



ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน จำกัด
สาขาชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ

THE CUSTOMERS' SATISFACTION TOWARD THE SERVICES
OF THE GOVERNMENT SAVINGS BANK, LIMITED IN CHAIYAPHUM BRANCH,
CHAIYAPHUM PROVINCE

สิทธิศักดิ์ วรรณสุ^{1*}

ดร.อาทิตย์ ฉัตรชัยพลรัตน์^{**}

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน จำกัด สาขาชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ วิธีการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 340 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.91 จากนั้นเก็บรวบรวมข้อมูลแบบบังเอิญจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 คน ที่มาใช้บริการฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน ชำระค่าสินค้า/บริการ รวมทั้งบริการอื่นๆ ที่ธนาคาร

ผลการศึกษา พบว่า

1) พฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการ 1 - 2 ครั้ง/เดือน จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 50.59 ส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงที่มาใช้บริการต่างๆ ของทางธนาคาร จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 63.24 ประเภทของการมาใช้บริการมากที่สุด คือ ด้านเงินฝาก/ถอนเงิน/โอนเงิน จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 56.47 เหตุผลในการเลือกใช้บริการต่างๆ ของทางธนาคารเพราะมีสาขาที่ใกล้บ้าน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 33.24 ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของทางธนาคาร 2 - 4 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 32.65

2) ระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ ด้านอาคาร สถานที่ พบว่าโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51 ด้านการให้บริการของพนักงาน พบว่าโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.46 ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 ด้านการอำนวยความสะดวก พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.31 ตามลำดับ

คำสำคัญ: พฤติกรรม, ความพึงพอใจ, การประเมินผลความพึงพอใจ

* นักศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ มหาลัยบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย

** คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย อาจารย์ที่ปรึกษา

ABSTRACT

The purposes of this study were: 1) to examine customer behavior on the services of Government Savings Bank, Chaiyaphum Branch, Chaiyaphum Province, 2) to examine customer satisfaction with the services provided by Government Savings Bank, Chaiyaphum Branch, Chaiyaphum Province. The data was collected from 340 samples using questionnaires with a reliability of 0.89 for collecting data. The data were collected by accidental random sampling from 240 samples using the services of deposit, withdrawal, transfer money, pay for goods and services, including other services at this Bank. The results showed that: 1) the customer behavior using the services of Government Savings Bank, Chaiyaphum Branch most frequently used for 1-2 times / month (50.59% n=172), most women used the services (63.24 % n = 192) the types of service used very much were deposit/ withdrawal/transfer services (56.47%). The reasons for selecting the bank services because the branch was near the house (33.24% n=113) 2) the customer satisfaction level at the bank in the aspect of location was at the high level at the average of 3.51, the aspect of the services of its employees was found that overall satisfaction was 3.46, and the overall level of publicity was 3.40, and the facilities were found that overall satisfaction were 3.31at the moderate level, respectively.

keywords: Behavior, Satisfaction, Evaluation of satisfaction

1. บทนำ

การพัฒนาบทบาทของธนาคารออมสินสู่การเป็นธนาคารเพื่อประชาชน ทำให้ธนาคารออมสินเข้ามา มีบทบาทในสังคมไทยอย่างกว้างขวาง ตั้งแต่ในระดับรัฐสู่ระดับฐานราก ทั้งในแง่ของการส่งเสริมการออม การให้สินเชื่อทั้งกับภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน และประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะการส่งเสริมการออมและให้สินเชื่อในระดับฐานราก และได้รับการส่งเสริมอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น ภายใต้นโยบายการทำงานที่เรียกว่า “การส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก”

ปัจจุบันเกิดการปรับเปลี่ยนบริบททางเศรษฐกิจสังคมในประเทศไทยอย่างมาก ซึ่งส่งผลสำคัญต่อแนวทางการทำงานของธนาคารออมสิน โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของธนาคารพาณิชย์ใหม่ๆ มาตั้งแต่ราวทศวรรษที่ 2500 มาจนถึงปัจจุบันเมื่อการแข่งขันจากธนาคารพาณิชย์ที่มีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อธนาคารเหล่านี้ได้รับอนุญาตให้สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้หลากหลาย ไม่จำกัดอยู่เฉพาะการฝากเงิน ถอนเงิน หรือ

