

ความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอุทัยธานี¹ (Satisfaction on using the services of Siam Commercial Bank (PCL) in Uthai Thani Province).

น.ส.พิตรชญา วชิรสุตร์²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอุทัยธานี กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 367 คน ผลการศึกษาพบว่า 1. ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2. พฤติกรรมการใช้บริการส่วนใหญ่มีเหตุผลคือการเดินทางสะดวก/ใกล้ที่อยู่อาศัย มีการใช้บริการ 4-8 ครั้งต่อเดือน ใช้บริการการโอนเงิน/ชำระค่าสินค้า และเป็นลูกค้ามากกว่า 15 ปีขึ้นไป 3. คุณภาพการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 4. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ได้แก่ เพศ มีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 5. พฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ ด้านเหตุผลในการใช้บริการ ด้านความถี่ในการใช้บริการ ด้านประเภทของบริการที่ใช้ และด้านระยะเวลาที่เป็นลูกค้า มีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 6. คุณภาพการให้บริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม อยู่ที่ร้อยละ 79.2 และ 7. คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านการอำนวยความสะดวกของผู้ให้บริการ ด้านบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ ด้านความเท่าเทียมในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ และด้านความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ สำหรับด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการ และด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, การบริการ, ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอุทัยธานี

² นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวีปริญญาโท หลักสูตรทวีปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Abstract

The objectives of this research were to study the satisfaction on using the services. The research sample consisted of customers of Siam Commercial Bank (PCL) in Uthai Thani Province 367 samples. The results showed that: (1) the overall of satisfaction on using the services was a high level, (2) the behaviors on using the services, found that the reason for using the services are convenient transportation/near the residence, using the services 4-8 times/month, using the services of money transfer/payment for products, and have been a customer more than 15 years, (3) the overall of services quality was the highest level, (4) The personal factors of customers; gender has no different level of satisfaction on using the services. However age, education, occupation, and income were different of satisfaction on using the services, statistically significant at the level of 0.05, (5) The behaviors on using the services, including the reason for using the services, the frequency of using the services, the type of service used, and the duration of being a customer were different of satisfaction on using the services, statistically significant at the level of 0.05, (6) the overall of services quality is correlated with the overall of satisfaction at 79.2 percent, and (7) the overall of services quality, including the facilitation of providers, the personality of providers, the equality of services, the speed of services, and the accuracy of information influences on the satisfaction of using the services. . However the service enthusiasm and the reliability of the service did not influence the satisfaction of using the services.

Keywords: Satisfaction, Service, Siam Commercial Bank (PCL)

บทนำ

ในยุคโลกาภิวัตน์มีการติดต่อสื่อสารกระจายไปทุกแห่งทั่วโลก ธุรกิจมีการขยายตัวมากขึ้น ความต้องการใช้เงินลงทุนในธุรกิจต่างๆ ย่อมเพิ่มมากขึ้น ธนาคารจึงจัดเป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโต และกำหนดทิศทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศชาติ ยิ่งปัจจุบันธุรกิจต่างๆ แข่งขันกันอย่างไร้พรมแดน ดังนั้นธนาคารพาณิชย์จึงเป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทและมีความสำคัญมากของประเทศ เนื่องจากธนาคารพาณิชย์มีหน้าที่หลักในการรับฝากเงินจากประชาชน เพื่อนำไปปล่อยกู้ให้แก่หน่วยธุรกิจ และนำเงินฝากบางส่วนไปลงทุนในลักษณะอื่นๆ เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ สอดคล้องกับธนาคารแห่งประเทศไทย (2563) ที่เปิดเผยผลการดำเนินงานของระบบธนาคารพาณิชย์ ปี 2562 ที่ผ่านมามีระบบธนาคารพาณิชย์มีความมั่นคงระดับเงินกองทุนและเงินสำรองอยู่ในระดับสูง สามารถรองรับความท้าทายจากความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจได้ ผลประกอบการของระบบธนาคารพาณิชย์ปรับดีขึ้นจากการรับรู้กำไรพิเศษเป็นสำคัญ โดยปี 2562 ระบบธนาคารพาณิชย์มีกำไรสุทธิ 270.9 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 30.8 นอกจากนี้ธนาคารต่างเร่งระดมกำลังเพื่อปรับตัวสู่กลยุทธ์แบบ Open Banking ที่ธนาคารต่างๆ จะแชร์ข้อมูลลูกค้าระหว่างธนาคารด้วยกันโดยได้รับการยินยอมจากลูกค้า และหลายธนาคารอาจตกอยู่ในภาวะเสี่ยงที่จะถูกแย่งฐานลูกค้าหากไม่สามารถปรับตัวได้ทัน (กรุงเทพธุรกิจ, 2563) ดังนั้นธนาคารพาณิชย์จึงจำเป็นต้องหาวิธีการต่างๆ ในการที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า และทำให้ธนาคารสามารถที่จะครองส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด อันจะนำมาซึ่งกำไรซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดของการประกอบธุรกิจ

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นกิจการของธนาคารเริ่มต้นขึ้นในนามบุคคลิก (book club) ในวันที่ 4 ตุลาคม พ.ศ. 2447 ก่อตั้งโดยพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหมื่นมหิศรราชหฤทัย เนื่องจากขณะนั้นทรงเชื่อว่าสยามประเทศมีความจำเป็นต้องมีระบบการเงินธนาคารเพื่อรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจการเงินของประเทศ หลังจากนั้นพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมพระราชทานอำนาจพิเศษให้จัดตั้ง บริษัท แแบงก์สยามกัมมาจล จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์อย่างเป็นทางการตั้งแต่วันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2449 ปัจจุบันมีสาขาทั้งสิ้น 1,070 สาขา (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2563) อย่างไรก็ตาม ในฐานะที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งจึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะพบกับภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรง การที่จะรักษาลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเดิมไว้ พร้อมกับการหาลูกค้าใหม่ของธนาคารเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่ง ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอุทัยธานี เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนกำหนดแนวทางการดำเนินงานของธนาคารในการให้บริการที่ประทับใจแก่ผู้ใช้บริการของธนาคารต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอุทัยธานี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอุทัยธานี
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอุทัยธานี

4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอุทัยธานี
5. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอุทัยธานี
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอุทัยธานี
7. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอุทัยธานี

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารแตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารแตกต่างกัน
3. คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคาร
4. คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคาร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา
 - 1.1 การศึกษาครั้งนี้มีประชากร คือ ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินทุกประเภทกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 4,475 คน (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2563) คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 367 คน
 - 1.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา คือ ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า และคุณภาพการให้บริการของธนาคาร และตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้า
2. ขอบเขตด้านพื้นที่
การศึกษาครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 367 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาและเก็บข้อมูลในระหว่างเดือนกันยายนถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2563

แนวคิดทฤษฎีและกรอบความคิดในการวิจัย

1. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554) ให้ความหมายของการบริการ เป็นการปฏิบัติ การให้ความสะดวกต่างๆ เช่น ร้านนี้บริการลูกค้าดี เป็นต้น สอดคล้องกับ เตือนจิต ภูพานา (2555, หน้า 32) ที่ให้ความหมายคุณภาพการให้บริการ คือ พฤติกรรมที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการอย่างมีมาตรฐาน และ

ผู้รับบริการสามารถรับรู้และประเมินได้ว่าสิ่งที่ได้รับทำให้เกิดความพึงพอใจ และฉัตรยาพร เสมอใจ (2556, หน้า 218) กล่าวว่า การบริการเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้น โดยทั่วไปแล้วไม่ต้องเกี่ยวข้องกับสินค้าเท่านั้น แต่การบริการจะมีการให้ข้อมูล การแลกเปลี่ยนความต้องการให้ผู้รับบริการด้วย สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ คือ มาตรฐานหรือคุณค่าของสินค้าหรือการบริการที่เชื่อมโยงผ่านกิจกรรม กระบวนการ การปฏิบัติ เพื่อส่งมอบให้กับผู้ให้บริการหรือลูกค้าได้ตรงตามต้องการและเกิดความพึงพอใจสูงสุด

