



ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

: ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยลาดกระบัง

Customers' Satisfaction of Counter Service of Thai Military Bank Public

Company Limited : A Case Study of Ladkrabang Subbranch

โดย

นางสาวศิริพร สุประพาส

ปีการศึกษา 2541

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

**MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM
DEPARTMENT OF AGRI-BUSINESS ADMINISTRATION**

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
: ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยลาดกระบัง

Customers' Satisfaction of Counter Service of Thai Military Bank Public Company Limited
: A Case Study of Ladkrabang Subbranch

โดย

นางสาวศิริพร สุประพาส
รหัสประจำตัว 39066684

เสนอ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2541



ใบรับรองการศึกษาอิสระ (Independent Study)
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
: ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยลาดกระบัง

Customers' Satisfaction of Counter Service of Thai Military Bank
Public Company Limited : A Case Study of Ladkrabang Subbranch

โดย

นางสาว ศิริพร สุประพาส
รหัสประจำตัว 39066684

รายงานฉบับนี้ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาอิสระ
หลักสูตร บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)
ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2541

ลายเซ็นอาจารย์ที่ปรึกษา

.....
D. 30/10/41

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริจรรยา เจริญวิริยะพันธ์)

ลายเซ็นหัวหน้าภาควิชา ฯ

.....
A. J. J.

(อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

บทคัดย่อ

- ชื่อเรื่อง : ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเฉพาะกรณี สาขาย่อยลาดกระบัง
- นักศึกษา : นางสาวศิริพร สุประพาส
- ระดับการศึกษา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
- สาขาวิชา : บริหารธุรกิจ
- อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง เป็นธนาคารที่เปิดดำเนินงานที่เขตลาดกระบังเป็นรายล่าสุดจึงทำให้ส่วนครองตลาดน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น จึงเป็นเหตุจูงใจในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเฉพาะกรณีสาขาย่อยลาดกระบัง เพื่อจะได้นำผลการศึกษาไปปรับปรุงและพัฒนาให้การบริการสามารถตอบสนองความต้องการให้ได้มากที่สุด เพิ่มส่วนแบ่งตลาดในเขตลาดกระบัง การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง จำนวน 150 คน

ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20-29 ปี เป็นโสด การศึกษาระดับสูงสุดอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ประกอบอาชีพรับราชการมากที่สุด รายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000 – 10,000 บาท มีที่พักอาศัย และสถานที่ทำงานปัจจุบัน อยู่ในเขตลาดกระบัง ลูกค้าจะใช้บริการบัญชีเงินฝากกับธนาคารมากกว่า 1 ประเภท ส่วนใหญ่จะเป็นบัญชีออมทรัพย์ ลูกค้ามาใช้บริการประเภท การฝาก - ถอนผ่านเคาน์เตอร์เป็นจำนวนมากที่สุด เหตุผลที่เลือกใช้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง เนื่องจากอยู่ใกล้บ้าน ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคาร มีความพึงพอใจต่อสถานที่ในระดับมากในเรื่อง ความสะดวกในการเดินทาง ความสะอาดของธนาคาร สิ่งอำนวยความสะดวก การจัดและตกแต่งภายในอาคาร ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารมีความพึงพอใจต่อการบริการในระดับมากในเรื่องอัตราค่าของพนักงาน ความรวดเร็วในการบริการ และการบริการจากพนักงานรักษาความปลอดภัย ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารมีความต้องการต่อสถานที่ในระดับมาก โดยให้การปรับปรุงแบบฟอร์ม เอกสารต่าง ๆ

ปากกา ความสะอาดของธนาคาร การบริการข่าวสารของธนาคาร ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารมีความต้องการต่อการบริการในระดับมากในเรื่องของความเพียงพอของช่องบริการการเอาใจใส่ในเรื่องความปลอดภัย เครื่องสอยถาดเงินฝากอัตโนมัติ และระบบคิวรอรับบริการ ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง พบปัญหาสถานที่จอดรถไม่สะดวก มีป้ายบอกทางเข้าไม่ชัดเจน เครื่องเบิกเงินสดทันสมัยจัดช่องบอยและปริมาณไม่เพียงพอ ด้านการบริการพบว่าช่องบริการไม่เพียงพอ เจ้าหน้าที่ให้บริการมีจำนวนน้อย ลูกค้าเสนอให้เพิ่มการประชาสัมพันธ์ข่าวธนาคารให้มากขึ้น ขยายเวลาทำการจาก 15.30 น. เป็น 16.00 น. เครื่องเบิกเงินสดทันสมัยควรเปิดบริการ 24 ชั่วโมง ควรจัดให้มีจุดบริการลูกค้าอัตโนมัติ เช่น จัดให้มีเครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ เป็นต้น ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง จำแนกตาม เพศ สถานภาพ สมรส ระดับรายได้ ที่พักอาศัย ไม่แตกต่างกัน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง จำแนกตามสาขา อายุ อาชีพ สถานที่ทำงาน แตกต่างกัน

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะควรเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ โดยเฉพาะด้านพนักงานควรปรับปรุงบุคลิกภาพ และการแต่งกายถูกต้องตามระเบียบของธนาคาร กิริยาท่าทางสุภาพ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ การปฏิบัติงานในการให้บริการ เช่น เริ่มงานตรงเวลา บริการตามความต้องการของลูกค้า ด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว ให้บริการลูกค้าตามลำดับ สำหรับด้านสถานที่ควรสะอาด และเป็นระเบียบ ด้านระบบงานควรจะพิจารณากำลังคนในช่วงวันจันทร์หรือวันศุกร์ และวันสิ้นเดือน และเพิ่มการประชาสัมพันธ์สำหรับข้อเสนอแนะของลูกค้าที่ให้ขยายเวลาทำการว่าเป็นกฎเกณฑ์จากธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

ABSTRACT

Title : Customers' Satisfaction of Counter Service of Thai Military Bank Public Company Limited : A Case Study of Ladkrabang Subbranch

Student : Miss Siriporn Suprapas

Level of Study : Master of Business Administration

Major : Business Administration

Advisor : Assistant Professor Sirijanya Kuawiriyapan

Thai Military Bank Public Company Limited Ladkrabang Subbranch was a new bank in Ladkrabang. When compared other bank in area it had a few market share. That was a cause to studied customers' satisfaction of counter service of Thai Military Bank Public Company Limited : A case study of Ladkrabang Subbranch to take results to improve and develop service meet needs and increase market share in Ladkrabang. This case study had purpose to studied customers' satisfaction and need of counter service of Thai Military Bank Public Company Limited Ladkrabang Subbranch. This case study collected data by questionnaire from 150 customers of Thai Military Bank Public Company Limited Ladkrabang Subbranch.

Results indicated that the average respondent was a male, between 20-29 years old and single. The average respondent had a senior high school education and the major occupation indicated government official, had an average income per month of 5,000-10,000 baht, had a residence and office in Ladkrabang. The average respondent had deposit account more than one type. The most frequently used saving account and used cash services were those of deposit and withdraw. The reason customers came to Thai Military Bank Public Company Limited Ladkrabang Subbranch was convenience. Customers had satisfaction on location in high level were convenience, cleanliness, facility, interior decoration. Customers had satisfaction on service in high level were temperament, speed and service from guard. Customers needed location in high level were improved forms, documents and pen, needed

cleanliness, bank ' s information. Customers needed service in high level were enough pay – in window, care for safety, update book automatic machine and queuing system. Customers' problems were a parking was not convenience and had not a signpost, Automatic Teller Machine (ATM) was off – line and the small quantity of ATM, pay – in window and bank officers. The recommendation was more public relations, to enlarge time for service, ATM has service on 24 hours, has self service conner and update book machine. Testing hypothesis were discover customers' satisfaction of counter service of Thai Military Bank Public Company Limited Ladkrabang Subbranch to classify by sex, status, salary and residence was not significantly different. Customers' satisfaction of counter service of Thai Military Bank Public Company Limited Ladkrabang Subbranch to classify by branch , age, occupation, and office was significantly different.

The Researcher's recommendation to improve the bank's service efficiency were bank officers improve personality example were informally dressed, polite manners, active service. Improbability service were to started on time, met customers' need, correct and fast service. Location were clean and neatness. System was emphasize quantity officers in Monday or Friday and a pay day and had public relation for customers' recommendation to enlarge time for service that it was regulations from the bank of Thailand for improve the bank's service efficiency.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาซึ่งเป็นผู้ช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดีตลอดมา ผู้เขียนรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้แก่ผู้เขียน สามารถนำแนวความคิดและทฤษฎี ประยุกต์ใช้กับการศึกษานี้ได้เป็นอย่างดี และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของคณะเทคโนโลยีการเกษตร ที่ได้เป็นผู้ประสานงานอำนวยความสะดวกให้การนำเสนอรายงานการศึกษานี้สำเร็จลงด้วยดี

ขอขอบคุณพนักงานธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบังที่ได้เสียสละเวลาให้ความช่วยเหลือในการรวบรวมข้อมูลและขอขอบคุณลูกค้าของธนาคารทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในด้านข้อมูลและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้เป็นอย่างมาก

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ที่ได้ให้ชีวิตและการศึกษาตั้งแต่เยาว์วัย และเป็นกำลังใจให้ผู้เขียนตลอดมา คือ คุณพ่อ คุณแม่ และคุณครูที่เคยอบรมสั่งสอน ขอขอบคุณน้อง และเพื่อน MBA รุ่น 1 ทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือคอยสนับสนุนให้กำลังใจตลอดมา

ท้ายที่สุด หากมีคุณประโยชน์ใด ๆ ที่เกิดจากการศึกษานี้ ผู้เขียนขอมอบเป็นเครื่องสักการะในความดีของคุณ อาจารย์ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้แก่ศิษย์ด้วยความเมตตาตลอดมา

ศิริพร สุประพาส

พฤศจิกายน 2541

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(1)
สารบัญ	(2)
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของการศึกษา	3
นิยามศัพท์	4
การตรวจเอกสาร	5
วิธีการศึกษา	8
สมมติฐานของการศึกษา	10
กรอบแนวความคิดของการศึกษา	11
บทที่ 2 แนวความคิดทางทฤษฎี	12
แนวความคิดของความพึงพอใจ	12
แนวความคิดของงานบริการ	14
กลยุทธ์การตลาดสำหรับการจัดการธุรกิจบริการ	16
คุณภาพของการบริการ	17
บทที่ 3 ความเป็นมาของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	21
ประวัติของธนาคารทหารไทย	21
การประกอบธุรกิจการธนาคาร	23
บทที่ 4 ผลการศึกษา	27
สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมของลูกค้า	27
ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของลูกค้า	32
ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ	36
ความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการ	39

	หน้า
ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อการบริการ	41
การทดสอบสมมติฐานของการศึกษา	44
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	54
สรุป	54
ข้อเสนอแนะ	57
บรรณานุกรม	59
ภาคผนวก	62

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 เพศ	27
2 อายุ	28
3 สถานภาพสมรส	29
4 ระดับการศึกษาชั้นสูงสุด	29
5 อาชีพ	30
6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	31
7 ที่พักอาศัยปัจจุบัน	32
8 สถานที่ทำงานปัจจุบัน	32
9 สาขาการให้บริการ	33
10 ประเภทบัญชีเงินฝาก	33
11 ประเภทของการให้บริการ	34
12 เหตุผลในการเลือกใช้บริการของธนาคาร	35
13 ลักษณะการให้บริการ	36
14 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานที่	37
15 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ	38
16 ระดับความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสถานที่	40
17 ระดับความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการ	40
18 ปัญหาของลูกค้าที่มีต่อการบริการ	42
19 ข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อการบริการ	43
20 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการจำแนกตามเพศ	44
21 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการกับเพศ	45
22 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการจำแนกตามสาขา	45
23 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการกับสาขา	45
24 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อระดับอายุ	46

ตารางที่	หน้า
25 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ สถานภาพสมรส	46
26 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่ออาชีพ	47
27 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อระดับรายได้	47
28 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อที่พักอาศัย	48
29 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานที่ทำงาน	48
30 เปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการจำแนกตามเพศ	49
31 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการ กับเพศ	49
32 เปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการจำแนกตามสาขา	50
33 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการ กับสาขา	50
34 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความต้องการของลูกค้าที่มีต่อระดับอายุ	50
35 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความต้องการของลูกค้าที่มีต่อ สถานภาพสมรส	51
36 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความต้องการของลูกค้าที่มีต่ออาชีพ	51
37 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความต้องการของลูกค้าที่มีระดับรายได้	52
38 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความต้องการของลูกค้าที่มีที่พักอาศัย	52
39 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความต้องการของลูกค้าที่มีสถานที่ทำงาน	53

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1 กรอบแนวความคิดของการศึกษา

11

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ในปีพ.ศ. 2540 ประเทศไทยประสบวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรง กระทบต้องขอรับความช่วยเหลือจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund ; IMF) โดยเฉพาะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับระบบสถาบันการเงินไทยส่งผลให้ธนาคารแห่งประเทศไทยจำต้องปิดกิจการธุรกิจเงินทุน 56 แห่งเป็นการถาวร เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2540 นอกจากนี้สถาบันการเงินหลายแห่งที่สามารถเปิดดำเนินกิจการต่อไปได้ ยังต้องประสบปัญหาการขาดสภาพคล่องอย่างต่อเนื่องมาถึงปีพ.ศ. 2541 สถานการณ์ดังกล่าวทำให้นักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศชะลอการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดรองตราสารหนี้ เหตุการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว จนทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมาก ไม่อาจตั้งรับกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ได้ทันท่วงที กิจการต่าง ๆ หลายแห่งต้องปิดตัวลง เกิดปัญหาการว่างงานอย่างกว้างขวาง และส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนทั่วทั้งประเทศ (ศุภยวิชัย ไทยพาณิชย์, 2541)

ธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินประเภทหนึ่งที่มีการแข่งขันรุนแรง เนื่องจากต้องการเสริมสร้างสภาพคล่อง และสามารถเพิ่มทุน และเงินสำรองให้ได้ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ดังนั้นแต่ละธนาคารจึงพยายามพัฒนาปรับปรุงให้บริการของตนสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าซึ่งมีอยู่หลากหลายโดยธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) เป็นผู้เบิกทางให้กับธนาคารพาณิชย์ไทยในการรี้อปรับระบบองค์กร (Re-engineering) ประกอบด้วย การปรับปรุงโครงสร้าง และรูปแบบการปฏิบัติงาน (Improve structure and process) การกำหนดรายละเอียดและการปฏิบัติงาน (Job descriptions) การปรับปรุงโครงสร้างพนักงานและอำนาจหน้าที่ต่าง ๆ (Improve organization and authority) การออกแบบสาขา (Layout) การปรับปรุงประสิทธิภาพ(Improve efficiency) และขั้นตอนการพัฒนาระบบข้อมูล (Developing information system) ที่จำเป็นสำหรับสาขา ผลจากการ Re-engineering พบว่า ธนาคารพาณิชย์รายอื่น ๆ ต้องเริ่มให้ความสำคัญต่อการพัฒนาระบบอย่างจริงจัง มิเช่นนั้นจะไม่สามารถแข่งขันกับบริการที่รวดเร็วของธนาคารกสิกรไทยได้ โดยธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการปรับรูปแบบสาขาใหม่ภายใต้ โครงการ New look branch เพื่อต้องการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเมื่อก้าวเข้ามาใช้บริการที่สาขา ด้วยการวางโครงการพัฒนาคุณภาพบริการในรูปแบบต่าง ๆ ที่

เคาน์เตอร์ ในชื่อ Branch banking ที่เน้นให้บริการด้วยเครื่องอิเล็กทรอนิกส์อันทันสมัย ส่วนธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ปรับปรุงรูปแบบและระบบงานจากแนวคิดการบริหารภายใต้โครงการ CBPM (Customer-base business process management) หรือการจัดกระบวนการงานเพื่อบริการลูกค้า โดยวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นหลัก สำหรับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ได้ก้าวเข้าสู่การพัฒนาบริการที่ทันสมัย ภายใต้โครงการ Branch transformation โดยอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า สามารถใช้บริการทางการเงินด้วยตนเองผ่านระบบคอมพิวเตอร์ตามแนวคิด แบบอัตโนมัติ ส่วนธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ได้เพิ่มคุณภาพการให้บริการทางการเงินแก่ลูกค้า พร้อมทั้งพัฒนาส่งเสริมให้พนักงานมีคุณภาพในการปฏิบัติงานและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ถือหุ้น ภายใต้โครงการ Q BRANCH ซึ่งสามารถให้บริการในลักษณะ One stop service สามารถขออนุมัติงาน (Authority) อย่างมีประสิทธิภาพ และให้บริการในระบบ Customer oriented โดยรู้สถานะของลูกค้าได้ทันทีถึงประวัติการใช้บริการ และสามารถวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าเพื่อตอบสนองได้อย่างถูกต้อง (รุ่งนภา, 2539) เมื่อเป็นเช่นนี้จึงทำให้เกิดการแข่งขันระหว่างธนาคารในเรื่องของการให้บริการ ธนาคารใดให้บริการที่ดีกว่าลูกค้าก็จะได้รับความพึงพอใจสูง ก็จะไปใช้บริการของธนาคารนั้นมาก ธนาคารจึงต้องมีการปรับปรุงรูปแบบระบบงานโดยนำเทคนิคและวิธีการที่ทันสมัยเพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้า รวมไปถึงการให้บริการที่ประทับใจ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด และช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดในแต่ละท้องถิ่นที่สาขาธนาคารตั้งอยู่

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2540 รวมระยะเวลาประมาณ 1 ปีเศษ นับว่าเป็นธนาคารที่เปิดดำเนินงานที่เขตลาดกระบังเป็นรายล่าสุด โดยในเขตลาดกระบังมีธนาคารที่เปิดดำเนินงานอยู่ก่อนแล้วเป็นจำนวนมาก ประกอบด้วย ธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ และเล็ก ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารไทยธนุ และธนาคารออมสิน ส่วนครองตลาดของธนาคารทหารไทย จึงถือว่ามีย่อยลูกค้าของธนาคารส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าประจำของธนาคารที่ใช้บริการเป็นเวลานานกับสาขานอกพื้นที่ และเมื่อมีสาขาย่อยลาดกระบังเปิดดำเนินการก็มาใช้บริการเนื่องจากสะดวกในการเดินทาง และรวมไปถึงลูกค้าใหม่ที่ไม่พึงพอใจในการบริการของธนาคารในเขตพื้นที่เดียวกัน จากเหตุผลดังกล่าวจึงเห็นควรที่จะวิจัยเพื่อทราบถึงความพึงพอใจตลอดจนความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง และจะได้นำผลการวิจัยไปปรับปรุงและพัฒนาให้การบริการสามารถตอบสนองความต้องการให้ได้มากที่สุด เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในท้องถิ่นที่สาขาตั้งอยู่

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง
2. เพื่อศึกษาความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง
3. เพื่อทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง ในการบริการ รวมทั้งบริการด้านต่าง ๆ ที่ลูกค้าพึงพอใจ
2. เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง ให้เป็นมาตรฐานยิ่งขึ้น
3. เป็นแนวทางในการพัฒนาบริการเพื่อเพิ่มส่วนครองตลาดในท้องถิ่นที่ธนาคารเปิดดำเนินการอยู่
4. การศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ศึกษาเรื่องนี้ หรือเรื่องที่เกี่ยวข้องในโอกาสต่อไป

ขอบเขตของการศึกษา

1. การวิจัยเรื่องนี้ จะศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง ซึ่งประกอบด้วย
 - 1.1 การบริการด้านเงินฝาก เช่น การฝาก - ถอนผ่านเคาน์เตอร์ การเปิดบัญชี การโอนเงิน และการซื้อ-ขายกองทุน
 - 1.2 การบริการด้านสินเชื่อ เช่น การชำระเงินกู้
 - 1.3 การบริการด้านอื่น ๆ เช่น การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การชำระค่าสาธารณูปโภค การซื้อแคชเชียร์เช็ค การแลกธนบัตรและเหรียญกษาปณ์ เครื่องเบิกเงินสดทันที (ATM) การผ่านบัญชีเงินเดือนพนักงานบริษัท

1.4 สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การบริการน้ำดื่ม ที่จอดรถ ห้องสุขา สถานที่พัก ลูกค้า และข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

2. ประชากร การวิจัยเรื่องนี้ครอบคลุมประชากรคือ ลูกค้าของธนาคารที่มาใช้บริการ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง

3. พื้นที่การวิจัย การวิจัยนี้กำหนดพื้นที่เฉพาะในธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง เนื่องจากต้องการทราบความพึงพอใจของลูกค้าของธนาคารทหารไทย สาขาย่อยลาดกระบัง

4. ระยะเวลาการวิจัย ตั้งแต่เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2541 ถึงเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2541

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกในทางบวกของลูกค้า ที่มาใช้บริการกับธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง

ลูกค้าของธนาคาร หมายถึง ผู้ซึ่งมาทำการติดต่อเป็นประจำกับทางธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง หรือผู้ที่ใช้บริการของธนาคาร

การบริการของธนาคาร หมายถึง การบริการซึ่งประกอบด้วย

1. การบริการด้านเงินฝาก เช่น การฝาก-ถอนผ่านเคาน์เตอร์ การเปิดบัญชี การโอนเงิน การซื้อ-ขายกองทุน

2. การบริการด้านสินเชื่อ เช่น การชำระเงินกู้

3. การบริการด้านอื่น ๆ เช่น การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การชำระค่าสาธารณูปโภค การซื้อแคชเชียร์เช็ค การแลกธนบัตร และเหรียญกษาปณ์ เครื่องเบิกเงินสดทันที (ATM) การผ่านบัญชีเงินเดือนพนักงานบริษัท

4. สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การบริการน้ำดื่ม ที่จอดรถ ห้องสุขา สถานที่พักลูกค้า และข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

พนักงานธนาคาร หมายถึง พนักงานธนาคารที่ทำหน้าที่บริการรับฝาก-ถอนเงิน รวมทั้งบริการ อื่น ๆ เช่น การโอนเงิน การทำแคชเชียร์เช็ค การรับชำระเงินกู้ ฯลฯ

พนักงานทั่วไป หมายถึง พนักงานที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับงานด้านบัญชีและงานเอกสารต่าง ๆ ของธนาคาร

พนักงานอำนวยความสะดวก หมายถึง พนักงานระดับปฏิบัติการที่ได้รับมอบหมายจากธนาคารให้ มีอำนาจลงนามแทนธนาคารได้ มีหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องในการทำงานของพนักงาน

ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา หมายถึง ผู้บริหารระดับต้นที่มีหน้าที่ดูแลการปฏิบัติงานต่าง ๆ ของสาขา มีอำนาจลงนามแทนธนาคารได้ ควบคุมรายได้ค่าใช้จ่ายของธนาคาร ดูแลสวัสดิการของพนักงานของสาขา พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ผู้จัดการสาขา หมายถึง ผู้บริหารสูงสุดในสาขา มีหน้าที่รับผิดชอบการดำเนินงานต่าง ๆ ในสาขาพร้อมปกครองดูแลพนักงานในสาขามีอำนาจลงนามแทนธนาคารได้ และมีอำนาจอนุมัติการดำเนินงานต่าง ๆ ให้ดำเนินไปสู่เป้าหมายของธนาคาร

หมายเลขบัญชี หมายถึง ตัวเลขที่จัดเป็นหมวดหมู่ ซึ่งประกอบด้วยตัวเลข 10 หลัก ที่มีความหมายดังนี้คือ

- XXX ตัวเลข 3 หลักแรก หมายถึง รหัสสาขา
- X ตัวเลขหลักที่ 4 หมายถึง ประเภทบัญชี
- XXXXX ตัวเลขหลักที่ 5-9 หมายถึง ลำดับที่บัญชี
- X ตัวเลขหลักที่ 10 หมายถึง เลข digit

การตรวจเอกสาร

สันติ (2534) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าเหตุผลที่ผู้ใช้เลือกใช้บริการจากธนาคารบ่อยที่สุด เนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้บ้านจึงสะดวกในการติดต่อ เหตุผลรองลงมาคือ การจ่ายเงินเดือนผ่านธนาคาร และพนักงานธนาคารให้บริการดี ธนาคารมีหลายสาขา สะดวกในการใช้บริการ และมีเครื่องบริการเงินด่วน ATM การใช้บริการส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการนิยมใช้บริการทางด้านเงินฝาก รองลงมาคือ ด้านสินเชื่อและด้านต่างประเทศ ธนาคารที่ผู้ใช้บริการชอบมากที่สุด 5 อันดับ คือ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารออมสิน และธนาคารทหารไทย

ปัทมา (2537) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับการให้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติของธนาคารพาณิชย์ โดยศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติของธนาคารเอเชีย สาขาคลองเตย สรุปได้ว่าผู้ใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 18-25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนในช่วง 2,000-4,000 บาท เหตุผลสำคัญของผู้ใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนอัตโนมัติ คือความสะดวกและรวดเร็ว ไม่ต้องเสียเวลารอขึ้นตอนต่าง ๆ จากการให้บริการที่เคาน์เตอร์ของธนาคารและผู้ใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัตินิยมใช้บริการที่อยู่ใกล้ที่ทำงาน และใกล้บ้าน ตลอดจนใช้บริการในเวลาทำการของธนาคารเป็นส่วนมาก โดยใช้เพื่อการถอนเงินกันมากที่สุด ผู้ใช้บริการ

ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการฝากเงินโดยเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ มักจะฝากเงินผ่านเคาน์เตอร์ของธนาคาร ซึ่งอาจจะเป็นเพราะผู้ใช้บริการยังไม่เข้าใจวิธีการ และมีความรู้สึกไม่แน่ใจในความถูกต้องของตัวเครื่องและทางด้านการโอนเงิน นอกจากนี้ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการขยายเวลาการให้บริการเพิ่มขึ้น และติดตั้งเครื่องให้มากขึ้น แก๊ซเครื่องไม่ให้เสียโดยเฉพาะวันเงินเดือนออก ส่วนข้อเสนอแนะสำหรับแนวทางการให้บริการเครื่องฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติของธนาคาร คือ ธนาคารควรมีการสาธิตวิธีการใช้เครื่องเพื่อทำรายการแบบต่าง ๆ ให้ลูกค้าที่มาสมัครหรือรับบัตรครั้งแรกให้เข้าใจวิธีการใช้อย่างถูกต้อง และควรจัดทำรูปภาพแสดงวิธีการใช้เครื่องติดไว้ข้าง ๆ เครื่อง เพื่อให้ผู้ใช้บริการที่ยังไม่ชำนาญ หรือยังไม่เคยใช้มาก่อนในบางรายการได้ดูประกอบในการใช้ นอกจากนี้ธนาคารควรเพิ่มความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้บริการที่ใช้บริการเครื่องฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติในย่านที่ไม่ใช่ชุมชน หรือศูนย์การค้าโดยเฉพาะในเวลากลางวัน ทั้งนี้เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับธนาคารเอง

สมศักดิ์ (2539) ได้ศึกษาถึงการแก้ปัญหาการให้บริการฝาก/ถอนหน้าเคาน์เตอร์ สรุปได้ว่าปัญหาส่วนใหญ่เกิดขึ้นคือ พนักงานพูดจากับลูกค้าไม่สุภาพ พนักงานขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ระบบคิวรอรับบริการไม่เหมาะสม และเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้กับระบบงานฝาก/ถอนล่าสมัย คณะผู้บริหารของหน่วยงานจึงได้แก้ปัญหา โดยการให้พนักงานได้ฝึกฝนทักษะเทคนิคการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับการทำรายการฝาก/ถอนให้เกิดความชำนาญงาน การนำแนวคิดเกี่ยวกับความสามารถระหว่างบุคคล (Interpersonal competence) ในเรื่องของ Emphathy ปลุกฝังพนักงานในการให้บริการ การนำระบบคิว (Queuing system) แบบ Multichannel single phase มาแก้ปัญหาการเข้าคิวรอรับบริการของผู้ใช้บริการ และการนำเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยพร้อมเทคโนโลยีระบบสารสนเทศ (Information technology) มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการฝาก/ถอนหน้าเคาน์เตอร์

กัญเกียรติ (2540) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อระบบงานธนาคารอัตโนมัติของธนาคารทหารไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาสะพานใหม่-ดอนเมือง พบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีประสบการณ์การใช้บริการของธนาคารก่อนปี พ.ศ. 2540 ประเภทบริการที่ใช้ส่วนใหญ่ คือ เปิดบัญชี การชำระหนี้เงินกู้ และการซื้อแคชเชียร์เช็ค เมื่อพิจารณาความพึงพอใจปรากฏว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับสูงมาก ในเรื่องการให้บริการที่รวดเร็วทันใจ การให้บริการที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการด้านอัยาศัยไมตรีอันดี และการให้บริการอย่างเพียงพอ

ธรรมธรรณ์ (2540) ศึกษาถึงทัศนคติของผู้ใช้บริการต่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยไนท์บাজার พบว่าสาเหตุที่มาใช้บริการของสาขา เนื่องจากความสะดวกเพราะอยู่ใกล้ธนาคาร อัยาศัยไมตรีของพนักงานในสาขา การให้บริการที่รวดเร็ว ประทับใจ เชื่อเสียและความ

มั่นคงของธนาคาร อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และค่าธรรมเนียมต่ำกว่าธนาคารอื่น รับเงินเดือนผ่านธนาคาร การศึกษาความคิดเห็นต่อด้านบริการของสาขาอยู่ในเกณฑ์ที่ดี จึงควรรักษาระดับการให้บริการด้านเหล่านี้ไว้และควรพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นส่วนการศึกษาความคิดเห็นต่อด้านอาคาร/สถานที่ทำการสาขาอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี จึงควรดูแลสถานที่ทำการในสาขาให้สะอาด ความสะดวก และจัดหาที่พักรับรองให้เพียงพอกับปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการ ส่วนการศึกษาความคิดเห็นต่อด้านการตลาด อยู่ในเกณฑ์ที่ดีจึงควรดูแลให้ดียิ่งขึ้นสม่ำเสมอต่อไป และพบว่าปัญหาของสาขาย่อยในทื่บชาชาติควรปรับปรุงมีดังนี้คือ ควรเพิ่มพนักงาน การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาให้บริการ การให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว แม่นยำและถูกต้อง การบริการต้อนรับและพูดคุยกับลูกค้า การคิดอัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียม ควรเพิ่มที่พักรับรองสำหรับลูกค้า

นิรันดร์ (2540) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาสำนักพหลโยธิน พบว่าผู้ที่ใช้บริการ ส่วนมากเป็นเพศชาย สถานภาพโสด อายุจะอยู่ในช่วง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนจะอยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาท และมีอาชีพรับจ้างมากที่สุด ประเภทการใช้บริการได้แก่ รับฝาก-ถอนเงิน จากการศึกษาพบว่าความมั่นคงของธนาคารมีผลต่อทัศนคติของลูกค้าที่ใช้บริการสูง โดยเฉพาะความมั่นคงในด้านที่เป็นธนาคารไทยขนาดใหญ่ของประเทศ โดยวัดจากความมั่นคงของธนาคารจากราคาหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ ในด้านความรวดเร็วของการให้บริการในการฝาก-ถอน ด้านสินเชื่อ ด้านธุรกิจต่างประเทศ การเปิดบัญชี สถานที่ที่สะดวกต่อการเข้าไปใช้บริการ ระเบียบและขั้นตอนการให้บริการอัธยาศัยของผู้ให้บริการ ความถูกต้องของการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะในเรื่องของการมีโทรศัพท์สาธารณะเพียงพอเพื่อการติดต่อธุรกิจ จะมีผลต่อทัศนคติของลูกค้า สามารถสรุปได้ว่าลูกค้าที่ใช้บริการมีทัศนคติต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาสำนักพหลโยธินค่อนข้างสูง

วรวัช (2540) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา ศรีนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 20 - 30 ปี อาศัยอยู่ในเขตเทศบาล การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นลูกค้ากับธนาคารในช่วงเวลาตั้งแต่ 1-5 ปี ประกอบอาชีพค้าขาย และประกอบอาชีพนักธุรกิจ เกี่ยวกับการใช้บริการ ลูกค้าส่วนใหญ่จะใช้บริการมากกว่า 1 ธนาคาร และมีบัญชีหรือใช้บริการด้านต่าง ๆ ของธนาคารมากกว่า 1 ประเภท สำหรับบัญชีที่นิยมใช้บริการมากคือ บัญชีประเภทสะสมทรัพย์ รองลงมาคือ บัญชีฝากประจำ สำหรับเหตุผลที่ลูกค้า ส่วนใหญ่ใช้บริการกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เพราะเคยใช้มาก่อนหรือใช้บริการมานาน ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อ ๆ มาในการใช้บริการ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ

เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจพอสมควร หรือระดับปานกลาง ทั้งด้านเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก และการให้บริการ ปัญหาอุปสรรคของลูกค้าต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่พบปัญหาในระดับที่เป็นปัญหาน้อย

สุวัฒนา (2540) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคค้า) พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก ต่อการให้บริการในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการให้บริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ต่อการให้บริการด้านสถานที่ประกอบการ และลูกค้าที่มีอาชีพและอายุต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยลูกค้าที่มีอาชีพพนักงาน มีความพึงพอใจสูงกว่า ลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ ค้าขาย และอาชีพอื่น ๆ ลูกค้าที่มีอายุ 7-15 ปี มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่มีอายุ 16 ปีขึ้นไป

วิธีการศึกษา

1. แหล่งข้อมูล การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนาและการวิจัยเชิงสำรวจ โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลดังต่อไปนี้

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน จากลูกค้าของธนาคารที่มาใช้บริการ ณ สาขาซอยลาดกระบังเนื่องจากสาขาซอยลาดกระบังเป็นสาขาที่เปิดดำเนินการใหม่ ลูกค้าที่มาใช้บริการจึงยังมีน้อย และส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำ จึงทำให้ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 150 ชุด

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมจากเอกสารวิชาการ วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง และสถิติต่าง ๆ

2. วิธีการสุ่มตัวอย่าง ในการกำหนดจำนวนประชากรตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้ผลของการวิจัยมีความแม่นยำและเที่ยงตรง ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน โดยจะสุ่มตัวอย่างเป็นระยะเวลา 10 วัน วันละ 20 คน แบ่งเป็นช่วงเช้า (9.30 น. - 12.00 น.) จำนวน 10 คน และช่วงบ่าย (13.00 น. - 15.30 น.) จำนวน 10 คน สำหรับกลุ่มตัวอย่างได้กำหนดการสุ่มตัวอย่างประเภทแบบเฉพาะเจาะจงโดยพิจารณาจากรหัสสาขาของหมายเลขบัญชีที่ลูกค้ามาใช้บริการแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

