

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
ในเขต จังหวัดนนทบุรี

FACTORS AFFECTING ON USING SERVICE OF BANK OF AYUDHAYA
PUBLIC COMPANY LIMITED IN NONTABURI PROVINCE

สรรพวัฒน์ บุญวรเศรษฐ์
สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

Saphawat Boonvoraset

Email: nutty_kkung@hotmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking, Ramkhamhaeng University,
Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขต จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขต จังหวัดนนทบุรีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 330 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1.) มีผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 330 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 ส่วนใหญ่ มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 62.42 61 มีอาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ย

ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 89.1

2.) ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขต จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านราคา ตามลำดับ

ABSTRACT

The research of Customer Factor Affecting on Using Service of Bank of Ayudhaya Public Company Limited in Nontaburi Province. The objective is to study Customer Factor Affecting on Using Service of Bank of Ayudhaya in Nontaburi Province. The factors of research include Product, Price, Place, Promotion, People, Process and Physical Evidence. That are classified by Personal factors were including Sex, Age, Occupation, Average monthly income, and Education. The population used customers who use the Using Service of Bank of Ayudhaya in Nontaburi Province. The samples used in this research amount of 330 peoples. The questionnaire was instrument of this research. Data was analyzed by using SPSS for Social Science Research. The statistics were percentage, minimum, maximum, mean and standard deviation.

The results found that 1.) The users all respondents 330 peoples. Most are female 179 peoples representing 54.2%. Most aged 31-40 years old 206 peoples representing 64.2%. Most are the private employees/employee 183 peoples representing 55.5%. Most are average income per month 30,001-40,000 baht 127 peoples representing 38.5%. Most are Bachelor's degree 294 peoples representing 89.1%.

2.) Customer Factor Affecting on Using Service of Bank of Ayudhaya Public Company Limited in Nontaburi Province. overall is at a highest level People, Promotion, Place, Process, Product and Physical Evidence then that side is the high level Price respectively.

บทนำ

ในปัจจุบันการเลือกใช้บริการหรือการได้รับบริการใด ๆ จำเป็นที่จะต้องมีการค้นหา, คัดสรร, เลือกในสิ่งที่ดีที่สุด หรือเลือกสิ่งที่เหมาะสมที่สุดให้กับตัวเราเอง เนื่องจาก สังคมในปัจจุบันมีการแข่งขันกันที่สูงขึ้นกว่าแต่ก่อน ทำให้เราสามารถมีสิทธิที่จะเลือกสิ่งที่ดีที่สุด หรือการได้รับบริการที่ดีที่สุด ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องรู้ว่า เหตุผลใดคือปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนมาใช้บริการกับทางธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ให้ได้มากที่สุด

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขต จังหวัดนนทบุรี เพื่อที่จะทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขต จังหวัดนนทบุรี และสามารถแก้ไขจุดบกพร่อง เพื่อให้สามารถเป็นธนาคารที่ทุก ๆ คนยอมรับ และเปลี่ยนมาใช้บริการกันให้มากขึ้นต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขต จังหวัดนนทบุรี

ขอบเขตของงานวิจัย

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขต จังหวัดนนทบุรี มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา

ตัวแปรตาม คือ

1. ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ขอบเขตด้านประชากร

ลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขต จังหวัดนนทบุรี

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้จะทำการวิจัยตั้งแต่เดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2563

