

ความคิดเห็นต่อการใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสงคราม

CUSTOMER OPINIONS TOWARDS SCB EASY APPLICATION

IN SAMUTSONGKHRAM PROVINCE

สมปรารถนา เอี่ยมประเสริฐ

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Somprattana Aeamprasert

E-mail : 6214154701@rumail.ru.ac.th

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

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องความคิดเห็นต่อการใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าและด้านความใส่ใจลูกค้า โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB Easy ในจังหวัดสมุทรสงคราม กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS) หาค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1.) ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 สถานภาพโสด จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชนและธุรกิจส่วนตัวในจำนวนเท่ากันคือ 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รายได้

ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 โดยผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะใช้บริการด้านการเงินมากที่สุด 134 คนคิดเป็นร้อยละ 33.5

2.ความคิดเห็นต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB Easy ของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสงครามโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านใส่ใจลูกค้า ตามลำดับ

คำสำคัญ : ความคิดเห็น,แอปพลิเคชัน

ABSTRACT

The objective of this research was to find the Customer Opinions towards SCB Easy Application in Samut Songkram province. The factors of research include Tangibles , Reliability ,Responsive ,Assurance and Empathy. That are classified by Personal factors were including Gender, Age, Status , Education level, Occupation , and Average monthly income. The population used is SCB Easy application users in Samut Songkram province. The sample consisted of 400 respondents. The tools used for data collection were questionnaires and analyzed by using computer software for frequency, percentage,mean (\bar{X}), standard deviation (SD)

The result of the research are as follows 1.) The users all respondents 400 peoples. Most are female 236 peoples representing 59% Most aged 21-30 years old 181 peoples representing 45.3%Most are 228 single status representing 57% Most are Bachelor's degree 215 peoples representing 53.8% Most are the personal business and employee 140 peoples representing 35% Most are average income per month 15,001-25,000 Bath 139 peoples representing 34.8% Most user used Financial Service 134 peoples representing 33.5%

2.) Customer Opinions towards SCB Easy Application in Samut Songkram province overall is at a high level. Considering each side,then that side is the highest level of Tangibles , Assurance , Reliability.Side is the high level of Responsive and Empathy.

Keywords : Opinion , Application

บทนำ

สังคมไร้เงินสดเป็นแนวคิดสังคมเศรษฐกิจที่ไม่มีเงินสดหรือสังคมเศรษฐกิจที่ไม่นิยมถือเงินสด มีการกล่าวถึงเป็นครั้งแรกในวงการธนาคารพาณิชย์ช่วง พ.ศ. 2493 ที่วิเคราะห์ว่าความสำคัญของเงินสดในอนาคตจะลดน้อยลง และถูกทดแทนด้วยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคมในการทำธุรกรรมทางการเงิน

สำหรับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารแรกที่เริ่มเปิดให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในปีพ.ศ.2544 และในปี พ.ศ. 2560 ได้เปิดตัว แอปพลิเคชัน SCB Easy เวอร์ชันใหม่อย่างเต็มรูปแบบที่ไม่ได้เป็นเพียงแค่แอปพลิเคชันใช้โอนเงินได้เพียงอย่างเดียว โดยใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาบริการให้อยู่บนมือถือ ภายใต้แนวคิด “ไลฟ์สไตล์แบงก์กึ่งแอปพลิเคชัน ที่รวดเร็ว ปลอดภัย เสถียร รองรับการใช้งานในตัวในอนาคต” และเน้นการผลักดันไทยให้เข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ

ในจังหวัดสมุทรสงครามที่ผู้วิจัยอาศัยอยู่แม้ว่าจะเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่น้อยที่สุดในประเทศไทยและมีประชากรหนาแน่นน้อยเป็นอันดับ 2 ของประเทศก็ได้เห็นวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของประชาชนในด้านของการจ่ายเงินสดมาเป็นการใช้บริการ โอนเงินผ่าน โทรศัพท์มือถือรวมถึงการทำธุรกรรมอย่างอื่น เพื่อหลีกเลี่ยงการเดินทางไปธนาคารและการพบปะผู้คน ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสงครามเพื่อนำไปวิเคราะห์และวางแผนในการพัฒนาการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ ให้มีการพัฒนาการบริการให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพ รวมทั้งเป็นแนวทางในการขยายตลาดไปยังลูกค้าที่กว้างขึ้นรวมถึงการพัฒนาขึ้นเป็นผู้ครองตลาดอันดับหนึ่งในกลุ่มการบริการด้านธุรกรรมธนาคารออนไลน์

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสงคราม

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและบริการที่ใช้ในแอปพลิเคชัน

ตัวแปรตาม ประกอบด้วยคุณภาพการบริการ 5 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าและด้านความใส่ใจลูกค้า

ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มลูกค้าที่ใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ในจังหวัดสมุทรสงคราม

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยทำดำเนินการวิจัยอยู่ในช่วง มีนาคม ถึง เมษายน พ.ศ.2565

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้า SCB Easy ในจังหวัดสมุทรสงคราม
2. ได้ทราบถึงความคิดเห็นต่อการใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสงคราม
3. ผลการวิจัยสามารถนำไปวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์แอปพลิเคชัน SCB Easy เพื่อให้สอดคล้องกับ

ความต้องการของผู้ใช้บริการ ได้ดียิ่งขึ้น

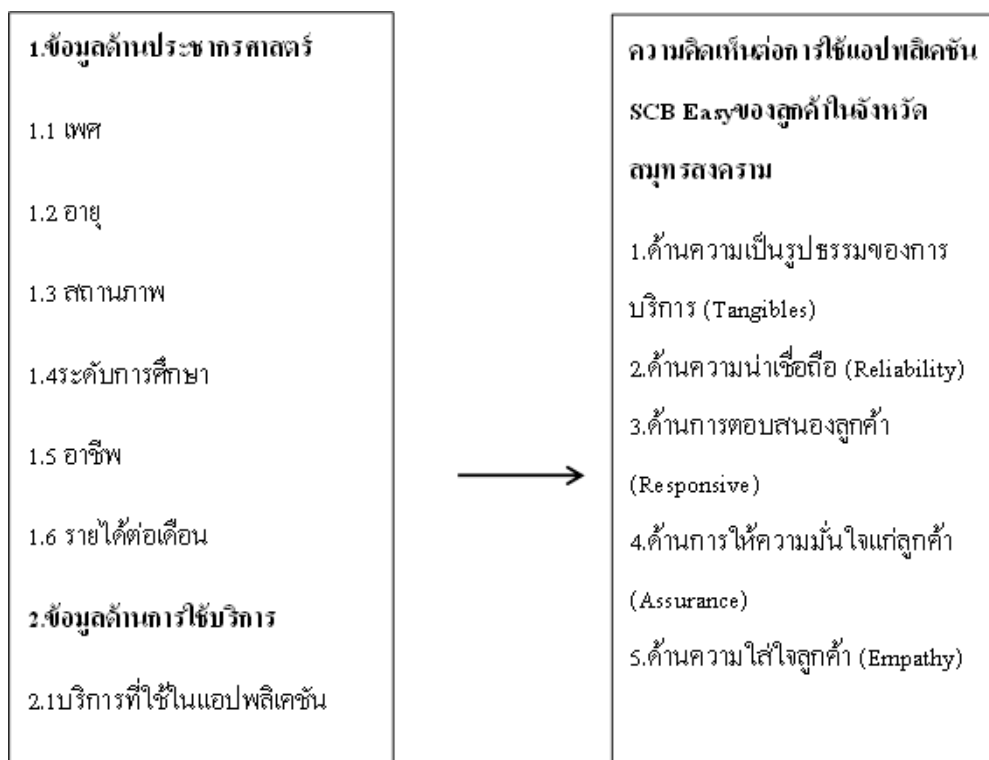
กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ

(Independent variables)

ตัวแปรตาม

(Dependent variables)



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

Best อ้างใน เอมมิกา ชูสติ (2560) ให้ความหมายว่า ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออก ด้านความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ด้วยการพูดการเขียน โดยมีพื้นฐานความรู้เดิม ประสบการณ์ที่บุคคลได้รับตลอดจนสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้นเป็นหลักในการแสดงความคิดเห็น

แนวคิดคุณภาพบริการ

Douglas (2007) ได้กล่าวถึง คุณภาพการให้บริการ (Service quality) ว่าเป็นมุมมองที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ยาวนานเกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมา

Ziethaml, Parasuraman & Berry (1990) ได้พัฒนาและสร้างเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการเรียกว่า Servqual (Service Quality) ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยสรุปมิติการประเมินคุณภาพจาก 10 ด้านเหลือเพียง 5 ด้านดังนี้ 1.ความเป็นรูปธรรมของการบริการ(Tangibles) 2.ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3.การตอบสนองลูกค้า (Responsive) 4.การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) 5.ความใส่ใจลูกค้า (Empathy)

แนวคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชันบนมือถือ (Mobile Application)

Mobile Application หมายถึง แอปพลิเคชันที่มีความสามารถในการช่วยการทำงานของผู้ใช้งานบนอุปกรณ์การสื่อสารแบบพกพา เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต ซึ่งแอปพลิเคชันจะทำงานบนระบบปฏิบัติการ(OS)ที่แตกต่างกันออกไปบนโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟนแท็บเล็ตต่างๆประเภทของโปรแกรมประยุกต์ สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ในการสำรวจครั้งนี้แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ แอปพลิเคชันเพื่อการสื่อสาร, แอปพลิเคชันเพื่อรองรับการใช้งานมัลติมีเดีย, แอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว, และแอปพลิเคชันเพื่อเพิ่มประโยชน์ใช้สอย

ข้อมูลของแอปพลิเคชัน SCB Easy

ธนาคารไทยพาณิชย์ได้เปิดให้บริการ Internet Banking ในปี พ.ศ. 2543 และพัฒนามาอยู่ในรูปแบบของแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนซึ่งเป็นอุปกรณ์พกพา ที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน โดยไทยพาณิชย์ได้พัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมาในชื่อ SCB Easy app และได้มีการพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ มีบริการในการใช้งานต่างๆมากมาย

เพื่อให้ผู้ใช้บริการใช้งาน ได้สะดวกรวดเร็ว ครอบคลุมทุกความต้องการ มีประสิทธิภาพและปลอดภัย ในการใช้บริการ โดยผู้ใช้บริการสามารถที่จะสมัครใช้งานได้ผ่าน 4 ช่องทางคือ ผ่านสาขาธนาคาร ผ่านคู่มือที่เอ็ม ผ่านการตรวจสอบใบหน้า และสมัครแอปพลิเคชัน SCB Easy ด้วยบัตร SCB

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัตติยา ต้อยปาน (2559) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพและ ผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน ในส่วนของผลการศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ พบว่า ความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ใช้บริการทั้งสองธนาคาร ทั้งภาพรวม รายด้าน และรายประเด็น ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจด้าน บุคลากรมากที่สุด ในภาพรวม ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการหลากหลายด้านมากที่สุดของทั้งสองธนาคารมีความใกล้เคียงกัน

ศุภรัตน์ ถาวรชื่น (2560) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ แอปพลิเคชัน KTB netbank ของผู้รับบริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าความคาดหวังด้านความปลอดภัยและด้านความสะดวกรวดเร็วมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระยะเวลาที่เคยใช้บริการ ระยะเวลาที่เคยใช้บริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ แอปพลิเคชัน KTB netbank ทั้งด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวกรวดเร็วและด้านความน่าเชื่อถือ ผู้รับบริการมีความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชัน KTB netbank ทั้งในด้านความสะดวกรวดเร็ว และด้านความน่าเชื่อถือ แต่ผู้รับบริการมีความคาดหวังไม่แตกต่างกับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชัน KTB netbank ในด้านความปลอดภัย

ณวัฏภูมิ ธีเจริญวิคุณ (2561) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพกรณีศึกษาจังหวัด ในด้านปัจจัยทางการตลาด พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านประสิทธิภาพ เมื่อมีการพิจารณาเป็นภาพรวม ส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ชลกนก เพ็ชรสุทธิ (2562) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา พบว่าคุณภาพการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ประกอบไปด้วย ด้านความปลอดภัยในการรักษาความลับของข้อมูลผู้รับบริการ ด้านความสะดวกสบายในการเข้าใช้

งานง่าย ด้านต้นทุนในการยกเว้นค่าธรรมเนียมและลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างดี พบว่าคุณภาพที่ดีเป็นการให้บริการที่ส่งมอบความพึงพอใจให้กับลูกค้า

ปรีชาติ สวนผลไม้,สุรภา ไถ่บ้านกวย (2564) ศึกษาการจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน)พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชันธนาคารภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านลักษณะรูปแบบอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าและด้านความรู้จักและเข้าใจลูกค้าอยู่ในระดับมาก และด้านความเชื่อมั่น อยู่ในระดับมากตามลำดับ

วิธีดำเนินการวิจัย

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

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ที่อาศัยในจังหวัดสมุทรสงคราม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือประชาชนที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสงครามที่ใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนดังนั้นผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่าง ของ W.G.Cochran(1963)โดยผู้วิจัยต้องการสุ่มตัวอย่างเป็นร้อยละ 50 หรือ 0.50 จากประชากรทั้งหมด ต้องการระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 5 หรือ 0.05 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะคำนวณได้ 384 คน ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลในครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire)โดยได้ดำเนินการดังนี้

- 1.ศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ ตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการใช้งาน แอปพลิเคชัน SCB Easy ของประชาชน
- 2.นำข้อมูลมากำหนดกรอบแนวคิด ตามลักษณะของตัวแปรที่ต้องการศึกษา

3.ศึกษาแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องที่มีผู้ที่เคยสร้างไว้และนำมาปรับตามความเหมาะสมและสอดคล้องกับเรื่องที่จะทำการศึกษา

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

สร้างแบบสอบถามความคิดเห็นต่อการใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสงครามและตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเนื้อหา ตลอดจนความชัดเจนและการใช้ภาษาที่เหมาะสม ซึ่งมีเกณฑ์การตรวจในแต่ละข้อดังนี้

วัดผลโดยพิจารณาจากคะแนน IOC ดังนี้

- 1.ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้
- 2.ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยแจกแบบสอบถามด้วยตัวเองในเขตพื้นที่ 3 อำเภอ โดยแจกแบบสอบถามเกินจากจำนวนที่คำนวณได้คือ 400 ชุด เพื่อนำมาคัดกรองแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์แล้วนำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- 1.1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ใช้สถิติด้านความถี่(Frequency)และค่าร้อยละ(Percentage)
- 1.2 ความคิดเห็นที่มีผลต่อการใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสงคราม สถิติที่ใช้จึงได้แก่ ค่าเฉลี่ย(\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นต่อการใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสงคราม มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน คน เป็นเพศหญิง 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59 และเพศชาย จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3

รองลงมาคือ 31-40 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27 ,41-50 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ,51-60ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7,ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3และ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีสถานะโสด จำนวน 228 คนคิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมาคือ สมรส จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42 และหย่า/หม้าย/แยกกันอยู่ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 215คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 และสูงกว่าปริญญาตรี 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างและธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ในจำนวนเท่ากันคือ 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3,นักเรียน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และอื่นๆ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 มีรายได้ 15,001-25,000 บาท มีจำนวน139 คนรองลงมาคือรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทมีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 , รายได้ 25,001-35,000 บาท มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ,รายได้ 45,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และรายได้ 35,001-45,000 บาท มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ใช้บริการด้านการเงินมากที่สุด 134 คนคิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือบริการด้านบัญชี 68 คนคิดเป็นร้อยละ17 ,บริการด้านบัตรเครดิตเงิน 48 คนคิดเป็นร้อยละ 12 ,บริการด้านสินเชื่อส่วนบุคคล จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5,บริการแม่มณี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ,สิทธิประโยชน์และอื่น จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75, บริการด้านการลงทุน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ,บริการด้านประกันภัย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3,บริการด้านบัตรเครดิตเอ็ม บัตรเดบิต 10 คนคิดเป็นร้อยละ 2.5 , บริการด้านบัตรเครดิตบัตรเครดิตเงินสด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 , และบริการด้านเช็ค จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อการใช้อแอปพลิเคชัน SCB Easy ของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสงครามโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ,ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าและด้านความน่าเชื่อถือตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าและด้านความใส่ใจลูกค้าตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นต่อการใช้ออปพลิเคชัน SCB Easy ของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสงคราม ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 สถานภาพโสด จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชนและธุรกิจส่วนตัวในจำนวนเท่ากันคือ 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 โดยผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะใช้บริการด้านการเงินมากที่สุด 134 คนคิดเป็นร้อยละ 33.5

ความคิดเห็นต่อการใช้ออปพลิเคชัน SCB Easy ของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสงครามโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ,ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าและด้านความน่าเชื่อถือตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าและด้านความใส่ใจลูกค้า ตามลำดับ

อภิปรายผล

ความคิดเห็นต่อการใช้ออปพลิเคชัน SCB Easy ของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสงครามโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ,ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าและด้านความน่าเชื่อถือตามลำดับ และด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าและด้านความใส่ใจลูกค้า ตามลำดับ โดยมีประเด็นอภิปรายเพิ่มเติมดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ ภาพลักษณ์ที่ชัดเจนที่บ่งบอกว่าเป็นของธนาคารไทยพาณิชย์, ออปพลิเคชันที่รองรับปฏิบัติการของมือถือที่ครอบคลุม, มีความชัดเจน และมีรูปแบบที่ทันสมัย , ออปพลิเคชันมีความเข้าใจง่าย ลำดับไม่ยุ่งยาก สะดวกสบายในการใช้บริการและการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้รองรับกับระบบปฏิบัติการที่พัฒนาของโทรศัพท์ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาริชาติ สวนผลไม้,สุรภา ไถ่บ้านกวย (2564) ศึกษาการจัดการคุณภาพการให้บริการของ

แอปพลิเคชันธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน)พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชันธนาคารภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านลักษณะรูปแบบอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าและด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าอยู่ในระดับมาก และด้านความเชื่อมั่น อยู่ในระดับมากตามลำดับ

ด้านความน่าเชื่อถือ

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ ชื่อเสียงของธนาคารเป็นหลักประกันความน่าเชื่อถือ และมีความปลอดภัยในการใช้บริการ โดยจะต้องยืนยันตัวตนทุกครั้ง ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีระดับความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ มาตรฐานทางด้านกฎหมายของธนาคารทำให้ลูกค้าไว้วางใจ, ข้อมูลการทำธุรกรรมของลูกค้าได้รับการรักษาความลับ และมีมาตรฐานของระบบการให้บริการที่ถูกต้องและแม่นยำไม่ขัดข้องระหว่างใช้งาน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ ชลกรณก เพ็ชรสุทธิ (2562) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา พบว่าคุณภาพการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ประกอบไปด้วยด้านความปลอดภัยในการรักษาความลับของข้อมูล ผู้รับบริการ ด้านความสะดวกสบายในการเข้าใช้งานง่าย ด้านต้นทุนในการยกเว้นค่าธรรมเนียมและลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างดี พบว่าคุณภาพที่ดีเป็นการให้บริการที่ส่งมอบความพึงพอใจให้กับลูกค้า

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ การให้บริการทางการเงินที่ตรงกับความต้องการของท่าน ,ลูกค้าสามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง และแอปพลิเคชันละเว้นค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมในทุกรูปแบบ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีระดับความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ แอปพลิเคชันมีการแก้ไขปัญหาที่ทันทั่วถึงตอบสนองการใช้งานของลูกค้าและการให้บริการของแอปพลิเคชันไม่เคยมีปัญหาที่ต้องกังวลตามลำดับสอดคล้องกับรัตติยา ต้อยปาน(2559)ผลการศึกษเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพและผู้ให้บริการธนาคารออมสิน ในส่วนของผลการศึกษเกี่ยวกับความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ พบว่า ความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ใช้บริการทั้งสองธนาคาร ทั้งภาพรวม รายด้าน และรายประเด็น ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ

มาก โดยมีความพึงพอใจด้านบุคลากรมากที่สุด ในภาพรวม ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการหลากหลายด้านมากที่สุดของทั้งสองธนาคารมี ความใกล้เคียงกัน

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือแอปพลิเคชันทำธุรกรรมทางการเงินได้ถูกต้องตามที่ลูกค้าดำเนินการ, การแสดงประวัติการทำธุรกรรมทางการเงินทำให้ลูกค้ามั่นใจ, การตรวจสอบประวัติย้อนหลังได้ทำให้ลูกค้ามั่นใจและมีการแจ้งผลการทำธุรกรรมโอนเงินผ่าน SMS, E-mail ทำให้ลูกค้ามั่นใจ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีระดับความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมาก คือแอปพลิเคชันมีการปกป้องข้อมูลการใช้งานและไม่เปิดเผยข้อมูลทำให้ลูกค้ามั่นใจ สอดคล้องกับ สุภรณ์ ธารชื่น(2560)ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ แอปพลิเคชัน KTB netbank ของผู้รับบริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าความคาดหวังด้านความปลอดภัยและด้านความสะดวกรวดเร็วมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระยะเวลาที่เคยใช้บริการ ระยะเวลาที่เคยใช้บริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ แอปพลิเคชัน KTB netbank ทั้งด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวกรวดเร็ว และด้านความน่าเชื่อถือ ผู้รับบริการมีความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชัน KTB netbank ทั้งในด้านความสะดวกรวดเร็ว และด้านความน่าเชื่อถือ แต่ผู้รับบริการมีความคาดหวังไม่แตกต่างกับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชัน KTB netbank ในด้านความปลอดภัย

ด้านความใส่ใจลูกค้า

โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมาก คือ ลูกค้าสามารถเข้าถึงและรับบริการภายใต้มาตรฐานเดียวกับลูกค้าท่านอื่น, มีช่องทางออนไลน์ในการรับฟังปัญหาและคำแนะนำของลูกค้าเพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนา, เจ้าหน้าที่สามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าตรงตามความต้องการ, ลูกค้าสามารถติดต่อกับเจ้าหน้าที่ได้ทันทีเมื่อเกิดปัญหาในการใช้งาน และมีการเพิ่มมาตรการช่วยเหลือในกรณีต่างๆเช่น โควิด19 ตามลำดับ สอดคล้องกับ ณัฐภูมิ ธีเจริญวิคุณ(2561)ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพกรณีศึกษาจังหวัด ในด้านปัจจัยทางการตลาด พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ

ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านประสิทธิภาพ เมื่อมีการพิจารณาเป็นภาพรวม ส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษา เรื่อง ความคิดเห็นต่อการใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy ของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสงคราม สามารถสรุปข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ดังนี้

1.ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุงคือ ธนาคารควรเพิ่มสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือ เช่น รูปโทรศัพท์หรือสัญลักษณ์ที่เข้าใจง่ายว่าเป็นแอปพลิเคชันที่สามารถทำธุรกรรมผ่านมือถือ รวมถึงการโปรโมทแอปพลิเคชันผ่านผู้มีอิทธิพลบนสื่อโซเชียล(Influencer), พัฒนาแอปพลิเคชันให้สามารถรับรองระบบปฏิบัติการที่ค่ายโทรศัพท์ใช้ ให้ครอบคลุม เช่น หัวเว่ยที่พัฒนาระบบปฏิบัติการ ฮาร์โมนี(Harmony) ขึ้น

2.ด้านความน่าเชื่อถือ

สิ่งที่ต้องปรับปรุงคือ ธนาคารต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องคงมาตรฐานและสามารถแข่งขันได้ในเวทีประกวดเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือให้แก่ธนาคาร ,ควรมีการวางแผนเพื่อความปลอดภัยที่แน่นหนามากขึ้น เช่น การยืนยันตัวตนผ่านการส่ง OTP เข้าสู่เบอร์โทรศัพท์เจ้าของและ ลูกค้าควรเข้าถึงกฎหมายที่คุ้มครองลูกค้าได้อย่างสะดวก เช่นการสามารถตรวจสอบกฎหมายเกี่ยวกับธนาคารและความคุ้มครองลูกค้าได้ภายในแอปพลิเคชัน

3.ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

สิ่งที่ต้องปรับปรุง ควรที่จะศึกษาและสอบถามความต้องการหรือบริการที่ลูกค้าต้องการทำธุรกรรมผ่านทางกรวิจัยและสำรวจเพิ่มมากขึ้น,ควรพัฒนาระบบแอปพลิเคชันให้เสถียรจนลูกค้าไม่ต้องอาศัยการใช้บริการผ่านธนาคารสาขา จะเป็นจุดที่สามารถลดต้นทุนของธนาคารได้,แอปพลิเคชันละเว้นค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมในทุกรูปแบบ ซึ่งเป็นจุดแข็งของการบริการเพราะบางธนาคารก็มีการเก็บค่าธรรมเนียมในบางบริการซึ่งจุดนี้ธนาคารสามารถที่จะดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้น ซึ่งอาจจะสามารถทำได้ด้วยการประชาสัมพันธ์ โดยเน้นย้ำผ่านการโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์หรือทางโซเชียลมีเดีย

4.ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

สิ่งที่ต้องปรับปรุงคือ หากมีความผิดพลาดในการทำธุรกรรม ธนาคารก็ต้องพร้อมที่จะแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างทันท่วงที เช่น สามารถติดต่อพนักงานผ่าน Call Center ,แอปพลิเคชัน ควรเพิ่มความชัดเจนของวิธีการขอรายการเดินบัญชีซึ่งปัจจุบันจะเป็นกิจกรรมย่อยที่อยู่ในบริการอื่นๆทำให้ลูกค้าบางส่วนเข้าไม่ถึงการบริการด้านนี้ หรืออาจจะเพิ่มวิธีการใช้ที่เข้าใจง่าย เช่น คลิปการใช้งานอย่างง่าย เป็นต้น ,การแจ้งผลการทำธุรกรรมโอนเงินผ่านทาง SMS, E-mail เป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้ามั่นใจ ซึ่งเป็นบริการที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายของทางแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นจุดที่สามารถเสริมความมั่นใจในการทำธุรกรรมให้แก่ลูกค้า

5.ด้านความใส่ใจลูกค้า

สิ่งที่ต้องปรับปรุงคือ ธนาคารต้องรักษาคุณภาพ การบริการที่ดีไว้ ควรที่จะสร้างวัฒนธรรมองค์กรและภาพลักษณ์ที่เข้าถึงง่าย มีความยินดีในการบริการและไม่เลือกปฏิบัติต่อลูกค้า ,ลูกค้าสามารถติดต่อกับเจ้าหน้าที่ได้ทันทีเมื่อเกิดปัญหาการใช้งาน ดังนั้นควรมีบุคลากรที่พร้อมในการให้บริการเสมอ ไม่ว่าจะทางคู่สายโทรศัพท์หรือผู้ที่สามารถให้ความช่วยเหลือผ่านทางอินเทอร์เน็ต ,เพิ่ม ช่องทางออนไลน์ในการรับฟังปัญหาและนำคำแนะนำของลูกค้าเพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนา รวมทั้งเพิ่มช่องทางการรับฟังเชิงรุก เช่น การโทรติดตามสอบถามปัญหาสำหรับกรณีลูกค้าที่เคยพบปัญหามาก่อน หรือการทำแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป มีดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิจัยและกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในสมุทรสงคราม ดังนั้นในงานวิจัยครั้งต่อไป จึงควรขยายขอบเขตการวิจัยให้กว้างขวางมากขึ้น โดยครอบคลุมทุกจังหวัดในประเทศไทย เพราะลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ที่ใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy สามารถที่จะใช้แอปพลิเคชันที่ใดก็ได้ หากสามารถเข้าใช้อินเทอร์เน็ตและดาวน์โหลดแอปพลิเคชันผ่านมือถือ
2. ควรเพิ่มการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรที่แตกต่างหลากหลายยิ่งขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนครอบคลุมและนำไปวิเคราะห์ปรับปรุงกับการบริการให้ได้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชลกนก เพ็ชรสุทธิ.(2562).คุณภาพการบริการของแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ธนาคารกรุงไทย
จังหวัดยะลา.สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดสงขลา
- ณัฐภูมิ ถีเจริญกวีคุณ.(2561).พฤติกรรมการใช้บริการ *Mobile Banking* ของลูกค้า
ธนาคารกรุงเทพกรณีศึกษาจังหวัดนครปฐม.วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ปาริชาติ สวนผลไม้,สุรภา ไถ้บ้านกวย.(2564).การจัดการคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชัน
ธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน).สารนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- รัตติยา ต้อยปาน (2559) . การตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการระหว่างธนาคารพาณิชย์และ
สถาบันการเงินเฉพาะกิจ:กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพและธนาคารออมสินในเขต
กรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศุภรัตน์ ถาวรชื่น.(2560).ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ออปพลิเคชัน *KTB netbank*
ของผู้รับบริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน).วิทยานิพนธ์หลักสูตรวารสารศาสตรมหา
บัณฑิต,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เอมมิกา ชูสติ.(2560).ความคิดเห็นต่อการใช้ออปพลิเคชันธนาคารออนไลน์ ผ่านโทรศัพท์มือถือของ
ลูกค้าธนาคารกรุงไทยในกรุงเทพมหานคร.สารนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(สื่อสารมวลชน),มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- Cochran, W.G. (1953) . *Sampling techniques*. New York : John Wiley & Sons. Inc.
- Douglas, C.M. (2007) . *Design and analysis of experiments (6th ed)* . New York: John Willey &
Sons.
- Parasuraman, A., Berry, L.L.&Zeithaml, V. A., (1990) . *Delivering quality service : Balancing
customer perceptions and expectations*.New York : The free press.