

แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ณ เคาน์เตอร์บริการ
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี
จังหวัดกาฬสินธุ์
Guidelines for The Development of Service Quality in
the Service Counter, Krung Thai Bank,
Kuchinarai Branch, Kalasin Province

ปวีตรา ไสภาพล (Pawitra Sophaphon)*

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ใน
คุณภาพการบริการ ณ เคาน์เตอร์บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
สาขาอุบลราชธานี และเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการโดย
ใช้แบบสอบถามตามแนวคิดของ “SERVQUAL” จำนวน 22 ข้อ ใช้มาตราวัด
5 ระดับมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 คน ซึ่งวัดความแตกต่าง ความคาดหวังและ
การรับรู้ในคุณภาพการบริการใช้สถิติอ้างอิงแบบที (t-test) ผลการศึกษาทั่วไป
พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารเป็นเพศหญิงร้อยละ 73.1 ลูกค้าที่มาใช้
บริการส่วนใหญ่อายุ 40-60 ร้อยละ 42.1 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
ร้อยละ 50.5 เป็นลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดาร้อยละ 83.3 ประเภทกลุ่มองค์กร
กรณีเป็นลูกค้าประเภทนิติบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นองค์กรภาครัฐร้อยละ 6.7
ตำแหน่งพนักงาน ร้อยละ 7.4 บริษัท/ห้างร้านที่มีเงินทุนจดทะเบียนส่วนใหญ่
ตั้งแต่ 10,000,000 บาท ขึ้นไปร้อยละ 7.7 กรณีเป็นลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดา
ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการร้อยละ 43.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่
15,000-20,000 บาทร้อยละ 29.5 ด้านพฤติกรรมการใช้บริการส่วนใหญ่ตนเอง

* นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษารจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เป็นผู้ตัดสินใจร้อยละ 75.9 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ตนเองร้อยละ 64.1 ด้านการใช้บริการบริการฝาก/ถอนเงิน/โอนเงินร้อยละ 33.1 ด้านการใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการไม่แน่นอนร้อยละ 47.2 เวลาในการใช้บริการ 13.00 น.-16.30 น.คิดเป็นร้อยละ 38.2 ใช้บริการของธนาคารผ่านตู้ เอทีเอ็ม/เครื่องอัตโนมัติร้อยละ 66.2 และเหตุผลที่เลือกใช้บริการเพราะธนาคารมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับมากที่สุดร้อยละ 20.2 และผลการศึกษาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของธนาคาร พบว่า มีความคาดหวังมากกว่าการรับรู้ที่ลูกค้าไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการของธนาคารใน 5 ด้านที่ควรแก้ไขและปรับปรุงได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการที่มีค่าเฉลี่ยด้านความคาดหวัง 4.66 ด้านการรับรู้ 4.16 ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ที่มีค่าเฉลี่ยด้านความคาดหวัง 4.54 ด้านการรับรู้ 4.12 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยด้านความคาดหวัง 4.28 ด้านการรับรู้ 4.20 ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยด้านความคาดหวัง 4.25 ด้านการรับรู้ 4.26 และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยด้านความคาดหวัง 4.40 ด้านการรับรู้ 4.19 ดังนั้นจึงได้เสนอแนะโครงการเพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการประกอบด้วย 5 โครงการ คือ โครงการเสนอให้ปรับเปลี่ยนเครื่องเอทีเอ็มเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ และเครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ โครงการบริการจัดการความรู้ โครงการปรับปรุงกระบวนการให้บริการ โครงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน และโครงการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

คำสำคัญ: ความคาดหวัง, การรับรู้, คุณภาพการบริการ

ABSTRACT

The objectives of this study were to investigate expectations, perceptions of service quality and to suggest ways to improve service quality of Krung Thai Bank , Kuchinarai Branch, Kalasin Province. Questionnaires with 22 items based on the concept of “SERVQUAL” with five levels of scale were completed by a sample of 390 people. T- test statistics was used to measure the difference between the expectations and perceptions of the service

quality. The study found that customers were female 73.1% , age between 40-60 years old 42.1%, secondary education level 50.5%, individual customers 83.3%, organization customers mostly governmental organization 6.7%, staff position 7.4, company with registered capital, mainly from 10,000,000 baht 7.7% . For the individual customers mostly were government officer 43.6 % , average monthly income 15000-20 000 baht 29.5%, decided to use services by themselves 75.9%, self-influenced service using 64.1%, used deposit / withdrawal / transfer money services 33.1%, used uncertain services 47.2%, most used service time at 13.00 PM – 16.30 PM 38.2%, used ATM / automatic service 66.2 % , and the reason for using the service because most famous bank 20.2 % . The difference between the expectation and the perception of service quality of the bank, the study found the expectation was over perceived customer dissatisfaction in the service quality of banks in five aspects ; for the services : the expectation 4.66% , the perception 4.16% , for the trust : the expectation 4.54, the perception 4.12 %., for the response to customer : the expectation 4.28% , the perception 4.20%, for providing customers with confidence : the expectation 4.25, the perception 4.26 and for the recognition and understanding customer: the expectation 4.40%, the perception 4.19%. In order to improve service quality, the study suggested to set up five projects as follows; Upgrading machines for ATM, Cash Deposit, and Passbook Update Project, Knowledge Management Project, Service Improvement Project, Building Relationship Between Employees Project and Customer Relationship Management Project.