ประโยชน์ที่ได้รับ

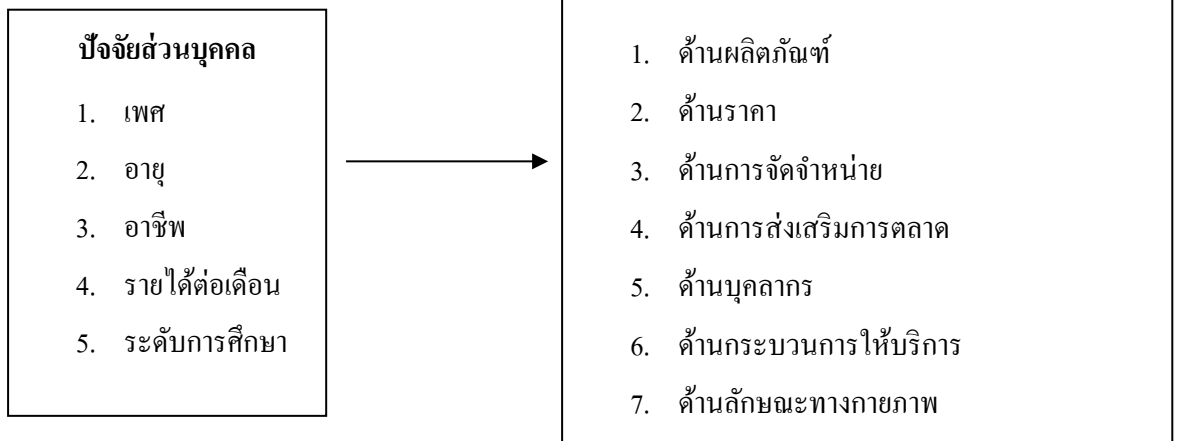
1.สามารถนำผลการวิจัยที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้าของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) และทำให้มีผู้มาใช้บริการหน้าใหม่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

2.เพื่อนำผลจากการศึกษามาเป็นองค์ความรู้และแนวทางให้แก่ผู้ที่สนใจจะศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขต จังหวัดนนทบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้า

อุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ (Tangible Products) และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products)

2.ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4.ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5.ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความ สัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร

6.ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) เป็นแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพแลการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

7.ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐณัย ใจชน (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ

ธนาคารพาณิชย์ในเขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยลักษณะประชากร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนที่เลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ใน เขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

นางสาววาสนีย์ เสถียรกาล (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์งานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อทำการศึกษาปัจจัยและแนวโน้มในการ ตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารของผู้ใช้บริการ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ด้านอาชีพ (Occupation) และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Income) ของผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามปัจจัยลักษณะประชากร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผ่านระบบออนไลน์ Google Docs และมีการกระจายแบบสอบถามผ่านทางโซเชียลมีเดียเท่านั้น ประกอบกับการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แบบไม่เจาะจงสาขา ผลการวิจัยจึงไม่เจาะจงเฉพาะสาขาใดสาขาหนึ่ง เนื่องจากสาขาบางสาขามีลักษณะเฉพาะ เช่น สำนัก ธุรกิจ มีการให้บริการที่ค่อนข้างเต็มรูปแบบ เกือบคล้ายสำนักงานใหญ่ ซึ่งสำนักธุรกิจจะแตกต่างกับ สำนักงานใหญ่ในบางหน่วยงาน ที่จะมีการให้บริการเฉพาะสำนักงานใหญ่เท่านั้น ในขณะที่สาขา มีการ ให้บริการที่น้อยกว่าสำนักธุรกิจ

นางสาววิริยา ประดับชัยมงคล (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากผ่านธนาคาร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1. เก็บข้อมูลเพื่อเสริมสร้าง ความมั่นคงในอนาคต เป็นบัญชีที่มีสภาพคล่อง สูง สามารถเบิกใช้ได้ทันที กรณีที่มีความจำเป็นต้องใช้ จ่ายฉุกเฉิน 2. เป็นการออมเพื่อ เสริมสร้างความมั่นคงใน อนาคต โดยมีกำหนด ระยะเวลาชัดเจน ได้ผลตอบแทนมากกว่า 3. เพื่อใช้เป็นบัญชีเงิน หมุนเวียนในการประกอบ ธุรกิจ เพื่อใช้ออกเช็คในการเบิก จ่ายเงิน จำแนกตามปัจจัยลักษณะประชากร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างสำหรับแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือ กลุ่มผู้บริโภคที่เคยใช้บริการเงินฝากผ่านธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร และไม่ทราบจำนวน ประชากร ซึ่งผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างเพื่อประมาณสัดส่วนของประชากร โดยกำหนด ระดับความแปรปรวนสูงสุดที่ $p = 50\%$ หรือ 0.5 และ $q = 50\%$ หรือ 0.5 กำหนดระดับความ เชื่อมั่น 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ 5% หรือ 0.05

