

คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กรณีศึกษา : ธนาคารกสิกรไทย อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

รัตดา ชาญสาคร

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาคุณภาพของการบริการ และความพึงพอใจของธนาคารกสิกรไทย (2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ (3) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทยในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทั้งหมด 420 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ ตัวแปรต้นคือ คุณภาพการบริการ โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้ ด้านรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจและด้านการเอาใจใส่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($M=4.50$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 5 ด้าน พบว่า การบริการด้านรูปธรรม และด้านความมั่นใจมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการมากที่สุดทั้งสองด้าน ($M=4.53$) รองลงมาคือ ด้านการเอาใจใส่ ($M=4.51$) ส่วนด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการตอบสนอง ($M=4.48$) และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารมีผลต่อคุณภาพการบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยคุณภาพการบริการสามารถร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้ร้อยละ 70.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีคุณภาพการบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการตอบสนอง, ด้านความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่ ส่งผลเชิงบวก ($\beta=0.175$) ($\beta=0.159$) ($\beta=0.482$) ซึ่งสามารถสร้างสมการทำนายความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ได้ดังนี้ $Y = 0.430 + 0.175X3 + 0.159X4 + 0.482X5$ โดยที่ Y = ความพึงพอใจ, $X3$ = คุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง, $X4$ = คุณภาพการบริการด้านความมั่นใจ และ $X5$ = คุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ ซึ่งคุณภาพการบริการที่มีค่า β มากที่สุด คือ คุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่มีส่งผลต่อความพึงพอใจสูงสุด ($\beta=0.482$) ส่วนการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ และอาชีพของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาตามอายุ 60 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่มากที่สุด ($M=4.71, SD=0.43$) และเมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด ($M=4.59, SD=0.41$)

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจ

บทนำ

ความเป็นมาและสภาพปัญหา

ธนาคารกสิกรไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2488 โดยมีนายโชติ ลำซำและญาติมิตรชาวไทยเชื้อสายจีนเป็นผู้ร่วมก่อตั้ง โดยในระยะแรกมุ่งเน้นลูกค้ารายย่อยที่เป็นเกษตรกร ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท โดยมีสาขาสำนักงานเลื้อป่าในปัจจุบันเป็นที่ทำการแห่งแรก ซึ่งเริ่มด้วยพนักงานเพียง 21 คน แต่เพียงงวดบัญชีแรกที่สิ้นสุด 6 เดือน ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2488 ก็มียอดเงินฝากสูงถึง 12 ล้านบาท และมีสินทรัพย์ 15 ล้านบาท ตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมา ธนาคารมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรและผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้บริการที่เป็นเลิศ ภายใต้คำขวัญ “บริการทุกระดับประทับใจ”

ธนาคารกสิกรไทย ได้เปิดสาขาแรกที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และขยายสาขาไปยังหัวเมืองใหญ่ในภูมิภาคต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในช่วงทศวรรษ 2530 เศรษฐกิจไทยเจริญเติบโตเป็นอย่างมาก รัฐบาลไทยเปิดเสรีทางการเงินให้ธนาคารชั้นนำในต่างประเทศ เข้ามาแข่งขันได้ ธนาคารกสิกรไทยได้ริเริ่มและพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ และได้จดทะเบียนเป็น “บริษัทมหาชน” เป็นยุคที่ประสบความสำเร็จในการขยายสาขาครบ 73 จังหวัด เมื่อวิกฤตฟองสบู่ อันนำไปสู่วิกฤตเศรษฐกิจเศรษฐกิจผ่านพ้นไป “การรื้อปรับกระบวนการทำงาน” ที่เรื่อนำมาใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 นับว่ามีส่วนสำคัญที่ทำให้ธนาคารมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวจนผ่านพ้นภาวะวิกฤตมาได้ ธนาคารกสิกรไทย ได้กำหนดภารกิจ และปรับโครงสร้างองค์กรครั้งใหญ่ เปลี่ยนยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจใหม่ รวมทั้งการเป็นผู้นำในการสร้างระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีของสถาบันการเงินในประเทศไทย พ้าใหม่ของภาคธุรกิจไทยก็เริ่มต้น จากความมุ่งมั่นในการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์แบบและครบวงจร ภายใต้แนวคิด “การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง” ซึ่งนำไปสู่การรวมธนาคารกสิกรไทยและบริษัทของธนาคารกสิกรไทย (K Companies) และได้กำหนด "K KASIKORNTHAI" เป็น สัญลักษณ์ ที่รับประกันคุณภาพและมาตรฐาน นอกจากนี้ ยังได้ร่วมมือกับบริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประกันผ่านช่องทางธนาคาร และเพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและเอเชีย นับเป็นวิสัยทัศน์อันกว้างไกลเพื่อที่สุดแห่ง “บริการทุกระดับประทับใจ” ดังนั้น สิ่งที่ธนาคารกสิกรไทย ตระหนักอยู่เสมอ คือ การให้บริการอย่างมีคุณภาพและผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจเมื่อได้รับบริการจากธนาคารกสิกรไทย ว่าอยู่ในระดับใด พร้อมการบริการในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันกับการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงวิธีการและขั้นตอนการให้บริการ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยรวดเร็วขึ้น อีกทั้งเป็นการลดปัญหาข้อร้องเรียน และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาคุณภาพของการบริการ และความพึงพอใจของธนาคารกสิกรไทย
2. ศึกษาอิทธิพลคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย
3. เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่

