

แนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน สาขากรมการกงสุล

อุษณี ไวลลาด¹ และ กิตตินันท์ พันธมสุต²

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, Email: waichaladeipp@outlook.com

²อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ถนนวิภาวดีรังสิต เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ เพื่อหาแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน สาขากรมการกงสุล วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาสาเหตุของปัญหาของยอดเงินฝากรายย่อยทุกประเภทที่ลดลง และเพื่อหาแนวทางแก้ไข ปัญหาคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสิน สาขากรมการกงสุล พร้อมเสนอแนวทางที่สามารถแก้ไข ได้จริง จากการศึกษาพบว่าปัญหาของยอดเงินฝากรายย่อยทุกประเภทของธนาคารออมสิน สาขากรมการกงสุล ลดลง มี สาเหตุมาจากคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามีคุณภาพต่ำ ที่ต้องดำเนินการแก้ไข เนื่องจากพนักงาน ไม่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการ กระบวนการ การให้บริการของสาขาที่มีความล่าช้า มีขั้นตอนการให้บริการที่ยุ่งยาก พนักงานไม่มีความพร้อมทั้งใน การให้บริการ ทางเลือกในการแก้ไขปัญหา เพื่อ ปรับปรุงคุณภาพด้านการบริการ คือ ให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน กำหนดขั้นตอนที่เหมาะสม แก้ไขจุดบกพร่อง ของสาขา จากการพิจารณาถึงสาเหตุของปัญหานั้น ผู้วิจัยได้กำหนดทางเลือกเพื่อแก้ไขปัญหาไว้ทั้งหมด 3 ทางเลือก คือ 1. ใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า สามารถนำมากำหนดเพื่อปรับปรุง คุณภาพการให้บริการที่ดียิ่งขึ้น เพื่อให้พนักงานทุกคนมุ่งมั่นเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า มีความพร้อมที่จะให้บริการอยู่ เสมอ 2. ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการกู้คืนการบริการและการรับประกันการบริการ การหลีกเลี่ยงความล้มเหลวของการ บริการ ในความล้มเหลวขององค์กรอย่างสมบูรณ์ ออกแบบกระบวนการบริการ ตามความเหมาะสมเพื่อจัดการกับ จุดบกพร่องหรือปัญหาดังกล่าว 3. ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการกู้คืนการบริการและการรับประกันการบริการ การรับประกัน การให้บริการ โดยกำหนดเวลาการทำธุรกิจไว้อย่างชัดเจนลูกค้า 1 ท่านรอคิวรวมติดต่อบริการไม่เกิน 10 นาทีและ เมื่อสาขาไม่สามารถปฏิบัติได้ตามที่สัญญาไว้ พร้อมชัดเจนเป็นของก้านัล คือ กระปุกออมสินเพื่อรักษาลูกค้า จากการ ประเมิน ข้อดี ข้อเสีย ในแต่ละทางเลือกแล้ว ผู้วิจัยเสนอให้เลือกใช้แนวทางที่ 2 โดยใช้แนวคิดทฤษฎีการกู้คืนการ บริการ และการรับประกันการบริการ เนื่องจากแนวทางเลือกแรกอาจจะไม่สามารถแก้ปัญหาได้เพราะปริมาณพนักงานต่อ ลูกค้าที่ใช้บริการน้อยกว่าจึงไม่ครอบคลุม ดังนั้นจึงกระตุ้นให้ลูกค้าร้องเรียนทันทีและแก้ปัญหาทันที เพื่อป้องกัน ความล้มเหลวจากการให้บริการ และเพื่อให้แนวทางการแก้ไขปัญหาบรรลุผลสำเร็จ ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอทั้งแผนการ ปฏิบัติงาน ดัชนีวัดความสำเร็จ ตลอดจนแผนสำรอง