เกศวิฑู ทิพยศ (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็ม บีไทย จำกัด (มหาชน) การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้ บริการ

ธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ (Online Banking) ของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน)
 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการ ธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ (Online Banking) ของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามปัจจัยลักษณะประชากร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรจำนวน 200 คน ใช้การสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบ บังเอิญ (Accidental Sampling) จากประชากรทั้งหมด แล้วทำการคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการ ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และสถิติทดสอบไค-สแควร์ วิเคราะห์ ข้อมูลด้วย โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/ PC เขียนรายงานวิจัยเชิงพรรณนา

สุวรรณ ตั้งชีวะสมบัติ (2548) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขานน โชนนา เชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขานน โชนนา เชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยลักษณะประชากร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยศึกษาได้จากลูกค้าจำนวนทั้งสิ้น 20,359 ราย โดยกำหนดขนาดตัวอย่างที่ความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 320 ราย (นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี: 2547) เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)
 1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขานน โชนนา เชียงใหม่จากกลุ่มตัวอย่าง ประชากรจำนวน 320 รายจากลูกค้าที่มาใช้บริการในวันทำการ 2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมโดยการค้นคว้าจากหนังสือ สิ่งพิมพ์ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นางสาว อภิญญา ภัทรพรพิสิฐ (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานน แสงชูโต จังหวัดกาญจนบุรี การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานน แสงชูโต จังหวัดกาญจนบุรี 2. เพื่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานน แสงชูโต จังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ได้กำหนดโดยให้หลักการของยามาเน่ ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน การวิเคราะห์ใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้ t-test สำหรับตัวแปรที่จำแนก 2 กลุ่ม และ F-test สำหรับตัวแปรจำแนกมากกว่า 2 กลุ่ม เมื่อพบว่ามีนัยยะสำคัญ จะทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของ ฟิชเชอร์ (Fisher's LSD procedure) สำหรับทดสอบสมมติฐาน

บุญญาภา นาคสินธ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบังจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ผู้มาใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่เป็นเพศ

หญิง มีอายุ 26-35 ปี มีสถานภาพโสด อาชีพรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 10,001-20,000 บาท และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้มาใช้บริการ ธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการโดยการแนะนำ จากเพื่อน/คนรู้จักแนะนำ ต่อพฤติกรรมบริการ เช่น อยู่ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน บริการฝาก/ถอน/โอนเงิน/ฝากเช็ค อายุหรือระยะเวลาของการเป็นลูกค้า 5-9 ปี ความถี่ในการใช้บริการ 5-9 ครั้ง ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ 06.00-09.00 น. และระยะเวลาในการทำรายการขณะที่มาใช้บริการ 11-20 นาที ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบังจังหวัดชลบุรีประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ธนาคารและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ภาพรวมมีความสำคัญ อยู่ในระดับมากโดยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านบุคคล ด้านราคา ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ธนาคารและบริการมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขต จังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยวิธีใช้สูตรซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอนประชากรของ W.G. Cochran (1953) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่น 95% และระดับค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ดังนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรที่กำหนดไว้ โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์โดยใช้ Google Form
2. ตอบข้อซักถามบางประการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาจต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม
3. รวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับข้อมูลครบถ้วนแล้ว เพื่อนำไปจัดทำและเตรียมสำหรับการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์เพื่อบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย (\bar{X})
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สำหรับวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขต จังหวัดนนทบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 ด้านเพศ พบว่า มีผู้ใช้บริการ ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 330 คน จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 และเพศชาย จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 ด้านอายุ พบว่า มีผู้ใช้บริการ ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 62.42 รองลงมาคือ 21 – 30 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 23.94, 41 – 50 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 10.61, ไม่เกิน 20 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.42 และ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.61 ด้านอาชีพ พบว่า มีผู้ใช้บริการ ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาคือ เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3, ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0, นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0, ว่างาน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ ด้านรายได้ พบว่า มีผู้ใช้บริการ ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5, รองลงมาคือ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 36.1, 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8, 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0, 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8, และไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ ด้านระดับการศึกษา พบว่า มีผู้ใช้บริการ ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 89.1 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1, สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขต จังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้าน

ผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ($\bar{X} = 4.31, \bar{X} = 4.29, \bar{X} = 4.27, \bar{X} = 4.26, \bar{X} = 4.26, \bar{X} = 4.25, \bar{X} = 4.25$)
ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขต จังหวัดนนทบุรี ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 330 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 และเพศชาย จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 ส่วนใหญ่ ส่วนใหญ่ มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 62.42 รองลงมาคือ 21 – 30 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 23.94, 41 – 50 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 10.61, ไม่เกิน 20 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.42 และ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.61 มีอาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาคือ เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3, ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0, นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0, ว่างาน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 และ ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5, รองลงมาคือ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 36.1, 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8, 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0, 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8, และไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 89.1 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1, สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขต จังหวัด นนทบุรี

ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ด้านผลิตภัณฑ์

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายรายการ เช่น การโอนเงิน การชำระบิล สินเชื่อต่าง ๆ ตราสินค้า (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด) มีความน่าเชื่อถือ มีข้อมูลต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ที่สามารถหาเพิ่มเติมได้ ในเว็บไซต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด มีผู้เชี่ยวชาญสามารถแนะนำให้คำปรึกษาได้ในเรื่องกองทุนรวม ความน่าเชื่อถือในการเลือกซื้อกองทุนในการให้ผลตอบแทนที่ดี กองทุนที่มีประสิทธิภาพในการเลือกลงทุนให้เลือกลงทุน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ณัฐคนัย ใจชน (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ด้านราคา

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขต จังหวัดนนทบุรี ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารพาณิชย์อื่น ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ นางสาววาสนิณี เสถียรกาล (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

3. ด้านการจัดจำหน่าย

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ใช้บริการไม่ต้องใช้เวลานานรอในการทำรายการธุรกรรมทางการเงินนานเกินไป มีการเปิดเคาน์เตอร์บริการที่เพียงพอต่อผู้ใช้บริการ มีสาขาให้บริการมากเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ มีช่วงเวลาเปิด-ปิด ตามความต้องการของผู้ใช้บริการ มีทำเล สถานที่ ที่ตั้ง ที่สะดวกในการสัญจรไป-มา ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ นางสาววิริยา ประดับชัยมงคล (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากผ่านธนาคาร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ รายการส่งเสริมการใช้บัตรเครดิต ในการสะสมแต้ม เพื่อนำไปแลกเป็นส่วนลดร้านค้าต่าง ๆ มีรายการส่งเสริมอยู่เสมอ เช่น เมื่อมีการฝากบัญชีฝากประจำ จะได้รับ กระปุกออมสิน 1 ใบ มีรายการส่งเสริมในการทำบัตรเครดิต (เมื่อผ่านการอนุมัติ) จะได้รับของสมนาคุณ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่มีความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ เกศวิฑู ทิพย์ศ (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)

5. ด้านบุคลากร

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานมีบุคลิกภาพ ลักษณะ มนุษย์สัมพันธ์ ที่ดีในการสร้างความประทับใจ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ต่อการทำธุรกรรมทางการเงิน พนักงานแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ ในกรณีที่ไม่มีทราบข้อมูลที่แน่ชัด พนักงานมีทักษะ ความแม่นยำ ความถูกต้องในการทำธุรกรรมทางการเงิน และ พนักงานสามารถตอบคำถามผู้ใช้บริการได้อย่างชัดเจนในการให้บริการ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ สุวรรณ ตั้งชิวะสมบัติ (2548) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขานน โชนนา เชียงใหม่

6. ด้านกระบวนการให้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีการประเมินผลงานของพนักงานอยู่เสมอ สามารถหาข้อมูล ข่าวสารใหม่ๆ ได้อยู่เสมอ ผ่านทางเว็บไซต์ของทาง ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด มีขั้นตอนในการทำธุรกรรมทางการเงิน ที่ไม่มากจนเกินไป มีการติดตามผล กำกับดูแล ในการให้บริการของผู้รับบริการ ความรวดเร็วในการทำธุรกรรมทางการเงิน มีวิธีการทำธุรกรรมทางการเงิน ที่ชัดเจน ไม่ซับซ้อน สามารถได้รับข้อมูล ข่าวสารใหม่ๆ จากช่องทางต่าง ๆ ได้อยู่เสมอ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ นางสาว อภิญญา ภัทราพรพิสิฐ (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนแสงชูโต จังหวัดกาญจนบุรี