2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ

ซูชัย สมितिไกร (2554, หน้า 6) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการของตน เป็นไปในทิศทางเดียวกับ ธนภฤต วันตะเมธ (2554, หน้า 90) ที่ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการกำจัดทิ้งซึ่งสินค้าและบริการ และสุวัฒน์ ศิรินิรันดร์ และภาวนา สนวนพลู (2560) ให้ความหมายของพฤติกรรม เป็นความต้องการหรือบริการของบุคคลเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลนั้นๆ สรุปได้ว่าพฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำของผู้บริโภคหรือลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเป็นตัวกำหนดการกระทำเพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือลูกค้า

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกรัก ชอบใจ ความพยายามที่จะจัดการความตึงเครียด ความกระวนกระวายหรือภาวะไม่ได้ดุลยภาพในร่างกาย เมื่อสามารถจัดการได้ย่อมได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนต้องการ เป็นไปในทิศทางเดียวกับ สถาพร ส่องแสง (2554, หน้า 52) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ เป็นทัศนคติอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ เป็นความรู้สึกส่วนตัวเมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตนในสิ่งที่ขาดหายไป และเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมในการแสดงออกของบุคคลที่มีต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมนั้นๆ สรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นสภาวะทางอารมณ์หรือความรู้สึกของแต่ละบุคคลต่อสิ่งที่มากระตุ้น จะแสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบ่งบอกทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบหรือไม่มีปฏิกิริยาใดๆ

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีรวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้สังเคราะห์เพื่อเป็นกรอบในการดำเนินงานวิจัย ดังรายละเอียดในภาพที่ 1

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (quantitative research) และใช้รูปแบบการสำรวจ (survey research) รายละเอียดมีดังนี้

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินทุกประเภทกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 4,475 คน และจากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาใช้สูตรของยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยกำหนดให้ขนาดตัวอย่างค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 367 คน

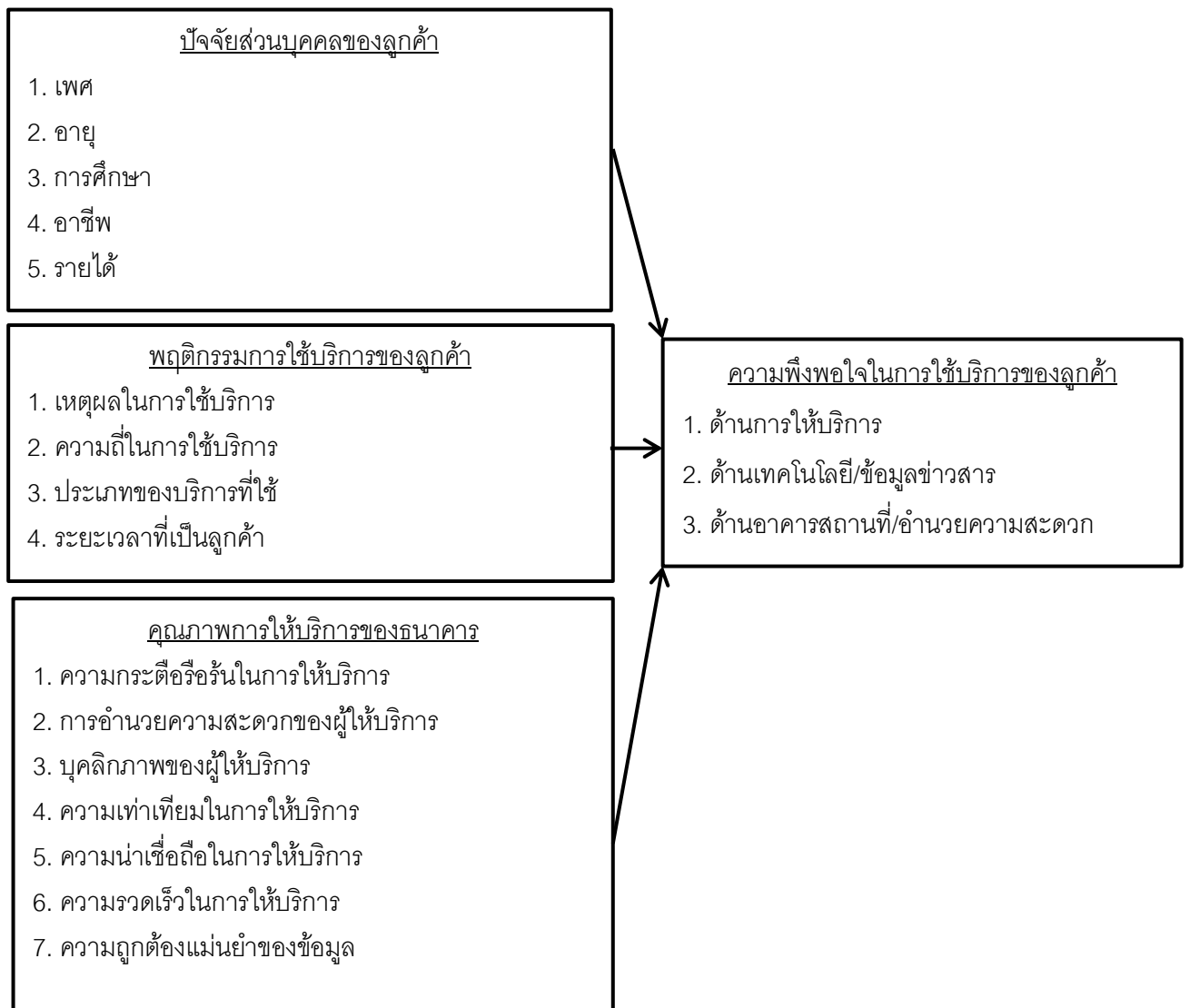
1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ ตลอดจนศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ แบบสอบถามสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร คุณภาพการให้บริการของธนาคาร และความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคาร ข้อเสนอแนะ โดยแบบวัดเกี่ยวกับความพึงพอใจเป็นข้อคำถามใช้มาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ โดย 1 หมายถึง น้อยที่สุด จนถึง 5 หมายถึง มากที่สุด

