

หัวข้อเรื่อง	การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ
ชื่อผู้เขียน	ธนากรรูปแบบใหม่ : กรณีธนากรในห้างสรรพสินค้า
แผนกวิชา/คณะ	รังษิมา เหลืองไพฑูรย์
อาจารย์ที่ปรึกษา	วิทยาลัยนวัตกรรมการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญมณีสถัญญ์ พาณิกค
	2550

บทสรุป

จากปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจช่วงปี 2540-2541 สถาบันการเงินมีความอ่อนแอ จึงทำให้รัฐต้องเข้าแทรกแซง โดยการควบรวมกิจการ และหาผู้ร่วมทุนใหม่ เนื่องจากการชำระหนี้ของสถาบันการเงินลดลง ธนากรพาณิชย์ต้องมีการปรับโครงสร้าง ในเรื่องของเงินทุน และรูปแบบการบริหารงาน เพื่อแข่งขันกับธนากรต่างชาติที่เข้ามา

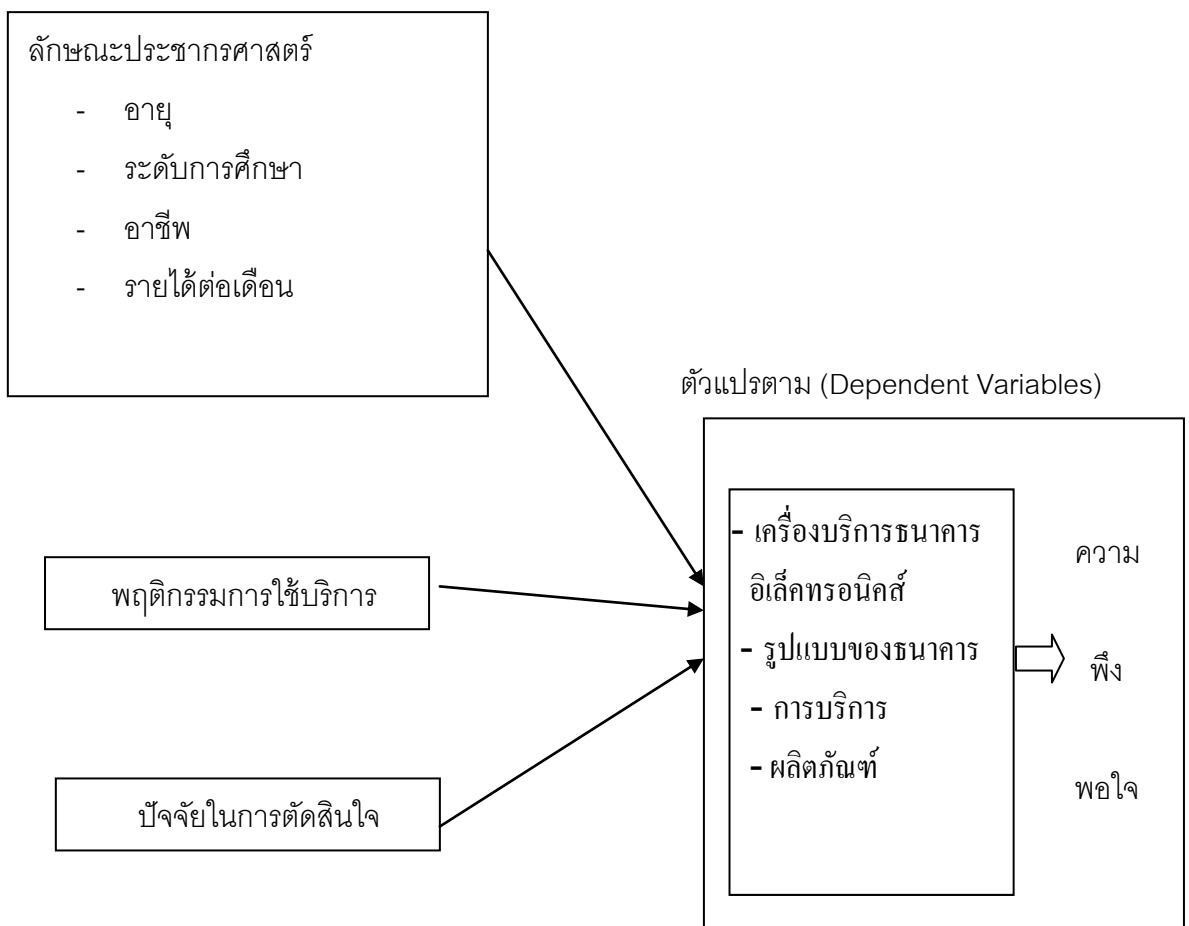
หลังจากวิกฤตดังกล่าว หนึ่งในช่องทางการให้บริการของธนากรพาณิชย์คือ สาขาของธนากร มีการลดจำนวนการเปิดสาขาเต็มรูปแบบ และได้มีการเปิดสาขาย่อยมากขึ้น เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการดำเนินงาน โดยใช้เทคโนโลยีให้มีบทบาทมากยิ่งขึ้น เช่น E-banking การเพิ่มจำนวนตู้เอทีเอ็ม ในระยะต่อมาธนากรพาณิชย์เปลี่ยนรูปแบบจากธนากรดั้งเดิม (Traditional Bank) มาเป็นธนากรรูปแบบใหม่ (Modern Bank) มีการปรับตัวโดยให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) เพื่อเข้าถึงวิถีชีวิต(Life style) โดยการเปิดธนากรในห้างสรรพสินค้า ซึ่งธนากรที่เป็นผู้นำของการเปลี่ยนแปลง คือ ธนากรเอเชีย ลักษณะการให้บริการของสาขาในห้างสรรพสินค้านั้น เปิดตลอด 7 วันไม่มีวันหยุด และขยายเวลาทำการ ถึง 20.00 น. รูปแบบของสาขา ตกแต่งภายในสื่อถึงความทันสมัย ใช้สีสดใส จำนวนพนักงานเพียง 4-5 คนขึ้นอยู่กับขนาดของสาขานั้นๆ ใช้เครื่องมืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่หลากหลาย เป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของลูกค้าให้มีการทำการค้าด้วยตนเอง ผลลัพธ์ของธนากรเป็นระบบเครือข่าย เป็นการสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ จากที่กล่าวมา ธนากรมีการปรับตัว ในขณะเดียวกันลูกค้าของธนากรมีพฤติกรรมและความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้นรูปแบบของธนากรพาณิชย์ที่ปรับตัวเข้าหาลูกค้า เป็นประเด็นสำคัญในการศึกษาความพึงพอใจในการได้รับบริการของลูกค้า และสามารถสร้างประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนในการให้บริการ

ขอบเขตการวิจัย

1. ศึกษาธนาคารในห้างสรรพสินค้า ที่ตั้งอยู่ในห้างในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะเป็นแหล่งที่เข้าถึงลูกค้าได้ทุกกลุ่มเป้าหมาย
2. ศึกษาความเห็นของลูกค้าทุกกลุ่ม เช่น วัยรุ่น และคนทำงาน เป็นต้น เพื่อศึกษากลุ่มลูกค้าที่สนใจมาใช้บริการ
3. ศึกษาธนาคารพาณิชย์ทั้ง 3 ขนาด คือ ธนาคารขนาดใหญ่ ธนาคารขนาดกลาง และธนาคารขนาดเล็ก โดยศึกษาธนาคารอันดับที่ 1 ถึง 3 ของแต่ละขนาด

กรอบแนวคิดและสมมติฐาน

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)



นิยามปฏิบัติการ

ลักษณะของประชากรศาสตร์ หมายถึง อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการธนาคารในห้างสรรพสินค้า มาจากทฤษฎีของ Retail Management ซึ่งมี 6 ข้อ และได้เพิ่มรายละเอียดอื่นๆ เพื่อเป็นตัวเลือกที่มีบทบาทในการตัดสินใจ หมายถึง สถานที่ตั้ง การบริการ ผลิตภัณฑ์ รูปแบบของสาขา การโฆษณา และค่าธรรมเนียม เป็นต้น

พฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร หมายถึง ลักษณะของการทำธุรกรรมทางการเงินในเรื่องของช่วงเวลา วันเวลา ความถี่ และสถานที่ตั้ง

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะของประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารในห้างสรรพสินค้าที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อธนาคารในห้างสรรพสินค้าแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อธนาคารในห้างสรรพสินค้าแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อธนาคารในห้างสรรพสินค้าแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อธนาคารในห้างสรรพสินค้าแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารในห้างสรรพสินค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารในห้างสรรพสินค้า

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารในห้างสรรพสินค้าแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.1 ลักษณะการทำรายการ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารในห้างสรรพสินค้าแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.2 ลักษณะการใช้บริการ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารในห้างสรรพสินค้าแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.3 ช่วงเวลาที่ใช้บริการ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการ
ธนาคารในห้างสรรพสินค้าแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.4 ความถี่ในการใช้บริการ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้
บริการธนาคารในห้างสรรพสินค้าแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.5 สถานที่ตั้ง แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารใน
ห้างสรรพสินค้าแตกต่างกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง : ประชากรคือลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ใน
ห้างสรรพสินค้า โดยเป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ 3 ขนาด คือ ธนาคารขนาดใหญ่ ธนาคาร
ขนาดกลาง และธนาคารขนาดเล็ก กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน
300 ตัวอย่าง โดยใช้โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ขึ้นอยู่กับความน่าจะเป็น (Non-
probability Sampling) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบตามสะดวก (Convenient Sampling) ใช้
เวลาในการเก็บข้อมูล 3 สัปดาห์ มีผู้ตอบธนาคารขนาดใหญ่ จำนวน 200 ชุด, ธนาคารขนาดกลาง
จำนวน 80 ชุด และธนาคารขนาดเล็ก จำนวน 20 ชุด

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ หมายถึง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่
อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการใน
ห้างสรรพสินค้า และพฤติกรรมการใช้บริการ

ตัวแปรตาม หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารใน
ห้างสรรพสินค้า 4 ด้านคือ เครื่องบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ รูปแบบของธนาคาร, การบริการ
และผลิตภัณฑ์

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

ประกอบด้วยคำถามจำนวน 22 ข้อ แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ
การศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยแบบสอบถามเป็นคำถามในลักษณะปลายปิด (Close-End
Question) ที่มีคำตอบไว้ให้เลือกตอบหลายคำตอบ (Check List Categorical Variable)

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับปัจจัยที่สนใจใช้บริการธนาคารในห้างสรรพสินค้า ปัจจัยที่มีผล
ต่อการตัดสินใจ เป็นคำถามในลักษณะปลายปิด (Close-End Question) ที่มีคำตอบให้เลือก 5
ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด รวมทั้งลักษณะการใช้บริการ ความถี่ใน

การใช้ และเวลาที่ใช้ เป็นคำถามในลักษณะปลายปิด (Close-End Question) ที่มีคำตอบไว้ให้เลือกตอบหลายคำตอบ

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารในห้างสรรพสินค้า โดยแต่ละปัจจัย เช่น เครื่องบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ รูปแบบของธนาคาร การบริการ และผลิตภัณฑ์ เป็นต้น มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เกี่ยวกับข้อคิดเห็นในการใช้บริการธนาคารในห้างสรรพสินค้า มีความคิดเห็นให้เลือก 5 ระดับคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ปานกลาง ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การทดสอบความเชื่อถือได้

การศึกษาทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) แบบสอบถาม 300 ชุด ค่าที่ได้เท่ากับ 0.9059

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติที่ใช้ในการอธิบายข้อมูล โดยวิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าเปอร์เซ็นต์ (Percent)

2. ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปร ตลอดจนพิสูจน์สมมติฐานการวิจัย

- Compare Mean, Independent Sample ในการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 กลุ่ม และใช้ t-test

- One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA ในการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มตัวอย่าง และใช้ F-test

- การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson correlation) ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร และใช้ F-test

- การทดสอบสมมติฐานใช้วิธีการตั้ง Null Hypothesis โดยระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้คือระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ในกรณีที่ค่า Significant น้อยกว่า 0.01 และ ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในกรณีที่ค่า Significant น้อยกว่า 0.05 แต่มากกว่า 0.01 โดยหลักเกณฑ์การตัดสินใจ คือจะยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อค่า Significance ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ จึงทำให้ปฏิเสธ Null Hypothesis

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการศึกษาพบว่า อายุอยู่ในช่วงอายุ 21 -30 ปี มากที่สุด 45.6% และระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด 67.0% มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/เอกชนมากที่สุด 77.0% และส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท 40.7%

พฤติกรรมการใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างใช้บริการธนาคารอยู่เป็นประจำ 3 อันดับแรกคือ ธนาคารในห้างสรรพสินค้า 84.3% อันดับสองคือ ธนาคารเดี่ยว (Stand alone) 56% และอันดับสามคือ อินเทอร์เน็ต 9.7% สำหรับรายการที่ติดต่อใช้บริการ ส่วนใหญ่เป็นเพียงรายการฝาก-ถอนเงินสด รองลงมาคือ ชำระค่าบริการอื่นๆ และโอนเงินระหว่างบัญชี เป็นอันดับสุดท้าย เรื่องลักษณะการให้บริการ ส่วนใหญ่เป็นการทำรายการกับเครื่องบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (เครื่องปรับสมุด, เครื่องฝากเงินสด และฝากเช็ค) รองลงมาคือ ทำรายการทั้งกับเจ้าหน้าที่ธนาคารและเครื่องบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และทำรายการกับเจ้าหน้าที่ เป็นอันดับสุดท้าย เรื่องช่วงเวลาการให้บริการ ส่วนใหญ่เป็นวันเสาร์ – วันอาทิตย์ รองลงมาตามลำดับคือ เวลาเดินในห้างสรรพสินค้า หลังเลิกเรียนหรือหลังเลิกงาน และระหว่างเวลางาน เรื่องความถี่ในการใช้บริการ ส่วนใหญ่ใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน รองลงมาคือ ใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน และใช้บริการเดือนละครั้ง เป็นอันดับสุดท้าย

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ในห้างสรรพสินค้า	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ผลต่อการ ตัดสินใจ
สถานที่ตั้ง (Location)	4.48	.67	มากที่สุด
ระบบเทคโนโลยีของธนาคาร (ICT)	4.11	.79	มาก
การบริการ (Customer Service)	4.10	.84	มาก
ชื่อเสียงของธนาคาร (Brand)	4.00	.84	มาก
ผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ATM,กองทุน	3.67	.92	มาก
ค่าธรรมเนียม,อัตราดอกเบี้ย (Pricing)	3.55	1.06	มาก
รูปแบบของสาขา (Store Design)	3.51	.96	มาก
การโฆษณา (Communication Mix)	3.18	.91	ปานกลาง
เพื่อน/ครอบครัว ชักชวน (Influence)	3.02	1.03	ปานกลาง
ความสัมพันธ์กับพนักงาน (Relationship)	2.98	1.17	ปานกลาง
รวม	3.66	.55	มาก

ความพึงพอใจของลูกค้า มีความพึงพอใจในเรื่องเครื่องบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (ตู้เอทีเอ็ม เครื่องเงินฝาก เครื่องปรับสมุด และเครื่องฝากเช็ค) มากที่สุด ซึ่ง

คำนึงถึงเรื่อง ขั้นตอนและวิธีการใช้ รวมทั้งในเรื่อง ความรวดเร็วและถูกต้อง ความพึงพอใจ ลำดับสองคือ รูปแบบของธนาคาร คำนึงถึงเรื่องทำเลที่ตั้ง และความพึงพอใจลำดับสุดท้ายคือ การบริการ คำนึงถึงเรื่อง พนักงานมีความรู้และเชี่ยวชาญ

ปัญหาอันดับแรกคือ เครื่องบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ไม่เพียงพอ รองลงมา คือ ขาดพนักงานที่สามารถให้ความรู้ ปัญหาอื่นๆ คือ พนักงานไม่พอ การรอคอยที่นาน การให้บริการ พนักงานไม่ใส่ใจลูกค้า และสาขาไม่มากพอ

ข้อเสนอแนะ

สำหรับผู้บริหารธนาคารแต่ละขนาด ธนาคารขนาดใหญ่ ควรมีสินค้าและบริการ เกี่ยวกับกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น ด้านเทคโนโลยีควรมีการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้านบุคลากร ควรสร้างพนักงานทดแทนให้กับสาขาที่มีพนักงานไม่เพียงพอ ด้านนวัตกรรมการให้บริการ รูปแบบสาขามีป้ายโฆษณาที่สื่อสารความรู้ให้กับลูกค้า ธนาคารขนาดกลาง สาขาควรร่วมกับ ห้างสรรพสินค้าอื่นๆ ในการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก เพราะสาขาในห้างสรรพสินค้าเป็นแหล่งที่มีลูกค้าหลากหลาย ด้านเทคโนโลยีพิจารณาที่มีความเหมาะสมกับการให้บริการ ด้านบุคลากร สร้างบุคลากรให้มีความพร้อมกับการขยายตัวของธนาคาร ด้านนวัตกรรมการให้บริการ นำข้อมูล ที่จะได้จากลูกค้ามาพิจารณาในเรื่องการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ธนาคารขนาดเล็ก ธนาคารมีผลิตภัณฑ์ที่เด่นเฉพาะตัว ควรทำการขายไขว้ (Cross Selling) ผลิตภัณฑ์เดิม ด้าน เทคโนโลยีที่มีต่อลูกค้า เครื่องบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ควรสร้างการรองรับเพื่อการขยายตัวในอนาคต ด้านบุคลากร พนักงานสาขาควรเพิ่มทักษะในการขายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้าที่ใช้ บริการได้รู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ เพิ่มขึ้น

สำหรับผู้ทำวิจัยต่อไป ในส่วนของแบบสอบถาม ผู้ศึกษามีความตั้งใจแบ่งกลุ่ม ตัวอย่างเป็น 3 กลุ่มตามขนาดของธนาคาร แต่เนื่องจากลูกค้าไม่มีเวลาในการตอบแบบสอบถาม ดังนั้นแบบสอบถามควรมีคำถามไม่มากจนเกินไป หากผู้ทำวิจัยต้องการสัมภาษณ์ลูกค้าใน ห้างสรรพสินค้า ต้องทำหนังสือขออนุญาตต่อเจ้าหน้าที่ของห้างสรรพสินค้าก่อน เพื่อไม่ให้เกิด อุปสรรคในการศึกษาหรือทำวิจัย ในส่วนของการสัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคาร เป็นการยากในการ ขอข้อมูลของธนาคารในเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากแต่ละธนาคารถือว่าเป็นความลับที่ไม่สามารถ เปิดเผยได้ ดังนั้นในการสอบถามควรเลือกธนาคารใดธนาคารหนึ่ง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ทำวิจัย และ ส่วนหัวข้อในการศึกษาเปลี่ยนมุมมองจากลูกค้า มาเป็นความพึงพอใจของพนักงาน ธนาคารในห้างสรรพสินค้ากับการให้บริการ สำหรับการขยายผลการศึกษาศึกษาสามารถศึกษาในหัวข้อ ที่เกี่ยวข้อง กับ ความพึงพอใจของพนักงานธนาคารในห้างสรรพสินค้ากับการให้บริการ