



คุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน
สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

The Quality of Bank Loan Service on “the People’s Bank” Project in
Government Savings Bank, Hatyai Branch, Songkla Province

วาทีณี นุ้ยแนบ^{1*} พิเชษฐ์ พรหมใหม่¹ ปรีชญา ชุมศรี¹

Watinee Nuynab^{1*}, Pichet Prommai¹, Preechaya Chumsri¹

(Received: March 22, 2021; Revised: May 8, 2021; Accepted: May 31, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ และ 2) เปรียบเทียบการประเมินคุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน จำนวน 300 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างเชิงระบบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการหาความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี นับถือศาสนาพุทธ มีอาชีพลูกจ้าง และพนักงานหน่วยงานของรัฐ สมรสแล้ว การศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. มีรายได้สุทธิต่อเดือน 20,000 – 30,000 บาท การประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ โครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

¹Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya

*Corresponding author. E-mail: watinee1402@gmail.com



Abstract

This research aims to evaluate the quality of bank loan service on “the people’s bank” project of Government Savings Bank, Hatyai Branch, Songkhla Province and to compare results of the service quality assessment on “the people’s bank” project, divided by individual factors. A survey questionnaire was used to collect data from 300 bank customers who participated in the project, selected by systematic sampling. Data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and One-Way ANOVA.

The results of the study found that most of the bank customers participating in “the people’s bank” project for loan service were female, aged between 31–40 years old, Buddhism, private and government employees, married, educational background at an associate degree or diploma level. Also, their net income per month was approximately 20,000 to 30,000 baht. This study illustrated that the overall level of service quality was at the highest level. Moreover, the customers with different levels of educational background provided assessment on service quality in the aspect of assurance differently at 0.05 statistical significance.

Keywords: Service quality, People bank project, Government savings bank

บทนำ

สถาบันการเงินถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ โดยมีบทบาทเป็นสื่อกลางทางการเงิน ทำหน้าที่หลักในการระดมเงินฝากจากประชาชน หน่วยธุรกิจ และหน่วยราชการต่าง ๆ และยังทำการกระจายสินเชื่อในรูปแบบของการให้กู้ยืมหรือการลงทุนในหลักทรัพย์ต่าง ๆ แต่สภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ทำให้มีธนาคารพาณิชย์เป็นจำนวนมาก มีการแข่งขันกันสูงในด้านผลิตภัณฑ์ อัตราดอกเบี้ย และที่สำคัญคือ ด้านการให้บริการ มีคำกล่าววาทาหากพนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าและเกิดความประทับใจ ส่งผลให้ลูกค้ายังคงใช้ผลิตภัณฑ์ของธนาคารนั้น ๆ ทุกธนาคารจึงมีกลยุทธ์และเทคนิควิธีต่าง ๆ มาใช้เพื่อก้าวขึ้นเป็นผู้นำทางธุรกิจ โดยเน้นการพัฒนาการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563)

ธนาคารออมสินได้ดำเนินโครงการสินเชื่อธนาคารประชชน เพื่อสนองนโยบายของรัฐบาลให้แก่กลุ่มประชาชนที่มีรายได้น้อยและขาดแหล่งเงินทุนในการประกอบอาชีพ โดยธนาคารคาดหวังว่าโครงการธนาคารประชาชนจะลดค่าใช้จ่ายภาคครัวเรือนของประชาชนลง และยังเพิ่มรายได้ให้แก่



ผู้ได้รับการอนุมัติโครงการนี้ด้วย โดยธนาคารหวังว่าเมื่อประชาชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น จะก่อให้เกิดการใช้จ่ายในภาคเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น และยังช่วยแก้ไขปัญหาเงินกู้ยืมในระบบได้อีกด้วย

คุณภาพการให้บริการถือเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการกำหนดประสิทธิภาพหรือความสำเร็จของธุรกิจบริการ การให้บริการที่มีคุณภาพนั้น พนักงานธนาคารจะต้องเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว มีการให้บริการที่ดีเพื่อสร้างความมั่นใจหรือความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ ในโลกยุคปัจจุบันธุรกิจต่าง ๆ ได้ใช้ความพยายามในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น ไม่เว้นแม้แต่ธุรกิจประเภทธนาคารที่มีการแข่งขันกันค่อนข้างรุนแรง ยิ่งมีความจำเป็นในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการอย่างเร่งด่วนจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า คุณภาพการบริการที่ดีสามารถสร้างส่วนแบ่งตลาดได้มากขึ้นหรืออีกแง่ก็คือการช่วยในการเพิ่มปริมาณลูกค้าให้มากขึ้นและสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานลงได้ (Benrit & Trakulmaykee, 2016) นอกจากนี้ผลการศึกษาที่ผ่านมาของบุศวีธัญย์ สอนใจดี (2560) แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาระยอง มีความแตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการ

การศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในครั้งนี้เกิดจากลูกค้าบางส่วนมีข้อร้องเรียนและมีข้อเสนอแนะต่อการให้บริการของธนาคาร ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการ และพิจารณาเปรียบเทียบการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางให้ผู้บริหารของธนาคารได้ปรับปรุงหรือพัฒนาคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ให้ดียิ่งขึ้นรวมทั้งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่
2. เพื่อเปรียบเทียบการประเมินคุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล



การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

1. สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน

สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนเงินทุนหรือเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบอาชีพ หรือเป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ หรือชำระหนี้อื่น ๆ สินเชื่อที่สนับสนุนให้ประชาชนประกอบอาชีพ หรือมีธุรกิจขนาดย่อมเป็นของตนเอง โดยให้สินเชื่อเพื่อเป็นเงินทุนหรือ ใช้ในการหมุนเวียนในการใช้จ่ายและชำระหนี้ต่าง ๆ โดยให้กู้ตามความจำเป็นและตามความสามารถในการชำระคืน ทั้งนี้ไม่เกินรายละ 200,000 บาท ระยะเวลาชำระคืนเงินกู้ และดอกเบี้ยไม่เกิน 8 ปี อัตราดอกเบี้ยเป็นไปตามประกาศธนาคาร ปัจจุบันมีอัตราดอกเบี้ยคงที่ (Flat rate) ร้อยละ 1.00 ต่อเดือน

2. คุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริหารองค์กรจะต้องให้ความสำคัญ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) ผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาคคุณภาพการบริการ ได้ให้คำนิยามของคุณภาพการบริการ คือ “การประเมิน หรือทัศนคติ ที่เกี่ยวข้องกับบริการที่เหนือกว่าความคาดหวัง” ผู้บริหารต้องเน้นการสร้างการรับรู้เชิงบวกต่อคุณภาพการบริการขององค์กร นอกจากนี้การที่บริการไม่สามารถแยกออกจากกันระหว่างกระบวนการบริการกับผู้ให้บริการนั้นจะมีผลต่อความรู้สึกของผู้รับบริการที่จะรับรู้ถึงการบริการของพนักงานและคุณภาพการบริการที่ได้รับ ความน่าเชื่อถือของการบริการเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดบรรทัดฐานของการให้บริการ

Martin (1995) ได้กล่าวว่าคุณภาพการให้บริการ เป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่ง เนื่องจาก

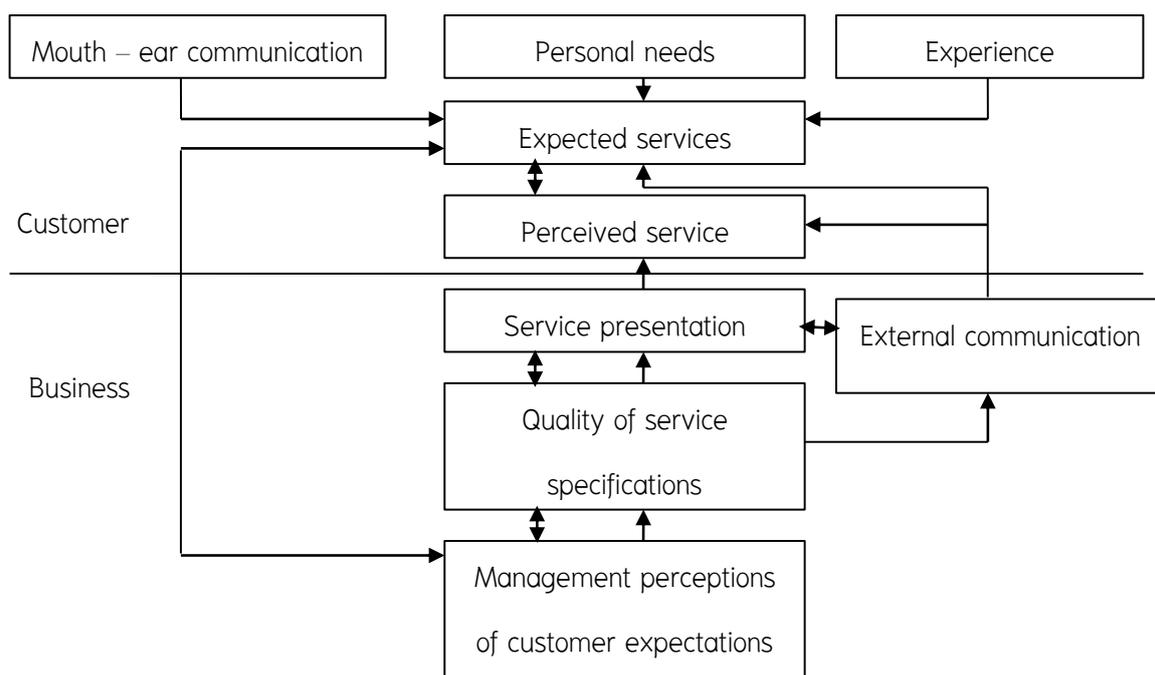
1. ความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจบริการ เจ้าของกิจการทั้งหลายจะให้ความสำคัญกับการบริการมากขึ้น การประกอบกิจการต่าง ๆ จึงต้องใส่การบริการเข้าไปเพื่อจะได้ส่งผลต่อความก้าวหน้าของธุรกิจหรือองค์การด้านบริการเพิ่ม

2. การแข่งขันของกิจการต่าง ๆ ที่สูงขึ้น การบริการถือเป็นหนึ่งในยุทธวิธีที่ถูกนำมาใช้ในการแข่งขันหากว่าบริษัทหรือกิจการใด ๆ มอบคุณภาพการบริการได้ดีเลิศ จะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3. อุปสงค์ของผู้บริโภคที่มีมากขึ้น เมื่อผู้บริโภคทั่วโลกมีความรู้มากขึ้น การติดต่อและสื่อสารระหว่างกันต่างรวดเร็ว มีความต้องการมากยิ่งขึ้น ดังนั้นราคาที่เหมาะสมเพียงอย่างเดียวจึงไม่เพียงพออีกต่อไป แต่สิ่งที่ผู้บริโภคปรารถนาคือการบริการที่มีคุณภาพ อันจะก่อให้เกิดการซื้อซ้ำ หรือการมีความภักดีกับบริษัทขององค์กรนั้น ๆ ด้วย



4. คุณภาพการบริการสะท้อนถึงสภาวะเศรษฐกิจ สาเหตุเพราะผลลัพธ์ที่ได้ของการมีคุณภาพการบริการที่ดี จะนำไปยังสถานการณ์การซื้อซ้ำ ซึ่งเจ้าของบริษัททุกคนปรารถนาให้เกิดขึ้นกับกิจการของตน และคุณภาพการบริการที่ดี เป็นเรื่องที่สามารถตรึงใจรักษาผู้บริโภครายเดิมไว้ได้อยู่ รวมไปถึงยังเป็นการสร้างลูกค้าใหม่เข้ามาอีกด้วย



ภาพที่ 1 Conceptual framework of service quality (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985)

Parasuraman et al. (1988) ได้อธิบายถึงตัวแปรหลักของ SERVQUAL ที่ใช้ศึกษามิติคุณภาพในงานบริการประกอบด้วย ตัวแปร 22 ตัวแปรย่อย โดยมีการศึกษาใน 5 มิติ ได้แก่ รูปลักษณ์ทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการ การให้ความมั่นใจและการเอาใจใส่สรุปได้ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 สรุปตัวแปรย่อยในแต่ละปัจจัยของทฤษฎี Service quality model

มิติในการประเมินคุณภาพ	จำนวนและรายละเอียดของคำถาม
1.รูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles)	1.ความทันสมัยของเครื่องมือ 2.สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ 3.การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ 4.เอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับการบริการ
2.ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	5.ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ 6.การเก็บรักษาข้อมูลของผู้ใช้บริการและการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการ 7.บริษัทมีความเชื่อถือหรือไม่ 8.การบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมใช้งานเสมอ 9.การมีจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการ
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	10.มีระบบการให้บริการที่รวดเร็ว 11.ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้ใช้บริการ 12.ความรวดเร็วในการทำงานของเจ้าหน้าที่ 13.ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการทันทีที่ต้องการ
4.การให้ความมั่นใจ(Assurance)	14.ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับบริการ 15.การสร้างเชื่อมั่นและปลอดภัย 16.ความมีมารยาทและความสุภาพของเจ้าหน้าที่ 17.พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ในการสร้างเชื่อมั่นในการให้บริการ



ตารางที่ 1 สรุปตัวแปรย่อยในแต่ละปัจจัยของทฤษฎี Service quality model (ต่อ)

มิติในการประเมินคุณภาพ	จำนวนและรายละเอียดของคำถาม
5.การเอาใจใส่ (Empathy)	18.การให้ความสนใจและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการแต่ละคน ของเจ้าหน้าที่ 19.เวลาในการเปิดให้บริการขององค์กร 20.โอกาสในการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ 21.ความสนใจผู้ใช้บริการอย่างแท้จริงของเจ้าหน้าที่ 22.ความสามารถในการเข้าใจในความต้องการเฉพาะ ของผู้ใช้บริการ

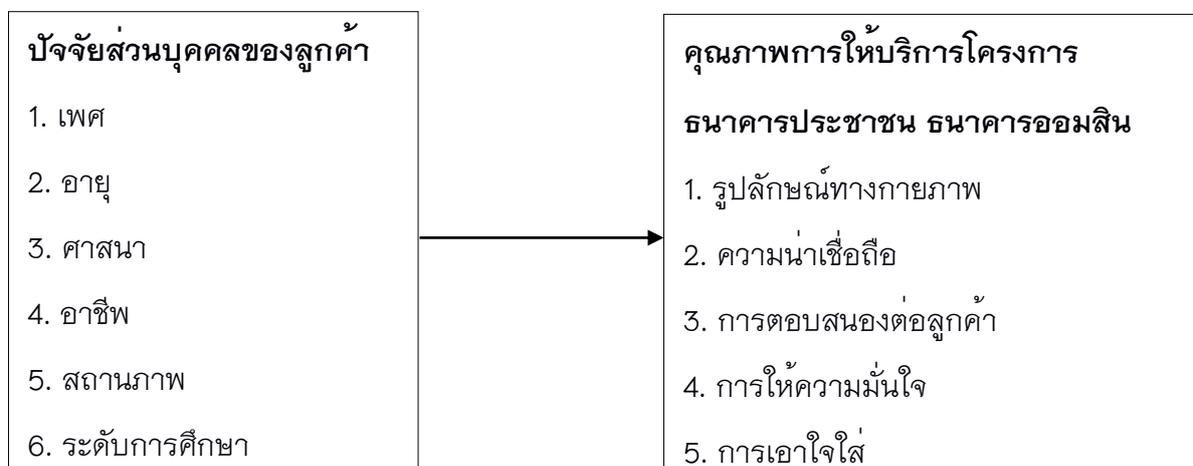
จากตารางแสดงให้เห็นว่าการวัดคุณภาพการให้บริการมี 5 มิติ ได้แก่ รูปลักษณ์ทางกายภาพ ได้แก่ สิ่งที่ถูกค่าสามารถสัมผัสได้จากการใช้บริการ ความน่าเชื่อถือ ทั้งความน่าเชื่อถือของพนักงาน และขององค์กร การตอบสนองต่อลูกค้า เป็นความสามารถของผู้ให้บริการที่จะต้องตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ การให้ความมั่นใจ พนักงานจะต้องสร้างความรู้สึกมั่นใจให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และการเอาใจใส่ โดยพนักงานจะต้องใส่ใจต่อการให้บริการต่อลูกค้าอย่างแท้จริง

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการประยุกต์โมเดลและองค์ประกอบชี้วัดคุณภาพการบริการของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) เนื่องจากที่ผ่านมามีงานวิจัยของ Fragoso and Espinoza (2017) ได้ศึกษาเรื่อง “Assessment of banking service quality perception using the SERVPERF model” โดยใช้มิติของการให้บริการ 5 มิติ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ความปลอดภัยความเห็นอกเห็นใจต่อผู้ใช้บริการ และลักษณะทางกายภาพ งานวิจัยของ Lau, Cheung, Lam, and Chu (2013) ได้ศึกษาเรื่อง “Measuring Service Quality in the Banking Industry: A Hong Kong Based Study” ได้ประยุกต์ใช้โมเดลองค์ประกอบชี้วัดคุณภาพการบริการของ Parasuraman et al. (1988) โดยใช้องค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ ความไว้วางใจได้ การตอบสนอง ความต้องการ การเข้าใจและรู้จักลูกค้า ดังนั้นการศึกษานี้จึงประยุกต์ใช้โมเดลดังกล่าวเพื่อวัดคุณภาพการให้บริการเช่นเดียวกัน



ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ แตกต่างกัน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จำนวน 1,208 คน (ธนาคารออมสินเขตสงขลา 2, 2563)

กลุ่มตัวอย่าง การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite population) ใช้สูตรทาโรยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยกำหนดความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic random sampling) ดังนี้

1. กำหนดกรอบประชากร โดยใช้หมายเลขลำดับของลูกค้าสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนที่ธนาคารออกให้แก่ลูกค้าทุกหน่วยในประชากร
2. หาอัตราส่วน k โดยใช้ประชากร (N) หารด้วยกลุ่มตัวอย่าง (n) จากสูตร $k = 1,208$ คน ต้องการกลุ่มตัวอย่าง 300 คน จะได้อัตรา $k = 4$



3. สุ่มตัวอย่างเพื่อกำหนดสมาชิกคนแรก (R) ของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายจากสมาชิกหมายเลข 1 – 4 มา 1 หมายเลข ปรากฏว่าได้หมายเลข 4

4. หมายเลขของสมาชิกที่ถูกกำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี่คือ 4 8 12 16 20 24...1,204 รวมทั้งสิ้นจำนวน 300 คน

ธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อนุญาตให้ผู้วิจัยเผยแพร่ผลการวิจัยโดยภาพรวมและให้มีการปกปิดข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างรายบุคคลเป็นความลับ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเครื่องมือการวัดคุณภาพการให้บริการได้ปรับปรุงจาก Parasuraman et al. (1988) แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะเป็นข้อคำถามแบบปิด (Close ended question) ประเภทแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ศาสนา อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นข้อคำถามแบบปิด ประเภทมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ประกอบด้วย ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) และด้านการเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy)

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนระดับการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนใช้เกณฑ์ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80 หมายถึง	มีระดับคุณภาพในระดับน้อยที่สุด
ช่วงคะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60 หมายถึง	มีระดับคุณภาพในระดับน้อย
ช่วงคะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40 หมายถึง	มีระดับคุณภาพในระดับปานกลาง
ช่วงคะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20 หมายถึง	มีระดับคุณภาพในระดับมาก
ช่วงคะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00 หมายถึง	มีระดับคุณภาพในระดับมากที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ได้แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. แจกแบบสอบถามให้แก่ลูกค้าที่มีรายชื่อเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 300 ราย



2. เก็บแบบสอบถามคืนจากลูกค้าหลังจากตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของแบบสอบถาม

3. สร้างคู่มือการลงรหัส

4. นำข้อมูลจากแบบสอบถามเข้าสู่เครื่องโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อเตรียมความพร้อมในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ศาสนา อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ประกอบด้วย ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) และด้านการเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) ใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3. เปรียบเทียบการประเมินคุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ใช้สถิติการทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ข้อเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารออมสิน ประกอบด้วยตัวแปร เพศ อายุ ศาสนา อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยผลการวิจัยแสดงไว้ในตารางที่ 2 ดังนี้



ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

n = 300

ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ศาสนา		
พุทธ	221	73.7
อิสลาม	79	26.3
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	47	15.7
พนักงาน/ลูกจ้างหน่วยงานของรัฐ	105	35.0
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	57	19.0
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	75	25.0
รับจ้างทั่วไป	16	5.3
สถานภาพ		
โสด	84	28.0
สมรส	151	50.3
หม้าย	42	14.0
หย่าร้าง / แยกกันอยู่	23	7.7
ระดับการศึกษาสูงสุด		
มัธยมศึกษา / ปวช.	70	23.3
อนุปริญญา / ปวส.	149	49.7
ปริญญาตรี	81	27.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
10,001 – 20,000 บาท	91	30.3
20,001 – 30,000 บาท	175	58.3
สูงกว่า 30,000 บาท	34	11.4

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อกองการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.3 มีอายุ



ระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.7 นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 73.7 ที่เหลือนับถือศาสนาอิสลาม ส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างหรือพนักงานหน่วยงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาประกอบอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 25 ลูกค้ำที่สมรสแล้วคิดเป็นร้อยละ 50.3 ที่เหลือมีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดคืออนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 49.7 และรองลงมาคือระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 27 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.3 และระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.3

2. การประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ข้อเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาประกอบด้วย รูปลักษณ์ทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และการเอาใจใส่ลูกค้า โดยผลการวิจัยแสดงไว้ในตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

คุณภาพการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
รูปลักษณ์ทางกายภาพ	4.30	0.19	มากที่สุด
ความน่าเชื่อถือ	4.45	0.20	มากที่สุด
การตอบสนองต่อลูกค้า	4.42	0.22	มากที่สุด
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	4.39	0.20	มากที่สุด
การเอาใจใส่ลูกค้า	4.46	0.20	มากที่สุด
รวม	4.40	0.97	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 3 พบว่า ลูกค้ำมีการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อเรียงลำดับคะแนนจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการเอาใจใส่รูปลักษณ์ทางกายภาพ



ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการตอบสนองของลูกค้า ตามลำดับ โดยรายละเอียดแต่ละด้านได้สรุปในตารางที่ 4 – 8

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ

ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. มีป้ายบ่งชี้และแนะนำการให้บริการไว้อย่างชัดเจน	4.55	0.50	มากที่สุด
2. แบบคำขอมีการออกแบบกรอกข้อมูลที่เข้าใจง่าย	4.40	0.50	มากที่สุด
3. เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้บริการมีความทันสมัย	4.30	0.46	มากที่สุด
4. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม ห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอ	4.32	0.50	มากที่สุด
5. เสียงเรียกผู้ให้บริการตามคิวได้ยินชัดเจน	4.28	0.45	มากที่สุด
6. อาคารสำนักงานมีทางเข้า – ออก สะดวก อากาศถ่ายเท และมีแสงสว่างที่เพียงพอ	3.92	0.28	มาก
รวม	4.30	0.19	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4 พบว่า ลูกค้ามีการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ ด้านลักษณะทางกายภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับ ได้แก่ มีป้ายบ่งชี้และแนะนำการให้บริการไว้อย่างชัดเจน แบบคำขอมีการออกแบบกรอกข้อมูลที่เข้าใจง่าย และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม ห้องน้ำ ที่สะอาดและเพียงพอ ตามลำดับ



ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ
โครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความน่าเชื่อถือ

ด้านความน่าเชื่อถือ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ระดับ
			มาตรฐาน
1. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อเป็นอย่างดี	4.83	0.38	มากที่สุด
2. พนักงานตอบข้อซักถามของลูกค้าได้ถูกต้อง	4.51	0.50	มากที่สุด
3. เครื่องมือและอุปกรณ์อยู่ในสภาพพร้อมให้บริการ ตลอดเวลา	4.32	0.47	มากที่สุด
4. พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการทำงาน	4.29	0.45	มากที่สุด
5. การให้บริการเป็นไปตามสัญญาที่ทำไว้	4.32	0.47	มากที่สุด
รวม	4.45	0.20	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5 พบว่า ลูกค้ามีการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ
โครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ ด้านความน่าเชื่อถือโดยภาพรวมและ
รายข้ออยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับ ได้แก่ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อเป็นอย่างดี
พนักงานตอบข้อซักถามของลูกค้าได้ถูกต้อง เครื่องมือและอุปกรณ์อยู่ในสภาพพร้อมให้บริการ
ตลอดเวลาและการให้บริการเป็นไปตามสัญญาที่ทำไว้ ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ
โครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ระดับ
			มาตรฐาน
1. ธนาคารเปิดช่องทางการให้บริการสินเชื่อ โดยเฉพาะ	4.56	0.50	มากที่สุด
2. กระบวนการให้บริการมีความชัดเจน	4.39	0.49	มากที่สุด
3. ขั้นตอนการใช้บริการรวดเร็ว	4.41	0.49	มากที่สุด
4. ลูกค้าได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกันตามลำดับ ก่อน - หลัง	4.30	0.46	มากที่สุด



ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (ต่อ)

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
5. ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม	4.45	0.50	มากที่สุด
รวม	4.42	0.22	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 6 พบว่า ลูกค้ามีการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าโดยภาพรวม และรายข้ออยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับ ได้แก่ ธนาคารเปิดช่องทางการให้บริการสินเชื่อ โดยเฉพาะระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม และขั้นตอนการใช้บริการรวดเร็ว ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
1. มีการจัดทำใบปลิว แผ่นพับ เกี่ยวกับสินเชื่อ	4.29	0.45	มากที่สุด
2. ธนาคารมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับสินเชื่อผ่านสื่อต่าง ๆ	4.23	0.42	มากที่สุด
3. ลูกค้าสามารถตรวจสอบข้อมูลสินเชื่อด้วยตนเองได้	4.82	0.38	มากที่สุด
4. ลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามได้หลายช่องทาง	4.47	0.50	มากที่สุด
5. เมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น พนักงานสามารถให้คำปรึกษาในการแก้ไขปัญหาได้ทันที	4.29	0.45	มากที่สุด
6. พนักงานปฏิบัติตามกฎระเบียบของธนาคารอย่างเคร่งครัด	4.24	0.43	มากที่สุด
รวม	4.39	0.20	มากที่สุด



ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 7 พบว่า ลูกคามีการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าโดยภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับ ได้แก่ ลูกค้าสามารถตรวจสอบข้อมูลสินเชื่อด้วยตนเองได้ ลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามได้หลายช่องทาง มีการจัดทำใบปลิว แผ่นพับเกี่ยวกับสินเชื่อและในการให้บริการมีความเหมาะสม และเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น พนักงานสามารถให้คำปรึกษาในการแก้ไขปัญหาได้ทันที ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า

ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. พนักงานเต็มใจที่จะพูดคุยกับลูกค้าทุกคน	4.40	0.49	มากที่สุด
2. พนักงานคอยให้บริการตลอดเวลา ไม่เว้นช่วงพักเที่ยง	4.32	0.47	มากที่สุด
3. มีช่องทางให้ลูกค้าติดต่อธนาคารหลากหลายช่องทาง	4.27	0.44	มากที่สุด
4. การให้บริการของพนักงานทำได้ดีสม่ำเสมอและต่อเนื่อง	4.59	0.49	มากที่สุด
5. พนักงานมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสในการให้บริการ	4.72	0.45	มากที่สุด
รวม	4.39	0.20	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 8 พบว่า พบว่า ลูกคามีการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าโดยภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับ ได้แก่ พนักงานมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสในการให้บริการ การให้บริการของพนักงานทำได้ดีสม่ำเสมอและต่อเนื่อง และพนักงานเต็มใจที่จะพูดคุยกับลูกค้าทุกคน ตามลำดับ



3. การประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน จำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลโดยผลการวิจัยแสดงไว้ในตารางที่ 9 ดังนี้

ตารางที่ 9 การเปรียบเทียบผลประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การประเมินคุณภาพการ ให้บริการ	ปัจจัยส่วนบุคคล					
	เพศ (t-test)	อายุ (F-test)	ศาสนา (t-test)	อาชีพ (F-test)	สถานภาพ (F-test)	ระดับ การศึกษา (F-test)
รูปลักษณ์ทางกายภาพ	0.446	1.615	1.126	1.548	0.138	1.819
ความน่าเชื่อถือ	0.118	0.317	1.212	0.778	1.315	0.081
การตอบสนองต่อลูกค้า	0.130	0.319	0.498	0.379	0.268	0.427
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	-0.026	1.443	-1.336	0.715	0.882	3.717*
การเอาใจใส่ลูกค้า	0.043	0.825	-0.982	1.196	0.169	0.424
รวม	0.287	1.033	0.171	2.182	0.400	0.231

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าแตกต่างกัน ($F = 3.717$, sig. = .025) โดยลูกค้า



ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. มีการประเมินคุณภาพการบริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนด้านการให้ความมั่นใจสูงกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส.

อภิปรายผลการวิจัย

ลูกค้ามีการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการวิจัยดังกล่าวมีสอดคล้องกับชนัญชิตา สังข์ทอง (2559) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการมีความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของภัทรวรรณ วระนันท์ (2557) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์องค์ประกอบของคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อเคหะ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน ได้ข้อค้นพบว่า คุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และด้านความเข้าใจอยู่ในระดับสูงมาก อย่างไรก็ตามผลการวิจัยครั้งนี้มีความแตกต่างกับผลการศึกษาของกาญจนา รัตตัญญู (2557) ศึกษาเรื่องปัญหาและกลยุทธ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการในระดับปานกลาง กรณีที่ลูกค้ามีการประเมินคุณภาพการให้บริการแตกต่างกันในช่วงเวลาที่ต่างกันนั้น สามารถอธิบายได้ว่าเมื่อองค์กรได้รับการประเมินคุณภาพการให้บริการในระดับปานกลางในช่วงเวลาหนึ่ง ผู้บริหารย่อมต้องมีการปรับปรุงหรือพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น เพราะการพัฒนาคุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญ ตามที่ Martin (1995) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการมีความสำคัญ จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาเนื่องจาก 1) การแข่งขันของกิจการต่าง ๆ สูงขึ้น การพัฒนาคุณภาพการบริการจึงเป็นกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในการแข่งขันเพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน 2) ความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจ เจ้าของกิจการจะให้ความสำคัญกับการบริการมากขึ้น การประกอบกิจการต่าง ๆ จึงต้องใส่การบริการเข้าไปเพื่อจะได้ส่งผลต่อความก้าวหน้าของธุรกิจ 3) อุปสงค์ของผู้บริโภคที่มีมากขึ้น เกิดจากที่ผู้บริโภคมีความรู้มากขึ้น การติดต่อและสื่อสารระหว่างกันรวดเร็ว มีความต้องการมากยิ่งขึ้น สิ่งที่ผู้บริโภคปรารถนาไม่เพียงแต่ราคาที่เหมาะสมเท่านั้น แต่ความต้องการการบริการที่มีคุณภาพ อันจะก่อให้เกิดการซื้อซ้ำ หรือการมีความภักดีกับองค์กรเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ



ลูกค้าที่มีลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาต่างกัน มีการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าแตกต่างกัน ผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของชลธิชา ศรีบำรุง (2557) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี ที่พบว่าระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน ผลการศึกษาดังกล่าวยังมีความสอดคล้องรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค โดย Kotler and Armstrong (2012) ได้กล่าวไว้ว่าค่านิยม และความคิดเห็นส่วนบุคคลของผู้บริโภคเป็นผลมาจากปัจจัยหลายอย่าง ซึ่งรวมถึง ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) ลักษณะส่วนบุคคลเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความแตกต่างในแต่ละบุคคล ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เช่น ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งลักษณะส่วนบุคคลเหล่านี้ นักการตลาดสามารถนำมาวิเคราะห์ และนำผลที่ได้ไปสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมาย จากผลการศึกษาดังกล่าว ได้ข้อค้นพบว่าระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อการประเมินคุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสินต่างกัน ดังนั้นผู้บริหารสามารถวางกลยุทธ์ด้านการให้บริการที่สอดคล้องกับระดับการศึกษาของลูกค้า

สรุปผลการวิจัย

ผู้ให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีการประเมินคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งภาพรวมและรายด้าน โดยเรียงลำดับตามคะแนนผลการประเมิน ประกอบด้วย ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองของลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า และการเอาใจใส่ลูกค้า โดยผลการประเมินระดับคุณภาพการให้บริการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีการประเมินคุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ลูกค้ามีการประเมินเกี่ยวกับการมีป้ายบ่งชี้และแนะนำการให้บริการไว้อย่างชัดเจนในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าธนาคารดำเนินการได้ดีมาก อย่างไรก็ตามในส่วนของการอำนวยความสะดวก ออก ไม่สะดวก อากาศถ่ายเท และมีแสงสว่างที่ไม่เพียงพอสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งอาจทำให้เสียโอกาสต่อการเพิ่มจำนวนลูกค้าและสร้างรายได้เพิ่มให้แก่องค์กรได้ ดังนั้นธนาคารจะต้องปรับปรุงต่อประเด็นดังกล่าว



1.2 ด้านความน่าเชื่อถือ เนื่องจากปัจจุบันข่าวทางสังคมในการทำงานของพนักงานหลาย องค์กรในเรื่องของการรับค่าตอบแทน รับค่าสินบน จึงส่งผลให้ลูกค้าใหม่ ๆ ที่มาใช้บริการอาจจะ ไม่เชื่อใจในการทำงานของพนักงาน ดังนั้นธนาคารจึงต้องมีการปลูกฝังค่านิยมด้านความซื่อสัตย์สุจริต ให้แก่พนักงานอยู่เสมอ มีการย้ำเตือนกฎระเบียบข้อบังคับและบทลงโทษที่รุนแรงให้แก่พนักงานเพื่อให้ ปฏิบัติงานได้อย่างมีคุณภาพ

1.3 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ลูกค้าที่มาใช้บริการรู้สึกว่าคุณได้รับการไม่เท่าเทียมกัน ตามลำดับก่อน-หลัง การดำเนินการในแต่ละขั้นตอนมีความล่าช้า ธนาคารจึงควรเสนอคิวให้ลูกค้า ได้เห็นอย่างชัดเจน เพราะจะก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อลูกค้ามากกว่าการตอบด้วยวาจาแบบไม่มีข้อมูล ให้เห็นอย่างชัดเจน และจะต้องมีการเน้นย้ำในการทำงานให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยความรวดเร็ว แต่ต้องคำนึงถึงความถูกต้องด้วย

1.4 ด้านความน่าเชื่อถือ ธนาคารควรปรับปรุงแก้ไขเรื่องการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับ สินเชื่อผ่านสื่อต่าง ๆ เนื่องจากเป็นสินเชื่อตามนโยบายของรัฐบาล ลูกค้าจึงมีความสนใจ เป็นจำนวนมาก ดังนั้น ธนาคารควรใช้สื่อหลากหลายรูปแบบทั้งสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์และแจ้งรายละเอียดให้แก่ลูกค้าและผู้สนใจได้อย่างทั่วถึง

1.5 ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ธนาคารควรปรับปรุงด้านการมีช่องทางให้ลูกค้าติดต่อธนาคาร ได้หลากหลายช่องทาง เนื่องจากปัจจุบันระบบออนไลน์เข้าถึงลูกค้าเป็นจำนวนมาก ดังนั้นธนาคารควร มีการรับเรื่องสินเชื่อผ่านระบบออนไลน์อีกช่องทางหนึ่งซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่บุคคลที่ไม่มี เวลาเดินทางมาทำธุรกรรมที่ธนาคาร

1.6 ผู้บริหารโครงการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จะต้อง พิจารณาระดับการศึกษาของลูกค้าที่มาใช้บริการ เนื่องจากความแตกต่างด้านการศึกษาของลูกค้า ส่งผลต่อการประเมินคุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาคุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อประเภทอื่น ๆ ของธนาคารออมสิน เนื่องจากธนาคารมีสินเชื่อที่ให้บริการจำนวนมาก ผลการประเมินจะทำให้ธนาคาร สามารถปรับปรุงคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อได้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน

2.2 การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ด้วย เช่น ทักษะคนดี หรือแรงจูงใจในการใช้ บริการสินเชื่อธนาคารออมสิน เพื่อนำผลวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดให้มีความ เหมาะสมต่อความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น



รายการอ้างอิง

- กาญจนา รัตต์ัญญู. (2557). ปัญหาและกลยุทธ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของลูกค้ายธนาคารออมสิน สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพฯ.
- ชนัญชิตา สังข์ทอง. (2559). คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- บุศวีณีย์ สอนใจดี. (2560). คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินเขตระยอง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ระยอง.
- ชลธิชา ศรีบำรุง. (2557). คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฝ้อ จังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). นโยบายการเงิน. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Pages/default.aspx>
- ธนาคารออมสินเขตสงขลา 2. (2563). รายงานประจำปี. สืบค้นจาก <https://www.gsb.or.th/about/รายงานประจำปี>
- ภัทรวรรณ วรรณันท์. (2557). การวิเคราะห์องค์ประกอบของคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน. (การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพฯ.
- Benrit, P. & Trakulmaykee, N. (2016). The relationships among food quality, service quality, physical environment and customers' satisfaction in Thai dining restaurant in Malaysia. *Journal of Management Sciences* 3(1), 41–61.
- Fragoso, J.T. & Espinoza, I. L. (2017). Assessment of banking service quality perception using the SERVPERF model, *Contaduriay Administration*, 62, 1294–1316.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). NJ: Pearson Education.
- Lau, M.M., Cheung, R., Lam, A.Y., & Chu, Y.T. (2013). Measuring service quality in the banking industry: A Hong Kong based study, *Contemporary Management Research*, 9(3), 263–282.
- Martin, W.B. (1995). *Quality customer service for front line staff*. Menlo Park, CA: Crisp.



- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). Conceptual model of services quality and its implication for future research, *Journal of Marketing*, 49, 41–50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality, *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Yamane, T. (1973) *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper & Row Publications.