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีความเป็นระเบียบของการจัดวางสิ่งของ อุปกรณ์ และแบบฟอร์มต่าง ๆ บรรยากาศในธนาคาร โดยรวมมีความปลอดภัย โปร่ง โล่งสบาย ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีการรักษาความสะอาดในบริเวณธนาคาร และที่นั่งพักคอย มีการรักษาความปลอดภัย (รปภ.) อยู่ตลอดเวลา ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ ปุญญาภา นาคสินธ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ด้านผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ท่านเชื่อว่ามีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายรายการ เช่น การโอนเงิน การชำระบิล สินเชื่อต่าง ๆ โดยสามารถปรับปรุงได้หลายวิธีการ โดยการไปที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาใน

แต่ละสาขา หรือ การทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น การใช้บริการผ่านมือถือ โดยผ่านแอปพลิเคชันที่ชื่อว่า KMA, ท่านเชื่อว่า ทรานสฟินันซ์ (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด) มีความน่าเชื่อถือ โดยสามารถปรับปรุงได้ด้วยการ ประชาสัมพันธ์ออกไปในวงกว้าง ผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงทุกคนได้อย่างง่ายดาย และ เข้าใจได้โดยง่าย เช่น การโฆษณาผ่านทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ Facebook Instagram ป้ายโฆษณา หรือ การแนะนำเมื่อมีลูกค้ามาใช้บริการที่ธนาคาร เป็นต้น, ท่านเชื่อว่า มีข้อมูลต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ที่สามารถหาเพิ่มเติมได้ในเว็บไซต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด โดยสามารถปรับปรุงได้โดยมีการจ้างบุคลากรที่เชี่ยวชาญในด้านคอมพิวเตอร์ เช่น โปรแกรมเมอร์ ซึ่งจะทำให้สามารถมีข้อมูลใหม่ ๆ อยู่เสมออยู่ในเว็บไซต์ของธนาคาร, ท่านเชื่อว่า มีผู้เชี่ยวชาญ สามารถแนะนำให้คำปรึกษาได้ในเรื่องกองทุนรวม โดยสามารถปรับปรุงได้โดยการมีผู้ให้คำแนะนำคอยให้บริการในทุกวัน เพราะว่า ทางธนาคารมีกองทุนรวมมากกว่า 40 กองทุนรวม ทั้งกองทุนที่ลงทุนในตราสารหนี้ กองทุนที่ลงทุนในหุ้น SET INDEX กองทุนระยะยาว กองทุนทอง รวมถึงกองทุนอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งจะทำให้สามารถปรับปรุงแก้ไขในเรื่องนี้ได้

ด้านราคา

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ท่านเชื่อว่าการคิดค่าธรรมเนียมรายปีที่เหมาะสม โดยสามารถปรับปรุงได้โดยวิธีการออกโปรโมชั่นต่าง ๆ ในการคิดค่าธรรมเนียม หรือการลดค่าธรรมเนียม เช่น การออกโปรโมชั่นในเรื่องของการใช้บริการต่าง ๆ ของทางธนาคารเกินกว่า 30 ครั้ง/เดือน จะมีโปรโมชั่นค่าธรรมเนียมที่ถูกลง เพราะการให้บริการที่มากขึ้น และการลดค่าธรรมเนียมลง จะทำให้ลูกค้าหันมาใช้บริการกับทางธนาคารกรุงศรีอยุธยามากขึ้น, ท่านเชื่อว่า มีดอกเบี้ยเงินฝากประจำที่มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารพาณิชย์อื่น โดยสามารถปรับปรุงได้โดย ออกนโยบายใหม่ ๆ เช่น ฝากเงินกับทางธนาคารเป็นระยะเวลา 3 ปีจะได้ดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น โดยทางธนาคารได้รับรอบว่าเงินที่ฝากมานั้นจะอยู่ครบ โดยไม่มีการหักใด ๆ เมื่อถอนก่อนครบระยะเวลา

ด้านการจัดจำหน่าย

สิ่งที่ต้องปรับปรุง ท่านเชื่อว่า ผู้ใช้บริการไม่ต้องใช้เวลานั่งรอในการทำรายการธุรกรรมทางการเงินนานเกินไป โดยสามารถปรับปรุงได้โดย มีพนักงานรองรับการให้บริการแก่ลูกค้าที่เพียงพอ จะทำให้ใช้เวลาในการนั่งรอทำรายการทางธุรกรรมทางการเงินไม่นานนัก เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารพาณิชย์แห่งอื่น, ท่านเชื่อว่า มีการเปิดเคาน์เตอร์บริการที่เพียงพอต่อผู้ใช้บริการ โดยสามารถปรับปรุงได้โดยเพิ่มพนักงานในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมากโดยอ้างอิงจากสถิติที่ผ่านมา จะทำให้สามารถมีเคาน์เตอร์ที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าได้, ท่านเชื่อว่า มีสาขาให้บริการมากเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยสามารถปรับปรุงได้โดยการ เปิดสาขาที่เป็นจุดศูนย์กลางของลูกค้า และเป็นจุดที่มีรถสาธารณะผ่าน เพื่อให้สะดวกต่อการใช้บริการ และจะทำให้มีลูกค้ามาใช้บริการที่สาขามากขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ท่านเชื่อว่า มีรายการส่งเสริมการใช้บัตรเครดิต ในการสะสมแต้ม เพื่อนำไปแลกเปลี่ยนส่วนลดร้านค้าต่าง ๆ โดยสามารถปรับปรุงได้ด้วยการออกโปรโมชันที่ดึงดูดลูกค้าได้ในทันที และการโฆษณาผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น วิธีการส่งข้อความเข้าไปยังผู้ที่ถือบัตรเครดิต ให้ผู้ใช้สามารถทราบได้ในทันที, ท่านเชื่อว่า มีรายการส่งเสริมอยู่เสมอ เช่น เมื่อมีการฝากบัญชีฝากประจำ จะได้รับกระปุกออมสิน 1 ใบ โดยสามารถปรับปรุงได้โดยการ เปลี่ยนสิ่งของที่นำดึงดูดมากกว่ากระปุกออมสิน เช่น เปลี่ยนจากกระปุกออมสิน เป็นกระเป๋าผ้า เมื่อมีการฝากประจำ 5,000 บาท/2ปี และ เมื่อมีการฝากประจำ 10,000 บาท/2ปี จะได้รับกระเป๋าผ้าลายธนาคารกรุงศรีอยุธยา หรือ เมื่อมีการฝากประจำ 25,000 บาท/2ปี จะได้รับกระเป๋าอย่างดี 1 ใบ เป็นต้น

ด้านบุคลากร

สิ่งที่ต้องปรับปรุง ท่านเชื่อว่า พนักงานมีบุคลิกภาพ ลักษณะ มนุษย์สัมพันธ์ที่ดีในการสร้างความประทับใจ โดยสามารถปรับปรุงได้โดยการ มีการให้เข้าร่วมสัมมนาการพัฒนาบุคลิกภาพที่ดีในการสร้างความประทับใจแก่ผู้มาใช้บริการ โดยเป็นภาคบังคับให้พนักงานทุกคนต้องเข้าร่วม จะสามารถทำให้พนักงานเข้าใจ และสามารถมีบุคลิก ลักษณะ ที่สร้างความประทับใจแก่ลูกค้าได้, ท่านเชื่อว่า พนักงานมีความน่าเชื่อถือต่อการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยสามารถปรับปรุงได้โดย ให้พนักงานแต่งกายให้สะอาดเรียบร้อยและชุดพนักงานอยู่ในสภาพที่สะอาด เช่น มีการตรวจการแต่งกายของพนักงานอยู่เป็นประจำ เพื่อให้มีความน่าเชื่อถือต่อภาพลักษณ์ของตัวเอง, ท่านเชื่อว่า พนักงานแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ในกรณีที่ไม่ทราบข้อมูลที่แน่ชัด โดยสามารถปรับปรุงได้โดย มีการจำลองสถานการณ์ขึ้นมา หรือ มีผู้จัดการคอยประจำอยู่ที่สาขานั้น ๆ อย่างน้อย 1 คน ในกรณีที่ไม่ทราบข้อมูลที่แน่ชัด