คำสำคัญ: การฝากเงินลดลง คุณภาพการบริการ ธนาคารออมสิน

ABSTRACT

The study of process for improving the service quality of the Government Savings Bank, Department of Consular Affairs. The aim of this study to investigate the problems of all types of deposits decrease and find ways to dissolve the problem of the quality services from staff of the Government Savings Bank in Consular Branch with the practical solutions. The results have been shown that the problems of all deposits of the Government Savings Bank in Consular Branch were decreased cause by the low quality of services from staff that they do not respond to the customer requirements. Moreover, the process of services of this branch was complicated and delayed which are the readiness of staff. The ways to dissolve the problem of the quality services from staff are use the same standard services and easy to understand. In addition, the researcher is considered as 3 alternatives for approaches to resolve the problem including (1) Service Quality and Responsiveness Concept... (2) Service Recovery and Service Guarantee Concept... and (3) Service Recovery and Service Guarantee Concept...

Keywords: Deposits decrease, Service Quality, Government Savings Bank

1. บทนำ

เงินฝาก เป็นต้นทุนที่ทำให้ธนาคารนำไปบริหารสร้างรายได้และทำอย่างอื่นต่อ แต่ถ้าจำนวนเงินฝากลดลง อาจเป็นเหตุที่ทำให้ผิดต่อ พันธกิจของธนาคาร และ ลูกค้ำของธนาคารออมสินเองและส่งผลต่อ โอกาสที่จะนำเงินไป ใช้หมุนเวียนหรือหรือสร้างรายได้อื่นๆ น้อยลง แต่พบว่าธนาคารออมสินสาขารมการกงสุล มียอดการฝากเงินลดลงเรื่อยๆ จากปี 2560 ถึง 2561 ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาข้อมูลที่ได้มีการสรุป ยอดเข้ารวม ณ 31 ธันวาคม 2560 จำนวน ยอดเงินฝากรายย่อยทุกประเภทคงเหลือ 698.32 ล้านบาท ในปี 2561 ข้อมูล ณ ปัจจุบันมีจำนวนยอดเงินฝากรายย่อย ทุกประเภทรวม 538.15 ล้านบาท จะเห็นได้ว่าจำนวนเงินฝากรายย่อยทุกประเภทลดลง 160.17 ล้านบาท

ผู้วิจัยจึงทำการศึกษา เบื้องต้นผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กับลูกค้ำเชิงลึก เพื่อหาสาเหตุถึงจำนวนยอดเงินฝากรายย่อย สุกที่ลดลงไป ทำให้ทราบเบื้องต้นพบว่าปัจจัยที่ส่งผลคือ 1) คุณภาพด้านการให้บริการ 2) ทักษะการสื่อสารของ พนักงาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงหาแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน สาขารมการกงสุล วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาสาเหตุของปัญหาของยอดเงินฝากรายย่อยทุกประเภทที่ลดลง และเพื่อหาแนวทางแก้ไข ปัญหาคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสิน สาขารมการกงสุล พร้อมเสนอแนวทางที่สามารถแก้ไข ได้จริง ผู้วิจัยจึงได้ทบทวนเกี่ยวกับ 2 ปัจจัยหลักนี้ แล้วจึงนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อหาสาเหตุที่เงินฝากของ ธนาคารออมสินสาขารมการกงสุลมียอดลดลงว่ามาจาก ด้านคุณภาพการบริการ หรือ ด้านทักษะการสื่อสารของ พนักงาน เพื่อต้องการทราบว่าปัจจัยด้านใดที่จำเป็นต้องแก้ไขมากที่สุด เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยอธิบายถึงวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ผลจากการวิจัยพบว่าคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้ำ (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับร้อยละ 2.83 ลูกค้ำมีระดับความเห็นรวมอยู่ที่ระดับ เห็นปานกลาง สรุปได้ว่า การตอบสนองต่อความต้องการหรือความรู้สึกลูกค้ำยังไม่เป็นที่พอใจ โดยพนักงานไม่เต็มใจ ช่วยเหลือหรือให้บริการลูกค้ำอย่างเต็มที่ ไม่มีความพร้อมในการให้บริการทันที การที่จะทำให้อูกค้ำพึงพอใจต่อการ ให้บริการและใช้บริการธนาคารจะต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน ลูกค้ำที่เข้ามาใช้บริการกับ