สมมติฐานการวิจัย

คำถามการวิจัยที่ 1.คุณภาพการบริการ ในแต่ละด้านมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการหรือไม่

H_{1a} คุณภาพด้านรูปธรรมมีผลต่อความพึงพอใจ

H_{1b} คุณภาพด้านความน่าเชื่อถือมีผลต่อความพึงพอใจ

H_{1c} คุณภาพด้านการตอบสนองมีผลต่อความพึงพอใจ

H_{1d} คุณภาพด้านความมั่นใจมีผลต่อความพึงพอใจ

H_{1e} คุณภาพด้านการเอาใจใส่มีผลต่อความพึงพอใจ

คำถามการวิจัยที่ 2. การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อ

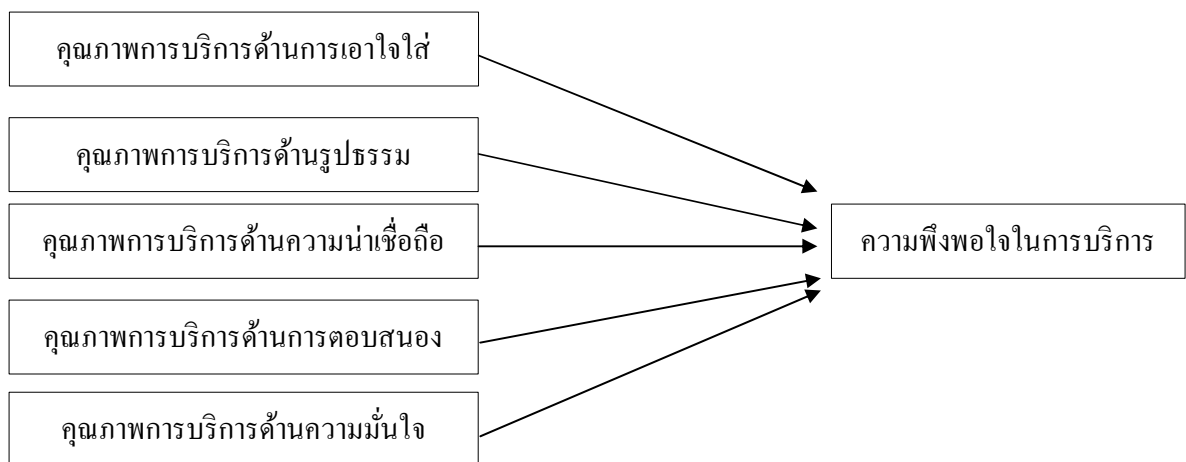
คุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่หรือไม่ อย่างไร

H_{2a} อายุของผู้ใช้บริการที่ต่างกันจะมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ที่แตกต่างกัน

H_{2b} อาชีพของผู้ใช้บริการที่ต่างกันจะมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา “ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ” กรณีศึกษา ธนาคารกสิกรไทย อำเภอลำปาง จังหวัดสงขลา เป็นการศึกษาคุณภาพการให้บริการรวมมีสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
 - 1.1 ตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพการบริการด้านรูปธรรม, คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ, คุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง, คุณภาพการบริการด้านความมั่นใจ, คุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ และคุณภาพการบริการรวม
 - 1.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ คือ ภาพรวมแล้วมีความพอใจกับการทำธุรกรรมกับธนาคารกสิกรไทย, ประสิทธิภาพที่ได้รับจากธนาคารเกินความคาดหมายของลูกค้า และความรู้สึกว่าฉันตัดสินใจถูกต้องที่เลือกใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย
2. ขอบเขตด้านประชากรคือผู้ใช้บริการ ธนาคารกสิกรไทย อำเภอลำปาง จังหวัดสงขลา
3. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการเก็บข้อมูล คือ เดือน กันยายน พ.ศ.2563 ถึง เดือน มกราคม พ.ศ.2564

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction)

ความพึงพอใจ (Satisfaction) ตาม พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ โดย Shelly อ้างโดย ประกายดาว (2536) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่นๆ ขณะที่วิชัย (2531) กล่าวว่า แนวคิดความพึงพอใจมีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ กล่าวคือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน

ดังนั้น ความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่จะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน และต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการบุคคลจึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต เป็นความรู้สึกสองแบบของ

มนุษย์ คือ ความรู้สึกหรือทัศนคติในทางบวก และความรู้สึกหรือ ทัศนคติในทางลบ ซึ่งความรู้สึกหรือทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และความรู้สึกหรือทัศนคติด้านลบแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ(Service Quality)

การให้บริการแก่ผู้มารับบริการ ถือเป็นหัวใจสำคัญของหน่วยงานที่เป็นการบริการ เช่น ธนาคาร หน่วยงานราชการ หรือศูนย์บริการต่างๆ และการบริการถือว่าเป็นทัศนคติที่ผู้ใช้บริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ที่จะได้รับการบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ผู้รับบริการก็จะมีความพึงพอใจในการให้บริการ ดังนั้นการให้บริการที่มีคุณภาพเป็นหนทางหนึ่งที่ทำให้องค์กรอย่างเช่น ธนาคาร ประสบผลสำเร็จ เพราะมีรูปแบบการให้บริการที่คล้ายคลึงกัน คุณภาพในการบริการนั้นจึงได้กลายเป็นข้อกำหนดหนึ่งที่ต้องนำมาพิจารณาเลือกรับบริการจาก องค์กรต่างๆ และได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายและปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ดังนี้

การบริการ(Service) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ให้ความสะดวกต่างๆ เช่น ธนาคารนี้บริการลูกค้าดี การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ ส่วนคำว่า คุณภาพ (Quality) นั้นหมายถึง ลักษณะที่ดีเด่นของบุคคลหรือสิ่งของ ทำให้เมื่อร่วมกันแล้วคุณภาพการบริการ(Service Quality) คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การประเมินหรือลงความเห็นเกี่ยวกับความดีเลิศของการให้บริการ โดยรวม เป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบของผู้บริโภคระหว่างความคาดหวัง ของพวกเขาเกี่ยวกับคุณภาพบริการและการที่พวกเขาได้รับจริง Parasuraman, Zeithaml and Berry (1986)

Zeithaml, Parasuraman and Berry(1988) SERVQUAL ได้แบ่งปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบที่ผู้รับบริการจะใช้วัดคุณภาพการส่งมอบบริการของผู้ให้บริการไว้ทั้งหมด 5 ข้อ

1) สิ่งสัมผัสได้ (Tangibility) หมายถึง สภาพแวดล้อมทั่วไป ณ บริเวณสถานที่ที่การส่งมอบบริการนั้นๆ เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การตกแต่ง บรรยากาศ ที่จอดรถ ของสถานที่นั้นๆ ยังรวมไปถึงการแต่งกายและบุคลิกภาพของพนักงานที่ทำการส่งมอบบริการนั้นๆด้วย

2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ผู้รับบริการที่มีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจากผู้ให้บริการ ว่าสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ซึ่งความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจของผู้ให้บริการแต่ละคนย่อมไม่เท่ากัน ซึ่งวัดได้จากประสบการณ์ที่เคยลงใช้บริการ หรืออาจวัดความรู้สึกที่สัมพันธ์ได้ครั้งแรกของผู้รับบริการ

3) การตอบสนองอย่างรวดเร็ว(Responsiveness) ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการผู้ใช้หรือลูกค้าอย่างทันท่วงที

4) ความไว้วางใจได้ (Assurance) ความรู้และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการที่แสดงออกทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ (เป็นการรวมปัจจัยด้านความสามารถ ความมีมารยาท ความน่าศรัทธา และความปลอดภัยเข้าด้วยกัน)

5) ความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) การดูแลเอาใจใส่และความสนใจที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้ใช้บริการ เป็นการรวมปัจจัยด้าน การเข้าถึงบริการ การสื่อสาร และความเข้าใจเข้าด้วยกัน

สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง การบริการที่เป็นรูปแบบการกระทำ เช่น การดูแลเอาใจใส่, การให้ความช่วยเหลือ, การตอบสนองตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการ เป็นต้น และสิ่งที่ไม่ใช่การกระทำ เช่น สภาพแวดล้อมทั่วไปในสถานที่ให้บริการ, ความสะอาด, ภาพลักษณ์ของบุคลากร เป็นต้น ซึ่งทุกอย่างที่กล่าวมา คือ องค์ประกอบของคุณภาพการบริการที่เป็นปัจจัยทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการได้รับบริการนั้นๆ

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการวิจัยคือ ผู้ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยในการหากลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยที่แน่นอน และไม่ทราบสัดส่วน จึงคำนวณหากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการตามสูตรของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 385 คน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 420 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามปลายปิดสำรวจคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นมาจากการศึกษาข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแบ่งออกเป็นทั้งหมด 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย คำถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจ ปรับปรุงมาจากแบบสอบถามวัดคุณภาพการบริการ Yongdong Shi et al. (2014) ประกอบด้วยคำถามแบบสั้นๆ 25 ข้อ ความพึงพอใจแบ่งเป็น 3 ข้อและคุณภาพการบริการ 22 ข้อสามารถแบ่งคุณภาพการบริการได้เป็น 5 ด้าน คือ ด้านรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่ โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ตามแนวของ Likert scale ดังนี้ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง เช่น พนักงานแสดงความสนใจลูกค้าอย่างจริงใจ ทำให้ลูกค้ารับรู้ได้ถึงการเป็นคนสำคัญ, ธนาคารคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (check list) ได้แก่ เพศ ใช้มาตรวัดข้อมูลประเภทมาตรฐานบัญญัติ (nominal scale) ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เวลาที่ใช้บริการ และประเภทธุรกรรม ใช้มาตรวัดข้อมูลประเภทมาตรเรียงลำดับ (ordinal scale) จำนวน 7 ข้อ คำถาม

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นแบบปลายเปิด เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเขียนข้อความแสดงความคิดเห็นข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการมาใช้บริการ หรือสิ่งที่ควรแก้ไข เพื่อเป็นแนวทางในการใช้ปรับปรุงการบริการครั้งต่อไป

การทดลองคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำ แบบสอบถามล่วงหน้า (Pretest) โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ให้บริการธนาคารกสิกรไทย ที่มีคุณสมบัติ และสภาพใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลจริงจำนวน 5 ราย โดยให้ตอบแบบสอบถามพร้อมนั่งสังเกตการณ์ผู้ตอบแบบสอบถาม และซักถามเพื่อขอความคิดเห็นเกี่ยวกับแบบสอบถามว่ามีความเข้าใจในข้อคำถามหรือไม่ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสงสัย หลังจากนั้นนำไปทดลองทำแบบสอบถาม (Pilot study) โดยเลือกกลุ่มเป้าหมายจำนวน 40 คน โดยปฏิบัติทุกขั้นตอนให้เหมือนกับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง เมื่อพบปัญหา ผู้วิจัยได้นำปัญหาที่พบจากการทำแบบสอบถามมาแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริงและคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) พบว่า ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีค่าความเชื่อมั่น 0.962 และด้านคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.869 - 0.953 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามแต่ละด้านมีค่าอยู่ในเกณฑ์การยอมรับที่ 0.7 ขึ้นไป คือ คุณภาพการบริการ ด้านรูปธรรม = 0.869 , คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ = 0.940 , คุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง = 0.946 , คุณภาพการบริการด้านความมั่นใจ = 0.953 และ คุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ = 0.949

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามออนไลน์ ให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้ให้บริการธนาคารกสิกรไทย อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ระหว่าง กันยายน พ.ศ.2563 ถึง เดือน มกราคม พ.ศ.2564 ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นเวลา 5 เดือน โดยได้มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 420 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ ดังนี้

(1) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้ค่าสถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentages)

(2) การวิเคราะห์ระดับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจ โดยใช้ค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย (M) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

(3)การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจ โดยใช้วิธีการทดสอบค่าสถิติถดถอย(Multiple Regression Analysis) เพื่อตอบคำถามการวิจัยที่ 1

(4)การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริการด้านการเอาใจใส่ที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธีการทดสอบค่าสถิติ (One Way ANOVA) เพื่อตอบคำถามการวิจัยที่ 2

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มมาศึกษา (420 คน)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพศ		
ชาย	138	32.9
หญิง	282	67.1
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	58	13.8
21 - 30 ปี	125	29.8
31 - 40 ปี	112	26.7
41 - 50 ปี	103	24.5
51 - 60 ปี	15	3.6
60 ปีขึ้นไป	7	1.7
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	93	22.1
ปริญญาตรี	294	70.0
สูงกว่าปริญญาตรี	33	7.9
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	60	14.3
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	59	14.0
ธุรกิจส่วนตัว	153	36.4
พนักงานบริษัทเอกชน	132	31.4
เกษตรกร	12	2.9
อื่นๆ	4	1.0

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
รายได้ต่อเดือน		
ไม่เกิน 15,000	71	16.9
15,001 - 30,000	99	23.6
30,001 - 45,000	164	39.0
45,001 - 60,000	59	14.0
สูงกว่า 60,000 ขึ้นไป	27	6.4
เวลาที่สะดวกในการติดต่อธนาคาร		
ช่วงเช้า(ก่อน 11:00น.)	61	14.5
ช่วงกลางวัน(11:00น.-13:00น.)	101	24.0
ช่วงบ่าย(ไม่เกิน 15:30น.)	114	27.1
ช่วงเย็น (หลัง15:30น.-20:00น.)	144	34.3
ประเภทธุรกรรมที่ทำในธนาคาร		
การฝากเงิน-ถอนเงิน	215	51.2
การลงทุนและออมเงินรูปแบบอื่นๆ	49	11.7
การขอสินเชื่อต่างๆ	98	23.3
การแลกเปลี่ยนสกุลเงิน	8	1.9
การเปิดบัญชีและทำบัตร	50	11.9

จากตาราง1 ข้อมูลผู้ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 282 คนคิดเป็นร้อยละ67.1 รองลงมาเป็นเพศชายจำนวน138 คนคิดเป็นร้อยละ32.9 ส่วนใหญ่ มีอายุ21 - 30 ปี ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า60 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุด(จำนวน7 คน) คิดเป็นร้อยละ1.7 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รองลงมาคืออาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายต่อเดือนระหว่าง30,001 - 45,000 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง15,001 - 30,000 บาท สำหรับเวลาที่ใช้บริการธนาคารส่วนใหญ่คือเวลาช่วงเย็น หลัง15:30น.-20:00น. คิดเป็นร้อยละ34.3 รองลงมาคือเวลาช่วงบ่าย(ไม่เกิน15:30น.) ร้อยละ27.1ประเภทธุรกรรมที่ทำในธนาคารส่วนใหญ่คือธุรกรรมการฝากเงิน-ถอนเงิน รองลงมาคือธุรกรรมขอสินเชื่อต่างๆ

ตารางที่ 2 คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

คุณภาพการบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านความเป็นรูปธรรม	4.53	0.49	มากที่สุด
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.48	0.52	มากที่สุด
ด้านการตอบสนอง	4.48	0.53	มากที่สุด
ด้านความมั่นใจ	4.53	0.49	มากที่สุด
ด้านความเอาใจใส่	4.51	0.50	มากที่สุด
คุณภาพการบริการรวม	4.50	0.45	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย มีการรับรู้ถึงระดับคุณภาพการบริการรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ทุกด้านผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการในระดับมากที่สุด สามารถเรียงลำดับคุณภาพการให้บริการจากค่าเฉลี่ยสูงสุด ไปยังค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้ดังต่อไปนี้ ด้านความเป็นรูปธรรม และด้านความมั่นใจ 4.53 ทั้งสองด้าน รองลงมา คือด้านความเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ย 4.51 และ ด้านความน่าเชื่อถือ กับด้านการตอบสนอง มีค่าเฉลี่ย 4.48 ทั้งสองด้าน

คำถามการวิจัยที่ 1 คุณภาพการบริการในแต่ละด้านมีผลกับความพึงพอใจในการใช้บริการหรือไม่

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์หาค่าถดถอยพหุของคุณภาพการบริการ ต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย

ตัวพยากรณ์	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	0.430	0.140		3.074	0.002
ด้านรูปธรรม(X1)	0.180	0.043	0.180	0.430	0.667
ด้านความน่าเชื่อถือ(X2)	0.780	0.053	0.080	1.479	0.140
ด้านการตอบสนอง(X3)	0.175	0.052	0.183	3.397	0.001**
ด้านความมั่นใจ(X4)	0.159	0.053	0.156	2.990	0.003**
ด้านการเอาใจใส่(X5)	0.482	0.048	0.474	9.983	0.000**

$$R^2 = 0.704 \quad SEE = 0.2791 \quad F = 196.878 \quad Sig = 0.000**$$

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย พบว่า คุณภาพการบริการสามารถพยากรณ์ความพึงพอใจได้ร้อยละ 70.40 ($R^2 = 0.704$) โดยค่า $F = 196.878$ หรือคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านๆ พบว่า มีคุณภาพการบริการถึงสามด้าน

ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และส่งผลเชิงบวก ได้แก่ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจและด้านการเอาใจใส่ ($\beta=0.175$) ($\beta =0.159$) ($\beta =0.482$) ซึ่งสามารถสร้างสมการทำนายความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ได้ดังนี้ $Y = 0.430 + 0.175X_3 + 0.159X_4 + 0.482X_5$ โดยที่ Y= ความพึงพอใจ, X_3 =คุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง, X_4 =คุณภาพการบริการด้านความมั่นใจ และ X_5 =คุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ จากสมการอธิบายได้ว่า ถ้าคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองมีการเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น 0.175 หน่วย คุณภาพการบริการด้านความมั่นใจมีการเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น 0.159 หน่วย และเมื่อคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่มีการเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น 0.482 หน่วย ส่วนคุณภาพการบริการด้านรูปธรรมและคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ดังนั้นจากผลการศึกษาดังกล่าว จึงยอมรับสมมติฐาน H_{1c} , H_{1d} และ H_{1e} และปฏิเสธสมมติฐาน H_{1a} และ H_{1b}

คำถามการวิจัยที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่

ตารางที่ 4 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่

คุณภาพการบริการ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านการเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	4.105	5	0.821	3.358	0.006*
	ภายในกลุ่ม	101.223	414	0.245		
	รวม	105.328	419			

*มีระดับสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากผลการศึกษาดังกล่าวจึงยอมรับสมมติฐานที่ H_2

ตารางที่ 5 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการเอาใจใส่

คุณภาพ การ บริการ	อายุ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean			
						Lower Bound	Upper Bound	Min	Max
ด้านการ เอาใจใส่	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20	58	4.64	0.30	0.04	4.56	4.72	4.00	5.00
	21-30	125	4.58	0.52	0.05	4.49	4.67	1.00	5.00
	31-40	112	4.52	0.47	0.04	4.44	4.61	3.00	5.00
	41-50	103	4.39	0.56	0.06	4.28	4.49	1.60	5.00
	51-60	15	4.31	0.65	0.17	3.95	4.66	2.80	5.00
	60 ปี ขึ้นไป	7	4.71	0.43	0.16	4.32	5.11	4.00	5.00
	ทั้งหมด	420	4.52	0.50	0.02	4.47	4.57	1.00	5.00

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุของผู้ใช้บริการของผู้ใช้บริการ
ของธนาคารกสิกรไทย ในอายุ 60 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่มาก
ที่สุด(M=4.71,SD=0.43) รองลงมา คือ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20ปี มีความพึงพอใจคุณภาพการ
บริการด้านการเอาใจใส่ (M=4.64,SD=0.30) อายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจคุณภาพการบริการด้าน
การเอาใจใส่ (M=4.58,SD=0.52) อายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจคุณภาพการบริการด้านการเอาใจ
ใส่ (M=4.52,SD=0.47) อายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่
(M=4.39,SD=0.56) และอายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่
(M=4.31,SD=0.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับคุณภาพการบริการด้านการเอาใจ
ใส่

คุณภาพการ บริการ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านการเอาใจ ใส่	ระหว่าง กลุ่ม	5.061	5	1.012	4.180	0.001*
	ภายในกลุ่ม	100.266	414	0.242		
	รวม	105.328	419			

*มีระดับสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยที่มีอาชีพ
แตกต่างกันมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ที่ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ
0.05 จากผลการศึกษาดังกล่าวจึงยอมรับสมมติฐานที่ H₂

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการ(ด้านการเอาใจใส่)กับ
อาชีพของผู้ใช้บริการ

คุณภาพ การ บริการ	อาชีพ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean			
						Lower Bound	Upper Bound	Min	Max
ด้านการ เอาใจใส่	นักเรียน / นักศึกษา	60	4.59	0.41	0.05	4.49	4.69	3.00	5.00
	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	59	4.49	0.45	0.06	4.38	4.62	2.80	5.00
	ธุรกิจส่วนตัว	153	4.52	0.41	0.03	4.45	4.59	3.00	5.00
	พนักงาน บริษัทเอกชน	132	4.56	0.49	0.042	4.47	4.64	1.80	5.00
	เกษตรกร	12	4.07	1.38	0.39	3.19	4.94	1.00	5.00
	อื่นๆ	4	3.80	0.54	0.27	2.94	4.66	3.00	4.20
	ทั้งหมด	420	4.52	0.50	0.02	4.47	4.57	1.00	5.00

จากตารางที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่มีผลต่ออาชีพนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด ($M=4.59, SD=0.41$) รองลงมาคือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ($M=4.56, SD=0.49$) อาชีพธุรกิจส่วนตัว ($M=4.52, SD=0.41$) อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($M=4.49, SD=0.45$) อาชีพเกษตรกร ($M=4.07, SD=1.38$) และอาชีพอื่นๆ(แม่บ้าน, รับจ้าง) น้อยที่สุด ($M=3.80, SD=0.54$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยการศึกษาคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สามารถสรุปการอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการทดลองสมมุติฐานตามคำถามงานวิจัยที่ 1 พบว่า คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถพยากรณ์คุณภาพการบริการเป็นรายด้านแล้ว พบว่า มีคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยในทางบวกสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองและด้านความมั่นใจ ตามลำดับ ส่วนคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ และด้านรูปธรรมนั้น ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า การที่ลูกค้าให้ความสนใจกับเรื่องการเอาใจใส่, การตอบสนอง และความมั่นใจนั้นก็เพราะสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุดเพราะลูกค้ารู้สึกได้รับการดูแลเอาใจใส่ที่ดี และมีการทำงานให้ความช่วยเหลือให้คำแนะนำที่รวดเร็ว และทั้งหมดนั้นจึงสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าของธนาคารว่าจะการบริการที่ตรงกับความต้องการและเกิดความพึงพอใจประทับใจจากการได้รับบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจมา เจริญฉาย(2559) พบว่าคุณภาพการให้บริการด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า(การเอาใจใส่) นั้นส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดลองสมมุติฐานตามคำถามงานวิจัยที่ 2 พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการบริการด้านเอาใจใส่แตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่สูงสุดและอายุ 51-60 มีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใสน้อยที่สุด เนื่องจากผู้ที่มีอายุมากต้องการความเอาใจใส่ที่มากกว่าเพื่อช่วยในการทำธุรกรรมต่างๆของธนาคาร และต้องการความเอาใจใส่ในการช่วยแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับธุรกรรมต่างๆมากกว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มอายุอื่นๆซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉวีรัฐา เสวกวิหริ(2560) พบว่าอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลรามาราชบดินทร์ที่แตกต่างกัน

ส่วนอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่แตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่สูงสุดและอาชีพอื่นๆ(แม่บ้าน,รับจ้างทั่วไป) มีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใสน้อยที่สุด เนื่องจากอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เป็นอาชีพที่ยังไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกรรมของธนาคารมากเท่าไร จึงมีความต้องการในการเอาใจใสมากเป็นพิเศษกว่าอาชีพอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัย ของ ชลธิชา ศรีบำรุง(2557) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรีรวมแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย

จากการศึกษาคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยขอเสนอ ข้อเสนอแนะไว้เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการให้เกิดประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพต่อธนาคารกสิกรไทยอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

ธนาคารควรสร้างความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ โดยการให้ความสำคัญและคำนึงถึงการ บริการด้านการเอาใจใส่ให้เพิ่มมากขึ้นกับผู้ใช้บริการ ควรให้พนักงานได้รับการฝึกอบรมทักษะที่ หลากหลาย (Skill Variety) ในการดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ ด้วยการเริ่มดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ ตั้งแต่เริ่มต้นเข้ามาใช้บริการของธนาคารจนถึงสุดกระบวนการธุรกรรมที่ต้องการใช้บริการ อายุที่ แตกต่างกันมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีอายุน้อยที่สุด มีค่า (M) ที่สูง เนื่องากลุ่มผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการด้านเอาใจใส่ เพราะกลุ่ม นี้ยังต้องการคำแนะนำในการทำธุรกรรมต่างๆของธนาคาร ดังนั้นธนาคารต้องให้ความสำคัญกับ กลุ่มอายุน้อยที่สุดกลุ่มนี้ กลุ่มอายุในวัยทำงาน จะเป็นช่วงอายุที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพการ บริการมากเท่าไร เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้บริการเหล่านี้มีความรู้และเข้าใจในกระบวนการทำธุรกรรมดี แล้ว ถึงอย่างไรธนาคารก็ยังคงให้ความสำคัญในการเอาใจใส่กับกลุ่มนี้ เพื่อสร้างความประทับใจ และเพื่อไม่ให้เสียฐานผู้ใช้บริการเก่า ส่วนอายุในวัยใกล้เกษียณมีความพึงพอใจในคุณภาพการ บริการด้านการเอาใจใส่น้อยที่สุด เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ เริ่มมิได้สนใจในการทำธุรกรรม กับธนาคารแล้ว แต่ทางธนาคารก็ให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ เพราะกลุ่มผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ เป็นผู้ใช้บริการที่มีกำลังทรัพย์มากและมีสามารถในการสร้างกำไรให้กับธนาคารอย่างมากด้วยการ เสนอขายประกันชีวิต และสุดท้ายผู้ใช้บริการอายุ60 ปี ขึ้นไปเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่ให้ความสำคัญ การคุณภาพการบริการที่มากที่สุด เนื่องจากผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ เมื่อมาใช้บริการกับทางธนาคาร จะ เริ่มทำธุรกรรมเองไม่ได้ ต้องการการเอาใจใส่เป็นพิเศษมากกว่าผู้ใช้บริการกลุ่มอายุอื่นๆ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. จากการศึกษานี้คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในครั้งนี้เป็นกรณีศึกษาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เท่านั้น ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไป ควร ทำการศึกษาในอำเภอหรือจังหวัดอื่นๆ เพื่อขยายประชากรและกลุ่มตัวอย่างให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และขอบเขตที่กว้างมากขึ้น

2. ควรมีการศึกษานี้คุณภาพการบริการด้านอื่นๆกับตัวแปรอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น คุณภาพการ บริการด้านความน่าเชื่อถือกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน คุณภาพการบริการด้านความมั่นใจ กับผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน และคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองกับผู้ใช้บริการที่มี อายุที่แตกต่างกัน เพื่อรับรู้ถึงข้อมูลของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

3. ในการทำการวิจัยเป็นเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถาม ดังนั้นในการทำการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ การสังเกต ควบคู่ไปด้วยก็จะทำให้ผลการวิจัยได้ข้อมูลและกลุ่มตัวอย่างในเชิงลึก ส่งผลทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชลธิชา ศรีบำรุง. (2557). คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหิวพ้อ จังหวัด ชลบุรี. งานนิพนธ์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐ และภาคเอกชน. วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณัฐฐา เสวกวิหารี. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลรามารินทร์. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนาคารกสิกรไทย จำกัด, (2563). ข้อมูลธนาคารเกี่ยวกับประวัติธนาคาร. สืบค้น 10 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.kasikornbank.com/TH/about/Information/Pages/company-background.aspx>
- เบญชภา แจ่มวชฉาย. (2559). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร รถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประกายดาว ดำรงพันธ์. (2536). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านสินเชื่อ กรณีศึกษาศูนย์ธุรกิจสะพานขาว ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิชัย เหลืองธรรมชาติ. (2531). ความพึงพอใจและการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมใหม่ของประชากร ในหมู่บ้านอพยพโครงการเขื่อนรัชชประภา(เขี้ยวหลาน) จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Parasuranman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L.(1986). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality. (Report No.86-108). Cambridge. MA: Marketing Science Institute.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of retailing, 64. 12-40.
- Yongdong Shi et al. (2014). Linking service quality, customer satisfaction and loyalty in casinos. International Journal of Hospitality Management, 40(2014). 81-91.