

ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล

นางสาววิมลรัตน์ หงษ์ทอง¹ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฉัตรปารี อยู่เย็น²

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน Independent Sample t-test, One-way ANOVA และ Dependent Sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป สถานภาพโสด มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีการใช้บริการด้านเงินฝากเพื่อเรียก เงินฝากประจำ 3 เดือน สลากออมสินพิเศษ 3 ปี บริการด้านสินเชื่อบุคคล และบริการด้านสงเคราะห์ชีวิต ประเภทออมสินเงินได้รายเดือน ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการโดยรวมและรายด้านทุกด้านในระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจต่อลูกค้าและการเอาใจใส่ลูกค้า และพบว่า การรับรู้คุณภาพการให้บริการมากกว่าความคาดหวังที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน ทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 ผู้ใช้บริการที่มี อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้แตกต่างกัน มีความคาดหวังคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน ส่วน ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ความคาดหวัง การรับรู้ คุณภาพการให้บริการ

CUSTOMER' EXPECTATIONS AND PERCEPTIONS TOWARD SERVICE QUALITY OF GOVERNMENT SAVINGS BANK, WATCHARAPOL BRANCH

Miss Wimonrat Hongthong and Assistant Professor Chatparee Yooyen

ABSTRACT

The individual study was carried out to investigate the service using behavior, customers' expectations and perceptions toward the service quality of Government Savings Bank, Watcharapol Branch. The sample of the study consisted of 400 bank customers, and the data were analyzed through descriptive statistics comprising Frequency, Percentage, Means, Standard Deviation as well as inferential statistics including Independent Samples t-test, one-way ANOVA, and Dependent Sample t-test at 0.05 level of significance.

The results of the study showed that the majority of the service users were female aged over 41 years old, were single, completed lower than Bachelor's degree level, owned private business/were traders, earned a monthly income more than 40,000 Baht. Most customers used the services of current deposit accounts, 3-month deposit accounts, 3-year Special Premium Savings Certificate, personal loan,

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

² อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

and Monthly Income Saving of GSB Life. The customers considered the overall expectations and perceptions of the service quality as well as the aspects of reliability, tangibles, responsiveness, assurance and empathy at the high level. It was found that the perceptions of the service quality were higher than the expectations of the service quality of Government Savings Bank in all aspects at 0.05 level of significance. The service users with different age, marital status, level of education, occupation, and income had differences in the expectations of the service quality, moreover, the service users with different gender, age, marital status, level of education, occupation, and income had differences in the perceptions of the service quality.

Keywords: expectations, perceptions, service quality

บทนำ (Introduction)

จากภาวะเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันนี้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปด้วย ทุกองค์กรจึงจำเป็นต้องมีการแข่งขัน เพื่อสร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่ง ธุรกิจธนาคารจึงต้องมีการปรับตัวในเข้ากับภาวะการแข่งขัน จากสถาบันการเงินต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ สถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร (NonBank) การเปิดตัวธนาคารพาณิชย์รายใหม่ และธนาคารที่เกิดจากการควบรวมกิจการ เพิ่มขึ้นหลายแห่ง เมื่อมีการแข่งขันที่สูงขึ้น สถาบันการเงินต่าง ๆ ต่างต้องมีการปรับตัวให้มากขึ้นและรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยมีการทำการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการ มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด ธนาคารออมสินเองก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการแข่งขันได้ และสิ่งที่ธนาคารออมสินได้เตรียมตัว คือ การป้องกัน การพัฒนาบุคลากร และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธนาคารออมสิน โดยการปรับปรุงผลการดำเนินงานขององค์กรทุกคนต้องมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และยกระดับผลการปฏิบัติงานขององค์กรให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ประกอบกับในปัจจุบันนี้มีการแข่งขันในด้านการบริการมากขึ้น จึงทำให้ธนาคารจำเป็นต้องมีความสามารถในการแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่น ๆ และได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนบนพื้นฐานของการให้บริการที่มีคุณภาพดังนั้นในสภาพแวดล้อมของการแข่งขันทำให้สถาบันการเงินธนาคารออมสินจึงต้องมีการส่งเสริมการพัฒนาบริการทางการเงินในรูปแบบใหม่ ๆ ที่ทันสมัยและมีความหลากหลาย เพื่อให้ลูกค้ามีโอกาสเลือกใช้บริการทางการเงินที่สอดคล้องกับความต้องการให้ดียิ่งขึ้นและเพื่อส่งเสริมให้พนักงานของธนาคารให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า