ธนาคารออมสินสาขากรมการกงสุล ให้คะแนนเห็นด้วยที่ต่ำที่สุดในด้านนี้ เพราะฉะนั้นสาขาจึงต้องพิจารณาแก้ไข การให้บริการคือ ให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน กำหนดขั้นตอนที่เหมาะสม แก้ไขจุดบกพร่องของสาขา

จากการพิจารณาถึงสาเหตุของปัญหานั้น ผู้วิจัยได้กำหนดทางเลือกเพื่อแก้ไขปัญหาไว้ทั้งหมด 3 ทางเลือก คือ 1. ใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ โดยให้พนักงานและลูกจ้างทุกคนกระตือรือร้นในการให้บริการ คือการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพและปลูกฝังการทำงานบริการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการที่ดียิ่งขึ้น เพื่อให้พนักงานทุกคนมุ่งมั่นเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าความ พร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ 2. ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการกระตุ้นการบริการและการรับประกันการบริการ ลูกค้า โดย กระตุ้นให้ลูกค้านำร่องเรียนทันทีเพื่อป้องกันความล้มเหลวจากการให้บริการ สนับสนุนให้ลูกค้านำร่องเรียนเมื่อลูกค้าไม่ พอใจกับการให้บริการของธนาคาร เพิ่มช่องทางติดต่อโดยตรงเพื่อให้ลูกค้าได้แนะนำการให้บริการ 3. ใช้แนวคิด เกี่ยวกับการกระตุ้นการบริการและการรับประกันการบริการการรับประกันการบริการ โดยกำหนดจุดยืนว่าลูกค้าหนึ่ง ท่านจะไม่รอคิวรวมติดต่อกำธุรกรรมนานเกิน 10 นาที ถ้าเกินเวลาที่ได้กำหนดไว้โดยไม่มีกรณีติดขัดอื่นๆอย่าใด ธนาคารจะชดเชยด้วยของสมนาคุณ

2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

คุณภาพของการให้บริการ เป็นสิ่งสำคัญในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จากธุรกิจการ ให้บริการ เกิดขึ้นระหว่างกระบวนการส่งมอบบริการทุกจุดที่พนักงานต้องติดต่อกับลูกค้าเป็น โอกาสที่พนักงานจะ ได้สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อสร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่ง ตรงต่อความคาดหวังของผู้รับบริการ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ หมายถึง ลักษณะ ที่ปรากฏหรือจับต้องให้เห็นถึงการอำนวยความสะดวกต่างๆ สภาพแวดล้อมภายในสถานบริการให้ความสำคัญสอง ส่วนได้แก่ 1. อุปกรณ์ และ วัสดุต่างๆเครื่องมืออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า เช่น โต๊ะบริการ เก้าอี้สำหรับนั่งคอย เป็นต้น 2. พนักงานบริการและวัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร เช่น การแต่งกายของพนักงาน ป้ายชื่อของพนักงาน นามบัตร เป็นต้น 2) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ หมายถึง การให้บริการที่ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ มีความถูกต้องเป็นมาตรฐาน ทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อถือในการให้บริการและไว้วางใจในการให้บริการได้ เช่น พนักงานให้บริการตามที่ได้สัญญาไว้ พนักงานต้องแสดงความจริงใจในการแก้ปัญหาของลูกค้า เมื่อลูกค้ามีปัญหาให้ ช่วยเหลือ 3) การตอบสนองต่อลูกค้า หมายถึง ความพร้อมที่จะให้บริการรวมถึงความเต็มใจที่จะให้บริการ ผู้รับบริการสามารถรับบริการอย่างทันที การบริการที่เข้าถึงได้ง่ายพร้อมการให้บริการอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว 4) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า หมายถึง มีความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการ จะต้องแสดงถึงความสามารถที่ให้เห็นถึงทักษะและความรู้ บริการอย่างสุภาพมีกริยามารยาทที่ดีมีประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารให้ผู้รับบริการเกิดความมั่นใจว่าจะได้รับบริการอย่างดีที่สุด 5) การรู้จักเข้าใจลูกค้า หมายถึง ความสามารถในการดูแลลูกค้าแต่ละรายที่แตกต่างกัน สนใจต่อผู้รับบริการแต่ละคนเท่าๆกัน โดยให้ความสนใจ ความเห็นอกเห็นใจ ซึ่งสอดคล้องกับทิวอิสและบลูม (Lewis, and Bloom, 1983) ได้ให้คำนิยามของคุณภาพการ ให้บริการว่าเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับ ความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (Delivering Service Quality) จึงหมายถึง การ ตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า