ปล่อยกู้เท่านั้น อีกทั้งธนาคารพาณิชย์เหล่านี้ยังขยายสาขาออกไปทุกพื้นที่ทั่วประเทศ แม้แต่ในเมืองเล็กๆ ก็ไม่ได้มีแต่ธนาคารออมสินอีกต่อไป ด้วยความหลากหลายทางธุรกรรมตลอดจนเครือข่ายการให้บริการที่กว้างขวางของธนาคารพาณิชย์ที่ได้พัฒนาขึ้นนี้ทำให้ธนาคารออมสินต้องสูญเสียความได้เปรียบในการดึงดูดลูกค้าและสูญเสียฐานลูกค้าเดิมลงเรื่อยๆ แม้ธนาคารออมสินยังคงมีจุดแข็งและความได้เปรียบธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ในเรื่องของความมั่นคงภายใต้การประกันความเสี่ยงจากรัฐบาลหรือที่เรียกกันว่า “รัฐบาลเป็นประกัน” หากแต่จุดแข็งนี้ดูจะไม่สามารถยึดถือเป็นข้อได้เปรียบในสายตาของผู้ใช้บริการได้อีกต่อไป เนื่องจากการพัฒนาภาพลักษณ์ในเรื่องของความมั่นคงทางการเงิน ตลอดจนการดำเนินงานที่มีความโปร่งใสและเปิดเผยต่อสาธารณะมากขึ้นของธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ได้ทำให้ภาพลักษณ์ในเรื่องของความมั่นคงของธนาคารเหล่านี้มีเพิ่มสูงขึ้นจนสามารถเทียบเท่าได้กับความมั่นคงของธนาคารออมสิน โดยเฉพาะช่วงหลังวิกฤติเศรษฐกิจใน พ.ศ. 2540 นอกจากนี้รัฐบาลก็ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาธนาคาร



ออมสินในการระดมเงินทุนภายในประเทศอีกต่อไป เนื่องจากธนาคารและสถาบันการเงินอื่นๆ ต่างมีขีดความสามารถในการระดมเงินฝากได้ ไม่ต่างจากธนาคารออมสิน การออกพันธบัตรรัฐบาลจึงเป็นการเปิดประมุลให้กับสถาบันการเงินต่างๆ เพื่อให้เกิดการแข่งขันในด้านดอกเบี้ย ทำให้บทบาทของธนาคารออมสินในฐานะสถาบันที่ให้การสนับสนุนทางการเงินกับรัฐบาลมาแต่อดีตต้องลดความสำคัญลง สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธนาคารออมสินต้องมีการปฏิรูปองค์กรความจำเป็นในการปฏิรูปองค์กรครั้งนี้ส่วนหนึ่งสะท้อนให้เห็นในภาพรวมแนวโน้มผลประกอบการที่ลดลง โดยอุปสรรคสำคัญในการขยายงานของธนาคารออมสินคือการที่ยังขาดธุรกิจกรมและบริการทางการเงินที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า เพราะขอบเขตการดำเนินธุรกิจของธนาคารถูกจำกัดด้วยกฎเกณฑ์ต่างๆ จึงทำให้ไม่สามารถให้บริการครบวงจรเหมือนธนาคารอื่นๆ ความจำเป็นดังกล่าวได้พุ่งเป้าไปที่การขจัดข้อจำกัดทางด้านกฎหมาย โดยได้มีความพยายามในการเร่งรัดให้กระทรวงการคลังประกาศใช้ร่างกฎกระทรวงที่ธนาคารออมสินได้เสนอให้พิจารณาตั้งแต่ พ.ศ. 2542 จนสามารถผ่านการพิจารณาจากคณะรัฐมนตรีใน พ.ศ. 2547 หากแต่เมื่อพิจารณาแล้วพบว่ากฎกระทรวงฉบับดังกล่าวยังมีข้อจำกัดอยู่อีกหลายประการ จึงมีการจัดทำร่างกฎกระทรวงฉบับใหม่ขึ้น เพื่อลดข้อจำกัด จนขอบข่ายการดำเนินงานสามารถเทียบเคียงได้กับธนาคารพาณิชย์ทั่วไป และได้รับความเห็นชอบประกาศใช้ใน พ.ศ. 2548 กฎกระทรวงฉบับใหม่นี้ส่งผลให้ธนาคารออมสินสามารถขยายขอบเขตการประกอบธุรกิจได้มากขึ้นและคล่องตัวขึ้นหรือกล่าวได้ว่า ธนาคารออมสินสามารถประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ได้อย่าง “ครบวงจร” สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ในขณะที่เดียวกันก็เพิ่มความสามารถในการหารายได้ของธนาคาร โดยเฉพาะจากค่าธรรมเนียมในธุรกรรมทางการเงินประเภทต่างๆ ที่เพิ่มขึ้นมาด้วย