2.1 ลูกค้าสาขาซอยลาดกระบัง หมายเลขบัญชีจะเป็น 150-X-XXXXX-X จำนวน 100 ราย เพื่อได้ข้อมูลกลับคืนมาจำนวน 75 ราย

2.2 ลูกค้านั่งต่างสาขาที่มาใช้บริการ ณ สาขาย่อยลาดกระบัง หมายเลขบัญชีจะเป็น XXX-X-XXXXX-X หรือลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำแต่ไม่มีบัญชีเงินฝากของธนาคาร จำนวน 100 ราย เพื่อได้ข้อมูลกลับคืนมาจำนวน 75 ราย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการจากธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ใช้บริการจากธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการอื่น ๆ ที่ลูกค้าคิดว่าสาขาควรปรับปรุงให้ดีขึ้น

4. การทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test) แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ได้นำไปทดสอบ (Pre-test) กับลูกค้าของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง จำนวน 30 คน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ซึ่งได้ค่า $\alpha = 0.9440$ หรือค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม = 94.40%

5.วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ทำการประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS (Statistic Package for Social Sciences) แล้วนำเสนอในรูปแบบตาราง กราฟ หรือแผนภูมิ ซึ่งจะมีคำอธิบายและแปลผลตามลำดับดังนี้

5.1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ วิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่และหาค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น เช่น ความพึงพอใจต่อการบริการ การสำรวจความต้องการของลูกค้า วิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

ผู้วิจัยได้สร้างคำถามเพื่อวัดระดับความพึงพอใจโดยดัดแปลงมาจาก Likert Scale โดยกำหนดการให้คะแนน คือ

พอใจมากที่สุด	มีค่าคะแนนเท่ากับ	5
พอใจมาก	มีค่าคะแนนเท่ากับ	4
พอใจ	มีค่าคะแนนเท่ากับ	3
พอใจเล็กน้อย	มีค่าคะแนนเท่ากับ	2
ไม่พอใจ	มีค่าคะแนนเท่ากับ	1

สำหรับค่าคะแนนที่ผู้กรอกแบบสอบถาม ให้ความเห็นในแต่ละด้าน จะนำไปคำนวณน้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ย (Weight Mean Score) โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	5.00 - 4.21	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	4.20 - 3.41	หมายถึง	พึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	3.40 - 2.61	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	2.60 - 1.81	หมายถึง	พึงพอใจเล็กน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.80 - 1.00	หมายถึง	ไม่พึงพอใจ

ผู้วิจัยได้สร้างคำถามเพื่อวัดระดับความต้องการของผู้ใช้บริการโดยดัดแปลงมาจาก Likert Scale โดยกำหนดการให้คะแนน คือ

ความต้องการมากที่สุด	มีค่าคะแนนเท่ากับ	5
ความต้องการมาก	มีค่าคะแนนเท่ากับ	4
ความต้องการปานกลาง	มีค่าคะแนนเท่ากับ	3
ความต้องการน้อย	มีค่าคะแนนเท่ากับ	2
ความต้องการน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเท่ากับ	1

สำหรับค่าคะแนนที่ผู้กรอกแบบสอบถาม ให้ความเห็นในแต่ละด้าน จะนำไปคำนวณน้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ย (Weight Mean Score) โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	5.00 - 4.21	หมายถึง	ความต้องการมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	4.20 - 3.41	หมายถึง	ความต้องการมาก
คะแนนเฉลี่ย	3.40 - 2.61	หมายถึง	ความต้องการปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	2.60 - 1.81	หมายถึง	ความต้องการน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.80 - 1.00	หมายถึง	ความต้องการน้อยที่สุด

สมมติฐานของการศึกษา

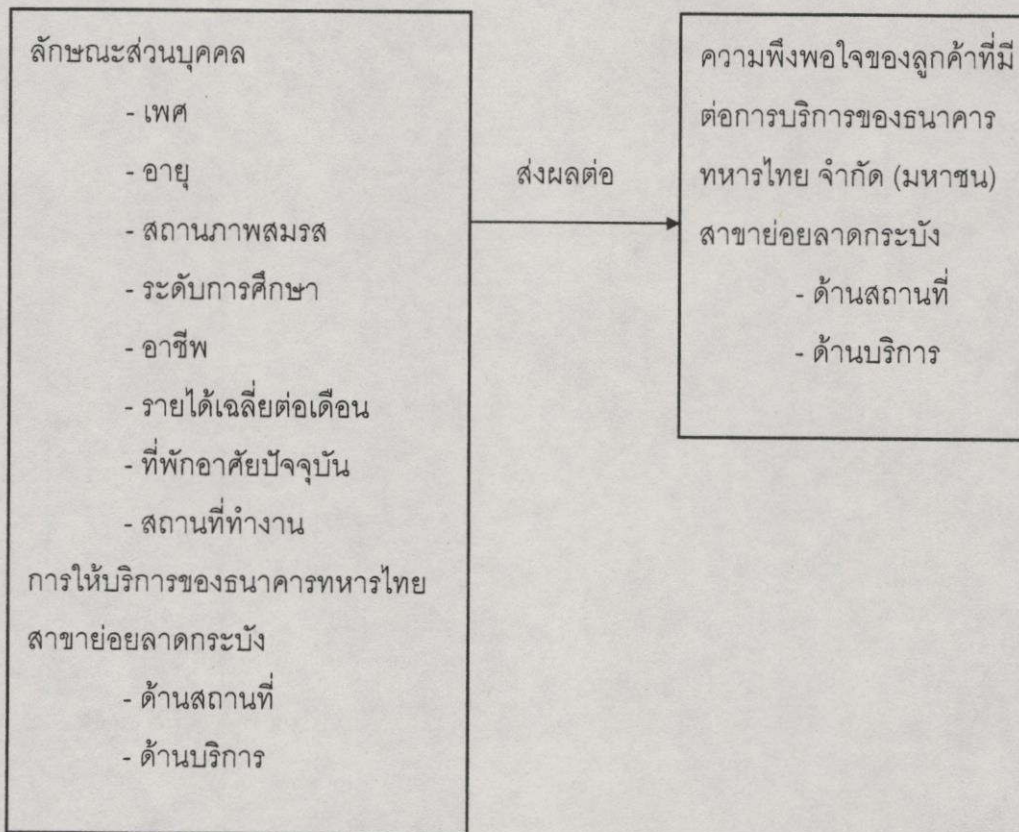
1. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด(มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ที่พักอาศัย สถานที่ทำงาน และสาขา ไม่แตกต่างกัน

2. ความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ที่พักอาศัย สถานที่ทำงาน และสาขา ไม่แตกต่างกัน

กรอบแนวความคิดของการศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independent variable)

ตัวแปรตาม (Dependent variable)



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดของการศึกษา

บทที่ 2

แนวความคิดทางทฤษฎี

ในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยลาดกระบัง ผู้ศึกษาได้ศึกษาถึงแนวความคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดของความพึงพอใจ
2. แนวความคิดของงานบริการ
3. กลยุทธ์การตลาดสำหรับการจัดการธุรกิจบริการ
4. คุณภาพของการบริการ

แนวความคิดของความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า "Satisfaction" ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้

วิมลลลิตี (2526) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกดี เลว พอใจ ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ เป็นต้น

พิน (2529) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า หมายถึง ความรู้สึกรัก ชอบ ยินดี เต็มใจ หรือเจตคติ ของบุคคลที่เกิดจากการได้รับการตอบสนองตามความต้องการทั้งด้านวัตถุและด้านจิตใจ

ซรีณี (2530) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

มนตรี (2536) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ตนเองต้องการ หรือเป็นไปตามที่ตนเองต้องการ และความรู้สึกดังกล่าวนี้จะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น ถ้าหากความต้องการหรือเป้าหมายนั้นไม่รับการตอบสนอง ซึ่งระดับความพึงพอใจจะแตกต่างกัน ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยองค์ประกอบของการบริการ

สุวัฒนา (2540) สรุปความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี หรือเจตคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ เมื่อบุคคลอุทิศแรงกาย แรงใจ และสติปัญญาเพื่อกระทำในสิ่งนั้น ๆ

Morse (1958) อธิบายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้นและในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

Vroom (1964) กล่าวว่า ทศคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองนี้จะหมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทศคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทศคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

Porter and Lawler (1968) ให้ความหมายไว้ว่า เป็นแนวความคิดหรือทศคติอย่างหนึ่ง เป็นสภาวะรับรู้ภายใน ซึ่งเกิดจากความคาดหวังไว้ ถ้าได้รับตามที่คาดหวัง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น ถ้าได้น้อยกว่าที่คาดหวังก็ทำให้เกิดความไม่พอใจ

Wolman (1973) นิยามไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

Shelly (1975) ได้ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกในทางบวกของบุคคลที่เกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลนั้นได้รับการตอบสนอง โดยการตอบสนองนั้นเกิดขึ้นเท่ากับ หรือมากกว่าเป้าหมาย วัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

ความสำคัญของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง ที่ช่วยให้งานประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานเกี่ยวกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการ มีปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ก็คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้น ผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์อย่างสูงสุด (สาโรช, 2534 : 15)

Millert (1954) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการ หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ โดยวัดจาก (1) การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable service) คือ การบริการที่มีความยุติธรรม เสมอภาค และเสมอหน้า (2) การให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely service) คือ การให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน (3) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) คือ ความเพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ (4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) (5) การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive service) คือ การพัฒนางานบริการด้านปริมาณ และคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ

แนวความคิดของงานบริการ

ลักษณะงานบริการ

1. งานบริการเป็นงานที่มีการผลิตและบริการเกิดขึ้นพร้อมกันคือ ไม่อาจกำหนดความต้องการแน่นอนได้ ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการว่าต้องการเมื่อใดและต้องการอะไร
2. งานบริการเป็นงานที่ไม่อาจกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าได้ การมาใช้บริการหรือไม่ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของผู้ใช้บริการการกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าจึงไม่อาจทำได้ นอกจากการคาดคะเนความน่าจะเป็นเท่านั้น
3. งานบริการเป็นงานที่ไม่มีตัวสินค้า ไม่มีผลผลิต สิ่งที่ใช้บริการจะได้คือ ความพึงพอใจ ความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ ดังนั้นคุณภาพของงาน จึงเป็นสิ่งสำคัญมาก

4. งานบริการเป็นงานที่ต้องการการตอบสนองในทันที ผู้ใช้บริการต้องการให้ลงมือปฏิบัติทันที ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องพร้อมที่จะต้องตอบสนองตลอดเวลา

ศิริวรรณ และคณะ (2539) ได้กล่าวไว้ว่าบริการเป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า บริการมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 4 ประการคือ (1) ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ (2) ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเน้นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะเดียวนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่น ๆ ให้บริการแทนกันได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคเวลาเดียวกัน ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องเวลา (3) ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใครจะบริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร (4) ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่นถ้าความต้องการมีความสม่ำเสมอการให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาคือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

องค์ประกอบของงานบริการ

งานบริการต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ คือ

1. คุณภาพของทรัพยากร ต้องเลือกสรรแล้วว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้และมีคุณภาพดี
2. คุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ ต้องมีความรอบรู้ในงานบริการนั้นเป็นอย่างดี
3. การสื่อสาร เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการ การใช้ภาษาสัญลักษณ์ ต้องสามารถสื่อความหมายให้เข้าใจกันได้อย่างดี

แนวความคิดทั่ว ๆ ไปของการตลาดบริการ

นริทิพย์ (2537) การให้ความหมายและขอบเขตของตลาดบริการเป็นเรื่องที่ค่อนข้างลำบากโดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตนและจับต้องไม่ได้ (Intangible) ลูกค้าหรือผู้ให้บริการไม่สามารถมองเห็น ได้ยิน ดมกลิ่น สัมผัสได้ก่อนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งผู้ขายส่วนใหญ่จะทำการขายบริการให้ลูกค้าโดยตรง (Direct sale) ไม่มีการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง นอกจากนี้การให้บริการยังไม่สามารถแยกจากผู้ขายบริการได้ ตลอดจนผู้ขายบริการคนหนึ่งคนใดไม่สามารถ

ขายบริการในตลาดหลาย ๆ แห่งได้ในเวลาเดียวกัน เช่น บริการของพนักงานต้อนรับของโรงแรม A จะคอยให้บริการ ข้าราชการ อำนวยความสะดวก แก่ผู้เข้ามาใช้บริการในโรงแรมด้วยอัธยาศัยและไมตรีจิตที่ดีในเวลานั้นจะไม่สามารถให้บริการเช่นนี้กับโรงแรมอื่น ๆ ได้

นอกจากนี้การกำหนดคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการเป็นสิ่งที่ยากลำบากยิ่ง แม้คนให้บริการจะเป็นบุคคลคนเดียวกัน แต่ต่างเวลา ต่างสถานที่ ต่างโอกาสก็ย่อมทำให้คุณภาพการบริการไม่เหมือนกัน เช่น ช่างทำผมถ้าหากวันนี้อารมณ์เสียหรือเจ็บป่วยจะทำให้ประสิทธิภาพของการให้บริการลดลงจากวันก่อน ๆ

ผู้บริหารของตลาดบริการจะไม่ต้องยุ่งยากใจในเรื่องสินค้าคงคลัง เพราะหลังจากกระบวนการบริการผ่านพ้นไปแล้วก็จะไม่มีสินค้าคงคลัง เนื่องจากการบริการเก็บรักษาไว้ไม่ได้ แต่การบริการบางอย่างก็มีสินค้าไว้ประกอบการบริการ เช่น บริการเช่ารถยนต์ การทำสวนอาหาร ฯลฯ ซึ่งผู้บริหารต้องคำนึงถึงสินค้าคงคลังของสินค้าที่ประกอบการบริการว่าจะมีมากน้อยเพียงพอหรือไม่

เนื่องจากการบริการเป็นการขายตรงให้กับผู้ซื้อในขณะนั้น และยังไม่เก็บรักษาไว้ไม่ได้ จึงมีความเสี่ยงที่มักจะเกิดขึ้นสำหรับการบริการที่เป็นฤดูกาล เช่น การบริการท่องเที่ยว โรงแรม สวนสนุก เป็นต้น ซึ่งข้อจำกัดเกี่ยวกับฤดูกาลจะทำให้มีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นในระหว่างนอกฤดูกาล ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายคงที่ทั้งสิ้น

กลยุทธ์การตลาดสำหรับการจัดการธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ และคณะ (2539) กล่าวว่า นอกจากจะต้องเข้าใจแนวคิดของบริการแล้ว ในการจัดการธุรกิจบริการผู้บริหารการตลาดยังต้องการกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญอีก 2 ประการ คือ

1. การตลาดภายใน (Internal Marketing) การตลาดภายในของบริษัท จะรวมถึงการอบรมและการจูงใจพนักงานบริการ ในการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้ารวมถึงพนักงานที่ให้การสนับสนุนการให้บริการโดยให้เกิดการทำงานกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
2. การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive Marketing) หมายถึง การสร้างคุณภาพบริการให้เป็นที่เชื่อถือ เกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า เช่น การให้บริการด้วยการดูแลเอาใจใส่ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า รวมถึงความรวดเร็วในการบริการ

นอกจากนี้เพื่อให้ได้เปรียบด้านการแข่งขัน และยกระดับคุณภาพของการบริการ ธุรกิจบริการยังมึ้งงานด้านการตลาดที่สำคัญอีก 3 ประการ ได้แก่ การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (Competitive differentiation) การรักษาคุณภาพของการบริการ (Service quality) และการเพิ่มผลผลิตของการบริการ (Productivity) ซึ่งในการศึกษาเรื่องนี้จะเน้นในเรื่องการรักษาคุณภาพของการบริการ (Service quality) และเสนอคุณภาพการให้บริการตามความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งมีข้อพิจารณา ดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า
2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
3. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่น่าเชื่อถือมีความเป็นกันเอง มีวิจรรย์ญาณ
4. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
5. ความปลอดภัย (Safety) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงต่าง ๆ

คุณภาพของการบริการ

วีรพงษ์ (2539) ได้กล่าวถึงคุณภาพของบริการสรุปได้ว่าคุณภาพของบริการ คือ

1. ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
2. ระดับของความสามารถของบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า
3. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากได้รับบริการไปแล้ว

วัดคุณภาพของบริการที่ดัชนีความพึงพอใจ หรือ CSI (Customer satisfaction index) ของลูกค้าหลังจากได้รับบริการนั้น ๆ ไปแล้ว ในการประเมินระดับคุณภาพของบริการนั้น อาจใช้ปัจจัยหรือองค์ประกอบของบริการในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งสามารถตรวจสอบ ตรวจสอบ ประเมินค่า หรือเกรด หรือนับจำนวน หรือให้หน่วยคะแนน หรือระดับความรู้สึกพึงพอใจได้ในลักษณะที่ผู้อื่นส่วนมากยอมรับได้ ดังนั้นในการประเมินคุณภาพของบริการของสถานบริการต่าง ๆ จึงต้องพิจารณาระดับความพึงพอใจที่ลูกค้าได้รับจากปัจจัยคุณภาพต่าง ๆ (Service characteristics and attributes) ตลอดระยะเวลาที่ใช้บริการอยู่นั้น จนเสร็จสิ้นกระบวนการรับบริการหนึ่ง ๆ หรือเสร็จสิ้นวงจรบริการหนึ่ง ๆ (Service cycle)

Berry (1985) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพของงานบริการ เพื่อค้นคว้าปัจจัยที่จัดว่าเป็นตัวตัดสินระดับคุณภาพของงานบริการ ในสายตาของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า ซึ่งสรุปถึงปัจจัยที่ลูกค้ามักอ้างถึง 10 ปัจจัย คือ (1) ความเชื่อถือได้ในคุณลักษณะหรือมาตรฐานการให้บริการ (Reliability) (2) ความตอบสนองต่อความต้องการหรือความรู้สึกของลูกค้า (Responsiveness) (3) ความสามารถ สมรรถนะในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม และเชี่ยวชาญรู้จริง (Competence) (4) การเข้าถึงง่าย การให้บริการได้อย่างไม่ยุ่งยาก (Access) (5) ความสุภาพ เคารพบนอบ ความอ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทที่ดีของบริกร (Courtesy) (6) ความสามารถและสมบุรณ์ในการสื่อความ และสัมพันธ์กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าทราบ เข้าใจ และได้รับคำตอบในข้อสงสัย หรือความไม่เข้าใจต่าง ๆ ได้อย่างกระจ่างชัด (Communication) (7) ความเชื่อถือได้ ความมีเครดิตของผู้ให้บริการ (Credibility) (8) ความมั่นคง ปลอดภัย อบอุ่นสบายใจของลูกค้าในขณะที่ใช้บริการ (Security) (9) ความเข้าใจลึกซึ้งในลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน (Customer understanding) (10) ส่วนที่สัมผัสได้ และรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ (Tangibles)

บทที่ 3

ความเป็นมาของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

ประวัติของธนาคารทหารไทย

ธนาคารทหารไทย จำกัด ก่อกำเนิดจากความคิดริเริ่มของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ที่ ต้องการรวบรวมเงินนอกงบประมาณแผ่นดินของทหารที่กระจัดกระจายอยู่ตามแหล่งต่าง ๆ เข้าด้วยกัน โดยจัดตั้งเป็นสถาบันการเงินในรูปของธนาคาร เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการทางการเงินแก่ราชการทหาร และเป็นการเพิ่มสวัสดิการทางการเงิน ให้แก่ข้าราชการทหาร และครอบครัวโดย ได้รับความเห็นชอบให้จัดตั้งธนาคารจากคณะรัฐมนตรีและจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิเพื่อก่อตั้ง "ธนาคารทหารไทย จำกัด" หรือ "THE THAI MILITARY BANK, LTD." เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม พ.ศ. 2499 มีทุนจดทะเบียนเป็นจำนวน 10 ล้านบาท แบ่งเป็น 100,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท ผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่เป็นข้าราชการทหารทั้งในและนอกประจำการจำนวน 4,982 ราย

ธนาคารทหารไทย จำกัด ได้เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ.2500 ณ อาคาร 2 ถนนราชดำเนิน โดยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการ และ นายโชติ คุณะเกษม เป็นผู้จัดการคนแรกของธนาคารทหารไทย มีจำนวนพนักงานทั้งสิ้น 26 คน โดยในระยะแรกของการดำเนินงานธนาคารทหารไทยได้กำหนดบทบาทและจำกัดขอบเขตในการดำเนินธุรกิจ เพียงเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการทางการเงินแก่หน่วยงานทหารและเพิ่มสวัสดิการทางการเงินให้แก่ข้าราชการทหารเป็นหลักตามแนวความคิดแรกเริ่ม ต่อมาธนาคารได้ให้บริการทางการเงินแก่ลูกค้าครอบคลุมทุกด้าน รวมทั้งมีฐานลูกค้าที่กระจายไปสู่ภาคธุรกิจเอกชนต่าง ๆ เพิ่มขึ้นตามลำดับ และปัจจุบันธนาคารมีฐานะเป็นธนาคารพาณิชย์เต็มรูปแบบ

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ได้เตรียมความพร้อมที่จะเผชิญกับสภาพการณ์ที่เกิดขึ้น โดยมีการคาดหมายล่วงหน้าว่า ในปี พ.ศ.2540 นี้ระบบเศรษฐกิจคงมีปัญหาและระบบการเงินจะเผชิญกับภาวะขาดสภาพคล่อง จึงได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจภายใต้ นโยบาย "มุ่งสู่ธนาคารคุณภาพ" ที่เน้นกลยุทธ์ในด้านอัตราการเติบโตและการทำกำไร มาเป็นการดำเนินธุรกิจภายใต้ นโยบาย "มุ่งสู่ธนาคารคุณภาพ" โดยเน้นกลยุทธ์ในด้านการรักษาเสถียรภาพ ในการดำเนินงานและความมั่นคงของธุรกิจธนาคารส่งผลให้ธนาคารทหารไทยสามารถดำเนินธุรกิจผ่านพ้นวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาได้ (ธนาคารทหารไทย,2541)

สำหรับกลยุทธ์ด้านการรักษาเสถียรภาพในการดำเนินงานและความมั่นคงของธุรกิจธนาคาร ซึ่งเป็นกลยุทธ์หลักนั้นมีสาระสำคัญ สามารถสรุปโดยสังเขปดังนี้

1. รักษาสภาพคล่องของธนาคารโดยเน้นการเร่งระดมเงินฝากภายในประเทศและชะลอการปล่อยสินเชื่อ ด้วยการมุ่งรักษาลูกค้าเก่าและเน้นลูกค้าใหม่ที่มีศักยภาพ
2. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจและนโยบายของทางการเกี่ยวกับเรื่องการประหยัดค่าใช้จ่าย
3. เพิ่มทุนจดทะเบียน เพื่อเพิ่มเสถียรภาพและความมั่นคงของธนาคาร รวมทั้งขีดความสามารถในการขยายธุรกิจเพิ่มขึ้น นอกจากนี้การเพิ่มทุนจดทะเบียนจะทำให้ธนาคารมีสัดส่วนเงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยงเป็นไปตามข้อกำหนดของทางการในเรื่องความเพียงพอของเงินกองทุน
4. เร่งสำรวจค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ ให้ครบจำนวนก่อนระยะเวลาที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด
5. มุ่งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ธนาคารอย่างต่อเนื่อง
6. นำระบบการบริหารคุณภาพมาใช้ในการบริหารงาน

นอกจากนั้น ธนาคารยังได้มีการพัฒนาระบบการปฏิบัติงานของธนาคาร ให้มีคุณภาพมาตรฐาน โดยนำระบบคุณภาพ ISO 9002 ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาบริการทางการเงินของธนาคารให้สามารถตอบสนองของความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดีและเอื้ออำนวยให้ธนาคารสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้สูงขึ้น

ผลการดำเนินงานของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

ผลการดำเนินงานของธนาคารในช่วงปี พ.ศ. 2540 ที่ผ่านมา พอสรุปได้ดังนี้

1. สินทรัพย์ ณ สิ้นปี พ.ศ. 2540 ธนาคารมียอดสินทรัพย์รวมจำนวน 388,549 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี พ.ศ. 2539 ร้อยละ 16.50 และมีส่วนแบ่งตลาดของสินทรัพย์ ณ สิ้นปี พ.ศ. 2540 ในอัตราร้อยละ 6.50 ของระบบธนาคารพาณิชย์ไทย
2. เงินฝาก ณ สิ้นปี พ.ศ. 2540 ธนาคารมียอดเงินฝากรวม 257,574 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี พ.ศ. 2539 ร้อยละ 17.30 และมีส่วนแบ่งตลาดของเงินฝาก ณ สิ้นปี พ.ศ. 2540 ในอัตราร้อยละ 6.30 ของระบบธนาคารพาณิชย์ไทย

3. เงินให้สินเชื่อ และดอกเบี้ยค้างรับ-สุทธิ ณ สิ้นปี พ.ศ. 2540 ธนาคารมียอดเงินให้สินเชื่อและดอกเบี้ยค้างรับ-สุทธิ จำนวน 299,864 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี พ.ศ. 2539 ร้อยละ 12.90 และมีส่วนแบ่งตลาดของเงินให้สินเชื่อและดอกเบี้ยค้างรับ-สุทธิ ณ สิ้นปี พ.ศ. 2540 ในอัตรา ร้อยละ 6.30 ของระบบธนาคารพาณิชย์ไทย

4. เงินกองทุน ณ สิ้นปี พ.ศ. 2540 ธนาคารมียอดเงินกองทุนจำนวน 28,953 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี พ.ศ. 2539 ในอัตราร้อยละ 8.00 และมีส่วนแบ่งการตลาดของเงินกองทุน ณ สิ้นปี พ.ศ. 2540 ในอัตราร้อยละ 5.70 ของระบบธนาคารพาณิชย์ไทย

5. กำไรสุทธิ ในรอบปี พ.ศ. 2540 ธนาคารมีความสามารถทำกำไรสุทธิได้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 1,368 ล้านบาท ลดลงจากรอบปี พ.ศ. 2539 ในอัตราร้อยละ 72.20 โดยมีสาเหตุมาจากการที่ธนาคารต้องตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญและสำรองในด้านต่าง ๆ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ใหม่ของธนาคารแห่งประเทศไทย

6. จำนวนพนักงาน ณ สิ้นปี พ.ศ. 2540 ธนาคารมีจำนวนพนักงานทั้งสิ้น 8,149 คน ลดลงจากสิ้นปี พ.ศ. 2539 ในอัตราร้อยละ 3.00

7. จำนวนสาขา ณ สิ้นปี พ.ศ. 2540 ธนาคารมีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 359 สาขา เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี พ.ศ. 2539 ในอัตราร้อยละ 4.70 ทั้งนี้เป็นสาขาในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 109 สาขา สาขาในต่างจังหวัด 246 สาขา และสาขาในต่างประเทศ 4 สาขา

ความก้าวหน้าด้านต่าง ๆ

ในรอบปี พ.ศ. 2540 ธนาคารยังมีความก้าวหน้าในด้านต่าง ๆ พอสรุปได้ดังนี้

1. ธนาคารได้รับการรับรองระบบคุณภาพ ISO 9002 ที่สาขาสีลม จากสถาบัน UKAS ณ วันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2540 นับเป็นธนาคารไทยแห่งแรกที่ได้รับการรับรองระบบคุณภาพ ISO 9002

2. ธนาคารให้ความสำคัญกับการให้บริการแก่ลูกค้าด้วยโครงการ Service mind ซึ่งเป็น การให้บริการที่มีคุณภาพแก่ลูกค้าในช่วงปี พ.ศ. 2540 ที่ผ่านมา ธนาคารได้นำโครงการ Service mind มาใช้กับทุกหน่วยงานของธนาคาร

3. การเพิ่มทุนจดทะเบียน ผู้ถือหุ้นธนาคารมีมติให้ธนาคารทหารไทยเพิ่มทุนจดทะเบียน จาก 5,132 ล้านบาท เป็น 12,000 ล้านบาท ด้วยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนขึ้นอีกจำนวน 687 ล้านหุ้น โดยให้อยู่ในอำนาจของกรรมการธนาคารทำการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนดังกล่าว คณะกรรมการ

ธนาคารได้มีมติจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนจำหน่ายในครั้งแรก จำนวน 501.66 ล้านบาท ซึ่งมีการจัดสรรดังต่อไปนี้

3.1 จำนวน 200.00 ล้านบาท จัดสรรให้กับผู้ถือหุ้นเดิม

3.2 จำนวน 301.66 ล้านบาท จัดสรรให้แก่บุคคลในวงจำกัดหรือกล่าวได้ว่าเป็นการขายหุ้นแบบเฉพาะเจาะจง

โดยกำหนดวันจองซื้อหุ้นเพิ่มทุนในวันที่ 8-14 มกราคม พ.ศ. 2541 และธนาคารสามารถจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนได้ทั้งหมด ทำให้ธนาคารสามารถเพิ่มทุนได้จำนวนทั้งสิ้น 5,016.60 ล้านบาท

สำหรับในปี พ.ศ. 2541 นั้น ธนาคารคาดหมายว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศยังคงซบเซาอย่างต่อเนื่องในช่วงครึ่งปีแรก สำหรับในช่วงครึ่งหลังของปี พ.ศ. 2541 จะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ดังนั้นเป้าหมายการดำเนินงานในรอบปี พ.ศ. 2541 ของธนาคาร จึงไม่เน้นกลยุทธ์ในด้านอัตราเติบโต และการทำกำไร หากแต่มุ่งเน้นถึงกลยุทธ์ในการบริหารสินทรัพย์ให้มีคุณภาพ และการรักษาเสถียรภาพในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งความมั่นคงของธนาคารเป็นสำคัญ

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) เปิดดำเนินการมาเป็นระยะเวลา 41 ปี มีสาขาทั้งสิ้นจำนวน 359 สาขา

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาซอยลาดกระบัง เป็นสาขาลำดับที่ 345 ได้เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2540 ณ อาคารเลขที่ 18/56-57 ถนนอ่อนนุช-ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ โดยมีจำนวนพนักงานทั้งสิ้น 8 คน ประกอบด้วย

1. นายสุเมธ	อังกพัฒนากุล	(ผู้จัดการสาขา)
2. นายกิตติศักดิ์	ลิ้มวัฒนชัย	(ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา)
3. นายมานะ	ชินสมบุญณ์	(พนักงานอำนวยการ)
4. นายจักรกริช	ศรีรัตน์นะ	(พนักงานส่งเสริมธุรกิจ)
5. นางสาวอัญชลี	บุญสัมพันธ์	(พนักงานธนาคาร)
6. นางสาวศิริพร	สุประพาส	(พนักงานธนาคาร)
7. นางสาวสุมาลี	ขันธศักดิ์	(พนักงานทั่วไป)
8. นายสุรเชษฐ์	ธีระประภา	(พนักงานขับรถ)

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาซอยลาดกระบัง มีบัญชีเงินฝากจำนวน 3,645 บัญชี และมีจำนวนเงินฝากคือ 465.10 ล้านบาท (ข้อมูล ณ วันที่ 27 ตุลาคม พ.ศ. 2541) ซึ่งสามารถจำแนกตามประเภทบัญชีดังนี้

บัญชีกระแสรายวัน	จำนวน	79	บัญชี	จำนวนเงิน	1.90	ล้านบาท
บัญชีออมทรัพย์	จำนวน	3,130	บัญชี	จำนวนเงิน	33.80	ล้านบาท

บัญชีเงินฝากประจำ	จำนวน	435	บัญชี	จำนวนเงิน	379.40	ล้านบาท
บัญชีเงินฝาก NCD	จำนวน	1	บัญชี	จำนวนเงิน	50.00	ล้านบาท
สำหรับเงินให้กู้ยืม (สินเชื่อ) มีจำนวน 10 บัญชี และมีจำนวนเงินที่ให้สินเชื่อเท่ากับ 14.58						
ล้านบาท (ข้อมูล ณ วันที่ 27 ตุลาคม พ.ศ.2541) มีรายละเอียดดังนี้						
เงินเบิกเกินบัญชี	จำนวน	8	บัญชี	จำนวนเงิน	14.30	ล้านบาท
เงินกู้	จำนวน	2	บัญชี	จำนวนเงิน	0.28	ล้านบาท

การประกอบธุรกิจการธนาคาร

ในการประกอบธุรกิจการธนาคารสามารถแบ่งบริการได้ 3 ประเภท คือ

1. บริการรับฝากเงิน
2. บริการให้กู้ยืมเงิน (สินเชื่อ)
3. บริการอันเป็นประเพณีที่ธนาคารพาณิชย์พึงกระทำ

บริการรับฝากเงิน

การรับฝากเงินเป็นธุรกิจที่สำคัญที่สุดของธนาคารพาณิชย์ทุกธนาคารเพราะเงินฝากเป็นแหล่งที่มาส่วนใหญ่ของเงินที่ธนาคารจะนำไปใช้ในการให้กู้ยืม หรือลงทุนและการดำเนินงานอื่น ๆ การที่ประชาชนฝากเงินกับธนาคาร นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อตัวผู้ฝากในด้านความสะดวกปลอดภัย และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนด้วยแล้ว ยังเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศด้วย เนื่องจากธนาคารรับฝากเงินหลาย ๆ รายรวมกันเป็นจำนวนมากแล้วได้อาศัยเงินส่วนหนึ่งที่ลูกค้านำมาฝากไว้ นั้น นำไปให้กู้ยืม หรือลงทุนในธุรกิจการค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจอื่นที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ ซึ่งผู้ฝากแต่ละรายไม่อาจให้กู้ยืมหรือลงทุนในธุรกิจเหล่านั้นโดยตรงได้

เงินฝากตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยออกตามความในมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2522 แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. เงินฝากที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม เป็นเงินฝากที่ผู้ฝากจะถอนคืนเมื่อใดก็ได้ ประกอบด้วย เงินฝากกระแสรายวัน ซึ่งเป็นเงินฝากเผื่อเรียก (Call money) ซึ่งนิยมฝากกันระหว่างธนาคาร
2. เงินฝากออมทรัพย์ เป็นเงินฝากเพื่อการออมทรัพย์ จ่ายคืนเมื่อทวงถาม ซึ่งใช้สมุดคู่มือฝากสำหรับบันทึกรายการฝากและถอนและไม่ใช้เช็คในการถอน

3. เงินฝากที่ต้องจ่ายคืนเมื่อสิ้นระยะเวลา เป็นเงินฝากที่ผู้ฝากตกลงว่าจะฝากไว้เป็นกำหนดเวลาแน่นอน และจะถอนก่อนครบกำหนดที่ตกลงฝากไว้ไม่ได้ แต่ในทางปฏิบัติ ธนาคารมักจะยินยอมให้ถอนก่อนครบกำหนดได้เพื่อจูงใจลูกค้า