จากสภาวะแวดล้อมทางการเงินที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ธุรกิจสถาบันการเงินต่าง ๆ ต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่สูงยิ่งขึ้น ธนาคารออมสินสาขาวัชรพลจึงได้พยายามพัฒนาบุคลากรปรับปรุงการให้บริการลูกค้า โดยเน้นการให้บริการที่คำนึงถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งสิ่งที่สำคัญของความก้าวหน้าขององค์กรคือการได้รับผลกำไรจากการดำเนินงาน และผู้รับบริการได้รับความพึงพอใจสูงสุด ดังนั้น การพัฒนาการให้บริการของธนาคารก็จะเป็นแนวทางให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการมากขึ้น จึงจำเป็นต้องทราบถึงการรับรู้ของลูกค้าในปัจจุบันด้านคุณภาพการบริการว่าลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินสาขาวัชรพลอย่างไร ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาว่าลูกค้าธนาคารออมสินสาขาวัชรพลมีการมองและคิดอย่างไร กับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของธนาคารออมสินสาขาวัชรพล ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการนำข้อมูลไปปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินสาขาวัชรพลเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการให้บริการมากที่สุด อันจะทำให้เป็นการรักษาลูกค้าให้อยู่กับธนาคารตลอดไป และธนาคารจะเติบโตอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อความคาดหวังคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล

ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ทราบถึงความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล
2. เป็นแนวทางในการพัฒนาแก้ไขและปรับปรุงคุณภาพการบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล
3. ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรของธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการ

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology)

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล จำนวน 400 คน โดยใช้ระยะเวลาเก็บข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นเวลา 2 เดือน คือ ช่วงเดือนธันวาคม 2555 - มกราคม 2556

สมมติฐานการวิจัย

เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้/เดือน ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาวัชรพลแตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้/เดือน ที่แตกต่างกันมีการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาวัชรพลแตกต่างกัน
3. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาวัชรพลแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ทฤษฎีคุณภาพบริการ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990)

ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิเคราะห์

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มประชากรและการกระจายของข้อมูล
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อดังนี้
ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวังและการรับรู้ที่ต่างกัน ใช้วิเคราะห์สถิติแบบ Independent-Samples t-test และ One-way ANOVA F-test เพื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่หรือการเปรียบเทียบเชิงซ้อนหรือด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)
3. การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ คุณภาพการให้บริการลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล ใช้การวิเคราะห์ด้วย Paired - Samples t-test

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล (Results and Discussion)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล

ผลจากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 41 ปีขึ้นไป สถานภาพโสด ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมใช้บริการของลูกค้าด้านผลิตภัณฑ์ ธนาคารออมสินสาขาวัชรพล

ผลจากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากเมื่อเรียกโดยใช้บริการประเภทเงินฝากเมื่อเรียกมากที่สุดบริการด้านเงินฝากประจำใช้บริการประเภทเงินฝากประจำ 3 เดือนมากที่สุดบริการด้านสลากออมสินใช้บริการประเภทสลากออมสินพิเศษ 3 ปีมากที่สุด บริการด้านสินเชื่อใช้บริการประเภทสินเชื่อบุคคลมากที่สุดและบริการด้านสงเคราะห์ชีวิตใช้บริการประเภทออมสินเงินได้รายเดือนมากที่สุด

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการลูกค้า

จากผลการหาค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในปัจจัยความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการลูกค้า ให้ความสำคัญในด้านความน่าเชื่อถือ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.10$) รองลงมาได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ($\bar{X} = 4.06$) ด้านการตอบสนอง ($\bar{X} = 4.05$) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ($\bar{X} = 4.04$) และด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ($\bar{X} = 4.02$) ตามลำดับ เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน ผู้เขียนพบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ผู้ใช้บริการ ให้ความสำคัญกับเรื่อง การแต่งกายบุคลิกภาพของพนักงานเรียบร้อยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$) ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ใช้บริการ ให้ความสำคัญกับเรื่อง การที่พนักงานให้คำแนะนำและบริการไม่ผิดพลาดมากที่สุด ($\bar{X} = 4.18$) ความการตอบสนอง ผู้ใช้บริการ ให้ความสำคัญกับเรื่อง พนักงานเต็มใจช่วยเหลือลูกค้าอย่างทันทีทันใดมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าผู้ให้บริการ ให้ความสำคัญกับเรื่อง พนักงานมีความรู้ในงานที่ให้บริการอยู่มากที่สุด ($\bar{X} = 4.08$) ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าผู้ให้บริการ ให้ความสำคัญกับพนักงานพยายามเข้าใจความต้องการของลูกค้า มากที่สุด ($\bar{X} = 4.10$)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์การรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการลูกค้า

จากผลการหาค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการลูกค้า ให้ความสำคัญ ในด้านการเอาใจใส่ลูกค้า มากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$) รองลงมา ด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.30$) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ($\bar{X} = 4.28$) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ($\bar{X} = 4.28$) และด้านการตอบสนอง ($\bar{X} = 4.25$) ตามลำดับ เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน ผู้เขียนพบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ผู้ใช้บริการ ให้ความสำคัญกับเรื่อง การจัดสถานที่ให้บริการที่สวยงาม สะอาดมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$) ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ใช้บริการ ให้ความสำคัญกับเรื่อง ธนาคารแสดงอัตราดอกเบี้ย/ค่าภาษีที่เกี่ยวข้องให้ลูกค้าทราบ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$) ความการตอบสนอง ผู้ใช้บริการ ให้ความสำคัญกับเรื่อง พนักงานเต็มใจช่วยเหลือลูกค้าอย่างทันทีทันใดมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าผู้ให้บริการ ให้ความสำคัญกับเรื่อง พนักงานมีความรู้ในงานที่ให้บริการอยู่มากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$) ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าผู้ให้บริการ ให้ความสำคัญกับพนักงานรู้จักและจำลูกค้าประจำได้ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$)

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล แตกต่างกัน ผลการทดสอบ

สมมติฐาน ผลดังนี้ พบว่า ไม่มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของลูกค้านาคารอมสิน สาขาวัชรพล อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย พบว่า มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยต่อความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของลูกค้านาคารอมสิน สาขาวัชรพล ระหว่างกลุ่มอายุที่ต่างกันทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้/เดือน ที่แตกต่างกันมีความรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของลูกค้านาคารอมสิน สาขาวัชรพล ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการทดสอบสมมติฐาน ผลดังนี้ พบว่า มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในความรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของลูกค้านาคารอมสิน สาขาวัชรพล ระหว่างกลุ่มเพศชายและเพศหญิง ที่แตกต่างกันทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญระดับ 0.05 อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย พบว่า มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยต่อความรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของลูกค้านาคารอมสิน สาขาวัชรพล ระหว่างกลุ่มอายุที่ต่างกันทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 3 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล แตกต่างกัน

	คุณภาพการให้บริการ		t	Sig
	ความคาดหวัง	การรับรู้		
	\bar{X}	\bar{X}		
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.06	4.28	5.463	0.000**
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.10	4.30	6.44	0.000**
ด้านการตอบสนอง	4.05	4.25	6.019	0.000**
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	4.04	4.28	6.399	0.000**
ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า	4.02	4.33	9.48	0.000**

