



คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาลองหลวง จังหวัดปทุมธานี*

SERVICE QUALITY OF A COMMERCIAL BANK KLONG LUANG BRANCH

PATHUM THANI PROVINCE

เมธี จันทวิมล, เปาว์ จำปาเงิน, จูติรัตน์ มีเพิ่มพูนศรี และ วีรภัทร์ ดาวเรือง

Maethee Chandavimol, Pao Jampangoen, Thitirat Meepermoolsri and Wiraphat Doarueng

นักวิจัยอิสระ

Independent Researcher

E-mail: bbpoint-rat@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการคุณภาพการให้บริการของผู้มารับบริการต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อเปรียบเทียบประชาชนที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับคุณภาพการให้บริการของผู้มารับบริการต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาลองหลวง จังหวัดปทุมธานี รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีแบบบังเอิญเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ของประชาชนในจังหวัดปทุมธานีที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือมีความเชื่อมั่นเท่ากับ .96 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า (1) คะแนนค่าเฉลี่ยระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (2) ประชากรที่มี เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งสาขาลองหลวง จังหวัดปทุมธานีไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ; ธนาคาร; ผู้มารับบริการ

ABSTRACT

The objectives of this were 1) to study the level of service quality of service recipients on the service quality of a commercial name, Khlong Luang branch, province. Pathum Thani 2) to compare people with drug tech, occupation and average monthly income

* Received January 9, 2023; Revised January 10, 2023; Accepted April 24, 2023

with the service quality of the service recipients of service image date of a branch of Thanaporn Panich and Luang, Pathum Thani Province The research. The sample group was 400 people living in Pathum Thani province by using the separation method. tools used in A method for collecting work drawings on service quality of a commercial bank, Khlong Luang branch, Pathum Thani Province which passed the quality inspection or when The belief was .96 for the statistics used in the data analysis were frequency, percentage, standard likelihood, stealth, and one-way analysis of variance. The results of the research revealed that 1) the scores were equal to the service quality of one commercial bank Long Wang, Pathum Thani Province. Overall, it was at a high level. 2) Consumers with gender, age, status, occupation and income in the month with the quality of service of a commercial bank, Pathum Thani Province does not give you in introduction.

Keywords; Service Quality; Bank; Service users

บทนำ

ปัจจุบันในประเทศไทยมีการพัฒนาการบริการเพิ่มมากขึ้น และมีการนำนวัตกรรมใหม่เข้ามารองรับกับความต้องการของผู้มารับบริการเพื่อให้ได้ การบริการที่ถูกต้องผู้มารับบริการ ซึ่งการบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจและส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดี ดังนั้น หากองค์กรใดสามารถสร้างการบริการที่ดี และสร้างความแตกต่าง รวมทั้งสร้างการให้บริการในระยะยาวที่ทำให้ผู้มารับบริการเกิดความพึงพอใจในการบริการย่อมจะทำให้องค์กรนั้นได้ใจจากผู้มารับบริการ และรักองค์กรเราเสมือนเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ของผู้มารับบริการ พิชยา วาณิชย์เลิศนาศาร ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ให้ความสำคัญกับการให้บริการที่เหมาะสมของผู้ให้บริการทางการเงินในระบบการเงินของไทยจึงกำหนดแผนยุทธศาสตร์ที่มุ่งส่งเสริมให้เกิดการให้บริการอย่างเป็นธรรม โดยยึดหลักในการดำเนินการ “4 ไม่” ได้แก่ ไม่หลอก ไม่บังคับ ไม่รบกวน ไม่เอาเปรียบ เพื่อให้การดำเนินการสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมาย ธปท. ได้ประกาศใช้หลักเกณฑ์เพื่อกำกับดูแลให้ผู้ให้บริการทางการเงิน ซึ่งประกอบด้วย ธนาคารพาณิชย์ รวมถึงบริษัทที่ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต หรือสินเชื่อส่วนบุคคลยกระดับการบริหารจัดการของตนเองตลอดกระบวนการ เพื่อให้การให้บริการทางการเงินแก่ลูกค้าเป็นไปอย่างเหมาะสมเริ่มตั้งแต่เน้นให้ผู้บริหารระดับสูงใส่ใจ และผลักดันเรื่องดังกล่าวเป็นวัฒนธรรมองค์กรพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า และมีเงื่อนไขที่ไม่เอาเปรียบกำหนดการจ่ายค่าตอบแทนพนักงานที่คำนึงถึงคุณภาพการขาย และมีมาตรการลงโทษหากไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวเสนอขายโดยให้ข้อมูลสำคัญแก่ลูกค้าอย่างถูกต้องครบถ้วน ชัดเจน และเพียงพอต่อการตัดสินใจยอมรับพนักงานให้เข้าใจ และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องให้สิทธิลูกค้าในการยินยอมเปิดเผยข้อมูลกรณีเปิดเผยเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดแก้ปัญหาเรื่องร้องเรียนอย่างเป็นธรรมภายในกรอบเวลาที่เหมาะสม มีการควบคุมกำกับ และ



ตรวจสอบที่รัดกุม ตลอดจนมีแผนรองรับการปฏิบัติงานที่เพียงพอ ในช่วงเกือบ 3 ปีที่ผ่านมา ผู้ให้บริการทางการเงินต่างลุกขึ้นมาปรับปรุงตนเองอย่างจริงจังและ ต่อเนื่อง จนลูกค้าสัมผัสได้ถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นคือสามารถเข้าไปที่สาขาของผู้ให้บริการทางการเงิน เพื่อรับบริการได้อย่างสบายใจมากขึ้นได้รับข้อมูลสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่สนใจสมัครอย่างครบถ้วนผ่านเอกสาร ที่พนักงานใช้ประกอบการเสนอขาย ใบสมัคร ไปจนถึงใบแจ้งหนี้และใบเสร็จรับเงิน ถูกบังคับซื้อประกันภัย ลดน้อยลงไม่ว่าจะเป็นการบังคับขายบัตรเดบิตพ่วงประกัน หรือการบังคับขายประกันควบคู่กับการขอสินเชื่อ นอกจากนี้ ธปท. ยังได้เผยแพร่ข้อมูลเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ข้อมูลคุณภาพการให้บริการรวมถึง ความรู้เกี่ยวกับการใช้บริการ เช่น การจ่ายชำระหนี้ บัตรเครดิต การแจ้งสิทธิไม่รับการเสนอขายทางโทรศัพท์ อีก เรื่องควรรู้เมื่อขอสินเชื่อที่อยู่อาศัยหรือเช่าซื้อผ่านทั้งช่องทางออนไลน์ของ ธปท. (www.bot.or.th และ Facebook) และศูนย์คุ้มครองผู้ให้บริการทางการเงิน (www.1213.or.th และ Facebook) เพื่อให้ลูกค้า มีข้อมูลเพียงพอสำหรับการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ ตรงกับความต้องการของตนเอง

ก้าวต่อไป ธปท. จะมุ่งยกระดับการกำกับดูแลอย่างต่อเนื่องและช่วยให้ประชาชนสามารถใช้บริการทางการเงินที่ถูกกล่ เริ่มจากการขยายขอบเขตหลักเกณฑ์กำกับดูแลให้ครอบคลุมผู้ให้บริการทางการเงินที่เน้นลูกค้ารายย่อยอย่างครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็น สถาบันการเงินเฉพาะกิจ บริษัทที่ประกอบธุรกิจนาโนไฟแนนซ์ และบริษัทบริหารสินทรัพย์ การกำกับดูแลการคิดดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมให้สะท้อนต้นทุนของผู้ให้บริการทางการเงินและไม่เอาเปรียบลูกค้าการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มขึ้นทั้งการเปรียบเทียบค่าธรรมเนียม และบทลงโทษ ผู้บริหารการกำกับดูแลการให้บริการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ให้มีการให้ข้อมูล และสิทธิแก่ลูกค้าอย่างครบถ้วนการร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติในการยกระดับการป้องกันการโทรศัพท์เสนอขายרבกวนลูกค้าโดยเริ่มจากการเพิ่มประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน “กันกวน” ในระยะแรก และผลักดันผ่านระบบ 4G ในระยะยาวตลอดจนการรวบรวมความรู้ในการใช้บริการทางการเงินเป็นคู่มือเผยแพร่ให้แก่ประชาชนด้วย

