเทศกาลสำคัญ และที่สำคัญคือไม่ต้องการให้ธนาคารจัดเก็บค่าธรรมเนียมในการบริการหลายขั้นตอน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ เปรียบเทียบคุณภาพบริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคล และศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่และ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สรุปผลการศึกษาดังนี้

สรุปผล

ผลการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท มาใช้บริการบริการบัตรต่าง ๆ และมาใช้บริการ 1 ครั้ง/เดือน

2. คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับดี โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่ และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังนี้

2.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อยู่ในระดับดีมาก 2 ข้อ ได้แก่ ที่ตั้งของธนาคารเหมาะสม เดินเข้าไปใช้บริการได้สะดวก บริการทางการเงินของธนาคารมีชื่อเสียงในการให้บริการและพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย อยู่ในระดับดี 4 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ มีป้ายแนะนำขั้นตอนการบริการที่ชัดเจน และระบบบัตรคิวที่เข้าใจง่าย มีห้องน้ำสะอาด และเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ สะดวก เพียงพอและมีความพร้อมในการใช้งาน และมีที่นั่งรอรับบริการเพียงพอ ไม่แออัด อากาศถ่ายเท ได้สะดวก ปลอดภัย ตามลำดับ

2.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อยู่ในระดับดีมาก 1 ข้อ คือ ให้บริการด้วยความถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาดและความคลาดเคลื่อนในการบริการ อยู่ในระดับดี 5 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ให้บริการลูกค้า

ด้วยความรวดเร็วตามเวลาที่กำหนด ให้บริการตรงตามขั้นตอนที่ได้แจ้งหรือประกาศไว้ เจ้าหน้าที่ธนาคารแจ้งรายละเอียดการให้บริการให้ท่านทราบ ให้บริการอย่างมีคุณภาพสม่ำเสมอทุกครั้ง และมีระบบดูแลความปลอดภัยระหว่างผู้ใช้บริการมาใช้บริการทางการเงิน ตามลำดับ

2.3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ภาพรวมทุกข้ออยู่ในระดับดี โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ เจ้าหน้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ อย่างทันท่วงทีโดยไม่กระทบผู้ใช้บริการอื่น เจ้าหน้าที่รับฟังปัญหาหรือความต้องการของผู้ใช้บริการ เป็นอย่างดี นอกเหนือจากการหยิบบัตรคิวตามเวลาแล้ว มีการสอบถามผู้ใช้บริการเพิ่มเติม จัดบริการ ตามลำดับ มีระบบและขั้นตอนในการเข้ารับบริการกระชับสะดวกและรวดเร็วเข้าใช้บริการโดยง่าย เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายรายละเอียดก่อนที่จะให้บริการทุกครั้ง และเจ้าหน้าที่มีความพร้อม และกระตือรือร้นในการให้บริการตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ตามลำดับ

2.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละข้อ อยู่ในระดับดีมาก 1 ข้อ ได้แก่ ธนาคารแห่งนี้สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการในการใช้บริการทางการเงินได้ อยู่ในระดับดี 5 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ผู้ใช้บริการ ได้รับการคุ้มครองสิทธิ์ ไม่เปิดเผยข้อมูลหรือความลับอันเป็นการทำให้เสื่อมเสีย หรืออับอาย ผู้ใช้บริการ รู้สึกปลอดภัย และมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุดเป็นไปตามมาตรฐาน เจ้าหน้าที่มีทักษะความรู้ ความสามารถและความเชี่ยวชาญ เจ้าหน้าที่มีกิริยามารยาทที่ดีในการให้บริการ และผู้ใช้บริการมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด ตามลำดับ

