

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

จากสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2550 สถาบันการเงินตลอดจนหน่วยงานกำกับอย่างธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) และกระทรวงการคลัง ได้กล่าวถึงทิศทางการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในอนาคตที่จะมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของธนาคารพาณิชย์ เนื่องจากการเปิดเสรีทางการเงินของประเทศ และการนำแผนพัฒนาระบบสถาบันการเงิน (มาสเตอร์แพลน) มาใช้ทำให้สถาบันการเงินหรือธนาคารพาณิชย์มีการทำธุรกิจที่คล้ายกันมากขึ้น ส่งผลกระทบบ้างให้เกิดสงครามการแข่งขันระหว่างธนาคารซึ่งธนาคารต่าง ๆ ต่างก็พยายามที่จะให้ บริการที่หลากหลาย รวดเร็ว และมุ่งสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าสูงสุด โดยมีการนำเอาเทคโนโลยีต่าง ๆ มาพัฒนาการให้บริการ และนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จสูงสุด โดยต่างฝ่ายต่างพยายามมุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพของการให้บริการมากกว่าการแข่งขันทางด้านราคา เนื่องจากการประกาศลดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากของธนาคารแห่งประเทศไทย ทำให้การบริโภคและการลงทุนด้านเงินฝากในภาคเอกชนโดยรวมลดลง ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ จึงหันมาให้ความสำคัญในการปรับตัวด้านคุณภาพให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าแทน (นิตยสาร โกลบอลเบงก์. 2550 ; อ้างใน ปิยะนุช วงศ์นาค. 2551 : 1)

การบริการเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะสามารถทำให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย ทั้งนี้การบริการนั้น ๆ จะต้องเป็นบริการที่ดี สนองตอบความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งการบริการที่ดีคือการกระทำของเจ้าหน้าที่หรือผู้ให้บริการ ตลอดจนถึงสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ อันจะทำให้ผู้รับบริการหรือลูกค้าพึงพอใจมีความสุขและได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่ ทั้งนี้การบริการจะมีความเกี่ยวเนื่องกับความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้เข้ารับบริการหรือลูกค้าแต่ละองค์กร โดยแต่ละหน่วยงานต่างมุ่งหวังที่จะได้รับความพึงพอใจตามแบบฉบับ ในด้านความคาดหวังของลูกค้า นั้น ๆ เพราะถ้าหากลูกค้าคาดหวังและพึงพอใจต่อการเข้ารับบริการแล้วก็จะเกิดความเชื่อมั่นและอยากใช้บริการก็จะทำให้ธนาคารพาณิชย์นั้นมีโอกาสมากกว่าคู่แข่ง ฉะนั้นองค์กรหรือหน่วยงานต่างก็แข่งขันกันในรูปแบบของการบริการ โดยมีเป้าหมายสำคัญคือการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าและการสร้างความประทับใจในการให้บริการด้วยความเต็มใจแล้ว ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและอยากที่จะกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งปัจจัยนี้ก็คือว่าเป็นการนำมาซึ่งผลสำเร็จหรือ

บรรณูป่าหมายที่วางไว้ ดังคำกล่าวของ วิทยา ค่าน้ำรวง (2549 : 43) กล่าวว่า การบริการลูกค้า (Customer Service) ถือเป็นเรื่องสำคัญสำหรับทุกธุรกิจ เพราะเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างความแตกต่างและความสามารถในการแข่งขัน การบริการลูกค้าที่มีคุณภาพยังช่วยผูกใจลูกค้าไว้ได้ในระยะยาวและเพิ่มคุณค่าให้กับกิจการอีกด้วย