สรุปได้ว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล กับการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 โดยการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา วัชรพล มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวัชรพลในทุกด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการลูกค้านาคารอมสิน สาขาวัชรพล มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ยในความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของลูกค้านาคารอมสิน สาขาวัชรพลระหว่างกลุ่มปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าเฉลี่ยในความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของลูกค้านาคารอมสิน สาขาวัชรพล ระหว่างกลุ่มของเพศ ไม่มีความแตกต่างกัน และมีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของลูกค้านาคารอมสิน สาขาวัชรพล ระหว่างอายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา กลุ่มของอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ค่าเฉลี่ยในความรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของลูกค้านาคารอมสิน สาขาวัชรพล ระหว่างกลุ่มปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล มีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าเฉลี่ยในความรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของลูกค้านาคารอมสินสาขาวัชรพล ระหว่างกลุ่มของเพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา กลุ่มของอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความแตกต่างกัน ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้มากกว่าคะแนนเฉลี่ยความคาดหวัง โดยรวมมีค่าคะแนนเฉลี่ย เป็นบวก คือ

0.234 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.564 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้จากผลการศึกษา พบว่า การส่งมอบคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาวัชรพลรับรู้ได้ว่าพึงพอใจในการให้บริการ และถ้าผลลัพธ์ของระดับค่าคะแนนเฉลี่ย (P-E) มีค่าบวกมากขึ้น แสดงว่าคุณภาพการให้บริการลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวัชรพลจะดีขึ้นตามลำดับ

สรุปได้ว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวัชรพลกับการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 โดยการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวัชรพลมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล ในทุกด้าน

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

ผู้ให้บริการ ให้ความสำคัญด้านความคาดหวังต่อคุณภาพบริการกับเรื่อง การแต่งกายบุคลิกภาพของพนักงานเรียบร้อยมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าการแต่งกายเป็นการเสริมบุคลิกภายนอกบุคคลควรให้ความสำคัญเพราะบ่งบอกถึงความเป็นตัวตน องค์กร ที่จะทำให้ผู้พบเห็นเกิดความประทับใจทั้งในด้านบวกหรือด้านลบ ดังนั้น ธนาคารควรมีการส่งเสริมภาพลักษณ์ จัดให้มีการส่งเสริมพัฒนาบุคลิกภาพ ออกแบบ และจัดสรรเครื่องแบบให้พนักงานเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของธนาคาร และผู้ให้บริการ ให้ความสำคัญด้านความรู้ต่อคุณภาพบริการให้ความสำคัญกับเรื่อง การจัดสถานที่ให้บริการที่สวยงาม สะอาดมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าอาคารสถานที่ ธนาคารควรดูแล รักษา สถานที่ หรือทำเลที่ตั้ง ภายใน-ภายนอกอาคารให้สะอาดเรียบร้อยเป็นระเบียบเพราะสถานประกอบการถือเป็นภาพลักษณ์ของธนาคาร

2. ความน่าเชื่อถือ

ผู้ให้บริการ ให้ความสำคัญด้านความคาดหวังต่อคุณภาพบริการกับเรื่อง การที่พนักงานให้คำแนะนำ และบริการไม่ผิดพลาดมากที่สุดแสดงให้เห็นว่าความถูกต้องแม่นยำเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น ควรยกระดับการให้บริการและการทำงานของธนาคารให้มีมาตรฐาน และความถูกต้องต่อผู้ให้บริการและธนาคารและผู้ให้บริการ ให้ความสำคัญด้านความรู้กับเรื่อง ธนาคารแสดงอัตราดอกเบี้ย/ค่าภาษีที่เกี่ยวข้องให้ลูกค้าทราบ มากที่สุดแสดงให้เห็นว่า ธนาคารควรมีการจัดป้ายประชาสัมพันธ์อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม และอื่นที่เกี่ยวข้อง ให้เห็นได้ง่ายและชัดเจน

3. ความการตอบสนอง

ผู้ให้บริการ ให้ความสำคัญด้านความคาดหวังและด้านความรู้ต่อคุณภาพบริการกับเรื่อง พนักงานเต็มใจช่วยเหลือลูกค้าอย่างทันทีทันใดมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ลูกค้ามีความต้องการที่จะได้รับการตอบสนอง โดยการลดเวลาและกิจกรรมในการทำงานด้วยการกำหนดให้ลดขั้นตอนและระยะเวลาการปฏิบัติตามประเภทที่ผู้ให้บริการ เข้ารับบริการ พนักงานอาจทักทายด้วยคำพูดที่ว่า “มีอะไรให้ช่วยไหมคะหรือต้องการอะไรเพิ่มเติมไหมคะ” ให้เป็นคำพูดติดปาก สำหรับพนักงานที่มีหัวใจในการให้บริการและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

