

ปัจจัยที่มีส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขต กรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19

FACTORS AFFECTING SATISFACTION OF KASIKORN BANK IN BANGKOK WITH THE SITUATION OF COVID -19 OUTBREAK

เนตรนภา เหลืองอ่อน natenapa062@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะของประชากร 3) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนาได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบใช้สถิติการทดสอบ t-test ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD และใช้สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยลักษณะประชากรกลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ อายุ และอาชีพ ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 ไม่ต่างกัน และปัจจัยลักษณะประชากรกลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มี ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่างกันทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 ต่างกัน ส่วนปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19

คำสำคัญ : ธนาคารกสิกรไทย ,คุณภาพการให้บริการ,ความพึงพอใจ

ABSTRACT

The purpose of this research was to 1) to study factors affecting the satisfaction of using Kasikorn Bank in Bangkok of COVID – 19 outbreak 2) to study the satisfaction of Kasikorn Bank in Bangkok of COVID - 19 outbreak classified by factors of population characteristics 3) to study the service quality factors That affects the satisfaction of users of Kasikorn Bank in Bangkok of COVID - 19 outbreak, the sample in this study were population in Bangkok. That used Kasikorn Bank 400 persons by using questionnaires as a tool for data collection The statistics used in the descriptive analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation. The standardized test is used for comparison. The t-test is used to test the hypothesis by using the One-way ANOVA. If the differences are found, they will be compared in pairs. By means of LSD and multiple regression

The hypothesis test found that The demographic factors of Kasikorn Bank users in Bangkok that have different gender, age and occupation make the satisfaction in using Kasikorn Bank in Bangkok. of COVID - 19 outbreak, there was no difference and the characteristics of the population of Kasikorn Bank Public Company Limited in Bangkok with educational level. And the average incomes make the satisfaction of using Kasikorn Bank in Bangkok During the outbreak of COVID - 19 outbreak, the difference in the quality of services Reliability In providing customers with confidence In understanding and sympathizing to clients Affecting the satisfaction of using Kasikorn Bank in Bangkok During the spread of COVID-19 outbreak

Keywords : Kasikorn Bank ,Service Quality , Satisfaction

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถาบันการเงินมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการเงินของประเทศ โดยทำหน้าที่ระดม และจัดสรรเงินทุนแก่ภาคเศรษฐกิจจริง การรับฝาก บริการถอนเงิน การรับชำระค่าสินค้าและบริการ การ โอนเงิน การให้สินเชื่อ การซื้อขายตัวแลกเปลี่ยน การซื้อขายเงินตราต่างประเทศ และด้านอื่นๆ ข้อมูล : (ธนาคารแห่งประเทศไทย 2563) ปัจจุบันในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค Covid-19 ที่ส่อเค้า รุนแรงและกระจายเป็นวงกว้างมากขึ้นทั่วโลก ยังเป็นเหตุการณ์ที่ไม่นิ่งซึ่งทำให้การประเมินผลกระทบต่อ ภาพรวมเศรษฐกิจมีความซับซ้อนตามไปด้วย ธนาคารพาณิชย์ไทย สถานการณ์การชะลอตัวลงแรงของ เศรษฐกิจ โดยเฉพาะในช่วงครึ่งปีแรก จะส่งผลกระทบต่อรายได้ ทั้งรายได้จากดอกเบี้ยและรายได้ ค่าธรรมเนียม โดยเฉพาะรายได้ดอกเบี้ยหลักจากเงินให้สินเชื่อที่จะเผชิญทั้งผลกระทบจากการปรับลดอัตรา ดอกเบี้ยเพิ่มเติม และสินเชื่อที่ศูนย์วิจัยกสิกรไทยปรับลดประมาณการของอัตราการเติบโตลงมาที่ระดับไม่ เกิน 1% ในปี 2563 (เดิมมองกรอบล่างไว้ที่ 3.0%) เทียบกับ 2.2% ณ สิ้นปี 2562 ขณะที่ ค่าใช้จ่ายในการตั้ง สำรองหนี้คือคุณภาพอาจเพิ่มขึ้นตามทิศทาง เอ็นพีแอล ที่มีโอกาสขยับขึ้นจาก 2.98% เมื่อสิ้นปี 2562 โดย ต้องรอดูสถานการณ์และตัวเลขไตรมาสแรกที่จะออกมาภายใต้มาตรฐานบัญชีใหม่ด้วยเพื่อประเมินทิศทางที่ ชัดเจนอีกครั้ง โจทย์สำคัญกว่าของธนาคารพาณิชย์ไทย ณ ขณะนี้ คือการช่วยเหลือลูกค้าผ่านมาตรการต่าง ๆ ที่ร่วมมือกับทางการ เพื่อให้ลูกค้าผ่านพ้นช่วงยากลำบากนี้ไปก่อน ขณะที่ผลกระทบต่อผลประกอบการในปี นี้ เป็นสิ่งที่นักลงทุนรับรู้ไประดับหนึ่งแล้ว และเป็นทิศทางที่สอดคล้องกับสถาบันการเงินทั่วโลก (ศูนย์วิจัย ธนาคารกสิกรไทย 2563)

ถือได้ว่าความสำเร็จของธนาคารนั้น ตั้งอยู่บนความพึงพอใจของลูกค้า ธนาคารจึงต้องสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า โดยยึดหลักความซื่อสัตย์สุจริต การรักษารายชื่อบริษัท และความเชื่อถือซึ่งกันและ กัน เราตระหนักดีว่าลูกค้าแต่ละคนมีความต้องการและความคาดหวังแตกต่างกัน ธนาคารต้องสนองความ ต้องการของลูกค้าที่หลากหลายด้วยการมุ่งมั่นพัฒนาการให้บริการของธนาคารให้เข้าสู่ระดับสากลอย่าง ต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าอย่างที่สุด และด้วยความสัมพันธ์ที่เอื้อ ประโยชน์ร่วมกันในระยะยาวเราจะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับฐานะทางการเงินและความต้องการของลูกค้า เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม ข้อมูล : (ธนาคารกสิกร ไทย 2563)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในช่วงการแพร่ระบาดของโรค Covid-19 ของผู้ที่มาใช้บริการธนาคาร เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความ พึงพอใจในการใช้

บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์เพื่อประกอบการตัดสินใจ รวมถึงใช้ในการปรับเปลี่ยน ปรับปรุง และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของธนาคารและผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการให้บริการ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ที่สอดคล้องกับความความพึงพอใจและต้องการของลูกค้าในปัจจุบันให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะของประชากร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19

ขอบเขตของงานวิจัย

3.1. ขอบเขตของประชากร

ขอบเขตการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2. ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนประชากรผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครที่แน่นอน ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของYamane (1973) ผู้วิจัยจึงได้ทำการกำหนดค่าความคาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และจากการปิดตาราง Yamane พบว่าจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ได้นำไปใช้วิจัยมีจำนวน 400 คน

3.3. ขอบเขตของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้จะใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลการวิจัย คือ แบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19

3.4. ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยคุณภาพการให้บริการ

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19

3.5. ขอบเขตระยะเวลาการดำเนินการศึกษาวิจัยเริ่มตั้งแต่เดือน เมษายน พ.ศ.2563 ถึงเดือน พฤษภาคม พ.ศ.2563

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้วิจัยได้กำหนดความหมายของตัวแปรแต่ละตัวเพื่อใช้ในการศึกษาดังต่อไปนี้

ธนาคาร หมายถึง สถาบันทางการที่มีขึ้นเพื่อไว้ให้บริการแก่ประชาชนผู้ใช้บริการในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงิน

เจ้าหน้าที่ธนาคาร หมายถึง ผู้ให้บริการ ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือในด้านต่างๆ แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ธนาคาร

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่มาใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงิน ฝากเงิน ถอนเงิน ชำระค่าสินค้า/สาธารณูปโภค สินเชื่อ กองทุน ประกันชีวิต และด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางธนาคาร

1. **ปัจจัยคุณภาพในการให้บริการ** หมายถึง สิ่งที่ไม่เป็นตัวตน ไม่สามารถจับต้องไม่ได้ แต่ผู้บริการต้องปฏิบัติเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและความจำเป็นของลูกค้าหรือคนที่มาขอรับบริการ ซึ่งปัจจัยคุณภาพการให้บริการจะประกอบไปด้วย 5 ด้าน คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ

1.1 **ความเป็นรูปธรรมของการบริการ** หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่แสดงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ แก่ผู้รับบริการ เป็นที่สามารถจับต้องได้ ได้แก่ สถานที่เตรียมความพร้อมต่อผู้รับบริการ บุคคล อุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย บรรยากาศภายในธนาคาร การแต่งตัวเครื่องแบบของพนักงาน เอกสารข้อมูลต่างๆ เป็นต้น

1.2 **ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ไว้วางใจ** หมายถึง หมายถึง ความสามารถในการให้บริการอย่างมีคุณภาพด้วยความถูกต้องต้องแม่นยำและมีความเหมาะสมของด้านเวลาให้บริการ การปฏิบัติตามข้อกำหนดของทางธนาคาร และการไม่เปิดเผยข้อมูลลูกค้าสู่ภายนอกรวมทั้งทางองค์กรยังให้ความสำคัญเรื่องการบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือให้มีความพร้อมอยู่เสมอ

1.3 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ หมายถึง หมายถึง ความพร้อมของผู้ให้บริการและความเต็มใจที่จะให้บริการ ความสะดวกรวดเร็วจากการใช้บริการ ระบบการให้บริการที่รวดเร็ว การบริหารจัดการคิวของผู้ให้บริการ เข้าถึงบริการได้ง่าย และผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที่ต้องการ

1.4 การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ หมายถึง การที่ผู้ให้บริการแสดงให้เห็นถึงทักษะความรู้ การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความมีมารยาท สุภาพ อ่อนน้อม และการแสดงออกถึงพฤติกรรมที่เหมาะสมในการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการให้แก่ผู้รับบริการในสร้างความเชื่อมั่นต่อการใช้บริการ รวมถึงการสร้าง ความมั่นใจเรื่องความปลอดภัยถือเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญต่อการบริการ

1.5 ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ หมายถึง ผู้ให้บริการมีการดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการด้วยความ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ดูแลเอาใจใส่และให้ความสำคัญลูกค้าเสมอ ด้านช่องทางในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่หลากหลาย เพื่อแจ้งให้ลูกค้าได้รับทราบ

2. ความพึงพอใจในการใช้บริการ หมายถึง การลูกค้าไปใช้บริการที่ธนาคารแล้วได้รับการบริการจากเจ้าหน้าที่ ด้วยรวดเร็ว เต็มใจในการให้บริการ และช่วยแก้ปัญหาได้ทันที ไม่ผิดหวังในการใช้บริการ

2.1 ความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้บริการที่เสมอภาค หมายถึง การให้บริการของเจ้าหน้าที่ต่อผู้รับบริการอย่างเท่าเทียมกันในการให้บริการ เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเต็มใจ เจ้าหน้าที่ให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง โดยไม่เลือกปฏิบัติ เจ้าหน้าที่มีการให้บริการ โดยยึดถือกฎระเบียบและมาตรฐานการให้บริการด้วยความถูกต้อง

2.2 ความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ด้านความพึงพอใจ หมายถึง ธุรกิจองค์กรมีการจัดเตรียม ในด้าน วัสดุ อุปกรณ์ ต่อการให้บริการ มีเคาน์เตอร์ในการให้บริการเพียงพอต่อปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการ รวมถึงด้านบุคลากร ในการให้บริการ คุณภาพด้านความปลอดภัยต่อผู้ใช้บริการ และด้านสถานที่ตั้ง ให้มีความเหมาะสมและเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19

2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรและปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการไปใช้เป็นแนวทางปรับปรุงและพัฒนาองค์กรธุรกิจทางการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน

3. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับ ภาคราชการ ผู้ประกอบการ และบุคคลอื่น ที่ให้ความสนใจด้านคุณภาพ การให้บริการ สามารถศึกษาผลการวิจัยครั้งนี้เพื่อใช้เป็นแนวทาง ไปปรับใช้เป็นข้อมูลเพื่อประกอบการ ตัดสินใจ กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

วิธีดำเนินงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตาม ธรรมชาติโดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัย ตัดขวาง(Cross Sectional Studies) คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียวโดยใช้ เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ จำนวนผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) เขต กรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค Cowid-19 ซึ่ง ไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึง ได้ใช้วิธีการ สุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ในการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จึงได้ทำการเปิด ตาราง Yamane (1973) เพื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งการเปิดตารางค่าความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.5 ที่ ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลจากการเปิดตาราง Yamane (1973) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะต้อง ทำการศึกษานั้นอยู่ที่ 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้วิจัยได้ทำการสร้างขึ้นมาจากการ เก็บรวบรวมข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการวิจัย จากเอกสาร บทความ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อ กำหนดกรอบแนวความคิดสำหรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถาม ออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) เขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค Cowid-19 มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดจำนวน 5 ข้อ ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดจำนวน 3 ข้อ ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับ ความถี่ในการมาใช้บริการ ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ลักษณะการใช้บริการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพในการให้บริการ โดยประกอบด้วย ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 22 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้เลือกระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 9 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้เลือกระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่ควรปรับปรุง และแก้ไข ซึ่งจะเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอความคิดเห็น

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใ้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ซึ่ง ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใ้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ซึ่ง ได้แก่ ปัจจัยคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 จำแนกตาม ปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ เพศ จะใ้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ t-tese

2.2. เพื่อศึกษาพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะใ้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และหากการวิเคราะห์ พบความแตกต่างจะ นำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใ้วิธีของ LSD

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการที่เสมอภาค ให้ความเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอให้ความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก รองลงมา

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

2.1 ลักษณะกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ และอาชีพ ต่างกันทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 ไม่ต่างกัน

2.2 ลักษณะกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มี ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

3.1 คุณภาพการให้บริการ ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19

3.2 คุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย

จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการที่เสมอภาค ให้ความเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอให้ความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก รองลงมา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเป็นประจำ ให้ความสำคัญในการบริการด้านการที่เสมอภาคและการอย่างเพียงพอให้ความเห็น เป็นอย่างมาก และธนาคารก็มีการตระหนักถึงประสิทธิภาพในการให้บริการ ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด จอห์น (John, 1954, p. 400) กล่าวว่า การบริการที่มีความยุติธรรมต่อทุกคนเท่าเทียมกัน ได้รับการปฏิบัติเหมือนกันไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ Mullins (1954, p 397-400) กล่าวว่า การให้บริการประชาชนทุกคน อย่างเท่าเทียมกัน ใช้กฎระเบียบและมาตรฐานการให้บริการเดียวกัน แนวคิด Mullins (1954, p 397-400) กล่าวว่า การให้บริการด้านวัสดุอุปกรณ์ บุคคลสถานที่ เวลา อย่างเพียงพอเหมาะสม นอกจากด้านปริมาณที่เพียงพอแล้วบริการที่ให้แก่ประชาชน ต้องมีคุณภาพดีด้วย

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ พบว่า เป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า กลุ่มผู้ให้บริการ ที่มี เพศ อายุ อาชีพ ต่างกัน ซึ่งเมื่อเข้ามาใช้บริการ ได้รับการบริการจากเจ้าหน้าที่สาขาอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ ในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 จึงส่งผลให้ผู้ให้บริการไม่รู้สึกรู้สึกเกิดความแตกต่างในการเข้าใช้บริการ ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย ให้ความพึงพอใจเจ้าหน้าที่ให้บริการต่อลูกค้าที่มารับบริการทุกคนด้วยความเท่าเทียมกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูติมนันท์ เจริญ (2559) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ประชากรศาสตร์พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความ พึงพอใจในการใช้ บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

ส่วนปัจจัยด้าน ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทั้งนี้อาจเป็น

เพราะว่ากลุ่มผู้ใช้บริการที่มี ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีมาตรฐานและรูปแบบการในการใช้บริการที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คลพร รุ่งปัจฉิม (2556) ที่ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพ การบริการของธนาคารออมสินในจังหวัดระนอง พบว่า ลูกค้ำที่มา ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน

3. ศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 พบว่า ในด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็น ผู้รับบริการ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า กลุ่มผู้ใช้บริการ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่มาใช้บริการ ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 ซึ่งได้รับการให้บริการจากการรับบริการที่สาขาอย่างครบถ้วนถูกต้องสมบูรณ์ ในเรื่อง เครื่องมืออุปกรณ์ การจัดสถานที่ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ต่อผู้เข้าใช้บริการทุกคน จึงทำให้ผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่มาใช้บริการ ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชารินี แก้วจันทร์ (2554) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขารัชดาภิเษก(ท่าพระ-ตากสิน) พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ของด้านความเต็มใจและความสะดวกรวดเร็ว ชนัญญา ครองศีล (2558) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา รัตนวิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี พบว่า โดยรวมที่ระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านการตอบสนองลูกค้ารองลงมา จากด้านรูปลักษณ์

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 พบว่า ในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มผู้ใช้บริการโดยส่วนใหญ่ ในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 มีมาตรฐานและทัศนคติต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเรื่อง ความปลอดภัย การรักษาเวลาในการให้บริการ และพฤติกรรมในการสร้างความเชื่อในการรับบริการ อยู่ในระดับหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชารินี แก้วจันทร์ (2554) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขารัชดาภิเษก(ท่าพระ-ตากสิน) พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในด้านความไว้วางใจในการปฏิบัติงานและความเชื่อมั่น

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์สำหรับภาคธนาคารหรือผู้ประกอบการด้านการให้บริการ และบุคคลอื่นที่มีความสนใจที่จะประกอบธุรกิจเกี่ยวกับธุรกิจด้านการให้บริการเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการดำเนินธุรกิจให้ตรงอยู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในอนาคตได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านประชากร

1. ประชากรผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยด้านประชากรช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID -19 เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวมไม่ต่างกัน

2. ประชากรผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยด้านประชากร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID - 19 ระดับการศึกษา โดยรวมต่างกัน

