

**คุณภาพด้านการให้บริการและทัศนคติที่มีความสัมพันธ์
ต่อความพึงพอใจลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟธนาคารกรุงเทพในเขตสีลม**
**AN INVESTIGATION OF RELATIONSHIPS AMONG SERVICE QUALITY, CUSTOMER
ATTITUDES AND CUSTOMER SATISFACTION IN BANKING SECTOR: A CASE
STUDY OF BUALUANG EXCLUSIVE BANGKOK BANK IN SILOM**

ขวัญตา เชื้อเมืองพาน¹
ณัฐพัชร มณีโรจน์²

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา คุณภาพด้านการให้บริการและทัศนคติที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟธนาคารกรุงเทพในเขตสีลม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ที่มีสถานะเป็นลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟธนาคารกรุงเทพ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยเก็บข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า (1) ผู้ใช้บริการที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (2) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ประสิทธิภาพของการให้บริการ, ด้านความรวดเร็วของการให้บริการ, ลักษณะการให้บริการ, ช่องทางการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลมมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (3) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ประสิทธิภาพของการให้บริการ ด้านความรวดเร็วของการให้บริการ ลักษณะการให้บริการ ช่องทางการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม มีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (4) ทัศนคติที่ลูกค้ามีต่อลักษณะของพนักงานผู้ให้บริการประกอบด้วย ลักษณะบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านจรรยาบรรณของพนักงาน ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม มีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (5) ทัศนคติที่ลูกค้ามีต่อลักษณะของพนักงานผู้ให้บริการประกอบด้วย ลักษณะบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านจรรยาบรรณของพนักงาน ที่มีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีของลูกค้า บัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลมมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01(6) ความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ด้านความถูกต้องของข้อมูล ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม มีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: คุณภาพด้านการให้บริการ ทัศนคติ ธนาคาร สีลม

¹สาขาวิชาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

²อาจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ABSTRACT

The objective of this research is to study the relationships between service quality, customer attitudes and customer satisfaction with Bualuang Exclusive Bangkok Bank branch in Silom. The sample in this study consisted of 400 Bualuang Exclusive customers. The data were collected using the survey method and a printed questionnaire. The results of this research indicated: (1) users of different ages, genders, educational levels, occupations, and monthly income affected the satisfaction of Bualuang Exclusive customers and Bangkok Bank in Silom differed at a statistically significant level of 0.01; (2) the service quality factors included type of service, speed of service, service characteristics, and service channels correlated with customer satisfaction. Bualuang Exclusive Bangkok Bank in Silom had a statistically significant direction of 0.01; (3) the service quality factors included type of service, speed of service, nature of service and the service channel was related to customer loyalty and Bualuang Exclusive Bangkok Bank in Silom had a statistically significant direction of 0.01; (4) customer attitudes of the characteristics of service provider employees consisted of the personality characteristics of employees, employee ethics, and reliability of the bank. The correlation with customer satisfaction with Bualuang Exclusive Bangkok Bank in Silom had a statistically significant direction of 0.01; (5) customer attitudes to the characteristics of service provider employees consisted of the personality characteristics of employees, employee ethics, and correlations with customer loyalty. Bualuang Exclusive Bangkok Bank in Silom had a statistically significant direction of 0.01; (6) satisfaction with Bualuang Exclusive customers in terms of data accuracy met customer needs and regularly took care of customers and had a relationship with the loyalty of Bualuang Exclusive customers and with a statistically significant direction of 0.01.

Keywords: Service Quality, Attitude, Bank, Silom

บทนำ

ปัจจุบันการบริการเป็นสิ่งที่สำคัญและเข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้นกับธุรกิจต่างๆ ดังนั้นธุรกิจต่างๆ จึงเริ่มหันมาให้ความสำคัญด้านการบริการมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุที่ว่าบริการที่ดีคือสิ่งที่บ่งบอกถึงคุณภาพขององค์กรในด้านการให้บริการ ซึ่งนำมาสู่นโยบายการตลาดสมัยใหม่ที่มีผู้บริโภคเป็นตัวนำ เพื่อหาวิธีรวมถึงแนวทางในการสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งให้ความสนใจเรื่องบริการของธนาคาร มากยิ่งขึ้น (อำนาจพร มณีงาม, 2542) ดังนั้น จึงทำให้ธนาคารพาณิชย์ต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มขึ้นรวมถึงการแข่งขันด้านคุณภาพการให้บริการ ทั้งการแข่งขันจากสถาบันการเงินในประเทศและสถาบันการเงินจากต่างประเทศ ส่งผลให้ปริมาณลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพลดลงอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น เพื่อให้สามารถรับมือต่อสถานการณ์ที่มีการแข่งขันที่มีรุนแรงเพิ่มขึ้นธนาคารจึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ให้ทันสมัยเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารได้อย่างครอบคลุม ทั้งนี้ การที่ธนาคารจะบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ประกอบด้วยหลายปัจจัยและทางธนาคารกรุงเทพนั้นไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าการสร้างทัศนคติที่ดีของผู้มาใช้บริการก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญสามารถทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จในแง่ของกำไรที่ไม่ใช้ตัวเงิน เช่น ได้รับความชื่นชมจากสังคม และก่อให้เกิดแบรนด์ขององค์กรที่เป็นภาพลักษณ์ที่ดี สามารถสร้างโอกาสการบอกต่อของการใช้บริการของบุคคลใกล้ชิดของผู้มาใช้บริการ ส่งผลให้สามารถขยายส่วนแบ่งตลาดให้เพิ่มมากยิ่งขึ้นเพื่อบรรลุเป้าหมายของการประกอบธุรกิจคือการสร้างผลกำไรที่เป็นตัวเงินได้ในที่สุด (พิสิทธิ์ พิพัฒน์นิโคกุล, 2549) จากเดิมที่คิดว่าคนให้บริการเป็นผู้กำหนดและตัดสินคุณภาพการบริการ

แต่ปัจจุบัน พบว่า คนกำหนดและตัดสินคุณภาพของบริการ คือ คนที่ใช้บริการและเมื่อพิจารณาพร้อมกับแนวความคิดเรื่องคุณภาพการให้บริการ ซึ่งให้ความสำคัญแก่ความต้องการของลูกค้าผู้มารับบริการเป็นหลัก ดังนั้น ผู้ที่ตัดสินว่า บริการมีคุณภาพหรือไม่มีคุณภาพ จึงเป็นผู้ที่มารับบริการ การที่จะให้ผู้รับบริการรับทราบและเกิดความประทับใจนั้น คุณภาพบริการที่ได้รับจะต้องตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งความคาดหวังของผู้รับบริการแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกัน ดังนั้นการในการให้บริการจึงมีบทบาทสูงในเรื่องของบริการ (ณัชชา มลิทธานุช, 2545) ทำให้นาครหลวงเอ็กซ์คลูซีฟให้ความสำคัญของกิจกรรมด้านคุณภาพการให้บริการเพิ่มมากยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการสร้างทัศนคติที่ดีเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจและให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ มากที่สุด ปัจจุบันธนาคารกรุงศรีจึงมีการพัฒนาการให้บริการลูกค้า โดยมีการมอบสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าโดยมีเงื่อนไข คือ 1) ลูกค้าที่มีทรัพย์สินฝากไว้กับธนาคารตั้งแต่ 3 ล้านบาทขึ้นไป 2) ลูกค้าที่มีเงินกู้สินเชื่อบ้านกับทางธนาคาร 10 ล้านบาทขึ้นไป จะได้รับการเรียนเชิญจากทางธนาคาร เพื่อเป็นสมาชิกบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ซึ่งสมาชิกลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ จะได้รับการบริการและสิทธิประโยชน์ (ที่มา WWW.banbkkbank.com : 2562) เป็นต้น นอกจากการให้ความสำคัญด้านคุณภาพด้านการบริการแล้วนั้น ทางธนาคารไม่สามารถปฏิเสธได้เลยว่าการให้ความสำคัญด้านความจงรักภักดีต่อองค์กรก็เป็นเรื่องที่สำคัญไม่แพ้กัน หากลูกค้าปราศจากความจงรักภักดีต่อองค์กรของผู้มาใช้บริการ (Organizational commitment) อาจทำให้คุณภาพด้านการบริการที่สร้างมาสูญเปล่า ดังนั้น ธนาคารจึงต้องให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวควบคู่ไปพร้อมๆ กัน เพื่อเป็นการให้ผู้มาใช้บริการซึ่มีประสบการณ์และความรู้สึกผูกพันรวมถึงมีความรู้สึกต้องการเป็นส่วนหนึ่งของธนาคาร การที่ผู้ใช้บริการมีความผูกพันต่อธนาคาร รวมถึงมีภูมิใจในการเป็นสมาชิกของธนาคารรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของธนาคารมีความตั้งใจอยู่กับธนาคารจากรุ่นสู่รุ่นต่อไป

จากเหตุผลและสถานการณ์การแข่งขันของธนาคารพาณิชย์ที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้วิจัยเห็นความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและเพื่อให้เป็นไปตามกลยุทธ์ของธนาคาร ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะทำวิจัยเรื่องคุณภาพด้านการให้บริการและทัศนคติที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงศรี ในเขตกรุงเทพมหานคร ในเขตสีลม เพื่อต้องการนำข้อมูลจากการวิจัยมาปรับปรุง และทำให้คนมาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ รวมถึงทำให้ผู้ให้บริการเกิดความจงรักภักดีต่อธนาคารกรุงศรี และสามารถแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์อื่นและเป็นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพในด้านการให้บริการต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงศรี ในเขตสีลมที่แตกต่างกัน
2. เพื่อศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงศรี จำกัด (มหาชน) ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงศรีในเขตสีลม
3. เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟที่มีต่อพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงศรีในเขตสีลม
4. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงศรีในเขตสีลม ที่มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ที่มีต่อ ธนาคารกรุงศรีในเขตสีลม

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงศรี ในเขตสีลม แตกต่างกัน

2. คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ประเภทของการให้บริการ, ด้านความรวดเร็วของการให้บริการ, ลักษณะการให้บริการ, ช่องทางการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม

3. ทศนคติที่ลูกค้ามีต่อลักษณะของพนักงานผู้ให้บริการประกอบด้วย ลักษณะบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านจรรยาบรรณของพนักงาน ด้านการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม

4. ความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ด้านรูปลักษณ์ ด้านความถูกต้องของข้อมูล ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ที่มีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟที่มีต่อธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) ส่วนแบ่งการตลาดตามตัวแปรประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว สมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพ รวมถึงด้านรายได้ เหล่านี้เป็นเกณฑ์ใช้ในการแบ่งตลาด ด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของคนที่ช่วยในการกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด ดังนั้นลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกันจะกำหนด ลักษณะพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

แนวคิดคุณภาพการให้บริการ Etzel Stanton and Walker (1976) ได้กล่าวถึงความหมายของการบริการไว้ว่า “การบริการเป็นกิจกรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้แต่สามารถพิสูจน์ได้โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญในการถ่ายโอนหรือจัดหาสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ”

แนวคิดทัศนคติ (Attitude) เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้กล่าวถึงความหมายว่า ความคิด คือ ความรู้สึกในทางที่ ชอบ ไม่ชอบต่อสิ่งใดๆ ทัศนคติเกิดขึ้นหลังจากที่วัดข้อเท็จจริงหรือ เหตุการณ์ต่างๆและ ความคิดเป็นเรื่องทางอารมณ์ คนเรามักจะมีทัศนคติไม่ทางใดก็ทางหนึ่งต่อเรื่องลัทธิศาสนา การเมือง แฟชั่นเสื้อผ้า ประเภทของดนตรีและอาหาร เป็นต้น

แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า Shelly (1975) พูดถึงความพึงพอใจ ว่าเป็นความรู้สึก สามารถแบ่งเป็น 2 อย่าง คือ ความรู้สึกในทางบวกและทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความรู้สึกดี ความรู้สึกสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ สามารถก่อให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกบวกอื่น ๆ ความรู้สึกลบ ความรู้สึกทางลบและความรู้สึกที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ หมายถึง ระบบความพอใจ

ข้อมูลเกี่ยวข้องกับบริการธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการอย่างครบวงจร ซึ่งประกอบด้วย การจัดการสินเชื่อ การรับประกัน การจัดจำหน่ายตราสารทุน สินเชื่อเพื่อการค้าระหว่างประเทศ สินเชื่อโครงการ บริการรับฝากหลักทรัพย์ สินเชื่อเพื่อเอสเอ็มอี บริการการเงินธนกิจและบริการให้คำแนะนำทางธุรกิจ ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2487 จนถึงปัจจุบันธนาคารกรุงเทพธนาคารมีสำนักธุรกิจให้บริการทั้งหมด 112 แห่ง สาขาในประเทศและส่วนของต่างประเทศธนาคารมีเครือข่ายในต่างประเทศครอบคลุม 15 เขตเศรษฐกิจทั่วโลก (Vision) มุ่งหมายที่จะเป็นธนาคารที่ให้บริการด้านการเงินที่มีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความพร้อมด้วยบุคลากรที่มีคุณภาพ การสมัครใช้บริการ สำหรับลูกค้าที่มีทรัพย์สินกับฝากหรือลงทุนไว้กับทางธนาคารตั้งแต่ 3 ล้านบาทขึ้นไปหรือมีวงเงินกู้สินเชื่อ บ้านกับทางธนาคารและมียอดผ่อนชำระคงเหลือ ตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไปคุณจะได้รับจดหมายเชิญจากธนาคารกรุงเทพเพื่อเป็นสมาชิกบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ค่าบัวหลวงธนาคารกรุงเทพจะได้มีการจัดลำดับดับของลูกค้า ที่มีสิทธิพิเศษ เป็น 4 ลำดับ โดยลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟแต่ละลำดับ จะได้รับการบริการ และสัมผัสประสบการณ์ชั้นเลิศของรูปแบบชีวิตเหนือระดับ พร้อมรับบริการทางการเงินแบบครบวงจรและสิทธิประโยชน์มากมายโดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น (ที่มา www.banbkokbank.com)

วิธีการดำเนินวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่มีสถานะเป็นลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ จำนวน โดยประมาณ 34,534 คน (ธนาคารกรุงเทพ,2565)

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่มีสถานะเป็นลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ โดยคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นตัวแทนของประชากรใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 มีค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5

$$\text{สูตร } N = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้น = 0.05

แทนค่าในสูตรดังนี้

$$n = \frac{34,534}{1 + 34,534 (0.05)^2}$$

$$= 399.96 \text{ หรือ } 400 \text{ คน}$$

ดังนั้น จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 400 ตามขั้นตอน ดังนี้

วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อเลือกสุ่มจากเขตพื้นที่เขตสีลม ที่มีสถานะเป็นลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม เนื่องจากมีกลุ่มเป้าหมายที่มีสถานะเป็นลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟปริมาณมาก และเนื่องจากปัจจุบันมีการหาข้อมูลข่าวสารบ้านการเปิดให้บริการหลากหลายมากขึ้น สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างง่ายดายและได้รวดเร็ว จึงทำให้เป็นปัจจัยในของการลดลงของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ของ ธนาคารกรุงเทพ ในพื้นที่เขตสีลม

ขั้นตอนที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยเลือกเก็บตัวอย่างจากเขตพื้นที่ที่ได้ในขั้น ตอนที่ 1 โดยเลือกเก็บตัวอย่างจากเขตพื้นที่ที่ได้ในขั้น ตอนที่ 1 แบ่งเป็นสาขาละ 20 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อการศึกษาถึงลักษณะประชากรศาสตร์ คุณภาพการด้านการให้บริการ และทัศนคติที่มีความสัมพันธ์ ต่อความพึงพอใจลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ในเขตสีลมการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามคุณภาพการให้บริการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ ได้แก่ ประเภทการบริการ ความรวดเร็วของการให้บริการ ลักษณะการให้บริการ ช่องทางการให้บริการ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและทัศนคติที่มีความสัมพันธ์ ต่อความพึงพอใจลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม โดยใช้แบบสอบถาม มาตราส่วน

ประมาณค่า (Likert scale questions) รวมจำนวน 36 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ทศคติที่ลูกค้ามีต่อลักษณะของพนักงานที่ให้บริการ ได้แก่ บุคลิกภาพของพนักงาน,ด้านจรรยาบรรณของพนักงาน,ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ รวมจำนวน 3 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม ได้แก่ ด้านความถูกต้องของข้อมูล, ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Likert scale questions) รวมจำนวน 3 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับความจงรักภักดีของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟที่มีต่อธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม ได้แก่ ความรู้สึกภาคภูมิใจในการใช้บริการธนาคาร ความภูมิใจในชื่อเสียงของธนาคาร การบอกต่อกับบุคคลอื่นในการใช้บริการ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ

ผลการวิจัย

ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพศหญิง จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 มีอายุ 50-59 ปี จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.5 มีรายได้ 80,001-100,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.2 มีอาชีพอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5

คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 เมื่อพิจารณาข้อมูลแต่ละด้านนั้นพบว่า อยู่ในระดับดีมากทุกด้าน โดยด้านช่องทางการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.75 รองลงมาคือด้านประเภทของการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ด้านความรวดเร็วของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และ ด้านลักษณะการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ตามลำดับ

ด้านประเภทของการบริการ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.59 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดข้อที่อยู่ในระดับดีมาก คือ บริการด้านการเปิดบัญชี/เงินฝาก/บัญชีกองทุน มีความหลากหลาย ตรงต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 5.00 บริการธุรกรรมด้านการแนะนำการลงทุน มีความหลากหลายตรงต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 5.00 บริการธุรกรรมด้านอื่นๆ ที่ตรงต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 5.00 และบริการธุรกรรมการฝาก/ถอน/โอน/ชำระค่าบริการ มีความหลากหลายตรงต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.89 และข้อที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ บริการธุรกรรมการสินเชื่อ/ส่วนบุคคล/SME มีความหลากหลายตรงต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.07

ด้านความรวดเร็วของการให้บริการ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.44 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด ข้อที่อยู่ในระดับดีมาก คือ มีการเปิดช่องบริการพิเศษเพิ่มเมื่อมีผู้รับบริการเป็นจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 4.74 ขั้นตอนการแก้ปัญหาที่มีขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 4.59 และมีพนักงานให้บริการอย่างพอเพียงในการให้บริการลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.27 ส่วนข้อที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วทันต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 4.15

ด้านลักษณะการบริการ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.38 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด ข้อที่อยู่ในระดับดีมาก คือ ท่านเลือกใช้บริการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 4.85 ท่านเลือกใช้บริการผ่านช่องทางเคาน์เตอร์

มีค่าเฉลี่ย 4.84 และ ท่านเลือกใช้บริการเครื่องทำธุรกรรมอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ย 4.53 ส่วนข้อที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ท่านเลือกใช้บริการผ่านช่องทาง call center มีค่าเฉลี่ย 3.32

ด้านช่องทางการให้บริการ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.75 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่าอยู่ในระดับดีมากทุกข้อ โดยข้อที่มากที่สุดคือ ธนาคารมีสาขาในการให้บริการครอบคลุม มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีความสะดวกในการเดินทางมาธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.83 และสามารถใช้บริการสาขาอื่นทดแทนสาขาที่ใช้บริการปัจจุบันได้ มีค่าเฉลี่ย 4.42 ตามลำดับ

ทัศนคติของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟที่มีต่อพนักงานผู้ให้บริการ

ทัศนคติของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟที่มีต่อพนักงานผู้ให้บริการ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.61 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับดีมากทุกด้าน โดยมากที่สุดคือ ด้านจรรยาบรรณของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.87 ด้านบุคลิกภาพของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.51 และด้านความหน้าเชื่อถือของธนาคาร 4.46 ตามลำดับ

ด้านบุคลิกภาพของพนักงาน พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.51 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับดีมากทุกข้อ ซึ่งข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พนักงานแต่งกาย สวยงาม สุภาพ เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 5.00 พนักงานพูดจาไพเราะ มีค่าเฉลี่ย 4.27 และพนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.26

ด้านจรรยาบรรณของพนักงาน พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.87 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับดีมากทุกข้อ ซึ่งข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ พนักงานไม่ปกปิดข้อมูลอันเป็นข้อเท็จจริงแก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.90 พนักงานไม่ยึดยึดผลประโยชน์ที่ไม่ตรงวัตถุประสงค์ของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.90 พนักงานมีความโปร่งใส มีค่าเฉลี่ย 4.84 และพนักงานเสนอทางเลือกที่ทำให้ลูกค้าได้รับประโยชน์สูงสุด มีค่าเฉลี่ย 4.84

ด้านความหน้าเชื่อถือของธนาคาร พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.46 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่อยู่ในระดับดีมากคือ ผู้ให้บริการสามารถตอบข้อสงสัยหรือให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ได้ดี มีค่าเฉลี่ย 4.90 ผู้ให้บริการสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการตั้งแต่ครั้งแรก มีค่าเฉลี่ย 4.64 และผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับขั้นตอนการทำธุรกรรมต่าง ๆ แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนข้อที่อยู่ในระดับดี คือ พนักงานสามารถแก้ปัญหาของผู้มาใช้บริการได้ตามเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ย 4.00

ความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพในเขตสีลม

ความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพในเขตสีลม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.53 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับดีมากทุกด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.78 ด้านความถูกต้องของข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 4.44 และด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.39

ด้านความถูกต้องของข้อมูล พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.44 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ข้อที่อยู่ในระดับดีมาก คือ ข้อมูลที่ลูกค้าได้รับมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.73 ข้อมูลที่ลูกค้าได้รับสามารถตรวจสอบได้ มีค่าเฉลี่ย 4.42 ส่วนข้อที่อยู่ในระดับดี คือ ข้อมูลที่ลูกค้าได้รับมีการอัปเดตให้เป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.16

ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.39 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ข้อที่อยู่ในระดับดีมาก คือ ให้บริการลูกค้าได้ตรงตามวัตถุประสงค์ มีค่าเฉลี่ย 5.00 ส่วนข้อที่อยู่ในระดับดีคือ ผู้ให้บริการมีความรู้และติดตามการแก้ปัญหาของลูกค้าจนเสร็จสิ้นกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.16 และสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างทันถ่วงที มีค่าเฉลี่ย 4.01

ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าสม่ำเสมอ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.39 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า อยู่ในระดับดีมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ผู้ให้บริการพร้อมรับฟังปัญหา ข้อเสนอแนะและพร้อมปรับปรุงความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.85 พนักงานจดจำลูกค้าท่าน และข้อมูลต่างๆ ของท่านพร้อมทั้งไม่เปิดเผยข้อมูลของท่านแก่บุคคลอื่น มีค่าเฉลี่ย 4.74 และพนักงานมีความพร้อมในการช่วยเหลือหรือให้บริการลูกค้าทุกครั้งที่ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.74

ความจงรักภักดีของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพในเขตสีลม

ความจงรักภักดีของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพในเขตสีลม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับดีมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความภูมิใจในชื่อเสียงของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.28รองลงมาคือ ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.28 และด้านความรู้สึกภาคภูมิใจในการใช้บริการธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.24

ด้านความรู้สึกภาคภูมิใจในการใช้บริการธนาคาร พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.24 เมื่อพิจารณาารายละเอียด พบว่า ข้อที่อยู่ในระดับดีมากคือ คุณรู้สึกภูมิใจเมื่อมาใช้บริการที่ธนาคารกรุงเทพ มีค่าเฉลี่ย 4.57 ส่วนข้อที่อยู่ในระดับดีคือ คุณมีความตั้งใจที่จะใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ มีค่าเฉลี่ย 4.16 และคุณเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพเป็นตัวเลือกแรกเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.99

ด้านความภูมิใจในชื่อเสียงของธนาคาร พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28 เมื่อพิจารณาารายละเอียด พบว่า ข้อที่อยู่ในระดับดีมาก คือ คุณรู้สึกดีเสมอเมื่อมีคนกล่าวถึงธนาคารกรุงเทพในทางที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.58 คุณมีความมั่นใจในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ มีค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนข้อที่อยู่ในระดับดี คือ หากมีผู้เข้าใจธนาคารกรุงเทพผิด คุณจะอธิบายสิ่งที่ถูกต้องให้กับบุคคลนั้นให้เข้าใจ มีค่าเฉลี่ย 3.94

ด้านการบอกต่อกับบุคคลอื่นในการใช้บริการ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28 เมื่อพิจารณาารายละเอียด พบว่า ข้อที่อยู่ในระดับดีมาก คือ คุณชักชวนให้บุคคลที่คุณรู้จักเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ มีค่าเฉลี่ย 4.58 ส่วนข้อที่อยู่ในระดับดี คือ การแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ มีค่าเฉลี่ย 4.16 และคุณกล่าวถึงบริการที่ดีของธนาคารกรุงเทพให้ผู้อื่นฟังเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.10

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศ ที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม แตกต่างกัน

พบว่า ลูกคามีเพศที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม โดยภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้ โดยลูกค้าเพศชาย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยภาพรวมมากกว่าเพศหญิง

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุ ที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม แตกต่างกัน

พบว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟโดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($X = 4.47$ และ $X = 4.56$, $p < .08$) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้ จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างอายุ 31-49 ปี มีความพึงพอใจโดยภาพรวม น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างอายุ 50-59 ปี และกลุ่มตัวอย่างอายุ 31-49 ปี มีความพึงพอใจโดยภาพรวม น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างอายุ 60 ปีขึ้นไป ($X = 4.47$ และ $X = 4.56$, $p < .08$)

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม แตกต่างกัน

พบว่า ลูกค้ามีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลมโดยภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้ โดยลูกค้าระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยภาพรวมมากกว่าระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม แตกต่างกัน

สรุปและอภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง คุณภาพด้านการให้บริการและทัศนคติที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจลูกค้าบัวหลวง เอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายผลได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม แตกต่างกัน

ด้านเพศ พบว่า ลูกค้ามีเพศที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลมโดยภาพรวมแตกต่างกัน โดยลูกค้าเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยภาพรวมมากกว่าเพศหญิง เนื่องจากเพศสามารถบอกได้ถึงทัศนคติ และความละเอียดในการใช้เหตุผลในการพิจารณาสิ่งต่างเกี่ยวกับบริการที่ได้รับ โดยเพศหญิงอาจจะมีความซับซ้อนในการใช้เหตุผลพิจารณารายละเอียดเกี่ยวกับบริการที่ได้รับที่มากกว่าเพศชาย จึงทำให้มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่น้อยกว่าเพศชาย ดังนั้นผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องใส่ใจในรายละเอียดในระหว่างการส่งมอบบริการให้กับลูกค้ากลุ่มที่เพศหญิง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรเทพ อยู่ญาติวงศ์ (2563) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการวิจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาพุทธมณฑลสาย 5 พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขา พุทธมณฑลสาย 5

ด้านอายุ พบว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟโดยภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างอายุ 31-49 ปี มีความพึงพอใจโดยภาพรวม น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างอายุ 50-59 ปี และกลุ่มตัวอย่างอายุ 31-49 ปี มีความพึงพอใจโดยภาพรวม น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างอายุ 60 ปีขึ้นไป เนื่องจากบริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ เป็นจำเพาะสำหรับคนใดหรือกลุ่มหนึ่ง ที่จะได้รับเอกสิทธิ์สำหรับผู้มีเงินฝากและ/หรือเงินลงทุนกับธนาคารกรุงเทพ 3 ล้านบาทขึ้นไป ดังนั้น กลุ่มผู้ที่มีมากกว่าจะเป็นกลุ่มผู้ที่มีเงินฝากจำนวนมากกว่ากลุ่มที่อายุน้อย จึงมีโอกาสได้รับสิทธิพิเศษสูงกว่า ดังนั้นจึงมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟมากกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรเทพ อยู่ญาติวงศ์ (2563) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการวิจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาพุทธมณฑลสาย 5 พบว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขา พุทธมณฑลสาย 5 ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขา พุทธมณฑลสาย 5

ด้านระดับการศึกษา พบว่า ลูกค้ามีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลมโดยภาพรวม แตกต่างกัน โดยลูกค้าระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยภาพรวมมากกว่าระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี เนื่องจากระดับการศึกษาสามารถบอกได้ถึงความคิด การใช้เหตุผลในการพิจารณาสิ่งต่างๆ รวมถึงการประเมินความพึงพอใจบริการที่ได้รับ โดยผู้ที่ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อาจมีความซับซ้อนในการใช้เหตุผลพิจารณารายละเอียดเกี่ยวกับบริการที่ได้รับที่มากกว่า ดังนั้นจึงทำให้มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่น้อยกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรเทพ อยู่ญาติวงศ์ (2563) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการวิจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาพุทธมณฑลสาย 5 พบว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขา พุทธมณฑลสาย 5

ด้านอาชีพ พบว่า ลูกค้ามีอาชีพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลมโดยภาพรวม แตกต่างกัน โดยลูกค้าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยภาพรวมน้อยกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว เนื่องจากอาชีพที่ต่างกัน จะทำให้มีประสบการณ์เกี่ยวกับการรับบริการที่ไม่เหมือนกัน ทำให้เกิดความคาดหวังในบริการที่ต่างกัน ดังนั้นเมื่อได้รับการบริการที่เหมือนกัน กลุ่มที่มีความคาดหวังมากกว่าจึงเกิดความพึงพอใจที่น้อยกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรเทพ อยู่ญาติวงศ์ (2563) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาพุทธมณฑลสาย 5 พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขา พุทธมณฑลสาย 5

ด้านรายได้ พบว่า ลูกคามีรายได้ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลมโดยภาพรวม แตกต่างกัน โดยลูกค้าที่มีรายได้ 80,001-100,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยภาพรวมมากกว่ารายได้ 40,001-60,000 บาท เนื่องจากรายได้เป็นสิ่งที่สามารถบอกถึงจำนวนเงินฝาก และบริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ที่เป็นสำหรับคนใดหรือกลุ่มหนึ่ง ที่จะได้รับสิทธิสำหรับผู้มีเงินฝากและ/หรือเงินลงทุนกับธนาคารกรุงเทพ 3 ล้านบาทขึ้นไป ซึ่งจำนวนเงินฝากที่ต่างกัน จึงได้รับสิทธิ์พิเศษหรือโปรโมชั่นที่ต่างกันด้วย ดังนั้นรายได้จึงมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรเทพ อยู่ญาติวงศ์ (2563) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาพุทธมณฑลสาย 5 พบว่า ระดับรายได้ต่อเนื่องมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขา พุทธมณฑลสาย 5

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ประเภทของการให้บริการ ด้านความรวดเร็วของการให้บริการ ลักษณะการให้บริการ ช่องทางการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

ด้านประเภทของการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม ในระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน จึงสามารถอธิบายได้ว่าหากธนาคารได้พัฒนาคุณภาพการให้บริการ ด้านประเภทของการให้บริการ เพิ่มมากขึ้น ลูกค้าจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟเพิ่มมากขึ้นในระดับสูง เนื่องจากความต้องการของผู้ใช้บริการมีหลากหลาย และแตกต่างกัน ตามความจำเป็นของแต่ละบุคคล ดังนั้นประเภทการบริการที่มีความหลากหลาย มีครอบคลุม ทำให้ผู้ให้บริการสามารถเลือกใช้บริการได้ง่าย และตรงตามความต้องการ จึงทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (รวีวรรณ ฉินไพศาล และวิมลพรรณ อภาเวท, 2563) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านซักรีด ในเขตเทศบาลตำบลเสาชิงหิน จังหวัดนนทบุรี ที่พบว่า ประเภทการให้บริการในร้านซักรีดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ด้านความรวดเร็วของการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม ในระดับต่ำ และมีทิศทางเดียวกัน จึงสามารถอธิบายได้ว่าหากธนาคารได้พัฒนาคุณภาพการให้บริการ ด้านความรวดเร็วของการให้บริการเพิ่มมากขึ้น ลูกค้าจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟเพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำ เนื่องจากความรวดเร็วในการให้บริการลูกค้าเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความตั้งใจและเต็มใจที่จะให้บริการลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว ลดเวลาการรอคอย และทำธุรกรรมเสร็จได้ตามเวลาที่วางแผนไว้ ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าสามารถบริหารเวลาได้ และประหยัดเวลามากขึ้น ลูกค้าเกิดความสบายใจ และพึงพอใจในการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สมยศ อลงกตกิตติคุณ 2561) ศึกษาคุณสมบัติภาพลักษณ์ และความรวดเร็วในการให้บริการของผู้ให้บริการขนส่งสินค้า (Freight Forwarder) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการส่งออกในประเทศไทย พบว่า ความรวดเร็วในการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า

ด้านลักษณะการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม ในระดับปานกลาง และมีทิศทางเดียวกัน จึงสามารถอธิบายได้ว่าหากธนาคารได้พัฒนาคุณภาพการให้บริการ ด้านลักษณะการให้บริการเพิ่มมากขึ้น ลูกค้าจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง เนื่องจากลักษณะการให้บริการของธนาคาร มีทั้งการให้บริการผ่านช่องทางเคาน์เตอร์ บริการ Call center เครื่องทำธุรกรรมอัตโนมัติ บริการทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีความหลากหลายและช่วยให้เกิดความสะดวกสบายต่อลูกค้า จึงมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ (อัญญา สายสนั่น ณ อยู่ยง, 2559) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประเภทของการบริการธนาคารส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

ด้านช่องทางการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม ในระดับปานกลาง และมีทิศทางเดียวกัน จึงสามารถอธิบายได้ว่าหากธนาคารได้พัฒนาคุณภาพการให้บริการ ด้านช่องทางการให้บริการเพิ่มมากขึ้น ลูกค้าจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง เนื่องจากช่องทางการให้บริการเป็นการบริหารจัดการของธุรกิจที่มีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการเข้าถึงบริการของลูกค้าได้อย่างง่าย สะดวกสบาย และทั่วถึง ดังนั้นการบริหารจัดการด้านช่องทางการให้บริการจึงสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า สอดคล้องกับ (จารุภา สายโยช, 2560) อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กร และส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจ ความไว้นี้ เชื่อใจ ความผูกพัน การบอกต่อ และกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาวงศ์สว่าง พบว่า ช่องทางการให้บริการลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคาร ธนาชาติ สาขาวงศ์สว่าง

สมมติฐานที่ 3 ทศนคติที่ลูกค้ามีต่อลักษณะของพนักงานผู้ให้บริการประกอบด้วย ลักษณะบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านจรรยาบรรณของพนักงาน ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

ด้านลักษณะบุคลิกภาพของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคาร กรุงเทพ ในเขตสีลม ในระดับปานกลาง และมีทิศทางเดียวกัน จึงสามารถอธิบายได้ว่าหากผู้ใช้บริการมีทัศนคติ ด้านลักษณะบุคลิกภาพของพนักงานเพิ่มสูงขึ้น ลูกค้าจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง เนื่องจากบุคลิกภาพเป็นสิ่งสำคัญในงานด้านบริการ โดยบุคลิกเป็นการแสดงออกถึงกิริยา ท่าทาง น้ำเสียง และการแต่งกาย ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการเกิดความรู้สึกสบายใจในระหว่างการใช้บริการ รวมทั้งความเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ จึงมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ณภัทร หงชาวงศ์, 2562) ที่ศึกษาเรื่องบุคลิกภาพและการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า บุคลิกภาพของพนักงานผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า

ด้านจรรยาบรรณของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม ในระดับปานกลาง และมีทิศทางเดียวกัน จึงสามารถอธิบายได้ว่าหากผู้ใช้บริการมีทัศนคติ ด้านจรรยาบรรณของพนักงาน เพิ่มสูงขึ้น ลูกค้าจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง เนื่องจากจรรยาบรรณของพนักงานบริการ เป็นความซื่อสัตย์ สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ และปฏิบัติหน้าที่ตามระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น และมั่นใจในความปลอดภัยของทรัพย์สิน และข้อมูลส่วนบุคคล ดังนั้นจึงมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม สอดคล้องกับงานวิจัยของ LI HONGLIN (2560) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ทศนคติ ความพึงพอใจ ความคาดหวังของชาวไทยเชื้อสายจีนใน กรุงเทพมหานครที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนไทย พบว่า ด้านจรรยาบรรณของพนักงาน เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม ในระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน จึงสามารถอธิบายได้ว่าหากผู้ใช้บริการมีทัศนคติ ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร เพิ่มสูงขึ้น ลูกค้าจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ เพิ่มขึ้นในระดับสูง เนื่องจากบริการของธนาคาร เป็นการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินของผู้ใช้บริการ ภาพลักษณ์ธนาคารจึงถูกวัดด้วยความน่าเชื่อถือ ซึ่งถ้าหากมีความน่าเชื่อถือก็จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความสบายใจ และเชื่อใจ จึงมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิดา เพชรรัตน์ (2556) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากรสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครราชสีมา 2 พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ด้านความถูกต้องของข้อมูล ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีของลูกค้าบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

ด้านความถูกต้องของข้อมูล มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของลูกค้า บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กรุงเทพมหานคร ในเขตสีลม ในระดับปานกลาง และมีทิศทางเดียวกัน จึงสามารถอธิบายได้ว่าหากผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ ด้านความถูกต้องของข้อมูลเพิ่มสูงขึ้น ลูกค้าจะมีความจงรักภักดีของลูกค้า บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง เนื่องจากการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่บิดเบือนข้อมูล ทำให้ลูกค้าสามารถประเมินข้อมูลที่ได้รับ สิทธิประโยชน์ รวมถึงผลประโยชน์ต่างๆ ที่ลูกค้าจะได้รับ จนสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและวางแผนเกี่ยวกับบริการที่ต้องการได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ ดังนั้น การให้ข้อมูลที่ถูกต้องนอกจากจะทำให้ลูกค้าได้รับประโยชน์จากข้อมูลแล้ว ยังช่วยให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นที่จะใช้บริการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กรุงเทพมหานคร และความจงรักภักดีต่อบริการของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุนันทรา ขำนวนทอง, 2562) ทำการวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการและความไว้วางใจมีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการโรงแรมอิน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า การให้บริการด้วยความถูกต้อง มีความสัมพันธ์ความภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการ

ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของลูกค้า บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กรุงเทพมหานคร ในเขตสีลม ในระดับปานกลาง และมีทิศทางเดียวกัน จึงสามารถอธิบายได้ว่าหากผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพิ่มสูงขึ้น ลูกค้าจะมีความจงรักภักดีของลูกค้า บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง เนื่องจากการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป็นการให้บริการของพนักงานที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการมาใช้บริการของลูกค้า โดยยึดถือผลประโยชน์สูงสุดให้กับลูกค้า ดังนั้น เมื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์จะทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีของลูกค้า บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ พชร เกษโกศล (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของคุณภาพบริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ โรงแรมและรีสอร์ท ในเขตพื้นที่ตำบลหมูสี อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า การตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีของลูกค้า

ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของลูกค้า บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กรุงเทพมหานคร ในเขตสีลม ในระดับปานกลาง และมีทิศทางเดียวกัน จึงสามารถอธิบายได้ว่าหากผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพิ่มสูงขึ้น ลูกค้าจะมีความจงรักภักดีของลูกค้า บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง เนื่องจากการที่พนักงานผู้ให้บริการเอาใจใส่และให้ความสนใจต่อลูกค้าที่มาใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการเสมอส่งผลให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าเป็นคนพิเศษเสมอ จึงทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกดีเมื่อใช้บริการ และกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป และไม่เปลี่ยนใจไปใช้บริการที่ธนาคารอื่นแม้จะมีผลิตภัณฑ์ออกใหม่ที่มีความใกล้เคียงกัน สอดคล้องกับ (นิเทศ ทองสุกใส และอนุรักษ์ เรื่องรอบ, 2562) ที่ศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีที่มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการในจังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความภักดีของลูกค้าสถานประกอบการที่ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง คุณภาพด้านการให้บริการและทัศนคติที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจลูกค้าบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กรุงเทพมหานคร ในเขตสีลม มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม ควรพัฒนาการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการบัณฑิตวิทยาลัยเพิ่มสูงขึ้น โดยมุ่งสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มลูกค้าเพศหญิง กลุ่มอายุ 31-49 ปี ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้ 40,001-60,000 บาท เนื่องจากปัจจุบันยังเป็นกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มอื่น จึงควรพัฒนาเพื่อให้ความพึงพอใจโดยภาพรวม ซึ่งมีส่วนช่วยให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดี ของธนาคารกรุงเทพมากยิ่งขึ้นด้วย

2. ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม ควรพัฒนาคุณภาพการให้บริการ สำหรับบริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ให้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า อีกทั้งยังช่วยให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อการใช้บริการ โดยด้านประเภทของบริการ ธนาคารควรมุ่งเน้นให้เกิดความสะดวกแก่ลูกค้า และสามารถให้ข้อมูลลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ควรมีการพัฒนา รูปแบบการเชื่อมโยงบริการระหว่างสาขาเพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้บริการสาขาอื่นทดแทนได้

3. ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม ควรมุ่งส่งเสริมทัศนคติของลูกค้า ด้านบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านจรรยาบรรณของพนักงาน และด้านความน่าเชื่อถือของธนาคารพัฒนาคุณภาพการให้บริการ สำหรับบริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ เนื่องจากมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า และสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ

4. ธนาคารกรุงเทพ ในเขตสีลม ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อการใช้บริการบัวหลวงเอ็กซ์คลูซีฟ และควรมุ่งเน้นให้บริการลูกค้าที่ตรงตามความต้องการพร้อมทั้งมีการสำรวจความต้องการและปรับปรุงการให้บริการอยู่เสมอ ควรแสดงให้ลูกค้ารับรู้ถึงความเอาใจใส่ และมีความพร้อมในการช่วยเหลือหรือให้บริการลูกค้าทุกครั้งที่ไปใช้บริการ

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจาก อาจารย์ ดร.ณัฐพัชร มณีโรจน์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาสละเวลาในการให้คำแนะนำการจัดทำสารนิพนธ์นี้ทุกขั้นตอนจนสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์เป็นสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยจึงกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ และขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีริชัญ เลิศไทยตระกูล และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์ระวี อนันต์อัครกุล ที่กรุณาเป็นกรรมการในการสอบสารนิพนธ์ฉบับนี้ และช่วยตรวจสอบแบบสอบถาม ให้คำแนะนำ ตลอดจนแนวทางต่างๆ เพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของสารนิพนธ์ฉบับนี้จนสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

- จารุภา สายโยช. (2560). *อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กร และส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ เชื่อใจ ความผูกพัน การบอกต่อ และกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาวงศ์สว่าง*. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณภัทร หงสาวงค์. (2562). *บุคลิกภาพและการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ*. *วารสารบัณฑิตศึกษา*, 16(74): 20-26.
- นิเทศ ทองสุกใส และอนรรักษ์ เรืองรอบ. (2562). *ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีที่มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของสถานประกอบการในจังหวัดชลบุรี*. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม*, 15(1): 74-86.
- รวีวรรณ ฉิ้นไพศาล และวิมลพรรณ อาภาเวท. (2563). *ความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านซักอบรีด ในเขตเทศบาลตำบลเสาชิงหิน จังหวัดนนทบุรี*. *วารสารเทคโนโลยี สื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 5(1): 9-18
- เพชร เกษโกศล. (2562). *อิทธิพลของคุณภาพบริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ โรงแรมและรีสอร์ท ในเขตพื้นที่ตำบลหมูสี อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา*. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 4(3): 102-114.
- พรเทพ อยู่ภูาดิวงค์. (2563). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาพุทธมณฑลสาย 5*. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.

- พนิดา เพชรรัตน์. (2556). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่ นครราชสีมา 2*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- สมยศ อลงกตกิตติคุณ. (2561). *คุณสมบัติ ภาพลักษณ์ และความเร็วในการให้บริการของผู้ให้บริการขนส่งสินค้า (Freight Forwarder) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการส่งออกในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุนันทรา ขำนวนทอง. (2562). *คุณภาพการบริการและความไว้วางใจมีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการโรงแรมอิน อ่าเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี*. *RMUTSB ACADEMIC JOURNAL (HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES)*, 4(2): 173-185.
- อัญญา สายสนั่น ณ อยุธยา. (2559). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- LI, HONGLIN. (2560). *ทัศนคติ ความพึงพอใจ ความคาดหวังของชาวไทยเชื้อสายจีนใน กรุงเทพมหานครที่มีต่อจรรยาบรรณ ในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนไทย*. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.