Keyword: Expectations, Perceptions, Service Quality

บทนำ

ธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยให้มีการเจริญเติบโตและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีหน้าที่หลักที่

สำคัญในการให้บริการทางการเงินแก่ประชาชน จากสภาวะเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการถดถอยทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องมาหลายปี ส่งผลให้ธนาคารต่างพยายามที่จะให้บริการที่หลากหลาย รวดเร็ว และมุ่งสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (ธนาคารกรุงไทย จำกัด มหาชน, 2555)

ธนาคารกรุงไทยเป็นองค์กรหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการโดยมีเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของธนาคาร คือ ธนาคารแสนสะดวก หรือ “The Convenience Bank” ในยุคใหม่นี้ธนาคารกรุงไทยมุ่งสู่การเป็นธนาคารที่ทันสมัย มีผลิตภัณฑ์ครบวงจรตอบสนองทุก กลุ่มลูกค้า และลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการได้เสร็จสิ้น ณ จุดเดียว ง่าย รวดเร็ว ใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา ตามเป้าหมายและวิสัยทัศน์ ในด้านโครงสร้างองค์กรธนาคารกรุงไทยก็ได้มีการปรับโครงสร้างเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เพิ่มสายงานเพื่อดูแลกลุ่มธุรกิจที่กำลังเติบโต และปรับลดบางสายงานที่ซ้ำซ้อนเพื่อให้การดำเนินคล่องตัวมากขึ้น เพื่อก้าวสู่ทศวรรษใหม่นี้ ธนาคารได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไปจากที่ผ่านมา เพื่อให้ลูกค้ามีทางเลือกในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น อีกทั้งธนาคารยังได้มีการนำเทคโนโลยีอันทันสมัยมาใช้ในการดำเนินธุรกิจและให้บริการ เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว มีคุณภาพในทุกเวลาและทุกสถานที่ ตอบรับกับเศรษฐกิจของประเทศที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอนาคต (ธนาคารกรุงไทย จำกัด มหาชน, 2555)

จากเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของธนาคารกรุงไทย ผู้ศึกษาจึงได้เล็งเห็นความสำคัญของการให้บริการแก่ลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากในการทำเป้าหมายของธนาคารบรรลุผลสำเร็จ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ณ เคาน์เตอร์บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภูธินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่ผู้ศึกษาได้ปฏิบัติงานนั้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลเป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ณ เคาน์เตอร์บริการของธนาคารกรุงไทย สาขาภูธินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ต่อไป

บททวนวรรณกรรม

การศึกษานี้ใช้แนวคิดและทฤษฎีของคุณภาพการบริการ Parasuraman et al., (1988) โดยใช้ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้า และประสบการณ์

การรับรู้ที่ได้รับจริงของลูกค้า ซึ่งสามารถสร้างความพึงพอใจในคุณภาพการบริการให้กับลูกค้าได้ ความแตกต่างหรือระยะห่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ที่ได้รับจากการบริการเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการส่งมอบบริการคุณภาพสูงให้กับผู้บริโภค โดยช่องว่างของคุณภาพ (Quality Gap) ก็จะเกิดขึ้น Parasuraman et al., (1988) เป็นการนำเครื่องมือที่ใช้ในการวัดคุณภาพการให้บริการโดยอาศัยการประเมินจากพื้นฐานการรับรู้ของผู้รับบริการ คือ ตัวแบบ SERVQUAL ประกอบด้วย 5 ด้าน ตามที่ Kotler and Keller (2012) กล่าวว่า ลูกค้าจะสร้างความคาดหวังในการบริการจากประสบการณ์ในอดีต โดยเปรียบเทียบกับบริการจริง ถ้าหากการบริการที่รับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังจะส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกผิดหวังและลูกค้าพร้อมจะใช้บริการที่ระดับการรับรู้ตรงกับหรือเกินกว่าที่ระดับคาดหวัง ซึ่งลูกค้าพร้อมจะมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งการศึกษานี้มีกรอบแนวคิดการศึกษา คือ ตัวแบบคุณภาพการบริการของธนาคารใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าและด้านความรู้จักและเข้าใจลูกค้า โดยเปรียบเทียบการศึกษาค้นคว้าระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของธนาคาร และนำผลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงคุณภาพและบริการ (ภาพที่ 1)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังของการบริการ ณ เคาน์เตอร์บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภูจินารายณ์
2. เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ณ เคาน์เตอร์บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภูจินารายณ์
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการ ณ เคาน์เตอร์บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภูจินารายณ์

วิธีการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) มีวิธีการดำเนินการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

1. ศึกษาเฉพาะลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ณ เคาน์เตอร์บริการกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภูธินารายณ์ โดยเฉลี่ย/เดือนจากจำนวนบัตรคิวจำนวน 15,000 คน โดยใช้สูตรกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) ได้ขนาดตัวอย่าง 390 คน และเริ่มเก็บตั้งแต่เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2556 ถึงเดือน มกราคม 2557

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเรื่องความคาดหวังในคุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อธนาคาร

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับศึกษาการรับรู้ในคุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีธนาคารโดยส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 สร้างขึ้นตามแบบสอบถามของ Parasuraman et al. (1988) คือ เครื่องมือที่เรียกว่า “SERVQUAL” เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวัดระดับคุณภาพการบริการซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน จำนวน 22 ข้อ โดยแบ่งเป็นด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) จำนวน 4 ข้อ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) จำนวน 5 ข้อ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) จำนวน 4 ข้อ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) จำนวน 4 ข้อ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) จำนวน 5 ข้อ

แบบสอบถามใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert scale) เป็นมาตรวัด โดยกำหนดรูปแบบออกเป็นระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ตั้งแต่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เพื่อสามารถบอกถึงระดับความคิดเห็น

3. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย ซึ่งทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนที่ 2 และ 3 ด้วยการคำนวณสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัทครัมทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.9647 แบบสอบถามจึงสามารถนำไปใช้ได้

4. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations) แล้วนำค่าเฉลี่ยมาแปลผลเป็น

ระดับความคิดเห็นตามค่าเฉลี่ยแบบอัตรภาคชั้นของความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของลูกค้า ณ แคนเตอร์บริการกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภูธินารายณ์ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยช่วง 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนเฉลี่ยช่วง 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วย