ในปี 2556 เป็นปีที่ธนาคารออมสินครบรอบ 100 ปี เป็นปีที่มีความสำคัญ และเป็นจุดเปลี่ยนว่าธนาคารของเรา

จะไปทิศทางใด และจะเติบโตต่อได้อย่างไร เราเป็นธนาคารที่ยิ่งใหญ่ ครบรอบ 100 ปี เราก็ต้องทำอะไรให้ยิ่งใหญ่เช่นกัน ดังนั้น ในโอกาสพิเศษนี้ ธนาคารจึงได้จัดให้มีโครงการที่จะเฉลิมฉลองอย่างยิ่งใหญ่ โดยเฉพาะในส่วนของกิจกรรมต่างๆ นั้น ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการในชุดต่างๆ ขึ้นมา เพื่อวางกรอบและเร่งรัดการทำงานให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด อย่างไรก็ตาม เรื่องที่ธนาคารให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในปีหน้าคือ คุณภาพ ในปีหน้าคุณภาพเป็นเรื่องสำคัญ เพราะเกี่ยวพันถึงความผูกพันที่แน่นแฟ้นระหว่างธนาคารกับลูกค้า และในการทำงานทุกอย่างควรจะต้องมีมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ ซึ่งในโอกาสที่ออมสินกำลังก้าวไปสู่ปีที่ 100 ความแข็งแกร่งของออมสินมีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชาติ เราจึงต้องสร้างมาตรฐานที่เชื่อมั่นได้ เป็นธนาคารแห่งคุณภาพ หรือ Quality Bank ทั้งคุณภาพของคน คุณภาพของการให้บริการที่เป็นเลิศ และคุณภาพของระบบงาน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่า สิ่งที่คุณค่าจะได้รับจากธนาคาร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ตอบสนองต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต ทั้งหมดคือสิ่งที่ธนาคารออมสินได้ตั้งใจมอบให้กับลูกค้าผู้มีอุปการคุณต่อธนาคารออมสินจนทำให้ธนาคารก้าวมาจนถึงปีที่ 100”

ธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ เป็นสาขาหลักของจังหวัดชัยภูมิและเป็นสาขาย่อยของธนาคารออมสิน ตั้งอยู่ที่ 51/9 หลห้วย ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ, 36000 ให้บริการฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน ชำระเงินกู้ ชำระค่าสินค้า/บริการ บริการด้านสินเชื่อ บริการข่าวสาร รวมทั้งบริการอื่นๆ ในแต่ละวันมีผู้มาใช้บริการต่างๆ ของธนาคารเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการใช้บริการที่ไม่ทั่วถึงและไม่มีประสิทธิภาพ การให้บริการของทางธนาคารอาจไม่ตอบสนองกับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ โดยมีผู้มาใช้บริการเฉลี่ยสัปดาห์ละ 1,345.25 หรือประมาณ 1,345 คน โดยคิดจากจำนวนผู้มาใช้บริการภายในเดือนกันยายน พ.ศ. 2556 รวมทั้งสิ้น 5,381 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงคุณภาพของการให้บริการของธนาคารออมสิน โดยจะ

ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน และเลือกธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ เป็นกรณีศึกษา เพื่อเป็นต้นแบบในการศึกษาและพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ธนาคารสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระดับคุณภาพการให้บริการ ลูกค้าสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารต่างๆ ของทางธนาคาร สมาคมธนาคารไทยสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระดับมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ

3. วิธีดำเนินการศึกษา

ขั้นตอนการดำเนินการศึกษา 1) กำหนดขนาดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 2) สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 3) ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 4) เก็บรวบรวมข้อมูล 5) ประมวลผลข้อมูล รายละเอียดดังนี้

3.1 กำหนดขนาดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ โดยพิจารณาจากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน ชำระค่าสินค้า/บริการ รวมทั้งบริการอื่นๆ ที่ธนาคาร ภายในเดือนกันยายน พ.ศ. 2556 รวมทั้งสิ้น 5,381 คน เฉลี่ยสัปดาห์ละ 1,345.25 หรือประมาณ 1,345 คน (อ้างอิงจาก Transaction การให้บริการลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ)

