

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย  
จำกัด (มหาชน) จังหวัด สุพรรณบุรี

CUSTOMERS' SATISFACTION WITH SERVICES OF  
KRUNG THAI BANK (PUBLIC COMPANY LIMITED)  
IN SUPHANBURI PROVINCE

อมรรัตน์ เกิดอ่ำ

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Amornrat Koedum

E-mail: Amornrat\_koedum@hotmail.com

Faculty of Business Administration Program in Management,  
Ramkhamhaeng University

Corresponding author

---

### บทคัดย่อ

การครั้งนี้ศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจ  
ของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)  
จังหวัดสุพรรณบุรี 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการ  
ให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี  
จำแนกตามประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าธนาคารกรุงไทยของจังหวัดสุพรรณบุรีจำนวน 400 คนโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

ลูกค้าธนาคารกรุงไทยของจังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีปัจจัยด้านประชากร เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้มีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่ต่างกันและข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้าง กระทรวงแรงงานจังหวัดตราด ที่มีปัจจัยด้านประชากร ระดับการศึกษาและอาชีพ ต่างกัน ทำให้มีความความพึงพอใจต่อการให้บริการต่างกัน

## **ABSTRACT**

The objectives of this study were 1) to study Customers' Satisfaction With Services of Krung Thai Bank (Public Company Limited) Phlio Branch in Suphanburi Province. 2) To study Customers' Satisfaction With Services of Krung Thai Bank (Public Company Limited) Phlio Branch in Suphanburi Province. separated by personal characteristics.

The sample group was 400 people of employee's International Laboratories Corp, Ltd . The questionnaire was used to be a tool for collecting the data. The data collected were analyzed by using the frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypotheses were tested by Independent

Sample (t-test), One-Way ANOVA (F-test), in case of its had statistical significant different testing a pair of variables by LSD was used to test hypothesis for each pair in order to see which pair are different.

The hypothesis test found that Customers with service of Krung Thai Bank Public Company Limited, SuphanBuri Province There are different demographic factors, age, education level, occupation and income, which makes the customer satisfaction with the service of Krung Thai Bank Public Company Limited, SuphanBuri Province different.

## บทนำ

ในปัจจุบันที่ธุรกิจธนาคารมีการแข่งขันกันสูงมาก ธนาคารหลายแห่งทั้งที่เป็นธนาคาร พาณิชย์เอกชนและธนาคารของภาครัฐและรัฐวิสาหกิจต่างพากันปรับเปลี่ยนนโยบายในการ ให้บริการแก่ลูกค้า โดยมุ่งเน้นไปที่การแข่งขันในเรื่องของการให้บริการเป็นหลัก เพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้านั้นกลับมาใช้บริการซ้ำอีก สร้าง รายได้ให้กับธนาคารเพิ่มขึ้น ดังนั้นธนาคารต่างๆจึงต้องพยายามพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันเพื่อให้ สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และยังต้องใช้ความพยายามมากขึ้นในการ รักษาสถานภาพธุรกิจของธนาคารให้อยู่ในระดับที่เหนือกว่าคู่แข่ง กลยุทธ์หนึ่งที่ธนาคารต่างๆ ใช้ในการสร้างและรักษาความเจริญความก้าวหน้าในการดำเนินงานของตนเอง คือ กลยุทธ์ในการ สร้างให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการของธนาคาร

ธนาคารกรุงไทย ด้วยรากฐานอันมั่นคงมาเกือบครึ่งศตวรรษ เรา มุ่งมั่นที่จะเป็นธนาคารแสนสะดวกและมั่นคง ที่ประชาชนไว้วางใจในบริการที่เป็นเลิศของเรา ด้วยเครือข่ายครอบคลุมทุกอำเภอทั่วประเทศ

พร้อมที่จะให้บริการคุณในทุกระดับ ทั้งลูกค้าบุคคล ลูกค้าองค์กร ลูกค้าสถาบัน ลูกค้าภาครัฐ หรือรัฐวิสาหกิจและลูกค้าธุรกิจทุกขนาด ไม่เพียงแต่ประวัติศาสตร์ในการดำเนินงานที่เราภาคภูมิใจเท่านั้น เรายังพร้อมที่จะคืนกำไรสู่สังคมและสิ่งแวดล้อมด้วยกิจกรรมสร้างทุนปัญหาที่ไม่ว่าคุณจะถูกภาคใดของสังคม คุณจะได้รับผลตอบแทนอย่างเท่าเทียมกัน

ดังนั้น ในการทำวิจัยครั้งนี้จึงต้องการทราบถึงระดับความพึงพอใจโดยรวมของการใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นผู้ใช้บริการในส่วนของข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประชาชนทั่วไป ร้านค้า หรือนิติบุคคล โดยมุ่งเน้นในส่วนการให้บริการหน้าจุดให้บริการ ด้านเงินโอน และในส่วนของการบริการด้านสินเชื่อ ซึ่งเป็นการบริการที่ต้องพบปะกับผู้ใช้บริการโดยตรง เพื่อหาข้อบกพร่องและอุปสรรคต่างๆ รวมทั้งแสวงหาแนวทางในการแก้ไขการให้บริการให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า และตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า

### **วัตถุประสงค์การวิจัย**

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในบริการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี โดยจำแนกตามปัจจัยประชากร

### **ขอบเขตของงานวิจัย**

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีเปิด ตารางหาจำนวนตัวอย่างของ YAMANE (1973) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้กลุ่ม ประชากรตัวอย่างจำนวน 400 คน

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัด

สุพรรณบุรี โดยมุ่งเน้นที่จะศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า

### **ตัวแปรศึกษาในการวิจัย**

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจและด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า

### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี

2. เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร

### **บททวนวรรณกรรม**

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้แยกความผูกพันต่อองค์กรออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

#### **ด้านที่ 1 ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ**

ธราภรณ์ เสือสุริย์ (2556) พบว่า คุณภาพของการให้บริการและความไว้วางใจของลูกค้าจะมีอิทธิพล ต่อความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งจะนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อ

ชลิดา ฟวงรักษา (2557) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ภาพลักษณ์ และความไว้วางใจ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของ

ผู้ใช้บริการธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เช่นเดียวกับงานของ ธีรดา ทวีจรสัชช กุล (2554) ที่ศึกษาความพึงพอใจลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) สาขาใน อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ ก็พบเช่นกันว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ไม่ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

## ด้านที่ 2 ด้านการตอบสนองลูกค้า

Kotler (2003, อ้างถึงใน วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ, 2555, น. 11) กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกของบุคคล โดยระดับความพึงพอใจเกิดจากการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์และการบริการกับความคาดหวัง หากได้รับต่ำกว่าความคาดหวังจะส่งผลให้บุคคลเกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) แต่หากได้รับตรงตามความคาดหวังก็จะเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) และถ้าได้รับสูงกว่าความคาดหวังก็จะเกิดเป็นความประทับใจ (Delight) อันจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำและส่งต่อสิ่งที่ดีของ ผลิตภัณฑ์ไปยังบุคคลอื่นต่อไป

สุนันทา ทวีผล (2550, หน้า 13) กล่าวถึงการให้บริการ สรุปได้ดังนี้

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้ นั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่หรือทั้งหมดมิใช่ เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุด ในการเอื้ออำนวยประโยชน์และบริการแล้วยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้น ๆ

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มิใช่ทำๆ หยุดๆ ตามความพอใจของผู้บริการหรือผู้ปฏิบัติ

## ด้านที่ 3 ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ

ธีรภิต นวรัตน์ ณ อยุธยา (2552, น. 182) ได้ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็น ความรู้สึกหรือทัศนคติส่วนบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของ บุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุเป้าหมายในระดับหนึ่ง และความรู้สึกดังกล่าว จะลดลงหากความ ต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง” โดยความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อได้รับการ บริการอย่างเต็มที่จากผู้ให้บริการ จนลูกค้ารู้สึกว่าคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ โดยการบริการจะสามารถสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ยากกว่าสินค้า เนื่องจากสินค้าเป็นสิ่งที่ได้รับการพัฒนามาอยู่แล้วและ ค่อนข้างไม่เปลี่ยนแปลง แต่คุณภาพการให้บริการขึ้นอยู่กับพนักงาน ซึ่งจะแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์และ บริบทต่างๆ หรือลูกค้าที่มาใช้บริการมีความต้องการที่เฉพาะมากกว่าที่พนักงานจะให้บริการได้

#### ด้านที่ 4 ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า

ปนัดดา นพศรี (2552) กล่าวว่าไว้ว่า ความน่าเชื่อถือและบุคลิกภาพของพนักงาน ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่มีต่อผู้ให้บริการ ความ ถูกต้อง ความแม่นยำ ความรวดเร็วของการให้บริการและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน การแต่งกายของพนักงาน และจำนวนพนักงานที่ให้บริการอย่างเพียงพอ มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการมาใช้บริการ

กุลธน ธนาพงศ์ธร (2530 อ้างถึงใน ทันดร ธนะกุลบริษัท, 2552, หน้า 303) กล่าวว่า หลักการให้บริการ ได้แก่

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และ บริการที่องค์การจัดการให้นั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่หรือทั้งหมด ไม่ใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคล กลุ่มบุคคลโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากไม่เกิดประโยชน์สูงสุดใน การถืออำนาจประโยชน์บริหารแล้ว ยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินการนั้น ๆ ด้วย

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอมีใช้ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้ที่มาใช้บริการทุกคนอย่างสม่ำเสมอ และเท่าเทียมกันไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่บุคคล หรือกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่งในลักษณะแตกต่าง จากบุคคลอื่น ๆ อย่างชัดเจน

### **งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

วัชรารภรณ์ จันทรสุวรรณ (2555) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของในการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านรูปลักษณะเป็นด้านที่ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล โดยเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่าความพึงพอใจของลูกค้ามีความแตกต่างกัน เมื่อลูกค้ามีระดับการศึกษา รายได้ ช่วงเวลาที่ติดต่อธนาคาร การทำธุรกรรมด้านการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การเปิดบัญชี และเวลาในการทำธุรกรรมแตกต่างกัน สำหรับลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ การทำธุรกรรมด้านการลงทุนและการออมทรัพย์รูปแบบอื่น การกู้เงินและการทำธุรกรรมอื่นๆ แตกต่างกันไม่ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารแตกต่างกัน

### **วิธีดำเนินการวิจัย**

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Experimental Design) และเก็บรวบรวมข้อมูล ภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross sectional Study) ใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธี



เปิด ตารางหาจำนวนตัวอย่างของ YAMANE (1973) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้กลุ่ม ประชากรตัวอย่างจำนวน 400 คน

### **เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย**

1. แบบสอบถามแบบปลายเปิดและปิด โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย

1.1 ปัจจัยด้านประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามลักษณะ ประชากรศาสตร์ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้ ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ทั้งหมด 5 ข้อ

1.2 แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับบริการ ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้าด้านการรับประกัน/ความมั่นใจด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า มีจำนวน 20 ข้อ กำหนดให้ 5 = ระดับความพึงพอใจมากที่สุด 4 = ระดับความพึงพอใจมาก 3 = ระดับความพึงพอใจปานกลาง 2 = ระดับความพึงพอใจน้อย 1 = ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นข้อคำถามปลายเปิด มีจำนวนข้อคำถาม 1 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล 1. สถิติพรรณนา (descriptive statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

**1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้**

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ในการ วิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยด้านประชากร ประกอบด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพและด้านรายได้

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ตัวแปรด้านความพึงพอใจในของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี

**2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้**

2.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจในของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร ด้านเพศ จะใช้สถิติ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 เพื่อศึกษาความ พึงพอใจในของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรีจำแนกตามปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

### **ผลการวิจัย**

1. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี โดยภาพรวมมีระดับพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าและด้านตอบสนอง

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร สามารถสรุป การวิจัย ได้ดังนี้

2.1 ลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีปัจจัยด้าน ประชากร ด้านเพศ ด้านอายุ และรายได้เฉลี่ย ต่างกัน ทำให้ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี ไม่ต่างกัน

2.2 ลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีปัจจัยด้าน ประชากร ด้านระดับการศึกษาและด้านอาชีพ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี ต่างกัน

### อภิปรายผล

ผลการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาผลการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

1.1 ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี มีความคิดเห็นว่าด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ควรที่จะมีบริการที่เชื่อมั่นเมื่อได้รับการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธราภรณ์ เสือสุริย์ (2556) พบว่า คุณภาพของการให้บริการและความไว้วางใจของลูกค้าจะมีอิทธิพล ต่อความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งจะนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อ

1.2 ด้านตอบสนองของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ในระดับมาก

ที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรีมีความคิดเห็นว่าด้านตอบสนองของลูกค้า ควรที่จะมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เหมาะกับลูกค้า แห่งการบริการ เพื่อให้มั่นใจว่าการบริการของเรานั้นดีพอที่จะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการตอบสนอง (Responsiveness) ให้บริการด้วยความ

1.3 ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี มีความคิดเห็นว่าด้านการรับประกัน/ความมั่นใจของลูกค้า ควรที่จะมีการสร้างความมั่นใจในเรื่องความของความปลอดภัยให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนภดล รมโพธิ์ (2554) กล่าวถึงความพึงพอใจลูกค้าว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจาก ความสอดคล้องกันระหว่างความคาดหวังของลูกค้า คุณภาพในสายตาผู้บริโภคและคุณค่าหรือความ นิยมในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งสามารถวัดให้เป็นรูปธรรมและประเมินได้จากดัชนี 2 ด้าน คือ 1) ความ จงรักภักดีในสินค้าและบริการ ซึ่งวิเคราะห์ได้จากอัตราการซื้อซ้ำ อัตราการรักษาลูกค้าเดิม อัตราการ บอกต่อ และ 2) การร้องเรียนของลูกค้า ซึ่งวิเคราะห์ได้จากจำนวนข้อร้องเรียนของลูกค้า และจำนวน ลูกค้าที่บริษัทสูญเสียไป เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ความพึงพอใจของลูกค้าจึงมีความสำคัญต่อผล ประประกอบการของบริษัทเพราะจะทำให้เกิดการซื้อซ้ำ รวมถึงการบอกต่อจนเกิดลูกค้ารายใหม่ ส่งผลให้ ส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทเพิ่มมากขึ้น ซึ่งนั่นย่อมหมายถึงผลกำไรที่บริษัทสามารถสร้างขึ้นนั่นเอง

1.4 ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี มีความคิดเห็นว่าด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ควรที่จะมีการพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อยซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดปนัดดา นพศรี (2552) กล่าวไว้ว่า

ความน่าเชื่อถือและบุคลิกภาพของพนักงาน ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่มีต่อผู้ใช้บริการ ความ ถูกต้อง ความแม่นยำ ความรวดเร็วของการให้บริการและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน การแต่งกายของพนักงาน และจำนวนพนักงานที่ให้บริการอย่างเพียงพอ มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการมาใช้บริการ

## **ข้อเสนอแนะ**

### **ปัจจัยด้านประชากร**

จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี มีปัจจัยด้านประชากร ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี ต่างกัน ดังนั้นธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ต้องให้ความสนใจกับปัจจัยการบริการของธนาคารกับผู้ที่มาใช้บริการของธนาคาร ด้านดังกล่าวข้างต้น เพราะในด้านระดับการศึกษาและด้านอาชีพ ของผู้มารับบริการเพื่อให้ผู้มารับบริการได้รับความพึงพอใจสูงสุดเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) นั้น ให้พิจารณาในด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้ เป็นประการสำคัญ

### **ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ**

จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี มีปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจต่างกันให้ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี ต่างกัน ดังนั้นธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) องค์ประกอบของความไว้วางใจนั้นจะขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการที่จะสร้างความ มั่นใจให้กับลูกค้า การดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และมีความจริงใจในการให้บริการ อย่าง ตรงไปตรงมา และเป็นประโยชน์แก่ผู้รับบริการ รวมถึงมีความสามารถในการ

ปรับเปลี่ยนรูปแบบของ การบริการให้รวดเร็วและทันต่อความต้องการ  
ของลูกค้าเดิม และลูกค้าใหม่ที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคตอีก ด้วย

### **ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป**

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆที่อาจจะมีผลต่อความพึงพอใจของ  
ลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)  
จังหวัดสุพรรณบุรี อาทิเช่น ด้านเทคโนโลยีทางการทำธุรกรรม ด้าน  
แรงจูงใจ

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะลูกค้าที่มีต่อการ  
ให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี  
เท่านั้น ดังนั้น ควรศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารที่ผู้ใช้มีความ  
ต้องการ เพื่อนำมาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของ  
ธนาคาร เพื่อเป็นประโยชน์ในการเสนอผลิตภัณฑ์ของธนาคารให้ตรง  
ต่อความต้องการของลูกค้าผู้มาใช้บริการธนาคารมากที่สุด

### **เอกสารอ้างอิง**

#### **บรรณานุกรม**

กุลชญา ภาหิณโคกสูง(2559).ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของ

ผู้ใช้งานเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก ของ  
ประเทศไทย: การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ.วิทยานิพนธ์  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทาง  
วิทยาการปัญญา วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา,  
มหาวิทยาลัยบูรพา.

ชุติมณฑน์ เช้าเจริญ(2559).ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้

บริการ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน).บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี,  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เบญชภา แจ้งเวชฉาย(2559).คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความ

พึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ใน กรุงเทพมหานคร.  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปิ่นแก้ว พิศราวัลย์.(2558).ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ

และการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารเฉพาะกิจ ที่ส่งผลต่อความภักดี  
ในการใช้บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

รพีมล คงฉิม(2554).การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของ

ลูกค้าที่ได้รับบริการ จากบริษัท เอ็ม.เอช.อี - ดีแมก (ที) จำกัด.  
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว.

สมนึก มังกร(2558).ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ

ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) สาขาพลีว จังหวัดจันทบุรี.  
วิทยานิพนธ์สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา

หทัยรัตน์ บันลือ(2556).ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ

ของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา.บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการ  
จัดการ,มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ. (2555). ความพึงพอใจในการให้บริการ

ของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขา  
พูนผล จังหวัดภูเก็ต. การค้นคว้าอิสระ ปริญญามหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.