ถึงแม้ว่า ธุรกิจจะตระหนักในความสำคัญของการบริการลูกค้า แต่ลูกค้าก็ยังพบกับบริการที่ไร้คุณภาพ หลายกิจการผูกการบริการลูกค้าไว้กับความบังเอิญที่ได้พนักงานที่ยิ้มแย้มแจ่มใสหรือมีใจรักบริการเป็นพิเศษเข้ามาทำงาน หรือไม่ก็ปล่อยให้การปรับปรุงบริการเกิดขึ้นหลังจากที่ได้รับการต่อว่าจากลูกค้าจนทนไม่ไหวแล้ว การบริการลูกค้าอย่างไว้ทิศทางและขาดการวางแผนที่ดี ย่อมทำให้กิจการถดถอยลงไปเรื่อย ๆ และยากที่จะรักษาลูกค้าไว้ได้ในยุคที่ลูกค้ามีทางเลือกมากมายแทบจะไม่จำกัดอย่างเช่นปัจจุบัน การแข่งขันระหว่างธนาคารในอำเภอเมืองมหาสารคามนั้นมีมากมายหลายธนาคารด้วยกัน เช่น ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นต้น เนื่องจากงานบริการลูกค้า คือ หัวใจสำคัญในการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ เพื่อครองใจลูกค้าในปัจจุบัน ดังนั้นธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มุ่งเน้นการให้บริการที่เป็นเลิศ ด้วยการปรับปรุงคุณภาพการบริการ เพื่อให้สามารถยืนหยัดสู้กับคู่แข่งได้ โดยมุ่งสู่การเป็นธนาคารในดวงใจของปวงชนตามวิสัยทัศน์ของธนาคาร ด้วยการจัดการฝึกอบรมให้กับพนักงานผู้ให้บริการ ปรับปรุงสถานที่ให้บริการ ปรับปรุงธุรกิจที่ให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าที่มารับบริการเกิดความประทับใจ ทั้งในด้านการให้บริการ กระบวนการให้บริการ และด้านธุรกิจที่ให้บริการ สอดคล้องกับคำกล่าวของ จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543 : 60) ที่ว่า “หัวใจสำคัญของการบริการที่แท้จริงอยู่ที่คุณภาพของการบริการที่สามารถสร้างความประทับใจอย่าง แนบแน่นให้กับผู้รับบริการ”

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขามหาสารคาม เป็นธนาคารพาณิชย์ที่ประกอบธุรกิจตามกฎหมายการธนาคารพาณิชย์ และจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ทั้งยังเป็นรัฐวิสาหกิจ และมีบทบาทในการพัฒนาประเทศได้มีส่วนร่วมในการสนองนโยบายรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น การอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับภาคเศรษฐกิจที่สำคัญ เช่น สินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อผู้ภูมิภาค นอกจากนั้นทางธนาคารได้ทำหน้าที่เป็นสถาบันการเงินในระดับจังหวัด อำเภอ และชุมชน โดยธนาคาร ได้มุ่งเน้นการกระจายอำนาจการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับฝากเงินออมจากประชาชนและกระจายออกสู่ต่างจังหวัดมากขึ้น จากการทำธนาคารได้ให้ความร่วมมือในการสนองนโยบายรัฐ ในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจแล้วนั้นการพัฒนาคุณภาพ การให้บริการถือว่าเป็นหลักและหัวใจสำคัญของธุรกิจการธนาคารประกอบกับสภาวะการแข่งขันกันอย่างรุนแรงที่เกิดขึ้นกับธุรกิจ