คะแนนเฉลี่ยช่วง 2.61 – 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ

คะแนนเฉลี่ยช่วง 1.81 – 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

คะแนนเฉลี่ยช่วง 1.00 – 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ในส่วนของผลจากแบบสอบถามในส่วนที่ 3 และ 4 คือ ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังในคุณภาพการบริการธนาคารและค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ในคุณภาพการบริการของธนาคารในแต่ละข้อย่อยแต่ละด้าน มาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังในคุณภาพการบริการกับค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ในคุณภาพการบริการ

5. คำนวณช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการโดยนำค่าเฉลี่ยของความคาดหวังในคุณภาพการบริการลบออกจากการรับรู้ในคุณภาพการบริการแต่ละข้อย่อยและแต่ละด้าน ตามลำดับ

6. วิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบ ที่กรณีประชากรมีความสัมพันธ์กัน (Paired Sample t-test) เพื่อใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคาดหวังในคุณภาพการบริการค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ในคุณภาพการบริการของธนาคารโดยใช้โปรแกรม (SPSS2010) ทำการประมวลผลข้อมูล

7. การปรับปรุงคุณภาพการบริการตามรายชื่อและรายด้านที่มีความแตกต่างจากความคาดหวังของลูกค้าเป็นโครงการเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าธนาคารให้ดียิ่งขึ้น

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไป

สอบถามข้อมูลทั่วไปของลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 73.1 อายุระหว่าง 40 -60 ร้อยละ 42.1 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 50.5 ลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดา ร้อยละ

83.3 ประเภทกลุ่มองค์กรกรณีเป็นลูกค้าประเภทนิติบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่เป็น
องค์กรภาครัฐ ร้อยละ 6.7 ตำแหน่งพนักงาน ร้อยละ 7.4 บริษัท/ห้างร้านที่มีเงิน
ทุนจดทะเบียนส่วนใหญ่ตั้งแต่ 10,000,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 7.7 กรณีเป็น
ลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดา ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการร้อยละ 43.6 รายได้
เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 15,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 29.5 ด้านพฤติกรรมการใช้
บริการส่วนใหญ่ตนเองเป็นผู้ตัดสินใจใช้บริการ ร้อยละ 75.9 ตนเองเป็นบุคคลที่มี
อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด ร้อยละ 64.1 ใช้บริการฝาก/ถอนเงิน/โอน
เงินร้อยละ 33.1 มาใช้บริการไม่แน่นอนจำนวน ร้อยละ 47.2 ใช้บริการในช่วงบ่าย
(13.00 น.-16.30 น.) ร้อยละ 38.2 ใช้บริการของธนาคารผ่านตู้ เอทีเอ็ม/เครื่อง
อัตโนมัติ ร้อยละ 66.2 และเลือกใช้บริการเพราะธนาคารมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ
มากที่สุดร้อยละ 20.2

ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ

เมื่อนำข้อมูลในส่วนของค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของความ
คาดหวังในคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ มาประมวลโดยเปรียบเทียบกับช่วง
คะแนนระดับความคิดเห็นแบบค่าเฉลี่ยแบบอันตรภาคชั้น (Class Interval)
ตามแบบสอบถามของ Parasuraman et al. (1988) คือ เครื่องมือที่เรียกว่า
“SERVQUAL” เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวัดระดับคุณภาพการบริการซึ่งประกอบ
ด้วย 5 ด้าน จำนวน 22 ข้อ โดยแบ่งเป็นด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ
(Tangibles)

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า
(Responsiveness) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) และด้านการ
รู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ประกอบด้วย

1. ธนาคารมีเครื่องมือ เทคโนโลยี รวมไปถึงอุปกรณ์สำนักงานที่พร้อมให้บริการและทันสมัย (T1)
2. ธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก รวมไปถึงสถานที่ ปฏิบัติงานมีความสะอาดเรียบร้อย
และเป็นระเบียบ (T2)
3. พนักงานธนาคารแต่งกายสุภาพเรียบร้อย และดูดีอยู่เสมอ (T3)
4. ธนาคารมีเครื่องอัตโนมัติที่มีสภาพที่ดีและสามารถเข้าใช้ประโยชน์ได้ ได้แก่ ตู้เอทีเอ็ม
เครื่องฝากเงิน และเครื่องปรับสมุด (T4)
5. เมื่อธนาคารสัญญาว่าจะทำบางสิ่งบางอย่างตามเวลาที่กำหนดธนาคารก็ควรทำเช่นนั้น (R1)

6. เมื่อลูกค้ามีปัญหาธนาคาร ได้แสดงความสนใจและมีการแก้ไขอย่างจริงจัง (R2)
7. ธนาคาร มีการบริการที่ถูกต้องเหมาะสมตั้งแต่การให้บริการครั้งแรก (R3)
8. ธนาคารได้ให้บริการตามเวลาที่ได้ที่ได้สัญญาไว้ (R4)
9. ธนาคารมีการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าอย่างถูกต้องและไม่มีการเปิดเผย (R5)
10. ธนาคาร มีการแจ้งให้ลูกค้าทราบว่าจะได้รับบริการเมื่อใด (Re1)
11. พนักงานของธนาคาร ให้การบริการแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วทันที (Re2)
12. พนักงานของธนาคารมีความเต็มใจที่จะช่วยลูกค้า (Re3)
13. พนักงานของธนาคารมีความพร้อมที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Re4)
14. พนักงานของธนาคารสามารถทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมั่นใจในการได้รับบริการ (A1)
15. ลูกค้าของธนาคารมีความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยของการใช้บริการ (A2)
16. พนักงานของธนาคารมีมารยาทและสุภาพอ่อนน้อมกับลูกค้าเสมอ (A3)
17. พนักงานของธนาคารมีความรู้ที่จะตอบคำถามและสามารถให้คำแนะนำที่ดีกับลูกค้า (A4)
18. ธนาคารเอาใจใส่ดูแลลูกค้าแต่ละราย (E1)
19. ธนาคารเปิดให้บริการในช่วงเวลาที่สะดวกแก่การมาใช้บริการของลูกค้า (E2)
20. ธนาคารมีพนักงานให้เอาใจใส่ดูแลลูกค้าแต่ละราย (E3)
21. พนักงานของธนาคารมีความสนใจลูกค้าอย่างจริงจัง (E4)
22. พนักงานของธนาคาร เข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้า (E5)

