

ความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขต
กรุงเทพมหานคร
SATISFACTION WITH SERVICE OF BUALUANG SECURITIES PUBLIC COMPANY LIMITED
OF PEOPLE IN BANGKOK

ชญานูช สุธรรม
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Chunyanood Sutam

E-mail : chunyanood@icloud.com

Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบ สมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว(One - Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมไม่ต่างกัน นอกจากนี้ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน)ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ , ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน)

ABSTRACT

This research the objectives are 1) To study the satisfaction of using the service of Bualuang Securities Public Company Limited of people in Bangkok 2) To study the satisfaction of using the Bualuang Securities Public Company Limited of people in Bangkok classified by personal factors 3) To study the quality of services that affect the satisfaction of the service of Bualuang Securities Public Company Limited of the population in Bangkok

The sample group used in this research is 400 people in Bangkok who use the service of Bualuang Securities Public Company Limited by using questionnaires as a tool to collect statistical data used in the analysis such as frequency, percentage, mean and The standard deviation, the hypothesis test, and the statistical test. One-Way ANOVA. If the differences are found, they will be compared in pairs by using LSD and Multiple Regression Analysis.

The hypothesis test found that people in Bangkok with different age, occupation, and monthly income had not affect to user's satisfaction of Bualuang Securities Public Company Limited in overall different. In addition, service quality factors, responding to customer, customer's confidence and understanding and knowing customers affect the satisfaction with the service of Bualuang Securities Public Company Limited of people in Bangkok.

Keywords : satisfaction , the service of Bualuang Securities Public Company Limited

บทนำ

บริษัทหลักทรัพย์หรือโบรกเกอร์ (Broker) คือ บริษัทที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจการเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ ที่ได้ผ่านการพิจารณาตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ และเป็น “บริษัทสมาชิก” ของตลาดหลักทรัพย์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทำให้สามารถส่งคำสั่งซื้อขายหลักทรัพย์เข้าสู่ระบบซื้อขายของตลาดหลักทรัพย์ได้โดยตรง โบรกเกอร์จึงไม่ใช่เป็นแค่คนกลางในการซื้อขายหลักทรัพย์ให้กับนักลงทุนเท่านั้น แต่โบรกเกอร์จะต้องรับผิดชอบต่อหน้าที่ความรับผิดชอบและบริการต่างๆ ให้แก่ลูกค้าทุกขั้นตอนอยู่ตลอดเวลา เริ่มตั้งแต่เปิดบัญชีจนกระทั่งถึงขั้นตอนสิ้นสุดของการชำระราคาและส่งมอบหลักทรัพย์รวมทั้งช่วยดูแลให้คำปรึกษาแนะนำหรือแก้ไขปัญหาให้กับนักลงทุน ซึ่งโบรกเกอร์แต่ละแห่งอาจให้บริการในลักษณะและรูปแบบที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับขนาดธุรกิจและความชำนาญของบริษัทจะเห็นว่าโดยรวมแล้วโบรกเกอร์เป็นคณดูแลเรื่องเงินๆ ทองๆ ของผู้ลงทุน ทั้งจ่ายเงินชำระค่าซื้อหุ้น นำหุ้นที่ซื้อมาส่งมอบแจ้งถึงสิทธิที่จะได้รับจากหุ้นที่ถืออยู่พวกเงินปันผลและการใช้สิทธิในฐานะผู้ถือหุ้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้ลงทุนที่จะเลือกคนที่ไว้ใจได้มาทำหน้าที่แทนโดยยึดถือผลประโยชน์ของผู้ลงทุนเป็นสำคัญซึ่งเรื่องนี้อาจไม่่ง่ายที่จะเลือก ดังนั้นนักลงทุนควรจะศึกษาข้อมูลและพิจารณาเลือกโบรกเกอร์ที่สามารถให้บริการตอบสนองความต้องการของผู้ลงทุนได้ดีที่สุดเมื่อตัดสินใจว่าจะลงทุนในตลาดหลักทรัพย์นักลงทุนจะมีส่วนเกี่ยวพันกับบริษัท

ที่เป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ในทันทีทั้งนี้เพราะกฎหมายได้ระบุไว้อย่างชัดเจนว่าผู้ลงทุนจะต้องซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านบริษัทนายหน้าเท่านั้นโดยบริษัทหลักทรัพย์เป็นนายหน้าหรือโบรกเกอร์จะทำหน้าที่เป็นคนกลางระหว่างผู้ลงทุนกับตลาดหลักทรัพย์ ฯ และให้บริการเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์แบบครบวงจรคือ ตั้งแต่ก่อนการซื้อขายไปจนถึงหลังการซื้อขาย โดยจะให้บริการเป็นที่ปรึกษาชี้แนะช่องทางและให้ข้อมูลที่มีประโยชน์เกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์รวมทั้งส่งสัญญาณเตือนต่างๆให้ผู้ลงทุนได้รับทราบที่สำคัญคือโบรกเกอร์จะเป็นผู้รับคำสั่งซื้อขายของผู้ลงทุนเพื่อส่งเข้าสู่ระบบการซื้อขายของตลาดหลักทรัพย์ ฯ และยืนยันผลเมื่อการซื้อขายจริงเกิดขึ้นรวมทั้งยังเป็นผู้ดูแลบัญชีข้อมูลและระเบียบปฏิบัติต่างๆแทนผู้ลงทุนในทุกๆ รายละเอียด อย่างไรก็ตามการตัดสินใจสุดท้ายเพื่อสั่งซื้อส่งขายหลักทรัพย์ย่อมอยู่ที่ตัวนักลงทุนเอง ซึ่งเป็นผู้ลงทุนเพราะนักลงทุนคือผู้ที่ต้องรับผลแห่งการตัดสินใจแต่เพียงผู้เดียวไม่ว่าผลการซื้อขายหลักทรัพย์นั้นจะนำมาซึ่งกำไรหรือขาดทุนโดยโบรกเกอร์จะไม่มีส่วนร่วมรับผิดชอบใดๆทั้งสิ้น (ยกเว้นกรณีที่เกิดจากการกระทำหรือละเว้นการกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อของบริษัทนายหน้าหรือพนักงานของบริษัทนายหน้านั้น)

จึงกล่าวได้ว่า โบรกเกอร์มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ดังนั้น ก่อนที่นักลงทุนจะตัดสินใจเลือกเป็นลูกค้าของบริษัทหลักทรัพย์หรือโบรกเกอร์รายใด ก็ควรที่จะพิจารณาคุณสมบัติต่างๆให้รอบคอบและรอบด้านเป็นอย่างดีเสียก่อน

ในปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจและการเงินมีความผันผวนมากทั้งในระดับโลกและระดับประเทศ แม้แต่ผู้ที่ทำงานอยู่ในสถาบันการเงินก็ติดตามภาวะเหล่านี้ไม่ค่อยทันบางครั้งก็งัดกับเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น ดังนั้นจึงไม่แปลกใจอะไรถ้านักลงทุนจำนวนมากจะสับสนและไม่เข้าใจความเปลี่ยนแปลงต่างๆทางการเงินด้วย สถาบันการเงินเป็นสถาบันที่มีบทบาทสูงในการดำเนินธุรกิจกล่าวคือมีส่วนสนับสนุนให้เกิดการลงทุนในธุรกิจประเภทต่างๆ ซึ่งส่งผลต่อสภาพความเป็นอยู่และมาตรฐานการครองชีพของประชาชนในประเทศ โดยให้บริการทางการเงินในรูปแบบต่างๆแก่ประชาชน ทั้งนี้ยังมีทั้งปัญหาด้านการแข่งขันทางธุรกิจกับคู่แข่งบริษัทหลักทรัพย์อื่นๆที่มีอีกหลายบริษัทในประเทศไทย บริษัทหลักทรัพย์บัวหลวงด้วยรากฐานที่มั่นคงมาเกือบสองทศวรรษจึงมุ่งมั่นที่จะเป็นบริษัทหลักทรัพย์ที่เป็นผู้นำในด้านการบริการและมั่นคงในการเป็นที่ปรึกษาทางด้านการซื้อขายหลักทรัพย์ที่ประชาชนในทุกภูมิภาคไว้วางใจในบริการที่เป็นเลิศด้วยเครือข่ายครอบคลุมหลายจังหวัดทั่วประเทศไม่ว่าจะอยู่ตรงไหนของประเทศก็พร้อมที่จะให้บริการนักลงทุนทุกระดับ ทั้งลูกค้าบุคคล ลูกค้าองค์กร ลูกค้าสถาบันลูกค้าภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจและลูกค้าธุรกิจทุกขนาดไม่เพียงแต่ประวัติศาสตร์ในการดำเนินงานที่ภาคภูมิใจเท่านั้น บริษัทหลักทรัพย์บัวหลวงยังพร้อมที่จะให้ผลตอบแทนที่ดีที่สุดแก่นักลงทุนเป็นหลัก จึงให้ความสำคัญกับการจัดคอร์สอบรมสัมมนาและกิจกรรมที่ให้ความรู้กับนักลงทุนอย่างเข้มข้นสำหรับนักลงทุนมือใหม่และมีอาชีพอย่างต่อเนื่อง ด้วยหลักสูตรการเรียนรู้อย่างเป็นระบบครบทุกขั้นตอนของการลงทุน ให้บริการครบทุกผลิตภัณฑ์ทางการเงินด้วยนวัตกรรมทางการเงินอันทันสมัยเพื่อตอบสนองทุกความต้องการอย่างมืออาชีพจากความทุ่มเทของทีมงานหลักทรัพย์บัวหลวง รวมทั้งจุดเด่นของการบริการที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากงานบริการลูกค้าคือหัวใจสำคัญในการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจเพื่อครองใจลูกค้าในปัจจุบัน ดังนั้นการปรับปรุงคุณภาพการบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ได้พยายามปรับปรุงคุณภาพและบริการของบริษัทเพื่อให้ลูกค้าที่เลือกรับบริการเกิดความประทับใจทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาค่านายหน้า ด้านผู้ให้บริการ ด้าน

สภาพแวดล้อมการให้บริการและด้านกระบวนการให้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ยังเล็งเห็นความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายทั้งรูปแบบของการบริการ รูปแบบการให้คำปรึกษาด้านการซื้อขายหลักทรัพย์ที่แตกต่างจากบริษัทคู่แข่ง ตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลเช่น อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเมื่อใช้บริการที่อาจส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า ดังนั้นบริษัทหลักทรัพย์บัวหลวงจึงได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้าและการปฏิบัติงานภายใน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีแนวคิดในการวิจัยคือ ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน)ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อแสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่จำแนกตามปัจจัยต่างๆ มีความแตกต่างกันหรือไม่ และปัจจัยด้านใดบ้างที่ส่งผลให้ผู้ใช้บริการในยุคปัจจุบันของเขตกรุงเทพมหานครเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการทางการเงิน การลงทุนกับ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) รวมถึงสามารถรับรู้ได้ว่าผู้ให้บริการแต่ละคนมีความต้องการอย่างไร โดยข้อมูลที่ได้หลังจากการศึกษาครั้งนี้วิจัยจะเป็นโอกาสเพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำเอาข้อมูลงานวิจัยไปใช้ต่อยอดทางเชิงธุรกิจ และเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงระบบ เสริมสร้างแผนงานทางการตลาดและแผนการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เพื่อให้องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ตรงจุด เกิดความเข้าใจและมั่นใจในการเลือกซื้อขายหลักทรัพย์ผ่าน บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) มากยิ่งขึ้น แล้วส่งผลให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

3.1. ขอบเขตของประชากร ทำการศึกษาผู้ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวง และมีจำนวนประชากรมากที่สุดของประเทศไทย เป็นศูนย์กลางทางการคมนาคมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีความหลากหลายทางความคิด มีโอกาสและอำนาจในการเลือกใช้บริการเพื่อการเก็งกำไร จึงเป็นประชากรที่เหมาะสมที่จะเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน)

3.2. ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ที่แน่นอน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจึงต้องกำหนดโดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ซึ่งทางผู้วิจัยได้ กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่ 0.05 จึงทำให้มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และจากการเปิดตารางที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้มีจำนวน 400 ตัวอย่าง

3.3. ขอบเขตของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

3.4. ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นในการศึกษา เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยต่างๆ รวมถึงเพื่อศึกษาค้นคว้าปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ

3.5. ขอบเขตระยะเวลาในการศึกษา ระหว่างเดือน กันยายน 2562 - ตุลาคม 2562

สมมติฐานการวิจัย

1. ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มี อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน น่าจะทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ต่างกัน

2. ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการเช่น ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า การเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อให้ทราบถึงเรื่อง ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลเช่น อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกัน
3. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

กชกร เป้าสุวรรณ และคณะ(2550) ได้กล่าวถึง ความหมายของความพึงพอใจว่า สิ่งที่เราควรจะเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีประสบการณ์ที่มนุษย์เราได้รับ อาจจะมีมากหรือน้อยก็ได้ และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่เมื่อได้สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะเกิดความรู้สึกบวกเป็นความรู้สึกที่พึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกผิดหวัง ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

กาญจนา อรุณสุขรุจี(2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคลจึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

จักรจิตร คงคาร์ตัน(2555) กล่าวว่าไว้ว่า อายุ ถือได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ในเรื่องความคิด และพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเห็นเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ใจร้อน และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่มียุ่่มากในขณะที่คนที่มียุ่่มากจะมีความคิดอนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติระมัดระวังและมองโลกในแง่ร้ายมากกว่าคนที่มียุ่่น้อย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์(2538) กล่าวว่า การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลเป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมายในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิภาพต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ

Gronroos (1984) ได้เสนอแนวความคิดว่าคุณภาพเทคนิค (Technical quality) และคุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional quality) เป็นภาพแห่งมิติของคุณภาพที่ส่งผลกระทบต่อทั้งความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการและคุณภาพการให้บริการจะมีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับระดับของคุณภาพเชิงเทคนิค และคุณภาพเชิงหน้าที่นั่นเอง ทั้งนี้ กรอนรูส ได้กล่าวถึงเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการบริการว่าสามารถสร้างให้เกิดขึ้นตามหลัก 6 ประการ ดังต่อไปนี้

1.) การเป็นมืออาชีพและการมีทักษะของผู้ให้บริการ เป็นการพิจารณาว่าผู้รับบริการ รับรู้ได้จากการเข้ารับบริการจากผู้ให้บริการที่มีความรู้และทักษะในงานบริการ ซึ่งสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีระบบและแบบแผน

2.) ทศนคติและพฤติกรรมของผู้ให้บริการ ผู้รับบริการจะเกิดความรู้สึกได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็นมิตรและดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน

3.) การเข้าพบได้อย่างง่ายและมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ ผู้รับบริการจะพิจารณา จากสถานที่ตั้งไว้ให้บริการ และเวลาที่ได้รับบริการจากผู้ให้บริการ รวมถึงระบบการบริการที่จัดเตรียมไว้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ

4.) ความไว้วางใจและความเชื่อถือไป ผู้รับบริการจะทำการพิจารณาหลังจากที่ได้รับ บริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งการให้บริการของผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติตามที่ได้รับการตกลงกัน

5.) การแก้ไขสถานการณ์ให้กับสู่ภาวะปกติ พิจารณาจากการเกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้ คาดการณ์ล่วงหน้าเกิดขึ้นหรือเกิดเหตุการณ์ที่ผิดปกติ และผู้ให้บริการสามารถแก้ไขสถานการณ์นั้นๆ ได้ทันท่วงทีด้วยวิธีการที่เหมาะสม ซึ่งทำให้สถานการณ์กลับสู่ภาวะปกติ

6.) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ผู้รับบริการจะเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ให้บริการจากการที่ผู้ให้บริการดำเนินกิจการด้วยดีมาตลอด

Lovelock (1996) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการว่าเป็นการวินิจฉัยของผู้รับบริการเกี่ยวกับความสามารถในการเติมเต็มงานการให้บริการของหน่วยงานที่ให้บริการ บริการเช่นว่านี้ ไวท์และเอเบล เสนอแนวคิดว่าแตกต่างไปจากสินค้า กล่าวคือ สินค้าเป็นสิ่งที่ จับต้องได้ มีความคงทนสูง และโดยทั่วไปผลิตขึ้นภายใต้และผลิตเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน ที่แน่นอนอันหนึ่ง ในขณะที่บริการ เป็นเรื่องที่มีความผันแปรมากกว่าสินค้าแม้จะมีลักษณะที่ตอบสนองผู้บริโภคเช่นเดียวกับสินค้าก็ตามและโดยทั่วไปแล้วบริการมีคุณลักษณะสำคัญที่จับต้องไม่ได้ มีความหลากหลายและไม่สามารถแบ่งแยกได้จากการผลิตและการบริโภค

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด

ธงชัย สันติวงษ์(2540) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดว่า หมายถึง การผสมที่เข้ากันได้อย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายและระบบการจัดจำหน่ายซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มนักลงทุนที่ต้องการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ(2547) ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ธุรกิจต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการของตน ประกอบด้วยส่วนประกอบหลัก 4 ประการหรือ4P's