1.3 การวิเคราะห์ทางสถิติ

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อบรรยายเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม และใช้สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ได้แก่ การทดสอบค่าที การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



สรุป

1. สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอุทัยธานี สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.2 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 40.9 จบการศึกษาระดับอนุปริญญา ร้อยละ 34.6 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 40.6 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 46.3 ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ นฤมล พลายละหาร (2553) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสำเพ็ง พบว่า การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้ระหว่าง 10,000-29,999 บาท และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ถนัด วันมณี (2553) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อ

คุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และการศึกษาสูงสุดระดับอนุปริญญา/ปวส.

1.2 สรุปผลพฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร พบว่า ด้านเหตุผลในการใช้บริการคือ มีการเดินทางสะดวก/ ใกล้ที่อยู่อาศัย ร้อยละ 36.8 ด้านความถี่ในการใช้บริการคือ 4-8 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 57.2 ด้านประเภทของ บริการที่ใช้คือ การโอนเงิน/ชำระค่าสินค้า ร้อยละ 46.3 และด้านระยะเวลาที่เป็นลูกค้ามากกว่า 15 ปีขึ้นไป ร้อยละ 26.2 ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ คมดาว รงค์ชนะ และปราณี เอี่ยมล่อภักดี (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินในจังหวัดลำปาง พบว่า ลูกค้าธนาคารมี การใช้บริการเพื่อชำระหนี้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อูสมาน บัณชुरอัมพา (2554) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า เหตุผลในการใช้บริการเพราะขึ้นขอระบบการเงิน การรับรู้ข่าวสารจาก ปากต่อปาก มีการใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์