ผู้ให้บริการ ให้ความสำคัญด้านความคาดหวังและด้านความรู้ต่อคุณภาพบริการกับเรื่องพนักงานมีความรู้ในงานที่ให้บริการอยู่มากที่สุด แสดงให้เห็นว่า การสร้างความเชื่อมั่นต่อคุณภาพบริการและความปลอดภัยเป็นหน้าที่ของพนักงาน พนักงานควรมีความรู้ความสามารถที่เหมาะสมตรงกับงานที่ปฏิบัติ และธนาคารควรส่งเสริม การเรียนรู้ พัฒนาความรู้ให้กับพนักงานให้ตรงสายงาน

5. ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า

ผู้ให้บริการ ให้ความสำคัญด้านความคาดหวังต่อคุณภาพบริการกับเรื่องพนักงานพยายามเข้าใจความต้องการของลูกค้า มากที่สุด และผู้ให้บริการ ให้ความสำคัญด้านด้านความรู้ต่อคุณภาพบริการกับเรื่องพนักงานรู้จักและจำลูกค้าประจำได้ มากที่สุด แสดงให้เห็นว่า พนักงานควรให้บริการผู้ให้บริการทุกคน โดยผู้ให้บริการทุกคน จะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ โดยยึดหลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกันไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

1. ผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาทุกเขต ทุกภูมิภาคเพื่อให้ได้ข้อมูลความคาดหวังและการรับรู้ด้วยคุณภาพงานบริการ ในภาพรวม และนำมาพัฒนาคุณภาพงานบริการ ของธนาคารต่อไป

2. ควรทำการศึกษาวิจัยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเพิ่มเติม นอกเหนือจากความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการลูกค้าธนาคาร เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมที่แท้จริงของผู้ใช้บริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในบริการเพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการปรับปรุงคุณภาพงานบริการเช่น ระยะเวลาที่ใช้บริการต่อเนื่อง จำนวนครั้งที่มาใช้บริการ

ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการกับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการลูกค้าธนาคารระหว่างธุรกิจธนาคารที่เป็นธนาคารที่เป็นหน่วยงานราชการกับธุรกิจธนาคารเอกชนเพื่อศึกษาถึงความแตกต่าง นำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อนของธุรกิจ และนำจุดแข็งมาพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพงานบริการของธนาคารให้ดีขึ้นต่อไป

บทสรุป (Conclusion)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป สถานภาพโสด มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีการใช้บริการด้านเงินฝากเพื่อเรียก เงินฝากประจำ 3 เดือน สลากออมสินพิเศษ 3 ปี บริการด้านสินเชื่อบุคคล และบริการด้านสงเคราะห์ชีวิต ประเภทออมสินเงินได้รายเดือน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ แตกต่างกันมีผลต่อความคาดหวังที่ไม่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มี อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีผลต่อความคาดหวังที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีผลต่อการรับรู้ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการสูงกว่าความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน ในทุกด้าน แสดงว่าการส่งมอบการให้บริการอยู่ในเกณฑ์ที่ดี

เอกสารอ้างอิง (Reference)

- ครรชิต ยศไพบูลย์. 2552. ความคาดหวังด้านบริการของผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศ. วารสาร BU Academic Review., : 45 - 55.
- ชำนาญ ภู่อี่ยม. 2537. การสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการในโรงพยาบาลของรัฐ.
- ชลธิชา ไชยทิพย์. 2545. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านสินเชื่อของธนาคารไทยธนาคารจำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฐิตินันท์ กล้าหาญ. 2553. ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการ. การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นวลฉวี รตางศุ. 2543. ความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลศิริราช. ปริญญาโท (กศ.ม.(สุขศึกษา)). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.