พบว่า ด้านความคาดหวังในคุณภาพการบริการ เมื่อนำข้อมูลในส่วน
ของค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของความคาดหวังในคุณภาพบริการที่ดีและ
มีคุณภาพของธนาคารมาแปรผล โดยเปรียบเทียบกับช่วงคะแนนระดับความคิดเห็น
แบบค่าเฉลี่ยแบบอันตรภาคชั้น (Class Interval) พบว่า ระดับความคิดเห็นของ
ความคาดหวังในคุณภาพบริการที่ดีและมีคุณภาพของธนาคาร มีคะแนนเฉลี่ย
4.21 -5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ยกเว้น การให้บริการที่ดีควรมีความพร้อม
ที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ลูกค้าของธนาคารที่มีคุณภาพใน
การให้บริการที่ดีควรรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยของการใช้บริการ พนักงานที่มี
คุณภาพในการให้บริการที่ดีควรมีมารยาทและสุภาพอ่อนน้อมกับลูกค้าเสมอ และ
การให้บริการที่ดีควรมีพนักงานให้เอาใจใส่ดูแลลูกค้าแต่ละรายที่ลูกค้าเห็นด้วย
ที่มีคะแนนเฉลี่ยในช่วง 3.41-4.20 (ตารางที่ 1)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยของข้อ 13 ธนาคารที่มีคุณภาพในการให้บริการ
ที่ดีควรมีความพร้อมที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
3.74 และค่าเฉลี่ยของข้อ 20 ธนาคารที่มีคุณภาพในการให้บริการที่ดีควรมี
พนักงานให้เอาใจใส่ดูแลลูกค้าแต่ละราย ซึ่งทั้ง 2 ข้อนี้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด

อาจแสดงถึงลูกค้าคาดหวังในคุณภาพการให้บริการค่อนข้างน้อยซึ่งอาจมีสาเหตุจาก อำเภอกุฉินารายณ์มีธนาคารพาณิชย์ค่อนข้างมาก ได้แก่ ธนาคารออมสิน ธนาคารการเกษตรและสหกรณ์ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงไทย และธนาคารกรุงไทย ซึ่งแต่ละธนาคารบริการและผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกัน และลูกค้าส่วนมากที่เข้าใช้บริการที่ธนาคารกรุงไทย สาขาภูธินารายณ์จะเป็นลูกค้าข้าราชการที่ต้องมาทำธุรกรรมในทุกๆ เดือน เช่น การฝาก ถอนเงินหน่วยงานราชการ การผ่านเงินเดือน รวมทั้ง จึงส่งผลต่อการคาดหวังที่น้อยกว่าปกติ

ด้านการรับรู้ในคุณภาพการบริการ พบว่า เมื่อนำข้อมูลในส่วนของคุณค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของการรับรู้ในคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการมาแปรผล โดยเปรียบเทียบกับช่วงคะแนนระดับความคิดเห็นแบบค่าเฉลี่ยแบบอันตรภาคชั้น (Class Interval) พบว่า ระดับความคิดเห็นของการรับรู้ในคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ มีคะแนนเฉลี่ย 4.21 -5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ยกเว้น ธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก รวมไปถึงสถานที่ปฏิบัติงานมีความสะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบ ธนาคารมีเครื่องอัตโนมัติที่มีสภาพที่ดีและสามารถเข้าใช้ประโยชน์ได้ ได้แก่ ตู้เอทีเอ็ม เครื่องฝากเงิน และเครื่องปรับสมุด เมื่อธนาคารสัญญาว่าจะทำบางสิ่งบางอย่างตามเวลาที่กำหนด ธนาคารก็ควรทำเช่นนั้น เมื่อลูกค้ามีปัญหาธนาคารได้แสดงความสนใจและมีการแก้ไขอย่างจริงจัง ธนาคารมีการบริการที่ถูกต้องเหมาะสม ตั้งแต่การให้บริการครั้งแรก ธนาคารได้ให้บริการตามเวลาที่ได้สัญญาไว้ ธนาคารมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบว่า จะได้รับบริการเมื่อใด พนักงานมีความพร้อมที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า พนักงานของธนาคารสามารถทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมั่นใจในการได้รับบริการ ธนาคารเอาใจใส่ดูแลลูกค้าแต่ละราย พนักงานของธนาคารมีพนักงานให้เอาใจใส่ดูแลลูกค้าแต่ละราย และพนักงานเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้า มีคะแนนเฉลี่ยในช่วง 3.41-4.20 ซึ่งหมายถึง ลูกค้าเห็นด้วย

การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านของพนักงานธนาคารแต่งกายสุภาพเรียบร้อย และดูดีอยู่เสมอ ยกเว้น ธนาคารมีเครื่องมือเทคโนโลยี รวมไปถึงอุปกรณ์สำนักงานที่พร้อมให้บริการและทันสมัย

สิ่งอำนวยความสะดวก รวมไปถึงสถานที่ปฏิบัติงานมีความสะอาดเรียบร้อย และเป็นระเบียบ และธนาคารมีเครื่องอัตโนมัติที่มีสภาพที่ดีและสามารถเข้าใช้ประโยชน์ได้ ได้แก่ ตู้เอทีเอ็ม เครื่องฝากเงิน และเครื่องปรับสมุด ที่ลูกค้าไม่พึงพอใจ

