

การศึกษาความสามารถในการบริหารจัดการความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการเลือกใช้บริการ
ของ ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ตลาดสี่มุมเมือง ภาคนครหลวง 9

A Study on Customer Satisfaction Management Capability and Service Selection
at Bangkok Bank Public Company Limited, Si Mum Meung Market Cluster,
Metropolitan Region 9

ทัตตยา วงษ์ไพศาล¹

นักศึกษา ปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ระดับความคิดเห็นในการบริหารจัดการสาขาและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ตลาดสี่มุมเมือง ภาคนครหลวง 9 กับธนาคารอื่นๆ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวกจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการบริหารจัดการสาขาของธนาคารกรุงเทพฯ โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก (ยกเว้นธนาคารกสิกรไทย) ตามลำดับ คือ ด้านการควบคุมคุณภาพ ด้านการวางแผนการให้บริการ ด้านการ ทุ่มใจในการให้บริการ และด้านการจัดองค์กรการให้บริการ สำหรับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพฯ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ยกเว้นธนาคารกสิกรไทย) คือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านการบริหารทั่วไป ด้านสถานที่ในการให้บริการและงานระบบให้บริการอัตโนมัติ

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, ความพึงพอใจ

Abstract

The purposes of this research aimed to investigate level of opinions towards branch management and the level of customer satisfaction of customers at Bangkok Bank Public Company Limited, Si Mum Meung Market Cluster, and Metropolitan Region 9 with the sample of 400 respondents. One-way analysis of variance was used for hypotheses testing. Regarding to the customers' opinions towards the branch management, the overall aspects were at high level (except kasikorn bank) as follows; quality control, service planning, service motivation, and organizational arrangement for service. To the level of customer satisfaction towards the service of Bangkok Bank Public Company Limited, besides, the overall aspects were at high level (except kasikorn bank) as follows; service staffs, general management, place for service, and automatic service system.

Keywords: Management, Satisfaction

1. บทนำ

ธนาคารพาณิชย์ ถือเป็นสถาบันการเงินที่มีความสำคัญยิ่ง เป็นตัวกลางสำคัญขององค์กรทางเศรษฐกิจทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต โดยทำหน้าที่อำนวยความสะดวกในด้านการเงิน ระดมเงินออมจากบุคคลและธุรกิจ เพื่อนำไปหาผลประโยชน์โดย การกู้ยืมให้เครดิตแก่ผู้ประกอบการด้านต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดการลงทุน อีกทั้งธนาคารพาณิชย์ยังจัดได้ว่าเป็นกลไกสำคัญในระบบการเงินของประเทศ หนุนให้เกิดการขยายตัวในธุรกิจทุกชนิด เป็นแหล่งระดมเงินออม และกระจายเงินทุน ยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญของรัฐบาลในการใช้มาตรการทางการเงินเพราะธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่ได้รับความเชื่อถือจากประชาชนมานาน ประกอบกับธนาคารพาณิชย์ของไทยเป็นระบบธนาคารสาขา มีสาขาของธนาคารกระจายทั่วประเทศเพื่อให้บริการด้านการฝากและถอนเงินแก่ลูกค้า ธนาคารพาณิชย์จึงถือได้ว่าเป็นสถาบันการเงินที่สามารถระดมเงินฝากได้มากกว่าสถาบันการเงินอื่นๆ (จิราภรณ์ ตงประเสริฐ, 2548) ในปัจจุบันธนาคารต้องเป็นฝ่ายให้บริการแก่ลูกค้า ธนาคารต่างมุ่งปรับปรุงคุณภาพของบริการมากกว่าแข่งขันด้านราคา เพื่อดึงดูดใจของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าที่มาให้บริการของธนาคาร ธนาคารใดสามารถสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการให้กับลูกค้าได้เหนือกว่าก็จะสามารถช่วงชิงลูกค้าผู้มาใช้บริการในตลาดได้มากกว่าและนำไปสู่ความเป็นผู้นำในธุรกิจบริการธนาคาร ซึ่งธนาคารแต่ละแห่ง ต่างก็ต้องมีการปรับกลยุทธ์อยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สามารถรักษฐานลูกค้าเดิมและเพื่อช่วงชิงลูกค้าที่จะเข้ามาใหม่ในธุรกิจ (สุริยะ กลิ่นเกษร, 2549)

“ธนาคารกรุงเทพ” เป็นธนาคารพาณิชย์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย จะเห็นได้จากฐานะการเงินและผลการดำเนินงานงวด 6 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2555 ธนาคารกรุงเทพมีกำไรเบ็ดเสร็จรวม 19,617 ล้านบาท มีจำนวนพนักงาน 21,921 คน จำนวนสาขา 1,093 แห่ง (ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน), 2555) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ตลาดสี่มุมเมือง ภาคนครหลวง 9 ตั้งอยู่ในทำเลที่มีการทำธุรกรรมที่มีความหลากหลาย ซึ่ง เมธี ปิยะคุณ ระบุว่า การให้ลูกค้าประทับใจได้แก่ 1. การบริการที่มีไมตรีจิตและยิ้มแย้ม 2. คำพูดที่ควรใช้ในแง่ของการบริการคือ ขอบคุณครับ ขอบคุณค่ะ ผมเสียใจ ดิฉันเสียใจ หรือ ขอโทษครับ ขอโทษค่ะ มีอะไรให้ผมรับใช้ มีอะไรให้ดิฉันรับใช้ และควรต้องจดจำชื่อของลูกค้าให้ได้ และ 3. ไมตรีจิต คือ การแสดงความช่วยเหลือด้วยไมตรีจิตที่ทำให้เขาอบอุ่นใจแม้จะสามารถช่วยได้เพียงเล็กน้อยในปัญหานั้นๆ แต่เราก็ต้องมีความตั้งใจที่เราอยากจะช่วยเขาจริงๆ สิ่งนี้จะช่วยให้การบริการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า (เมธี ปิยะคุณ, 2555) ส่วนทฤษฎีด้านการจัดองค์การการให้บริการซึ่งสุพรรณิ อินทร์แก้ว แจกแจงว่า การให้บริการลูกค้ามีความสำคัญมาก ทั้งการให้บริการที่ใช้คนและการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะการใช้บริการที่ใช้คนเป็นหลักจะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจมากกว่าบริการที่อาศัยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการให้บริการ ส่วนการจูงใจการให้บริการและความควบคุมคุณภาพนั้น ควรมีการจูงใจการ ให้บริการโดยอาศัยการจูงใจด้วยงาน มีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้พนักงานมีเจตคติที่ดีต่องาน เกิดความรู้สึกว่างานนั้นมีคุณค่า เป็นการรับผิดชอบต่อสังคมจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองและสังคม ส่งผลให้พนักงานผู้นั้นเกิดความภาคภูมิใจ มีความกระตือรือร้น อุทิศหาะ ทูมเทให้กั บงานและความรับผิดชอบมากขึ้น (สุพรรณิ อินทร์แก้ว, 2549) ผลการศึกษาของชัชรา ทองไทย ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการเกี่ยวกับประเภทบัญชีเงินฝากกับธนาคารออมสิน เหตุผลที่มาใช้บริการ จำนวนครั้งที่มาใช้บริการและประเภทบริการที่ใช้ในปัจจุบันแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีการต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน (ชัชรา ทองไทย, 2554)

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการบริหารจัดการสาขาและความพึงพอใจในบริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ตลาดสี่มุมเมือง ภาคนครหลวง 9 สมมติฐานงานวิจัยคือ การบริหารจัดการสาขาและการให้บริการสาขาที่ต่างกันระหว่างธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ตลาดสี่มุมเมือง ภาคนครหลวง 9 กับธนาคารอื่นๆ ในแง่การบริหารทั่วไป พนักงานผู้ให้บริการ สถานที่ในการให้บริการ และระบบการให้บริการอัตโนมัติต่างกันจะทำให้การเลือกใช้ธนาคารต่างกัน

3. ระเบียบวิธีวิจัย

ใช้การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการบริหารจัดการสาขา โดยทำการหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งใช้เกณฑ์สัมบูรณ์ (Absolute Criteria) ในการแปลความหมาย (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ตลาดสี่มุมเมือง ภาคนครหลวง 9 โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance)

4. อุปกรณ์และวิธีการ

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวนผู้มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ตลาดสี่มุมเมือง ภาคนครหลวง 9 ในช่วงระหว่างวันที่ 19 กรกฎาคม – 22 กันยายน 2555 เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง ผู้วิจัยจึงกำหนดให้สัดส่วนของประชากรเท่ากับ .45 ต้องการระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5% (Yamane, 1967 อ้างในศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์, 2538) ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ด้วยการสุ่มตามสะดวก (Convenience Sampling) กับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ตลาดสี่มุมเมือง จำนวน 13 สาขา เช่น สาขาคลองหลวง ตลาดไท รังสิต เป็นต้น โดยกระจายแบบสอบถามไปตามสาขาต่างๆ สาขาละ 30-31 ฉบับ (ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์, 2538) แบบสอบถามมีค่าความเชื่อถือเท่ากับ .9187-.9429

5. ผลการวิจัย

จากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-36 ปี มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,001-20,000 บาท สาขาที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพมากที่สุด คือ สาขาฟิวเจอร์พาร์ครังสิต โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ สาขาคลองหลวงและธนาคารที่เลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ธนาคารกรุงเทพ ยกเว้น ธนาคารกสิกรไทย จากตัวเลือกคือ ธนาคารกรุงเทพ กรุงไทย ไทยพาณิชย์ กสิกรไทย ธนาคารของรัฐ และ ธนาคารขนาดเล็ก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การบริหารจัดการสาขาและการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ตลาดสี่มุมเมือง ภาคนครหลวง 9 และธนาคารอื่นๆ มีความแตกต่างกัน ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ตลาดสี่มุมเมือง ภาคนครหลวง 9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการบริหารจัดการสาขาโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ตามลำดับด้านคุณภาพการควบคุมคุณภาพ ด้านการวางแผนการให้บริการ ด้านการจูงใจในการให้บริการ และด้านการจัด

องค์กรการให้บริการ สำหรับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านการบริหารทั่วไป ด้านสถานที่ในการให้บริการ และงานระบบให้บริการอัตโนมัติ

6. อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการสาขาที่ต่างกันทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้นาคารแตกต่างกัน นั่นคือความสามารถในการบริหารจัดการในภาพรวมและทุกด้าน คือ การวางแผนให้บริการ การจัดองค์กรการให้บริการ การจูงใจการให้บริการ และการควบคุมคุณภาพจะทำให้การเลือกใช้นาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ตลาดสี่มุมเมือง ภาคนครหลวง 9 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับหลักการบริหารงานบริการให้ได้รับความสำเร็จตามความคิดเห็นของ เมธิ ปิยะคุณ ที่ระบุว่า การให้ลูกค้าประทับใจสิ่งแรก คือ การให้บริการที่มีไมตรีจิต ยิ้มแย้ม คำพูดที่ควรใช้ในแง่การบริการเช่น ขอบคุณครับ ขอบคุณค่ะ เป็นต้น การแสดงความช่วยเหลือทำให้ลูกค้าอบอุ่น ช่วยสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า (เมธิ ปิยะคุณ, 2555) ส่วนการสร้างภาพพจน์ให้แกลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ยกเว้นธนาคารกสิกรไทย) คือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านการบริหารทั่วไป ด้านสถานที่ในการให้บริการ และงานระบบให้บริการอัตโนมัติ จะตรงกับผลงานวิจัยของ สุพรรณิ อินทร์แก้ว ที่เน้นว่าการให้บริการที่ใช้คนและการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะการใช้บริการที่ใช้คนเป็นหลักจะมีผลกระทบตอความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจมากกว่าบริการที่อาศัยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการให้บริการ (สุพรรณิ อินทร์แก้ว , 2549) และตรงกับผลงานวิจัยของ ชัชรา ทองไทย ที่พบว่า ลูกจะมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องการให้ บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่แตกต่างกัน (ชัชรา ทองไทย, 2554)

7. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ผู้ให้บริการธนาคารกรุงเทพมีการจัดการและการให้บริการของธนาคารกรุงเทพในภาพรวมดีกว่าธนาคารอื่นๆ ยกเว้นธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ดังนั้น ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ตลาดสี่มุมเมือง ภาคนครหลวง 9 ทั้ง 13 สาขา ควรเร่งปรับปรุงภาพลักษณ์ในการให้บริการทุกประเภท และควรมีการจัดรายการส่งเสริมการขายเพิ่มเติมทั้งภายในและภายนอกอาคาร เช่น ในสถานที่ราชการ หรือ แหล่งชุมชน เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าเป้าหมายได้เกิดความรู้สึกใกล้ชิดและไว้วางใจในธนาคาร เหมือนเช่นคำขวัญของธนาคารซึ่งมีความทันสมัยและมีบริการทางการเงินที่หลากหลายสำหรับคนทุกระดับ ส่วนด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการธนาคารกรุงเทพฯ ควรดูแลเอาใจใส่ต่องานด้านบริหารทั่วไป เช่น นำระบบบัตรคิวมาให้บริการ ส่วนด้านพนักงานให้บริการควรเน้นย้ำเรื่องการแต่งกายของพนักงานให้มีความสุขภาพ สำหรับด้านสถานที่การให้บริการควรมีระบบรักษาความสะอาดของสถานที่อย่างทั่วถึง และด้านระบบให้บริการอัตโนมัติควรมีการตรวจเช็คความถูกต้องของเครื่องให้บริการอัตโนมัติอยู่เสมอ ปรับปรุงขั้นตอนในการใช้บริการเครื่องให้บริการอัตโนมัติให้ใช้งานง่ายไม่ยุ่งยาก เป็นต้น ส่วนงานวิจัยในอนาคตคือศึกษากลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่นๆ ในสถานที่ที่แตกต่างกันเนื่องจากปัจจัยทางด้านความเจริญหรือภูมิประเทศอาจจะมีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของสาขาได้

8. เอกสารอ้างอิง

- จิราภรณ์ ตงประเสริฐ).2548). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด .สาขาท่าอากาศยานกรุงเทพ (มหาชน) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ .
- ซัซรา ทองไทย).2554). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา .
- ธนาคารกรุงเทพ จำกัด).(มหาชน)2555). เกี่ยวกับธนาคารกรุงเทพ .Retrieved 2 เมษายน, 2555, from <http://www.bangkokbank.com>
- บุญชม ศรีสะอาด).2545). การวิจัยเบื้องต้น.สุวีริยาสาส์น :กรุงเทพฯ .
- เมธี ปิยะคุณ).2555). สูตรสำเร็จของการบริหารงานบริการ .Retrieved 2 เมษายน, 2555, from <http://www.stou.ac.th>
- ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์).2538). ทฤษฎีและเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง.โอเดียนสโตร์ :กรุงเทพฯ .
- สุพรรณิ อินทร์แก้ว).2549). การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง.ธนพลส :กรุงเทพฯ .
- สุริยะ กลิ่นเกษร).2549). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบริการทวิมิตธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ .