

ความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลองต่อการใช้งานระบบ E-Slip  
Customer Satisfaction of Krung Thai Bank Public Company Limited,

Nua Khlong Branch to Use E-Slip System

ชื่อโครงการวิจัย : ความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือ  
คลองต่อการใช้งานระบบ E-Slip

ผู้วิจัย : นางสาวอังคณา กังวานเกียรติกุล

สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย : หลักสูตรบริหารธุรกิจคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย  
รามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดตรัง

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลองต่อการใช้งานระบบ E-Slip 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลองต่อการใช้งานระบบ E-Slip กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเหนือคลอง จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติ t-Test, One Way ANOVA และการเปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยวิธี LSD (Least Square Difference) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท ส่วนผลการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลองต่อการใช้งานระบบ E-Slip โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมา ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากร ตามลำดับ

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษามีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลองต่อการใช้งานระบบ E-Slip แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ : ธนาคารกรุงไทย, E-Slip, ความพึงพอใจ, 7Ps

Research Project : Customer Satisfaction of Krung Thai Bank Public Company Limited, Nua Khlong Branch to Use E-Slip System.  
Researcher : Miss AungkanaKangwarnkeattikul  
Degree/University : Master of Business Administration (Marketing) Ramkhamhaeng University, Trang Campus in Honour of His Majesty The King.

## ABSTRACT

The objective of research was 1) to study the level of customer satisfaction Krung Thai Bank Public Company Limited, Nua Khlong Branch to use E-Slip system. 2) to study the personal factors of customer satisfaction Krung Thai Bank Public Company Limited, Nua Khlong Branch to use E-Slip system. The sample group consisted of 385 people of customer group to use service of Krung Thai Bank Public Company Limited, Nua Khlong Branch. Questionnaires were used as research instrument and data were analysed by statistical program. The statistical used in this study were percentage, mean, standard deviation, t-test, One-Way ANOVA and the Least Significant Difference (LSD) for hypothesis.

The research has found that, almost of survey samples were female, the average age between 20 – 30 years old, were employed by private companies, most are bachelor's degree level and most have average income 25,001 – 35,000 bath per month. The study of customer satisfaction Krung Thai Bank Public Company Limited, Nua Khlong Branch to use E-Slip system overall highest level. The highest satisfaction of respondents was promotion, following by respondents of physical evidence, process, price, product, place and people, respectively.

In hypothesis found that, the personal factors to distinguish in education effecting customer satisfaction Krung Thai Bank Public Company Limited, Nua Khlong Branch to use E-Slip system significance in level 0.05

**Keyword:** Krung Thai Bank, E-Slip, Satisfaction, 7Ps Marketing

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันภาวะโลกร้อนเกิดขึ้นอย่างรุนแรงและรวดเร็ว โดยสาเหตุหลักมาจากสิ่งใกล้ตัวและความคุ้นชินในปัจจุบัน เช่น การเผาขยะในครัวเรือน การปล่อยสารพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม ไปจนถึงการตัดไม้ทำลายป่า ล้วนเป็นพฤติกรรมจากฝีมือมนุษย์ที่ค่อยๆ ทำลายโลกอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกระดาษเป็นอีกหนึ่งสาเหตุหลัก เพราะการผลิตกระดาษผลิตจากเยื่อไม้ ดังนั้นต้นไม้จึงเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตกระดาษ ทุกขั้นตอนส่วนใหญ่ล้วนก่อให้เกิดภาวะโลกร้อนทั้งสิ้น เริ่มตั้งแต่การตัดต้นไม้ กระบวนการผลิต หรือการนำไปรีไซเคิลเป็นกระดาษใหม่ ล้วนเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังรวมไปถึงเมื่อมันกลายเป็นขยะแล้ว เพราะเมื่อนำขยะไปฝังกลบก็จะปล่อยก๊าซมีเทนออกมาสู่ชั้นบรรยากาศ ที่มีพิษร้ายแรงกว่าก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ถึง 23 เท่า ดังนั้นการตั้งโรงงานผลิตกระดาษสักที่หนึ่ง เท่ากับปล่อยก๊าซพิษมาทำลายอากาศที่เราหายใจถึง 2,900 กิโลกรัม ซึ่งเป็นจำนวนไม่น้อยเลยทีเดียว (จารุจรรย์ ลาภพานิช, 2562) และทุกคนต่างรับรู้ถึงปัญหาพร้อมหาทางรับมือที่จะลดการใช้กระดาษให้น้อยที่สุด ซึ่งเฉลี่ยหนึ่งคนใช้กระดาษไป 12,000 แผ่นปี หมายความว่าต้องตัดต้นไม้ประมาณ 18 ต้น/คน และถ้ารวมทั้งประเทศต้องตัดต้นไม้มากถึง 66.3 ล้านต้น/ปี (มูลนิธิศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนา, 2560) แต่ในยุคเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้สามารถลดการใช้กระดาษได้มากกว่าเดิม เช่น การสแกน QR Code ชำระสินค้า, ชื่อของออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน การฟรีเซนต์งานบนสไลด์แทนการพิมพ์เอกสาร ทำให้หลายองค์กรตระหนักถึงปัญหาและหาทางลดการใช้กระดาษให้น้อยที่สุด

ธนาคารเป็นองค์กรหนึ่งที่ได้นำวิธีการทางเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาใช้งาน บริหารจัดการและนำเทคโนโลยีด้านต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อแก้ปัญหาการลดขยะมาปรับใช้ที่เห็นได้ชัดที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน E-Banking การทำธุรกรรมผ่านช่องทางสาขาในรูปแบบ E Slip เช่น ผาก ถอนเงิน, สอบถามยอด หรือชำระสินค้าสแกนผ่าน QR Code โดยข้อมูลทางสถิติจากธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่ามีการทำธุรกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ 243 รายการต่อคนต่อปี สูงขึ้นก่อนช่วงการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 หรือจาก ณ สิ้นปี 2562 ถึง 80% และมูลค่ารวมของธุรกรรมที่ดำเนินการผ่าน Mobile Banking ในปี 2563 สูงถึง 40.2 ล้านล้านบาท สูงขึ้นจากปีก่อนหน้ากว่า 45.5% (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564) แนวโน้มดังกล่าวบ่งบอกถึงการมีความเข้าใจและความพร้อมในการใช้บริการทางการเงินดิจิทัลที่ดีของคนไทย ทำให้ลดการใช้เอกสารที่ไม่จำเป็น สะดวกรวดเร็ว และยังทำให้ประหยัดกระดาษอีกด้วย

บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง เป็นอีกหนึ่งธนาคารที่เริ่มมีการทำธุรกรรมผ่านช่องทางสาขาในรูปแบบ E-Slip ให้บริการธุรกรรมฝาก ถอน โอน ชำระค่าสินค้าและบริการ โดยลูกค้าทำการยืนยันตัวตนด้วยบัตรประชาชน กรอกข้อมูลทำรายการ ระบบจะส่งข้อมูลผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Sign pad) แทนกระดาษ เพื่อให้ลูกค้าตรวจสอบและลงนาม โดยข้อมูลการทำธุรกรรมจะถูกเก็บไว้ในฐานข้อมูลธนาคาร ซึ่งเป็นระบบที่มีมาตรฐานและปลอดภัย จึงมั่นใจได้ว่าข้อมูลจะไม่มีทางสูญหาย และจะได้รับเอกสารยืนยันการ

ทำธุรกรรมผ่านทาง smsจะเห็นได้ว่าระบบ E-Slip มีความสะดวก รวดเร็ว รั้งโลก และทำให้ประหยัด กระดาษ

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาและมุ่งเน้นถึงความพึงพอใจของลูกค้า บมจ. ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลองต่อการใช้งานระบบ E-Slip เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาใช้ เพื่อให้เกิดทัศนคติทางบวก แสดงถึงความพึงพอใจในการใช้บริการและยังช่วยตอบสนองต่อความต้องการ ของลูกค้าให้เกิดประโยชน์สูงสุด

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือ คลอง ต่อการใช้งานระบบE-Slip
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลองต่อการใช้งาน ระบบ E-Slip

## 1.3 สมมติฐานของงานวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใ้ งานระบบ E-Slip ที่แตกต่างกัน

1.3.1 เพศมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใช้งาน ระบบ E-Slip ที่แตกต่างกัน

1.3.2 อายุมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใช้งาน ระบบ E-Slip ที่แตกต่างกัน

1.3.3 อาชีพมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใช้งาน ระบบ E-Slip ที่แตกต่างกัน

1.3.4 ระดับการศึกษามีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อ การใช้งานระบบ E-Slip ที่แตกต่างกัน

1.3.5 รายได้ต่อเดือนมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อ การใช้งานระบบ E-Slip ที่แตกต่างกัน

## 1.4 ขอบเขตงานวิจัย

### ขอบเขตเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเหนือคลอง ในด้านปัจจัยส่วนบุคคลและด้านความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใ้ งานระบบ E-Slip ในช่วงระหว่างวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2565 – 30 มิถุนายน พ.ศ. 2565

## ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเหนือคลอง กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเหนือคลองที่ใช้งานระบบ E-Slip ซึ่งจะใช้การสุ่มโดยได้กำหนดตัวอย่างที่ทำการศึกษา จำนวน 385 คน โดยสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเหนือคลอง ในช่วงระหว่างวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2565 – 30 มิถุนายน พ.ศ. 2565

## แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร ทั้งนี้เพราะคำว่า “Demo” หมายถึง “People” ซึ่งแปลว่า “ประชาชน” หรือ “ประชากร” ส่วนคำว่า “Graphy” หมายถึง “Writing Up” หรือ “Description” ซึ่งแปลว่า “ลักษณะ” ดังนั้น เมื่อแยกพิจารณาจากรากศัพท์คำว่า “Demography” น่าจะมีความหมายตามที่กล่าวข้างต้น คือ วิชาที่เกี่ยวกับประชากรนั่นเอง (ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์และณรงค์ เทียนสง, 2521, หน้า 2)

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพลักษณะโครงสร้างของร่างกาย ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นต้น ทำให้เห็นว่าแต่ละคนมาจากไหนจากอดีตถึงปัจจุบัน ทำให้รู้ถึงความต้องการของแต่ละคนที่แตกต่างกันออกไป เกิดการตัดสินใจที่แตกต่างกัน เพราะคือความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ (วชิรวัชร งามละม่อม, 2558)

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542, หน้า 44-52) ได้กล่าวถึงแนวความคิดด้านประชากรศาสตร์ ว่าพฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอก ยังมีความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์มากเท่าไรก็จะทำให้พฤติกรรมของคนแตกต่างกันออกไป

กาญจนา แก้วเทพ (2551: หน้า 302) ได้กล่าวว่าลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ในสังคม ทั่วๆ ไป มักจะกำหนดให้บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่าง กัน ดังนี้

1. เพศ จะพบว่ามี ความแตกต่างระหว่างเพศชายและเพศหญิง เพศชายกับเพศหญิงมีความแตกต่างกันทางความคิด ค่านิยม และ ทศนคติ รวมถึงพฤติกรรม ตลอดจนการตัดสินใจยอมรับสิ่งต่างๆ

2. อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม

ทำให้ทัศนคติความรู้สึกนึกคิด และมีพฤติกรรมแตกต่างกันตามไปด้วย ดังนั้นลักษณะการใช้สื่อเทคโนโลยีจึงแตกต่างกันไปด้วย

3. อาชีพเป็นการแสดงลักษณะเฉพาะของแต่ละคน ความสนใจในข่าวสารต่าง ๆ แต่ละอาชีพ จะมีความสนใจที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มอาชีพเดียวกันจะสนใจในเรื่องเดียวกัน เช่น ชาวสวนมักจะสนใจเรื่องพืชที่จะปลูก ราคาของผลผลิตที่จะปลูก พื้นที่และฤดูกาลในการเพาะปลูก และในบางครั้งกลุ่มอาชีพหนึ่งก็รวมกับอีกกลุ่มอาชีพหนึ่งเพื่อศึกษาและให้ความสนใจกับเรื่องใหม่ ๆ ซึ่งก็จะทำให้ความสนใจขยายวงกว้างออกไป

4. ระดับการศึกษา เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมาก เพราะเป็นผู้มีความรู้ กว้างขวางและเข้าใจได้ดี

5. รายได้ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม เป้าหมาย และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะเข้าถึงเทคโนโลยีได้มากกว่า

### 2.1.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดเป็นแนวคิดที่สำคัญอย่างหนึ่งทางการตลาด เพราะการบริหารการตลาด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า นักการตลาดจะใช้ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือในการพัฒนาให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย จากการศึกษาค้นคว้าได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการตลาดไว้ ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2549, หน้า 41-45) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของ Philip Kotler (2003) ว่าหมายถึง การผลิตสินค้าหรือการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค โดยคำนึงถึงด้านราคาและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อความคุ้มค่าที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ มา และรวมไปถึงช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าให้เข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการได้ง่าย เพื่อให้เกิดความสะดวกและสร้างแรงจูงใจให้เกิดความอยากซื้อสินค้า โดยส่วนประสมทางการตลาด แบ่งออกเป็น 7 ปัจจัย (7Ps) ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่ตอบสนองความจำเป็นหรือตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทำให้รู้สึกมีความพึงพอใจ ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้เช่น การบริการราคาบรรจุภัณฑ์สี ตราสินค้า คุณภาพ และชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์เป็นได้ทั้งสินค้า บริการ บุคคลสถานที่ หรือความคิด ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ขายจะมีตัวตนหรือไม่ก็ได้ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สิ่งที่ไม่ใช่บุคคลสถานที่ต่างๆ ความคิด องค์กรหรือ

บุคคล ซึ่งผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง เงินหรือสิ่งอื่นที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์นั้นมา โดยคำนึงถึงคุณค่าของเงินที่ต้องจ่ายไปในรูปแบบของราคาโดยลูกค้าจะเปรียบเทียบราคาและมูลค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ว่าเหมาะสมและคุ้มค่าที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจึงต้องคำนึงถึงคุณค่าที่ผู้ซื้อรับรู้ (Perceived Value) ซึ่งจะต้องพิจารณาว่าลูกค้าพร้อมที่จะจ่ายเงิน และรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ตั้งราคาไว้หรือไม่

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ช่องทางที่ผู้ผลิตสินค้า นำสินค้าไปสู่มือผู้ซื้อหรือผู้บริโภค โดยมีกิจกรรมทางการตลาดคือวิธีเคลื่อนย้ายสินค้าเพื่อนำสินค้าไปยังลูกค้าเป้าหมาย และมีการเก็บสินค้าไว้ในคลังสินค้าก่อนจัดส่งไปยังผู้บริโภคอีกที

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เครื่องมือที่ใช้การสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้าหรือบริการ โดยใช้เพื่อจูงใจให้ลูกค้าเกิดความต้องการใช้สินค้าหรือบริการ เพื่อให้ลูกค้านึกถึงผลิตภัณฑ์ ทำให้สินค้าหรือบริการมีผลต่อความรู้สึก ความต้องการ และพฤติกรรมการอยากซื้อหรือเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีและทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ สามารถใช้ทั้งพนักงานขายทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คนเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายอย่างบริษัทอาจเลือกใช้เพียงเครื่องมือเดียวหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานกันโดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

5. บุคลากร (People) หรือ พนักงาน (Employees) โดยการสมัครรับพนักงานจากการคัดเลือก (Selection) ส่งไปอบรม (Training) สร้างแรงจูงใจ (Motivation) เพื่อให้พนักงานเหล่านั้นมีความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยพนักงานต้องมีทัศนคติที่ดีสามารถที่จะดูแลและสร้างความพอใจให้กับลูกค้า มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้และมีความสามัคคีกันในองค์กร

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) คือการสร้างภาพจำในคุณภาพโดยรวมขององค์กร เช่นการให้บริการของร้านสะดวกซื้อที่เปิดตลอด 24 ชั่วโมง ต้องพัฒนาระบบการให้บริการโดยรวมทุกสาขาให้เหมือนกันเพื่อสร้างภาพจำให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นความสะอาดความรวดเร็ว ความซื่อตรงและความปลอดภัย หรือผลประโยชน์อื่นๆ

7. กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer Satisfaction) ในการบริหารการตลาดนั้นผู้บริหารการตลาดต้องมีความ

เข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค และมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยเครื่องมือส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งมักจะรู้จักกันโดยทั่วไปว่า “7Ps” แต่ปัจจุบันในยุคของการตลาดที่มุ่งเน้นลูกค้านั้นจะเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ใหม่คือ องค์ประกอบทุกอย่างนั้นให้เริ่มต้นจากลูกค้าเป็นหลัก โดยเริ่มตั้งแต่การออกแบบตลอดจนตอบสนองในมุมมองของลูกค้า อันได้แก่ 4Cs: Customer Solution, Customer Cost, Convenience และ Communication

7.1 ตอบสนองความต้องการได้มากที่สุด (Customer Solution)

7.2 ราคาเหมาะสม/ย่อมเยา (Customer Cost)

7.3 ชื้อหาสะดวก (Convenience)

7.4 รายละเอียด คุณสมบัติครบถ้วน ถูกต้อง ชัดเจน (Communication)

### 2.1.3 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด เป็นความรู้สึกของบุคคลในทางบวก ความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจต่อสภาพแวดล้อมในด้านต่างๆ หรือเป็นความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งที่ทำให้เกิดความชอบความสบายใจ และเป็นความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจได้นั้น ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

อุทัยพรรณ สุดใจ (2545, หน้า 7) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่าว่าความรู้สึกหรือทัศนคติดีสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

### 2.1.4 ข้อมูลการใช้งานระบบ E-Slip ของธนาคารกรุงไทย

ธนาคารที่เริ่มมีการทำธุรกรรมผ่านช่องทางสาขาในรูปแบบ E-Slip ให้บริการธุรกรรมฝาก ถอน โอน ชำระค่าสินค้าและบริการ โดยลูกค้าทำการยืนยันตัวตนด้วยบัตรประชาชน กรอกข้อมูลทำรายการ ระบบจะส่งข้อมูลผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Sign pad) แทนกระดาษ เพื่อให้ลูกค้าตรวจสอบและลงนาม โดยข้อมูลการทำธุรกรรมจะถูกเก็บไว้ในฐานข้อมูลธนาคาร ซึ่งเป็นระบบที่มีมาตรฐานและปลอดภัย จึงมั่นใจได้ว่าข้อมูลจะไม่มีทางสูญหาย และจะได้รับเอกสารยืนยันการทำธุรกรรมผ่านทาง sms จะเห็นได้ว่าระบบ E-Slip มีความสะดวก รวดเร็ว ไร้กระดาษ และทำให้ประหยัดกระดาษ

ระบบ E-Slip ส่งผลให้ธนาคารยังคงให้ความสำคัญในการรักษาสิ่งแวดล้อม ด้วยการให้บริการผ่าน E-Slip ในการทำธุรกรรมทางการเงิน สำหรับสาขาในกรุงเทพมหานคร และบางสาขาในต่างจังหวัดอย่างต่อเนื่องในปี 2563 โดยลูกค้าสามารถเลือกรับหลักฐานการทำรายการในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ทั้ง SMS หรือ Email ที่สามารถจัดเก็บได้นาน ปราศจากการรั่วไหลของข้อมูลที่อยู่ในสลิป ทั้งนี้ด้วยระบบงานที่ธนาคารพัฒนาขึ้น สามารถช่วยลดปริมาณสลิปกระดาษได้มากกว่า 30% ต่อปี โดยธนาคารมีแผนเพื่อขยายบริการไปยังสาขาต่างจังหวัดทั่วประเทศ ในปี 2564



## วิธีการดำเนินการวิจัย

### 3.1 ประเภทของงานวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใช้งานระบบ E-Slip โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) ซึ่งใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การประมวลผลจากโปรแกรมสำเร็จรูป จากนั้นจึงทำการสรุปผลการวิจัย เพื่อนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของตารางและการบรรยายประกอบโดยปัจจัยที่ทำการศึกษาคือปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ว่ากลุ่มผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใช้งานระบบ E-Slip หรือไม่ อย่างไร

### 3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

#### (1) กลุ่มประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเหนือคลอง

#### (2) การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเหนือคลองที่ใช้งานระบบ E-Slip โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (convenience sampling)

ขั้นตอนที่ 1 เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรของ Cochran (Cochran, 1977 อ้างถึงใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) เพื่อกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 385 ตัวอย่าง

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน ดังนี้ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นคำถามเลือกตอบ (Check list) จำนวน 5 ข้อ

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามด้านพฤติกรรมลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลองต่อการใช้งานระบบ E-Slip โดยเป็นคำถามเลือกตอบ (Check list) จำนวน 5 ข้อ

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใช้งานระบบ E-Slip โดยคำถามมีทั้งหมด 7 ด้าน 22 ข้อ และคำถามเป็นมาตรวัด 5 ระดับ

**ส่วนที่ 3**แบบสอบถามด้านพฤติกรรมลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลองต่อการใช้งานระบบ E-Slip โดยเป็นคำถามเลือกตอบ (Check list) จำนวน 5 ข้อ

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยผ่านความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ชัดเจน ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาว่าตรงตามจุดประสงค์และสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้หรือไม่ เพื่อทำการแก้ไขปรับปรุงและดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) (ธาณิชทร์ ศิลป์จารุ, 2560) โดยนำแบบสอบถามที่ทดสอบความเที่ยงตรงแล้วไปทดสอบ (Pretest) กับประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) จากการทดสอบแบบสอบถาม มาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's alpha coefficient) พบว่ามีค่า 0.960 แสดงว่า แบบสอบถามเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใช้งานระบบ E-Slip สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริงต่อไป

### 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยรวบรวมจากให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามโดยตรง โดยมีการเก็บข้อมูล 2 ส่วนตามขั้นตอนดังนี้

#### 1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถามมีขั้นตอน ดังนี้

1.1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามและรวบรวมข้อมูลทั้งหมดด้วยตนเองจำนวน 385 ฉบับ กับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเหนือคลองที่ใช้งานระบบ E-Slip ในเดือนมิถุนายน 2565 ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ครั้งนี้ 1 เดือน

1.2 ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ได้ไปตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำมาวิเคราะห์สถิติต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลส่วนนี้ได้มาจากการศึกษาค้นคว้า ซึ่งไม่ได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มประชากรตัวอย่างโดยตรง แต่เก็บรวบรวมจากแหล่งอื่นๆ เช่น เอกสารวิชาการผลงานวิจัยวิทยานิพนธ์ วารสาร เว็บไซต์ เพื่อให้ข้อมูลประกอบการวิจัย

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมทางสถิติสถิติในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

#### 3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นร้อยละ (Percentage) เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นร้อยละ (Percentage) เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลองต่อการใช้งานระบบ E-Slip วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

#### 3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างและทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ผลทางสถิติ คือ การวิเคราะห์ Independent Sample t-test และค่า One-Way ANOVA (F-test) โดยหากพบว่ามีค่าความแตกต่างที่ระดับน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 ต้องทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD)

## สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

### 5.1 สรุปผลการวิจัย

#### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาครั้งนี้สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 57.9 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 75.8 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้บริการระบบ E-Slip 4-6 ครั้ง/เดือน จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 ใช้บริการระบบ E-Slip ช่วงเวลา 12.31 - 14.30 น. จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 36.1 ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการระบบ E-Slip ผ่าก/ถอน/โอน มีจำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 75.6 มีความคิดเห็นกับระบบ E-Slip สะดวกและรวดเร็ว จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9 และแหล่งข้อมูลจากพนักงานธนาคารแนะนำ จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5

## ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากอันดับหนึ่งได้แก่ ระบบ E-Slip มีรูปแบบการใช้งานง่าย และทันสมัยมีค่าเฉลี่ย 4.22

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก อันดับหนึ่งได้แก่ ไม่มีค่าธรรมเนียมในการใช้บริการระบบ E-Slip มีค่าเฉลี่ย 4.22

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก อันดับหนึ่งได้แก่ ทำเลที่ตั้งของธนาคาร มีความเหมาะสมและสะดวกในการติดต่อมีค่าเฉลี่ย 4.21

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด อันดับหนึ่งได้แก่ มีวิธีการนำเสนอโฆษณาที่น่าสนใจทำให้รับรู้ข้อมูลการให้บริการต่างๆ อย่างครบถ้วนมีค่าเฉลี่ย 4.33

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากอันดับหนึ่งได้แก่ พนักงานมีความรู้ และความสามารถในการให้บริการมีค่าเฉลี่ย 4.23

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดอันดับหนึ่งได้แก่ ความสะอาด สะอาดของสถานที่ให้บริการเช่น ที่จอดรถ ที่นั่งพัก และสิ่งแวดล้อมต่างๆ และพนักงานมีการแต่งกายเรียบร้อยมีค่าเฉลี่ย 4.25

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดอันดับหนึ่งได้แก่ระยะเวลาในการใช้งานระบบ E-Slip มีความรวดเร็วมีค่าเฉลี่ย 4.26

## ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใช้งานระบบ E-Slip ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1 เพศมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใช้งานระบบ E-Slip ไม่แตกต่างกันจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานที่ 2** อายุมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใช้งานระบบ E-Slip ไม่แตกต่างกันจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานที่ 3** อาชีพมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใช้งานระบบ E-Slip ไม่แตกต่างกันจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานที่ 4** ระดับการศึกษามีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใช้งานระบบ E-Slip ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานที่ 5** รายได้ต่อเดือนมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใช้งานระบบ E-Slip ไม่แตกต่างกันจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

## 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใช้งานระบบ E-Slip มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้

### 5.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 20 – 30 ปีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท ซึ่งจะเห็นว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สามารถที่จะบ่งชี้ถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมที่แสดงออกที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล

### 5.2.2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใช้งานระบบ E-Slip

จากผลการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใช้งานระบบ E-Slip โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากร ตามลำดับ ซึ่งถ้าหากธนาคารมีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ สามารถรับรู้ข้อมูลการให้บริการต่างๆ อย่างครบถ้วน จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความสนใจ และอยากที่จะมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

### 5.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิจัยสมมติฐานของการวิจัย บัณฑิตส่วนบุคคลมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บมจ. ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใช้งานระบบ E-Slip พบว่า ระดับการศึกษามีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บมจ. ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลอง ต่อการใช้งานระบบ E-Slip แตกต่างกัน เนื่องจากธนาคารมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการลดระยะเวลาการทำรายการ ซึ่งบางครั้งระบบอาจต้องมีการทำความเข้าใจในช่วงแรก ซึ่งผลการวิจัยนี้ได้แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการเป็นความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะใช้เกณฑ์ในการวัดคุณภาพการบริการจากสิ่งที่มองเห็น การบริการที่มีคุณภาพและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมักจะใช้สินค้าที่ดีคู่ไปกับการให้บริการ

### 5.3 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า บมจ. ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลองต่อการใช้งานระบบ E-Slip ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

#### ส่วนของข้อมูลด้านบัณฑิตส่วนบุคคล

ข้อมูลที่เก็บได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง อาจยังไม่ค่อยกระจายตามกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากผู้วิจัยมีข้อจำกัดในการวิจัยในด้านเวลา และด้านงบประมาณ จึงไม่สามารถสุ่มตัวอย่างได้ทุกทั่วถึง โดยระยะเวลาในการทำวิจัยครั้งนี้ค่อนข้างที่จะจำกัด ซึ่งมีเวลาเก็บข้อมูลประมาณ 1 เดือน (ระหว่างวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2565 – 30 มิถุนายน พ.ศ. 2565) และเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีการกระจายตัวทางด้านบัณฑิตส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ และรายได้ต่อเดือนที่ไม่เพียงพอ ดังนั้นผู้ที่จะนำข้อมูลวิจัยชุดนี้ไปใช้ควรระมัดระวังการนำข้อมูลบัณฑิตส่วนบุคคลและข้อมูลเชิงสถิติอื่นๆ สำหรับเป็นข้อมูลที่เชื่อมโยงบัณฑิตต่างๆ นอกจากนี้ ข้อมูลที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้เป็นข้อมูลปี พ.ศ. 2565 จึงควรระวังการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลที่เปลี่ยนไปตามกาลเวลาด้วย

#### ส่วนด้านบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาด

##### บัณฑิตส่วนประสมทางการตลาด

- บัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ ต้องมุ่งเน้นไปที่ผู้ใช้บริการ เพื่อให้ได้บริการตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ
- บัณฑิตด้านราคา สร้างความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับผลประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการจะได้รับ
- บัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่เพียงพอ
- บัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ
- บัณฑิตด้านบุคลากร การฝึกอบรมพนักงานอยู่เสมอ

- ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ ธนาคารต้องมีความสะดวก ความสะอาดของสถานที่ให้บริการ
- ปัจจัยด้านกระบวนการ ขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยาก เข้าใจง่าย ถูกต้อง และรวดเร็ว

#### 5.4 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการเก็บเฉพาะแบบสอบถาม ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาข้อมูลแบบเชิงลึก เพื่อที่จะได้เข้าถึงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการมากขึ้น โดยมีการสัมภาษณ์
2. ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงไทยสาขาเหนือคลองต่อการใช้งานระบบE-Slip
3. เพิ่มพื้นที่ในการศึกษาในอำเภออื่นๆ ว่ามีความคล้ายคลึงหรือแตกต่างกันอย่างไร

### บรรณานุกรม

- จารุจรชัย ลาภพานิช.(2562). SAVE PAPERS SAVE TREES ยุคไร้กระดาษ เพื่อโลกสีเขียวที่  
ใกล้เคียงจริง. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 เมษายน 2565, จาก<https://urbancreature.co/save-papers-save-trees/>
- ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์ และณรงค์ เทียนสง. (2521).ประชากรศาสตร์และประชากรศึกษา.  
กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). ทฤษฎีการมีส่วนร่วม. ปทุมธานี: สถาบันวิชาการไทยวิจัย  
พัฒนาการจัดการ TRDM.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ (2551). การจัดการความรู้เบื้องต้นเรื่อง การสื่อสารชุมชน. กรุงเทพฯ: ภาพ  
พิมพ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2549). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- อุทัยพรรณ สุดใจ. (2545). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของ  
องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.