สำหรับคุณภาพในการบริการของธนาคารความอำนวยความสะดวกของ ธนาคาร การบริการ คุณภาพการบริการเช่นการมีการทำแผนผังการบอกทางอย่างชัดเจน การแต่งกายของพนักงานมีความสุภาพมีแบบฟอร์มที่ชัดเจน ความรวดเร็วของระบบคอมพิวเตอร์ ความถูกต้องของตัวเลขยอดเงิน มีเครื่องมือที่ทันสมัย และรวดเร็วสำหรับการบริการไม่ว่าจะเป็นระบบการจัดคิว เครื่องเอทีเอ็ม เครื่องปรับยอดเงินในสมุด อัตโนมัติ เครื่องฝากเงิน เป็นต้น เพื่อรองรับความต้องการของผู้รับบริการด้วยเช่นกัน สำหรับ ธนาคารพาณิชย์ที่เปิดกิจการมานานที่มีชื่อเสียงมานานมักจะได้ชื่อว่ามีคุณภาพของการบริการดี ด้วยการตัดสินใจของผู้รับบริการ เช่น ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุนรวมที่ได้รับจริงน้อยกว่า การคาดการณ์ไว้ในครั้งแรกที่เสนอขาย ผู้รับบริการอาจจะยอมรับได้ เพราะเห็นว่าทางธนาคาร มีการชี้แจงกับผู้รับบริการอย่างสม่ำเสมอแตกต่างจากธนาคารพาณิชย์ที่เพิ่งเป็นที่รู้จักผู้รับบริการอาจเปรียบเทียบกันข้ามอย่างสิ้นเชิง อาจเป็นเพราะว่าการสื่อสารที่พนักงานมีให้กับผู้รับบริการความทันสมัย และความคล่องตัวในการให้บริการยังไม่ดีพอ สิ่งเหล่านี้ทำให้คุณภาพบริการของธนาคารของผู้รับบริการยังไม่ดีเท่าที่ควร ซึ่งด้วยความเป็นจริงคุณภาพ การบริการอาจไม่แตกต่างกันเพียงแต่ผู้รับบริการไม่มีโอกาสรับรู้ว่าได้รับบริการที่ดีอย่างไร

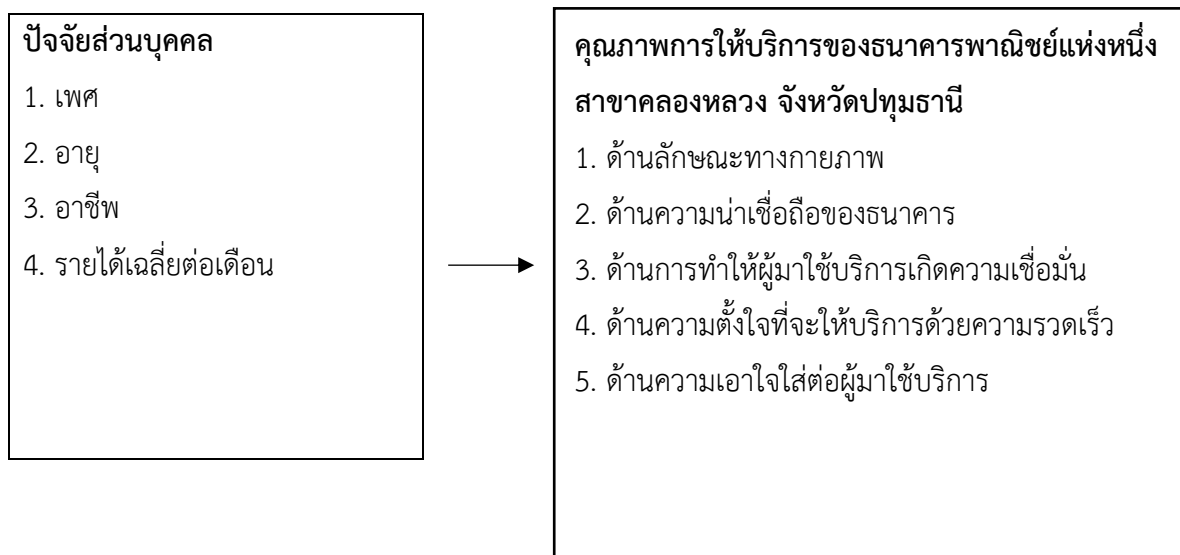


ดังนั้น ด้วยเหตุผลดังกล่าวมาข้างต้นนั้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่ศึกษาเรื่องของคุณภาพการให้บริการของผู้มารับบริการต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และเพื่อให้เป็นไปตามกลยุทธ์ที่ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งที่วางไว้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการโดยจะนำผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปเป็นแนวทางมาปรับปรุงการปฏิบัติงานด้านการบริการให้มีคุณภาพ และตอบสนองต่อผู้มารับบริการ และสามารถแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์ในพื้นที่ใกล้เคียง และเป็นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารพาณิชย์ แห่งหนึ่งสาขาคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