2.5 ด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่ภาพรวมทุกข้ออยู่ในระดับดี โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ เจ้าหน้าที่คอยสังเกตและคอยสอบถามความต้องการของผู้ใช้บริการ เจ้าหน้าที่สนใจตอบข้อซักถามเมื่อผู้ใช้บริการมีปัญหาหรือมีข้อสงสัยใด ๆ เจ้าหน้าที่สามารถจดจำรายละเอียดของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เจ้าหน้าที่สนใจการติดตามผลการใช้บริการ จากผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่อย่างเป็นกันเองกับผู้ใช้บริการ และเจ้าหน้าที่พร้อมที่จะช่วยเหลือ และบริการผู้ใช้บริการในการบริการทุก ๆ เรื่อง ตามลำดับ

3. ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัด สุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประเภทของธุรกรรม จำนวนครั้งที่มาใช้บริการ มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วน เพศ ระดับการศึกษา ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผล ดังนี้

3.1 เพศ ไม่แตกต่างกันทุกด้าน

3.2 อายุ แตกต่างกันในด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

3.3 ระดับการศึกษา แตกต่างกันในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

3.4 อาชีพ แตกต่างกันในด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ ด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่ ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

3.5 รายได้ต่อเดือน แตกต่างกันในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ และด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่

3.6 ประเภทของธุรกรรม แตกต่างกันในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

3.7 ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน แตกต่างกันในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

4. ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผู้ให้บริการได้เสนอแนะสรุปได้ว่าควรเพิ่มสาขาในตลาดไชยา มีเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติที่ทันสมัย สามารถใช้งานได้ มีสถานที่จอดรถที่สะดวกเพียงพอ และมีกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการปรับปรุงการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายให้ดีขึ้น มีของชำร่วยของแถมในโอกาสพิเศษหรือเทศกาลสำคัญ และที่สำคัญคือไม่ต้องการให้ธนาคารจัดเก็บค่าธรรมเนียมในการบริการหลายขั้นตอน

อภิปรายผล

จากการศึกษา คุณภาพบริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับดี โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ ด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่ และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ เนื่องจากธนาคารให้บริการลูกค้าด้วยความถูกต้องไม่มีข้อผิดพลาดในการให้บริการทำให้ลูกค้าให้ความสำคัญด้านความเชื่อถือไว้วางใจของการบริการมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษากงนิษฐา วิสม (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ

ของธนาคารออมสินเขตเพชรบุรี ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการ ด้านความมั่นใจในการให้บริการ และด้านทีมงาน นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการในระดับเห็น ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านลักษณะภายนอก ด้านอัตราค่าบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ เช่นเดียวกันกับผลการศึกษาของอัจฉรา สงวนทรัพย์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาผักไห่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการในด้านการรับประกัน ของธนาคารออมสิน สาขาผักไห่อยู่ในระดับสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 อยู่ในระดับมาก ลำดับต่อมาคือ คุณภาพการให้บริการในด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ คุณภาพการให้บริการในด้านความรวดเร็ว คุณภาพการให้บริการในด้านสิ่งสัมผัสได้ และคุณภาพการให้บริการในด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ตามลำดับสามารถจำแนกรายด้านได้ดังนี้

1.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับดีมาก 2 ข้อ ได้แก่ ที่ตั้งของธนาคารเหมาะสม เดินเข้าไปใช้บริการได้สะดวก มีความปลอดภัย และบริการทางการเงินของธนาคารมีชื่อเสียง อยู่ในระดับดี 4 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ มีป้ายแนะนำขั้นตอนการบริการที่ชัดเจนและระบบบัตรคิวที่เข้าใจง่าย มีห้องน้ำสะอาด และเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ สะดวก เพียงพอ และมีความพร้อมในการใช้งาน และมีที่นั่งรอรับบริการเพียงพอ ไม่แออัด อากาศถ่ายเทได้ สะดวก ปลอดภัย ทั้งนี้เนื่องจากธนาคารพาณิชย์ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ทำให้สะดวกต่อผู้ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของช่อทิพย์ ศิริรัตนพล (2551) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการในทัศนะของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า ฟังพอใจมากที่สุดอันดับที่ 1 ด้านสถานที่ของธนาคาร

1.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับดีมาก 1 ข้อ คือ ให้บริการด้วยความถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาดและความคลาดเคลื่อนในการบริการ อยู่ในระดับดี 5 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ให้บริการลูกค้าตามเวลาที่กำหนด ให้บริการตรงตามขั้นตอนที่ได้แจ้งหรือประกาศไว้ ให้บริการเป็นที่ไว้วางใจและเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ ให้บริการอย่างมีคุณภาพสม่ำเสมอทุกครั้ง และมีระบบดูแลความปลอดภัยระหว่างผู้ให้บริการมาใช้บริการทางการเงิน แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับความถูกต้องของการให้บริการมากที่สุด เนื่องจากการทำธุรกรรมเกี่ยวกับเงินเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของภักจิรา บานเพียร (2555) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ และสาขา

นวนคร ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการภาพรวม อยู่ในระดับสูง โดยมีความคิดเห็นด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้สูงสุด

1.3 ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ภาพรวมและรายข้อทุกข้ออยู่ในระดับดี โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ เจ้าหน้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างทันท่วงทีโดยไม่กระทบผู้ให้บริการอื่น เจ้าหน้าที่รับฟังปัญหาหรือความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี นอกเหนือจากการหยิบบัตรคิวตามเวลาแล้ว มีการสอบถามผู้ให้บริการเพิ่มเติม จัดบริการ ตามลำดับ มีระบบและขั้นตอนในการเข้ารับบริการกระชับสะดวกและรวดเร็ว เข้าใช้บริการโดยง่าย เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายรายละเอียดก่อนที่จะให้บริการทุกครั้ง และเจ้าหน้าที่มีความพร้อมและกระตือรือร้นในการให้บริการตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ทั้งนี้เนื่องจากเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเสมอภาคและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทันที ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธนพร พันโน (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาธาตุพนม อำเภธาตุพนม จังหวัดธาตุพนม ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน โดยรวมระดับดี ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการตอบสนอง

1.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ ภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละข้ออยู่ในระดับดีมาก 1 ด้าน ได้แก่ ธนาคารแห่งนี้สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการในการใช้บริการทางการเงินได้ อยู่ในระดับดี 5 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ได้รับการพิทักษ์สิทธิ์ ไม่เปิดเผยข้อมูลหรือความลับอันเป็นการทำให้เสื่อมเสีย หรืออับอาย รู้สึกปลอดภัย และมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีเป็นไปตามมาตรฐาน เจ้าหน้าที่มีทักษะความรู้ ความสามารถและความเชี่ยวชาญ เจ้าหน้าที่มีกิริยามารยาทที่ดีในการให้บริการ และผู้ให้บริการมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการมีความเชื่อมั่นต่อการให้บริการของธนาคารเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของธนพร พันโน (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาธาตุพนม อำเภธาตุพนม จังหวัดธาตุพนม ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาธาตุพนม อำเภธาตุพนม จังหวัดธาตุพนม โดยรวมระดับมาก ด้านความมั่นใจ ภาพพจน์และชื่อเสียงของธนาคารมากที่สุด รองลงมา คือ ความมั่นคงทางการเงินของธนาคาร

1.5 ด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่ภาพรวมและรายข้อทุกข้ออยู่ในระดับดี โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ เจ้าหน้าที่คอยสังเกตและคอยสอบถามความต้องการของผู้ใช้บริการ เจ้าหน้าที่สนใจตอบข้อซักถามเมื่อผู้ให้บริการมีปัญหาหรือมีข้อสงสัยใด ๆ เจ้าหน้าที่ให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการในการให้บริการ เจ้าหน้าที่สนใจการติดตามผลการใช้บริการ จากผู้บริการอย่างสม่ำเสมอ เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่อย่างเป็นกันเองกับผู้ใช้บริการ และเจ้าหน้าที่พร้อมที่จะช่วยเหลือ

และบริการผู้ใช้บริการในการบริการทุก ๆ เรื่อง แสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่เอาใจใส่ผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี ทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของศรชัย จันโทวงษ์. (2553) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขากันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ ผลการวิจัย คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขากันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ โดยภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจมากต่อคุณภาพการให้บริการ โดยเฉพาะด้านบุคลากรมีคุณภาพในระดับมากที่สุด

2. ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประเภทของธุรกรรม จำนวนครั้งที่มาใช้บริการ มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วน เพศ ระดับการศึกษา ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากอายุต่างกัน ลักษณะการใช้บริการต่างกันเนื่องจากคนที่มียุมากต้องการให้ผู้อื่นมาดูแลมากกว่าคนที่มียุน้อย ผู้ใช้บริการแต่ละคนมีอาชีพต่างกัน ดังนั้นประเภทของธุรกรรมต่างกัน ทำให้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการต่างกัน ระดับการศึกษา คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีความเข้าใจเกี่ยวกับเอกสารต่าง ๆ มากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย รายได้ต่อเดือน ทำให้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการต่างกัน เนื่องจากการทำธุรกรรมต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ช่อทิพย์ ศิริรัตนพล (2551) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการในทัศนะของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมผู้ใช้บริการที่มีอายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของการบริการต่างก็มีคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน และผลการศึกษาของ กนิษฐา วิสม. (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินเขตเพชรบุรี ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ปัจจัยด้าน อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน เช่นเดียวกับอัจฉรา สงวนทรัพย์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาฝักไถ่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่าเพศ ของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสินที่แตกต่างกัน ได้รับคุณภาพในการให้บริการโดยรวมไม่ต่างกัน แต่อายุ และอาชีพของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสินที่ต่างกันได้รับคุณภาพในการให้บริการโดยรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัย คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถนำมาเสนอแนะต่อคุณภาพในการให้บริการดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ควรมีที่นั่งรอรับบริการเพียงพอ ไม่แออัด อากาศถ่ายเทได้สะดวก มีความปลอดภัยให้มากขึ้น
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจของบริการ ควรมีระบบดูแลความปลอดภัยระหว่างผู้ใช้บริการมาใช้บริการทางการเงิน
3. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ควรปรับปรุงเจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมและกระตือรือร้นในการให้บริการตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ควรปรับปรุงเจ้าหน้าที่ที่มีกริยามารยาทที่ดีในการให้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด
5. ด้านการให้บริการด้วยการเอาใจใส่ เจ้าหน้าที่ควรดูแลเอาใจใส่อย่างเป็นกันเองกับผู้ใช้บริการ และพร้อมที่จะช่วยเหลือและบริการผู้ใช้บริการในการบริการทุก ๆ เรื่อง
6. จากการทดสอบสมมุติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประเภทของธุรกรรม และความถี่ในการใช้บริการต่อเดือนมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน ยกเว้น เพศ ระดับการศึกษา ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นต้องเลือกใช้กลยุทธ์การให้บริการที่สามารถเข้าถึงและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันได้เป็นอย่างดี เช่นผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 50 ปี จะมีความคิดเห็นของคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มอายุอื่น ๆ หรือผู้ใช้บริการที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท จะมีความคิดเห็นของคุณภาพการให้บริการแตกต่างจากกลุ่มรายได้อื่น ๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษา คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยาจังหวัดสุราษฎร์ธานี หากมีผู้สนใจดำเนินการต่อในอนาคต ซึ่งสามารถทำการศึกษได้หลายลักษณะ ดังนี้ โดย

1. จากข้อมูลการศึกษาที่แสดงถึงแหล่งข้อมูลในเขตอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เท่านั้น ดังนั้นผู้ศึกษาเห็นว่าควรเพิ่มเติมและขยายขอบเขตในการวิจัยออกไปสู่เขตพื้นที่ระดับจังหวัด และระดับภูมิภาคมากยิ่งขึ้นจะทำให้ทราบถึงคุณภาพการให้บริการมากยิ่งขึ้น
2. ควรศึกษาคุณภาพการให้บริการในด้านที่มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ เพื่อนำมาพัฒนาให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับสาขาอื่น ๆ และในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์ให้เห็นถึงศักยภาพคุณภาพการบริการ แล้วนำมาปรับปรุงในส่วนด้อยและพัฒนาในจุดแข็งต่อไป

4. ควรใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methodology) โดยเป็นการวิจัยในแนวทางแบบผสมผสานวิธี โดยการผสมผสานวิธีคิดและระเบียบวิธีเชิงปริมาณและคุณภาพเข้าด้วยกัน ใช้การสังเกต กิจกรรม การร่วมกิจกรรมในพื้นที่ การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นระยะ ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved



บรรณานุกรม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

บรรณานุกรม

- กนิษฐา วิสม. (2552). **ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน เขตเพชรบุรี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- กฤษณะชัย สาสงเคราะห์. (2554). **ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการตลาดบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- จรินทร์ เทศวานิช. (2554). **การเงินและการธนาคาร**. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์.
[Online] เข้าถึงได้จาก <http://housingfinance.or.th/Articles/hsb13.pdf>
[2559, กันยายน 19].
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2549). **การตลาดบริการ Services Marketing**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ธารินี แก้วจันทร์. (2556). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขารัชดาภิเษก (ท่าพระ-ตากสิน)**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- ธนพร พันโน. (2555). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาธาตุพนม อำเภอธาตุพนม จังหวัดธาตุพนม**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขายุทธศาสตร์การพัฒนาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธนาคารกสิกรไทย. (2559). **ประวัติความเป็นมาลักษณะการดำเนินงานของธนาคารกสิกรไทย**
[Online] เข้าถึงได้จาก <http://kasikornbank.com/TH/AboutUs/CompanyBackground/Pages/CompanyBackground.aspx> [2559, ตุลาคม 23].
- ธนาคารกรุงไทย. (2559). **ประวัติความเป็นมาลักษณะการดำเนินงานของธนาคารกสิกรไทย** [Online]
เข้าถึงได้จาก <http://ktbnetbank.com/consumer> [2559, ตุลาคม 23].
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (2559). **ประวัติความเป็นมาลักษณะการดำเนินงานของธนาคารกสิกรไทย**
[Online] เข้าถึงได้จาก <http://krungsri.com/bank/th/.../Bank-of-Ayudhya-Public-Company-Limited.ht..> [2559, ตุลาคม 23].
- ธนาคารไทยพาณิชย์. (2559). **ประวัติความเป็นมาลักษณะการดำเนินงานของธนาคารกสิกรไทย**
[Online] เข้าถึงได้จาก <http://scb.co.th/th/career/contact-us> [2559, ตุลาคม 23].
- นพพร สะไบบาง. (2553). **คุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาแม่โจ้**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). **การวิจัยเบื้องต้น** (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ภักดีจิรา บานเพียร. (2555). **คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ และสาขานวนคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์. ยุทธ์ ไกยวรรณ. (2550). การสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : ศูนย์การสื่อสารกรุงเทพฯ. ยุพาวรรณ วรณวณิช. (2550). การจัดการการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : แสงดาว. รัตน์ อินจ้อย. (2551). การประเมินคุณภาพการบริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์. สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.**
- ว.วชิรเมธี. (2552). **มองลึก นึกไกล ใจกว้าง** (ครั้งที่พิมพ์ 7). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ปราณ.
- วิลาสินีย์ จำปาตะ. (2551). **ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการจาก สถานปฏิบัติการเภสัชชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.**
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550). **คุณภาพการบริการ** [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?pageid=3&bookID=1285&read=true&count=true. [2557,กรกฎาคม 24]
- สุทธนู ศรีไสย. (2551). **สถิติประยุกต์สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์** (พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ : จิราภา.
- สุพรรณ อินทร์แก้ว. (2551). **การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : ธนาเพลส.
- สมชาย เสนารัตน์. (2555). **การศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาโยธยา จังหวัดโยธยา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด.**
- สมิต สัจฉกร. (2550). **การต้อนรับและบริหารที่เป็นเลิศ**. กรุงเทพฯ : สายธาร.
- อัจฉรา สงวนทรัพย์. (2555). **คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาผักไห่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.**
- อุไรวรรณ จันท์เจริญวงษ์ ธีรธนิษฐ์ ศิริโวหาร และมิ่งเทพนครเมือง. (2555). **คุณภาพการให้บริการ ธนาคารพาณิชย์ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.**