ธนาคารจะจ่ายดอกเบี้ยให้สำหรับเงินฝากแต่ละประเภท ในอัตราไม่เกินกว่าที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด

พระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2522 มาตรา 11 ได้กำหนดให้ธนาคารพาณิชย์ดำรงเงินสดสำรองตามกฎหมายเป็นอัตราส่วนกับเงินฝาก โดยมีวัตถุประสงค์ให้ธนาคารสำรองเงินไว้จำนวนหนึ่ง เพื่อการถอนเงินของลูกค้า อัตราส่วนธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนดจะต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 และไม่เกินร้อยละ 50 ของเงินฝาก ทั้งนี้อาจกำหนดให้ถือเอาหลักทรัพย์รัฐบาลไทยเป็นส่วนหนึ่งของเงินใดสำรองที่พึงดำรงไว้

บริการให้กู้ยืมเงิน (สินเชื่อ)

การให้กู้ยืมเงินเป็นธุรกิจหลักของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งทำรายได้ให้แก่ธนาคารมากที่สุด อาจแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

1. เงินเบิกเกินบัญชี ได้แก่การที่ธนาคารยินยอมให้ลูกค้าที่ขอกู้เงินจากธนาคาร โดยถอนเงินจากธนาคารเกินกว่ายอดฝากเงินคงเหลือในบัญชีกระแสรายวันของลูกค้าผู้นั้นภายในวงเงินและระยะเวลาตามที่ตกลงกัน และธนาคารจะคิดดอกเบี้ยจากเงินเบิกเกินบัญชีตามจำนวนเงินและระยะเวลาที่ปรากฏในยอดคงเหลือในบัญชี

2. เงินให้กู้ ได้แก่การที่ธนาคารให้กู้ยืมเงินเป็นจำนวนตามที่ตกลงกัน โดยผู้กู้อาจรับเงินนำไปในครั้งเดียวหรือหลายครั้งก็ได้ และมีกำหนดชำระคืนทั้งจำนวนเมื่อครบกำหนดหรือผ่อนชำระเป็นรายเดือนหรือรายงวด

3. การซื้อ ซีลลดหรือรับช่วงซีลลดตัวเงิน ได้แก่ การที่ธนาคารจ่ายเงินให้แก่ผู้นำตัวเงินมาขายลด เนื่องจากตัวเงินนั้นยังไม่ครบกำหนดชำระ แต่ผู้รับเงินตามตัวต้องการได้เงินไปก่อน ธนาคารจะเรียกเก็บส่วนลดนับตั้งแต่วันที่รับซื้อเงินจนถึงวันที่ตัวครบกำหนดโดยจะหักส่วนลดจากจำนวนเงินตามตัวในวันที่รับซื้อ

บริการอันเป็นประเพณีที่ธนาคารพาณิชย์พึงกระทำ

1. การโอนเงิน เป็นบริการของธนาคารพาณิชย์ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ที่จะส่งเงินจากท้องที่แห่งหนึ่งไปให้ผู้รับยังท้องที่อีกแห่งหนึ่ง ที่มีสาขาหรือสำนักงานของธนาคารเดียวกัน ตั้งอยู่ ถ้าหากไม่มีสาขาตั้งอยู่ที่โอนผ่านธนาคารอื่น การโอนเงินไปต่างประเทศก็ต้องมีธนาคารที่ติดต่อกัน (Correspondent Bank) ตั้งอยู่การโอนเงินอาจกระทำได้โดยการขายตั๋วแลกเงินให้ลูกค้า และลูกค้าส่งตั๋วแลกเงินไปให้ผู้รับทางไปรษณีย์หรือทางอื่นแล้วผู้รับนำตั๋วแลกเงินไปขึ้นเงินจากธนาคาร ณ สำนักงานที่ระบุไว้ในตั๋วแลกเงิน หรือจะขอให้ธนาคารโอนเงินไปให้ผู้รับทางโทรเลขหรือโทรศัพท์ ซึ่งธนาคารจะส่งโทรเลขหรือโทรศัพท์ไปยังสำนักงานอื่นที่จะเป็นผู้จ่ายเงิน แจ้งให้ผู้รับเงินทราบและมารับเงินไป ในการให้บริการโอนเงินธนาคารจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียม ซึ่งถ้าเป็นการโอนโดยการขายตั๋วแลกเงิน ค่าธรรมเนียมจะต่ำกว่าการโอนทางโทรเลขหรือโทรศัพท์ แต่การโอนทางโทรเลขหรือโทรศัพท์จะทำให้ผู้รับได้รับเงินเร็วกว่า

2. การเรียกเก็บเงินตามตราสารเพื่อลูกค้า เป็นบริการที่อำนวยความสะดวก ให้แก่ลูกค้า ที่สำคัญอย่างหนึ่ง กล่าวคือ เมื่อลูกค้าได้รับตั๋วเงิน เช่น เช็ค ดราฟท์ ตั๋วแลกเงิน ตั๋วเงินอื่นที่มีลักษณะทำนองเดียวกันแทนที่จะต้องนำตั๋วเงินนั้นไปเรียกเก็บเงินจากผู้จ่ายเงินโดยตรงก็สามารถมอบให้ธนาคารเรียกเก็บเงินให้ บริการนี้จะให้บริการแก่ลูกค้าที่มีบัญชีเงินฝากกับธนาคารเท่านั้น เมื่อเรียกเก็บเงินได้แล้ว ก็จะนำเงินไปเข้าบัญชีเงินฝากของผู้รับให้บริการเรียกเก็บเงินอาจจะเป็นภายในท้องที่เดียวกันภายในประเทศ หรือระหว่างประเทศก็ได้ธนาคารจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการนี้ ในอัตราพอสมควร

3. การรับรองและการค้ำประกัน ได้แก่ การที่ธนาคารยอมผูกพันตนเข้ารับรองหรือค้ำประกันการจ่ายเงินตามตั๋วเงินที่ลูกค้า เป็นผู้จ่ายเงินหรือการปฏิบัติตามสัญญาที่ลูกค้าจะต้องกระทำให้แก่คู่กรณีหากลูกค้าไม่จ่ายเงินหรือไม่ปฏิบัติตามสัญญา ธนาคารก็ต้องจ่ายเงินหรือชดใช้ค่าเสียหายแทน ในการนี้ธนาคารจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจากลูกค้าเป็นการตอบแทน และก่อนที่จะรับรองตั๋วเงินหรือออกหนังสือค้ำประกันให้ ธนาคารก็ต้องพิจารณาฐานะการเงินของลูกค้า และเรียกหลักประกันทำนองเดียวกับการให้กู้ยืม

4. ธุรกิจต่างประเทศ เป็นหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจด้านต่าง ๆ ที่กล่าวถึงข้างต้น แต่เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับเงินตราต่างประเทศ เช่น การรับฝากเงินที่เป็นเงินตราต่างประเทศ การให้กู้เงินตามตั๋วเงินค้ำสินค้าออกและสินค้าเข้า การโอนเงินระหว่างประเทศ การเรียกเก็บเงิน จากธนาคารในต่างประเทศ เป็นต้น นอกจากนั้น ธุรกิจต่างประเทศที่สำคัญได้แก่การเปิดเครดิตเตอร์ออฟเครดิต (Letter of credit : L/C) เพื่อการส่งสินค้าเข้า การซื้อหรือขายเงินตราต่างประเทศทั้งที่เป็นการ

ส่งมอบทันที และเพื่อการส่งมอบในอนาคต ธนาคารมีรายได้จากธุรกิจต่างประเทศในลักษณะ ดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม และกำไรจากการซื้อขายเงินตราต่างประเทศ

5. ธุรกิจอื่น ๆ ธนาคารพาณิชย์ให้บริการอย่างอื่น นอกจากที่กล่าวมาแล้วเพื่อประโยชน์ของลูกค้า เช่น การรับฝากของมีค่าโดยการให้เช่าตู้นิรภัยสำหรับเก็บสิ่งของมีค่า บริการชำระค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าประปา ค่าโทรศัพท์ และค่าภาษีหรือค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ให้แก่ส่วนราชการ หรือองค์กรต่าง ๆ เช็คของขวัญ บัตรสินเชื่อ (Credit card) เป็นต้น บริการเหล่านี้ช่วยเสริมให้การบริการทางการเงินมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ธนาคารพาณิชย์ที่มีบริการค่อนข้างครบถ้วนก็จะได้เปรียบเพราะโดยปกติลูกค้าที่มาฝากหรือขอกู้เงินจากธนาคารมักที่จะใช้บริการ อื่น ๆ ของธนาคารนั้นควบคู่ไปด้วย

บทที่ 4 ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยลาดกระบัง โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการทั้งสิ้นจำนวน 150 ชุด คิดเป็นร้อยละ 75.00 สามารถจำแนกลักษณะสภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมของลูกค้าในการศึกษาดังนี้

สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมของลูกค้า

เพศ

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 88 คน และเพศหญิงจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70 และ 41.30 ตามลำดับ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 เพศ

เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย	88	58.70
หญิง	62	41.30
รวม	150	100.00

อายุ

ลูกค้าของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง ส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 20 - 29 ปี เป็นจำนวนมากที่สุดคือ 68 คนคิดเป็นร้อยละ 45.30 รองลงมาเป็นลูกค้าที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 26.70 ลูกค้าอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ช่วงอายุระหว่าง 40 - 49 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 และอายุมากกว่า 49 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.70 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 อายุ

อายุ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	33	22.00
ระหว่าง 20 ปี - 29 ปี	68	45.30
ระหว่าง 30 ปี - 39 ปี	40	26.70
ระหว่าง 40 ปี - 49 ปี	8	5.30
มากกว่า 49 ปี	1	0.70
รวม	150	100.00

สถานภาพการสมรส

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง ส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นโสดจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 รองลงมาสถานภาพสมรสจำนวน 48 คนคิดเป็นร้อยละ 32.00 และหย่าร้างหรือแยกกันอยู่จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 สถานภาพการสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
โสด	100	66.70
สมรส	48	32.00
หย่า/แยกกันอยู่	2	1.30
รวม	150	100.00

ระดับการศึกษาชั้นสูงสุด

พบว่าลูกค้าของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาชั้นสูงสุดคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 รองลงมาคือระดับอาชีวศึกษา จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.70 ระดับประถมศึกษาจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.70 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ระดับการศึกษาชั้นสูงสุด

ระดับการศึกษาชั้นสูงสุด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	9	6.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	19	12.70
มัธยมศึกษาตอนปลาย	44	29.30
อาชีวศึกษา	42	28.00
ปริญญาตรี	29	19.30
สูงกว่าปริญญาตรี	7	4.70
รวม	150	100.00

อาชีพ

พบว่าลูกค้าของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง ส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพข้าราชการมากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาเป็นนักศึกษา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.70 เป็นนักธุรกิจ ค้าขาย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 ประกอบอาชีพอื่น ๆ เช่น แพทย์ พยาบาล รับจ้าง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 อาชีพ

อาชีพ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ข้าราชการ	54	36.00
นักศึกษา	33	22.00
พนักงานบริษัทเอกชน	25	16.70
นักธุรกิจ ค้าขาย	23	15.30
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5	3.30
อื่น ๆ เช่น แพทย์ พยาบาล รับจ้าง	10	6.70
รวม	150	100.00

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พบว่าลูกค้าของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 30.70 รายได้ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 รายได้มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายได้ระหว่าง 20,001 - 25,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 รายได้ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 4 คน และรายได้ระหว่าง 25,001 - 30,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 และร้อยละ 1.30 ตามลำดับ (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	46	30.70
5,000 - 10,000	60	40.00
10,001 - 15,000	17	11.30
15,001 - 20,000	4	2.70
20,001 - 25,000	6	4.00
25,001 - 30,000	2	1.30
มากกว่า 30,000 บาท	15	10.00
รวม	150	100.00

ที่พักอาศัยปัจจุบัน

พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง จะพักอาศัยอยู่ในเขตลาดกระบังมากที่สุด คือจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 77.30 รองลงมา คือจะอาศัยอยู่ในเขตอื่น ๆ เช่น หนองจอก บางบ่อ สมุทรปราการ วงเวียนใหญ่ ท่าพระ บางแค นนทบุรี ปทุมธานี และพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70 เขตบางพลี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 เขตประเวศจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.70 เขตมีนบุรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 (ตารางที่ 7)

สถานที่ทำงานปัจจุบัน

พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง มีสถานที่ทำงานอยู่ในเขตลาดกระบัง มากที่สุด จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 76.70 รองลงมา จะอยู่ในเขตพระโขนง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 เขตประเวศ จำนวน 2 คน และเขตบางพลี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 และร้อยละ 0.70 ตามลำดับ (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 7 ที่พักอาศัยปัจจุบัน

ที่พักอาศัยปัจจุบัน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เขตลาดกระบัง	116	77.30
เขตบางพลี	11	7.30
เขตประเวศ	7	4.70
เขตมีนบุรี	3	2.00
เขตอื่น ๆ	13	8.70
รวม	150	100.00

ตารางที่ 8 สถานที่ทำงานปัจจุบัน

สถานที่ทำงานปัจจุบัน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เขตลาดกระบัง	115	76.70
เขตพระโขนง	32	21.30
เขตประเวศ	2	1.30
เขตบางพลี	1	0.70
รวม	150	100.00

ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของลูกค้า

สาขาการใช้บริการ

พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง เป็นลูกค้าที่มีบัญชีที่สาขาย่อยลาดกระบัง และต่างสาขาเป็นจำนวนเท่ากันคือ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 โดยลูกค้าต่างสาขาที่มาใช้บริการที่สาขาย่อยลาดกระบัง ได้แก่ มีนบุรี พระโขนง สำนักงานใหญ่ หัวหมาก บางพลี จตุจักร โรงพยาบาลภูมิพล ย่อยพระรามที่ 9 บางซื่อ ประตูน้ำพระอินทร์ ราชดำเนิน สกลนคร ป้อมพระจุลจอมเกล้า วรจักร สนามเสือป่า สนามเป้า ปู่เจ้าสมิงพราย สมุทรปราการ และคลองจั่น เป็นต้น (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 สาขาการให้บริการ

สาขา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สาขาย่อยลาดกระบ้ง	75	50.00
ต่างสาขา	75	50.00
รวม	150	100.00

ประเภทบัญชีเงินฝาก

พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่จะใช้บริการบัญชีเงินฝากกับธนาคาร มากกว่า 1 ประเภทขึ้นไป ทั้งนี้จะเป็นบัญชีออมทรัพย์ จำนวน 125 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 70.22 รองลงมาคือบัญชีเงินฝากประจำ จำนวน 16 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 8.98 นอกจากนั้นเป็นบัญชีกระแสรายวัน จำนวน 14 บัญชี และบัญชีเงินกู้ 3 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 7.87 ร้อยละ 1.69 ตามลำดับ จากการศึกษาไม่พบบัญชีเงินฝาก NCD เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของธนาคาร ลูกค้ายังไม่ทราบรายละเอียดเงินฝากประเภทนี้ และมีกลุ่มตัวอย่างบางคนตอบข้ออื่น ๆ จากการสอบถามพอสรุปได้ว่าไม่มีบัญชีเงินฝากส่วนตัวกับทางธนาคารแต่มีการติดต่อกับธนาคารเป็นประจำเนื่องจากเป็นบัญชีของเจ้านายหรือเป็นบัญชีของบริษัทที่ทำงานอยู่ (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 ประเภทบัญชีเงินฝาก 1/

ประเภทบัญชี	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
กระแสรายวัน	14	7.87
ออมทรัพย์	125	70.22
ฝากประจำ	16	8.98
เงินกู้	3	1.69
อื่น ๆ	20	11.24

หมายเหตุ 1/ ลูกค้าสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ประเภทของการใช้บริการ

พบว่าบริการที่ลูกค้ามาใช้บริการกับสาขาย่อยลาดกระบังมากที่สุดคือ การฝาก-ถอนผ่าน เคาน์เตอร์ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ การชำระค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าวิทยุติดตามตัว ฯลฯ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 การเปิดบัญชี จำนวน 38 คน, การโอนเงิน ช้อคเชสเชียร์เช็ค จำนวน 20 คน การชำระเงินกู้ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 15.83 ร้อยละ 8.33 และร้อยละ 2.92 ตามลำดับ การบริการอื่น ๆ เช่น การถอนผ่านเครื่องเอทีเอ็ม การสอบถามยอดเงิน การแลกเปลี่ยนธนบัตรและเหรียญกษาปณ์ มีลูกค้าใช้บริการจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17 (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 ประเภทของการใช้บริการ 1/

ประเภทของการใช้บริการ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
การฝาก-ถอนผ่านเคาน์เตอร์	120	50
การชำระค่าสาธารณูปโภค	45	18.75
การเปิดบัญชี	38	15.83
การโอนเงิน, ช้อคเชสเชียร์เช็ค	20	8.33
การชำระเงินกู้	7	2.92
บริการอื่น ๆ	10	4.17

หมายเหตุ 1/ ลูกค้าสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เหตุผลในการเลือกใช้บริการของธนาคาร

พบว่าเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการใช้บริการที่ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง คืออยู่ใกล้บ้าน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือรับเงินเดือนผ่านธนาคาร จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 เหตุผลอันดับ 3 คือ การบริการดี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 เคยใช้บริการของธนาคารทหารไทยมานานจำนวน 8 คน อยู่ใกล้ที่ทำงานจำนวน 7 คน มีญาติหรือเพื่อนทำงานอยู่และมั่นคง มีจำนวนเท่ากันคือ 5 คน มีคนแนะนำให้มาใช้จำนวน 3 คน ได้รับผลตอบแทนมากกว่าธนาคารอื่น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ร้อยละ 4.7 ร้อยละ 3.3 ร้อยละ 2.0 และร้อยละ 1.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 เหตุผลในการเลือกใช้บริการของธนาคาร