Parasuraman, Zeithamal, and Berry (1985)



สมมติฐานในการวิจัย

คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ของผู้มารับบริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีคุณภาพการให้บริการของ สาขาลongหลวง จังหวัดปทุมธานี ที่ต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการตามแนวคิด Parasuraman, Zeithaml and Berry หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางคุณภาพการให้บริการ ที่องค์กร จะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

ขอบเขตด้านประชากรและขอบเขตด้านพื้นที่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยในจังหวัดปทุมธานี โดยมีประชากร จำนวนทั้งหมด 1,190,060 คน (ข้อมูลจากกรมการปกครองจังหวัดปทุมธานี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564)

ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการในช่วงระหว่างเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2565 ถึง เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2565 เป็นระยะเวลา 6 เดือน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ

Parasuraman, Zeithaml and Berry ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการได้พัฒนาเครื่องมือเพื่อประเมินการรับรู้ของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจบริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของงานบริการ เรียกว่า SERVQUAL ซึ่งเป็นหนึ่งในมาตรวัดที่มีชื่อเสียง ต่อมาพบว่ามีความสัมพันธ์กันเอง (Degree of Correlation) ระหว่างตัวแปรดังกล่าวค่อนข้างสูง จึงปรับเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของบริการโดยให้เหลือเกณฑ์ อย่างกว้างทั้งหมดรวม 5 เกณฑ์ ซึ่งในแต่ละเกณฑ์ได้กำหนดเครื่องมือในการวัดระดับคุณภาพ การให้บริการ ตามเกณฑ์ดังนี้ 1. สิ่งสัมผัสจับต้องได้ (Tangibles) 2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) 4. การให้ความมั่นใจ (Assurance) 5. ความเอาใจใส่ (Empathy)

แนวคิดเกี่ยวกับธนาคาร

ธปท.นั้นทำหน้าที่กำกับดูแลสถาบันการเงินภายใต้อำนาจตาม พระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติม พระราชกำหนด บริษัทบริหารสินทรัพย์ พ.ศ. 2541 และ พ.ศ.2550 และกฎหมายอื่นๆ อาทิ ประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 58 โดยสถาบันการเงินที่ ธปท. กำกับดูแล ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ไทย ธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อย ธนาคารพาณิชย์ที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารต่างประเทศ สาขาของธนาคารต่างประเทศ สำนักงานผู้แทนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ บริษัทเงินทุน บริษัทเครดิตฟองซิเอร์ บริษัทบริหารสินทรัพย์และผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่มีใช้สถาบันการเงิน (non-bank) บางประเภท ได้แก่ ธุรกิจบัตรเครดิตและธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ นอกจากนี้ ธปท. ได้รับมอบหมายจากกระทรวงการคลังให้ตรวจสอบสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง ได้แก่ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร



ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย และมีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจข้อมูลเครดิตในการกำกับการทำงานของบริษัทข้อมูลเครดิต

แนวคิดเกี่ยวผู้มารับบริการ

ผู้รับบริการสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ 1. การรับรู้จากประสบการณ์ที่ได้รับ เป็นการรับรู้ที่เกิดจากลูกค้าได้รับบริการแล้วเกิดความรู้สึก หรือภาพพจน์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการที่ได้รับ และวิธีปฏิบัติกระบวนการบริการว่ามีคุณภาพมากน้อยเพียงใด 2. การรับรู้จากความคาดหวัง เป็นการรับรู้ที่เกิดจากข้อมูลที่ลงโฆษณาภาพพจน์ที่สื่อให้เห็นการได้ยินผู้อื่นวิจารณ์และความต้องการของลูกค้าเองหากการบริการที่ลูกค้าได้รับสอดคล้องกับความคาดหวังที่มีอยู่ ก็ย่อมจะเกิดความพึงพอใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อการบริการดังกล่าว เพราะฉะนั้นในแต่ละช่วงเวลาของการบริการต่างๆ ผู้ให้บริการจะต้องพยายามทำความรู้จักกับลูกค้าและค้นคว้าหาความต้องการของลูกค้าว่ามีความต้องการเช่นไร เพื่อสนองการบริการที่ถูกต้องลูกค้าด้วยการกระทำหรือทำที่ที่พร้อมจะให้บริการที่ดี

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี จำนวนทั้งหมด 1,190,060 คน จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน ซึ่งได้กำหนดขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยด้วยการคำนวณขนาดตัวอย่างของ ทาโร่ ยามาเน่ โดยกำหนดระดับค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้ตามรายการ (Check-list) จำนวน 4 ข้อ ตอนที่ 2 คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี เป็นแบบสอบถามที่ให้แสดงระดับการคุณภาพการให้บริการมี 5 ระดับ เกณฑ์การให้คะแนนตามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้ที่อยู่อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นประชากรหรือกลุ่มเป้าหมายที่จะศึกษา โดยการนำแบบสอบถามแจกแบบบังเอิญ จำนวน 400 ชุด พร้อมชี้แจงรายละเอียดและวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ และค่าร้อยละ วิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมานทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตามโดยใช้สถิติ t-test สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรต้นที่มี 2 กลุ่ม และใช้สถิติ (One-way ANOVA : F-test) สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรต้นที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป และหากพบว่ามี ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 จะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี LSD (Least-Significant Different Test) หรือ Scheffe

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาคุณภาพการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.สิ่งที่สัมผัสจับต้องได้	3.84	.501	มาก
2. ความน่าเชื่อถือ	3.87	.549	มาก
3. การตอบสนองความต้องการ	3.68	.447	มาก
4. การให้ความมั่นใจ	3.83	.399	มาก
5. ความเอาใจใส่	4.01	.519	มาก
โดยรวม			มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาลองหลวง จังหวัดปทุมธานี อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ สิ่งสัมผัสจับต้องได้ . ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการ การให้ความมั่นใจ ความเอาใจใส่ ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบของผู้มารับบริการ คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยจำแนกเป็น เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามเพศเป็นรายด้าน

คุณภาพการให้บริการ	เพศชาย		เพศหญิง		t-test	sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.สิ่งที่สัมผัสจับต้องได้	3.91	.489	3.83	.053	-1.364	.824
2. ความน่าเชื่อถือ	3.98	.499	3.84	.054	2.185	.040



3. การตอบสนองความต้องการ	3.81	.458	3.65	.050	-2.923	.788
4. การให้ความมั่นใจ	3.81	.419	3.83	.046	-.276	.985
5. ความเอาใจใส่	3.95	.560	4.03	.061	1.235	.556
รวม	3.85	-	3.83	-	-	-

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ว่า ผู้มารับบริการที่มีเพศต่างกัน มีคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยรวมและทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 3 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จำแนกตาม อายุ เป็นรายด้าน

แหล่งแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.สิ่งที่สัมผัสจับต้องได้					
ระหว่างกลุ่ม	1.361	4	.340	1.362	.246
ภายในกลุ่ม	98.639	395	.250		
รวม	100.00	399			
2. ความน่าเชื่อถือ					
ระหว่างกลุ่ม	2.582	4	.46	2.165	.072
ภายในกลุ่ม	117.787	395	.298		
รวม	120.369	399			
3. การตอบสนองความต้องการ					
ระหว่างกลุ่ม	2.325	4	.581	1.971	.219
ภายในกลุ่ม	77.269	395	.196		
รวม	79.594	399			
4. การให้ความมั่นใจ					
ระหว่างกลุ่ม	2.083	4	.521	2.753	.028*
ภายในกลุ่ม	74.698	395	.189		
รวม	76.780	399			



5. ความเอาใจใส่					
ระหว่างกลุ่ม	.640	4	.1060	1.003	.406
ภายในกลุ่ม	63.030	395	.160		
รวม	63.670	399			
ภาพรวมคุณภาพการให้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	1.102	4	.275	1.694	.454
ภายในกลุ่ม	40.376	395	.102		
รวม	41.478	399			
หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05					

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้มารับบริการที่มีอายุต่างกันมีคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยรวม และทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จำแนกตาม อาชีพ เป็นรายด้าน

แหล่งแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. สิ่งสัมผัสจับต้องได้					
ระหว่างกลุ่ม	3.149	6	.525	2.130	.049
ภายในกลุ่ม	96.850	393	.246		
รวม	100.00	399			
2. ความน่าเชื่อถือ					
ระหว่างกลุ่ม	3.265	6	.544	1.826	.093
ภายในกลุ่ม	117.104	393	.298		
รวม	120.369	399			
3. การตอบสนองความต้องการ					
ระหว่างกลุ่ม	1.549	6	.258	1.300	.256
ภายในกลุ่ม	78.045	393	.199		
รวม	79.594	399			



4. การให้ความมั่นใจ					
ระหว่างกลุ่ม	.951	6	.159	.821	.554
ภายในกลุ่ม	75.829	393	.193		
รวม	76.780	399			
5. ความเอาใจใส่					
ระหว่างกลุ่ม	.616	6	.103	.640	.698
ภายในกลุ่ม	63.054	393	.160		
รวม	63.670	399			
ภาพรวมคุณภาพการให้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	1.117	6	.186	1.814	.095
ภายในกลุ่ม	40.360	393	.103		
รวม	41.477	399			
หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05					

จากตาราง 4 พบว่าผู้มารับบริการที่มี อาชีพต่างกัน มีคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยรวม และทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 5 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายด้าน

แหล่งแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. สิ่งที่สัมผัสจับต้องได้					
ระหว่างกลุ่ม	4.558	4	1.140	1.716	.401
ภายในกลุ่ม	95.441	395	.242		
รวม	100.000	399			
2. ความน่าเชื่อถือ					
ระหว่างกลุ่ม	9.306	4	2.327	1.275	.523
ภายในกลุ่ม	111.063	395	.281		
รวม	120.369	399			
3. การตอบสนองความต้องการ					
ระหว่างกลุ่ม	2.757	4	.689	1.543	.423
ภายในกลุ่ม	76.837	395	.195		
รวม	79.594	399			



4. การให้ความมั่นใจ					
ระหว่างกลุ่ม	.384	4	.096	.497	.738
ภายในกลุ่ม	76.396	395	.193		
รวม	76.780	399			
5. ความเอาใจใส่					
ระหว่างกลุ่ม	1.064	4	.266	1.676	.154
ภายในกลุ่ม	62.606	395	.158		
รวม	63.670	399			
ภาพรวมคุณภาพการให้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	2.145	4	.536	1.387	.517
ภายในกลุ่ม	39.332	395	.100		
รวม	41.477	399			
หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05					

จากตาราง 5 พบว่าผู้มารับบริการที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันโดยมีคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยรวม และทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

1. การวิจัยคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ระดับมาก ได้แก่ สิ่งที่สัมผัสจับต้องได้ รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการ การให้ความมั่นใจ ความเอาใจใส่ ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากคุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญหรือหัวใจหลักในการบริการสำหรับผู้มารับบริการซึ่งผู้มารับบริการต้องการความสะดวกสบายความรวดเร็วในการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ มูห์มัดฮาฟิซ มะเซ็ง ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการของสหกรณ์อิสลามอับนูอาฟ จำกัด ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์อิสลามอับนูอาฟ จำกัด จังหวัดสตูล พบว่า ด้านสิ่งที่สัมผัสจับต้องได้โดยผู้มารับบริการให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ

1.1 ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ในด้านความน่าเชื่อถือโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับ ดังนี้ ผู้มารับบริการสามารถใช้บริการรับฝากถอนเงินได้ตรงตามความต้องการและถูกต้อง อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Ziethaml, Parasuraman & Berry ได้กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การให้บริการตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับ ลูกค้า งานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้า และสามารถนำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และสามารถช่วยแก้ไข



ปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธันยวัฒน์ ไทยเจริญ ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบงก์กิ้ง ของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญได้รับอิทธิพลจากความพึงพอใจในคุณภาพ ด้านน่าเชื่อถือ กับผู้มารับบริการ

1.2 ด้านการตอบสนองความต้องการ พบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ในด้านการตอบสนองโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับ ดังนี้ ผู้มารับบริการสามารถใช้บริการช่องบริการฉุกเฉินหรือช่องเร่งด่วน อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Ziethaml, Parasuraman & Berry ได้กล่าวว่า

1.3 การตอบสนองลูกค้า (Responsive) หมายถึง ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนานรวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้น เมื่อเห็นลูกค้าแล้วจะต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ รวมทั้งสอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็ว จะต้องมาจากพนักงาน และกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธันยวัฒน์ ไทยเจริญ ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบงก์กิ้ง ของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญ การตอบสนองความต้องการ กับผู้มารับบริการ

1.4 ด้านการให้ความมั่นใจ พบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ในด้านการให้ความมั่นใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับ ดังนี้ ผู้ให้บริการมีทักษะในการแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Ziethaml, Parasuraman & Berry ได้กล่าวว่า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าและ สร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่า ลูกค้าได้รับการที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธันยวัฒน์ ไทยเจริญ ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบงก์กิ้ง ของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญ การให้ความมั่นใจ กับผู้มารับบริการ

1.5 ด้านความเอาใจใส่ พบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง สาขาคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ในด้านความเอาใจใส่โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับ ดังนี้ ผู้ให้บริการสามารถจดจำผู้มารับบริการได้เป็นอย่างดีและข้อมูลต่างๆ ได้ อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Ziethaml, Parasuraman & Berry ได้กล่าวว่า การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) หมายถึง พนักงานที่ให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วย ความเอาใจใส่และการให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้รับทราบ ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบาง เรื่อง โดยใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธันยวัฒน์ ไทยเจริญ ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบงก์กิ้ง ของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) พบว่า ด้านความเอาใจใส่ผู้มารับบริการให้ความสำคัญมากคือ ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ



ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาในด้านอื่นๆ เพิ่มเติมเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยด้านพฤติกรรมที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของธนาคารพาณิชย์
2. ผลจากการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปวางแผน และกลยุทธ์ในด้านบริการ ในอนาคต
3. การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ดังนั้นถ้าต้องการให้งานวิจัยครั้งนี้สมบูรณ์มากขึ้น ควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อที่จะได้ข้อมูลเชิงลึก

บรรณานุกรม

- ชีวรรณ เจริญสุข. (2563).แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ (SERVICE QUALITY SATISFACTION). DOCTOR OF BUSINESS ADMINISTRATION (DBA) APRIL 7, 2020 MAYMEILING LEAVE A COMMENT
- ณรงค์ โพธิ์นันท์. (2556). ระเบียบวิธีวิจัย : หลักการและแนวคิด เทคนิค การเขียนรายงาน การวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพมหานคร : เอ็กสเปอร์เน็ท.
- ธัญวัฒน์ ไทยเจริญ. (2561). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ต แบงกิ้งของ ธนาคาร ธนาชาตจำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์สาขาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นพดล ชูเศษ และคณะ. (2561). องค์ประกอบคุณภาพการบริการของ โรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัด สงขลา. การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 9
- พิชยา วาณิชเลิศนาศาร. การให้บริการทางการเงินแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม: 3 ปีที่ผ่านมากับการเปลี่ยนแปลงที่เริ่มสัมผัสได้ . <https://www.bot.or.th>thai>artclcs>pages>
- มุhammadหะฟิซ มะเซ็ง. (2561). คุณภาพการบริการของสหกรณ์อิสลามอับนูเออาฟ จำกัด ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ของสมาชิกสหกรณ์อิสลามอับนูเออาฟ จำกัด จังหวัดสตูล.ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วรรณวิภา บัวแย้ม. (2560). การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติที่มีผลต่อการ ตัดสินใจใช้บริการ ธนาคารอินเดียเนโอเวอร์ชีส์ สาขากรุงเทพมหานครของผู้ใช้บริการรายย่อย.
- สุดาร์ตน์ ทองดี. (2563). คุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขา บ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี.ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- Parasurama, A., Zeithaml, V. A., & , & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality. Journal of Retailing.