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใด ๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross sectional studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติสำเร็จรูป

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ซึ่งถือได้ว่าจำนวนประชากรทั้งหมดมีขนาดใหญ่มาก อีกทั้งผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนของผู้ที่ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ได้ ทำให้การวิจัยในครั้งนี้จะกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกใช้สูตรการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Yamane โดยได้กำหนดกลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน ∞ คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พร้อมทั้งยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ 5% หรือ 0.05 ซึ่งการวิจัยนี้เป็นวิธีวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามออนไลน์ทั้งแบบปลายปิดและปลายเปิด โดยในส่วนของแบบสอบถามปลายปิดผู้วิจัยมีตัวเลือกคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบเพียงข้อเดียว ส่วนแบบสอบถามปลายเปิดเป็นคำถามที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบสามารถตอบและให้ข้อเสนอแนะได้อย่างเต็มที่ โดยแบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 3 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงแค่ 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้ามีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 25 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่าความคิดเห็น 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 25 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่าความพึงพอใจ 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการให้บริการ เป็นคำถามที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ เพื่อให้ทราบความคิดเห็น ความรู้สึกของผู้ตอบอย่างชัดเจน ซึ่งคาดว่าจะได้คำตอบที่แน่นอน สมบูรณ์ ตรงกับสภาพความเป็นจริงได้มากกว่าคำตอบที่จำกัดวงให้ตอบ เพื่อให้ผู้วิจัยจะได้นำข้อคิดเห็นที่ได้นี้มาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการขององค์กรต่อไป โดยมีจำนวนข้อคำถามจำนวน 1 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1.) สถิติเชิงพรรณนา ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1.) ใช้ค่าร้อยละ และค่าความถี่กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม คือ ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านอายุ ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2.) ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ คือ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า และ ความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

2.) สถิติเชิงอนุมาน ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1.) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) และหากพบความแตกต่างจะทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยสถิติ LSD

2.2.) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จะใช้สถิติการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้

ว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมไม่ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

3.1.) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2.) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด

1.1.) ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด โดยประชากรในเขตกรุงเทพมหานครส่วนมาก เชื่อว่า บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) มีผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่หลากหลายให้เลือกลงทุนจริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เหมือนดาว วาสุเทพ รังสรรค์ (2559) ได้กล่าวถึง กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategy) ไว้ว่า ผลิตภัณฑ์ คือสิ่งที่เสนอให้กับตลาด เพื่อให้เกิดความสนใจ เกิดความอยากได้ เกิดความต้องการใช้ที่สามารถจะตอบสนองความต้องการได้ หรือความจำเป็นต่อประชาชนซึ่งการตัดสินใจซื้อเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของประชาชน

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากร ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1) ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าการที่ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างก็ไม่ได้ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ต่างกัน โดยที่อายุต่างกันไม่ได้บ่งชี้ถึงความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ที่ต่างกัน อาจเนื่องจากช่วงอายุที่ต่างกันไม่ได้สะท้อนถึงวัยของผู้ใช้บริการที่มีความต้องการ ความคิด ประสบการณ์ ความสนใจ และความชอบต่อรูปแบบการบริการที่เหมือนกัน ไม่ว่าจะช่วงอายุไหนก็มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่คล้ายเคียงกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ ญัฐสุดา นิลดา (2560) กล่าวไว้ว่า อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคมีความแตกต่างทางความคิดและพฤติกรรม ซึ่งผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท แต่ละชนิดจะตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน

2.2) ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การที่ประชากรในเขต กรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน ไม่ได้ทำให้มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ต่างกัน โดยที่อาชีพต่างกัน ไม่สามารถบ่งชี้ถึงความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ที่ต่างกัน อาจเนื่องจากอาชีพที่ต่างกัน ไม่ได้ทำให้ความคิด ประสบการณ์ รูปแบบการดำรงชีวิต สังคม ความสนใจ ค่านิยม ทักษะ ทักษะ ความต้องการ และความชอบต่อ รูปแบบการบริการต่าง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ชรี แก้วโชติรุ่ง (2551) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของ ผู้รับบริการในการดำเนินการให้บริการด้านทะเบียนและบัตรด้วยระบบ คอมพิวเตอร์ออนไลน์ของ สำนักงานทะเบียน อำเภอ จังหวัดยะลา พบว่า ปัจจัยทั่วไปใน เรื่องของ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และสถานภาพในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในภาพรวม

2.3) ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การที่ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ไม่ได้ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ต่างกัน โดยที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ไม่สามารถบ่งชี้ถึงความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ที่ต่างกันได้ อาจเพราะว่า ประชากรมองเห็นถึงความสำคัญในการเลือกลงทุนเพื่อสร้างโอกาส และมองเห็นถึงโอกาสในการทำกำไรจาก การลงทุนได้ดีกว่าการฝากเงินกับธนาคาร ทั้งยังทราบถึงค่าธรรมเนียมการซื้อขายหลักทรัพย์หรือ ค่าธรรมเนียมการจัดการอบรมด้านการลงทุนอย่างถ่องแท้ จึงคิดว่าเงินที่ต้องจ่ายไปก็คุ้มค่างกับผลตอบแทนที่จะได้รับ ถึงแม้ว่าจะมีรายได้น้อยแต่ก็ยอมจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งผลตอบแทนที่คุ้มค่า

3. ศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัว หลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1.) ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ของบริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) เป็นไปแนวทางเดียวกัน อาจ เนื่องจาก บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) มีรูปแบบการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน มีความเป็นรูปธรรมให้ผู้ให้บริการซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552) กล่าวไว้ว่า สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) หมายถึง องค์ประกอบ ทางด้านกายภาพที่ประกอบขึ้นมาในการให้บริการต่าง ๆ ได้แก่ อาคารของธุรกิจ เครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เคาน์เตอร์ให้บริการ ที่นั่งพักคอย แก้วน้ำ หนังสือพิมพ์ แบบฟอร์มต่าง ๆ รวมทั้ง การแต่งกายของพนักงาน

3.2) ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ไม่มีผลต่อ ความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ความน่าเชื่อถือ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน)

ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจในการใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ เป็นไปแนวทางเดียวกัน อาจเนื่องจาก บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) มีพนักงานที่มีทักษะความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์ในด้านการเป็นที่ปรึกษาการลงทุนในด้านหลักทรัพย์เป็นอย่างดี มีโปรแกรมการซื้อขายหลักทรัพย์ที่เป็นไปตามมาตรฐานต้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ กรรณรัตน์ วิทยากิตติพงษ์ (2551) การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการ ให้บริการของธนาคารออมสินที่สรุปว่าความน่าเชื่อมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

3.3) ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ในระดับมากที่สุด ในเรื่องพนักงานที่มีความยินดีและเต็มใจให้คำแนะนำปรึกษาเรื่องการลงทุน หรือแก้ไขปัญหาอื่นๆแก่ทันได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ถนัด วันมณี (2553) การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ว่าการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

3.4) ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ในระดับมากที่สุด ในเรื่องของพนักงานมีความรู้ความสามารถ มีความชำนาญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Ziethaml, Parasuraman & Berry (2003) ที่กล่าวว่า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าและมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี

3.5.) ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ในระดับมากที่สุด ในเรื่องของพนักงานมีความเอาใจใส่ต่อลูกค้าแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกันซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อุไรวรรณ จันท์เจริญวงศ์ (2555) ในงานวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่ว่าการเข้าใจและรู้จักลูกค้า การเอาใจใส่ลูกค้าส่งผลต่อความพึงพอใจของการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อใช้ให้เป็นประโยชน์และเป็น แนวทางสำหรับ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ดังต่อไปนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล

1.) ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน ไม่ทำให้ ความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมต่างกัน ดังนั้นนักการตลาด บริษัท องค์กร ก็ไม่ควรเน้นหรือให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยด้านอายุของผู้ใช้บริการเพราะไม่ว่าผู้ให้บริการจะอยู่ในช่วงอายุไหนก็มีความต้องการหรือความพึงพอใจที่จะใช้บริการทางการเงินไม่ต่างกัน

2.) ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลด้านอาชีพ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมต่างกัน ดังนั้นนักการตลาด บริษัท องค์กร จึงไม่ควรให้ความสำคัญมากนักเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยด้านอาชีพของผู้ใช้บริการจากผลวิจัยประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ถึงแม้จะมีอาชีพต่างกันหลากหลายแต่ก็มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่ไม่ต่างกัน อาจเพราะผู้ให้บริการได้มองเห็นถึงความสำคัญในการลงทุนมากกว่ารูปแบบการบริการทั่วไป

3.) ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมต่างกัน ดังนั้นนักการตลาด บริษัท องค์กร ก็ไม่ควรให้ความสำคัญมากนัก เกี่ยวกับเรื่องปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการ อาจเพราะผู้ให้บริการมองเห็นถึงและมุ่งหวังผลตอบแทนจากการลงทุนที่คุ้มค่ามากกว่าการฝากเงิน ยอมรับความเสี่ยงจากการลงทุนได้ หรือกล้าได้กล้าเสีย และในปัจจุบันประชากรอาจมีเป้าหมาย ค่านิยม ทศนคติที่คล้ายกัน สะท้อนถึง รูปแบบการดำรงชีวิต สังคม ประสบการณ์ ความสนใจ ความชอบ และความคิดต่อรูปแบบการบริการที่เหมือนกัน

2. ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ

1.) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นนักการตลาด บริษัท องค์กร จึงควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ควรมีออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการเงินและพัฒนากระบวนการให้บริการเพื่อสามารถตอบสนองผู้ใช้บริการได้ตามความต้องการที่หลากหลาย เช่น องค์กรมีการจัดอบรมให้พนักงานมีความรู้พร้อมให้คำแนะนำปรึกษาเรื่องการลงทุน หรือแก้ไขปัญหาอื่นๆแก่ทันได้อย่างรวดเร็ว บริหารให้มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างทั่วถึง และรวดเร็ว

2.) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นนักการตลาด บริษัท องค์กร จึงควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการเพื่อสามารถตอบสนองผู้ใช้บริการได้ตามความต้องการ

ที่หลากหลาย เช่นพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ความสามารถ มีความชำนาญ และ ความรอบคอบในการทำงาน

3.) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นนักการตลาด บริษัท องค์กร จึงควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการเพื่อสามารถตอบสนองผู้ใช้บริการได้ตามความต้องการที่หลากหลาย เช่นจัดอบรมให้พนักงานสามารถเข้าใจความต้องการของท่านและ ให้บริการที่ดีได้อย่างถูกต้องเป็นที่น่าพอใจ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

- 1.) ควรมีการศึกษาตัวแปรในปัจจัยอื่นๆ เพิ่มขึ้นด้วย ที่อาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ บริษัท หลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น ปัจจัยด้านทัศนคติ และปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการ เป็นต้น และนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาการบริการทางการเงินให้ตรงความต้องการของลูกค้าต่อไป
- 2.) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัท หลักทรัพย์ บัวหลวงจำกัด ควรพิจารณาเพิ่มเติมการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการเก็บข้อมูลเพิ่มเติม เช่น การสนทนากลุ่ม (Focus Group) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ควบคู่ไปกับการกระจายแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้บริษัทหลักทรัพย์ใช้ปรับปรุง และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริงและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- 3.) การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะประชากรในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตในการศึกษาให้กว้าง และครอบคลุม ยิ่งขึ้น เช่น สํารวจในเขตปริมณฑลต่างจังหวัด หรือภูมิภาค เพื่อให้ทราบความคิดเห็น ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่

บรรณานุกรม

- กรรณรัตน์ วิทยากิตติพงษ์.(2551).ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการ ให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา
ในสังกัดเขตนนทบุรี.การค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจ,มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ.(2552).ปัจจัยทางการบริหารวิชาการและคุณภาพของฝ่ายสนับสนุนที่ส่งผลต่อความ
จงรักภักดีของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ.การค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ณัฐสุดา นิลดา.(2560). กระบวนการตัดสินใจบริโภคน้ำมะพร้าวสำเร็จรูปพร้อมดื่มของ ประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณัด วันมณี .(2553).ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
การเกษตรสาขาสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่.การค้นคว้าอิสระ บัณฑิตวิทยาลัย , มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เพ็ชรี แก้วโชติรุ่ง.(2551).ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการในการดำเนินการ
ให้บริการด้านทะเบียนและบัตรด้วยระบบคอมพิวเตอร์ออนไลน์ ของทะเบียน อำเภอเมือง จังหวัด
ยะลา.วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- อุไรวรรณ จันท์เจริญวงศ์.(2555).คุณภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.
การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะพาณิชยศาสตร์
และการบัญชี,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ .
- Zeithaml and Bitner.(2003).คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS
ในกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.