

ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ในเขต

กรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING CUSTOMER TO SELECT SERVICES OF SCB IN BANGKOK

อาวีณา กองจำปา

สาขาการเงินการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Arweena Kongjampa

Email: bebee5414@gmail.com

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

Thailand Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ในเขต กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้าใน กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการรับรู้ ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านการเลือกใช้บริการ โดยจำแนก เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ พร้อมทั้งวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการธนาคาร ประเภทการเข้าใช้บริการธนาคาร ช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการธนาคาร ประชากรในวิจัยนี้คือ ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1) มีลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 และ เพศชาย จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 ส่วนใหญ่ มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ 21-30 ปี จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5, 41-50 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ส่วนใหญ่ มีสถานภาพ โสด จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาคือสมรส จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 82.3 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2, ปริญญาโท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 133 คน คิด

เป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ 20,001-30,000 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3, 30,001-40,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8, 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และ 40,001-50,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 รองลงมาคือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0, ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3, นิสิต/นักศึกษา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 และ พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 0 คน

2) ได้ศึกษาพฤติกรรมลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ ประเภทการเข้าใช้บริการ ช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการ

3) ความคิดเห็นลูกค้าที่ส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านการเลือกใช้บริการ และด้านการรับรู้ ตามลำดับ

ABSTRACT

The research of Quality of Working Life of Personnel of State Audit Office of the Kingdom of Thailand (Headquarters). The objective is to study the Quality of Working Life of Personnel of State Audit Office of the Kingdom of Thailand (Headquarters). The factors of research included The compensation is sufficient and fair, Health and safety in the workplace, Developing the capacity of practitioners, Security and progress in work, The social values or collaboration, Democracy in agencies, The role while working with healthy balance, The benefits and social responsibility. That are classified by personal factors were including sex, age, marital status, education, personnel type, time to work, the average income per month, the average monthly expenditure, the average monthly deposits. The population used in this motivation research was personnel of State Audit Office of the Kingdom of Thailand (Headquarters). The samples used in this research amount of 325 peoples. The questionnaire was instrument of this research. Data was analyzed by using SPSS for Social Science Research. The statistics were frequency, percentage, minimum, maximum, mean and standard deviation.

The results found that 1) The personnel all respondents 325 people. Most are female 265 peoples representing 81.5%, are male 60 peoples representing 18.5%. Most aged under 30 years old 154 peoples representing 47.4% followed by the 31-35 years old 111 peoples representing 34.2%, 36-40 years old 46 peoples representing 14.2%, 41-45 years old 5 peoples representing 1.5%, and over 46 years old 9 peoples representing 2.8% respectively. Most are status singles 282 peoples representing 86.8% followed by marry 38 peoples representing 11.7%, and divorce 5 peoples representing 1.5% respectively. Most are bachelor degree level 187 peoples representing 57.5% followed by master's degree level 128 peoples representing 39.4%, below bachelor's degree level 9 peoples representing 2.8%, and postgraduate level 1 peoples

representing 0.3%, respectively. Most are civil servant 270 peoples representing 83.1% followed by permanent employee 23 peoples representing 7.1%, temporary workers 19 peoples representing 5.8%, and associate employee 13 peoples representing 4.0%, respectively. Most time to work 1-5 years 226 peoples representing 69.5% followed by 11-15 years 72 peoples representing 22.2%, 6-10 years 13 peoples representing 4.0%, under 1 year 10 peoples representing 3.1% and over 16 years 4 people representing 1.2%, respectively. Most the average income per month 15,001-30,000 baht 250 peoples representing 76.9% followed by 30,001-45,000 baht 66 peoples representing 20.3%, under 15,000 baht 5 peoples representing 1.5% and over 45,001 baht 4 peoples representing 1.2%, respectively. Most the average monthly expenditure 10,001-15,000 baht 104 peoples representing 32.0% followed by 5,000-10,000 baht 57 peoples representing 17.5%, 15,001-20,000 baht 48 peoples representing 28.3%, and over 20,001 baht 32 peoples representing 22.2%, respectively. Most the average monthly deposits 1,001-3,000 baht 204 peoples representing 62.8% followed by 3,001-6,000 baht 48 peoples representing 14.8%, under 1,000 baht representing 12.6%, over 6,001 baht 32 peoples representing 9.8%, respectively.

