

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบุคคลธรรมดาของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาช่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่ ได้กล่าวถึง แนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎี และแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541) คำว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง”

ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ สามารถจำแนกเป็น 2 ความหมาย ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ (Customer Satisfaction) และความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ของผู้ให้บริการดังนี้

1. ความหมายของความพึงพอใจของ “ผู้รับบริการ” ตามแนวคิดของนักการตลาด จะพบนิยามของความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็น 2 นัยคือ

1.1 ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง” มักพบในงานวิจัยการตลาดที่เน้นแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์

1.2 ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆ อย่างที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง” หรืออีกนัยหนึ่งคือ “ความพึงพอใจ” หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

2. ความหมายของความพึงพอใจในงานของ “ผู้ให้บริการ” ตามแนวคิดของนักจิตวิทยาองค์กร ความพึงพอใจในการทำงานจะมีผลต่อความสำเร็จของงาน เป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการบริการที่ได้รับจนติดใจและกลับมาใช้บริการเป็น

ประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานถือเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด เพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจบริการแบบไม่หยุดยั้ง และส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จึงกล่าวได้ว่าความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546: 90) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ (Perceived Service) กับการคาดหวังของลูกค้าหรือระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการกับการคาดหวังของลูกค้าหรือบริการที่ลูกค้าคาดหวัง (Expectation) ระดับความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากการบริการกับความคาดหวังของบุคคล ซึ่งความคาดหวังดังกล่าวนี้เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของแต่ละบุคคล ฉะนั้นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้ให้บริการประสบความสำเร็จก็คือ การเสนอบริการที่มีผลประโยชน์สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าผู้ใช้บริการ โดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) ซึ่งเกิดจากการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่าง ๆ ของผู้ให้บริการ โดยยึดหลักการที่แตกต่างจากคู่แข่ง และความแตกต่างนั้นต้องมีคุณค่าในสายตาของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจกับลูกค้าได้ ซึ่งอาจเป็นความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากรและด้านภาพลักษณ์ ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า

คุณภาพบริการตามแนวคิดของ Parasuraman เชื่อว่าคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้รับบริการเกี่ยวกับบริการที่ได้รับจริง ซึ่งความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นผลจากคำบอกเล่าที่บอกต่อกันมา ความต้องการของผู้รับบริการเอง และประสบการณ์ในการรับบริการที่ผ่านมา รวมถึงข่าวสารจากผู้ให้บริการทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ส่วนการรับรู้ของผู้รับบริการเป็นผลมาจากการได้รับบริการและการสื่อสารจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ถ้าบริการที่ได้รับจริงดีหรือเท่ากับความคาดหวังถือว่าบริการนั้นมีคุณภาพ (Parasuraman et al., 1985)

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของบริการ (Service Quality Dimensions)

ลูกค้าประเมินคุณภาพบริการโดยใช้ปัจจัยสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ ความเชื่อถือได้ (Reliability) การทำให้ลูกค้ามั่นใจ (Assurance) การเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) การเข้าใจลูกค้า (Empathy) และ การตอบสนองลูกค้าทันที (Responsiveness) (กฤษฎณา รัตนพฤษย์, 2545)

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability): ความสามารถในการบริการตามที่สัญญาไว้ อย่างน่าเชื่อถือไว้วางใจได้และถูกต้อง ปัจจัยนี้เป็นตัวกำหนดคุณภาพที่สำคัญ และในความหมายที่กว้าง Reliability หมายถึงการนำเสนอบริการตามที่สัญญาไว้ในเรื่องการส่งมอบบริการ การให้บริการ การแก้ปัญหาและราคา ลูกค้าอยากใช้บริการจากผู้ให้บริการที่รักษาสัญญา โดยเฉพาะสัญญาเกี่ยวกับคุณลักษณะของบริการหลัก (Core Service) กิจกรรมบริการจึงควรตระหนักถึงความคาดหวังของลูกค้าในเรื่องนี้ หากไม่ได้ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในบริการหลักที่ลูกค้าต้องการแล้วก็จะทำให้ไม่ประสบความสำเร็จได้ การทำให้บริการเชื่อถือได้ทำได้ดังนี้

- ให้บริการตามที่สัญญาไว้กับลูกค้า
- ให้บริการอย่างถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรก
- ปฏิบัติงานเสร็จตามเวลาที่กำหนด
- มีความถูกต้องด้านการรับชำระเงิน การบันทึกข้อมูลลูกค้า

2. การทำให้ลูกค้ามั่นใจ (Assurance): พนักงานมีความรู้ มีอชยาศัยและมีความสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่น ข้อนี้มีความสำคัญสำหรับบริการที่ลูกค้ารับรู้ว่ามี ความเสี่ยงสูง หรือไม่สามารถประเมินผลของการบริการได้อย่างแน่ชัด เช่น บริการด้านการเงิน การรักษาพยาบาล และบริการด้านกฎหมาย ความไว้วางใจและเชื่อมั่นมักเกิดจากบุคคลซึ่งเชื่อมโยงลูกค้ากับบริษัท เช่น แพทย์ ทนายความ นายหน้า ที่ปรึกษาทางการเงิน ในช่วงแรกของความสัมพันธ์ อาจใช้สิ่งนำเสนอที่เป็นรูปธรรมเพื่อสร้างความเชื่อมั่น เช่น ใบปริญญา เกียรติบัตร รางวัล และการรับรองจากสถาบันที่เกี่ยวข้อง สิ่งที่แสดงถึงความไว้วางใจและเชื่อมั่น ได้แก่

- พนักงานมีความรู้และทักษะในการให้บริการ
- กิจกรรมมีชื่อเสียงไว้วางใจได้

3. การเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม (Tangibles): สิ่งนำเสนอทางกายภาพของบริการ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่ปรากฏ เครื่องมือ บุคลากรและวัสดุสื่อสารต่างๆ สิ่งต่างๆที่กล่าวมาเป็นเครื่องแสดงทางกายภาพหรือภาพลักษณ์ของบริการที่ลูกค้าใช้ประเมินคุณภาพ กิจกรรมบริการที่เน้นสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล โรงแรม ภัตตาคาร และร้านค้าปลีก จึงมักจะใช้ปัจจัยนี้ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกิจการและเป็นเครื่องหมายแสดง

คุณภาพ และมักใช้ร่วมกับตัวกำหนดคุณภาพอื่นๆ ด้วย สิ่งซึ่งสะท้อนถึงสิ่งนำเสนอทางกายภาพ เช่น

- บุคลิกภาพที่ปรากฏและการแต่งกายของบุคลากร
- เครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ
- การออกแบบตกแต่งอาคารสถานที่
- วัสดุสื่อสาร เช่น นามบัตร รายงานประจำปี
- ลูกค้านั่งที่ให้บริการ

ทุกปัจจัยที่กล่าวมาขึ้นอยู่กับการทำงานของคน โดยตรงยกเว้นปัจจัยด้าน Tangibles ทั้งหมดส่งผลต่อคุณภาพของบริการ ดังนั้นจึงควรให้ความสนใจต่อปัจจัยเหล่านี้ในการกำหนดกลยุทธ์การบริการอย่างมีคุณภาพ

4. การเข้าใจลูกค้า (Empathy): การเอาใจใส่ และให้ความใส่ใจกับลูกค้าเป็นรายบุคคล เป็นการนำเสนอบริการที่เป็นส่วนตัวหรือตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายเพื่อแสดงว่าลูกค้าเป็นคนพิเศษ ลูกค้าอยากให้อะไรก็เข้าไปใจและเห็นความสำคัญ กิจกรรมบริการขนาดเล็กได้เปรียบกิจกรรมขนาดใหญ่ที่สามารถรู้จัก เข้าใจลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์ได้ดีกว่าการแสดง ความเข้าใจลูกค้าทำได้โดย

- เรียนรู้และเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า
- ให้ความสนใจกับลูกค้าเป็นรายบุคคล
- รู้จักและจำลูกค้าประจำได้
- มีอัธยาศัย สุภาพ และเป็นมิตร

5. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness): ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและให้บริการ โดยทันที ปัจจัยนี้เน้นที่ความสนใจ และความพร้อมที่จะทำตามคำขอร้อง ตอบคำถาม รับฟังข้อร้องเรียน และแก้ปัญหาให้ลูกค้า รวมถึงการยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าแต่ละรายที่แตกต่างกัน ความเร็วและความพร้อมในการตอบสนองลูกค้า โดยทันทีนี้ต้องเป็นไปตามทักษะของลูกค้า มิใช่ตามที่ผู้ให้บริการคิดว่าพร้อมหรือเป็นเวลาที่เหมาะสม การแสดงออกถึงการตอบสนองลูกค้าโดยทันทีอาจทำได้ เช่น

- ให้บริการทันทีตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ
- ให้บริการอย่างรวดเร็ว
- มีความพร้อมในการบริการ
- เอาใจใส่ต่อปัญหาของลูกค้า
- ส่งเอกสารหรือโทรศัพท์กลับไปยังลูกค้าโดยเร็ว

ขั้นตอนการสมัครสินเชื่อบุคคลธรรมดาของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

1. ยื่นใบสมัคร
2. เอกสาร/ประกอบการขอสินเชื่อ
3. สร้างข้อมูลลูกค้าในระบบ Customer Information ของธนาคารธนชาติ (TCIF)
4. สร้างวงเงินสินเชื่อ จำนวนเงินตามที่ลูกค้าขอกู้เงิน (New Account)
5. ตรวจสอบเครดิตบูโร เพื่อดูว่าลูกค้ามีภาระเงินกู้ในระบบทั้งหมดเท่าไร
6. ตรวจสอบข้อมูลภายในธนาคาร เช่น ธุรกิจที่ลูกค้าทำกับธนาคาร (Credit Center) รายการเฝ้าระวัง (Watch List)
7. ส่งเอกสาร ไปฝ่ายสินเชื่อเคหะ กรณีสินเชื่อเคหะ เพื่อขออนุมัติสินเชื่อเบื้องต้น (Pre Approve) ฝ่ายสินเชื่อเคหะ จะทำการตรวจสอบข้อมูลภายใน ตรวจสอบตัวตนของลูกค้า เช่น โทรไปสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ขอเอกสารเพิ่มเติมจากลูกค้า ตรวจสอบรายได้ลูกค้า ตรวจสอบสถานที่ทำงาน ถ้าข้อมูลตรงตามความเป็นจริง จะส่งเอกสารต่อให้เจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อ เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าตามวงเงินที่ลูกค้าขอกู้ ถ้าลูกค้ามีความสามารถชำระได้ตามที่ขอ จะส่งประเมินราคาหลักประกันต่อไป ถ้าไม่ผ่านปฏิเสธลูกค้า เมื่อได้ราคาประเมินแล้ว ส่งให้เจ้าหน้าที่สินเชื่อวิเคราะห์ทบทวนวงเงิน เพื่ออนุมัติวงเงินจริง (Approve) เมื่ออนุมัติแล้ว จะส่งกลับมาที่สาขา สาขาที่บ้านเสร็จ และนัดลูกค้าทำสัญญา
8. เมื่อนัดลูกค้าแล้ว ส่งงานเข้าระบบ Work Flow สินเชื่อ เพื่อขอทำนิติกรรมสัญญาก่อนวันทำสัญญา 2-3 วัน
9. ระบบ Work Flow จะส่งสัญญามาให้ที่สาขา สาขานัดลูกค้าทำสัญญา พร้อมกับงานที่บ้าน หลังจากทำสัญญาที่บ้านแล้ว สาขาต้องทำการส่ง สัญญากู้เงิน สำเนาโฉนดส่งกลับ Work Flow สินเชื่อ เพื่ออนุมัติเงินเข้าบัญชีลูกค้า ในวันนั้น
10. สาขาทำการสร้างเพิ่มสินเชื่อ สร้างซองหลักประกัน เพื่อเก็บไว้เป็นหลักฐาน

ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อบุคคลธรรมดาของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ขั้นตอนก่อนการอนุมัติเบื้องต้น (Pre Approve) จะใช้เวลาทั้งหมด 2 สัปดาห์ ขั้นตอนในการอนุมัติ (Approve) จะใช้เวลาทั้งหมด 2 สัปดาห์ โดยขั้นตอนทั้งหมดจะใช้เวลาประมาณ 1 เดือน ในกรณีที่เป็นการโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่ร่วมกับทางธนาคารจะใช้เวลาในการอนุมัติประมาณ 2-3 สัปดาห์ โดยการประเมินราคาทั้งโครงการไว้ก่อน หลังจากมีการอนุมัติแล้ว ลูกค้าจะได้รับเลขที่บัญชีเงินกู้สินเชื่อเคหะ เพื่อนำมาชำระเงิน ในอีก 1 เดือนถัดไป ลูกค้าจะเริ่มชำระเงินกู้สินเชื่อเคหะเป็นงวดแรก

เอกสารประกอบการขอสินเชื่อกองธนาคารธนากรชนชาติ จำกัด (มหาชน)

เอกสารส่วนบุคคล

1. ใบคำขอสินเชื่อ
2. หนังสือยินยอมให้ตรวจเครดิตบูโร (NCB)
3. สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน/บัตรข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
4. สำเนาทะเบียนบ้าน
5. สำเนาเอกสารเปลี่ยนชื่อ-สกุล (กรณีเปลี่ยนชื่อ-สกุล)
6. สำเนาทะเบียนสมรส (กรณีสมรสจดทะเบียน)
7. สำเนาทะเบียนหย่า (กรณีหย่า)
8. สำเนาใบมรณะบัตร (กรณีคู่สมรสเสียชีวิต)
9. กรณีชาวต่างชาติ
 - สำเนาหนังสือเดินทาง (Passport)
 - สำเนาใบต่างด้าว/ใบสำคัญถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย/ทะเบียนบ้าน (ท.ร.14)
 - สำเนาหนังสือรับรองการทำงานในประเทศไทย (Work Permit)
 - สำเนาทะเบียนสมรสกับผู้มีสัญชาติไทย (สมรสมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี)

เอกสารทางการเงิน

1. กรณีผู้มีรายได้ประจำ
 - สลิปเงินเดือน/หนังสือรับรองเงินเดือน/งวด. 50 ทวิ
 - เอกสารแสดงการเดินบัญชี (Bank Statement) อย่างน้อย 6 เดือนย้อนหลัง
2. กรณีประกอบธุรกิจส่วนตัว
 - สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนบริษัท/ห้างหุ้นส่วนจำกัด (ไม่เกิน 3 เดือน)/ใบทะเบียนพาณิชย์
 - สำเนาบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้นไม่เกิน 3 เดือน (กรณีจดทะเบียนบริษัท)
 - เอกสารแสดงการเดินบัญชี (Bank Statement) อย่างน้อย 6 เดือนย้อนหลัง (ในนามส่วนบุคคล/ธุรกิจ)
 - งบการเงินย้อนหลัง 2 ปี (ล่าสุด)/ภ.พ. 30/ทะเบียนรายรับ-รายจ่าย/ใบเสร็จซื้อขาย (ถ้ามี) ภาพถ่ายกิจการ (กรณีไม่ได้จดทะเบียนบริษัท)
3. กรณีประกอบอาชีพอิสระ เช่น นักแสดง นายหน้า ขายประกัน ขายตรง
 - กวด. 50 ทวิ แสดงรายได้ในช่วง 6 เดือนย้อนหลังเป็นอย่างน้อย/หลักฐานแสดงการเสียภาษีเงินได้

- เอกสารแสดงการเดินบัญชี (Bank Statement) อย่างน้อย 6 เดือนย้อนหลัง
- บัตรประจำตัววิชาชีพ/หลักฐานแสดงรายได้อื่น เช่น สัญญาว่าจ้าง

เอกสารหลักทรัพย์

- เอกสารที่ต้องใช้ทุกกรณี
 - สำเนาโฉนดที่ดิน/หนังสือแสดงกรรมสิทธิ์ห้องชุดที่เป็นหลักประกัน (ทุกหน้า)
- เอกสารเพิ่มเติมตามวัตถุประสงค์การขอกู้
 - กรณีขอกู้เพื่อซื้อบ้านใหม่
 - สำเนาสัญญาจะซื้อจะขาย/สัญญาต่อท้าย (กรณีมีเงื่อนไขเพิ่มเติม)/ใบจอง
 - ใบเสร็จผ่อนชำระเงินค่างวด (ถ้ามี)
 - กรณีขอกู้เพื่อซื้อบ้านมือสอง
 - สำเนาสัญญาจะซื้อจะขาย/สัญญาต่อท้าย (กรณีมีเงื่อนไขเพิ่มเติม)
 - ภาพถ่ายหลักประกัน
 - สำเนาบัตรประชาชนผู้ขาย
 - สำเนาทะเบียนบ้านผู้ขาย
 - กรณีขอกู้เพื่อไปถนอมหนี้เดิมที่มีอยู่กับสถาบันการเงินอื่น (รีไฟแนนซ์)
 - หลักฐานการผ่อนชำระกับสถาบันการเงินเดิมย้อนหลัง 6 เดือนล่าสุด หรือ Loan Statement ที่ธนาคารรับรอง
 - สำเนาสัญญาเงินกู้ที่มีรายละเอียดวงเงินและเงื่อนไขครบถ้วนสมบูรณ์
 - สำเนาสัญญาจำนอง พร้อมจำเนาต่อท้ายสัญญาจำนอง
 - สำเนาสัญญาขายที่ดิน (ทค.13)
 - กรณีขอกู้เพื่อปลูกสร้างบ้าน/ปรับปรุง/ต่อเติม
 - แบบแปลนบ้าน/ต่อเติมตกแต่ง
 - สำเนาสัญญาว่าจ้างปลูกสร้าง/ต่อเติมตกแต่ง
 - สำเนาใบขออนุญาตปลูกสร้าง/ใบตอบรับใบอนุญาตปลูกสร้าง
 - ภาพถ่ายที่ดินที่จะปลูกสร้างบ้านหรือหลักประกันก่อนปรับปรุง/ต่อเติม
 - ใบอนุญาตรื้อถอน (กรณีต้องรื้อถอนก่อนปลูกสร้าง)
 - กรณีขอกู้เพื่อซื้อทรัพย์สินรอการขายของธนาคาร (NPA)
 - ใบอนุมัติจำหน่ายทรัพย์สินของธนาคาร
 - หนังสือวางเงินมัดจำ

บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

อรทัย เชิดชูธรรม (2545) ได้ศึกษา “เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 402 ตัวอย่าง พบว่า ความคิดเห็นด้านความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ที่ยอดเยี่ยม มีปัจจัยย่อยดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ ธนาคารที่ยอดเยี่ยมต้องมีการเก็บข้อมูลของลูกค้าไว้เป็นอย่างดีและสามารถนำมาใช้ในการให้บริการได้เป็นอย่างดี รองลงมาได้แก่ ธนาคารที่ยอดเยี่ยมต้องมีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา ด้านการให้ความไว้วางใจความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ ธนาคารที่ยอดเยี่ยมต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้อง เพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นในข้อมูลและรู้สึกปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการ รองลงมาได้แก่ พนักงานธนาคารที่ยอดเยี่ยมต้องมีพฤติกรรมที่ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการให้บริการของธนาคาร ด้านรูปลักษณ์ความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ อุปกรณ์ตกแต่งและสภาพแวดล้อมของธนาคารที่ยอดเยี่ยมต้องให้ความสะดวกสบายในการใช้บริการ รองลงมาได้แก่ แผ่นพับ เอกสารประกาศของธนาคารที่ยอดเยี่ยมต้องง่ายต่อการเข้าใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ พนักงานธนาคารที่ยอดเยี่ยมต้องให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน รองลงมาได้แก่ พนักงานธนาคารที่ยอดเยี่ยมต้องสนใจความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง ด้านการตอบสนองความคาดหวังในระดับมากที่สุด คือ ธนาคารพาณิชย์ยอดเยี่ยมต้องมีระบบการให้บริการที่สามารถให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว รองลงมาได้แก่ พนักงานธนาคารที่ยอดเยี่ยมต้องพร้อมให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้ตลอดเวลา

ธนศ เทพพิทักษ์ (2546) ได้ศึกษา “เรื่องความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการสินเชื่อบุคคล Personal Plus ธนาคาร คีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาราชประสงค์” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ลูกค้าผู้ให้บริการสินเชื่อบุคคล Personal Plus ธนาคาร คีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาราชประสงค์ จำนวน 385 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการสินเชื่อบุคคล Personal Plus โดยรวมอยู่ในระดับสูง และมีความรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการสินเชื่อบุคคล Personal Plus และการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการสินเชื่อบุคคล Personal Plus ของลูกค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลูกค้าที่เพศแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการสินเชื่อบุคคล Personal Plus แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ลูกค้าที่เพศ แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการสินเชื่อบุคคล Personal Plus แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วรรัตน์ สุริยพรรณ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า: ธนาคารออมสินสาขาท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ลูกค้าสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาท่าชนะ จำนวน 320 คน ผลการศึกษา พบว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาท่าชนะ ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ พนักงาน รองลงมาคือ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพกระบวนการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์ ราคา และสถานที่ตามลำดับ โดยทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาท่าชนะในระดับมาก ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้าให้ความสำคัญระดับมากและสอดคล้องกับการศึกษาของผู้ศึกษา คือ พนักงานมีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน จำนวนพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติเหมาะสม ทีมงานออกประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ อัตราดอกเบี้ยต่ำเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น มีอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย พนักงานให้คำแนะนำ และคำปรึกษาอย่างถูกต้อง พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและความสะอาดรวดเร็วในการติดต่อ

ปิยะนุช วงศ์นาค (2551) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการของธนาคารและความคาดหวังของลูกค้า: กรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาแม่สาย จังหวัดเชียงราย” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการต่างๆ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาแม่สาย จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างคาดหวังด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ คือ ให้พนักงานสามารถรักษาความลับ ไม่เผยแพร่ข้อมูลลูกค้าเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว ด้านความพร้อมในการให้บริการ คือ ให้พนักงานมีไหวพริบ แก้ไขปัญหาและสามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลาและด้านสถานที่ให้บริการ คือ ให้ธนาคารมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและอุปกรณ์ป้องกันรักษาความปลอดภัย ด้านความห่วงใยเอาใจใส่ของพนักงาน คือ ให้พนักงานกระตือรือร้น ยินดีและเต็มใจให้บริการอย่างเต็มกำลังความสามารถ ด้านการส่งมอบบริการ คือ ให้พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส กล่าวทักทายลูกค้า สบตาและกล่าวขอบคุณ ส่วนปัญหาการใช้บริการกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาการใช้บริการเครื่องอัตโนมัติในสัดส่วนที่มาก รองลงมาฝากถอน-โอนเงิน เปิดบัญชีใหม่ ทำบัตร ATM ชำระสินค้า บัตรเครดิต สินเชื่อบัวหลวงและบริการกองทุนฯ

เสรี วงศ์ทวีลาภ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา จังหวัดสมุทรสาคร” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านต่างๆ ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด



(มหาชน) สาขาย่อยคลองครุ จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 393 ราย ผลการศึกษา พบว่า ด้านนำเชื่อถือและไว้วางใจ มีความคาดหวังและบริการจริงที่ได้รับอันดับแรก คือ พนักงานแสดงออกถึงความซื่อสัตย์ สุจริต โดยรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าและการนำข้อมูลนั้นมาใช้ในการบริการลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ด้านการให้ความมั่นใจ มีความคาดหวังและบริการจริงที่ได้รับอันดับแรก คือ พนักงานให้บริการด้วยความเป็นมิตร สุภาพและมีมารยาท ด้านรูปลักษณ์ มีความคาดหวังและบริการจริงที่ได้รับอันดับแรก คือ พนักงานธนาคารมีการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า เป็นรายบุคคล มีความคาดหวังอันดับแรก คือ พนักงานสามารถเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าได้อย่างชัดเจน บริการจริงที่ได้รับอันดับแรก คือ เวลาที่ธนาคารเปิดให้บริการเป็น เวลาที่เหมาะสม และสะดวกสำหรับลูกค้า และพนักงานสามารถเข้าใจความ ต้องการเฉพาะของลูกค้าได้อย่างชัดเจน ด้านการตอบสนองลูกค้า มีความคาดหวังอันดับแรก คือ พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว บริการจริงที่ได้รับอันดับแรก คือ มีระบบการให้บริการด้านเงิน ฝาก สินเชื่อ และ บริการต่างๆ ที่สะดวก รวดเร็ว