1.3 สรุปผลคุณภาพการให้บริการธนาคาร พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารในภาพรวม อยู่ใน ระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเท่าเทียมในการให้บริการ อยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา คือ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด การอำนวยความสะดวกของผู้ ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ความกระตือรือร้นในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด บุคลิกภาพของผู้ ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ความรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด และค่าเฉลี่ยน้อย ที่สุด คือ ความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ อุไรวรรณ จันทจ ริญวงษ์, ธีรณิกษ์ ศิริโวหาร และมิ่ง เทพครเมือง (2555) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ภาพรวมอยู่ในระดับดี มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการ ตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อถือต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าอยู่ในระดับดีมาก ระดับ คุณภาพการให้บริการจำแนกตามขนาดธนาคาร พบว่า ธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ กลาง เล็ก ภาพรวมและ รายด้านอยู่ในระดับดีมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุติพร ชิงชาย (2560) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของ คุณภาพการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า คุณภาพการให้บริการภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความน่าเชื่อถือ รองลงมา คือ ด้านความเป็นรูปธรรม ของบริการ ด้านค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ และด้านอัธยาศัยและความสนใจผู้ใช้บริการ

1.4 สรุปผลระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคาร พบว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคาร ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการให้บริการ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านอาคารสถานที่/อำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านเทคโนโลยี/ ข้อมูลข่าวสาร อยู่ในระดับปานกลางซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ดลพร รุ่งปัจฉิม (2556) ได้ศึกษาเรื่องความพึง พอใจของประชาชนต่อคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน ในจังหวัดระนอง พบว่า ประชาชนมีความพึง พอใจต่อคุณภาพการบริการของธนาคารในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้าน สิ่งที่สามารถสัมผัสได้ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการสื่อสาร และสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ ชลิตา เพชรปัญญา (2560) ได้ศึกษาเรื่องคุณลักษณะบุคลากรและคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด ในเขตภาคเหนือตอนบน พบว่า คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านลักษณะบุคลากร และด้านคุณภาพการบริการ

1.5 สรุปผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคาร โดยใช้การทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ได้แก่ เพศ ที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย และปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคาร แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ดลพร รุ่งปัจฉิม (2556) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน ในจังหวัดระนอง พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธารินี แก้วจันทร์ (2556) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขารัชดาภิเษก (ท่าพระ-ตากสิน) พบว่า ระดับการศึกษาต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน เช่นเดียวกับงานวิจัยของ วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ (2555) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต พบว่า ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกันไม่ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารแตกต่างกัน

1.6 สรุปผลการเปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคาร โดยใช้การทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ได้แก่ ด้านเหตุผลในการใช้บริการ ด้านความถี่ในการใช้บริการ ด้านประเภทของบริการที่ใช้ และด้านระยะเวลาที่เป็นลูกค้า ที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ได้แก่ ด้านเหตุผลในการใช้บริการ ด้านความถี่ในการใช้บริการ ด้านประเภทของบริการที่ใช้ และด้านระยะเวลาที่เป็นลูกค้า ที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคาร แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ธารินี แก้วจันทร์ (2556) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขารัชดาภิเษก (ท่าพระ-ตากสิน) พบว่า ความถี่ในการใช้บริการและช่วงเวลาที่ติดต่อกับทางธนาคารต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรภูษา สุนทรวารภาส และสิริพันธ์ วงศ์อินทวัง (2559) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการธนาคารออมสินสาขาพูนพิน พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการเคาน์เตอร์เงินฝาก เหตุผลที่เลือกใช้บริการธนาคารมากที่สุด คือ มี

บริการทางการเงินตรงกับความต้องการ และมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด และพนักงานให้บริการ อาชีพ รายได้ และการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกัน

1.7 สรุปผลความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคาร โดยใช้การทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการ ด้านการอำนวยความสะดวกของผู้ให้บริการ ด้านบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ ด้านความเท่าเทียมในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้า และด้านความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอุทัยธานี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม อยู่ที่ร้อยละ 79.2 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ อุษมาน บัณฑูรธัมพา (2554) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการกับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการด้านขั้นตอนการให้บริการกับพฤติกรรมการใช้บริการโดยภาพรวม และความรวดเร็วในการให้บริการ การติดป้ายประกาศและแนะนำข้อมูลใหม่ๆ แก่ลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ ด้านสถานที่ที่ให้บริการ และอุปกรณ์เครื่องมือคุณภาพ อุปกรณ์ที่มีความสะดวกรวดเร็วมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ คมดาว รงค์ชนะ และปราณี เอี่ยมลออภักดี (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินในจังหวัดลำปาง พบว่า ด้านรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธนาคาร ความดูแลเอาใจใส่ ด้านความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าและด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.8 สรุปผลคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคาร โดยใช้การทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการ ด้านการอำนวยความสะดวกของผู้ให้บริการ ด้านบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ ด้าน ความเท่าเทียมในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้า และด้านความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอุทัยธานี ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านการอำนวยความสะดวกของผู้ให้บริการ ด้านบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ ด้านความเท่าเทียมในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้า และด้านความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคาร จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย ด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการ และด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคาร จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ

จตุพร ชิงชาย (2560) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลิตา เพชรปัญญา (2560) ได้ศึกษาเรื่องคุณลักษณะบุคลากรและคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท ทิพย ประกันภัย จำกัด ในเขตภาคเหนือตอนบน พบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยมีนัยสำคัญที่ 0.05

2) ข้อเสนอแนะ

2.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

(1) ควรจัดให้มีพนักงานด้านลูกค้าสัมพันธ์ของแต่ละสาขา เพื่อประชาสัมพันธ์ แจ้งสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้ลูกค้าเก่า มีการใส่ใจในวันสำคัญโดยการส่งปฏิทินหรือของขวัญเพื่อเป็นการติดต่อความสัมพันธ์กับลูกค้า ไว้ มีการเข้าร่วมกิจกรรม การสนับสนุนช่วยเหลือสาธารณกุศลในท้องถิ่นที่สำนักงานตั้งอยู่เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่สำนักงานในระยะยาว

(2) ควรจัดอบรมให้แก่พนักงานหรือจัดเตรียมพนักงานที่มีความรู้ชัดเจนในทุกเรื่องไว้บริการข้อมูลแก่ลูกค้า

(3) ควรมีการแจ้งข่าวสารผ่านเทคโนโลยีให้แก่ลูกค้ามากขึ้น

(4) ธนาคารควรบริหารจัดการเรื่องการรอคิวให้ลูกค้าได้รับความรวดเร็วและสะดวกยิ่งขึ้น

(5) ควรพิจารณาจำนวนพนักงานในธนาคารกับจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการให้มีความสมดุลเพื่อรองรับลูกค้าให้ได้รับการบริการที่รวดเร็ว

(6) ผู้บริหารควรใส่ใจพนักงานในสำนักงานของตนเองเพื่อสังเกตในการทำงานของพนักงานว่ารับผิดชอบงานตามความถนัดหรือไม่ หรืออาจต้องแก้ไขปัญหาโดยการให้เรียนรู้จากผู้รู้หรือเข้ารับการอบรมการทำงานเป็นทีมให้คอยช่วยเหลือกัน

(7) ควรสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าในการให้บริการ เช่น ใช้ถ้อยคำที่สุภาพ การมีอัธยาศัยที่ดี การให้บริการด้วยความรวดเร็ว และเท่าเทียมกัน

2.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรมีการวิจัยในเชิงคุณภาพเพิ่มเติมด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใช้ในการประมวลผลการวิจัยเพิ่มขึ้น

(2) ควรศึกษาการมีส่วนร่วมในการสร้างภาพลักษณ์และความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธนาคาร เพื่อเป็นข้อมูลแนวทางให้ธนาคารนำไปบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

(3) ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร และคุณภาพการให้บริการของธนาคาร เช่น สถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง ด้านนโยบายองค์กร และการบริหารองค์กร เป็นต้น เพื่อจัดทำกลยุทธ์ในการรักษาฐานลูกค้าเดิม และขยายฐานลูกค้าใหม่