Wissaw julkaw (2556) กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่เกิดขึ้นกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทัศนคติที่เป็นไปในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อมีความสุขหรือการได้รับการตอบสนองอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ บรรลุจุดหมายต่อสิ่งนั้น เกิดสภาพความพึงพอใจ ทัศนคติทางลบคือความรู้สึกที่ปราศจากความสุขเกิดความทุกข์คือการได้รับการตอบสนองไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ไม่บรรลุเป้าหมายในระดับหนึ่ง ต่อสิ่งนั้นเกิดความไม่พอใจต่อสิ่งนั้น สภาพแวดล้อมและเวลามีผลต่อความพึงพอใจที่เปลี่ยนแปลงไป ความพึงพอใจของลูกค้าคือ ความรู้สึกดีที่มาจากประสิทธิภาพการทำงานจริงของสินค้าและบริการเกิดการรับรู้ด้วยตนเอง ระดับความพึงพอใจจะมากถ้าผลประโยชน์เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวัง ระดับความพึงพอใจน้อยเกิดจากประสิทธิภาพการทำงานของสินค้าและบริการไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวัง จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าไม่พอใจ ดังนั้น การทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจจะส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าทำให้ลูกค้าใช้บริการต่อไป

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการกู้คืนการบริการและการรับประกันการบริการ

Kashyap (2001) กล่าวว่า การรับประกันการบริการ เป็นกลไกหนึ่งในการได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าและความมุ่งมั่นในการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพที่ลูกค้าต้องการ ความพึงพอใจเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งเมื่อได้รับการรับรองนั้นเป็นเรื่องเกี่ยวกับน้ำแข็งโดยองค์กรบริการใด ๆ การให้บริการที่ผู้ให้บริการมอบให้แก่ลูกค้าหรือส่วนหนึ่งของกระบวนการบริการและอาจรวมถึงการชดเชยให้กับลูกค้า หากความมุ่งมั่นไม่ได้รับเกียรติ ต้องเข้าใจว่าลูกค้าคาดหวังอะไรจากองค์กรบริการ ในขณะที่วางแผนการรับประกันการ บริการ ช่วยในการจัดแนวการรับประกันตามแนวคิดบริการและความต้องการของลูกค้า ช่วยในการกำหนดมาตรฐานการให้บริการที่ชัดเจน การรับประกันควรชัดเจนและปราศจากความคลุมเครือ จากนั้นจะมุ่งเน้นไปที่ความคาดหวังที่ชัดเจนของลูกค้า รวมถึงพนักงานขององค์กรบริการ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรวรรณ สิลมัฐ (2555) ได้ศึกษาเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาแกลง จังหวัดระยอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาสาเหตุของปัญหาในการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาแกลง จังหวัดระยอง และเพื่อศึกษาแนวทางการแก้ปัญหาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาแกลง จังหวัดระยอง จากการศึกษาพบว่า การขาดประสิทธิภาพในการทำงาน เกิดจากปัจจัยต่างๆดังนี้ 1) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ สาเหตุเกิดจาก ขั้นตอนการทำงานที่ยุงยาก และซับซ้อน เนื่องจากธนาคารเป็นธนาคารของรัฐบาลมีระเบียบปฏิบัติที่เข้มงวด จึงส่งผลให้เกิดการบริการที่มีความล่าช้า 2) ปัจจัยด้านพนักงาน สาเหตุเกิดจากพนักงานของธนาคารออมสินเป็นพนักงานเข้าใหม่และไม่มีประสบการณ์การทำงานมาก่อนทำให้ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการทำงาน ประกอบกับก่อนการเข้าทำงานธนาคาร ไม่มีการอบรมพนักงานเพื่อให้เข้าถึงกระบวนการ และผลิตภัณฑ์ต่างๆของธนาคาร 3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมสาเหตุเกิดจากธนาคารยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า สถานที่ให้บริการยังมีความสะดวกไม่เพียงพอ เช่น สถานที่นั่งรอรับบริการ สถานที่จอดรถ ธนาคารไม่มีพนักงานในการให้คำแนะนำในการกรอกแบบฟอร์มต่างๆ เช่น ใบฝาก/ถอน เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการทำให้ลูกค้าเกิดความไม่ประทับใจและไม่ใช้บริการกับธนาคารอื่นๆ