ดังนั้น ภาคธนาคาร จึงไม่ต้องสนใจปัจจัยประชากรด้าน เพศ อายุ และอาชีพ ที่กล่าวข้างต้น ดังเช่นกรณีศึกษา ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID - 19 ไม่มีผลต่อการใช้บริการ แต่ควรให้ความสนใจในด้านระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพราะระดับการศึกษามีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID - 19 เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้อาจจะมีมาตรฐานและความคาดหวังในระดับที่สูงกว่าบุคคลทั่วไป ดังนั้นโดยรวม ภาคธนาคารควรต้องมีการวางแผนปรับปรุงและพัฒนาการบริหารจัดการด้านปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ และปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้มีคุณภาพการบริการที่ดีและรักษฐานลูกค้าให้มีความมั่นคงยั่งยืนในอนาคต

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID - 19 โดยมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID -19 ดังนั้น ธนาคาร ผู้ประกอบการด้านการให้บริการ ควรให้ความสำคัญในด้านการให้บริการที่มีความถูกต้องแม่นยำ รักษาเวลาในการให้บริการ ไม่เปิดเผยความลับลูกค้าและความสำคัญของเครื่องมืออุปกรณ์ให้มีความพร้อมอยู่เสมอ

2. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID - 19 ดังนั้น ธนาคาร ผู้ประกอบการด้านการ

ให้บริการ ควรให้ความสำคัญในเรื่อง ความมีมารยาท ความสุภาพ อ่อนพฤติกรรมความเชื่อในการรับบริการ การให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการให้บริการอย่างถูกต้องครบถ้วน และสร้างความมั่นใจเรื่องความปลอดภัยให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ กรณีศึกษาในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19

3. ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 ดังนั้น องค์กร ธุรกิจ หรือผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญและใส่ใจเพิ่มมากขึ้น ในเรื่อง การให้บริการด้วยความ ยิ้มแย้ม แจ่มใส ต่อลูกค้าทุกคนที่มาใช้บริการ การดูแลเอาใจใส่อย่างจริงจัง ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจและอยากกลับมาใช้บริการอีก และการมีช่องทางหลายช่องทาง ในการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารข้อมูลต่างๆ ให้ลูกค้าทราบ ถือเป็นอีกหนึ่งสิ่งสำคัญในให้บริการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆที่อาจจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID – 19 เช่น ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านสถานการณ์ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ธุรกิจ องค์กร เป็นต้น

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะประชากรประชากรผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นเพื่อให้ได้ผลการการวิจัยที่หลากหลายมากขึ้นในครั้งต่อไป ควรจะขยายพื้นที่ขอบเขตด้านประชากรในการศึกษาเพิ่มมากขึ้น อาทิเช่น ในเขตภูมิภาคอื่นๆ เพื่อทำให้เกิดผลลัพธ์ข้อมูลในการศึกษาที่ชัดเจนและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ชุตินฉานน์ เข้าเจริญ .(2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด

(มหาชน).การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ชนัญญา ครองศีล .(2558). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขารัตนธิเบศร์

จังหวัดนนทบุรี. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย ,มหาวิทยาลัยสยาม

ดลพรุ่งปัจฉิม.(2556). ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน ในจังหวัด

ระนอง ปัญหาพิเศษ รัฐประศาสนศาสตร์ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา

ธารินี แก้วจันทร์ .(2554). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ของธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด

(มหาชน) สาขาวิชาเอก (ท่าพระ-ตากสิน). สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัย
สยาม

สถาบันการเงิน อ้างอิงข้อมูลธนาคารแห่งประเทศไทย 2563 สืบค้นวันที่ 18 เมษายน 2563

https://www.bot.or.th/Thai/BOTStoryTelling/Pages/FinancialInstitutions_StoryTelling_FI.aspx

โควิด-19 จุดเศรษฐกิจไทย ข้อมูล; ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย 2563 สืบค้นวันที่ 18 เมษายน 2563

<https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/economy/Pages/Covid-ThaiEco-050363.aspx>

สหสัมพันธ์กับลูกค้า; ข้อมูล ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย 2563 สืบค้นวันที่ 18 เมษายน 2563

John, L. K. (1954). Culture and Conflict: A Comparative Study of Organizations.

Organizational Culture, Management Strategies. New York: Praeger Publishers

John, L. K. (1954). Culture and Conflict: A Comparative Study of Organizations.

Organizational Culture, Management Strategies. New York: Praeger Publishers

Peter, J.P., & Donnelly, H.J. (2004). Marketing Management. (2 nd ed). New

York:Irwin.