References

- Bangkok Business. (2020). *Trends in banking business in 2019: all roads lead to digitalization*. Retrieved 9 September 2020, from <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/646607>.
- Bank of Thailand. (2020). *Performance of the Thai Banking System in 2019*. Retrieved 9 September 2020, from https://www.bot.or.th/Thai/PressandSpeeches/Press/News2563/n086_3t.pdf.
- Chalida Phetpunya. (2017). *The Characteristics and insurance quality customers towards the satisfaction of Dhipaya Insurance Company Limited, Northern Thailand*. Master of Business Administration, Lampang Rajabhat University.
- Chatyaporn Samerjai. (2013). *Consumer behavior*. Bangkok: SE-EDUCATION.
- Chuchai Samithikrai. (2011). *Consumer behavior*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Dictionary of the Royal Institute. (2011). *Satisfaction*. Retrieved 9 September 2020, from <https://dictionary.orst.go.th/>.
- _____. (2011). *Service*. Retrieved 9 September 2020, from <https://dictionary.orst.go.th/>.
- Donlaporn Rungpoutchim. (2013). *Satisfaction of people to service quality of government saving bank in Ranong Province*. Master of Public Administration, Burapha University.
- Jutiporn Khangkhny. (2017). *Influence of service quality on the customer satisfaction at Passenger Terminal of Chachoengsao Province*. Master of Business Administration, Thonburi University.
- Komdao Rongchana & Pranee lamlaopakdee. (2016). *Factors of service quality which contributes the image of the Government Savings Banks in Lampang Province*. Retrieved 9 September 2020, from http://www.utccmbaonline.com/ijbr/doc/Id290-18-04-2016_11:49:21.pdf.
- Narumol Plailahan. (2010). *Satisfaction of customers service CIMB Thai Bank (Public Company Limited) Sampeng Branch*. Master of Business Administration, Kasetsart University.
- Osman Bantoonampha. (2011). *Service-Using Behavior and Satisfaction Level Toward Service-Providing Quality of Consumers of Islamic Banks of Thailand in the Three Southern Border Provinces*. Master of Business Administration, Yala Rajabhat University.
- Sathaporn Songsang. (2011). *Parents' satisfaction towards the administration of Watkrachet School under Rayang Primary educational service area 1 office*. Master of Education, Burapha University.

- Siam Commercial Bank PCL. (2020). *Information of Siam Commercial Bank PCL*. Copy documents, Uthai Thani.
- Sornrada Sunthornwarapas & Siriphan Wongintawang (2016). *Behavior and customer satisfaction towards using services at Government Savings Bank Phunphin Branch*. Retrieved 9 September 2020, from http://www.utccmbaonline.com/ijbr/doc/ld299-17-04-2016_17:15:42.pdf.
- Suwat Sirinirun & Phawana Suanplu. (2017). *Consumer behavior*. Retrieved 9 September 2020, from <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23>.
- Tarinee Kaewchantra. (2013). *Customers Satisfactions Toward The Service Of Bank Of Ayudhya Ratchadapisek(Thapra-Taksin) Branch*. Retrieved 9 September 2020, from <https://e-research.siam.edu/kb/2013-12-20-05-58-145/>.
- Thanad Wanmanee. (2010). *Customer satisfaction towards service quality of Bank for Agriculture and Agricultural co-operative, Samoeng Branch, Chiang Mai Province*. Master of Business Administration, Chiang Mai University.
- Thanakrit Wantamail. (2011). *Marketing communications*. Bangkok: Kasetsart University.
- Tuenjit Phupunna (2012). *Effects of Innovative Learning on Service Quality of Government Savings Bank Employees 11*. Master of Business Administration, Mahasarakham University.
- Urawan Janjarunwong, Theathanick Siriwoharn, & Ming Thepkornmuang. (2012). *The Service Quality of commercial banks in Pakkred district, Nonthaburi Province*. Valaya Alongkorn Review, Vol. 2, Issue 1 January-June 2012. Retrieved 9 September 2020, from http://acad.vru.ac.th/Journal/journal%202-1/2_1_09.pdf.
- Watcharaporn Jansuwan (2012). *Satisfaction of Services Offered by Employees of Bank of Ayudhya Public Company Limited Poon Phol Branch, Phuket Province*. Master of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed. New York: Harper and Row Publishers.