

# ทัศนคติ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

Attitudes and Customers' Satisfaction toward the Bank Services  
of Kasikornbank Public Company Limited in Chonburi Province

อรวิดี น้อยแก่นชู \* และปริยา รินรัตน์การ \*\*

## บทคัดย่อ

การศึกษาวิชาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับทัศนคติที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะการใช้บริการ กับทัศนคติที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะการใช้บริการ กับความพึงพอใจต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับ ความพึงพอใจที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิชาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรของการศึกษาในครั้งนี้ คือกลุ่มผู้บริการที่เปิดบัญชีเงินฝากกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และอาศัยอยู่ในเขตจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาวิชาวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ด้านพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05/0.01 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะการใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะการใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า ทัศนคติที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

คำหลัก : ทัศนคติ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดชลบุรี

## Abstract

The purposes of this research were to investigate the relationship between the information exposures and the attitudes toward KASIKORNBANK Public Company Limited, to compare the uses of bank services and the attitudes toward KASIKORNBANK Public Company Limited, to compare the uses of bank services and the customers' satisfaction toward KASIKORNBANK Public Company Limited, and to examine the relationship between the attitudes and the customers' satisfaction toward KASIKORNBANK Public Company Limited. This research was a

\* อรวิดี น้อยแก่นชู นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

\*\* ปริยา รินรัตน์การ ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม

quantitative research in Survey Research form. The population of this research was 400 bank accounts of KASIKORNBANK Public Company Limited who also lived in Chonburi, and the questionnaire were used for data collection. The results revealed that the information exposures related to the attitudes toward KASIKORNBANK Public Company Limited in term of staffs, which was statistically significant at 0.05/0.01 levels. The customers who used the bank services in difference ways had the difference attitudes toward KASIKORNBANK Public Company Limited. Also, the customers who used the bank services in difference ways, the satisfactions of them toward KASIKORNBANK Public Company Limited were different. Moreover, the attitudes related to the customers' satisfaction toward KASIKORNBANK Public Company Limited.

Keyword: Attitude, Customer' satisfaction, KASIKORNBANK, Chonburi.

## บทนำ

ธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทและความสำคัญเป็นอย่างมากต่อระบบการเงินของประเทศ เนื่องจากธนาคารพาณิชย์เป็นแหล่งระดมเงินออมและเป็นแหล่งให้กู้ยืมเงินซึ่งมีบทบาทต่อการกำหนดระบบการใช้จ่ายเงิน และการสนองนโยบายทางการเงินของภาครัฐ ดังนั้นจึงถือได้ว่าธนาคารพาณิชย์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก (ประเสริฐชัย ไตรเสถียรพงศ์, 2544: 5) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวกับการพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยว่าผู้ใช้บริการเปิดรับข่าวสารของธนาคารผ่านสื่อประเภทใด

และผู้ใช้บริการมีทัศนคติ และความพึงพอใจต่อการใช้บริการธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) อย่างไร มากน้อยเพียงใด ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาวิจัย เรื่อง “ทัศนคติ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีต่อธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)” โดยมุ่งศึกษาในประเด็นของ ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย โดยศึกษากับประชากรที่เป็นผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดชลบุรี โดยผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะมีประโยชน์ต่อการวางแผนกลยุทธ์การดำเนินงานของธนาคารกสิกรไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการได้เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการธนาคารกสิกรไทยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้สามารถรักษารฐานลูกค้าเก่า และเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่ให้กับธนาคารกสิกรไทยได้มากขึ้น นอกจากนี้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจที่จะศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวกับการ ทัศนคติและความพึงพอใจต่อการใช้บริการธนาคารกสิกรไทยและธนาคารอื่น ๆ ต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับทัศนคติที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะการใช้บริการ กับทัศนคติที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะการใช้บริการ กับความพึงพอใจต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
4. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ กับความพึงพอใจที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

## แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

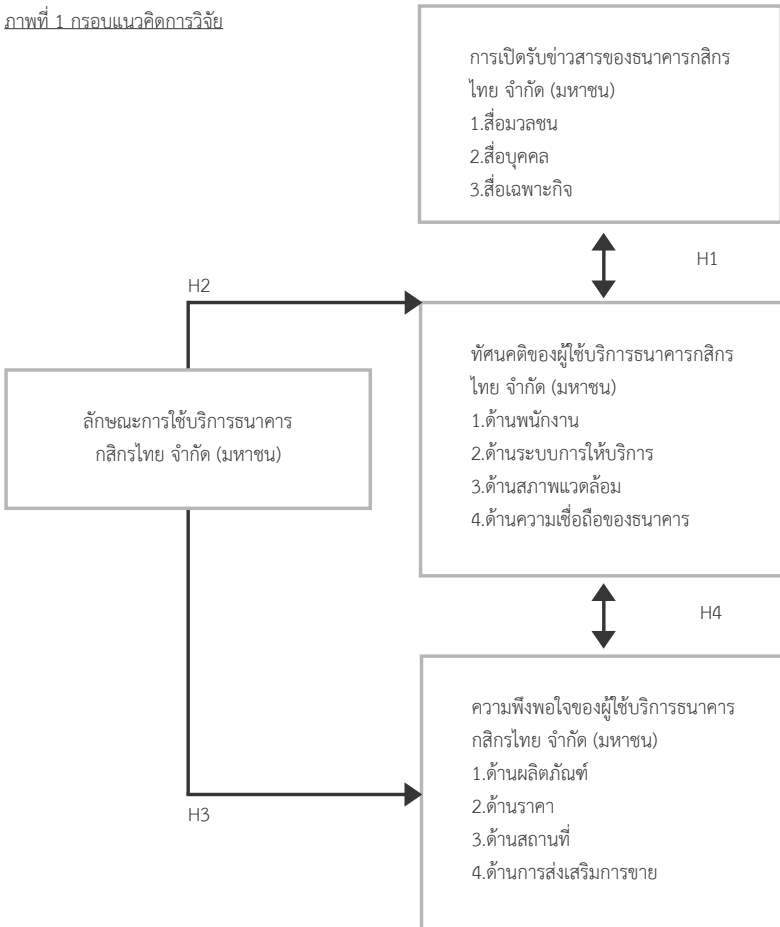
จากการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎีที่ทัศนคติและความพึงพอใจ (Rosenberg & Hovland, 1960, p.1) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับทัศนคติ และความพึงพอใจ พบว่า ผู้ใช้บริการมีการเปิดรับจาก

สื่อมวลชน คือโทรทัศน์มากที่สุด มีทัศนคติต่อธนาคาร  
กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ด้านความเชื่อถือของ  
ธนาคาร มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อธนาคาร  
กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ด้านสถานที่มากที่สุด

**กรอบแนวคิดในการวิจัย**

จากการศึกษาค้นคว้า แนวคิดทฤษฎีที่  
เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ต้องการจะศึกษา  
โดยมีกรอบแนวคิดของการศึกษา ดังนี้

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



## วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้านี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรของการศึกษาในครั้งนี้คือ กลุ่มผู้ใช้บริการที่เปิดบัญชีเงินฝากกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดชลบุรี เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้านี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้สถิติ T-test ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Independent Sample T-test) เพื่อทดสอบหาค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มขึ้นไปและการหาค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวแปร

## ตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

### ตัวแปรอิสระ

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
2. ลักษณะการใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
3. ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะการใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
4. ทัศนคติที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

### ตัวแปรตาม

1. ทัศนคติที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
2. ทัศนคติที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
3. ความพึงพอใจต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
4. ความพึงพอใจที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

## เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง (Self-Administered Questionnaire) เป็นแบบสอบถามที่ประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) แบบมีตัวเลือกคำตอบ (Multiple Choice Question) แบบสอบถามออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) แบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 2 ข้อ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งครอบคลุมถึง 3 ประเภท ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีประเด็นคำถาม 4 ด้าน ได้แก่ ด้านพนักงาน ด้านระบบการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความเชื่อถือของธนาคาร รวมคำถามทั้งสิ้น จำนวน 14 ข้อ

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีประเด็นคำถาม 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ธนาคาร ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการขาย รวมคำถามทั้งสิ้น จำนวน 15 ข้อ

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้มีแหล่งที่มา ได้แก่

1. แหล่งปฐมภูมิ (Primary data) การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตัวเองจากกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เมื่อกลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว

จึงตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของคำตอบเพื่อป้องกันแบบสอบถามที่กลับคืนมาไม่สมบูรณ์

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ของธนาคารกสิกร จำกัด (มหาชน) หนังสือ บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาคครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) แสดงค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอในรูปตารางประกอบการแปลความหมายเชิงบรรยาย เพื่ออธิบายข้อมูลในด้านลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ที่สนใจ และ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ในเขตจังหวัดชลบุรีที่มีต่อ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และความแตกต่าง ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามในสมมติฐานข้อต่างๆ โดยใช้การวิเคราะห์

### สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดชลบุรีที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยมีดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 1 บัญชีมากที่สุด โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 289 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ใช้บริการด้านเงินฝากกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เป็นระยะเวลามากกว่า 1 ปี ขึ้นไป โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 269 คน

2. ผู้ใช้บริการธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จากสื่อมวลชนมากที่สุด คือ โทรทัศน์

3. ผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ด้านความเชื่อถือของธนาคาร มากที่สุด คือ ธนาคารกสิกรไทย เป็นธนาคารที่ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า มากที่สุด

4. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ด้านสถานที่มากที่สุด คือ ธนาคารมีสาขาตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่เข้าถึงได้สะดวกมากที่สุด

### อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง“ทัศนคติ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ในเขตจังหวัดชลบุรีที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)” สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จากสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ด้านพนักงาน และด้านสภาพแวดล้อม ทั้งนี้เนื่องจาก จากว่าข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารที่เผยแพร่ทางสื่อมวลชนมักจะเป็นข่าวสารที่นำเสนอเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในธนาคาร รวมไปถึงพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญและความเต็มใจในการให้บริการแก่ลูกค้า เช่น โฆษณาทางโทรทัศน์ของธนาคารกสิกรไทยที่นำเสนอเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารโดยเล่าเรื่องราวผ่านตัวละครหลัก คือ เจ้าหน้าที่ของธนาคาร โดยจากการที่ผู้ใช้บริการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนที่นำเสนอเกี่ยวกับพนักงานและสภาพแวดล้อมของธนาคารเป็นหลัก โดยยังเปิดรับข่าวสารมากเท่าไรก็ จะทำให้ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ด้านพนักงาน และด้านสภาพแวดล้อมมากเท่านั้นตามไปด้วยทั้งนี้เนื่องมาจากว่าการเปิดรับข่าวสารเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลเกิดความรู้ ความเข้าใจและเมื่อมีความรู้ ความเข้าใจก็จะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อเรื่องนั้นตามมา สอดคล้องกับ Klapper, 1960, p. 108

2. ผู้ใช้บริการที่เปิดบัญชีเงินฝากกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มากกว่า 1 บัญชีจะมีความพึงพอใจต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ด้านพนักงาน และด้านระบบการให้บริการมากกว่าผู้ใช้บริการที่เปิดบัญชีเงินฝากกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) 1 บัญชี ทั้งนี้เนื่องมาจากว่า ผู้ใช้บริการที่เปิดบัญชีธนาคารมากกว่า 1 บัญชี และมีโอกาสที่จะได้มีประสบการณ์ในการใช้บริการธนาคารในด้านการให้บริการของพนักงาน กระบวนการให้บริการของธนาคาร รวมไปถึงสภาพแวดล้อมของธนาคารมากกว่าคนที่เปิดบัญชีธนาคารเพียง 1 บัญชีเท่านั้น และเมื่อผู้ใช้บริการมีประสบการณ์ในการใช้บริการธนาคารมากก็จะทำให้มีทัศนคติต่อธนาคารมากตามไปด้วย ผลการศึกษาวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับทฤษฎีการให้บริการต่อเนื่อง แตกต่างกับมีระดับทัศนคติและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านกระบวนการการให้บริการแตกต่างกันเป็นเพราะลูกค้ามาใช้บริการบ่อยครั้งจึงมีความคุ้นเคยกับพนักงานผู้ให้บริการและเข้าใจถึงเหตุผลและวิธีการทำงานของพนักงานผู้ให้บริการ จึงทำให้เกิดความพึงพอใจและทัศนคติที่ดีมากตามไปด้วย

3. ผู้ใช้บริการที่มีการเปิดบัญชีเงินฝากกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มากกว่า 1 บัญชีจะมีความพึงพอใจต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ด้านราคา และด้านสถานที่ มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีการเปิดบัญชีเงินฝากกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) 1 บัญชี ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการธนาคารกสิกรไทยจะมีการเปิดบัญชีเงินฝากของธนาคารมากกว่า 1 บัญชีตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับอเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒนากิจ. (2548). ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการจะแสดงออกในทางบวกหรือลบต่อสิ่งที่ได้รับจากการบริการ และการนำเสนอการบริการโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้คาดหวังไว้ซึ่งสามารถ

เปลี่ยนแปลงไปได้ตามปัจจัยแวดล้อม และสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในระหว่างการบริการ โดยหากการบริการสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการได้มากเพียงไร ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมการใช้บริการมากขึ้นตามไปด้วย

4. ทัศนคติที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในเชิงบวก ซึ่งผลของการศึกษาวิจัยสอดคล้อง กับศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539, หน้า188) ที่ได้กล่าวไว้ ทัศนคตินั้นเป็นการแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าคุณคณมีความโน้มเอียงพอใจหรือไม่พอใจ ต่อบางสิ่งที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง แต่ต้องแสดงให้เห็นว่าคุณคลกล่าวถึงอะไร หรือทำอะไร ดังนั้นสิ่งที่แสดงให้เห็นเป็น ธรรมชาติของความรู้สึก อาจพิจารณาจากปริมาณการซื้อ ซึ่ง หากผู้บริโภคมีปริมาณการซื้อต่อที่มากขึ้น หมายถึงผู้บริโภคมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์นั้นเพิ่มขึ้นด้วย

#### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีต่อธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)” มีข้อเสนอแนะจากการวิจัย ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ทำให้ทราบว่าในการซื้อสื่อโฆษณาของธนาคาร ควรเน้นไปในสื่อโทรทัศน์ เป็นหลัก เพราะฉะนั้นธนาคารควรให้ความสำคัญกับสื่อโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงลูกค้า และจากการวิจัยพบว่าลูกค้าติดตามมากที่สุดทั้งทางเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสาร และบริการต่าง ๆ ของธนาคาร

2. ด้านพนักงาน และด้านระบบการให้บริการ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับ พนักงานและระบบการให้บริการ เป็นเพราะพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการและพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ความสุภาพ เรียบร้อย ประกอบกับ

ธนาคารมีระบบการติดต่อประสานงานที่สามารถเชื่อมโยงฐานข้อมูลของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นถ้าพนักงานมีการให้บริการด้านนี้ที่ดีแล้วและธนาคารมีการจัดให้มีพนักงานคอยให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ให้บริการในทุกขั้นตอนของการบริการส่งผลให้ผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อธนาคาร ดังนั้นทางธนาคารต้องมีการสร้างความพร้อมเกี่ยวกับการให้บริการของพนักงานให้มีความตื่นตัวและมีการเตรียมการให้บริการอยู่เสมอ

3. ด้านความเชื่อถือของธนาคาร กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านความเชื่อถือมากที่สุด เป็นเพราะ ผู้ใช้บริการต้องการความไว้วางใจในการให้บริการ ดังนั้นทางธนาคารจะต้องมีการกำหนดขั้นตอนการให้บริการที่มีความชัดเจน เป็นธรรมชาติ มีความถูกต้องและการทำธุรกรรมต่าง ๆ ต้องมีความโปร่งใส

4. ด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าธนาคารมีผลิตภัณฑ์และบริการหลายรูปแบบที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด ดังนั้นธนาคารควรให้ความสำคัญกับความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคาร โดยมีการปรับปรุงให้มีความหลากหลายมากกว่าเดิม เช่น ประเภทของอัตราดอกเบี้ยคงที่ 3 ปี หรืออัตราดอกเบี้ยคงที่

5. ด้านราคา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าธนาคารมีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่เหมาะสมมากที่สุด ดังนั้นธนาคารควรเน้นการใช้ดอกเบี้ยในอัตราต่ำเป็นเครื่องมือในการจูงใจ เพื่อให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจในการใช้บริการ เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยในปัจจุบันยังถือว่าสามารถลดให้ต่ำกว่านี้ได้ หากเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่ธนาคารจ่ายให้ลูกค้า

6. ด้านสถานที่และด้านสภาพแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าธนาคารมีสาขาตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่เข้าถึงได้สะดวก มากที่สุด เนื่องจากธนาคารมีทำเลที่ตั้งดีอยู่แล้ว แต่จะมีปัญหาในเรื่องที่จอดรถ ดังนั้นธนาคารควรจัดหาที่จอดรถหรือมีจุดสำรองให้เพียงพอกับผู้ใช้บริการ โดยการเช่าที่จอดรถให้ผู้ให้บริการ และกันพื้นที่จอดรถบริเวณธนาคารไว้เฉพาะผู้ใช้บริการของธนาคาร

7. ด้านการส่งเสริมการขาย เนื่องจากผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนของสมนาคุณของธนาคาร ดังนั้นธนาคารกสิกรไทยควรให้ความสำคัญกับการทำการส่งเสริมการขาย เช่น การแจกของที่ระลึกแก่ผู้ให้บริการให้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากจะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านการส่งเสริมการขายมากยิ่งขึ้น มีทัศนคติที่ดีต่อธนาคารมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความจงรักภักดีต่อการใช้บริการธนาคารกสิกรไทยมากยิ่งขึ้น

#### ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาในครั้งต่อไปควรทำการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ การทำการสังเกต ฯลฯ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและความพึงพอใจต่อการใช้บริการของผู้ใช้บริการในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

2. ในการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรเพิ่มประเด็นในการศึกษาวิจัย เช่น การวิจัยในด้านของบุคลากร ด้านสินเชื่อ และด้านการประกันภัย เนื่องจากในปัจจุบันธนาคารต่าง ๆ กำลังแข่งขันกันสูงอย่างมากในประเด็นดังกล่าว

### บรรณานุกรม

#### ภาษาไทย

- นิพากรณ์ ใจซื่อ. พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือ-อยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป,บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 2550
- ประเสริฐชัย ไตรเสถียรพงศ์. การบริหารธนาคารพาณิชย์. กรุงเทพฯ. โรงพิมพ์จามจุรีโปรดักท์, 2544
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ. พัฒนาศึกษา, 2541
- อนเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. จิตวิทยาบริการ. กรุงเทพฯ. บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด, 2548

#### ภาษาอังกฤษ

- M. J. Rosenberg and C. I. Hovland. **Cognitive, Affective and Behavioral Components of Attitudes.** New Haven: Yale University Press. (1960)
- Klapper,J.T. **The effects of the mass media.** Glencoe. IL: Free Press of Glencoe. (1960)
-