2) The opinions of quality of working Life of personnel of state audit office of the kingdom of Thailand (headquarters) overall moderate level. Considering each side, then that side is the moderate level Democracy in agencies, Health and safety in the workplace, Developing the capacity of practitioners, responsibility. Considering each side, then that side is the high level The benefits and social, the social values or collaboration, the role while working with healthy balance, Security and progress in work, responsibility.

บทนำ

เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดความต้องการบุคลากรด้านเทคโนโลยีผู้เชี่ยวชาญอย่างมาก มีการคาดการณ์กันว่าภายในปี 2564 ความเสียหายจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์ขององค์กรต่างๆ ทั่วโลกจะมีจำนวนสูงถึง 6 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ ดังนั้นความต้องการผู้เชี่ยวชาญด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และดิจิทัลจะสูงขึ้นเป็นอย่างมากในปี 2562 นอกจากนี้โอกาสอาชีพที่มาแรงสำหรับตลาดแรงงานยุคใหม่คือนักวิทยาศาสตร์ข้อมูล (Data Scientist) และผู้เชี่ยวชาญด้าน AI ซึ่งในช่วงสองสามปีที่ผ่านมาธนาคารทั่วโลกต่างลงทุนมหาศาลเพื่อจัดตั้งบริษัทร่วมทุน ศูนย์ความเป็นเลิศทางวิชาการและนวัตกรรม เพื่อผลิตบุคลากรเฉพาะด้านดังกล่าว อาชีพที่สามที่จะเป็นที่ต้องการเป็นอย่างมากในธุรกิจธนาคารยุคดิจิทัลคือผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาด้าน Automation ซึ่งจะเป็บุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการช่วยปรับเปลี่ยนธุรกิจสู่ระบบอัตโนมัติแบบ Automation ที่เป็นพื้นฐานสำคัญในการปรับองค์กรสู่ดิจิทัล ดังนั้น เราอาจจะได้เห็นสงครามการแย่งชิงตัวผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งการปรับเปลี่ยนนโยบายขนานใหญ่เพื่อเพิ่มผลตอบแทนและความก้าวหน้าในอาชีพเพื่อดึงดูดแรงงานในสาขาเหล่านี้ นอกจากนี้การอบรมพนักงานให้มีทัศนคติที่ให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นอันดับแรก (Customer Centricity) จะกลายเป็นหัวใจสำคัญที่จำเป็นต้องทำให้เป็น

ส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรอย่างแท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับฟังความเห็นและความต้องการจากลูกค้าแบบเรียลไทม์ (Real-time Feedback) ทั้งนี้พนักงานในยุคดิจิทัลจะถูกคาดหวังให้ต้องแสดงออกถึงการมองลูกค้าเป็นศูนย์กลางและแนวทางปฏิบัติที่ดีในการตลาดยุคใหม่

สรุป ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะทราบถึงความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์และสามารถแก้ไขข้อบกพร่อง โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่ได้รับจากงานวิจัยนี้ ไปวางแผนพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการต่อลูกค้าเพิ่มมากขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพทางสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ
2. พฤติกรรมลูกค้า ประกอบด้วย จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการในธนาคาร ประเภทการเข้าใช้บริการในธนาคาร ช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการในธนาคาร

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการรับรู้ ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านการเลือกใช้บริการ

ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

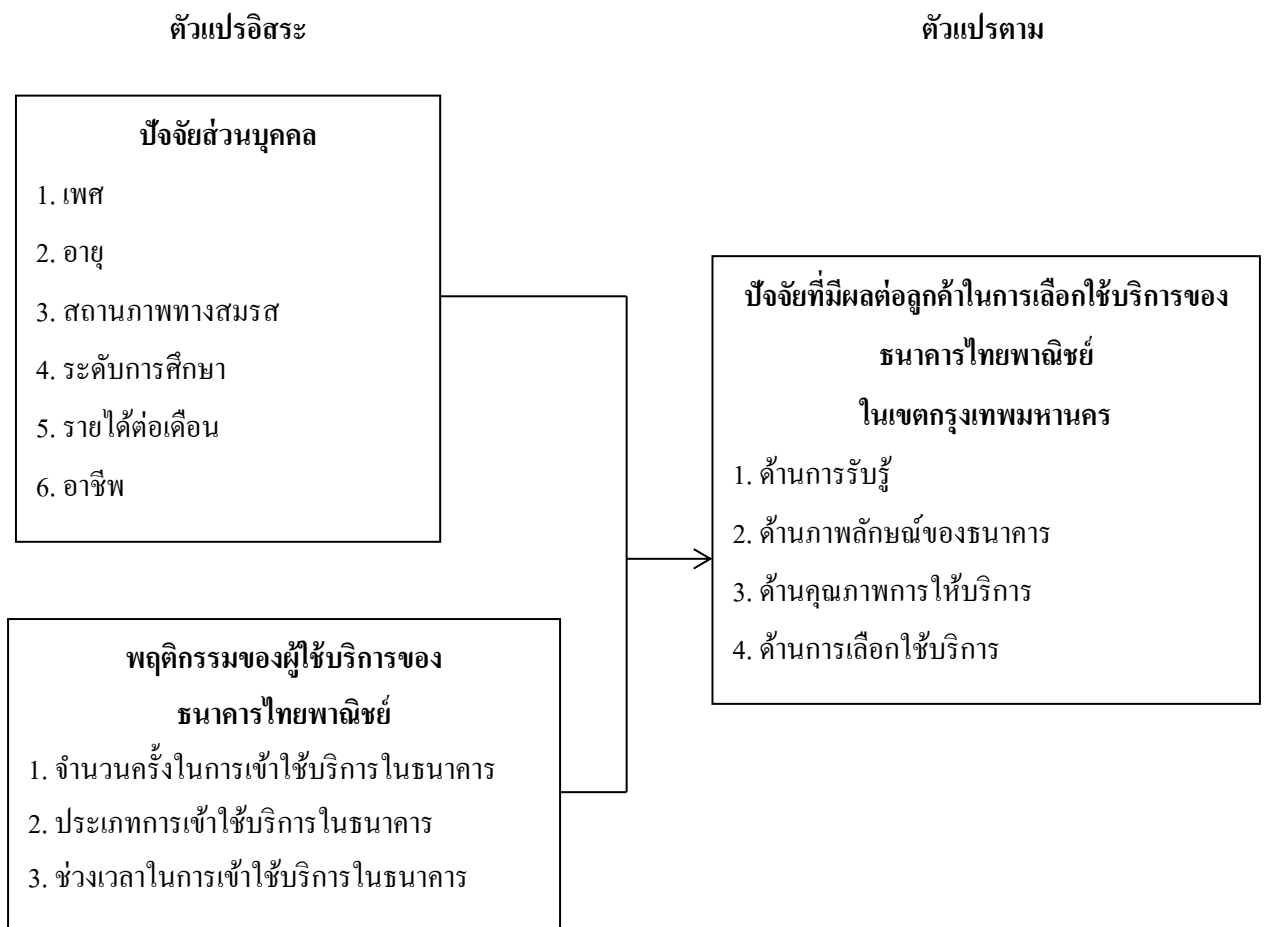
ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้จะทำการวิจัย ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม - มิถุนายน พ.ศ. 2563

ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร โดยเป็นประโยชน์โดยตรงแก่ธนาคารไทยพาณิชย์
2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการลูกค้า และยังทราบถึง ปัญหา และความไม่สะดวกในการใช้บริการ

กรอบแนวคิด



แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์

กรอนรูส (Gronroos, 1984) ได้เสนอแนวคิดไว้ว่า คุณภาพเชิงเทคนิค (technical quality) และคุณภาพเชิงหน้าที่ (functional quality) เป็นภาพแห่งมิติของคุณภาพที่ส่งผลกระทบต่อทั้งความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการ และคุณภาพการให้บริการจะมีมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับระดับของ

คุณภาพเชิงเทคนิค และคุณภาพเชิงหน้าที่นั่นเอง ทั้งนี้ กรอนรูส ได้กล่าวถึงเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการบริการว่าสามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้ตามหลัก 6 ประการ กล่าวคือ

1. การเป็นมืออาชีพและการมีทักษะของผู้ให้บริการ (professionalism and skill) เป็นการพิจารณาว่าผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้จากการเข้ารับบริการจากผู้ให้บริการที่มีความรู้และทักษะในงานบริการ ซึ่งสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีระบบและแบบแผน

2. ทักษะและพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (attitude and behavior) ผู้รับบริการจะเกิดความรู้สึกได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็นมิตร และดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน

3. การเข้าพบได้อย่างง่ายและมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ (accessibility and flexibility) ผู้รับบริการจะพิจารณาจากสถานที่ตั้งไว้ให้บริการ และเวลาที่ได้รับการจากผู้ให้บริการ รวมถึงระบบการบริการที่จัดเตรียมไว้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ

4. ความไว้วางใจและความเชื่อถือได้ (reliability and trustworthiness) ผู้รับบริการจะทำการพิจารณาหลังจากที่ได้รับบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งการให้บริการของผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติตามที่ได้รับตกลงกัน

5. การแก้ไขสถานการณ์ให้กับสู่ภาวะปกติ (recovery) พิจารณาจากการเกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ล่วงหน้าเกิดขึ้นหรือเกิดเหตุการณ์ที่ผิดปกติ และผู้ให้บริการสามารถแก้ไขสถานการณ์นั้นๆ ได้ทัน่วงทีด้วยวิธีการที่เหมาะสม ซึ่งทำให้สถานการณ์กลับสู่ภาวะปกติ

6. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (reputation and credibility) ผู้รับบริการจะเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ให้บริการจากการที่ผู้ให้บริการดำเนินกิจการด้วยดีมาตลอด

ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารไทยพาณิชย์

ธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นธนาคารที่ให้บริการทางการเงินครบวงจรชั้นนำของประเทศ นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย นอกเหนือจากบริการเงินรับฝากและ ธุรกิจเกี่ยวกับการให้สินเชื่อเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม ในส่วนของลูกค้าบุคคล ธนาคารให้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย สินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ บริการบัตรเครดิต บัตรเดบิต บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริการโอนเงินทั้งใน ประเทศและต่างประเทศ รวมถึงผลิตภัณฑ์เพื่อการลงทุนและ การประกันสำหรับลูกค้าธุรกิจ ธนาคารให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารเงินเพื่อธุรกิจ ผลิตภัณฑ์สินเชื่อการค้าต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์ บริหารเงิน ผลิตภัณฑ์ทางตลาดตราสารหนี้ และตลาดทุน บริการที่ปรึกษาทางการเงิน วาณิชธนกิจ รวมถึง บริการทางการเงินอื่น ๆ พร้อมด้วยเครือข่ายการให้บริการที่กว้างขวางและครอบคลุม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทัตทยา วงษ์ไพศาล (2557) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความสามารถในการบริหารจัดการความคิดเห็นลูกค้าและการเลือกใช้บริการ ของ ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ตลาดสี่มุมเมือง ภาคนครหลวง 9 วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นลูกค้าต่อการบริหารจัดการสาขาและความคิดเห็นในบริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ ตลาดสี่มุมเมือง ภาคนครหลวง 9 สมมติฐานงานวิจัยคือ การบริหารจัดการสาขาและการให้บริการสาขาที่ต่างกันระหว่างธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ตลาดสี่มุมเมือง ภาค นครหลวง 9 กับธนาคารอื่นๆ ในแง่การบริหารทั่วไป พนักงานผู้ให้บริการ สถานที่ในการให้บริการ และระบบการ ให้บริการอัตโนมัติต่างกันจะทำให้การเลือกใช้บริการต่างกัน

วิมลรัตน์ ดาวกลาง(2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารของรัฐในจังหวัดปทุมธานี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะด้านที่อยู่อาศัยของผู้ขอสินเชื่อในจังหวัดปทุมธานี และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารของรัฐในจังหวัดปทุมธานี โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ คนที่ทำงานในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 440 คน สถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา และ การถดถอยโลจิสติกส์

แก้วตา หุนนาลาและชัยฤกษ์ แก้วพรหมมาลัย (2562) ศึกษาเรื่อง วัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้าใหม่ และรักษากลุ่มลูกค้าเดิมให้ใช้บริการต่อไป

ณัฐพิมา พาหะ และ ดร.จรัชวรณ จันทรัตน์ (2561) ศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความต้องการส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของภาครัฐกับธนาคารออมสิน ในสังกัดเขตสุราษฎร์ธานี 2 เลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการกับธนาคารออมสิน ทั้งประเภทการกู้ใหม่ และการกู้เพิ่มเติม มีประชากรจำนวน 5,878 คน ในสังกัดเขตสุราษฎร์ธานี 2 ทั้ง 12 สาขา โดยการเก็บตัวอย่าง ซึ่งคำนวณตามวิธี ของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane) จำนวน 375 คน ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อหาค่าร้อยละ และหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติการวิเคราะห์ (Independent Sample t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) การใช้ (Regression Analysis) และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) จากการศึกษา พบว่า ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ด้านบุคลากร และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง การศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของภาครัฐกับธนาคารออมสิน ในสังกัดเขตสุราษฎร์ธานี 2 อยู่ในระดับมาก และข้อที่มี

ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ระยะเวลาในการผ่อนชำระที่ยาวนาน รองลงมาคือ การยกเว้นค่าธรรมเนียมในการให้บริการขอสินเชื่อ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อสวัสดิการของธนาคาร ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของภาครัฐกับธนาคารออมสิน ในสังกัดเขตสุราษฎร์ธานี 2 พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการ เรื่องวัตถุประสงค์ในการขอกู้สินเชื่อสวัสดิการ และวงเงินกู้ที่ได้ขอสินเชื่อ(ทั้งวงเงินเดิมและวงเงินใหม่) ที่แตกต่างกัน มีผลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของภาครัฐกับธนาคารออมสิน ในสังกัดเขตสุราษฎร์ธานี 2 อีกทั้งยังพบว่าความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำมาก กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของภาครัฐกับธนาคารออมสิน ในสังกัดเขตสุราษฎร์ธานี 2

วิธีดำเนินการวิจัย

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

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร แต่ด้วยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้ใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตร W.G. Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรที่กำหนดไว้ โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามที่เป็นกระดาษ และผ่านทางออนไลน์โดยใช้ Google Form
2. ตอบข้อซักถามบางประการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาจต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม
3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว เพื่อนำไปจัดทำและเตรียมสำหรับการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการประมวลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS Version 26.0)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์เพื่อการบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) วิเคราะห์สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) วิเคราะห์สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 และ เพศชาย จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 ส่วนใหญ่ มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ 21-30 ปี จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5, 41-50 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาคือสมรส จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 82.3 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2, ปริญญาโท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ 20,001-30,000 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3, 30,001-40,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8, 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และ 40,001-50,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 รองลงมาคือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0, ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3, นิสิต/นักศึกษา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 และพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 0 คน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 พฤติกรรมลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ ประเภทการเข้าใช้บริการ ช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการ จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ ลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครการเข้าใช้บริการ จำนวนครั้งน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคือ 1-5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 และมากกว่า 5 ครั้งต่อเดือนจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ประเภทการเข้าใช้บริการ ส่วนใหญ่ได้เข้าใช้บริการในธนาคารไทยพาณิชย์ โดยการฝาก/ถอน/โอน จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5รองลงมาคือบัตรเครดิต จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0,เปิดบัญชี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3,อื่น ๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และสินเชื่อกันต่าง ๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการ ส่วนใหญ่จะเข้ามาใช้บริการในธนาคารไทยพาณิชย์ ช่วงเวลา 12.31 - 14.30 น. จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือ 14.31 - 15.30 น. จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8, 10.31 - 12.30 น. จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5, 8.30 - 10.30 น. จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และอื่นๆ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านการเลือกใช้บริการ โดยผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยรวมอยู่ในระดับมาก (= 4.02) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านการเลือกใช้บริการ และ ด้านการรับรู้ $\bar{X}=4.07$, $\bar{X}=4.05$, $\bar{X}=3.99$, $\bar{X}=3.97$) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 และ เพศชาย จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 ส่วนใหญ่ มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ 21-30 ปี จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5, 41-50 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาคือสมรส จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 82.3 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2, ปริญญาโท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ 20,001-30,000 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3, 30,001-40,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8, 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และ 40,001-50,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 รองลงมาคือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0, ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3, นิสิต/นักศึกษา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 และ พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 0 คน

พฤติกรรมลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ศึกษาพฤติกรรมลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ ประเภทการเข้าใช้บริการ ช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการ

2.1 จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ ลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครการเข้าใช้บริการ จำนวนที่ครั้งน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคือ 1-5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 และมากกว่า 5 ครั้งต่อเดือนจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8

2.2 ประเภทการเข้าใช้บริการ ส่วนใหญ่ได้เข้าใช้บริการในธนาคารไทยพาณิชย์ โดยการฝาก/ถอน/โอน จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 รองลงมาคือบัตรเครดิต จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0, เปิดบัญชี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3, อื่น ๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และสินเชื่อต่าง ๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

2.3 ช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการ ส่วนใหญ่จะเข้ามาใช้บริการในธนาคารไทยพาณิชย์ ช่วงเวลา 12.31 - 14.30 น. จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือ 14.31 - 15.30 น. จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8, 10.31 - 12.30 น. จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5, 8.30 - 10.30 น. จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และอื่นๆ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านการเลือกใช้บริการ และ ด้านการรับรู้ ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1.ด้านการรับรู้

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ธนาคารไทยพาณิชย์มีจำนวนสาขามาก วางใจในการเลือกใช้บริการกับธนาคารไทยพาณิชย์ รับทราบการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ของธนาคารไทยพาณิชย์เป็นประจำ รับรู้การบริการที่ดีของธนาคารไทยพาณิชย์จากการบอกต่อกันมา ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทัดตยา วงษ์ไพศาล (2557) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความสามารถในการบริหารจัดการความคิดเห็นลูกค้าและการเลือกใช้บริการ ของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ตลาดสี่มุมเมือง ภาคนครหลวง 9

2.ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สามารถจดจำตราสัญลักษณ์ธนาคารไทยพาณิชย์ได้และมีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ สถาบันทางการเงินที่แข็งแกร่ง มีรูปแบบการบริการที่หลากหลาย มีพนักงานมีความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำเป็นผู้นำด้านบริการหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ต้องการให้บริการใหม่ๆ อื่นๆ จากธนาคาร ท่านจะคิดถึง ธนาคารไทยพาณิชย์ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด วิมลรัตน์ ดาวกลาง (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารของรัฐในจังหวัดปทุมธานี

3. ด้านคุณภาพการให้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ เครื่องมือและเทคโนโลยีในการทำธุรกรรมที่ทันสมัย ความเต็มใจในการช่วยเหลือจากพนักงาน การเอาใจใส่ดูแลจากพนักงาน การให้บริการทางด้านการทำธุรกรรมการเงินที่มีความน่าเชื่อถือ ให้บริการด้วยความสุภาพ เรียบร้อย และเป็นมิตร มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ ได้รับการบริการที่ง่ายและสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน บริการมีความรวดเร็วไม่ต้องรอกว้าน ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ การให้บริการที่มีมาตรฐานอย่างดีโดยสม่ำเสมอ ความเอื้ออาทรและมีน้ำใจจากพนักงาน มีความสามารถในการดำเนินการให้บริการด้วยความถูกต้องและแม่นยำ มีการให้บริการอย่างไม่เลือกปฏิบัติ ตามลำดับแนวคิด ซึ่งสอดคล้องกับ แก้วตา หุณนาลาและชัยฤกษ์ แก้วพรหมมาลัย (2562) ศึกษาเรื่องเลือกใช้บริการเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารทิสโก้จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4. ด้านการเลือกใช้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ การบริการที่สะดวกรวดเร็วมีผลต่อการตัดสินใจ ความเชื่อถือและความไว้วางใจได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ การให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์จากพนักงาน พิจารณาถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้บริการ ธนาคาร สภาพแวดล้อมของท่านมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ การให้บริการทางการเงินส่งผลให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการ โปรแกรม / แพคเกจการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิด ณิชูพิมา พาหะ และ ดร.จรัชวรรณ จันทร์รัตน์ (2561) ศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความต้องการส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของภาครัฐกับธนาคารออมสิน ในสังกัดเขตสุราษฎร์ธานี 2

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ด้านการรับรู้

โดยภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ธนาคารไทยพาณิชย์มีจำนวนสาขามากแต่อาจจะไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าควรเพิ่มจำนวนสาขาในเขตกรุงเทพมหานครให้มากขึ้นกว่าเดิม การที่ลูกค้าวางใจในการเลือกใช้บริการกับธนาคารไทยพาณิชย์ที่มีประสิทธิภาพทางธนาคารไทยพาณิชย์ก็ต้องเพิ่มศักยภาพให้มีประสิทธิภาพขึ้นไปอีกเพื่อที่จะได้รองรับลูกค้าได้ การรับทราบการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ของธนาคารไทยพาณิชย์ธนาคารจำเป็นต้องสร้างการรับรู้ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ของสื่อโซเชียลมีเดียเพิ่มมากขึ้น เพราะในปัจจุบันมีผู้รับบริการที่ไม่ได้บริโภคแต่สื่อทางการ โฆษณาทางช่องทางโทรทัศน์

เหมือนเดิม ดังนั้นทางธนาคารต้องเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในช่องทางโซเชียลมีเดียและในแอปพลิเคชันของธนาคารเสมอ

ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เป็นสถาบันทางการเงินที่แข็งแกร่ง ธนาคารไทยพาณิชย์ควรเพิ่มความเชื่อมั่นให้มากกว่านี้เพื่อประสิทธิผลกับองค์กรอย่างยิ่งในการครองใจลูกค้า มีรูปแบบการบริการที่หลากหลายก็จริงแต่การทำธุรกรรมบางอย่างมีความยุ่งยากมากเกินไป จึงควรลดขั้นตอนในการทำธุรกรรมเพื่อความสะดวกมากขึ้น การมีพนักงานมีความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำเป็นผู้นำด้านบริการหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ สิ่งควรทำคือต้องส่งพนักงานไปอบรมเมื่อผลิตภัณฑ์ใหม่เข้ามาจะได้เพิ่มความรู้ความสามารถให้กับพนักงาน เพราะลูกค้าให้การยอมรับ และยอมที่จะจ่ายแพงหากสินค้าและบริการนั้นเป็นสิ่งที่เขาพึงพอใจ

ด้านคุณภาพการให้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เครื่องมือและเทคโนโลยีในการทำธุรกรรมที่ทันสมัย ธนาคารไทยพาณิชย์ควรสร้างระบบให้มีความทันสมัยเสมอเพื่อเพิ่มความสำเร็จในอนาคตยิ่งขึ้น การให้บริการทางด้านการทำธุรกรรมการเงินที่มีความน่าเชื่อถือต้องทำให้ลูกค้ามีความเชื่อถือให้มากขึ้น การให้บริการด้วยความสุภาพเรียบร้อย และเป็นมิตรสิ่งนี้เป็นสิ่งควรทำอย่างยิ่งแก่ลูกค้าเพราะลูกค้าจะไว้วางใจในการมาใช้บริการ มีความรู้ความสามารถในการให้บริการและยังสามารถได้รับการบริการที่ง่ายและสะดวก บริการมีความรวดเร็วไม่ต้องรอคิวนาน จะต้องมีความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการให้มีมาตรฐานอย่างดีโดยสม่ำเสมอ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของผู้ลูกค้าและการเปลี่ยนแปลงในทุก ๆ วัน