3. วิธีการศึกษา

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจด้วยการศึกษา จาก 2 ปัจจัยหลักนี้ แล้วจึงนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อหาสาเหตุที่เงินฝากของธนาคารออมสินสาขากรมการกงสุลมียอดลดลงว่ามาจาก ด้านคุณภาพการบริการ หรือ ด้านทักษะการสื่อสารของพนักงาน และได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

3.1 ประชากร

ลูกค้าที่ใช้บริการกับธนาคารออมสินสาขากรมการกงสุล โดยใช้จำนวนบัญชีเงินฝากทั้งหมด 67346 บัญชี โดยผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เพศชาย และ เพศหญิงที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 20 – 75 ปีบริบูรณ์

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ของธนาคารออมสินสาขากรมการกงสุลแบ่งออกเป็น 5 ด้านดังนี้ ด้านที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ จำนวน 12 ข้อ ด้านที่ 2 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ จำนวน 8 ข้อ ด้านที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า จำนวน 8 ข้อ ด้านที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า จำนวน 3 ข้อ ด้านที่ 5 การรู้จักเข้าใจลูกค้า มีจำนวน 5 ข้อ รวมทั้งหมดจำนวน 36 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทักษะการสื่อสารของพนักงานธนาคารออมสินสาขากรมการกงสุล มีจำนวน 11 ข้อ

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถาม ปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะเพิ่มเติม

โดยใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางพร้อมอธิบายใต้ตาราง เพื่อให้ผลการวิเคราะห์สอดคล้องกับความเป็นจริงผู้วิจัยเกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์วัดความพึงพอใจไว้ 5 ระดับ

3.3 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

วิเคราะห์หาค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) หาค่าเฉลี่ย (Mean) โดยหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D., S,s)

4. ผลการศึกษา

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาสาเหตุของปัญหา

จากการที่ได้ทำการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขากรมการกงสุล ที่มียอดเงินฝากลดลง โดยแจกแบบสอบถามจากความคิดเห็นลูกค้าส่วนใหญ่เกี่ยวกับการบริการที่ต้องปรับปรุงคุณภาพ ผลที่ได้พบว่าคุณภาพด้านการตอบสนองต่อลูกค้าเป็นปัญหาที่ต้องเร่งแก้ไข เนื่องจากพนักงานไม่มีความพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าทันทีเมื่อลูกค้าเข้ามาติดต่อทำธุรกรรม พนักงานไม่พร้อมตอบสนองความต้องการของลูกค้า พนักงานไม่ได้ให้การช่วยเหลือเป็นที่ปรึกษาหรือคำแนะนำต่อลูกค้า ไม่มีกล่องความคิดเห็นต่อผู้ให้บริการ

พนักงานไม่ได้ให้ความเสมอภาคต่อการให้บริการ ลูกค้าไม่ทราบว่า จะได้รับการบริการเมื่อใด สาเหตุเหล่านี้เกิดจากคุณภาพการให้บริการของตัวพนักงานที่จะต้องปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้คุณภาพการให้บริการของสาขาดีขึ้น

4.2 แนวทางเลือกการแก้ไขปัญหา

แนวทางเลือกการแก้ปัญหาที่ 1 โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และ ความน่าเชื่อถือ

ข้อดี มีดังนี้

- 1) พนักงานได้รับการปลูกฝังทักษะความสามารถและเพิ่มศักยภาพจากการฝึกอบรม

ข้อเสีย มีดังนี้

- 2) ต้องใช้ระยะเวลาในการฝึกอบรม

แนวทางเลือกการแก้ปัญหาที่ 2 โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการกู้คืนการบริการและการรับประกันการบริการ (Service Recovery And Service Guarantee) โดยการสนับสนุนให้ลูกค้าร้องเรียนเพื่อการแก้ไขการบริการในทันที

ข้อดี มีดังนี้

- 1) ขยายฐานลูกค้าเงินฝากประจำ สร้าง Brand Loyalty
- 2) การสื่อสารระหว่างสาขานาคารกับลูกค้าได้สะดวกขึ้น และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว
- 3) กู้คืนการให้บริการที่ล้มเหลวได้ทันที

ข้อเสีย มีดังนี้

- 1) ลูกค้าไม่ใช้ Smart Phone ไม่มี แอปพลิเคชัน Line
- 2) การตอบคำถามลูกค้าต้องรวดเร็วและสามารถตอบปัญหาลูกค้าได้ทันที ใน Official Line ดังนั้นสาขาต้องแบ่งหน้าที่ที่จะมาดูแลลูกค้าเพิ่มเติม

แนวทางเลือกการแก้ปัญหาที่ 3 โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการกู้คืนการบริการและการรับประกันการบริการ (Service Recovery And Service Guarantee) การรับประกันการให้บริการ โดยกำหนดระยะเวลาที่รวดเร็วและชัดเจน

ข้อดี มีดังนี้

- 1) ลูกค้าให้ความสนใจกับการให้บริการที่รวดเร็วสามารถตอบสนองความต้องการทันที
- 2) พนักงานระดับผู้บริหารเช่น ผู้จัดการและผู้ช่วยสาขาเข้าใจถึงปัญหาและสามารถแก้ปัญหาได้ทันที
- 3) พนักงานไม่ยึดหน้าที่ของตนเอง มุ่งเน้นไปที่การตอบสนองความต้องการลูกค้า
- 4) เกิดมาตรฐานการให้บริการบริการที่ชัดเจน

ข้อเสีย มีดังนี้

- 1) กรณีวันหยุดพิเศษ วันสิ้นเดือน ที่จะมีปริมาณลูกค้าเข้ามาติดต่อธุรกรรมมากสาขาอาจจะทำไม่ได้ตามที่ระบุไว้

5. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวិชาลัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาปัญหา สาเหตุที่ยอดเงินฝากรายย่อยสุทธิของธนาคารออมสิน สาขากรมการกงสุล ลดลง พบว่า คุณภาพด้านการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุด สาขาจึงควรดำเนินการแก้ไขปัญหาด้านนี้ เพื่อรักษาฐานเงินฝากไม่ให้ลดลง

โดยผู้วิจัยเลือกแนวทางการแก้ปัญหาที่ 2 โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการรู้สินค้าและบริการและการรับประกันการบริการ จัดเวรให้พนักงานและลูกจ้างทุกคน รวมถึงผู้จัดการผู้ช่วยสาขา ออกมาต้อนรับลูกค้าเป็นหลัก ตั้งแต่ลูกค้าเดินเข้ามาภายในสาขา พนักงานจะสามารถตอบปัญหาของลูกค้าได้ทันทีตั้งแต่ก่อนทำธุรกรรมหน้าเคาน์เตอร์ผู้จัดการและผู้ช่วยสามารถรับทราบถึงปัญหาและข้อร้องเรียนต่างๆ และตัดสินใจแก้ปัญหาได้ทันที การรับรู้ปัญหาเร็วและแก้ปัญหาเพื่อตอบสนองสนองความต้องการลูกค้าทันทีจะทำให้สาขาไม่สูญเสียลูกค้าหรือโอกาสสูญเสียลูกค้าน้อยที่สุด และเมื่อมีพนักงานงานต้อนรับเห็นว่าลูกค้ารอคิวนานสามารถแนะนำหรือพาลูกค้าไปสอนทำธุรกรรม โดยใช้คู่มืออิเล็กทรอนิกส์ แทนการรอทำธุรกรรมจากหน้าเคาน์เตอร์ ซึ่งมีจำนวนจำกัด เพื่อแก้ปัญหาพนักงานไม่กระตือรือร้นที่จะให้บริการทันที เพิ่มช่องทางการติดต่อโดยตรง สำหรับข้อร้องเรียนและข้อสงสัยทั่วไป ผ่าน Official Line ของธนาคารออมสิน สาขากรมการกงสุล ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้มากและรวดเร็ว รวมถึงความไม่พอใจต่างๆ ของลูกค้าสาขาจะได้ดำเนินการแก้ไขอย่างรวดเร็ว และเป็นการให้ความสะดวกสำหรับลูกค้าที่ไม่สะดวกมาใช้บริการด้วยตัวเอง สะดวกขึ้น ดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิด นอกจากการดูแลลูกค้าแล้ว การนำเสนอข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆ ยังเป็นการขยายฐานลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขากรมการกงสุล ได้เพิ่มขึ้น

5.1 ปัจจัยความสำเร็จ (Key Success Factors)

จากการที่ผู้วิจัยวิเคราะห์แนวทางการแก้ไขปัญหามาและได้นำเสนอมาจะสามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริงนั้นย่อมเกิดจากปัจจัยความสำเร็จดังนี้

- 1) ได้รับความร่วมมือจากพนักงานและลูกจ้างภายในสาขาทุกระดับให้มีความรู้และความเข้าใจตระหนักถึงความสำคัญและประโยชน์ขององค์กร
- 2) เป้าหมายและแผนการจัดการในการแก้ปัญหามีชัดเจน
- 3) สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมองค์กรเอื้อประโยชน์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้
- 4) ช่องทางการสื่อสารต้องสะดวกและมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชวลิต ปานมาก. (2548). ทรรศนะของประชาชนต่อบทบาทของสมาชิกสภาเทศบาลในการพัฒนาท้องถิ่นศึกษาเฉพาะกรณี ตำบลบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารและพัฒนาประชาคมเมืองและชนบท มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ชื่นจิตต์ แจ็งเจนกิจ. (2546). การบริหารลูกค้าสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ทิปป์ พอยท์.

ธีรนุช พุคค์ศิริกิจ ชื่นจิตร์ แจ็งเจนกิจ. ม.ป.ป. CRM (Customer Relationship Management)

พิน ทอทอง. (2529). ความพึงพอใจที่มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการประถมศึกษาจังหวัดใน 14 จังหวัดชายแดนภาคใต้. สงขลา.มปท.

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2551). การตลาดบริการ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
ระวีวรรณ ประกอบผล. (2540) องค์ประกอบและกระบวนการของการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 13) นนทบุรี: มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมธิราช.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, งามอาจ ปทะวานิช, ปริญญ์ ลักขิตานนท์ และศุภกร เสรีรัตน์. (2541). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ:
Diamond business word.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาดการวางแผนการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

Gronroos, c. (1991).Service Management and Marketing. The Nature of Service and Service Quality. Sweden:
Stocokholm University

Lewis, R.C., & Boom, B.H. (1983).The Marketing Aspects of Service Quality.In Berry,L.,Shostack,G.,&
Upah,G.(Eds.).Emerging Perspectives on Service Marketing.Chicago,IL:American Marketing,99-107.