การเงิน ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันระหว่างธนาคารพาณิชย์ในประเทศด้วยกันเอง หรือธนาคารจากต่างประเทศซึ่งต่างก็ส่งผลกระทบต่อการค้าธุรกิจของธนาคารทั้งสิ้น โดยธนาคารต้องพยายามปรับปรุงแผนและกลยุทธ์มาตลอดจนพัฒนาในทุก ๆ ด้านให้สอดคล้องกับสภาพการแข่งขัน ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จึงได้มีโครงการปรับปรุงคุณภาพการบริการ (Quality Assurance) เพื่อสะท้อนภาพพจน์ของธนาคารในการเสนอการให้บริการที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพโดยมีการพัฒนา คือ พัฒนาคุณภาพบริการ คือ การให้บริการที่มีคุณภาพทำให้ลูกค้าพอใจ ถูกใจ ทั้งด้านการงานที่รวดเร็วถูกต้อง พุดจาไพเราะยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพที่ดี และพัฒนาอาคารสถานที่ อุปกรณ์ มีอาคารสถานที่สะอาดเรียบร้อย เอกสารจัดเป็นระเบียบ (กัลยาณี ตปนียากร. 2543 : 1-2) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขามหาสารคาม ได้ตระหนักถึงสิ่งที่สำคัญต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการ ซึ่งเป็นความรู้สึกที่ดีที่เรียกว่า ความพึงพอใจ โดยได้มุ่งความสำคัญในการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ เป็นการเน้นสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ถือเป็นการเพิ่มคุณค่าที่มีมูลค่าสูงขึ้น รวมถึงส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่สั่งสมมาเป็นเวลานาน อันแสดงถึงความมั่นคงและยั่งยืน (สุริยะ วิริยะศักดิ์. 2530 : 125) จะเห็นได้ว่า หากมีบริการที่มีคุณภาพ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดการกระตุ้นมีความประสงค์เข้ามาใช้บริการ ในปัจจุบันมีหลายธนาคารที่พัฒนาคุณภาพการให้บริการเพื่อความเป็นสากลมากขึ้นตามที่กล่าวมาแล้วในข้างต้นและพยายามที่สร้างส่วนแบ่งทางการตลาดโดยวัดจากการที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับประเภทของการบริการ ตามความคิดเห็นของลูกค้า กรณีศึกษา ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขามหาสารคาม โดยจะทำการศึกษาว่า คุณภาพการให้บริการด้านใดบ้าง ที่มีความสัมพันธ์กับประเภทของการบริการ เพื่อที่จะได้รับทราบถึงความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ และข้อบกพร่องในการให้บริการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขามหาสารคาม ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะสามารถนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์และประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของธนาคารให้มีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น อันจะส่งผลให้ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้นำทางด้านบริการของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา
มหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาประเภทของการบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา
มหาสารคาม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับประเภทของการบริการ ของ
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขามหาสารคาม

สมมติฐานการวิจัย

จากการวิจัยเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงนำมาสรุปเพื่อ
ตั้งสมมติฐานในการวิจัยในครั้งนี้ได้ ดังนี้

คุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประเภทของการบริการ
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขามหาสารคาม .

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพประเภทการ
บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขามหาสารคาม ภายในขอบเขต ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งแยกเป็นลักษณะ
ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวก ด้านข้อมูลและการ
ประชาสัมพันธ์ ด้านระยะเวลาในการให้บริการ โดยศึกษามาจากวงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552 :
123-125)

1.2 คุณภาพประเภทของการบริการ เป็นคุณภาพประเภทของการบริการที่ทาง
ธนาคารมีไว้บริการลูกค้า ซึ่งประกอบด้วยบริการด้านเงินฝาก บริการด้านสินเชื่อ บริการด้านตู้
ATM บริการด้านเครื่องฝากเงินอัตโนมัติ บริการด้านเครื่องปรับสมดุลเงินฝากอัตโนมัติ บริการด้าน
ธนาคารออนไลน์ โดยศึกษามาจากปิยะนุช วงศ์นาค (2551 : 11-12)

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

2.1 ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการกับ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขามหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 66,125 คน (ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขามหาสารคาม. 2553 : 1)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการกับ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขามหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 398 คน

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้หลักการของทาโร ยามานะ (Taro Yamane ; อ้างจาก บุญชม ศรีสะอาด. 2543 : 43) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 398 คน

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

3.1 ตัวแปรกลุ่มที่ 1 ได้แก่ คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขามหาสารคาม ซึ่งประกอบด้วย

- 3.1.1 ด้านพนักงานและการต้อนรับ
- 3.1.2 ด้านสถานที่ประกอบการ
- 3.1.3 ด้านความสะอาด
- 3.1.4 ด้านข้อมูลและการประชาสัมพันธ์
- 3.1.5 ด้านระยะเวลาในการให้บริการ

3.2 ตัวแปรกลุ่มที่ 2 ได้แก่ ประเภทของการบริการ ซึ่งประกอบด้วย

- 3.2.1 บริการด้านเงินฝาก
- 3.2.2 บริการด้านสินเชื่อ
- 3.2.3 บริการด้านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติ (ATM)
- 3.2.4 บริการด้านเครื่องฝากเงินอัตโนมัติ (ADM)
- 3.2.5 บริการด้านเครื่องปรับสมุดเงินฝากอัตโนมัติ
- 3.2.6 บริการด้านธนาคารออนไลน์

4. ขอบเขตด้านพื้นที่ (Area) พื้นที่ที่ใช้ทำการศึกษาคั้งนี้คือ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขามหาสารคาม เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

5. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ใช้เวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2553 - กุมภาพันธ์ 2555

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **คุณภาพการให้บริการ** หมายถึง การประเมินเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านต่าง ๆ และการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขามหาสารคาม ตามความคิดเห็นของลูกค้าที่ใช้บริการจากธนาคารแล้วเกิดความพึงพอใจในบริการนั้น ๆ ได้แก่

1.1 **คุณภาพด้านพนักงานและการต้อนรับ** หมายถึง คุณภาพของพนักงานผู้ให้บริการซึ่งเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ความรู้ความสามารถ ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน อธิปไตย ใฝ่เรียนรู้อย่างต่อเนื่องและการพัฒนา ในการต้อนรับของพนักงานที่มีต่อลูกค้า รวมถึงการให้บริการลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน

1.2 **คุณภาพด้านอาคารสถานที่** หมายถึง คุณภาพของอาคารสถานที่ของธนาคารเกี่ยวกับที่ตั้งสำนักงาน การตกแต่งภายใน บรรยากาศในสำนักงาน ความสะอาด พื้นที่สำหรับการบริการลูกค้า การจัดป้ายบอกหน่วยงานที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการ ที่พักรอรับบริการ

1.3 **คุณภาพด้านความสะดวกที่ได้รับ** หมายถึง คุณภาพของความสะดวกเกี่ยวกับการฝาก-ถอนด้วยระบบออนไลน์ การฝาก-ถอนด้วยระบบเอ ที เอ็ม และมีพนักงานที่คอยให้ความสะดวก อีกทั้งการแนะนำการให้บริการให้กับลูกค้าอย่างเพียงพอ

1.4 **คุณภาพด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ** หมายถึง คุณภาพของรูปแบบการนำเสนอข้อมูล ข่าวสารของธนาคาร การให้ข้อมูล แนะนำ ชี้แนะและการตอบปัญหาที่ถูกต้องและชัดเจน

1.5 **คุณภาพด้านระยะเวลาในการให้บริการ** หมายถึง คุณภาพเกี่ยวกับความรวดเร็วของการให้บริการในแต่ละครั้งแต่ละเรื่อง การลดขั้นตอน หรือการอนุโลมให้กับลูกค้าในบางกรณี

2. **ประเภทของการบริการ** หมายถึง การเข้ามาใช้บริการต่าง ๆ ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) รวมถึงการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการของธนาคาร ได้แก่

2.1 **บริการด้านเงินฝาก** หมายถึง การให้บริการเงินฝากประเภทต่าง ๆ เช่น เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากกระแสรายวัน เงินฝากประจำ 3 เดือน, 6 เดือน, 12 เดือน, 24 เดือน เป็นต้น

2.2 **บริการด้านสินเชื่อ** หมายถึง การให้บริการเงินกู้แก่ลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น เพื่อใช้ส่วนบุคคล, เพื่อธุรกิจและเพื่อที่อยู่อาศัย

2.3 **บริการด้านเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติ (ATM)** หมายถึง การให้บริการทางด้านธุรกรรมทางการเงินผ่านทางเครื่องรับจ่ายอัตโนมัติ (ATM) โดยที่ไม่ต้องเข้าไปทำรายการที่ธนาคาร เช่น การเบิกเงินสด การโอนเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อความสะดวกในการทำธุรกรรมของลูกค้าทุกระดับ

2.4 บริการด้านเครื่องฝากเงินอัตโนมัติ (ADM) หมายถึง การฝากเงินสดและ โอนเงิน โดยที่ไม่ต้องเข้าไปทำรายการที่ธนาคาร ซึ่งเป็นการลดเวลาการให้บริการเพื่อเพิ่มความ สะดวกสบาย ทั้งยังประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของลูกค้า

2.5 บริการด้านเครื่องปรับสมุดเงินฝากอัตโนมัติ หมายถึง การให้บริการปรับสมุด เงินฝาก โดยไม่ต้องผ่านเจ้าหน้าที่ประจำสาขาหรือพนักงานบริการ ซึ่งลูกค้าสามารถทราบได้ทันที ว่ายอดเงินในบัญชีของตนเองและรายละเอียดการทำรายการต่าง ๆ

2.6 บริการด้านธนาคารออนไลน์ หมายถึง การให้บริการของธนาคารในรูปแบบ ออนไลน์โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งลูกค้าสามารถที่จะทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบ ต่าง ๆ มากมาย เช่น การเช็คยอดบัญชี การโอนเงิน ไปยังบัญชีตนเองหรือของบุคคลอื่นและ ต่างธนาคารการอายัดบัตรเอ ที เอ็ม การส่งจ่ายและระงับเช็ค การชำระค่าสินค้าและบริการ ต่าง ๆ ฯลฯ ซึ่งเหมือนกับลูกค้าเข้ามาทำธุรกรรมที่ธนาคารเพียงแต่ลูกค้านั้นทำธุรกรรมที่บ้านหรือที่ อื่น ๆ ก็ได้ ทั้งยังประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและเวลาด้วย

3. ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขามหาสารคาม

4. ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) หมายถึง บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา มหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งได้ให้บริการด้านต่าง ๆ เช่น ฝาก-ถอน รับชำระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ผ่านทางเคาน์เตอร์และตู้เอ ที เอ็ม บริการด้านสินเชื่อ บริการด้าน อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ฯลฯ เป็นต้น

5. จังหวัดมหาสารคาม หมายถึง จังหวัดมหาสารคาม ตั้งอยู่บริเวณตอนกลาง ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือเรียกว่า สะคืออีสาน มีพื้นที่ 5,228,843 ตร.กม. หรือ 3,268,026.87 ไร่ มีระยะทางห่างจากกรุงเทพ ทางรถยนต์ 470 กิโลเมตร โดยมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดต่าง ทิศเหนือ จังหวัดขอนแก่นและจังหวัดกาฬสินธุ์, ทิศใต้ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดบุรีรัมย์, ทิศตะวันออก จังหวัดร้อยเอ็ดและจังหวัดกาฬสินธุ์ ,ทิศตะวันตก จังหวัดขอนแก่นและจังหวัด บุรีรัมย์ และในจังหวัดมหาสารคามมีการแบ่งเขตการปกครองออกเป็นทั้งหมด 13 อำเภอ 133 ตำบล 1,944 หมู่บ้าน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา มหาสารคาม ซึ่งสามารถที่จะนำข้อมูลดังกล่าวนี้ไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงการบริการของ ทางธนาคารให้ดีขึ้นเพื่อรองรับกับความต้องการของลูกค้า ที่มีลักษณะของความต้องการ ที่แตกต่างกัน

2. ทำให้ทราบประเภทของการบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา มหาสารคาม อันสามารถที่จะนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขการให้บริการที่มีปัญหาให้เป็นที่พอใจ ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับทางธนาคาร

3. ทำให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับประเภทของการบริการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา มหาสารคาม ซึ่งสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไป ใช้กับพัฒนาคุณภาพองค์กรให้มีประสิทธิภาพในการบริการให้มากยิ่งขึ้นและองค์กรต่าง ๆ ยัง สามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้กับองค์กรของตนเองได้ในอีกทางหนึ่ง อีกทั้งยังเป็น ประโยชน์สำหรับผู้ที่ได้ศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการทำงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY