

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์กรธุรกิจทั้งภาครัฐและเอกชน ต้องมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาไปตามกระแสความเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ทางเศรษฐกิจ สภาพของสังคมและวัฒนธรรมซึ่งในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงจากอดีตมาก การพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการให้เป็นที่พึงพอใจและประทับใจของลูกค้าหรือผู้มารับบริการให้มาใช้บริการก็เช่นเดียวกัน ในการประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์ และการอุตสาหกรรม มีการแข่งขันกันมากยิ่งขึ้นทั้งในด้านสินค้าและบริการโดยนำกลวิธีต่างๆ รวมทั้งเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการบริหารจัดการมากขึ้น ผู้ชนะจะต้องมีฐานกำลังคน เพิ่มขีดความสามารถของบุคลากร เครื่องมือ เครื่องใช้ วัตถุดิบและเวลาเพื่อช่วงชิงและรักษาลูกค้ามิให้ตกเป็นของกลุ่มคู่แข่ง ซึ่งในปัจจุบันจะเห็นว่า เมื่อผลิตภัณฑ์ดีเยี่ยม การบริการดีเยี่ยมแต่ถ้าไม่มีมนุษย์สัมพันธ์ก็ไม่สามารถขายสินค้าได้ งานบริการก็เช่นกัน ถ้าขาดสัมพันธ์ภาพกับผู้มารับบริการ งานบริการนั้นก็จะไม่เป็นที่พึงพอใจของผู้มารับบริการ ถึงแม้ว่าบริการด้านอื่นๆ จะดีเยี่ยมก็ตาม