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ พบว่า ลูกค้าไม่พึงพอใจในทุกด้าน ซึ่งประกอบด้วย เมื่อธนาคารสัญญาว่าจะทำบางสิ่งบางอย่างตามเวลาที่กำหนด ธนาคารก็ควรทำเช่นนั้น เมื่อลูกค้ามีปัญหา ได้แสดงความสนใจและมีการแก้ไขอย่างจริงจัง ธนาคารมีการบริการที่ถูกต้องเหมาะสมตั้งแต่การให้บริการครั้งแรก ธนาคารได้ให้บริการตามเวลาที่ได้ที่ได้สัญญาไว้ และธนาคารมีการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าอย่างถูกต้องและไม่มีการเปิดเผย

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านของ พนักงานของธนาคารมีความพร้อมที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ยกเว้น ธนาคารมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบว่า จะได้รับบริการเมื่อใด พนักงานของธนาคารให้การบริการแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วทันทีและพนักงานของธนาคารมีความเต็มใจที่จะช่วยลูกค้า

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านของพนักงานของธนาคารสามารถทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมั่นใจในการได้รับการ พนักงานของธนาคารมีมารยาทและสุภาพอ่อนน้อมกับลูกค้าเสมอ พนักงานของธนาคารมีความรู้ที่จะตอบคำถามและสามารถให้คำแนะนำที่ดีกับลูกค้า ยกเว้น ลูกค้าของธนาคารมีความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยของการใช้บริการ

ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า พบว่า ลูกค้าไม่พึงพอใจในทุกด้าน ซึ่งประกอบด้วย ธนาคารเอาใจใส่ดูแลลูกค้าแต่ละราย ธนาคารเปิดให้บริการในช่วงเวลาที่สะดวกแก่การมาใช้บริการของลูกค้า พนักงานของธนาคารเอาใจใส่ดูแลลูกค้าแต่ละราย พนักงานของธนาคารมีความสนใจลูกค้าอย่างจริงจัง และพนักงานของธนาคารเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้า (ตารางที่ 2)

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ณ เคาน์เตอร์บริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภูธินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

พบว่า มีความคาดหวังมากกว่าการรับรู้ที่ลูกค้าไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการของธนาคารใน 5 ด้าน ได้แก่

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ คือ ธนาคารควรมีเครื่องมือเทคโนโลยี รวมไปถึงอุปกรณ์สำนักงานที่พร้อมให้บริการและทันสมัย ธนาคารควรมีสิ่งอำนวยความสะดวก รวมไปถึงสถานที่ปฏิบัติงานมีความสะอาดเรียบร้อย และเป็นระเบียบ และธนาคารควรมีเครื่องอัตโนมัติที่มีสภาพที่ดีและสามารถเข้าใช้ประโยชน์ได้ ได้แก่ ตู้เอทีเอ็ม เครื่องฝากเงิน และเครื่องปรับสมุด

2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ คือ เมื่อธนาคารสัญญาว่าจะทำบางสิ่งบางอย่างตามเวลาที่กำหนด ธนาคารก็ควรทำเช่นนั้น เมื่อลูกค้ามีปัญหาธนาคารได้แสดงความสนใจและมีการแก้ไขอย่างจริงจัง ธนาคารควรมีการบริการที่ถูกต้องเหมาะสมตั้งแต่การให้บริการครั้งแรก และธนาคารควรให้บริการตามเวลาที่ได้สัญญาไว้

3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า คือ ธนาคารควรมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบว่าได้รับบริการเมื่อใด พนักงานของธนาคารควรให้บริการแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วทันที และพนักงานของธนาคารต้องมีความเต็มใจที่จะช่วยลูกค้า

4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า คือ พนักงานของธนาคารต้องสามารถทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมั่นใจในการได้รับบริการและพนักงานของธนาคารต้องมีความรู้ที่จะตอบคำถามและสามารถให้คำแนะนำที่ดีกับลูกค้า

5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า คือ ธนาคารควรเอาใจใส่ดูแลลูกค้าแต่ละราย ธนาคารต้องเปิดให้บริการในช่วงเวลาที่สะดวกแก่การมาใช้บริการของลูกค้า พนักงานของธนาคารต้องมีความสนใจลูกค้าอย่างจริงจัง และพนักงานธนาคารต้องเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้า

จากผลการศึกษาที่ได้ถือว่าเป็นองค์ความรู้ของธุรกิจที่จะสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการของธนาคาร ซึ่งแสดงให้เห็นถึงปัญหาในคุณภาพการบริการที่เกิดขึ้น ว่าธุรกิจยังมีคุณภาพที่ต่ำกว่าความคาดหวังในหลายด้าน และผลการศึกษาในส่วนร้อยละของแนวโน้มที่ลูกค้าน่าจะใช้บริการเพิ่มอย่างแน่นอน ร้อยละ 54.4 และร้อยละของลูกค้าที่น่าจะแนะนำผู้อื่นมาใช้บริการธนาคารร้อยละ 61.0 แสดงให้เห็นถึงความต้องการในการใช้บริการของธนาคาร และลูกค้าใหม่ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ธุรกิจจึงจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจในการบริการให้กับลูกค้าอย่างดีที่สุด โดยผู้ศึกษานำเสนอต่อผู้จัดการในหัวข้อที่ควรปรับปรุง รวมทั้งได้เสนอแนะการปรับปรุงคุณภาพการบริการของธนาคารโดยเสนอโครงการ 5 โครงการ ได้แก่ โครงการเสนอให้ปรับเปลี่ยนเครื่องเอทีเอ็ม เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ และเครื่องรับสมุดอัตโนมัติ โครงการบริหารลูกค้าสัมพันธ์โครงการปรับปรุงกระบวนการการให้บริการ โครงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน (พี่สอนน้อง) และโครงการบริการจัดการความรู้ของธนาคาร

การอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ณ เคาน์เตอร์บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภูหินร่องกล้า จังหวัดกาฬสินธุ์ ใช้แบบสอบถามตามแนวคิดของพาราสุรามานและคณะ (1988) ที่เรียกว่า “SERVQUAL” ซึ่งได้แบ่งคุณภาพการบริการออกเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) พบว่ามี 17 ข้อ จากทั้งหมด 22 หัวข้อ ที่ลูกค้าไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการของธนาคาร

ผลการศึกษาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการแต่ละด้านแตกต่างกับผลการศึกษาของ จำปี บัวศรี (2556) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของโรงเรียนขอนแก่นวิทยายน ผลการศึกษา คือ ผู้ปกครองที่ใช้บริการของโรงเรียนขอนแก่นวิทยายน มีความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการมากกว่าการรับรู้ ยกเว้น 2 หัวข้อที่พบว่ามี การรับรู้สูงเกินความคาดหวัง จึงมีความแตกต่างจากผลการศึกษาครั้งนี้ คือ ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการแต่ละด้านของธนาคารยังมีช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

ผลการศึกษาที่มีส่วนที่แตกต่างกับผลการศึกษาของ วัชรสุดา บุตรนาแพง (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าและความคาดหวังของธนาคารที่มีความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด พบว่า ความคาดหวังของธนาคารมีความคาดหวังมากที่สุดในด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ และด้านสถานที่ มีความคาดหวังในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ส่วนการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจเหมือนกับด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องของความทันสมัยของเครื่องมือเครื่องใช้ในปัจุบัน ด้านพนักงานบริการ ในเรื่องการกล่าวคำทักทาย และขอบคุณของพนักงาน และด้านสถานที่ในเรื่องการมีบริการอื่นๆ

ข้อเสนอแนะ

ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของธนาคารสามารถสรุปได้ว่า มีคุณภาพการบริการ 17 ข้อ ที่การรับรู้ในคุณภาพการบริการมีระดับต่ำกว่าความคาดหวัง ซึ่งควรปรับปรุงทั้ง 5 ด้าน ดังนั้นจึงได้เสนอแนะแนวทางการปรับปรุงในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการได้จัดทำโครงการเสนอให้ปรับเปลี่ยนเครื่องเอทีเอ็ม เครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ และเครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจและเพิ่มการรับรู้และความพึงพอใจของลูกค้าในด้านความเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนของการให้บริการ

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้จัดทำโครงการบริการจัดการความรู้ของธนาคาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้พนักงานทำงานถูกต้อง แม่นยำและรวดเร็ว ทำให้ลูกค้าให้เกิดความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจต่อการใช้บริการโดยโครงการบริการจัดการความรู้ของธนาคาร (Knowledge Management) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพงาน ซึ่งจำเป็นที่พนักงานทุกคนในองค์กรจะต้องร่วมกันส่งเสริมให้มีการจัดการความรู้ทุกการงานอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะความรู้ส่วนใหญ่ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน และปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าอยู่เป็นประจำโดยการกำหนดขอบเขตความรู้ที่จำเป็น (KM Focus Area) ตามรูปแบบ SECI Model ของ Ikujiro Nonaka และ Hirotaka Takeuchi (2004) ซึ่งเป็นแนวคิดในการแปลงความรู้ระหว่าง Explicit knowledge และ Tacit knowledge ให้เป็น

วงจรอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดเกลียวความรู้ (knowledge spiral) จึงเป็นการส่งเสริมการสร้างบรรยากาศในองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยโครงการที่จัดทำขึ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความพร้อมในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันที่ในปัญหาที่สามารถแก้ไขได้เลย และแสดงถึงความสนใจ เต็มใจแก้ปัญหาอย่างจริงจังมากขึ้น (ภาพที่ 2)

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าได้จัดทำโครงการปรับปรุงกระบวนการให้บริการโดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจหลังจากได้รับการบริการจากพนักงานที่มีความเต็มใจพร้อมช่วยเหลือลูกค้าอยู่เสมอ

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ได้จัดทำโครงการปรับปรุงกระบวนการให้บริการ โครงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน (พี่สอนน้อง) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้ามีความรู้สึกมั่นใจในการได้รับการบริการ พนักงานมีความรู้ที่จะตอบคำถามและสามารถให้คำแนะนำที่ดีกับลูกค้า และลดความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน

ด้านการรู้จักและเข้าใจ ได้จัดทำโครงการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้าทราบถึงการเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละราย และเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าเพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเป็นที่สุด

กิตติกรรมประกาศ

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์วรรณ งามศักดิ์ และวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สนับสนุนและให้คำชี้แนะในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

จำปี บรู๊คส์. (2556). แนวทางการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของโรงเรียนขอนแก่นวิเทศศึกษา. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ธนาคารกรุงไทย จำกัด มหาชน. (2555). ประวัติความเป็นมา. ค้นเมื่อ 24 ตุลาคม 2556, จาก <http://www.ktb.co.th/ktb/th/about-ktb.aspx>

วัชรสุดา บุตรนาแพง (2553). ความพึงพอใจของลูกค้าและความคาดหวังของธนาคารที่มีความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวชิวิทยาลัยขอนแก่น.

Kotler, P., & K.L. Keller. (2012). Marketing Management: Global Edition. 14th. Harlow: Pearson Education.

Parasuraman, A., V.A. Zeithaml., & L.L. Berry. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality [Electronic version]. The Journal of Retailing, 64(1), 12-40.

