



ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนา
ธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3)
SATISFACTION IN SERVICE SELECTION AND QUALITY OF SERVICE
INFLUENCES ON THE DEVELOPMENT OF THE DEPOSIT BUSINESS OF THE
GOVERNMENT SAVINGS BANK IN BANGKOK (REGION 3)

Received: November 29, 2018
Revised: December 16, 2018
Accepted: December 17, 2018

ปาริฉัตร ธนอมวงษ์¹
Parichat Thanomwong

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการต่อการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3) 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3) จากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (frequency) ค่าสถิติร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) สุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (independent – sample t-test) โดยใช้สถิติ (t – test) วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA) โดยใช้สถิติ (F – test) หาความสัมพันธ์ของสองตัวแปรโดยใช้สถิติ (Pearson's correlation coefficient) ส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (multiple regression analysis)

จากผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3) ด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) พบว่าองค์ประกอบของความพึงพอใจในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์ทางบวก กับการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อสร้างความสัมพันธ์โดยเทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis)

¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม; Graduate student: Master of Business Administration Siam University; e-mail: pimmy240335@gmail.com



พบว่า องค์ประกอบปัจจัยความพึงพอใจในการใช้บริการทั้ง 4 ด้าน สามารถอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3) และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SE_{est}) เท่ากับ 0.371 โดยองค์ประกอบด้านชื่อเสียง มีน้ำหนักความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3) มากที่สุด รองลงมาคือด้านความเชื่อมั่น ด้านผลตอบแทน และด้านความปลอดภัย

จากผลการวิจัย พบว่า การวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3) ด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) พบว่า องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์ทางบวก กับการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3) อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05 เมื่อสร้างความสัมพันธ์โดยเทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) พบว่า องค์ประกอบปัจจัยความพึงพอใจในการใช้บริการทั้ง 4 ด้าน สามารถอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3) ได้ร้อยละ 16.50 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SE_{est}) เท่ากับ 0.371 โดยองค์ประกอบด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีน้ำหนักความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3) มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านข้อมูลบริการเงินฝาก ด้านสถานที่ให้บริการ และด้านความรวดเร็ว

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, คุณภาพการให้บริการ, เงินฝากของธนาคารออมสิน

ABSTRACT

This research aimed to study the influence of: 1) satisfaction in service to the development of the business of the Government savings bank deposit in Bangkok (region 3); and 2) the influence of the quality of service to the development of the Government savings bank deposit business in Bangkok (region 3). A sample of 400 people was administered a questionnaire and the data were analyzed using the statistics of frequency, percentage, mean, standard deviation, independent groups t-test and one-way ANOVA to find the relationship between two variables by using Pearson's correlation coefficient. Hypothesis testing was conducted using multiple multiple



regression analysis. The analysis of the satisfaction of service demonstrated its influence on the decision to use the services of the business development bank deposits in Bangkok (region 3). It was found that the elements of satisfaction in the service had a positive correlation with the decision to use the services of the business development of government savings bank in Bangkok (region 3). It was found that the elements of satisfaction factors influenced the decision to use the services of the business development bank in Bangkok (region 3). The standard error of prediction (SE. est) was .37 by the reputation weight in relation to the decision to use the services of the business development of government savings bank. The results showed that the quality of service business development influenced the decisions of government savings bank by using correlational analysis. There was a positive relationship with the decision to use the services of the business development of government savings bank in Bangkok (region 3), being statistically significant at the 05 level of confidence. When multiple regression analysis was applied to the elements of satisfaction, it was found that the composition factors of satisfaction in using all 4 services influenced most the decision to use the services of the business development of bank savings in Bangkok (region 3). Also important were the deposit service information in place of service and the speed of service.

Keywords: Customer Satisfaction, Quality of Service, Deposits of Government Savings Bank.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกธุรกิจทุกวันนี้ เศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ธุรกิจไม่สามารถหยุดนิ่งได้ ธุรกิจด้านธนาคาร จึงมีการแข่งขันที่สูง ซึ่งการระดมเงินออมของธนาคารจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับความอยู่รอดของระบบ ธนาคารพาณิชย์ วิกฤตการณ์ทางการเงินของปี 2008 ได้ก่อให้เกิดนักเศรษฐศาสตร์ทบทวนกองกำลังที่มีเสถียรภาพ ระบบการเงินในประเทศสหรัฐอเมริกาและระดับโลก แม้จะมีการถกเถียงกันมากยังคงมีความขัดแย้งอย่างรุนแรงเป็นไปยกเคาสาเหตุของวิกฤตและด้วยเหตุนี้เพื่อให้โซลูชันที่ดีที่สุดสำหรับการป้องกันวิกฤตในอนาคต การศึกษาบางคนอ้างวิกฤตที่เกิดจากกฎระเบียบในภาคการเงิน (Crotty 2009; Bhidé 2011) แต่ปริมาณและความซับซ้อนของการเงินกฎระเบียบที่มีอยู่ในความเป็นจริงที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในช่วงทศวรรษที่นำไปสู่วิกฤตการศึกษาอื่น ๆ โดยคมชัดยืนยันว่ากฎระเบียบทางการเงินที่ไม่ดีหรือผิดได้ตัวเองเป็นสาเหตุสำคัญของการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ (Calomiris 2009; เจฟรีดแมน, 2011) รูปแบบการควบคุมทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นจากการเข้าใจผิดว่าเราตนที่ขึ้นที่นี้เป็นรัฐบาล



บริหารงานประกันเงินฝากที่มีการจัดการในประเทศสหรัฐอเมริกาโดย Federal Deposit Insurance Corporation (FDIC) บทความนี้กล่าวถึงหลักฐานจากประวัติศาสตร์ของสหรัฐฯและทั่วโลกที่การประกันเงินฝากของรัฐบาลที่นำไปสู่ความล้มเหลวของธนาคารมากขึ้นและวิกฤตทางการเงิน เราพิจารณาการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นกับ FDIC และระบบประกันเงินฝากของสหรัฐฯที่จะช่วยรักษาเสถียรภาพของระบบธนาคารและป้องกันไม่ให้เกิดวิกฤตการณ์ทางการเงินในอนาคต ดังนั้นในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันย่อมมีการแข่งขันการระดมเงินฝากของธนาคาร จึงมีค่อนข้างสูงในรูปแบบหลากหลาย การจูงใจให้ประชาชนหันมาฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ ในเชิงนโยบายต้องอาศัยปัจจัยหลายประการมาประกอบกัน เพื่อจูงใจลูกค้าให้ตัดสินใจมาใช้บริการ ฝากเงินกับธนาคาร ปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ ความมั่นคงของธนาคาร ความมีชื่อเสียงภาพพจน์ของ ธนาคารและผู้บริหาร ทำให้ธนาคารพาณิชย์ต้องพัฒนาตนเองให้เกิดภาพความเชื่อมั่น ความประทับใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ความมั่นคงของสถาบันการเงิน จึงเป็นสาเหตุหนึ่งของการแข่งขันด้านการฝากเงินเพิ่มความรุนแรงในการแข่งขันหาเงินฝากของระบบสาขานาธนาคารพาณิชย์มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อการระดมเงินฝากของธนาคารพาณิชย์หลายประการ เช่น ชื่อเสียง ท่าทีที่ตั้งของสาขานาธนาคาร จำนวนสาขาของธนาคารที่มีในพื้นที่ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ฝากเงิน ลักษณะการให้บริการของธนาคาร เหล่านี้เป็นต้น ธนาคารออมสินเป็นสถาบันการเงินของรัฐที่เติบโตเคียงคู่กับสังคมไทยและมีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งที่ผ่านมาธนาคารออมสินได้เปลี่ยนแปลงปรับปรุงพัฒนาระบบการดำเนินงานการบริการภาพลักษณ์รูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยและครบวงจรมากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการให้บริการที่สอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้าและเพื่อปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ซึ่งผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคารออมสินมีทั้งหมด 5 ประเภท ได้แก่ เงินฝากเผื่อเรียก เงินฝากเผื่อเรียกพิเศษ เงินฝากประจำ เงินฝากประจำระยะยาว และเงินฝากกระแสรายวัน โดยที่เงินฝากแต่ละประเภทจะให้ผลตอบแทนหรืออัตราดอกเบี้ยระยะเวลาการฝากเงินที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับการกำหนดอัตราดอกเบี้ยของสถาบันการเงินในแต่ละแห่ง ซึ่งอ้างอิงกับอัตราดอกเบี้ยของธนาคารแห่งประเทศไทย

การพัฒนาการบริการใหม่ๆ ของธนาคาร เป็นสิ่งสำคัญที่พนักงานทุกคนต้องถือเป็นหน้าที่ และปฏิบัติอย่างจริงจัง ธุรกิจธนาคารจะประสบความสำเร็จได้ ต้องได้รับความยอมรับจากลูกค้า การให้บริการทางการเงิน ลูกค้าต่างมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป อาจทำให้การบริการของธนาคารไม่พร้อมต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่า การจะรักษาลูกค้าไว้ได้นั้น เราต้องมีการปรับปรุงการให้บริการรูปแบบต่างๆ จึงสนใจศึกษา ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3) เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและการให้บริการของธนาคารต่อไป



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการต่อการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3)
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3)

สมมติฐานการวิจัย

1. ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3)
2. คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3)

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเงินฝากธนาคารออมสินในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3) จำนวน 53,269 คน ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเงินฝากธนาคารออมสินในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3) ระหว่างวันที่ 1-30 เมษายน 2560 จำนวน 400 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยสูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967) และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 5% และความเชื่อมั่น 95% ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่ ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการ ขอบเขตด้านสถานที่ ได้แก่ ธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3) ระยะเวลาศึกษาตั้งแต่เดือนมกราคม 2560 ถึงเดือนเมษายน 2561

นิยามศัพท์เฉพาะ

ธนาคารออมสิน หมายถึง ธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3)

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การให้บริการของธนาคาร เพื่อให้สอดคล้องกับปัจจัยที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า
2. เป็นประโยชน์ให้กับผู้เกี่ยวข้องทราบถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3)



3. เป็นข้อมูลให้กับผู้เกี่ยวข้องทราบถึง คุณภาพการให้บริการเงินฝาก เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปปรับปรุงพัฒนางาน บริการด้านเงินฝากให้เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (satisfaction)

ซิกมันด์ ฟรอยด์ (S. M. Freud) ตั้งสมมติฐานว่า “บุคคลมักไม่รู้ตัวมากนักว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม ฟรอยด์พบว่า บุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พุดคำที่ไม่ตั้งใจพุด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก” ความพึงพอใจ เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้งานสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้ผู้ปฏิบัติงานให้บริการเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้ว ยังจำเป็นต้องดำเนินการที่จะให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะปัจจัยที่เป็นตัวบ่งชี้ความเจริญเติบโตของงานบริการ คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้น ผู้บริหารที่ชาญฉลาด จึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ การวัดระดับความพึงพอใจ ที่กล่าวมาข้างต้น ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับการให้บริการขององค์กรประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่างๆ ของแต่ละบุคคล

แนวความคิดเกี่ยวกับการบริการ (service quality)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานให้ความหมายคำว่า “การบริการ” คือ กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข และความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของ การกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะของตัวเอง ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปธรรมและไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจ ไม่ตรี เปี่ยมด้วยความปรารถนาดีช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค หลักของการให้บริการนั้น ต้องสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ได้แต่ ขณะเดียวกันก็ต้องดำเนินการไปโดยอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเท่าเทียมกันทุกคน ทั้งยังให้ความสะดวกสบาย ไม่สิ้นเปลืองทรัพยากร และไม่สร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้ให้บริการมากจนเกินไป

แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (service quality)

แนวความคิดของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) เกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการจากการศึกษาของ Parasuraman และคณะ พบว่า ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการ



ที่เขาได้รับ เรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้” (perceived service quality) กับ “บริการที่รับรู้” (perceived service) ซึ่งก็คือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขาได้รับบริการแล้วนั่นเอง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทิพชญาณ์ อัครพงศ์โสภณ (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี มี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมีรายได้ต่อเดือนที่ 10,001 - 20,000 บาท และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ตราสินค้าและปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ปัจจัยด้านการรับรู้และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

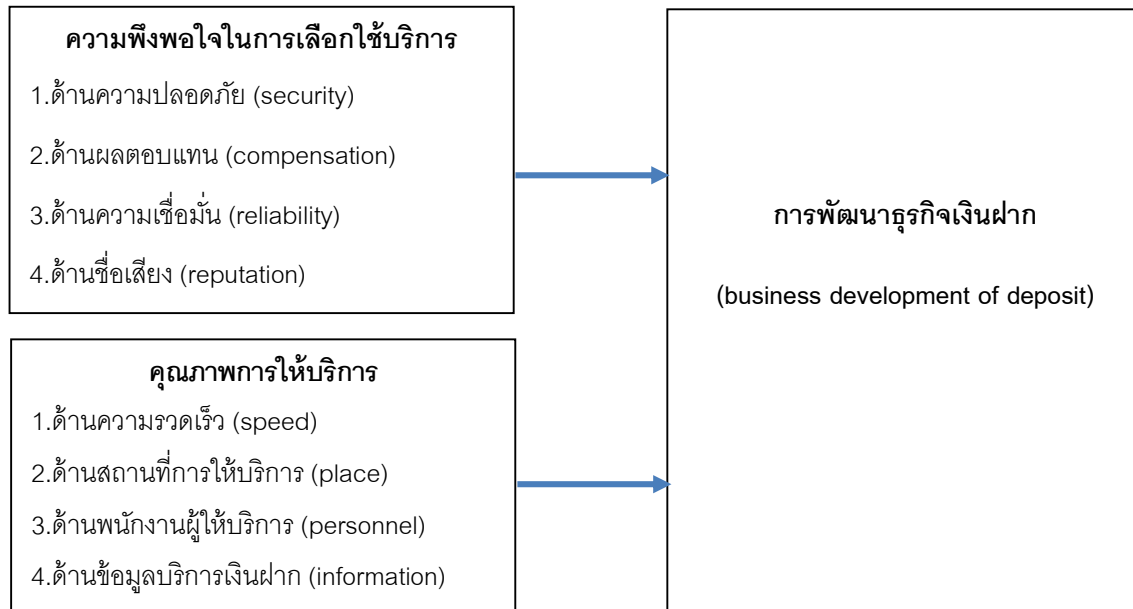
ภาควณิ นุญประเสริฐ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ครบวงจรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ครบวงจร ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีทั้งหมด 5 ปัจจัย โดยเรียงลำดับปัจจัยจากมากไปน้อย คือ ด้านทำเลที่ตั้งและความสะดวกสบาย ด้านบุคลากรและมาตรฐานการให้บริการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและการบริการที่รวดเร็ว เสร็จตามเวลานัดหมาย และด้านช่องทางการชำระเงิน ตามลำดับ ในส่วนของลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ทั้ง เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ครบวงจร ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล



กรอบแนวคิดของการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (independent variables)

ตัวแปรตาม (dependent variable)



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	200	50.00
	หญิง	200	50.00
	รวม	400	100.00
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	80	20.00
	อายุ 20 - 29 ปี	121	30.25
	อายุ 30 - 39 ปี	66	16.50
	อายุ 40 - 49 ปี	80	20.00
	อายุ 50 ปี ขึ้นไป	53	13.25
	รวม	400	100.00
สถานภาพ	โสด	172	43.00



ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
	สมรส	174	43.50
	หม้ายหรือหย่าร้าง	54	13.50
	รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าประถมศึกษา	108	27.00
	ประถมศึกษา	79	19.75
	มัธยมศึกษา	40	10.00
	อนุปริญญา	79	19.75
	ปริญญาตรี	40	10.00
	ปริญญาตรีขึ้นไป	54	13.50
	รวม	400	100.00
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	66	16.50
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	80	20.00
	เกษตรกร	54	13.50
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	92	23.00
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	54	13.50
	อาชีพอิสระ	54	13.50
	รวม	400	100.00
รายได้	ต่ำกว่า 5,000 บาท	82	20.50
	5,000-10,000 บาท	80	20.00
	10,001-20,000 บาท	40	10.00
	20,001-30,000 บาท	79	19.75
	30,001-40,000 บาท	39	9.75
	40,000 บาท ขึ้นไป	80	20.00
	รวม	400	100.00



ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ ในภาพรวม

ความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน	$\bar{x}$	SD.	แปลค่า	อันดับ
ด้านความปลอดภัย	3.58	0.64	มาก	3
ด้านผลตอบแทน	3.82	0.54	มาก	2
ด้านความเชื่อมั่น	3.91	0.52	มาก	1
ด้านชื่อเสียง	3.55	0.66	มาก	4
ภาพรวม	3.71	0.45	มาก	

ส่วนที่ 3 คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการ ในภาพรวม

คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน	$\bar{x}$	SD.	แปลค่า	อันดับ
ด้านความรวดเร็ว	3.83	0.58	มาก	1
ด้านสถานที่การให้บริการ	3.75	0.62	มาก	2
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	3.65	0.69	มาก	4
ด้านข้อมูลบริการเงินฝาก	3.74	0.67	มาก	3
ภาพรวม	3.74	0.51	มาก	

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝาก

การตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน	$\bar{x}$	SD.	แปลค่า
ใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน	2.80	1.37	ปานกลาง
เป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต	3.81	1.28	มาก
ลดหย่อนภาษี	2.82	1.36	ปานกลาง
เป็นมรดกให้ครอบครัว	3.72	1.24	มาก
เป็นทุนการศึกษา	2.86	1.40	ปานกลาง
เพื่อซื้อสินทรัพย์	3.77	1.24	มาก
ผลตอบแทน	2.85	1.33	ปานกลาง
ผลตอบแทนอื่นๆ	3.74	1.25	มาก
ภาพรวม	3.29	0.90	ปานกลาง



ส่วนที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 5 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความพึงพอใจในการใช้บริการกับการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน

ตัวแปร	ความพึงพอใจในการใช้บริการ				การตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝาก
	ด้านความปลอดภัย	ด้านผลตอบแทน	ด้านความเชื่อมั่น	ด้านชื่อเสียง	
ด้านความปลอดภัย	1	0.181** 0.000	0.656** 0.000	0.789** 0.000	0.372** 0.000
ด้านผลตอบแทน		1	0.238** 0.000	0.440** 0.000	0.177** 0.000
ด้านความเชื่อมั่น			1	0.293** 0.000	0.228** 0.000
ด้านชื่อเสียง				1	0.435** 0.000
การตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝาก					1

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

ตาราง 6 ค่าสัมประสิทธิ์ทดสอบความพึงพอใจในการใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน

Model	Unstandardized		Standardized		Collinearity		
(ความพึงพอใจ	Coefficients		Coefficients	t.	Sig.	Statistics	
ในการใช้บริการ)	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.270	0.371		.729	.467		
ด้านความปลอดภัย	-.650	0.179	-.459	-3.643	.000*	0.120	8.301
ด้านผลตอบแทน	-.277	0.099	-.168	-2.800	.005*	0.532	1.881
ด้านความเชื่อมั่น	.712	0.135	.410	5.264	.000*	0.316	3.166
ด้านชื่อเสียง	1.007	0.145	.751	6.925	.000*	0.163	6.142
R. = 0.494 R Square = 0.244 Adjusted R Square (R ²) = 0.236 (16.50%)							
F. = 31.888 Sig. = 0.000 Durbin-Watson = 2.301							

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



ในการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) พบว่า องค์ประกอบของความพึงพอใจในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์ทางบวก กับการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อสร้างความสัมพันธ์โดยเทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) พบว่า องค์ประกอบปัจจัยความพึงพอใจในการใช้บริการทั้ง 4 ด้านสามารถ อธิบายความผันแปรของการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ได้ร้อยละ 23.60 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SE_{est}) เท่ากับ 0.371 โดยองค์ประกอบด้านชื่อเสียง (X_4) มีน้ำหนักความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน มากที่สุด รองลงมาคือด้านความเชื่อมั่น (X_3) ด้านผลตอบแทน (X_2) และด้านความปลอดภัย (X_1) ตามลำดับดังสมการความสัมพันธ์ คือ

$$\text{ความพึงพอใจในการใช้บริการ} = 0.270 - 0.650(X_1) - 0.277(X_2) + 0.712(X_3) + 1.007(X_4)$$

ตาราง 7 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน

ตัวแปร	คุณภาพการให้บริการ				การตัดสินใจ ใช้บริการการพัฒนาธุรกิจ เงินฝาก
	ด้านความรวดเร็ว	ด้านสถานที่ให้บริการ	ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ด้านข้อมูลบริการเงินฝาก	
ด้านความรวดเร็ว	1	.040	.191**	.277**	.004
		.426	.000	.000**	.944
ด้านสถานที่ให้บริการ		1	.814**	.775**	.355**
			.000	.000	.000
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ			1	.810**	.406**
				.000	.000
ด้านข้อมูลบริการเงินฝาก				1	.378**
					.000
การตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝาก					1

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001



ตาราง 8 ค่าสัมประสิทธิ์ทดสอบคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน

Model	Unstandardized		Standardized		t.	Sig.	Collinearity	
(คุณภาพการให้บริการ)	Coefficients		Coefficients				Statistics	
	B	Std. Error	B	eta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.649	.371			4.445	.000		
ด้านความรวดเร็ว	-.139	.079	-.088		-1.765	.078	.844	1.185
ด้านสถานที่การให้บริการ	.052	.119	.035		.433	.665	.313	3.193
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	.425	.168	.324		2.525	.012	.127	7.844
ด้านข้อมูลบริการ								
เงินฝาก	.105	.167	.077		.626	.532	.139	7.212
R. = 0.416 R Square = 0.173 Adjusted R Square (R2) = 0.165 (16.50%)								
F. = 20.715 Sig. = 0.000 Durbin-Watson = 2.453								

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ในการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3) ด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน(Pearson's correlation coefficient) พบว่าองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3) อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05 เมื่อสร้างความสัมพันธ์โดยเทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) พบว่า องค์ประกอบปัจจัยความพึงพอใจในการใช้บริการทั้ง 4 ด้าน สามารถอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3) ได้ร้อยละ 16.50 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SE_{est}) เท่ากับ 0.371 โดยองค์ประกอบด้านพนักงานผู้ให้บริการ (X_3) มีน้ำหนักความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3) มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านข้อมูลบริการเงินฝาก (X_4) ด้านสถานที่การให้บริการ (X_2) และด้านความรวดเร็ว (X_1) ตามลำดับดังสมการความสัมพันธ์ คือ

$$\text{คุณภาพการให้บริการ} = 1.649 - 0.139(X_1) + 0.052(X_2) + 0.425(X_3) + 0.105(X_4)$$



อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อแรก เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการต่อการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค3)

ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสิน ในภาพรวม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดในด้านความเชื่อมั่น ในข้อมีความรู้สึกพึงพาผู้ให้บริการได้ แสดงให้เห็นถึงระบบการทำงานของธุรกิจเงินฝาก ที่ลูกค้าให้ความไว้วางใจแก่ธนาคารออมสินและมีความเชื่อมั่นเป็นอย่างสูงในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ (Parasuraman, Berry, & Zeithaml, 1985) ได้ให้ความหมายของความเชื่อมั่นว่า หมายถึง ความสามารถให้เกิดความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นแก่ ลูกค้า ผู้ให้บริการจะต้องมีศักยภาพที่บ่งบอกว่ามีความสามารถในการบริการที่ดี ความสามารถในการให้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการบรรลุวัตถุประสงค์ด้วยความสุภาพ นุ่มนวล กิริยามารยาทงาม บอกกล่าว สื่อสารอย่างชัดเจน และตอกย้ำให้ผู้รับบริการมั่นใจว่าจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

ผลวิจัยผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 โดยให้ความสำคัญสูงสุดใน ด้านความรวดเร็ว รองลงมาด้านสถานที่การให้บริการ และด้านข้อมูลบริการเงินฝาก น้อยสุด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ตามลำดับ ซึ่งผลวิเคราะห์ในด้านความรวดเร็ว ให้ความสำคัญสูงสุด ให้บริการด้วยความครบถ้วนและถูกต้อง ด้านสถานที่การให้บริการ ให้ความสำคัญสูงสุด จัดสถานที่ให้บริการได้อย่างเป็นสัดส่วน ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ให้ความสำคัญสูงสุดพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านข้อมูลบริการเงินฝาก ให้ความสำคัญสูงสุด การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ และมีการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในระดับปานกลาง โดยสูงสุดเป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต รองลงมา เพื่อซื้อสินทรัพย์, ผลตอบแทนอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับ Parasuraman (1985) ได้กล่าวว่า ความหมายของบริการ คือ กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนอง ความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข ด้วยความปรารถนาดีช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค หลักของการให้บริการนั้น ต้องสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ได้แต่ขณะเดียวกันก็ต้องดำเนินการไปโดยอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเท่าเทียมกันทุกคน

วัตถุประสงค์ข้อสอง เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3)

จากผลการทดสอบ พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านผลตอบแทน ด้านความเชื่อมั่น และด้านชื่อเสียง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝาก โดยด้านชื่อเสียง มีอิทธิพล



เชิงบวกสูงสุด รองลงมา ด้านความเชื่อมั่น และความพึงพอใจในการใช้บริการในด้านความปลอดภัย ด้านผลตอบแทน มีอิทธิพลเชิงลบต่อการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝาก โดยผลทดสอบแสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านความพึงพอใจในการใช้บริการในการปฏิบัติงานมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ได้ร้อยละ 24.40 และคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝาก โดยผลทดสอบแสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการในการปฏิบัติงานมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ได้ร้อยละ 17.30 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพพญาณ์ อัครพงศ์โสภณ (2556) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าและปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน ปัจจัยด้านการรับรู้และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

จากผลการทดสอบ พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความรวดเร็ว ด้านสถานที่การให้บริการ และด้านข้อมูลบริการเงินฝาก ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ การพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน และคุณภาพการให้บริการด้านพนักงานผู้ให้บริการ อิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ การพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ภาควุฒิปุณฺณประเสริฐ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ครบวงจร ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 5 ตัวแปรส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ครบวงจร ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเรียงลำดับจากค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย (Beta Coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมาก โดยจากการวิเคราะห์ตัวแปรสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านบุคลากรและมาตรฐานการให้บริการปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและการบริการที่รวดเร็ว เสร็จตามเวลานัดหมาย และปัจจัยด้านช่องทางการชำระเงินตามลำดับ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค 3) ในปัจจุบันและอนาคต



2. ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร (ภาค 3)

3. ควรใช้การวิจัยในแนวทางแบบผสมผสาน (เชิงปริมาณและคุณภาพ) ใช้การสังเกตกิจกรรมในพื้นที่การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นระยะๆ เพื่อความสมบูรณ์และความเหมาะสมของข้อมูลที่ได้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ชิกมันด์ พรอยด์. *ทฤษฎีแรงจูงใจของพรอยด์*. ค้นเมื่อ 24 มิถุนายน 2560, จาก

[https://www.gotoknow.org/posts/492000%20\(12](https://www.gotoknow.org/posts/492000%20(12)

ทิพชญาณ์ อัครพงศ์โสภณ. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ธนาคารออมสิน. *ประวัติธนาคาร*. ค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2560, จาก

<https://www.gsb.or.th/about-us/history-bank.aspx>

ภาคภูมิ บุญประเสริฐ. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตครบวงจรของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. Journal of Marketing.

Yamane, T. (1967). *Statistics: an introductory analysis*. (2th, Ed.) New York: Harper & Row