การกำหนดขนาดตัวอย่าง ผู้ศึกษาได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างใน อีรุณี เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 จากลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ

โดยพิจารณาจากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน ชำระค่าสินค้า/บริการ รวมทั้งบริการอื่นๆ ที่ธนาคาร ภายในเดือนกันยายน พ.ศ. 2556 รวมทั้งสิ้น 5,381 คน เฉลี่ยสัปดาห์ละ 1,345.25 หรือประมาณ 1,345 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 308 คน (สำรองข้อมูล 10%) ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 338.8 คน ประมาณ 339 คน เพื่อให้สะดวกต่อการเก็บข้อมูลจึงเก็บจริงจำนวน 340 คน

3.2 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสอบถาม

2.2 ออกแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัย ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน โดยมีรายละเอียด ดังนี้ ส่วนที่ 1 มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ ส่วนที่ 3 มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านอาคารสถานที่ ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ ตามมาตรวัด Likert Scale (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538) ส่วนที่ 4 เป็นส่วนสุดท้ายของแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อธนาคาร และข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ

3.3 ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 เมื่อผู้ศึกษาสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้วจากนั้นก็จะนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและทำการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ



3.3.2 นำแบบสอบถามที่ทำการปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ เพื่อพิจารณาความเที่ยงตรงของเนื้อหา ความเข้าใจ และการใช้ภาษา เพื่อให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้

3.3.3 นำแบบสอบถามที่ทำการปรับปรุงเนื้อหาแล้วไปทดลองใช้กับลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขาอื่นที่ไม่ใช่สาขาชัยภูมิ คือ ธนาคารออมสิน สาขาห้าแยกโนนไฮ จำนวน 30 คน และนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Science for Windows) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.91 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่ผู้ศึกษากำหนดไว้ คือ 0.70 ดังนั้นแบบสอบถามมีประสิทธิภาพสามารถนำไปใช้งานได้

3.3.4 นำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขปรับปรุงอย่างสมบูรณ์แล้ว นำเสนอต่อคณะกรรมการควบคุมการค้นคว้าอิสระ ขอความเห็นชอบและนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยต่อไป

4. เก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)
ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 340 คน (สำรวจข้อมูล 10%) ตามสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างใน อังคนิธิ เภกกุล, 2543) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ โดยพิจารณาจากจำนวนผู้มาใช้บริการฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน ชำระเงินกู้ ชำระค่าสินค้า/บริการ บริการด้านสินเชื่อ บริการข่าวสาร รวมทั้งบริการอื่นๆ ที่ธนาคารในเดือนกันยายน พ.ศ. 2556 ซึ่งมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

4.1.1 ขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย เพื่อขอความร่วมมือจากผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาชัยภูมิ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

จากกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน ชำระค่าสินค้า/บริการ รวมทั้งบริการอื่นๆ ที่ธนาคาร

4.1.2 ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีเลือกแบบบังเอิญ จากกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน ชำระค่าสินค้า/บริการ รวมทั้งบริการอื่นๆ ที่ธนาคาร โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 5 วันทำการ ระหว่างวันที่ 16 - 19 ธันวาคม 2556

4.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย รวมถึงข้อมูลจากธนาคาร และฐานข้อมูลของธนาคาร เพื่อใช้ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างและขนาดตัวอย่าง นอกจากนี้ยังมีแหล่งข้อมูลอื่นๆ อีกด้วย ได้แก่ อินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นต้น

5. การประมวลผลข้อมูล

5.1 การตรวจสอบคุณภาพของข้อมูล โดยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลว่าข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกมีความถูกต้องสอดคล้องตรงกับความเป็นจริงหรือไม่ ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลว่าส่วนไหนของแบบสอบถามมีข้อมูลสูญหาย (Missing Data) หรือไม่สมบูรณ์ จากนั้นทำการแก้ไขเพื่อให้ข้อมูลอยู่ในสถานะที่พร้อมนำไปวิเคราะห์ต่อไป

5.2 การลงรหัส เมื่อทำการตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขข้อมูลของแบบสอบถามให้อยู่ในสถานะที่พร้อมนำไปวิเคราะห์แล้ว ผู้วิจัยจะทำการลงรหัสตามที่กำหนดไว้สำหรับแบบสอบถามปลายปิด และจัดกลุ่มคำตอบที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิด

5.3 การประมวลผลข้อมูลทางสถิติ เมื่อลงรหัสข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ด้วยการหาค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



6. ผลการศึกษา

6.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 63.24 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 36.76 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 31.18 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 40 - 49 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 22.94 อายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 20.88 อายุ 50 ปี ขึ้นไป จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 13.82 อายุ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 11.18 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 39.41 รองลงมา คือ การศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 20.20 การศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 16.47 การศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 16.18 การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 7.65 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 37.65 รองลงมา คือ อาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 24.41 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 22.35 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 15.29 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.29 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 37.06 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 20.88 รายได้เฉลี่ย 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 18.24 รายได้เฉลี่ย 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 14.71 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.47 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.41 ตามลำดับ

6.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการ 1 - 2 ครั้ง/เดือน จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 50.59 รองลงมา คือ ความถี่ในการมาใช้บริการ 1 - 2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 19.71 ความถี่ในการมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 16.76 ความถี่ในการมาใช้บริการ 3 - 4 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 10.59 ความถี่ในการมาใช้บริการ มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.35 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีประเภทของการมาใช้บริการด้านเงินฝาก/ถอนเงิน/โอนเงิน จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 56.47 รองลงมา คือ ประเภทของการมาใช้บริการด้านสินเชื่อ (ทั้งลูกค้ารายใหญ่และรายย่อย) จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 18.24 ประเภทของการมาใช้บริการรับชำระค่าสินค้าและบริการ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 17.35 ประเภทของการมาใช้บริการทำบัตรเอทีเอ็ม (ATM) หรือบัตรเครดิต จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.24 ประเภทของการมาใช้บริการเรียกเก็บเช็คต่างจังหวัด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.24 ประเภทของการมาใช้บริการตัวแลกเงิน เช็คธนาคาร เช็คของขวัญ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.18 ประเภทของการมาใช้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.29 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการต่างๆ ของทางธนาคารเพราะมีสาขาที่ใกล้บ้าน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 33.24 ได้รับความสะดวกสบาย จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 30.59 ประทับใจในการให้บริการ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 14.12 ชื่อเสียงและความมั่นคงของบริษัท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 12.65 มีความคุ้นเคยกับพนักงาน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ให้ผลตอบแทนสูง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.24 มีเทคโนโลยีในการให้บริการที่ทันสมัย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.18 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของทาง



ธนาคาร 2 - 4 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 32.65 รองลงมา คือ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของทางธนาคาร 8 - 10 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของทางธนาคาร 5 - 7 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 23.24 ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของทางธนาคารไม่เกิน 1 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 10.29 และระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของทางธนาคาร 11 ปีขึ้นไป จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.82 ตามลำดับ

6.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ

ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ ด้านอาคาร สถานที่ พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51 ด้านการให้บริการของพนักงาน พบว่าโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.46 ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 ด้านการอำนวยความสะดวก พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.31 ตามลำดับ

6.3.1 ด้านอาคารสถานที่ จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ ในด้านอาคารสถานที่ พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของธนาคาร มีระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารมีความเหมาะสม มีระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.63 ความปลอดภัยในการเข้ามาใช้บริการ มีระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.59 ความชัดเจนของป้ายแนะนำการให้บริการต่างๆ มีระดับความพึงพอใจปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.44 ห้องสุขามีความสะอาดและถูกสุขลักษณะ มีระดับความพึงพอใจปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38 และที่นั่งรอรับบริการมีความเพียงพอ มีระดับความพึงพอใจปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.36 ตามลำดับ

6.3.2 ด้านการให้บริการของพนักงาน

ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ ในด้านการให้บริการของพนักงาน พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.46 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความรู้ความสามารถที่เหมาะสมกับหน้าที่ มีระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.54 มีความกระตือรือร้น มีความเป็นมิตร และมีความใส่ใจในการให้บริการ มีระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.51 สร้างความประทับใจในการให้บริการ มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.46 มีความเพียงพอต่อการให้บริการ มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.45 ความถูกต้อง รวดเร็วในการให้บริการ มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.44 การให้บริการลูกค้าในทุกระดับอย่างเท่าเทียม มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.42 และการตอบข้อซักถาม การแนะนำการให้บริการ และการแก้ไขปัญหาให้กับผู้มาใช้บริการ มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.41 ตามลำดับ