ตารางที่ 1 ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ	ความคาดหวัง			การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ		
	($\bar{X}$)	S.D.	แปลผล	($\bar{X}$)	S.D.	แปลผล
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ						
1. ธนาคารมีเครื่องมือ เทคโนโลยี รวมไปถึงอุปกรณ์สำนักงานที่พร้อมให้บริการและทันสมัย	4.66	0.475	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.21	0.650	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก รวมไปถึงสถานที่ปฏิบัติงานมีความสะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบ	4.88	0.432	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.17	0.723	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. พนักงานธนาคาร แต่งกายสุภาพเรียบร้อย และดูดีอยู่เสมอ	4.15	0.825	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.31	0.710	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. ธนาคารมีเครื่องอัตโนมัติที่มีสภาพที่ดีและสามารถเข้าใช้ประโยชน์ได้ แก่ ตู้เอทีเอ็ม เครื่องฝากเงิน และเครื่องปรับสมุด	4.95	0.210	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	3.93	0.832	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้						
5. เมื่อธนาคารสัญญาว่าจะทำบางสิ่งบางอย่างตามเวลาที่กำหนดธนาคารก็ควรทำเช่นนั้น	4.42	0.504	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.13	0.807	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
6. เมื่อลูกค้ามีปัญหาธนาคารได้แสดงความสนใจและมีการแก้ไขอย่างจริงจัง	4.26	0.608	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.08	0.756	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 1 ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ (ต่อ)

คุณภาพการบริการ	ความคาดหวัง			การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ		
	($\bar{X}$)	S.D.	แปลผล	($\bar{X}$)	S.D.	แปลผล
7. ธนาคาร มีการบริการที่ถูกต้องเหมาะสมตั้งแต่การให้บริการครั้งแรก	4.97	0.180	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.15	0.750	เห็นด้วย
8. ธนาคารได้ให้บริการตามเวลาที่ได้ที่ได้สัญญาไว้	4.39	0.558	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	3.99	0.789	เห็นด้วย
9. ธนาคารมีการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าอย่างถูกต้องและไม่มีการเปิดเผย	4.68	0.499	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.27	0.778	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า						
10. ธนาคารมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบว่าจะได้รับบริการเมื่อใด	4.37	0.515	เห็นด้วย	4.10	0.757	เห็นด้วย
11. พนักงานของธนาคารให้การบริการแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วทันที	4.32	0.920	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.28	0.735	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
12. พนักงานของธนาคารมีความเต็มใจที่จะช่วยลูกค้า	4.69	0.461	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.26	0.750	เห็นด้วย
13. พนักงานของธนาคารมีความพร้อมที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า	3.74	1.588	เห็นด้วย	4.16	0.674	เห็นด้วย
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า						
14. พนักงานของธนาคารสามารถทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมั่นใจในการใช้บริการ	4.35	0.476	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.19	0.804	เห็นด้วย
15. ลูกค้าของธนาคารมีความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยของการใช้บริการ	4.12	0.846	เห็นด้วย	4.33	0.713	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
16. พนักงานของธนาคารมีมารยาทและสุภาพอ่อนน้อมกับลูกค้าเสมอ	4.12	0.841	เห็นด้วย	4.26	0.897	เห็นด้วย
17. พนักงานของธนาคารมีความรู้ที่จะตอบคำถามและสามารถให้คำแนะนำที่ดีกับลูกค้า	4.42	0.499	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.25	0.784	เห็นด้วย
ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า						
18. ธนาคารเอาใจใส่ดูแลลูกค้าแต่ละราย	4.69	0.461	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.18	0.791	เห็นด้วย
19. ธนาคารเปิดให้บริการในช่วงเวลาที่สะดวกแก่การมาใช้บริการของลูกค้า	4.68	0.467	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.23	0.643	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
20. ธนาคารมีพนักงานให้เอาใจใส่ดูแลลูกค้าแต่ละราย	3.76	0.926	เห็นด้วย	4.14	0.760	เห็นด้วย
21. พนักงานของธนาคารมีความสนใจลูกค้าอย่างจริงจัง	4.41	0.498	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.22	0.675	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
22. พนักงานของธนาคารเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้า	4.43	0.495	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.18	0.734	เห็นด้วย

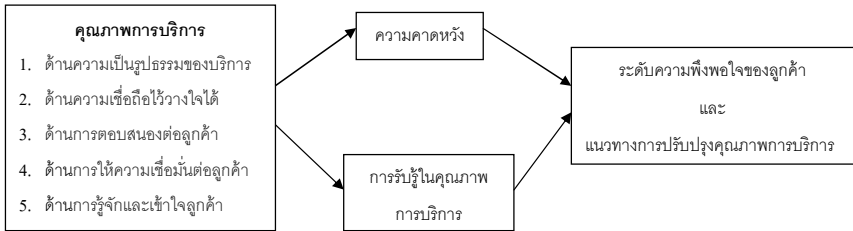
ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ	ความ คาดหวัง (Expectation)	การรับรู้ (Perception)	ความ แตกต่าง (Gap Score)	t	Sig. (2 - tailed)	Sig. (1 - tailed)	แปรมผล
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ							
1. ธนาคารมีเครื่องมือ เทคโนโลยี รวมไปถึงอุปกรณ์สำนักงานที่ พร้อมให้บริการและทันสมัย	4.66	4.21	0.45	10.931	0.000*	0.000*	ไม่พึง พอใจ
2. ธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก รวมไปถึงสถานที่ ปฏิบัติงานมีความสะอาด เรียบร้อยและเป็นระเบียบ	4.88	4.17	0.71	16.766	0.000*	0.000*	ไม่พึง พอใจ
3. พนักงานธนาคารแต่งกาย สุภาพเรียบร้อย และดูดี อยู่เสมอ	4.15	4.31	0.16	-2.938	0.003*	0.002*	พึงพอใจ
4. ธนาคารมีเครื่องอัตโนมัติที่มี สภาพดีดีและสามารถเข้าใช้ ประโยชน์ได้ ได้แก่ ตู้เอทีเอ็ม เครื่องฝากเงิน และ เครื่องรับสมุด	4.95	3.93	1.02	23.781	0.000*	0.000*	ไม่พึง พอใจ
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้							
5. เมื่อธนาคารสัญญาว่าจะทำบาง สิ่งบางอย่างตามเวลาที่กำหนด ธนาคารก็ควรทำเช่นนั้น	4.42	4.13	0.29	5.503	0.000*	0.000*	ไม่พึง พอใจ
6. เมื่อลูกค้ามีปัญหาธนาคาร ได้ แสดงความสนใจและมีการ แก้ไขอย่างจริงจัง	4.26	4.08	0.18	3.705	0.000*	0.000*	ไม่พึง พอใจ
7. ธนาคาร มีการบริการที่ถูกต้อง เหมาะสมตั้งแต่การให้บริการ ครั้งแรก	4.97	4.15	0.82	20.741	0.000*	0.000*	ไม่พึง พอใจ
8. ธนาคารได้ให้บริการตามเวลา ที่ได้ที่ได้สัญญาไว้	4.39	3.99	0.4	8.088	0.000*	0.000*	ไม่พึง พอใจ
9. ธนาคารมีการเก็บรักษาข้อมูล ของลูกค้าอย่างถูกต้องและ ไม่มีการเปิดเผย	4.68	4.27	0.41	8.560	0.000*	0.000*	ไม่พึง พอใจ
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า							
10. ธนาคาร มีการแจ้งให้ลูกค้า ทราบว่าได้รับบริการเมื่อใด	4.37	4.10	0.27	5.682	0.000*	0.000*	ไม่พึง พอใจ
11. พนักงานของธนาคาร ให้การ บริการแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ทันที	4.32	4.28	0.4	0.721	0.000*	0.000*	ไม่พึง พอใจ