ด้านการเลือกใช้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก การบริการที่สะดวกรวดเร็วมีผลต่อการตัดสินใจ ธนาคารไทยพาณิชย์ต้องมีการบริการที่สะดวกรวดเร็วให้มากขึ้นกว่าเดิม เพื่อจะเพิ่มความเชื่อถือและความไว้วางใจได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ การให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์จากพนักงาน พนักงานควรมีความรู้ความสามารถในผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้อย่างแม่นยำ การพิจารณาถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้บริการธนาคาร ธนาคารไทยพาณิชย์ต้องแจ้งสิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ เพื่อที่ลูกค้าจะได้รับข้อมูลที่ชัดเจน ตรงประเด็น และได้รับประโยชน์จากการรับบริการอย่างสูงสุด

บรรณานุกรม

พูนสิทธิ์ ว่องวิชชัย. การก้าวสู่โมเดลธุรกิจแพลตฟอร์ม. ค้นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2563 แหล่งที่มา
<https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/646607>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนประชากร 50 เขตในกรุงเทพมหานคร. ค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม
 2563, แหล่งที่มา <http://www.nso.go.th/sites/2014>

ธนาคารไทยพาณิชย์ (มหาชน) จำกัด. ข้อมูลธนาคาร. ค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2563, แหล่งที่มา
<https://www.scb.co.th/th/investor-relations/company-info.html>

ธนาคารไทยพาณิชย์ (มหาชน) จำกัด. วิสัยทัศน์ธนาคาร. ค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2563, แหล่งที่มา
<https://www.scb.co.th/th/about-us.html>

วาสนี เสถียรกาล (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). การค้นคว้า
 อิสระ ปรินญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ณัฐณี คุรุกิจวานิชย์ (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสิน
 ในเขตธนาคารออมสินภาค 3. การค้นคว้าอิสระ ปรินญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อภิญา ภัทรพรพิสิฐ (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) สาขา
 ถนนแสงชูโต จังหวัดกาญจนบุรี. การค้นคว้าอิสระ ปรินญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ปภาวี บุญกลาง(2560).ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและ
 สหกรณ์การเกษตร ภูมิศึกษา สาขาในเขตอำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา.การค้นคว้าอิสระ
 ปรินญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

ปิยะพล ศีกประเสริฐ(2557). ปัจจัยด้านบริการ คุณภาพบริการ และความจงรักภักดีลูกค้า ธนาคารทาง
 อินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน). การค้นคว้าอิสระ ปรินญามหาบัณฑิต,
 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิมลรัตน์ ดาวกลาง(2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารของรัฐในจังหวัด
 ปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระ ปรินญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต.

ทัตตยา วงษ์ไพศาล(2557). การศึกษาความสามารถในการบริหารจัดการความพึงพอใจลูกค้าและการเลือกใช้
 บริการ ของ ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ตลาดสี่มุมเมือง ภาคนครหลวง 9. การ
 ค้นคว้าอิสระ ปรินญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แก้วตา หุนนาลาและชัยฤกษ์ แก้วพรหมมาลัย (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพิจารณาเลือกใช้สินเชื่อ
 เพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. การ
 ค้นคว้าอิสระ ปรินญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณัฐพิณ ปาหมะ และ ดร.จรัชวรรณ จันทร์รัตน์ (2561). การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความต้องการ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตของภาครัฐกับ ธนาคารออมสิน ในสังกัดเขตสุราษฎร์ธานี. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย รังสิต.