- Ali, Dehghan. (2006). **Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction 'In the Case of CCG (Customer Centric Group) CO'**. Master's Thesis, Lulea University of Technology.
- Aldehayyat. J S. (2011). Perception of service quality in Jordanian hotea. **International Journal of Business and Management**. Vol. 6, No. 7 pp. 226-233
- Chong, Calvin P. C. (2006). **Factors influencing online interactions and contributors to learning in a blended learning experience at Singapore Bible College**. Trinity Evangelical Divinity School Ph.D., Trinity Evangelical Divinity School, United States -- Illinois. [Online] Available: <http://search.proquest.com/docview/304937931?accountid=28756> ProQuest Dissertations & Theses A&I database
- Daniel and Berinyuy. (2010). Assessment of quality of service by using SERVQUAL. And satisfaction of the customers in the grocery Umea. **Academy of Business & Administrative Sciences 2010 International Conferences, Brussels, Belgium**. 23-25 July, 2010.
- Groonroos, G.T. (1990). **Service Management and Marketing**. Massachusetts: Lexington Books.
- Hu,H., Kandampully, J. and Juwaheet, T.(2009). Relationships and impacts of service quality,perceived value, **customer satisfactio and image: An empirical study**. *Serv. indus. J.*,29(2), pp.111-125.
- Kim, Hyun – Duck. (2005). **The Relationship Between ServiceQuality, Customer Satisfaction, and Repurchase Intention in KoreanPrivate Golf Courses** [Online] 2005 (cited 2016 Aug 8).Available form:<http://wwwlib.umi.com/dissertations/fullcit/3177086>
- Katz Elihu, & Brenda Danet. (1973). **Bureaucracy and the public**. New York: Basic Book.
- Malla. (2012). Service quality and customer satisfaction at the ISS FACILTLY (cleaning services). **The Journal of American Academy of Business**, 7, 2. pp. 46 – 55.
- Miller, R. (2010). Customer Expectation Vs. Customer Needs. **E-Magazine for Customer Service Professionals**.
- Nguyen. (2006). Doan Thuy Thi. Service Recovery: A recon centralization Doctoral **Dissertation, School of Business, The University of Queensland**.

- O' Neill, M. (2003). "The influence of time on student perceptions of service quality : The need for longitudinal measures" **Journal of Educational Administration**, 41, 310-324.
- Omanukwue, E.(2011). **Perception of Service quality in boutique hotel Le Six Paris**. pp.58-65.
- Parasuraman, A., V., A., Berry, L. L., and Zeithaml. (1989). Communication and control processes in the delivery of service quality. **Journal of Marketing**, (52), pp. 36.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L. L. (1990). SERVQUAL: A Multi-item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. **Journal of Retailing**.
- Peter, Paul and James H. Donnelly. (2004). **Marketing Management : Knowledge and Skills** (7th ed.). New York : McGraw – Hill.
- Pinar M,; Eser Z,; Strasser S. (2010). Bank personnel's perception of banking services and implications of service quality. **Marketing Management Journal**.



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved



ภาคผนวก ก
เครื่องมือในการวิจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ใช้บริการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน () ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

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

3. ระดับการศึกษา

- () 1. ไม่ได้เรียน () 2. ประถมศึกษา
() 3. มัธยมศึกษา () 4. ปวช.
() 5. อนุปริญญา/ปวส. () 6. ปริญญาตรี
() 7. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- () 1. นักเรียน/นักศึกษา () 2. เกษตรกร
() 3. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ () 4. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
() 5. พนักงานบริษัท () 6. อื่น ๆ ระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท () 2. 10,001 - 15,000 บาท
() 3. 15,001 - 20,000 บาท () 4. 20,001 - 25,000 บาท
() 5. มากกว่า 25,000 บาท

6. ประเภทของธุรกรรม

- () 1. บริการเงินฝาก () 2. บริการเงินกู้และสินเชื่อ
 () 3. บริการบัตรต่าง ๆ () 4. บริการประกันชีวิตและประกันภัย
 () 5. บริการเงินตราต่างประเทศ () 6. อื่น ๆ (ระบุ).....

7. ท่านมาใช้บริการของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยเดือนละกี่ครั้ง

- () 1. 1 ครั้ง () 2. 2 ครั้ง
 () 3. 3 ครั้ง () 4. มากกว่า 3 ครั้ง

ตอนที่ 2 คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยกำหนดให้ 5 = ดีมาก ไปจนถึง 1 = ควรแก้ไขปรับปรุง

คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ระดับคุณภาพการบริการ				
	ดีมาก (5)	ดี (4)	ปานกลาง (3)	พอใช้ (2)	ควรแก้ไข ปรับปรุง (1)
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ					
1. บริการทางการเงินของธนาคารมีชื่อเสียงในการ ให้บริการและพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย					
2. ที่ตั้งของธนาคารเหมาะสม เดินเข้าไปใช้บริการ ได้สะดวก มีความปลอดภัย					
3. มีป้ายแนะนำขั้นตอนการบริการที่ชัดเจนและ ระบบบัตรคิวที่เข้าใจง่าย					
4. มีที่นั่งรอรับบริการเพียงพอ ไม่แออัด อากาศ ถ่ายเทได้สะดวก ปลอดภัย					
5. มีห้องน้ำสะอาด และเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ					
6. มีอุปกรณ์เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ สะดวก เพียงพอและมีความพร้อมในการใช้งาน					

คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ระดับคุณภาพการบริการ				
	ดีมาก (5)	ดี (4)	ปานกลาง (3)	พอใช้ (2)	ควรแก้ไข ปรับปรุง (1)
ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของบริการ					
7. ให้บริการด้วยความถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาด และความคลาดเคลื่อนในการบริการ					
8. ให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็วตามเวลา ที่กำหนด					
9. ให้บริการตรงตามขั้นตอนที่ได้แจ้งหรือ ประกาศไว้					
10. ให้บริการอย่างมีคุณภาพสม่ำเสมอทุกครั้ง					
11. เจ้าหน้าที่ธนาคารแจ้งรายละเอียด การให้บริการให้ท่านทราบ					
12. มีระบบดูแลความปลอดภัยระหว่างผู้ใช้บริการ มาใช้บริการทางการเงิน					
การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ					
13. เจ้าหน้าที่มีความพร้อมและกระตือรือร้น ในการให้บริการตรงตามความต้องการ ของท่าน					
14. เจ้าหน้าที่ตอบสนองความต้องการของ ผู้ใช้บริการอย่างทันท่วงทีโดยไม่กระทบ ผู้ใช้บริการอื่น					
15. เจ้าหน้าที่รับฟังปัญหาหรือความต้องการ ของผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี					
16. มีระบบและขั้นตอนในการเข้ารับบริการ กระชับสะดวกและรวดเร็วเข้าใช้บริการ โดยง่าย					
17. นอกเหนือจากการหยิบบัตรคิวตามเวลาแล้ว มีการสอบถามผู้ใช้บริการเพิ่มเติม จัดบริการ ตามลำดับ					

คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ระดับคุณภาพการบริการ				
	ดีมาก (5)	ดี (4)	ปานกลาง (3)	พอใช้ (2)	ควรแก้ไข ปรับปรุง (1)
18. เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายรายละเอียด ก่อนที่จะให้บริการทุกครั้ง					
การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ					
19. เจ้าหน้าที่มีทักษะความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญ					
20. เจ้าหน้าที่มีกริยามารยาทที่ดีในการให้บริการ					
21. ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัย และมั่นใจว่าจะได้รับ การบริการที่ดีเป็นไปตามมาตรฐาน					
22. ผู้ใช้บริการได้รับการคุ้มครองสิทธิ ไม่เปิดเผย ข้อมูลหรือความลับอันเป็นการทำให้เสื่อมเสีย หรืออับอาย					
23. ธนาคารแห่งนี้สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ ท่านในการใช้บริการทางการเงินได้					
24. ผู้ใช้บริการมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด					
การให้บริการด้วยการเอาใจใส่					
25. เจ้าหน้าที่สนใจผลการใช้บริการจากผู้ใช้บริการ อย่างสม่ำเสมอ					
26. เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่อย่างเป็นกันเองกับ ผู้ใช้บริการ					
27. เจ้าหน้าที่คอยสังเกตและคอยสอบถาม ความต้องการของผู้ใช้บริการ					
28. เจ้าหน้าที่สามารถจดจำรายละเอียดของลูกค้า ได้เป็นอย่างดี					
29. เจ้าหน้าที่พร้อมที่จะช่วยเหลือและบริการ ลูกค้าในการบริการทุก ๆ เรื่อง					
30. เจ้าหน้าที่สนใจตอบข้อซักถามเมื่อผู้ใช้บริการ มีปัญหาหรือมีข้อสงสัยใด ๆ					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอไชยา

คำชี้แจง ขอให้ท่านแสดงความคิดเห็นตามความเป็นจริง

1. ปัญหาในการให้บริการของธนาคาร

.....

.....

.....

.....

2. ข้อเสนอแนะต่อการให้บริการของธนาคาร

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม ข้อคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการปรับปรุงการให้บริการของธนาคาร

เมทินี นาคมิตร

นักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved



ภาคผนวก ข
ค่าความเชื่อมั่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
A1	97.8667	199.4299	.7642	.9518
A2	97.6667	198.7816	.6923	.9524
A3	97.8000	204.9931	.5075	.9542
A4	97.7333	203.9954	.5391	.9539
A5	97.7000	195.5276	.8005	.9512
A6	97.8000	204.9931	.5075	.9542
B7	97.7667	193.0816	.8098	.9509
B8	97.6667	198.1609	.7593	.9517
B9	97.9000	200.0241	.5497	.9541
B10	97.6667	203.7471	.5773	.9536
B11	97.6667	210.7471	.5469	.9564
B12	97.6667	198.1609	.7593	.9517
C13	97.9667	190.4471	.8792	.9500
C14	97.8667	193.4989	.8572	.9505
C15	97.7667	191.3575	.8770	.9501
C16	97.8333	191.7299	.6991	.9527
C17	97.7667	191.3575	.8770	.9501
C18	97.9333	184.0644	.9053	.9496
D19	97.7667	196.3230	.7136	.9521
D20	97.8000	195.6138	.7193	.9521
D21	98.0333	198.1713	.7003	.9523
D22	97.7667	196.3230	.7136	.9521
D23	97.7667	200.8747	.5880	.9535
D24	97.7667	207.9092	.5869	.9552

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
E25	97.7000	212.4241	.5683	.9570
E26	97.7667	200.8747	.5880	.9535
E27	97.6667	198.6437	.6982	.9523
E28	97.7333	200.2713	.7717	.9519
E29	97.6333	202.9299	.6616	.9529
E30	97.7000	212.4241	.5391	.9570

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 30

Alpha = .9545

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved



ภาคผนวก ค

หนังสือขอผู้เชี่ยวชาญและหนังสือขออนุเคราะห์ข้อมูล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved



ภาคผนวก ง

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

ประวัติผู้ทำการค้นคว้าอิสระ

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวเมทินี นาคมิตร
วัน เดือน ปีเกิด	7 ตุลาคม 2532
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	026 หมู่ 5 ตำบลเขาถ่าน อำเภอท่าฉาง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84150
ประวัติการศึกษา	1) ปวช. สาขาประชาสัมพันธ์ โรงเรียนเซ็นจอนท์เทคโนโลยี 2) บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการบริหาร เอกการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
e - mail	mathinee6680@gmail.com
โทรศัพท์	063-4598894

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved