

คุณภาพการบริการด้านเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขานราธิวาส
จังหวัดนราธิวาส

The Quality of Deposit Service of the Government Savings Bank, Narathiwat
Branch, Narathiwat Province.

นัตติยา ฮารง

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขานราธิวาส จังหวัดนราธิวาส และเพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขานราธิวาส จังหวัดนราธิวาส กลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขานราธิวาส จังหวัดนราธิวาส จำนวน 313 คน ในเดือนมกราคม 2562 ในเวลาทำการวันจันทร์ถึง วันศุกร์ ตั้งแต่เวลา 9.00 น. ถึง 15.00 น. สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค มีค่าเท่ากับ 0.94 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่า ไค-สแควร์ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ One-way ANOVA

ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขานราธิวาส จังหวัดนราธิวาส ในภาพมีค่าเฉลี่ย 3.96 ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการด้านประเภทเงินฝากที่ใช้บริการเป็นประจำ ด้านระยะเวลาในการใช้บริการ และด้านช่วงเวลาที่ให้บริการเป็นประจำไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.005 ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.005 เพศและสถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขานราธิวาสด้านประเภทเงินฝากด้านความถี่ในการใช้บริการ ต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.005 ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขานราธิวาสด้านประเภทเงินฝากด้านความถี่ในการใช้บริการต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.005 เพศ ระดับการศึกษา และสถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขานราธิวาสด้านประเภทเงินฝากมีวัตถุประสงค์ในการฝากเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.005 ส่วนอายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขานราธิวาสด้านประเภทเงินฝากมีวัตถุประสงค์ในการฝากเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.005 ผู้ประกอบการธนาคารต้องให้ความสำคัญในขั้นตอนการให้บริการที่มีความรวดเร็ว และถูกต้องแม่นยำ พนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ เป็นระบบและเป็นมาตรฐาน จะส่งผลให้ลูกค้าหันมาใช้บริการมากขึ้น

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ เงินฝาก ธนาคารออมสินสาขานราธิวาส

Abstract

This research aims to study the relationship between personal factors and the behavior of the customers who receive deposit service from the Government Savings Bank, Narathiwat Branch, Narathiwat Province, and to study the service quality that affects the decision to use the deposit service of the Government Savings Bank, Narathiwat Branch, Narathiwat Province. The sample group is 313 customers who receive service at the Government Savings Bank, Narathiwat branch, Narathiwat province in January 2019, during business hours Monday through Friday from 9.00 am to 3.00pm. The population in this study were selected by purposive sampling method. The research instrument was a questionnaire that has been verified for reliability by using Cronbach's alpha coefficients equal to 0.94. The statistics used for the analysis were percentage, chi-square, mean, standard deviation, t-test and One-way ANOVA.

The results of the study revealed that the average of quality of deposit services of the Government Savings Bank, Narathiwat Branch, Narathiwat Province was 3.96 which affects the satisfaction of the service quality at a high level. The relationship between gender and the behavior of receiving regular deposits service, service time and service period are not statistically significant related at the level of .005. The age, education, occupation, monthly income and the relationship status has a statistically significant relationship at level.005. Gender and status do not correlate with customers' behavior at the Government Savings Bank, Narathiwat branch. In terms of the type of deposit, frequency of service usage per month is statistical significance at level.005. Age, education, occupation and monthly income, are related to the behavior of using the deposit service of the Government Savings Bank, Narathiwat branch. As of the type of deposit, the frequency of service usage per month is statistical significance at level.005. Gender, education and status does not correlate with the behavior of using the deposit service of the Government Savings Bank, Narathiwat branch. In terms of the deposit type, there was the objective of depositing with statistical significance at the level of .005. Age, occupation and monthly income, are related to the behavior of using the deposit service of the Government Savings Bank, Narathiwat branch. In terms of the deposit type, there is the objective of depositing with statistical significance at the level of .005. The bank operators must pay attention to the process of providing quick and accurate services. There should be adequate staffs to provide systematic and standard service in order to attract more customers.

Keyword : The Quality of Service, Deposit Service, the Government Savings Bank Narathiwat Branch.

บทนำ

สถาบันการเงินภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นสถาบันหนึ่งที่มีบทบาทสูงในด้านการดำเนินธุรกิจ กิจกรรมของภาครัฐมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ธนาคารออมสินจึงได้ให้ความสำคัญต่อการลงทุนของภาครัฐและหน่วยงานของรัฐเสมอมา โดยได้สนับสนุนในรูปแบบของการลงทุนในพันธบัตรรัฐบาลและตัวสัญญาใช้เงินของกระทรวงการคลัง พันธบัตรและหุ้นของรัฐวิสาหกิจ และเป็นสถาบันการเงิน ที่มีผลต่อสภาพความเป็นอยู่และมาตรฐาน การครองชีพของประชาชนในประเทศ โดยให้บริการทางการเงินในรูปแบบต่างๆแก่ประชาชน เช่น การรับฝากเงิน การโอนเงิน การให้สินเชื่อ การให้เชาตู้നിရိယเพื่อเก็บรักษาทรัพย์สิน การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และบริการตัวแลกเปลี่ยน ตลอดจนการรับชำระค่าสาธารณูปโภค ซึ่งแต่ละสถาบันการเงิน เช่น ธนาคารต่างๆ เกิดการทุ่มเททรัพยากรเพื่อการพัฒนาหน่วยงานของตนให้บริการที่ดีกว่าคู่แข่ง เช่น มีการพัฒนาเทคโนโลยี บรรยากาศของหน่วยงาน เพื่อจูงใจลูกค้าโดยการนำวิธีการต่างๆ เช่นการบริหารคุณภาพโดยรวมและองค์การมาตรฐานสากล เป็นต้น

ในช่วงเศรษฐกิจ ฅ ปัจจุบัน มีการขยายตัวทางธุรกิจอย่างมาก ทำให้องค์กรอย่างธนาคารมีความจำเป็นต่อระบบเศรษฐกิจของประชาชนมากขึ้น และด้วยการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ทั้งในส่วนของเทคโนโลยีที่ทันสมัย สื่อโฆษณาต่างๆ และพัฒนาสินค้าและบริการ ให้มีความหลากหลาย เพื่อที่จะให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้ส่งผลให้ธนาคารมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆ โดยมีความพยายามที่จะปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าจากธนาคารคู่แข่งมาเป็นลูกค้าธนาคารตนเอง และพยายามรักษาลูกค้าเดิมที่มีอยู่ไม่ให้อู่คู่แข่งแย่งไป ซึ่งจะเห็นได้ว่าการออกผลิตภัณฑ์ทางด้านเงินฝาก ที่เพิ่มดอกเบี้ยสูง หรือดอกเบี้ยสินเชื่อต่ำ และผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มากมาย เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคแต่ไม่เพียงพอต่อการแข่งขันในยุคปัจจุบัน ส่งผลทำให้ทุกธนาคารกลับมาเน้นการให้บริการที่เป็นเลิศ ซึ่งคุณภาพการให้บริการเป็นส่วนสำคัญอย่างมากในการแข่งขันแย่งชิงลูกค้า และเพื่อความอยู่รอดของธนาคาร นอกจากเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีการแข่งขันสูง ในยุคปัจจุบันธนาคารของรัฐที่เข้ามาแย่งชิงลูกค้าโดยตรงกับธนาคารพาณิชย์ ทั้งด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งมีลักษณะการให้บริการคล้ายคลึงกัน ธนาคารของรัฐจึงหันมาให้ความสำคัญและมุ่งเน้นการให้บริการเป็นเลิศ การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานกับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจที่สุด และเกิดความเชื่อมั่นในองค์กร

ดังนั้นการให้บริการลูกค้าคือหัวใจสำคัญในการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ เพื่อครองใจลูกค้าในปัจจุบัน ดังนั้นการปรับปรุงคุณภาพการบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้ธนาคารออมสิน สาขานราธิวาส จังหวัดนราธิวาส เป็นองค์กรที่ให้บริการเป็นเลิศ สามารถยืนหยัดสู้กับคู่แข่งได้ จึงได้พยายามปรับปรุงคุณภาพการบริการ ของธนาคาร เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของประเทศอย่างยั่งยืน ตามวิสัยทัศน์ของธนาคาร หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และนโยบาย Thailand 4.0 โดยทั้งนี้ธนาคารจะยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) เพื่อส่งมอบคุณค่าด้วยนวัตกรรมทางการเงินและการบริการที่เหนือความคาดหวังของลูกค้า โดยธนาคารจัดฝึกอบรมของพนักงานให้บริการ ปรับปรุงสถานที่บริการ ปรับปรุงธุรกิจให้บริการและเพิ่มช่องทางการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย และปลอดภัย และทำให้ลูกค้าที่มารับบริการเกิดความประทับใจทั้งด้านบริการ และด้านธุรกิจการให้บริการ จึงเห็นได้ว่าธนาคารออมสิน สาขานราธิวาส จังหวัดนราธิวาส ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องคุณภาพการบริการทั้งในด้านพนักงานผู้ให้บริการและความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายทั้งรูปแบบของการบริการ ปัจจัยที่แตกต่างของบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา เป็นต้น ที่ส่งผลให้ความต้องการเมื่อเข้ามาใช้บริการของธนาคารที่ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า ดังนั้นธนาคารจึงได้ปรับปรุงระบบ และได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการองค์กร และปรับปรุงโครงสร้าง อัตรากำลัง และกระบวนการ บริหารและพัฒนาบุคลากรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล ควบคู่กับการบริหารประสิทธิภาพเทคโนโลยีให้รองรับธุรกิจและสร้างความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและการให้บริการทางการเงินของลูกค้าให้สะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยเปิดให้มี การใช้บริการผ่าน

ทางโทรศัพท์มือถือ (MYMO) หรือผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งได้มีระบบ Internet Banking ลูกค้าสามารถเช็คยอดเงินฝาก สินเชื่อ โอนเงิน หรือชำระค่าสินค้าและบริการได้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่กลุ่มบุคคล นิติบุคคล หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ เพื่อให้สามารถจัดการทางการเงินด้วยตัวเองได้อย่างสะดวก สบาย ของลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดี และประทับใจต่อการให้บริการที่ได้รับ ลูกค้าธนาคารจะเพิ่มขึ้นและเข้าใช้บริการบ่อยครั้งขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยในฐานะพนักงานของธนาคารออมสิน จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการในทัศนะของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขาพระราชวัง เพื่อจะได้รับทราบถึงความประทับใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการให้มากที่สุดต่อไป

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ซึ่งรวบรวมโดยการเก็บข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาพระราชวัง จังหวัดพระราชวัง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้แก่ ข้อมูลที่อยู่ในรูปเอกสาร บทความทางวิชาการวารสารและข้อมูลทางสถิติที่ได้จาก ธนาคารออมสิน เพื่อนำมาประกอบใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขาพระราชวัง จังหวัดพระราชวัง จำนวน 54,641 บัญชี ต่อปี (ที่มา : สรุปยอดบริการลูกค้า ณ ปี 2561) กลุ่มตัวอย่าง ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขาพระราชวัง จังหวัดพระราชวัง โดยใช้หลักการของยามานะ (Yamane) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน กำหนดช่วงเวลา 1 เดือนในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ช่วงเดือนมกราคม 2562 ในเวลาทำการวันจันทร์ถึง วันศุกร์ ตั้งแต่เวลา 9.00น. ถึง 15.00 น. โดยมีลูกค้ามาใช้บริการและกำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่าง 313 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและเก็บข้อมูลรวบรวมครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขาพระราชวัง จังหวัดพระราชวังโดยมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

1. ศึกษารวบรวมข้อมูลต่างๆ จากเอกสาร ตำรา ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆรวมทั้งศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามงานวิจัย
2. ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอบริการที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบปรับปรุง และความถูกต้อง เพื่อให้เกิดให้ความเข้าใจแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม และสามารถครอบคลุมเรื่องที่ต้องการศึกษาแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข
3. จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ <http://goo.gl/forms/lu726Vc2cwFVvTho1> ไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้รวดเร็วในการตอบแบบสอบถามของลูกค้าที่มาใช้บริการ และสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ลักษณะของแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสินสาขานราธิวาส จังหวัดนราธิวาส ได้แก่ เหตุผลสำคัญที่สุดที่ใช้บริการด้านเงินฝากกับธนาคารออมสิน สาขา นราธิวาส ประเภทเงินฝากที่ใช้เป็นประจำระยะเวลาในการเป็นลูกค้า ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน ช่วงเวลาที่ใช้บริการเป็นประจำ วัตถุประสงค์ในการฝากเงิน

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา นราธิวาส แต่ละข้อคำถามต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเงินฝากได้แก่ 1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ 3. การตอบสนองต่อลูกค้า 4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า 5. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า เป็นแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ

ผู้วิจัยได้กำหนดการให้คะแนนระดับความสำคัญในการให้บริการ ดังนี้

| | | | |
|----------------------------|-----|---|-------|
| ระดับความพึงพอใจมากที่สุด | ให้ | 5 | คะแนน |
| ระดับความพึงพอใจมาก | ให้ | 4 | คะแนน |
| ระดับความพึงพอใจปานกลาง | ให้ | 3 | คะแนน |
| ระดับความพึงพอใจน้อย | ให้ | 2 | คะแนน |
| ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด | ให้ | 1 | คะแนน |

การแปลความหมายของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) พิจารณาจากระดับคะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ ซึ่งจัดชั้นเท่ากัน (Class Interval) ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ (วัลลภ รัฐนัตรานนท์, 2554)

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. นำแบบสอบถามออนไลน์ไปสัมภาษณ์และส่ง Link แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝากกับ ธนาคารออมสินสาขานราธิวาส จังหวัดนราธิวาส โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 313 คน โดยมีระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล ในช่วงเดือน มกราคม 2562 ในเวลาทำการวันจันทร์ถึง วันศุกร์ ตั้งแต่เวลา 9.00 น. ถึง 15.00 น. จึงทำให้ได้ข้อมูลไม่ครบถ้วนตามการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจะต้องไม่น้อยกว่า 410 ตัวอย่าง เนื่องจากจำกัดด้วยระยะเวลา 1 เดือน

2. นำแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมา ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และดำเนินการจัดทำตามขั้นตอนต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการ วิเคราะห์โดยหาค่าร้อยละ(Percentage)
2. ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา นราธิวาส วิเคราะห์โดยใช้สถิติค่า ไค-สแควร์ (Chi-square) ทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และหาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์
3. ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา นราธิวาส วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย(\bar{X}) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) t-test และ One-way ANOVA

ผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขานราธิวาสจากกลุ่มประชากร 313 คน สามารถแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามแสดงรายละเอียด โดยแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง ดังนี้

ตาราง 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารออมสิน

| ปัจจัยส่วนบุคคล | จำนวน (คน) | ร้อยละ (%) |
|-------------------------------|------------|------------|
| เพศ | | |
| ชาย | 137 | 43.8 |
| หญิง | 176 | 56.2 |
| อายุ | | |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 61 | 19.5 |
| 20 - 29 ปี | 28 | 8.9 |
| 30 - 39 ปี | 134 | 42.8 |
| 40 - 49 ปี | 64 | 20.4 |
| 50 ปีขึ้นไป | 26 | 8.3 |
| ระดับการศึกษา | | |
| ต่ำกว่าอนุปริญญาหรือเทียบเท่า | 114 | 36.4 |
| ปริญญาตรี | 155 | 49.5 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 44 | 14.1 |
| อาชีพ | | |
| นักเรียน/นักศึกษา | 68 | 21.7 |
| ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย | 93 | 29.7 |
| ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 104 | 33.2 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 33 | 10.5 |
| อื่นๆ | 15 | 4.8 |
| รายได้ต่อเดือน | | |
| ต่ำกว่า 10,000 บาท | 75 | 24.0 |
| 10,001 - 20,000 บาท | 74 | 23.6 |
| 20,001 - 30,000 บาท | 91 | 29.1 |

| | | |
|---------------------|-----|------|
| 30,001 – 40,000 บาท | 57 | 18.2 |
| 40,001 บาทขึ้นไป | 16 | 5.1 |
| สถานภาพ | | |
| โสด | 159 | 50.8 |
| สมรส | 133 | 42.5 |
| หย่าร้าง | 21 | 6.7 |

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขา นราธิวาส จากกลุ่มประชากร 313 คน สามารถแสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงรายละเอียด โดยแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง ดังนี้

ตาราง 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขา นราธิวาส

| พฤติกรรมการใช้บริการ | จำนวน (คน) | ร้อยละ (%) |
|--|------------|------------|
| ประเภทเงินฝากที่ใช้บริการเป็นประจำมากที่สุด | | |
| เงินฝากเผื่อเรียก | 207 | 66.1 |
| เงินฝากประจำ | 37 | 11.8 |
| เงินฝากสลากออมสิน | 36 | 11.5 |
| เงินฝากกระแสรายวัน | 19 | 6.1 |
| เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว | 14 | 4.5 |
| ระยะเวลาในการใช้บริการ | | |
| 1 - 3 ปี | 96 | 30.7 |
| 4 - 6 ปี | 82 | 26.2 |
| 7 - 9 ปี | 70 | 22.4 |
| 10 ปีขึ้นไป | 65 | 20.8 |
| ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน | | |
| 1 - 3 ครั้ง | 169 | 54.0 |
| 4 - 6 ครั้ง | 67 | 21.4 |
| 7 - 9 ครั้ง | 31 | 9.9 |
| 10 ครั้งขึ้นไป | 46 | 14.7 |
| ช่วงเวลาที่ใช้บริการเป็นประจำ | | |
| 9.00 - 11.00 น. | 169 | 54.0 |
| 11.01 - 13.00 น. | 69 | 22.0 |
| 13.01 - 15.00 น. | 75 | 24.0 |
| วัตถุประสงค์ในการฝากเงินที่สำคัญที่สุด | | |
| เพื่อการออม | 229 | 73.2 |
| เพื่อชำระเงินกู้ | 69 | 22.0 |
| เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ | 14 | 4.5 |
| อื่นๆ | 1 | .3 |

3. ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา นราธิวาส
 ตาราง 3 คุณภาพการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขานราธิวาส จังหวัดนราธิวาส

| คุณภาพการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขานราธิวาส จังหวัดนราธิวาส | \bar{X} | S.D. | ระดับความ พึงพอใจ |
|--|-------------|--------------|----------------------|
| ความเป็นรูปธรรมของการบริการ | | | |
| 1. ธนาคารมีเครื่องมือ อุปกรณ์ ที่ทันสมัย | 3.95 | 0.631 | มาก |
| 2. ธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งของ ตกแต่ง มีความ สวยงามและน่าสนใจ | 3.95 | 0.616 | มาก |
| 3. การแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย และดึงดูดความสนใจ | 4.03 | 0.588 | มาก |
| 4. สภาพแวดล้อมของธนาคารสะอาด เรียบร้อย | 4.02 | 0.617 | มาก |
| รวม | 3.99 | 0.527 | มาก |
| การตอบสนองต่อลูกค้า | | | |
| 1. พนักงานมีความพร้อมตลอดเวลาที่จะให้บริการและความ ช่วยเหลือ | 3.83 | 0.712 | มาก |
| 2. ระยะเวลาในการแก้ไขปัญหาและบริการของพนักงานรวดเร็ว | 3.80 | 0.720 | มาก |
| 3. พนักงานมีความกระตือรือร้นและให้บริการได้อย่างรวดเร็ว | 3.79 | 0.746 | มาก |
| 4. ระยะเวลาในการรอที่จะได้รับบริการและความช่วยเหลือ | 3.80 | 0.733 | มาก |
| รวม | 3.81 | 0.656 | มาก |
| การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า | | | |
| 1. พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ | 3.98 | 0.583 | มาก |
| 2. เมื่อทำธุรกรรมกับพนักงาน รู้สึกปลอดภัย | 3.98 | 0.612 | มาก |
| 3. เมื่อทำธุรกรรมกับพนักงาน รู้สึกน่าไว้วางใจ | 4.13 | 1.853 | มาก |
| 4. เมื่อทำธุรกรรมกับพนักงาน รู้สึกเชื่อมั่นในการให้บริการ | 4.04 | 0.603 | มาก |
| รวม | 4.03 | 0.724 | มาก |
| การรู้จักและเข้าใจลูกค้า | | | |
| 1. พนักงานให้ความใส่ใจในการให้บริการและมีความเป็นกันเอง | 4.01 | 0.625 | มาก |
| 2. พนักงานรักษาผลประโยชน์ให้กับลูกค้า | 3.99 | 0.645 | มาก |
| 3. พนักงานเข้าใจอย่างแท้จริงในความจำเป็นของลูกค้า | 4.01 | 0.633 | มาก |
| 4. พนักงานให้ความสำคัญ เมื่อได้รับการร้องขอความช่วยเหลือ | 4.00 | 0.615 | มาก |
| รวม | 4.00 | 0.566 | มาก |
| รวมทั้งหมด | 3.96 | 0.522 | มาก |

4. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากของของผู้ใช้บริการ ธนาคารออมสิน สาขานราธิวาส จังหวัดนราธิวาส จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ดังนี้

ตาราง 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขา นราธิวาส ด้านประเภทเงินฝากที่ใช้บริการเป็นประจำ

| ประเภทเงินฝากที่ใช้บริการเป็นประจำ | Chi-Square | Sig. |
|------------------------------------|------------|-------|
| เพศ | 3.31 | 0.507 |
| อายุ | 51.69 | .000 |
| ระดับการศึกษา | 24.42 | .002 |
| อาชีพ | 67.07 | .000 |
| รายได้ต่อเดือน | 80.89 | .000 |
| สถานภาพ | 41.60 | .000 |

ตาราง 5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขา นราธิวาส ด้านระยะเวลาในการใช้บริการ

| ด้านระยะเวลาในการใช้บริการ | Chi-Square | Sig. |
|----------------------------|------------|------|
| เพศ | 8.51 | .036 |
| อายุ | 110.69 | .000 |
| ระดับการศึกษา | 55.05 | .000 |
| อาชีพ | 111.73 | .000 |
| รายได้ต่อเดือน | 107.68 | .000 |
| สถานภาพ | 56.40 | .000 |

ตาราง 6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขา นราธิวาส ด้านความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

| ด้านความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน | Chi-Square | Sig. |
|-----------------------------------|------------|------|
| เพศ | 4.16 | .245 |
| อายุ | 61.91 | .000 |
| ระดับการศึกษา | 39.17 | .000 |
| อาชีพ | 80.82 | .000 |
| รายได้ต่อเดือน | 84.74 | .000 |
| สถานภาพ | 17.47 | .008 |

ตาราง 7 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขา นราธิวาส ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการเป็นประจำ

| ด้านช่วงเวลาที่ให้บริการเป็นประจำ | Chi-Square | Sig. |
|-----------------------------------|------------|------|
| เพศ | 1.80 | .613 |
| อายุ | 40.82 | .000 |
| ระดับการศึกษา | 19.41 | .004 |
| อาชีพ | 41.51 | .000 |
| รายได้ต่อเดือน | 37.73 | .000 |
| สถานภาพ | 38.96 | .000 |

ตาราง 8 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขา นราธิวาส ด้านวัตถุประสงค์ในการฝากเงิน

| ด้านวัตถุประสงค์ในการฝากเงิน | Chi-Square | Sig. |
|------------------------------|------------|------|
| เพศ | 4.20 | .379 |
| อายุ | 47.57 | .000 |
| ระดับการศึกษา | 10.55 | .228 |
| อาชีพ | 37.63 | .002 |
| รายได้ต่อเดือน | 54.55 | .000 |
| สถานภาพ | 16.72 | .033 |

5. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตาราง 9 พฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้า ธนาคารออมสินสาขานราธิวาส ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

| พฤติกรรมการใช้บริการ | F | Sig. (p.) |
|---|-------|-----------|
| ประเภทเงินฝากที่ให้บริการเป็นประจำมากที่สุด | .946 | .571 |
| ระยะเวลาในการใช้บริการ | 1.091 | .332 |
| ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน | .919 | .617 |
| ช่วงเวลาที่ให้บริการเป็นประจำ | 1.004 | .471 |
| วัตถุประสงค์ในการฝากเงินที่สำคัญที่สุด | 1.119 | .294 |

สรุปและวิจารณ์ผล

ผลการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการด้านเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขานราธิวาส จังหวัดนราธิวาส สรุปผลดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขานราธิวาสจากกลุ่มประชากร 313 คน จากการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการด้านเงินฝากส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.2 มีอายุ 30 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.8 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงาน

5. การทดสอบสมมุติฐานการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้านาคารออมสิน สาขานราธิวาส ด้านประเภทเงินฝากที่ใช้บริการเป็นประจำมากที่สุด ด้านระยะเวลาในการใช้บริการ ด้านความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการเป็นประจำ และด้านวัตถุประสงค์ในการฝากเงินที่สำคัญที่สุดที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้ำ ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

วิจารณ์ผลการศึกษาวิจัย

1. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากของของใช้บริการธนาคารออมสิน สาขานราธิวาส จังหวัดนราธิวาส พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการด้านประเภทเงินฝากที่ใช้บริการเป็นประจำ ด้านระยะเวลาในการใช้บริการ ด้านความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการเป็นประจำ และด้านประเภทเงินฝากมีวัตถุประสงค์ในการฝากเงิน พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้ำ ธนาคารออมสิน สาขานราธิวาสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .005 ส่วนด้านประเภทเงินฝากที่ใช้บริการเป็นประจำ ด้านระยะเวลาในการใช้บริการ ด้านความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการเป็นประจำ และด้านประเภทเงินฝากมีวัตถุประสงค์ในการฝากเงิน อายุและอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้ำ ธนาคารออมสิน สาขานราธิวาสด้านประเภทเงินฝากที่ใช้บริการเป็นประจำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.005 สอดคล้องกับนรินทร์ อ่อนนุ่ม กิตติมา จึงสุวดี และประนอม คำผา (2557) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรเมืองอุบลราชธานี จำกัด พบว่า เพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการในด้านการดูแลเอาใจใส่การให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจะเห็นได้เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ ส่วน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านการดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจะเห็นได้ว่าอายุและอาชีพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้ำ ธนาคารต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุและอาชีพที่ต่างกันอย่างเช่น คนในช่วยวัยทำงานอาจใช้บริการหลายด้านมากกว่ากลุ่มช่วยวัยเรียน ความต้องการในการได้รับการตอบสนองจากบุคลากรของธนาคารจึงแตกต่างกัน หากธนาคารสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการได้ตรงกับความต้องการและผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจก็จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีความจงรักภักดีกับธนาคารและเป็นลูกค้ำของธนาคารตลอดไป ซึ่งสอดคล้องกับหัทธญา คงปริพันธ์ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้ำเปรียบเทียบระหว่างธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้ำ ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้ำ และด้านการดูแลเอาใจใส่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีที่ลูกค้ำมีต่อธนาคารกรุงไทยและธนาคารกรุงเทพ และคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทยกับธนาคารกรุงเทพที่ต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีที่มีต่อธนาคารแตกต่างกัน

2. ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขานราธิวาส พบว่าโดยรวมคุณภาพการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขานราธิวาส จังหวัดนราธิวาส มีค่าเฉลี่ย 3.96 ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขานราธิวาส จังหวัดนราธิวาส ในแต่ละด้านมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน สอดคล้องกับชลธิชา ศรีบำรุง (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร กรุงเทพ สาขาดอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมมีความเหมาะสมของการให้บริการ อยู่ในระดับดีเมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับ 1 รองลงมา คือ ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคารและด้านลักษณะทางกายภาพ และสอดคล้องกับเบญจมา แจ้งเวชฉาย (2559) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้วยมากเป็นลำดับแรก ได้แก่ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ รองลงมา ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ดังนั้นจะเห็นได้ว่าคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ธนาคารต้องให้ความสำคัญกับการให้บริการและมีการประเมินผลการให้บริการของบุคลากรและระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาและปรับปรุงระบบ ขั้นตอน การให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการให้มากที่สุด

กิตติกรรมประกาศ

ขอบคุณมหาวิทยาลัยรามคำแหง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ธนาคารออมสิน สาขานราธิวาส และลูกค้า ผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขานราธิวาส

เอกสารอ้างอิง

ชลธิชา ศรีบำรุง. (2557). *คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี*. วิทยาลัยการ
บริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ดารี สถิตเสมากุล. (2558). *ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ของประชากรในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เบญจมา แจ้งเวชฉาย. (2559). *ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า
BTS ในกรุงเทพมหานคร*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

นิติพล ภูตะโชติ. (2551). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคาย*.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

รันดร์ อ่อนนุ่ม กิตติมา จึงสุวดี และประนอม คำผา. (2557). *ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์
การเกษตรเมืองอุบลราชธานี จำกัด*. วารสารวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ. ปีที่ 9 เล่มที่ 2 พฤศจิกายน .หน้า 1

วัลลภ รัฐฉัตรานนท์. (2554). *เทคนิควิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2553). *คุณภาพในงานบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดี.

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2550). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

หัทธยา คงปรี่พันธ์. (2557). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าเปรียบเทียบระหว่าง
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี*.
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรบุรี.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 8)*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Douglas, C.M. (2007). *Design and Analysis of Experiments* (6th ed.). New York: John
Wiley & Sons Inc.

Etzel, M.J. (2014). *Marketing* (12th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.

Gronroos, G.T. (1990). *Service management and marketing*. Massachusetts: Lexington Books.

Kolter, P. (2010). *Marketing management* (The Millennium ed.). New Jersey: Prentice Hall.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Marketing: An introduction*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice – Hall.
- Millet, J.D. (1954). *Management in the public service: The quest for effective performance*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Oliver, R.L. (1980). *A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions*. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (2013). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. *Journal of Marketing*, 49, 41 - 50.
- Rust, R.T., & Oliver, R.L. (1994). *Service quality: New directions in theory and practice*. USA: SAGE.
- Spector, P.E. (1987). *Industries and organizational psychology research and practice*. (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Vroom, H.V. (1964). *Work and motivation*. New York: Wiley and Sons Inc.