เหตุผล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อยู่ใกล้บ้าน	59	39.30
รับเงินเดือนผ่านสาขา	39	26.00
บริการดี	20	13.30
เคยใช้บริการของธนาคารมานาน	8	5.30
อยู่ใกล้ที่ทำงาน	7	4.70
มั่นคง	5	3.30
มีญาติหรือเพื่อนทำงานอยู่	5	3.30
มีคนแนะนำให้มาใช้	3	2.00
ได้รับผลตอบแทนมากกว่า	2	1.30
อื่น ๆ	2	1.30
รวม	150	100.00

ลักษณะการใช้บริการ

พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง ใช้บริการที่สาขาเป็นประจำทุกครั้งมีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 44.70 มาใช้บริการบ่อยครั้ง นานนานครั้ง มีจำนวนใกล้เคียงกันคือจำนวน 42 คน และจำนวน 41 คน ตามลำดับ โดยกลุ่มลูกค้าตัวอย่างจะมาใช้บริการในวันที่ไม่แน่นอน จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 84.70 และมาใช้บริการในวันจันทร์ หรือวันศุกร์ จำนวน 3 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 2.00 นอกจากนี้จากการสอบถามทราบว่า มีลูกค้าบางรายจะมาใช้บริการมากที่สุดเฉพาะในช่วงวันเงินเดือนออก เป็นจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.30 (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 ลักษณะการใช้บริการ

ลักษณะการใช้บริการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ความถี่ในการมาใช้บริการ		
ประจำทุกครั้ง	67	44.70
บ่อยครั้ง	42	28.00
นาน ๆ ครั้ง	41	27.30
วันที่มาใช้บริการมากที่สุด		
ไม่แน่นอน	127	84.70
วันจันทร์	3	2.00
วันศุกร์	3	2.00
อื่น ๆ	17	11.30
รวม	150	100.00

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ

ผลที่ได้จากการแสดงข้อมูลในส่วนนี้ จะนำเสนอในรูปตารางแสดงระดับความพึงพอใจ สำหรับการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ ผู้ศึกษาได้กำหนดปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าไว้ 2 ด้าน ดังนี้

1. ด้านสถานที่
2. ด้านการบริการ

โดยได้แบ่งระดับความพึงพอใจ กำหนดไว้ 5 ระดับ คือ

ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย

ความหมาย

5.00 - 4.21	มีความพึงพอใจในการบริการมากที่สุด
4.20 - 3.41	มีความพึงพอใจในการบริการมาก
3.40 - 2.61	มีความพึงพอใจในการบริการปานกลาง
2.60 - 1.81	มีความพึงพอใจในการบริการเล็กน้อย
1.80 - 1.00	ไม่มีความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานที่

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารมีความพึงพอใจต่อสถานที่ในระดับมากคือ ความสะดวกในการเดินทาง ความสะอาดของธนาคาร สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่งรอ หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม การจัดและตกแต่งภายในอาคาร ระบบการรักษาความปลอดภัย การจัดป้าย แผนภูมิ แนะนำการใช้บริการ ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจปานกลางในเรื่องของแบบฟอร์ม เอกสารต่าง ๆ ปากกา และตัวอย่างการกรอกแบบฟอร์ม ห้องน้ำห้องส้วม สภาพแวดล้อมภายนอกอาคารและที่จอดรถ สรุปได้ว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อสถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานที่

ด้านสถานที่	X	S.D	ระดับความ พึงพอใจ	อันดับความ พึงพอใจ
ความสะดวกในการเดินทาง	3.87	0.95	มาก	1
ความสะอาดของธนาคาร	3.81	0.78	มาก	2
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่งรอ หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม	3.63	0.82	มาก	3
การจัดและตกแต่งภายในอาคาร	3.53	0.72	มาก	4
ระบบการรักษาความปลอดภัย	3.51	0.86	มาก	5
การจัดป้าย แผนภูมิแนะนำการใช้บริการ	3.47	0.72	มาก	6
แบบฟอร์ม เอกสารต่าง ๆ ปากกา และ ตัวอย่างการกรอกฟอร์ม	3.37	0.97	ปานกลาง	7
ห้องน้ำ ห้องส้วม	3.28	0.80	ปานกลาง	8
สภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร	3.02	0.80	ปานกลาง	9
ที่จอดรถ	2.83	0.96	ปานกลาง	10
รวม	3.43	0.60	มาก	

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารมีความพึงพอใจต่อการบริการในระดับมาก ในด้านอรรถยาศัยของพนักงาน ความรวดเร็วในการบริการ การบริการจากพนักงานรักษาความปลอดภัย การได้รับคำแนะนำจากพนักงาน และการบริการฝาก-ถอนเงิน ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจปานกลาง ในเรื่องของบริการทำบัตรเอทีเอ็ม เวลาปิดรับฝากเช็คต่างธนาคาร (Clearing) และอัตราค่าธรรมเนียมบริการต่าง ๆ การให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ สรุปได้ว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ

ด้านบริการ	X	S.D	ระดับความพึงพอใจ	อันดับความพึงพอใจ ^{1/}
อรรถยาศัยของพนักงาน	3.95	0.85	มาก	1
ความรวดเร็วในการบริการ	3.89	0.79	มาก	2
การบริการจากพนักงานรักษาความปลอดภัย	3.87	0.88	มาก	3
การได้รับคำแนะนำจากพนักงาน	3.81	0.86	มาก	4
บริการฝาก-ถอนเงิน	3.69	0.77	มาก	5
บริการโอนเงินต่าง ๆ	3.58	0.79	มาก	6
บริการชำระค่าสาธารณูปโภค	3.47	0.81	มาก	7*
เวลาเปิดให้บริการของธนาคาร	3.47	0.77	มาก	7*
บริการเปิดบัญชีใหม่ทุกประเภท	3.45	0.75	มาก	8
บริการทำบัตรเอทีเอ็ม	3.30	0.92	ปานกลาง	9
เวลาปิดรับฝากเช็คต่างธนาคาร	3.25	0.82	ปานกลาง	10
อัตราค่าธรรมเนียมบริการต่าง ๆ	3.17	0.75	ปานกลาง	11*
การให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์	3.17	0.79	ปานกลาง	11*
การให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ	3.12	0.79	ปานกลาง	12
รวม	3.36	0.60	ปานกลาง	

หมายเหตุ 1/เครื่องหมาย * แสดงอันดับความพึงพอใจเดียวกัน

ความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการ

ผลที่ได้จากการแสดงข้อมูลในส่วนนี้ จะนำเสนอในรูปของตารางแสดงถึงระดับความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง โดย ผู้ศึกษาได้กำหนดระดับความต้องการไว้ 5 ระดับคือ

ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
5.00 - 4.21	มีความต้องการมากที่สุด
4.20 - 3.41	มีความต้องการมาก
3.40 - 2.61	มีความต้องการปานกลาง
2.60 - 1.81	มีความต้องการน้อย
1.80 - 1.00	มีความต้องการน้อยที่สุด

ความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสถานที่

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารมีความต้องการต่อสถานที่ในระดับมากคือ การปรับปรุงแบบฟอร์มเอกสารต่าง ๆ ปากกา ความสะอาดของธนาคาร การบริการข่าวสารของธนาคาร ความปลอดภัยของสถานที่จอดรถ การจัดห้องสุขาอย่างเพียงพอและถูกสุขลักษณะ ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ ลูกค้ามีระดับความต้องการต่อสถานที่ปานกลาง คือ การจัดน้ำดื่มที่สะอาด สรุปได้ว่าลูกค้ามีความต้องการต่อสถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ตารางที่ 16)

ความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการ

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารมีความต้องการต่อการบริการในระดับมากในเรื่องของความเพียงพอของช่องบริการ การเอาใจใส่ในเรื่องความปลอดภัย เครื่องสอบถายอดเงินฝากอัตโนมัติ ระบบคิวรอรับบริการ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ระบบเครื่องฝากเช็คอัตโนมัติ ลูกค้ามีระดับความต้องการต่อการบริการในระดับปานกลาง คือ คำแนะนำจากพนักงาน บัตรเอทีเอ็มที่ทำจากบัตรประชาชน การปรับปรุงอัยาศัยพนักงาน สรุปได้ว่าลูกค้ามีความต้องการต่อการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 16 ระดับความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสถานที่

ด้านสถานที่	X	S.D	ระดับความ ต้องการ	อันดับความ ต้องการ
การปรับปรุงแบบฟอร์ม เอกสารต่างๆ ปากกา	3.68	0.81	มาก	1
ความสะอาดของธนาคาร	3.67	0.86	มาก	2
การบริการข่าวสาร	3.59	0.84	มาก	3
ความปลอดภัยของสถานที่จอดรถ	3.56	0.94	มาก	4
การจัดห้องสุขาอย่างเพียงพอและ ถูกสุขลักษณะ	3.53	0.83	มาก	5
ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ	3.45	1.0	มาก	6
การจัดน้ำดื่มที่สะอาด	3.39	0.83	ปานกลาง	7
รวม	3.55	0.60	มาก	

ตารางที่ 17 ระดับความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการ

ด้านบริการ	X	S.D	ระดับความ ต้องการ	อันดับความ ต้องการ
ความเพียงพอของช่องบริการ	3.72	0.90	มาก	1
การเอาใจใส่ในเรื่องความปลอดภัย	3.67	0.91	มาก	2
เครื่องสอยถายอดเงินฝากอัตโนมัติ	3.59	0.88	มาก	3
ระบบคิวรอรับบริการ	3.54	0.77	มาก	4
อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	3.47	0.82	มาก	5
ระบบเครื่องฝากเช็คอัตโนมัติ	3.45	0.95	มาก	6
คำแนะนำจากพนักงาน	3.32	0.98	ปานกลาง	7
บัตรเอทีเอ็มที่ทำจากบัตรประชาชน	3.07	1.10	ปานกลาง	8
การปรับปรุงอัยาศัยพนักงาน	2.89	1.14	ปานกลาง	9
รวม	3.41	0.60	มาก	

ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อการบริการ

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 150 ตัวอย่าง มีผู้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะจำนวน 31 คน สามารถสรุปความคิดเห็นได้ดังนี้

ปัญหาที่ลูกค้ามีต่อการบริการของธนาคาร จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าได้ระบุถึงปัญหาในด้านต่าง ๆ ได้เป็น 2 ด้านด้วยกันคือ ด้านสถานที่ ระบุถึงปัญหาไว้ดังนี้ สถานที่จอดรถยนต์ไม่สะดวก มีป้ายบอกทางเข้าไม่ชัดเจน เครื่องเอทีเอ็มขัดข้องบ่อยช่วงปลายเดือน วันศุกร์-เสาร์-อาทิตย์ จะงดให้บริการบ่อยมาก จำนวนเครื่องเอทีเอ็มไม่เพียงพอ สถานที่ให้บริการมีความแออัด เคาน์เตอร์มีขนาดเล็ก ปากกาหน้าเคาน์เตอร์ไม่ดี เขียนไม่ติด ด้านบริการได้ระบุปัญหาไว้ดังนี้ เจ้าหน้าที่ให้บริการมีจำนวนน้อย ช่องบริการไม่เพียงพอ เวลาที่มีลูกค้ามากจะต้องรอคิว การถอนต่างสาขาจะไม่ค่อยได้รับความสะดวกเท่าที่ควร เนื่องจากจะต้องจัดบัตรประชาชนด้านหลังจะช้าเสียเวลา

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าได้ให้ข้อเสนอแนะที่มีต่อการบริการ แบ่งเป็น 2 ด้านด้วยกัน คือ ด้านสถานที่ ได้เสนอแนะไว้ดังนี้ สถานที่จอดรถควรจัดให้เพียงพอ ควรเพิ่มขนาดเคาน์เตอร์เพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต ทางเข้าสถานที่จอดรถด้านหลังควรมีป้ายบอกทางเข้าให้ชัดเจน ไม่ควรมีสิ่งกีดขวาง ปิดบังด้านหน้าธนาคาร การตกแต่งภายในด้วยภาพเขียน เพื่อความสบายตา การตกแต่งด้วยเอกสารของธนาคารจะทำให้ดูเครียดมากไป ควรเพิ่มจำนวนเครื่องเอทีเอ็ม จัดหาแบบฟอร์มแบบสำเนาในตัว ปากกาที่มีคุณภาพดี หนังสือพิมพ์มาไว้บริการ ด้านการบริการได้เสนอแนะไว้คือ เพิ่มจำนวนพนักงานหน้าเคาน์เตอร์ ตู้เอทีเอ็มควรจะมีบริการ 24 ชั่วโมง มีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ธนาคารให้มากขึ้น ขยายเวลาทำการจาก 15.30 น. เป็น 16.00 น. ควรเปิดทำการให้เร็วขึ้น เวลา 9.30 น. จะเข้าไป ระบบรักษาความปลอดภัยให้รัดกุมมากขึ้น ควรจัดให้มีบริการ Self Service Conner ควรจัดให้มีเครื่องปริ้นสมุดอัตโนมัติ ปรับปรุงระบบการเรียกดูรายการ Statement ให้ทันสมัย ควรจัดทำช่องทางด้านหน้าเคาน์เตอร์เพื่อให้ผู้ใช้บริการเข้าคิวตามลำดับ (ตารางที่ 18 และตารางที่ 19)

ตารางที่ 18 ปัญหาของลูกค้าที่มีต่อการบริการ

ปัญหา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ด้านสถานที่		
สถานที่จอดรถยนต์	5	27.78
เครื่องเอทีเอ็มขัดข้อง	3	16.67
ปริมาณเครื่องเอทีเอ็มไม่เพียงพอ	2	11.10
สถานที่ให้บริการมีความแออัด	1	5.56
ปากกาหน้าเคาน์เตอร์ไม่ดี	1	5.56
ด้านการบริการ		
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีจำนวนน้อย	3	16.67
ช่องบริการไม่เพียงพอ	2	11.10
การถอนต่างสาขาไม่ค่อยได้รับความสะดวก	1	5.56
รวม	18	100.00

ตารางที่ 19 ข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อการบริการ

ปัญหา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ด้านสถานที่		
สถานที่จอดรถ	7	21.21
เพิ่มขนาดเคาน์เตอร์	2	6.06
ป้ายบอกทางเข้าสถานที่จอดรถ	1	3.03
สิ่งกีดขวางหน้าธนาคาร	1	3.03
การตกแต่งภายใน	1	3.03
เพิ่มจำนวนเครื่องเอทีเอ็ม	1	3.03
แบบฟอร์มแบบสำเนาในตัว	1	3.03
จัดหาปากกาที่มีคุณภาพไว้บริการ	1	3.03
จัดหานั่งสือพิมพ์	1	3.03
ด้านการบริการ		
เพิ่มจำนวนพนักงาน	7	21.21
ตู้เอทีเอ็มเปิดบริการ 24 ชั่วโมง	2	6.06
เพิ่มการประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ธนาคาร	1	3.03
ขยายเวลาทำการจาก 15.30 น. เป็น 16.00 น.	1	3.03
ควรเปิดทำการให้เร็วขึ้น	1	3.03
ระบบรักษาความปลอดภัยให้รัดกุมมากขึ้น	1	3.03
จัดให้มีบริการ Self Service Conner	1	3.03
จัดให้มีเครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ	1	3.03
ระบบการเรียกดู Statement	1	3.03
ระบบคิวรอรับบริการ	1	3.03
รวม	33	100.00

การทดสอบสมมติฐานของการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ตั้งสมมติฐานของการศึกษาไว้ 2 ประเด็นด้วยกัน คือ

1. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขา ย่อยลาดกระบัง จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ที่พักอาศัย สถานที่ทำงาน และสาขา ไม่แตกต่างกัน

2. ความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขา ย่อยลาดกระบัง จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ที่พักอาศัย สถานที่ทำงาน และสาขา ไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานของการศึกษา แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ

1. การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยของประชากร 2 ประชากร จะใช้สถิติทดสอบ แบบ T-Test

2. การทดสอบสมมติฐานสำหรับค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวโดยสถิติที่ใช้ทดสอบคือ การทดสอบแบบ F-Test

การทดสอบสมมติฐานข้อ 1

เพศกับระดับความพึงพอใจ

พบว่าลูกค้าที่เป็นเพศหญิงจะมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการสูงกว่าเพศชาย แต่เมื่อมองภาพรวมแล้วลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ "มาก" (มีค่าเฉลี่ย = 3.48) และ ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบังแตกต่างกัน (ตารางที่ 20 และตารางที่ 21)

ตารางที่ 20 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (ราย)	X	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ชาย	88	3.4579	0.5452	มาก
หญิง	62	3.5121	0.5403	มาก
รวม	150	3.4803	0.5420	มาก

ตารางที่ 21 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการกับเพศ

	จำนวน (ราย)	Mean	S.D	t	Sig
ความพึงพอใจ-เพศ	150	2.0669	0.7152	35.398	0.548

สาขากับระดับความพึงพอใจ

พบว่าลูกค้าสาขาย่อยลาดกระบังจะมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ “มาก” และลูกค้าต่างสาขาจะมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ “ปานกลาง” จะเห็นว่าลูกค้าสาขาย่อยลาดกระบังจะมีระดับความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าต่างสาขา และเมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ “มาก” (มีค่าเฉลี่ย = 3.4803) และลูกค้าที่สาขาแตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบังแตกต่างกันด้วย (ตารางที่ 22 และ ตารางที่ 23)