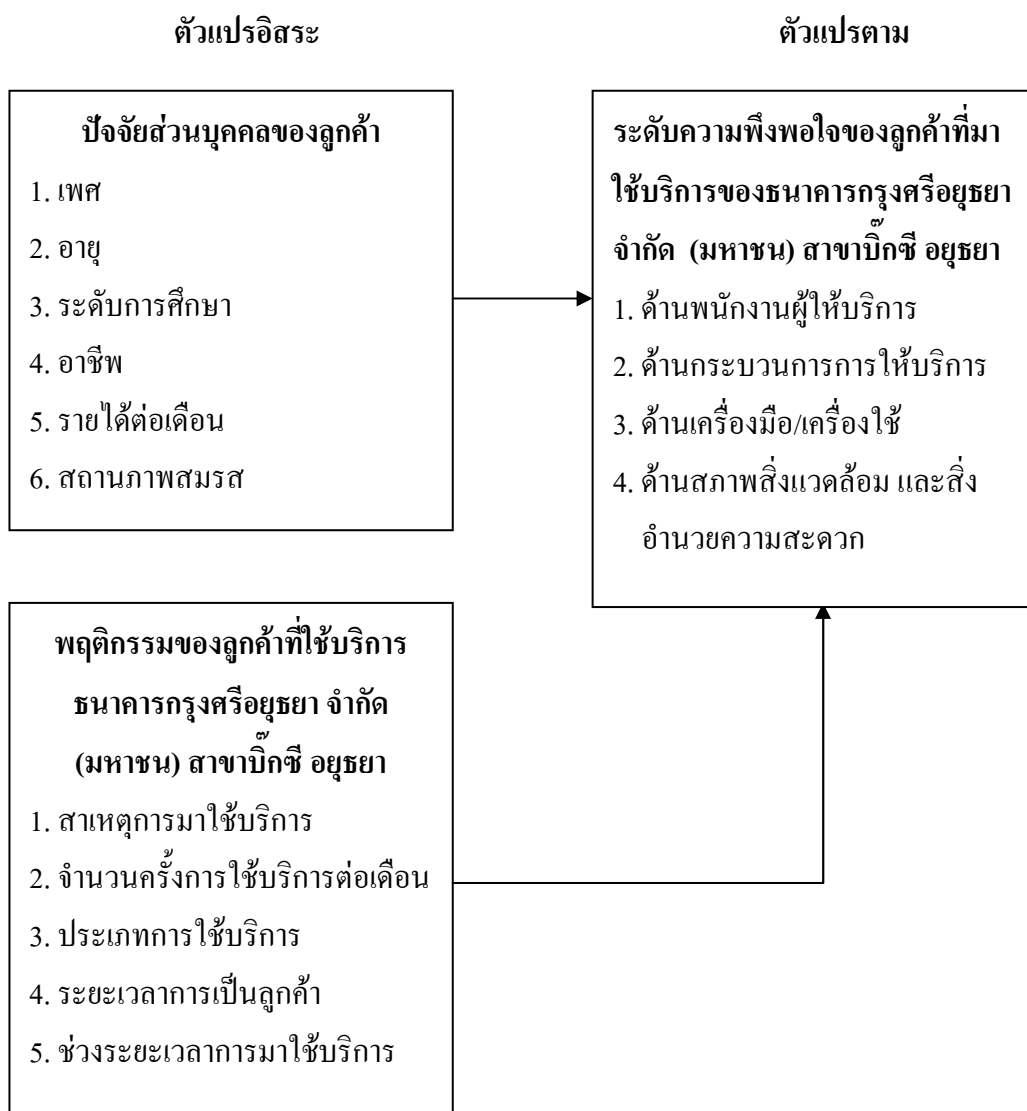
ธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกุ่ม อยุธยา เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2551 เป็นสถาบันการเงินหนึ่งที่ถูกผลกระทบจากภาวะวิกฤติดังกล่าวและจากนโยบายที่เคร่งครัดส่งผลกระทบต่อผลประกอบการ และรายได้ของธนาคาร แม้ธนาคารจะพยายามดำเนินมาตรการเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวทุกวิถีทาง เพื่อให้ธนาคารดำรงอยู่ตลอดจนต้องปรับตัวให้สามารถพัฒนาต่อไป ธนาคารจึงต้องปรับปรุงการบริหารจัดการเกือบทุกด้านในปัจจุบัน เช่น การปรับปรุงการให้บริการ เทคโนโลยี การดำเนินธุรกิจเชิงรุก และมีการปรับโครงสร้างภายในองค์กรให้มีความกระชับ และคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจการเงิน และการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นในอุตสาหกรรมการเงิน การธนาคาร เพื่อรักษาระดับและขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงธุรกิจของธนาคาร และเพื่อรักษาองค์กรให้มีความมั่นคงระยะยาว ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยในฐานะพนักงานคนหนึ่งของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกุ่ม อยุธยา ได้เล็งเห็นความสำคัญในเรื่องของการให้บริการ จึงทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกุ่ม อยุธยา เพื่อที่จะใช้เป็นข้อเสนอแนะและแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขในด้านการบริการให้มีประสิทธิภาพตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด และเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและความรู้สึกที่ดีแก่ลูกค้า อันจะเป็นการเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกุ่ม อยุธยา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าและพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกิ้ง อโยธยา
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกิ้ง อโยธยา
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกิ้ง อโยธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า
4. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกิ้ง อโยธยา จำแนกตามพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการ

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาบึงกิ้ง อโยธยา รวมทั้งแนวคิดและทฤษฎีเพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งแสดงความเชื่อมโยงได้ ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัย

จากกรอบการวิจัยข้างต้น สามารถนำมากำหนดสมมุติฐานในการวิจัย เรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกุ่ม อยุธยา ได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกุ่ม อยุธยาแตกต่างกัน
2. พฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการต่างกันมีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกุ่ม อยุธยาแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกุ่ม อยุธยา โดยกำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1.1 ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ประชาชนที่เข้ามาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกุ่ม อยุธยา

1.2 ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกุ่ม อยุธยา จำนวน 250 คน

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า

2.1.1.1 เพศ

2.1.1.2 อายุ

2.1.1.3 ระดับการศึกษา

2.1.1.4 อาชีพ

2.1.1.5 รายได้ต่อเดือน

2.1.1.6 สถานภาพสมรส

2.1.2 พฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการ

2.1.2.1 สาเหตุการมาใช้บริการ

2.1.2.2 จำนวนครั้งการมาใช้บริการต่อเดือน

2.1.2.3 ประเภทการใช้บริการ

2.1.2.4 ระยะเวลาการเป็นลูกค้า

2.1.2.5 ช่วงระยะเวลาการมาใช้บริการ

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกุ่ม อยุธยา

2.2.1 ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

2.2.2 ด้านกระบวนการการใช้บริการ

2.2.3 ด้านเครื่องมือ / เครื่องใช้

2.2.4 ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก

นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการวิจัยครั้งนี้ นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกิ้ง อยุธยา

ลูกค้า หมายถึง บุคคลที่มาติดต่อเกี่ยวกับธุรกิจของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกิ้ง อยุธยา หรือผู้ที่มาใช้บริการธุรกิจของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกิ้ง อยุธยา ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้เป็นตัวอย่างในการวิจัย และใช้คำว่า “ลูกค้า” เป็นคำว่า “ตัวอย่าง”

ความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ ที่พอใจ ที่ประทับใจของลูกค้าในการใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกิ้ง อยุธยา ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการ หมายถึง ความพึงพอใจเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ความรู้ ความสามารถ ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน อธิยาศัยไมตรีในการต้อนรับของพนักงานที่มีต่อลูกค้า 2) ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ หมายถึง ความพึงพอใจเกี่ยวกับการประกาศแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ การจัดให้มีธนบัตรฉบับใหม่ ๆ แลกอยู่เสมอ พนักงานให้คำแนะนำและชี้แจงขั้นตอนการให้บริการ การจัดให้มีหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ระหว่างที่รอคอยการใช้บริการรวมถึงการจัดระบบคิวเพื่อรอรับบริการ 3) ความพึงพอใจด้านเครื่องมือ/เครื่องใช้ หมายถึง ความพึงพอใจเกี่ยวกับเครื่องมือ / เครื่องใช้ต่าง ๆ ที่ทันสมัย มีแบบฟอร์มมากเพียงพอและง่ายต่อการกรอกข้อมูล 4) ความพึงพอใจด้านสภาพสิ่งแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง ความพึงพอใจเกี่ยวกับทำเลที่ตั้ง ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร การตกแต่งสถานที่ ความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย รวมทั้งที่นั่งพักระหว่างรอรับบริการ ความเหมาะสมของอุณหภูมิและแสงสว่างในอาคาร

กระบวนการให้บริการ หมายถึง ขั้นตอนต่าง ๆ ในการใช้บริการของลูกค้า การกรอกแบบฟอร์มต่าง ๆ เพื่อใช้บริการ การจัดระบบคิวเพื่อรอรับบริการ ความรวดเร็วในการให้บริการ

ธนาคาร หมายถึง ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกิ้ง อยุธยา

พนักงานของธนาคาร หมายถึง เจ้าหน้าที่ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกิ้ง อยุธยา

พฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาบึงกิ้ง อยุธยา หมายถึง ลักษณะการเข้ามาใช้บริการธนาคารของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาบึงกิ้ง อยุธยา ได้แก่ สาเหตุการมาใช้บริการของธนาคาร จำนวนครั้งการใช้บริการต่อเดือน ประเภทการใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า และช่วงระยะเวลาที่มาใช้บริการ

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรส

เครื่องมือ/เครื่องใช้ หมายถึง เครื่องเอทีเอ็ม เครื่องรับฝากเงินอัตโนมัติ เครื่องปรับสมุด และเครื่องคอมพิวเตอร์ในระบบธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกิ้ง อยุธยา

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกิ้ง อยุธยา
2. ทำให้ทราบพฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกิ้ง อยุธยา
3. ไปใช้เป็นข้อมูลในการบริหารและปรับปรุงองค์การอันจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการบริหารและจัดการองค์การของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงกิ้ง อยุธยา และผู้สนใจทั่วไป