ด้านกระบวนการให้บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ท่านเชื่อว่า มีการประเมินผลงานของพนักงานอยู่เสมอ โดยสามารถปรับปรุงได้โดย มีการประกาศพนักงานดีเด่นประจำทุกเดือน จะทำให้พนักงานทุกคนเอาใจใส่ต่อหน้าที่ของตัวเองในทุก ๆ เดือน, ท่านเชื่อว่า สามารถหาข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ ได้อยู่เสมอ ผ่านทางเว็บไซต์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด สามารถปรับปรุงได้โดย เปิดรับพนักงานทางด้านคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยดูแลในด้านของเว็บไซต์โดยเฉพาะ จะทำให้มีข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ อยู่ในเว็บไซต์ได้ตลอดเวลา, ท่านเชื่อว่า มีขั้นตอนในการทำธุรกรรมทางการเงินที่ไม่มากจนเกินไป สามารถปรับปรุงได้โดย ให้พนักงานสามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ โดยไม่ผ่านผู้จัดการ ซึ่งจะทำได้โดยไม่ต้องขึ้นตอนที่ไม่ง่ายเป็นลงได้ โดยให้พนักงานยืนยันตัวตนทุกครั้งเมื่อทำธุรกรรม, ท่านเชื่อว่า มีความรวดเร็วในการทำธุรกรรมทางการเงิน สามารถปรับปรุงได้โดย มีการฝึกฝนอยู่เป็นประจำในการทำรายการทางธุรกรรมต่าง ๆ จะช่วยให้มีความรวดเร็วในการทำมากขึ้น รวมถึงความแม่นยำในการทำธุรกรรมทางการเงิน

ด้านลักษณะทางกายภาพ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ท่านเชื่อว่า มีความเป็นระเบียบของการจัดวางสิ่งของ อุปกรณ์ และแบบฟอร์มต่าง ๆ โดยสามารถทำได้ คือ การจัดประกวดความเป็นระเบียบ เรียบร้อย ในแต่ละสาขาซึ่งจะทำให้เกิดแรงจูงใจในการจัดระเบียบต่าง ๆ , ท่านเชื่อว่า บรรยากาศในธนาคารโดยรวมมีความปลอดภัย โปร่งโล่งสบาย โดยสามารถทำได้โดย นำต้นไม้ขนาดเล็กมาจัดเตรียมไว้ เพื่อให้เกิดความรู้สึกสบายตา ดูเป็นธรรมชาติ หรือ มีการจัดโต๊ะ เก้าอี้ ให้ดูกว้างขวาง ปลอดภัย จะทำให้รู้สึกสบายตาในเวลาที่ใช้บริการ

บรรณานุกรม

- ณัฐคนัย ใจชน. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร*. บริหารธุรกิจบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- วาสิณี เสถียรกาล. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)*. บริหารธุรกิจบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นางสาววิษา ประดับชัยมงคล (2558) ศึกษาเรื่อง *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากผ่านธนาคารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกศวิฑู ทิพย์ศ (2557) ศึกษาเรื่อง *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน)*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สุวรรณ ตั้งชีวะสมบัติ (2548) ศึกษาเรื่อง *ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขานน โชนา เชียงใหม่*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นางสาว อภิญญา ภัทราพรพิสิฐ (2553) ศึกษาเรื่อง *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนแสงชูโต จังหวัดกาญจนบุรี*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปกร.
- ปญญาภา นาคสินธุ (2559) ศึกษาเรื่อง *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ทิพชญาณ์ อัครพงศ์โสภณ. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. บริหารธุรกิจบัณฑิต. สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