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการจำแนกตามสาขา

สาขา	จำนวน (ราย)	X	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ย่อยลาดกระบัง	75	3.6444	0.4788	มาก
ต่างสาขา	75	3.6161	0.5547	ปานกลาง
รวม	150	3.4803	0.5420	มาก

ตารางที่ 23 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการกับสาขา

	จำนวน (ราย)	Mean	S.D	t	Sig
ความพึงพอใจ-สาขา	150	-1.9803	0.8431	-28.760	0.000

อายุกับระดับความพึงพอใจ

พบว่าลูกค้าที่มีระดับอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าอายุเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งกำหนดระดับความพึงพอใจต่อการบริการ (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อระดับอายุ

ความพึงพอใจ	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	4	3.169	0.792	2.829	0.027
ภายในกลุ่ม	145	40.608	0.280		
รวม	149	43.777			

สถานภาพสมรสกับระดับความพึงพอใจ

พบว่าลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบังไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าสถานภาพสมรส จะไม่มีผลกับระดับความพึงพอใจต่อการบริการ (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจ	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	2	0.358	0.179	0.606	0.547
ภายในกลุ่ม	147	43.419	0.295		
รวม	149	43.777			

อาชีพกับระดับความพึงพอใจ

พบว่าลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าอาชีพเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งกำหนดระดับความพึงพอใจต่อการบริการ (ตารางที่ 26)

ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่ออาชีพ

ความพึงพอใจ	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	5	5.654	1.131	4.272	0.001
ภายในกลุ่ม	144	38.122	0.265		
รวม	149	43.777			

ระดับรายได้กับระดับความพึงพอใจ

พบว่าลูกค้าที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง ไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าระดับรายได้จะไม่มีผลกับระดับความพึงพอใจต่อการบริการ (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อระดับรายได้

ความพึงพอใจ	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	6	2.667	0.444	1.546	0.167
ภายในกลุ่ม	143	41.110	0.287		
รวม	149	43.777			

ที่พักอาศัยกับระดับความพึงพอใจ

พบว่าลูกค้าที่มีที่พักอาศัยแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง ไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าที่พักอาศัยไม่มีผลกับระดับความพึงพอใจต่อการบริการ (ตารางที่ 28)

ตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อที่พักอาศัย

ความพึงพอใจ	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	5	1.850	0.370	1.271	0.280
ภายในกลุ่ม	144	41.927	0.291		
รวม	149	43.777			

สถานที่ทำงานกับความพึงพอใจ

พบว่าลูกค้าที่มีสถานที่ทำงานแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 29)

ตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานที่ทำงาน

ความพึงพอใจ	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	3	2.913	0.971	3.469	0.018
ภายในกลุ่ม	146	40.864	0.280		
รวม	149	43.777			

การทดสอบสมมติฐานข้อ 2

เพศกับระดับความต้องการ

พบว่าลูกค้าที่มีเพศหญิงจะมีความต้องการที่มีต่อการบริการสูงกว่าเพศชายแต่เมื่อมองภาพรวมแล้ว ลูกค้าจะมีระดับความต้องการอยู่ในระดับ "มาก" (มีค่าเฉลี่ย = 3.4604) และลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกันจะมีระดับความต้องการที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบังไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 30 และตารางที่ 31)

ตารางที่ 30 เปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (ราย)	X	S.D	ระดับความต้องการ
ชาย	88	3.4403	0.5205	มาก
หญิง	62	3.4889	0.5900	มาก
รวม	150	3.4604	0.5489	มาก

ตารางที่ 31 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการกับเพศ

	จำนวน (ราย)	Mean	S.D	t	Sig
ความต้องการ-เพศ	150	2.0471	0.7223	34.713	0.595

สาขากับระดับความต้องการ

พบว่าลูกค้าสาขาย่อยลาดกระบังมีความต้องการที่มีต่อการบริการสูงกว่าลูกค้าต่างสาขา เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วลูกค้าจะมีระดับความต้องการอยู่ในระดับ "มาก" (มีค่าเฉลี่ย = 3.4604) และลูกค้าสาขาแตกต่างกัน จะมีระดับความต้องการที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง ไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 32 และตารางที่ 33)

ตารางที่ 32 เปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่มีต่อกรบริการจำแนกตามสาขา

สาขา	จำนวน (ราย)	X	S.D	ระดับความต้องการ
ย่อยลาดกระบ้ง	75	3.4992	0.5454	มาก
ต่างสาขา	75	3.4217	0.5532	มาก
รวม	150	3.4604	0.5489	มาก

ตารางที่ 33 เปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่มีต่อกรบริการจำแนกตามสาขา

	จำนวน (ราย)	Mean	S.D	t	Sig
ความต้องการ-สาขา	150	-1.9604	0.7694	-31.207	0.389

อายุกับระดับความต้องการ

พบว่าลูกค้าที่มีระดับอายุแตกต่างกัน จะมีระดับความต้องการต่อกรบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบ้ง ไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าอายุไม่มีผลกับระดับความต้องการต่อกรบริการ (ตารางที่ 34)

ตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความต้องการของลูกค้าที่มีต่อระดับอายุ

ความต้องการ	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	4	0.578	0.145	0.473	0.756
ภายในกลุ่ม	145	44.308	0.306		
รวม	149	44.886			

สถานภาพกับระดับความต้องการ

พบว่าลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับความต้องการต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง ไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าสถานภาพสมรสไม่มีผลกับระดับความต้องการต่อการบริการ (ตารางที่ 35)

ตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสถานภาพสมรส

ความต้องการ	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	2	0.180	8.983E-02	0.295	0.745
ภายในกลุ่ม	147	44.706	0.304		
รวม	149	44.886			

อาชีพกับระดับความต้องการ

พบว่าลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความต้องการต่อการบริการ ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง ไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าอาชีพไม่มีผลกับระดับความต้องการต่อการบริการ (ตารางที่ 36)

ตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความต้องการของลูกค้าที่มีต่ออาชีพ

ความต้องการ	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	5	2.199	0.440	1.484	0.199
ภายในกลุ่ม	144	42.687	0.296		
รวม	149	44.886			

ระดับรายได้กับระดับความต้องการ

พบว่าลูกค้าที่มีระดับรายได้แตกต่างกันมีระดับความต้องการต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบังไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าระดับรายได้ไม่มีผลต่อระดับความต้องการต่อการบริการ (ตารางที่ 37)

ตารางที่ 37 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความต้องการของลูกค้าที่มีต่อระดับรายได้

ความต้องการ	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	6	1.612	0.269	0.888	0.505
ภายในกลุ่ม	143	43.274	0.303		
รวม	149	44.886			

ที่พักอาศัยกับระดับความต้องการ

พบว่าลูกค้าที่มีที่พักอาศัยแตกต่างกัน จะมีระดับความต้องการต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง ไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าสถานที่พักอาศัยไม่มีผลกับระดับความต้องการต่อการบริการ (ตารางที่ 38)

ตารางที่ 38 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความต้องการของลูกค้าที่มีต่อที่พักอาศัย

ความต้องการ	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	5	1.648	0.330	1.098	0.364
ภายในกลุ่ม	144	43.238	0.300		
รวม	149	44.886			

สถานที่ทำงานกับระดับความต้องการ

พบว่าลูกค้าที่มีสถานที่ทำงานแตกต่างกัน จะมีระดับความต้องการต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบังไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าสถานที่ทำงานไม่มีผลกับระดับความต้องการต่อการบริการ (ตารางที่ 39)

ตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสถานที่ทำงาน

ความต้องการ	df	Sum of Squares	Mean Squares	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	3	1.100	0.367	1.222	0.304
ภายในกลุ่ม	146	43.786	0.300		
รวม	149	44.886			

สรุปการทดสอบสมมติฐาน

สรุปได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง ไม่แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามเพศ สถานภาพสมรส ระดับรายได้ ที่พักอาศัย และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง จะแตกต่างกันเมื่อจำแนกตามสาขา อายุ อาชีพ สถานที่ทำงาน ส่วนความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง จำแนกตาม เพศ สาขา อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับรายได้ ที่พักอาศัย สถานที่ทำงานไม่แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมของลูกค้า

ลูกค้าของธนาคารส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุอยู่ระหว่าง 20 - 29 ปี สถานภาพโสด พักอาศัยอยู่ในเขตลาดกระบัง มีสถานที่ทำงานในเขตลาดกระบัง ส่วนใหญ่ศึกษาชั้นสูงสุดในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ประกอบอาชีพรับราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000 - 10,000 บาท

ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของลูกค้า

การใช้บริการของลูกค้า จะเป็นลูกค้าสาขาย่อยลาดกระบังและต่างสาขา ที่ใช้บริการของธนาคารมากกว่า 1 ประเภท สำหรับบัญชีที่นิยมใช้บริการมากที่สุดคือ บัญชีออมทรัพย์ รองลงมาคือ บัญชีฝากประจำ ลูกค้าส่วนใหญ่นิยมใช้บริการฝาก-ถอนผ่านเคาน์เตอร์ รองลงมาคือ การชำระค่าสาธารณูปโภค เหตุผลการมาใช้บริการ ณ สาขาย่อยลาดกระบัง เนื่องจากใกล้บ้าน รองลงมาคือ รับเงินเดือนผ่านสาขานี้ ความถี่ในการใช้บริการคือเป็นประจำทุกครั้งที่ วันที่นิยมมาใช้บริการจะไม่แน่นอน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ

พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจต่อสถานที่ ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง ความสะอาดของธนาคาร สิ่งอำนวยความสะดวก เช่นที่นั่งรอ หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม การจัดและตกแต่งภายในอาคารระบบการรักษาความปลอดภัย การจัดป้าย แผนภูมิแนะนำการให้บริการอยู่ในระดับมาก ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจปานกลางในเรื่องของแบบฟอร์ม เอกสารต่าง ๆ ปากกา และตัวอย่างการกรอกแบบฟอร์ม ห้องน้ำ-ห้องส้วม สภาพแวดล้อมภายนอกอาคารและที่จอดรถ ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารมีความพึงพอใจต่อการบริการในระดับมาก ในด้านอัตราดอกเบี้ย

ของพนักงาน ความรวดเร็วในบริการ การบริการจากพนักงานรักษาความปลอดภัย การได้รับคำแนะนำจากพนักงาน การบริการฝาก-ถอนเงิน ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจปานกลางในเรื่องของบริการทำบัตรเอทีเอ็ม เวลาปิดรับฝากเช็คต่างธนาคาร และอัตราค่าธรรมเนียมบริการต่าง ๆ การให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ สรุปได้ว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการ

พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารมีความต้องการต่อสถานที่ในระดับมากคือ การปรับปรุงแบบฟอร์มเอกสารต่าง ๆ ปากกา ความสะอาดของธนาคาร การบริการข่าวสารของธนาคาร ความปลอดภัยของสถานที่จอดรถ การจัดห้องสุขาอย่างเพียงพอ และถูกสุขลักษณะ ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ ลูกค้ามีระดับความต้องการต่อสถานที่ปานกลางคือ การจัดน้ำดื่มที่สะอาด สรุปได้ว่าลูกค้ามีความต้องการต่อสถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารมีความต้องการต่อการบริการในระดับมากในเรื่องของความเพียงพอของช่องบริการ การเอาใจใส่ในเรื่องของความปลอดภัย เครื่องสอบถามยอดเงินฝาก อัตโนมัติ ระบบคิวรอรับบริการ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ระบบเครื่องฝากเช็คอัตโนมัติ ลูกค้ามีระดับความต้องการต่อการบริการในระดับปานกลางคือ คำแนะนำจากพนักงาน บัตรเอทีเอ็มที่ทำจากบัตรประชาชน การปรับปรุงอัยาศัยพนักงาน สรุปได้ว่าลูกค้ามีความต้องการต่อการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อการบริการ

ปัญหา

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าได้ระบุถึงปัญหาในด้านต่าง ๆ ได้เป็น 2 ด้านด้วยกันคือ

1. ด้านสถานที่ ได้ระบุถึงปัญหาในด้านนี้ ดังนี้ สถานที่จอดรถยนต์ไม่สะดวก มีป้ายบอกทางเข้าไม่ชัดเจน สถานที่ให้บริการมีความแออัด เคาน์เตอร์มีขนาดเล็ก ปากกาหน้าเคาน์เตอร์ไม่ดี เขียนไม่ติด เครื่องเอทีเอ็มขัดข้องบ่อยช่วงปลายเดือน วันศุกร์-เสาร์-อาทิตย์จะงดให้บริการบ่อยมาก จำนวนเครื่องเอทีเอ็มไม่เพียงพอ

2. ด้านการบริการ ได้ระบุถึงปัญหาในด้านนี้ ดังนี้ ช่องบริการไม่เพียงพอ เวลาที่มีลูกค้ามาก จะต้องรอคิวนาน เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีจำนวนน้อย การถอนต่างสาขาจะไม่ค่อยได้รับความสะดวกเท่าที่ควรเนื่องจากจะต้องจุดบัตรประชาชนด้านหลังจะใช้เวลา

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าได้ให้ข้อเสนอแนะที่มีต่อการบริการ แบ่งเป็น 2 ด้านด้วยกันคือ

1. ด้านสถานที่ ได้เสนอแนะไว้ดังนี้ สถานที่จอดรถควรจัดให้เพียงพอ ทางเข้าสถานที่จอดรถด้านหลังควรมีป้ายบอกทางเข้าให้ชัดเจน ไม่ควรมีสิ่งกีดขวาง ปิดบังด้านหน้าธนาคาร ควรเพิ่มขนาดเคาน์เตอร์ เพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต การตกแต่งภายในด้วยภาพเขียนเพื่อความสบายตา การตกแต่งด้วยเอกสารของธนาคารจะทำให้ดูเครียดมากไป เพิ่มจำนวนเครื่องเอทีเอ็มให้มากขึ้น แบบฟอร์มแบบสำเนาในตัวเพื่อความสะดวก จัดหาปากกาที่มีคุณภาพดีมาไว้บริการ จัดหาหนังสือพิมพ์สำหรับไว้บริการ

2. ด้านการบริการ ได้เสนอแนะไว้ดังนี้ เพิ่มจำนวนพนักงานหน้าเคาน์เตอร์ เพิ่มการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารธนาคารให้มากขึ้น ขยายเวลาทำการจาก 15.30 น. เป็น 16.00 น. ควรเปิดทำการให้เร็วขึ้น 9.30 น. จะเข้าไป ระบบรักษาความปลอดภัยให้รัดกุมมากขึ้น ตู้เอทีเอ็ม ควรจะเปิดบริการ 24 ชั่วโมง ควรจัดให้มีบริการ Self Service Conner เพื่อความสะดวกมากขึ้น ควรจัดให้มีเครื่อง Update อัตโนมัติ ระบบการเรียกดู Statement ที่ทันสมัย

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สรุปได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง ไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามเพศ สถานภาพสมรส ระดับรายได้ ที่พักอาศัย และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบังจะแตกต่างกันเมื่อจำแนกตามสาขา อายุ อาชีพ สถานที่ทำงาน ส่วนความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง จำแนกตาม เพศ สาขา อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับรายได้ ที่พักอาศัย สถานที่ทำงาน ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ได้ทราบถึงความพึงพอใจ ความต้องการ ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารซึ่งทางผู้ศึกษาได้นำข้อมูลดังกล่าวมาประมวลเพื่อสรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพ เพิ่มศักยภาพทุก ๆ ด้านของสาขาดังต่อไปนี้

ด้านพนักงาน

1. บุคลิกภาพ ควรปรับปรุงในด้าน
 - 1.1 การแต่งกายถูกต้องตามระเบียบของธนาคาร
 - 1.2 กิริยาท่าทาง สุภาพอ่อนน้อมพร้อมที่จะให้บริการ
 - 1.3 น้ำเสียงการพูดจา ชัดถ้อยชัดคำ สุภาพ นุ่มนวล
 - 1.4 มีความกระตือรือร้น ยิ้มแย้มแจ่มใส มีสายตาที่เป็นมิตร
2. การปฏิบัติในการให้บริการ ควรปฏิบัติดังนี้
 - 2.1 เริ่มงานตรงเวลา
 - 2.2 ต้อนรับลูกค้าด้วยความยินดี
 - 2.3 บริการตามความต้องการของลูกค้าด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว
 - 2.4 ให้บริการลูกค้าตามลำดับ ให้ลูกค้าได้รับความสะดวก และยุติธรรม โดยแบ่งความสนใจไปยังลูกค้าที่รออยู่ เช่น ยืม หรือทักทาย
 - 2.5 ถ้ามีลูกค้ามาก ควรจัดพนักงานคอยต้อนรับทักทายลูกค้า

ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

1. ทางเข้าธนาคารและสถานที่จอดรถ ควรปรับปรุงดังนี้
 - 1.1 บริเวณสถานที่จอดรถสะอาด
 - 1.2 ป้ายบอกทางเข้าออกที่จอดรถชัดเจน
 - 1.3 ทางเข้าออกสะดวก
 - 1.4 เส้นแบ่งช่องจอดรถชัดเจน
 - 1.5 มีแสงสว่างเพียงพอ