6.3.3 ด้านการอำนวยความสะดวก

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ ในด้านการอำนวยความสะดวก พบว่าโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.31 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีต่อเนื่องไม่ติดขัด มีระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.51 การให้บริการลูกค้าตามลำดับการกดบัตรคิว มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.46 ช่องบริการมีความเพียงพอต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.41 การเดินทางมาใช้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.25 และสถานที่จอดรถมีความเพียงพอ มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.94 ตามลำดับ

6.3.4 ด้านการประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ ในด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อมูลที่ได้รับจากธนาคารมีความถูกต้อง



รวดเร็ว เชื่อถือได้ ทันสมัยและเป็นปัจจุบันอยู่ตลอดเวลา มีระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.54 ช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและสิทธิประโยชน์ให้กับลูกค้ามีความหลากหลาย มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.46 ลูกค้าของธนาคารสามารถรับรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสิทธิประโยชน์ได้ง่าย มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.37 และสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ มีความชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 3.21 ตามลำดับ

7. อภิปรายผล

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 63.24 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 36.76 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 31.18 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 40 - 49 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 22.94 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 39.41 รองลงมา คือ การศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 20.20 ส่วนใหญ่มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 37.65 รองลงมา คือ อาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 24.41 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 37.06 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 20.88 ผลการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการ 1 - 2 ครั้ง/เดือน รองลงมา คือ ความถี่ในการมาใช้บริการ 1 - 2 ครั้ง/สัปดาห์ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงที่มาใช้บริการต่างๆ ของทางธนาคาร ประเภทของการมาใช้บริการมากที่สุด คือ ด้านเงินฝาก/ถอนเงิน/โอนเงิน รองลงมา คือ การใช้บริการด้านสินเชื่อ (ทั้งลูกค้ารายใหญ่และรายย่อย) เหตุผลในการเลือกใช้บริการต่างๆ ของทางธนาคารเพราะมีสาขาที่ใกล้บ้าน และได้รับความสะดวกสบาย ส่วนใหญ่

มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของทางธนาคาร 2 - 4 ปี รองลงมา คือ 8 - 10 ปี ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ ด้านอาคารสถานที่ พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของธนาคาร มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารมีความเหมาะสม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ความปลอดภัยในการเข้ามาใช้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ความชัดเจนของป้ายแนะนำการให้บริการต่างๆ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง ห้องสุขามีความสะอาดและถูกสุขลักษณะ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง และที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ที่นั่งรอรับบริการมีความเพียงพอ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ ด้านการให้บริการของพนักงาน พบว่าโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความรู้ความสามารถที่เหมาะสมกับหน้าที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีความกระตือรือร้น มีความเป็นมิตร และมีความใส่ใจในการให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับ มาก สร้างความประทับใจในการให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง มีความเพียงพอต่อการให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง ความถูกต้อง รวดเร็วในการให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง การให้บริการลูกค้าในทุกระดับอย่างเท่าเทียม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง และที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การตอบข้อซักถาม การแนะนำการให้บริการ และการแก้ไขปัญหาให้กับผู้มาใช้บริการ มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับ ปานกลาง ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ ด้านการอำนวยความสะดวก พบว่าโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การให้บริการแก่ลูกค้าเป็นไปอย่างต่อเนื่องไม่ติดขัด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก การให้บริการลูกค้าตามลำดับการกดบัตรคิว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง



ช่องบริการมีความเพียงพอต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง การเดินทางมาใช้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง และที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ สถานที่จอดรถมีความเพียงพอ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาชัยภูมิ ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่าโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อมูลที่ได้รับจากธนาคารมีความถูกต้อง รวดเร็ว เชื่อถือได้ ทันสมัยและเป็นปัจจุบันอยู่ตลอดเวลา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก ช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและสิทธิประโยชน์ให้กับลูกค้ามีความหลากหลาย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง ลูกค้าของธนาคารสามารถรับรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสิทธิประโยชน์ได้ง่าย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง และที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ มีความชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะในนำผลการศึกษาค้นคว้าไปใช้

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ซึ่งพบว่าลูกค้ามีพฤติกรรม คือ มีความถี่ในใช้บริการของทางธนาคารค่อนข้างต่ำ คือ 1 - 2 ครั้ง/เดือน ประเภทของการมาใช้บริการมากที่สุด คือ ด้านเงินฝาก/ถอนเงิน/โอนเงิน เหตุผลในการเลือกใช้บริการต่างๆ ของทางธนาคารเพราะมีสาขาที่ใกล้บ้าน และได้รับความสะดวกสบาย ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของทางธนาคาร 2 - 4 ปี ในส่วนของความพึงพอใจของลูกค้าเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สิ่งที่ทางธนาคารควรพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้แก่ ที่นั่งรอรับบริการ ควรปรับให้มีความเพียงพอต่อการมาใช้บริการของลูกค้า การตอบข้อซักถาม การแนะนำการให้บริการและการแก้ไขปัญหาให้กับผู้มาใช้บริการของพนักงานควรมีการปรับปรุง

ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น สถานที่จอดรถมีความปรับให้มีความเพียงพอหรือถ้าไม่สามารถขยายได้ ควรใช้นโยบายด้านอื่น เช่น การจำกัดเวลาจอดรถของลูกค้าที่มาใช้บริการของทางธนาคาร และควรมีการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ให้มีความชัดเจนและเข้าใจได้ง่ายมากขึ้น

8.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาค้นคว้าครั้งต่อไป

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นเพียงกรณีศึกษา ดังนั้นในการศึกษาค้นคว้าครั้งต่อไป ผู้ทำการศึกษาคควรทำศึกษาให้หลากหลายสาขามากขึ้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของทางธนาคารแต่ละสาขาว่ามีความพึงพอใจในแต่ละด้านแตกต่างกันหรือไม่ สาขาไหนควรพัฒนาปรับปรุงการให้บริการในเรื่องใด และสาขาไหนที่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ควรนำมาเป็นต้นแบบในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสาขาที่มีความพึงพอใจในด้านนั้นๆ ต่ำกว่าตามลำดับ นอกจากนี้ควรปรับวิธีในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้สารสนเทศในที่ต้องแม่นยำและหลากหลายแง่มุมมากขึ้น เพื่อให้การนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจวางแผนปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

1. กุณทลี เวชสาร. (2545). การวิจัยตลาด. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
2. กฤษณ์ ไทรงาม. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
3. กรพจน์ อัครวินวิจิตร. (2556) วิชาการออมสิน. ธนาคารออมสิน. ออนไลน์
4. แก้วตา จินดาวัฒน์. (2548). ความคิดเห็นในการเปิดให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคาร อากาศสงเคราะห์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.



5. ฉัตรพร เสมอใจ.(2545).การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
6. ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
7. ธัชพล กาญจนกุล (2556) วิชาการออมสิน. ธนาคารออมสิน. ออนไลน์
8. ธนาคารออมสิน.(2556)วิชาการออมสิน.ออนไลน์
9. ปริญญา เพชรรุ่งฟ้า และคณะ. (2553). ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้วจังหวัดสมุทรสาคร. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
10. พิษณุ บุรณวิจิต. (2554) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขาปากน้ำชุมพร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป. มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
11. รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. (2551). จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
12. ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2538). สถิติวิทยาทางการวิจัย. กรุงเทพฯ: สุวีริยาส์น.
13. วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2545). คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย - ญี่ปุ่น).
14. ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์
15. สมบูรณ์ ชิดพงษ์. (2523). การวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
16. สมพงษ์ เกษมสิน. (2526). การบริหารงานบุคคลแผนใหม่. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
17. สมศักดิ์ ภู่งาม และคณะ. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขามหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
18. สาวิตรี ปรียวาทิ. (2552). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร-กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. การศึกษาค้นคว้าอิสระ. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย.
19. สุวัฒนา ไบเจริญ. (2540). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
20. อังคณา อ้นมณี. (2550). พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ธนาคารออมสิน สำนักพหลโยธิน. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาการจัดการทั่วไป.
21. อัจจิมา เศรษฐบุตร์ และสายสวรรค์ วัฒนาพานิช. (2533). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
22. อภิชัย พรนิยมนสิริ. (2545). พฤติกรรมของลูกค้าส่วนบุคคล ธนาคารกรุงเทพ จำกัด [มหาชน] ในการใช้บริการสาขาไมโคร ตามห้างสรรพสินค้า. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
23. อุดุสย์ จาตุรงค์กุล. (ม.ป.ป.). กลยุทธ์การตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
24. Philip Kotler. (1997).Marketing management. (9th ed.) Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.