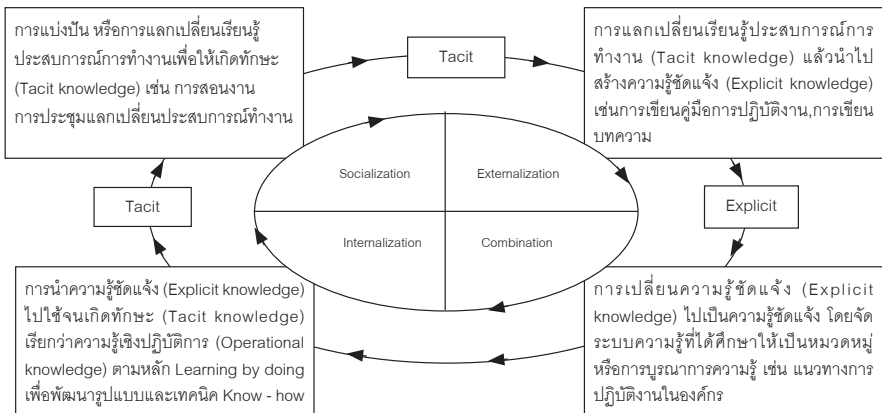
ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ (ต่อ)

คุณภาพการบริการ	ความ คาดหวัง (Expectation)	การรับรู้ (Perception)	ความ แตกต่าง (Gap Score)	t	Sig. (2 - tailed)	Sig. (1 - tailed)	แปลผล
12. พนักงานของธนาคารมีความ เต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า	4.69	4.26	0.41	9.264	0.000*	0.000*	ไม่พึง พอใจ
13. พนักงานของธนาคารมีความ พร้อมที่จะตอบสนองต่อความ ต้องการของลูกค้า	3.74	4.16	-0.42	-4.627	0.000*	0.001	พึงพอใจ
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า							
14. พนักงานของธนาคารสามารถ ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมั่นใจ ในการได้รับบริการ	4.35	4.19	0.16	3.015	0.003*	0.002*	พึงพอใจ
15. ลูกค้าของธนาคารมีความรู้สึก มั่นใจในความปลอดภัยของ การให้บริการ	4.12	4.33	-0.21	-3.518	0.000*	0.000*	ไม่พึง พอใจ
16. พนักงานของธนาคารมี มารยาทและสุภาพอ่อนน้อม กับลูกค้าเสมอ	4.12	4.26	-0.14	-2.278	0.023*	0.012	พึงพอใจ
17. พนักงานของธนาคารมีความรู้ ที่จะตอบคำถามและสามารถ ให้คำแนะนำที่ดีกับลูกค้า	4.42	4.25	0.17	3.449	0.001*	0.001	พึงพอใจ
ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า							
18. ธนาคารเข้าใจใส่ดูแลลูกค้า แต่ละราย	4.69	4.18	0.51	10.994	0.000*	0.000*	ไม่พึง พอใจ
19. ธนาคารเปิดให้บริการในช่วง เวลาที่สะดวกแก่การมาใช้บริการ ของลูกค้า	4.68	4.23	0.45	10.974	0.000*	0.000*	ไม่พึง พอใจ
20. ธนาคารมีพนักงานให้เข้าใจใส่ ดูแลลูกค้าแต่ละราย	3.76	4.14	-0.38	-6.045	0.000*	0.000*	ไม่พึง พอใจ
21. พนักงานของธนาคารมีความ สนใจลูกค้าอย่างจริงจัง	4.41	4.22	0.19	4.225	0.000*	0.000*	ไม่พึง พอใจ
22. พนักงานของธนาคาร เข้าใจ ความต้องการเฉพาะของลูกค้า	4.43	4.18	0.25	5.275	0.000*	0.000*	ไม่พึง พอใจ

*หมายเหตุ ระดับความพึงพอใจ = ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ในคุณภาพการบริการ – ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง โดยที่ระดับความพึงพอใจมีค่ามากกว่าศูนย์ แปลว่า ลูกค้าพึงพอใจ แต่ถ้าระดับความพึงพอใจมีค่าน้อยกว่าศูนย์ แปลว่า ลูกค้าไม่พึงพอใจ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 SECI Model โครงการบริการจัดการความรู้ของธนาคาร
(Knowledge Management)