2. บริเวณห้องโถงรับรองลูกค้า ควรปรับปรุงดังนี้
 - 2.1 พรมเช็ดเท้าสะอาด
 - 2.2 ประตูกระจกใสสะอาดและมีป้าย "ยินดีต้อนรับ" ในที่ที่สามารถเห็นได้ชัดเจน
 - 2.3 มีป้าย "ขอบคุณที่ใช้บริการ" ติดที่ประตูทางออก
 - 2.4 มีป้ายบอกข้อความ "กรุณาถอดหมวกกันน็อคและแว่นตาดำก่อนเข้าธนาคาร" เพื่อป้องกันโจรภัย
 - 2.5 มีบอร์ดแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก สินเชื่อ และอัตราแลกเปลี่ยน
 - 2.6 มีหนังสือพิมพ์ วารสาร วางเป็นระเบียบไว้บริการให้ลูกค้าอ่าน
 - 2.7 มีน้ำเย็นพร้อมแก้วกระดาษไว้ให้ลูกค้าดื่ม
 - 2.8 มีป้ายบอกทางไปห้องสุชา
3. เคาน์เตอร์วางแผนฟอร์มสำหรับลูกค้า ปรับปรุงดังนี้
 - 3.1 มีแบบฟอร์มวางไว้อย่างเป็นระเบียบ
 - 3.2 มีตัวอย่างแบบฟอร์มที่กรอกไว้เรียบร้อย จัดไว้ให้ลูกค้าดูเป็นตัวอย่าง
 - 3.3 มีปากกาที่พร้อมใช้งานวางไว้ให้ลูกค้าใช้อย่างเพียงพอ
4. เคาน์เตอร์รับ-จ่ายเงิน ควรปรับปรุงดังนี้
 - 4.1 มีป้ายบอกประเภทการให้บริการชัดเจน
 - 4.2 มีป้ายชื่อและรูปถ่ายพนักงานที่ให้บริการตรงกับผู้ปฏิบัติงาน
 - 4.3 มีกล่องรับฟังความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ

ด้านระบบงาน

พิจารณากำลังคนในช่วงมีงานมาก ให้จัดพนักงานส่วนอื่น ๆ มาช่วยงานด้านบริการลูกค้าของพนักงานธนาคาร อาทิ วันจันทร์หรือวันศุกร์ และช่วงวันสิ้นเดือน ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์สำหรับข้อเสนอแนะของลูกค้าที่ให้ขยายเวลาทำการว่าเป็นกฎเกณฑ์จากธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการทำงานของพนักงาน

บรรณานุกรม

- กู้เกียรติ์ สุขพุดม. 2540. ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อระบบธนาคารอัตโนมัติของธนาคารทหารไทย. กรุงเทพมหานคร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก.
- ชรีณี เดชจินดา. 2530. ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์บริหารกำจัดกากอุตสาหกรรม แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพฯ. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน). 2541. รายงานประจำปี 2540. กรุงเทพมหานคร.
- ธรรมธรรณ์ จารุสวัสดิ์. 2540. ทักษะคติของผู้ใช้บริการต่อธนาคารกรุงไทย จำกัด สาขาย่อยในท่าบอชาร์. เชียงใหม่: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นริทธิ์ พุ่งกาวิ. 2537. การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: คณะพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิรันดร์ ศุภกาญจนภากร. 2540. ทักษะคติของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาสำนักพลโยธิน. กรุงเทพมหานคร: สารนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก.
- บัทมา แก้ววิจิตร. 2537. การศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการให้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติของธนาคารพาณิชย์. กรุงเทพมหานคร: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก.
- พิน คงพูล. 2529. ความพึงพอใจที่มีต่อบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการประถมศึกษาจังหวัดใน 14 จังหวัดภาคใต้. สงขลา: วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สงขลา.

- มนตรี เขียบแหลม. 2536. ความพึงพอใจในภาระหน้าที่และงานของเกษตรอำเภอใน
จังหวัดภาคเหนือ. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รุ่งนภา แซ่มสาคร. 2539. "เจาะลึกแบงก์ปรับโฉมใหม่ บุก 10 ธนาคาร สาขาต้นแบบ"
การเงินการธนาคาร. 15(171): น.182-192.
- วรรณวิษ จารุจินดา. 2540. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก
บริการธนาคารกรุงเทพ สาขานครพิงค์ เชียงใหม่. เชียงใหม่: บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วิมลลลิตี หรยางกูร. 2526. พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. 2539. คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพมหานคร: ดวงกลมสมัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2539. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
พัฒนาศึกษา.
- ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์. 2541. 2540 ปีแห่งความปั่นป่วนตลาดการเงินไทย. กรุงเทพมหานคร:
บริษัทมาสเตอร์คีย์ จำกัด.
- สมศักดิ์ จันทร์งาม. 2539. การแก้ปัญหาการให้บริการฝาก/ถอนหน้าเคาน์เตอร์. ขอนแก่น:
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สาโรช ไสยสมบัติ. 2534. ความพึงพอใจในการทำงานของครู อาจารย์ โรงเรียนมัธยม
ศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด. มหาสารคาม: วิทยานิพนธ์การ
ศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.

- สุวัฒนา ไบเจริญ. 2540. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคค่ำ). มหาสารคาม: ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาการศึกษา, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สันติ วิริยะรังสฤษฎ์ และคณะ. 2534. ธนาคารกรุงเทพครองแชมป์ "ขวัญใจลูกค้า" การเงินการธนาคาร. 10(110): น. 185-192.
- Berry L. and others. 1985. "Quality Counts in Services, Too". Business Horizons. (May-June 1985): p.17.
- Millert John D. 1954. Management in the Public Service. New York: McGraw-Hill Book Company, Inc.
- Morse Nancy C. 1958. Satisfaction in the White Collar Job. Michigan: University of Michigan.
- Porter Lyman W. and other. 1968. Managerial Attitudes and Performance. Honewood, Ill: Richard. Irwin, Inc.
- Vroom W. H. 1964. Working and Motivation. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Wolman Thomas E. 1973. Education and Organizational Leadership in Elementary School. New Jersey: Prentice-Hall.

ภาคผนวก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) :
ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยลาดกระบัง

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้มี 4 ตอน ดังนี้
ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการจากธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง
ตอนที่ 3 ความพึงพอใจและความต้องการของผู้ใช้บริการจากธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง
ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการจากธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง
2. โปรดเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่อง หน้าข้อความที่เกี่ยวข้องกับตัวท่านตามความเป็นจริง
3. กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ

เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยลาดกระบัง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

1. เพศ

 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

 1) ต่ำกว่า 20 ปี 2) ระหว่าง 20 ปี - 29 ปี 3) ระหว่าง 30 ปี - 39 ปี 4) ระหว่าง 40 ปี - 49 ปี 5) มากกว่า 49 ปี

3. สถานภาพสมรส

 1) โสด 2) สมรส 3) หย่า/แยกกันอยู่

4. การศึกษาชั้นสูงสุด

 1) ประถมศึกษา 2) มัธยมศึกษาตอนต้น 3) มัธยมศึกษาตอนปลาย 4) อาชีวศึกษา 5)ปริญญาตรี 6) สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

 1) ข้าราชการ 2) พนักงานบริษัทเอกชน 3) นักธุรกิจ, ค้าขาย 4) นักศึกษา 5) พนักงานรัฐวิสาหกิจ 6) อื่น ๆ (ระบุ)

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท 2) 5,000 - 10,000 บาท 3) 10,001 - 15,000 บาท 4) 15,001 - 20,000 บาท 5) 20,001 - 25,000 บาท 6) 25,001 - 30,000 บาท 7) มากกว่า 30,000 บาท

7. ที่พักอาศัยปัจจุบัน

 1) เขตลาดกระบัง 2) เขตหนองจอก 3) เขตมีนบุรี 4) เขตประเวศ 5) เขตบางพลี 6) อื่น ๆ (ระบุ)

8. สถานที่ทำงานปัจจุบัน (กรณีเป็นนักเรียนระดับสถานศึกษาในปัจจุบัน)

 1) เขตลาดกระบัง 2) เขตประเวศ 3) เขตบางพลี 4) อื่น ๆ (ระบุ)

สำหรับผู้วิจัย

หมายเลขแบบสอบถาม

 1 2 3 4 5 6 7 8

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการจากธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	สำหรับผู้วิจัย
<p>สาขาย่อยลาดกระบัง</p>	
<p>9. ท่านเป็นลูกค้าธนาคารทหารไทย</p>	
<p><input type="checkbox"/> 1) สาขาย่อยลาดกระบัง <input type="checkbox"/> 2) ต่างสาขา (ระบุ).....</p>	<p><input type="checkbox"/> 9</p>
<p>10. ท่านมีบัญชีเงินฝากของธนาคารทหารไทย ประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)</p>	
<p><input type="checkbox"/> 1) บัญชีกระแสรายวัน <input type="checkbox"/> 2) บัญชีออมทรัพย์</p>	<p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 10-12</p>
<p><input type="checkbox"/> 3) บัญชีฝากประจำ <input type="checkbox"/> 4) บัญชีเงินกู้</p>	<p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 13-15</p>
<p><input type="checkbox"/> 5) บัญชีเงินฝาก NCD <input type="checkbox"/> 6) อื่น ๆ (ระบุ).....</p>	
<p>11. บริการที่ท่านใช้จากสาขาย่อยลาดกระบัง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)</p>	
<p><input type="checkbox"/> 1) การฝาก-ถอนผ่านเคาน์เตอร์ <input type="checkbox"/> 2) การเปิดบัญชี</p>	<p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 16-18</p>
<p><input type="checkbox"/> 3) การชำระเงินกู้ <input type="checkbox"/> 4) การชำระค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าโทรศัพท์, ค่าวิทยุติดตามตัว ฯลฯ</p>	<p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 19-21</p>
<p><input type="checkbox"/> 5) การโอนเงิน, ชื้อแคชเชียร์เช็ค <input type="checkbox"/> 6) อื่น ๆ ระบุ</p>	
<p>12. เหตุผลสำคัญที่สุดที่ท่านเลือกใช้บริการของธนาคารทหารไทย</p>	
<p><input type="checkbox"/> 1) อยู่ใกล้บ้าน <input type="checkbox"/> 2) ได้รับผลตอบแทนมากกว่า</p>	<p><input type="checkbox"/> 22</p>
<p><input type="checkbox"/> 3) บริการดี <input type="checkbox"/> 4) มั่นคง</p>	
<p><input type="checkbox"/> 5) เคยใช้บริการของธนาคาร มานาน <input type="checkbox"/> 6) มีคนแนะนำให้มาใช้บริการที่สาขานี้</p>	
<p><input type="checkbox"/> 7) มีญาติหรือเพื่อนทำงานอยู่ <input type="checkbox"/> 8) รับเงินเดือนผ่านสาขานี้</p>	
<p><input type="checkbox"/> 9) อยู่ใกล้ที่ทำงาน <input type="checkbox"/> 10) อื่น ๆ (ระบุ)</p>	
<p>13. ท่านมาใช้บริการที่สาขานี้เป็นประจำหรือไม่</p>	
<p><input type="checkbox"/> 1) ประจำทุกครั้งที่ <input type="checkbox"/> 2) บ่อยครั้ง</p>	<p><input type="checkbox"/> 23</p>
<p><input type="checkbox"/> 3) นาน ๆ ครั้ง</p>	
<p>14. ท่านมาใช้บริการในวันใดมากที่สุด</p>	
<p><input type="checkbox"/> 1) ไม่แน่นอน <input type="checkbox"/> 2) วันจันทร์</p>	<p><input type="checkbox"/> 24</p>
<p><input type="checkbox"/> 3) วันศุกร์ <input type="checkbox"/> 4) อื่น ๆ (ระบุ)</p>	

บริการ	ความพึงพอใจ					สำหรับผู้วิจัย
	พอใจมากที่สุด	พอใจมาก	พอใจ	พอใจเล็กน้อย	ไม่พอใจ	
ด้านสถานที่						
1. ความสะดวกในการเดินทาง						<input type="checkbox"/> 25
2. การจัดและตกแต่งภายในอาคาร						<input type="checkbox"/> 26
3. สภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร						<input type="checkbox"/> 27
4. ความสะอาดของธนาคาร						<input type="checkbox"/> 28
5. สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่งรอ หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม						<input type="checkbox"/> 29
6. ห้องน้ำ ห้องส้วม						<input type="checkbox"/> 30
7. ที่จอดรถ						<input type="checkbox"/> 31
8. ระบบการรักษาความปลอดภัย						<input type="checkbox"/> 32
9. การจัดป้าย แผนภูมิแนะนำการใช้บริการ						<input type="checkbox"/> 33
10. แบบฟอร์ม เอกสารต่าง ๆ ปากกา และตัวอย่างการกรอกแบบฟอร์ม						<input type="checkbox"/> 34
ด้านบริการ						
1. เวลาเปิดให้บริการของธนาคาร 9.30-15.30 น.						<input type="checkbox"/> 35
2. เวลาปิดรับฝากเช็คต่างธนาคารเพื่อเข้าบัญชี (Cheque Clearing) 13.45 น.						<input type="checkbox"/> 36
3. บริการเปิดบัญชีใหม่ทุกประเภท						<input type="checkbox"/> 37
4. บริการทำบัตรเอทีเอ็ม						<input type="checkbox"/> 38
5. บริการฝาก-ถอนเงิน						<input type="checkbox"/> 39
6. บริการโอนเงินต่าง ๆ						<input type="checkbox"/> 40
7. บริการชำระค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น						<input type="checkbox"/> 41
8. อัตราค่าธรรมเนียมบริการต่าง ๆ ที่ธนาคารจัดเก็บ เช่น ค่าธรรมเนียมบัตร ATM เป็นต้น						<input type="checkbox"/> 42
9. การให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประเภทฝากประจำ						<input type="checkbox"/> 43
10. การให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประเภทออมทรัพย์						<input type="checkbox"/> 44

บริการ	ความพึงพอใจ					สำหรับผู้วิจัย
	พอใจมากที่สุด	พอใจมาก	พอใจ	พอใจเล็กน้อย	ไม่พอใจ	
11. ความรวดเร็วในการบริการ						<input type="checkbox"/> 45
12. อธิษาคัยของพนักงาน						<input type="checkbox"/> 46
13. การได้รับคำแนะนำจากพนักงาน						<input type="checkbox"/> 47
14. การบริการจากพนักงานรักษาความปลอดภัย						<input type="checkbox"/> 48

2. ความต้องการของผู้ใช้บริการ

บริการ	ความต้องการ					สำหรับผู้วิจัย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ด้านสถานที่						
1. ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ						<input type="checkbox"/> 49
2. ความปลอดภัยของสถานที่จอดรถ						<input type="checkbox"/> 50
3. การจัดน้ำดื่มที่สะอาด						<input type="checkbox"/> 51
4. การจัดห้องสุขาอย่างเพียงพอและถูกสุขลักษณะ						<input type="checkbox"/> 52
5. การบริการข่าวสารข้อมูลของธนาคาร						<input type="checkbox"/> 53
6. การปรับปรุงแบบฟอร์ม เอกสารต่าง ๆ ปากกา						<input type="checkbox"/> 54
7. ความสะอาดของธนาคาร						<input type="checkbox"/> 55
ด้านบริการ						
1. ความเพียงพอของช่องบริการ						<input type="checkbox"/> 56
2. ระบบคิวรอรับบริการ						<input type="checkbox"/> 57
3. เครื่องสอบถามยอดเงินฝากในบัญชีอัตโนมัติ (Updated)						<input type="checkbox"/> 58
4. ระบบเครื่องฝากเช็คอัตโนมัติ						<input type="checkbox"/> 59
5. บัตรเอทีเอ็มที่ใช้บัตรประชาชนทำ						<input type="checkbox"/> 60
6. การปรับปรุงอธิษาคัยของพนักงาน						<input type="checkbox"/> 61
7. คำแนะนำจากพนักงาน						<input type="checkbox"/> 62
8. อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก						<input type="checkbox"/> 63
9. การเอาใจใส่ในเรื่องความปลอดภัย						<input type="checkbox"/> 64

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

1. ปัญหาที่ได้รับจากการใช้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง

.....

.....

.....

.....

65

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง

.....

.....

.....

.....

66

กรุณาตรวจสอบความครบถ้วนอีกครั้ง

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือ

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

N of Cases = 150.0

Inter-item Correlations	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min	Variance
	.3047	-.1296	.8499	.9795	-6.5582	.0219

Reliability Coefficients 40 items

Alpha = .9440 Standardized item alpha = .9460

การกำหนดช่วงห่างของคะแนน

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการ ผู้ศึกษาได้กำหนดช่วงห่างของคะแนนจากสูตรต่อไปนี้

$$\text{โดยใช้สูตร} = \frac{\text{Max} - \text{Min}}{n} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันตรภาคชั้น}}$$

ซึ่งคะแนนสูงสุดเท่ากับ 5 คะแนนต่ำสุดเท่ากับ 1 จำนวนอันตรภาคชั้นคือ 5

$$\frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

จะได้การกำหนดช่วงห่างของคะแนน ดังนี้

5.0 - 4.21

4.20 - 3.41

3.40 - 2.61

2.60 - 1.81

1.81 - 1.00

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นามสกุล	นางสาวศิริพร สุประพาส
วันเดือนปีเกิด	4 ตุลาคม 2516
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	ปี 2528 สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาจากโรงเรียนมาเรียลัย ปี 2534 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนเทพศิรินทร์ ร่วมเกล้า ปี 2538 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีคณะบริหารธุรกิจ (การเงิน) จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ประวัติการทำงาน	ปี 2538 ตำแหน่งพนักงานบัญชี ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขามีนบุรี ปี 2540 ตำแหน่งพนักงานธนาคาร ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยลาดกระบัง