

ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสินเชื่อนโยบายรัฐบาลภายใต้ โครงการสินเชื่อ
เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับผู้มีอาชีพอิสระที่ได้รับผลกระทบ จากไวรัสโคโรนา (COVID-19)
ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ จังหวัดชลบุรี
Customer Satisfaction towards Loan Service Provided for Freelancers
and Individual Affected by COVID-19 Incident by Government
Saving Bank, Talad Baan Amphur Branch in Chonburi

สุภัคตรา อินปลัด¹ ฐานิตา ฆ้องฤกษ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ จังหวัดชลบุรี เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ จังหวัดชลบุรี และแก้ไขปัญหาเรื่องการบริการที่ล่าช้า การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์สินเชื่อ เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า โดยการทำแบบสำรวจความพึงพอใจผ่านกูเกิ้ลฟอร์ม กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามาจากผู้ใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ จำนวน 492 คน ตั้งแต่วันที่ 14 กันยายน 2563 ถึงวันที่ 18 กันยายน 2563 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ จังหวัดชลบุรี นั้นได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ทุกการบริการที่ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพอิสระ ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึง ธนาคารออมสินสาขาตลาดบ้านอำเภอจึงควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการบริการที่เข้าถึงประชาชนให้มากขึ้น

คำสำคัญ : การให้บริการด้านสินเชื่อ,ความพึงพอใจ,โควิด 19

¹ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Email: Spaktra@gmail.com

² (ผศ.ดร.) อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Abstract

This research study was conducted a customer satisfaction survey to examine the customer satisfaction of the loan service for the freelancers and individual who have affected by COVID-19 pandemic of Government Saving Bank's customer, Talad Baan Amphur Branch in Chonburi. This was to address problems of the delayed service as well as to find the solutions for the best service improvement to meet the customer needs and requirements. The study was carried out by using Google Form to survey and analyze the satisfactory level of the customers. The sample of the survey is 492 from the Bank's customers who received the loan service from 14 September 2020 to 18 September 2020 at the aforementioned branch.

The survey provided results that; most of the customers who received the loan service are the employees with bachelor's degree and working in business sector. For the customers who are Freelancers, due to the mobility of their freelance work, they have rather limited access to information relating/concerning to the financial products, services and promotion of the Bank. It was thus recommended that the Bank to improve and launch an advertise/campaign related to the Bank's products and services with more accessible to all the customers.

Keywords: loan service, satisfaction, satisfactory level, COVID-19

บทนำ

จากสถานการณ์สถานการณ์ปัจจุบัน มีการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา ทำให้ผู้คนเกิดความวิตกกังวลไปทั่วโลก มีการปิดเมือง ปิดประเทศ เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของโรค สนามบินเจียบเหงา สถานที่ท่องเที่ยวแทบร้างผู้คน หลายธุรกิจได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม จนต้องลดพนักงาน เลิกจ้าง หรือปิดตัวเองลง ผู้คนไม่จำเป็นก็ไม่ออกนอกบ้าน ไม่กล้าอยู่ในที่คนพลุกพล่าน และคอยติดตามข่าวสารเพื่ออัปเดตการแพร่ระบาดของไวรัสตัวนี้ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับนั้นก็ทั้งจริงและปลอมปะปนกัน หรือบางข้อมูลที่เราเคยยึดถือเป็นแนวทางในการป้องกันการติดเชื้อ ก็อาจต้องปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสถานการณ์ขึ้น เช่นการใช้ช้อนกลางตักอาหารก็มีโอกาสเสี่ยงติดเชื้อจากการสัมผัสช้อนร่วมกันได้ ต้องเปลี่ยนมากินร้อน ช้อนใครช้อนมัน และหมั่นล้างมือให้สะอาดอยู่เสมอ

ในช่วงการระบาดของไวรัส ภาคธุรกิจส่วนใหญ่ไม่สามารถรักษายอดขายและกำไรไว้ได้ บางบริษัทอาจมีกำไรลดลงและเงินทุนลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทที่มีสภาพคล่องสูงจะผ่านพ้นสถานการณ์ที่ยากลำบากไปได้ วิจัยกรุงศรีจึงใช้อัตราส่วนสภาพคล่อง (สินทรัพย์หมุนเวียนเปรียบเทียบกับหนี้สินหมุนเวียน) ในปัจจุบันมาประเมินความสามารถในการชำระหนี้ของบริษัทในระยะสั้น หากบริษัทมี

สินทรัพย์หมุนเวียนมากกว่าหนี้สินหมุนเวียนจะสะท้อนว่า บริษัทมีความสามารถในการชำระหนี้ในปัจจุบัน ในขณะที่บริษัทที่มีสินทรัพย์หมุนเวียนต่ำกว่าหนี้สินหมุนเวียนอาจจะมีปัญหาสภาพคล่องอย่างรุนแรงจากการหยุดชะงักของภาคธุรกิจ (ประภาส ต้นพิบูลย์ศักดิ์. 2563)

ในปีนี้ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสายการบิน และธุรกิจโรงแรมจะอยู่ในภาวะที่ยากลำบาก คาดว่าจำนวนผู้ประกอบการร้านอาหารที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้จะเพิ่มขึ้น 39% จากช่วงก่อนมีการระบาด ส่วนโรงแรมขนาดเล็กและสายการบินขนาดเล็ก จำนวนผู้ประกอบการที่ต้องการสภาพคล่องจะเพิ่มขึ้น 35% และ 27% ตามลำดับ ในขณะเดียวกัน ธนาคารพาณิชย์จะมีโอกาสได้รับผลกระทบรุนแรงเช่นกันแต่เนื่องจากยังมีสภาพคล่องสูง จึงยังคงดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง เมื่อเกิดสถานการณ์ดังกล่าว ธนาคารออมสินจึงมีสินเชื่อฉุกเฉิน ซึ่งเป็นสินเชื่อที่ทางธนาคารดำเนินตามนโยบายของรัฐ เพื่อช่วยเพิ่มสภาพคล่องสำหรับผู้ได้รับผลกระทบจาก "โควิด-19" ชื่อว่า "โครงการสินเชื่อเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับผู้มีอาชีพอิสระที่ได้รับผลกระทบจากไวรัสโคโรนา (COVID-19) " โดยมีการเปิดให้เริ่มลงทะเบียนมาตั้งแต่ช่วง 15 เม.ย.63 เป็นต้นมา อย่างไรก็ตาม สำหรับผู้ที่สนใจขอสินเชื่อฉุกเฉินในโครงการนี้ยังสามารถขอ "กู้เงิน" เพื่อนำไปใช้จ่ายต่างๆ ได้ ไปจนถึงวันที่ 30 ธ.ค. 63 หรือจนกว่าจะครบวงเงินโครงการจำนวน 20,000 ล้านบาท

จากปัญหาดังกล่าว ทำให้มีลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคระบาดของไวรัสโคโรนา มาใช้บริการขอสินเชื่อเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดความล่าช้าของการให้บริการ การอำนวยความสะดวก ความคลาดเคลื่อนของการให้ข้อมูล ทำให้เกิดเรื่องร้องเรียน และการทำงานต่ำกว่าหรือไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ จึงทำให้เกิดการทำวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการทางด้านสินเชื่อนโยบายรัฐนี้ขึ้นมา (ศุภวิทย์ ธนาการออมสิน GSB RESEARCH. 2563)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ จังหวัดชลบุรี

ทฤษฎีและแนวคิด

จากการศึกษา และค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทาง และกำหนดกรอบในการศึกษาเกี่ยวกับ เพื่อวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการด้านสินเชื่อสามารถจำแนกหัวข้อได้ ดังนี้

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic)

ประชากรศาสตร์ (Demography) คือวิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร ทั้งนี้เพราะ "Demo" หมายถึง "People" แปลว่า "ประชาชน" หรือ "ประชากร" คำว่า "Graphy" คือ "Writing Up"

หรือ “Description” แปลว่า “ลักษณะ” เมื่อแยก พิจารณาจากรากศัพท์ คำว่า “Demography” มีความหมายตามที่กล่าวคือ วิชาเกี่ยวกับประชากรนั่นเอง (ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และณรงค์ เทียนสง, 2521, หน้า 2) ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ของ Defleur and Bcll-Rokeach (1996) อธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคล เกี่ยวข้องกับลักษณะต่างๆ ของบุคคล หรือลักษณะทางประชากรซึ่งลักษณะเหล่านี้อธิบายเป็นกลุ่มๆ ได้คือ บุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันมักจะ อยู่ในกลุ่มเดียวกัน บุคคลที่อยู่ในลำดับชั้นทางสังคมเดียวกันจะเลือกรับ และตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสาร ในแบบเดียวกัน และทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus-Response) หรือทฤษฎีเอส-อาร์ (S-R Theory) ในสมัยก่อน และได้นำมาประยุกต์ใช้อธิบายเกี่ยวกับ การสื่อสารว่า ผู้รับสารที่มีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน จะมีความสนใจต่อข่าวสารที่แตกต่างกัน ซึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดของ ยุบล เบญจรงค์กิจ (2542, หน้า 44-52) ได้กล่าวถึงแนวความคิดด้าน ประชากรนี้เป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือพฤติกรรมพฤติกรรมต่างๆ ของ มนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากร ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย

2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction)

ความพึงพอใจ (satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรม เกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก ที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกด้านบวกของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจจะเกิดขึ้นจากความคาดหวัง หรือเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถ ตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามค่านิยมและประสบการณ์ของตัวบุคคล (ประกายดาว ดำรงพันธ์. 2536)

3. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ (Service)

การบริการคือการกระทำหรือกระบวนการผลิตใดๆ ที่ฝ่ายหนึ่งนำเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้และไม่เกิดผลในความเป็นเจ้าของ โดยกระบวนการนั้นอาจจะ เกี่ยวข้องกับสินค้าทางกายภาพหรือไม่ก็ได้(Kotler, 2003: 444) ซึ่งสอดคล้องกับ Gronroos (1990, อ้างใน ธีรภินันท์ นวรัตน์ ณ อุษยา, 2547: 6) ที่กล่าวว่า การบริการ คือกิจกรรม หรือชุดของกิจกรรมที่ โดยทั่วไปมีอาจจับต้องได้ ซึ่งตามปกติมักจะเกิดขึ้นเมื่อมีการติดต่อกันระหว่างลูกค้ากับพนักงานผู้ ให้บริการ และ/หรือทรัพยากรที่มีตัวตนหรือสินค้า และ/หรือระบบของผู้ให้บริการนั้น ซึ่งเป็นการ แก้ปัญหาให้กับลูกค้านั่นเอง

4. ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality)

คุณภาพการให้บริการ เป็นมโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินของผู้รับบริการโดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (expectation service) กับการบริการที่รับรู้จริง (perception service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตาม

ความต้องการของผู้รับบริการหรือสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก (วีรพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์. 2543, 14-15)

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ จังหวัดชลบุรี เป็นการศึกษาเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวม ข้อมูล ผู้ศึกษาได้ดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและจะนำไปวิเคราะห์ ด้วยวิธีทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้ คือ

วิธีการเก็บข้อมูล (Data Collection)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการศึกษาศึกษาครั้งนี้ คือลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ มีจำนวนทั้งสิ้น 492 ราย (ข้อมูลจำนวนลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ ในช่วงเวลาในที่ดำเนินโครงการสินเชื่อเพื่อผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนจากไวรัสโควิด-19 ณ เดือนสิงหาคม 2563 ถึง เดือนกันยายน 2563 จากระบบ Core Bank System (CBS))

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ได้กำหนดจำนวนตามค่าสัดส่วนของประชากรจาก สูตรของ Taro Yamane โดยกำหนดความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% คือ

$$N = N / (1 + Ne^2) \quad \text{วิธีการคำนวณ } n = 492 / (1 + (492 \times (0.05)^2))$$

เมื่อ $n =$ จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง $n = 220.63$

$N =$ จำนวนประชากรทั้งหมด (492 ราย) $n =$ กลุ่มตัวอย่าง หรือที่ยอมรับได้ (0.05)

$e =$ ค่าความคลาดเคลื่อนของข้อมูลที่ได้จาก

ผลการคำนวณ พบว่า จากจำนวนประชากรทั้งสิ้น 492 ราย ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อน +5 ได้กลุ่มตัวอย่าง (n) เป็นจำนวน 221 ตัวอย่าง

วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง มีรายละเอียดการดำเนินการคัดเลือกตัวอย่าง ดังนี้ โดยเทียบสัดส่วนจำนวนประชากรกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ใช้ตาราง Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อน 5% เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 221 ราย การคัดเลือกตัวอย่างตามที่กำหนดไว้ โดยสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เฉพาะลูกค้าที่มาติดต่อใช้บริการ ที่ธนาคารออมสินสาขาตลาดบ้านอำเภอ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาใช้ แบบสอบถามวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ เป็นเครื่องมือในการศึกษาโดยยึดแบบสอบถามของ Parasuraman และคณะ (Parasuraman, Zeithamland Berry, 1994) ที่ได้กำหนดเครื่องมือ

ในการวัดคุณภาพ การให้บริการ (Service Quality) ประกอบด้วยปัจจัยการประเมินคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ใช้แบบสอบถามในครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างเป็นการสอบถามลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับ ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบคำถาม ที่เป็นคำถาม ปลายปิด (Close Ended Question) มีจำนวนทั้งหมด 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ คำถามส่วนนี้ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดคุณภาพบริการ 5 ด้าน ที่คาดว่าจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนค่าเรตติ้ง สแควร์ (Rating Scale) ตามแบบของ ลิเคิร์ต (Likert's Scale) ซึ่งมี 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัยมากที่สุด	ได้ 5 คะแนน
ระดับความสำคัญของปัจจัยมาก	ได้ 4 คะแนน
ระดับความสำคัญของปัจจัยปานกลาง	ได้ 3 คะแนน
ระดับความสำคัญของปัจจัยน้อย	ได้ 2 คะแนน
ระดับความสำคัญของปัจจัยน้อยที่สุด	ได้ 1 คะแนน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อนโยบายรัฐบาล ภายใต้โครงการสินเชื่อเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับผู้มีอาชีพอิสระที่ได้รับผลกระทบจากไวรัสโคโรนา (COVID-19) ธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนค่าเรตติ้ง สแควร์ (Rating Scale) ตามแบบของ ลิเคิร์ต (Likert's Scale) ซึ่งมี 5 ระดับ จำนวน 4 ข้อ

โดยในการแปลความหมายข้อมูลจะมีการแบ่งข้อมูลด้วยวิธีการคำนวณความกว้างของ ช่วง ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = 5 - 1 \div 5 = 0.8$$

จากผลการคำนวณจะได้อันตรภาคชั้นเท่ากับ 0.8 ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยของความสำเร็จ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00-1.80	1.81-2.60	2.61-3.40	3.41-4.20	4.21-5.00
ระดับความสำคัญ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด

และกำหนดความหมายของระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 แสดงว่า	ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ อยู่ในระดับ น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 แสดงว่า	ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ อยู่ในระดับ น้อย
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 แสดงว่า	ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ อยู่ในระดับ ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 แสดงว่า	ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ อยู่ในระดับ มาก
ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 แสดงว่า	ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ อยู่ในระดับ มากที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามโดยใช้เว็บไซต์ Google forms ที่ Link : <https://forms.gle/MXTsKBwmp81U7CCv8> ตั้งแต่วันที่ 14 กันยายน 2563 ถึงวันที่ 18 กันยายน 2563 โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 221 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อแสดงผลถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการ ให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ ซึ่งประกอบไปด้วย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อให้ทราบข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ
2. การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Test)

สรุปผลการวิจัย

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	123	55.7
ชาย	98	44.3
รวม	221	100.0
อายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	9	4.1
20-30 ปี	69	31.2
31-40 ปี	82	37.1

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
41 ปี ขึ้นไป	61	27.6
รวม	221	100.0
สถานภาพ		
โสด	96	43.4
สมรส	102	46.2
หย่าร้าง	23	10.4
รวม	221	100.0
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	15	6.8
มัธยมศึกษาตอนต้น	36	16.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	38	17.2
อนุปริญญา/ปวส.	41	18.6
ปริญญาตรี	69	31.2
สูงกว่าปริญญาตรี	22	10
รวม	221	100.0
อาชีพ		
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	11	5
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	45	20.4
พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	58	26.2
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	47	21.3
ค้าขาย	36	16.3
รับจ้าง	22	10
อื่นๆ	2	1
รวม	221	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	27	12.2
10,001-20,000 บาท	69	31.2
20,001-30,000 บาท	56	25.3
30,001-40,000 บาท	42	19

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
40,001-50,000 บาท	18	8.1
50,001 บาท ขึ้นไป	9	4.1
รวม	221	100.0

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ลูกค้ำส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการเป็นเพศหญิง จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 อายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 สถานภาพ สมรส จำยง 102 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน หรือลูกจ้าง จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 ส่วนใหญ่ลูกค้ำจะมาใช้บริการไม่น้อยกว่าเดือนละ 4 ครั้ง ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 37.1 ธุรกิจที่เข้ามาใช้บริการมากที่สุดคือ การบริการฝาก ถอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 45.7 โดยระยะเวลาที่เป็นลูกค้ำตั้งแต่ 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.5

2. การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ตลาดบ้านอำเภอ จังหวัดชลบุรี พบว่า ด้านบริการสถานที่/พนักงาน สถานที่ให้บริการสะดวก สบาย เช่น มีที่นั่งรอเพียงพอกับลูกค้ำ ได้คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.09 อยู่ในระดับความพึงพอใจ มาก พนักงานธนาคารมีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย สวยงาม ได้คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.59 อยู่ในระดับความพึงพอใจ มาก ด้านการให้ข้อมูลของพนักงาน พนักงานทราตรกรรมของท่านโดยไม่มีข้อผิดพลาด ได้คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.90 อยู่ในระดับความพึงพอใจ มาก พนักงานให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง ได้คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.90 อยู่ในระดับความพึงพอใจ มาก ความเอาใจใส่/ดูแล พนักงานมีความใส่ใจที่จะตอบปัญหาของท่าน ได้คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.03 อยู่ในระดับความพึงพอใจ มาก ความเชื่อมั่น/ความปลอดภัย มั่นใจว่าพนักงานปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องไม่ผิดพลาด ได้คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.94 อยู่ในระดับความพึงพอใจ มาก

3. การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการด้านสินเชื่อนโยบายรัฐบาล ภายใต้โครงการสินเชื่อเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับผู้มีอาชีพอิสระที่ได้รับผลกระทบจากไวรัสโคโรนา (COVID-19) ของธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ จังหวัดชลบุรี พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการยื่นกู้คือ เพื่อใช้จ่ายส่วนตัวในชีวิต เช่น ค่ารักษาพยาบาล แต่งงาน ค่าเล่าเรียน คิดเป็นร้อยละ 38.5 วงเงินที่ต้องการใช้คือตั้งแต่ 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 ระยะเวลาในการเข้ามาใช้บริการในแต่ละครั้งไม่เกิน 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 45.2 และจากการทำแบบสอบถาม พบว่า ลูกค้ำได้รับข้อมูลจากสื่อ Social Media มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.8

ผลจากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 221 ชุด จากผู้มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ จังหวัดชลบุรี ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2563 ถึงเดือนกันยายน 2563 จำนวน 492 คน สามารถสรุป เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าของธนาคาร ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี ซึ่งอยู่ในช่วงอายุที่สามารถทำงานได้มั่นคง มีความรับผิดชอบ เป็นวัยที่กำลังสร้างครอบครัว ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี เข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่าย

2. ส่วนใหญ่ผู้มาใช้บริการจะเป็นวัยทำงานซึ่งเป็นพนักงานบริษัทที่ค่อนข้างมีความทันสมัยทางด้านของเทคโนโลยี แต่สินเชื่อนโยบายรัฐบาลตัวนี้ เป็นสินเชื่อสำหรับผู้มีอาชีพอิสระ พ่อค้า แม่ค้า ผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของไวรัส เป็นผู้ที่ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีจะเข้าถึงข้อมูลค่อนข้างยาก ทำให้ขาดโอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และไม่ได้เข้ามาใช้บริการ รวมทั้งพนักงานสินเชื่อสาขายังไม่ค่อยมีความเชี่ยวชาญ และผู้ให้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการเงินฝาก มากกว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน

3. ธนาคารออมสินเป็นธนาคารที่ตอบสนองนโยบายรัฐบาล ซึ่งรัฐบาลมักออกนโยบายสินเชื่อเพื่อให้ประชาชนทั่วไปสามารถกู้สินเชื่อได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าปกติ เช่น สินเชื่อเงินนโยบายรัฐบาล ภายใต้โครงการสินเชื่อเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับผู้มีอาชีพอิสระที่ได้รับผลกระทบจากไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่กำลังดำเนินการอยู่ในขณะนี้ และปัจจุบันเทคโนโลยีทางการเงินได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว

4. ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ทางด้านสินเชื่อมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น เนื่องจากธนาคารพาณิชย์อื่นๆ มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย มีอัตราดอกเบี้ยที่ถูกลง มีวิวัฒนาการการบริการที่ทันสมัยและรวดเร็ว

อภิปรายผลการวิจัย

จากสาเหตุดังกล่าวจะเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ของธนาคารมีหลากหลายประเภท ทั้งในเรื่องของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และเงื่อนไขการให้สินเชื่อนั้น ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขได้ง่าย เมื่อมีผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ธนาคารออมสินสาขาต้องสามารถทำผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมุ่งเน้นไปด้านพนักงานบริการ และการส่งเสริมการตลาด โดยมีแนวทางแก้ไข ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์สินเชื่อให้มีประสิทธิภาพ ธนาคารออมสินเป็นธนาคารที่รับนโยบายของรัฐบาล ในแก้ไขปัญหาเรื่องความเดือดร้อนให้กับประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19) และได้จัดให้มีสินเชื่อเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับผู้มีอาชีพอิสระที่ได้รับผลกระทบจากไวรัสโคโรนา (COVID-19) ซึ่งต้องลงทะเบียนผ่านทางเว็บไซต์ ในการประชาสัมพันธ์จึงสำคัญมาก เนื่องจากผู้ให้บริการมีหลากหลายอาชีพ มีความรู้ที่แตกต่างกันไป การเข้าถึงเทคโนโลยีของแต่ละคนไม่เท่า การถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจจึงจำเป็นอย่างยิ่ง พนักงานที่ให้บริการต้องมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นสื่อกลางในการช่วยแก้ไขปัญหาให้กับผู้มาใช้บริการ

2. การรักษาความสัมพันธ์กับหน่วยงานและชุมชน ธนาคารออมสิน สาขาตลาดบ้านอำเภอ ตั้งอยู่ในเขตชุมชนที่เป็นแหล่งการท่องเที่ยว ผู้ใช้บริการมีทั้ง ผู้ประกอบกิจการส่วนตัว และพ่อค้า แม่ค้า ในชุมชน ต้องมีการเก็บข้อมูลว่าจะสามารถเข้าไปประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ และรายละเอียด ของขั้นตอนในการขอสินเชื่อสำหรับผู้สนใจอย่างไร ต้องเข้าถึงผู้ใช้บริการในหน่วยงานหรือชุมชน นั้นๆ ในรูปแบบใด เพื่อเป็นการรักษาความสัมพันธ์ และเพื่อให้เกิดความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ สร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการ

3. การพัฒนาศักยภาพของพนักงานสาขา ในการเพิ่มศักยภาพให้กับพนักงานสินเชื่อ นั้น มี หลากหลายวิธี เช่น การจัดอบรมเพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น โดยต้องจัดอบรม พนักงานสินเชื่อภายในสาขา และฝึกอบรมภายนอก เพื่อให้พนักงานได้ทราบถึงวิธีการให้สินเชื่ออย่างมี ประสิทธิภาพ เทคนิคการให้บริการต่างๆ รวมทั้งข้อมูลผลิตภัณฑ์สินเชื่อของธนาคารออมสินทั้งหมด มี การสอนการใช้ระบบงานสินเชื่อ เพื่อให้พนักงานทำงานได้อย่างเต็มศักยภาพ ส่งผลให้พนักงานสามารถ ที่จะรับเอกสารลูกค้ามาเพื่อพิจารณาอนุมัติได้ในเวลาอันรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ ลดการเกิด ข้อผิดพลาด และการเกิดข้อร้องเรียน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. การประชาสัมพันธ์สินเชื่อให้มีประสิทธิภาพ ประชาชนทั่วสามารถทราบผลิตภัณฑ์สินเชื่อ เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับผู้มีอาชีพอิสระที่ได้รับผลกระทบจากไวรัสโคโรนา (COVID-19) ได้อย่างทั่วถึง เนื่องจากมีการประชาสัมพันธ์ทั้งใน และนอกสาขา โดยผู้ใช้บริการที่เดินทางมา เมื่อได้รับทราบข้อมูล ที่ถูกต้องครบถ้วนแล้ว ก็สามารถนำไปเผยแพร่ให้กับผู้อื่นได้

2. การรักษาความสัมพันธ์กับหน่วยงานและชุมชนธนาคารได้มีสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงาน และชุมชน เข้าถึงผู้ใช้บริการได้มากขึ้น หน่วยงานได้รับการบริการที่ดี ประชาชนได้รับความสะดวก ไม่ ต้องเดินทางมาที่สาขาเพื่อขอรับข้อมูล

3. การพัฒนาศักยภาพของพนักงานสาขา ทำให้พนักงานสินเชื่อสาขามีความรู้ ความเข้าใจใน รายละเอียดของผลิตภัณฑ์และระบบงานสินเชื่อมากขึ้น นำความรู้ที่ได้จากการเข้าอบรมมา ประยุกต์ใช้ในการทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และศักยภาพในการทำงานให้เกิดความถูกต้อง แม่นยำ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ธนาคาร เพื่อนำมาพัฒนารูปแบบการให้บริการลูกค้าที่ทันสมัย รวดเร็ว และสะดวกสบายมากขึ้น

บรรณานุกรม

- ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และณรงค์ เทียนส่อง. (2521). **ประชากรศาสตร์และประชากรศึกษา**. ธนาการออมสิน. (2557 ก). **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธนาการออมสิน**. สืบค้นจาก www.gsb.or.th
- ธีรภิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2547). **การตลาดสำหรับการบริการ แนวคิดและกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุษกร คำคง. (2542). **ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องของกับความสามารถในการคิดวิจารณ์ญาณ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มัธยมศึกษาปีที่ 3 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตอำเภอเมืองสงขลา**. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ประกายดาว ดำรงพันธ์. (2536). **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการสินเชื่อ**. กรณีศึกษา ศูนย์ธุรกิจสะพานขาวธนาการกรุงไทยจำกัด (มหาชน). ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ประภาส ต้นพิบูลย์ศักดิ์. (2563). **กำไรของบริษัทจดทะเบียนในไตรมาส 1 หลัง COVID-19**. สืบค้นจาก www.bangkokbiznews.com กรุงเทพธุรกิจ.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). **การวิเคราะห์ผู้รับสาร**. หน้า 44-52.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์. (2543). **คุณภาพในงานบริการ**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น). หน้า 14-15.
- ศูนย์วิจัยธนาการออมสิน **GSB RESEARCH**. สืบค้นจาก www.gsbresearch.or.th
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด. หน้า 226.
- De Fleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. J. (1996). **Theories of mass communication**. London: Longman.
- Engel, F. J., Blackwell, D. R., & Miniard, W. P. (1968). **Consumer behavior**. Hinsdale: The Dryden Press.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1994). "Reassessment of Expectation of Comparison Standard in Measuring Service Quality : Implication for Further Research." **Journal of Marketing**, 58 (January), pp. 111-124.