



คุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม
The Quality of Electronic Financial Services Affecting the Loyalty users of
Krungsri Ayudhya Bank Sermtai Complex Branch Mahasarakham

กวิณลดา ชัยนนนork^{1*}, วีระกิตต์ เสาร์ม² และนาวา มาสวนจิก³

Kawinlada Chainonnork^{1*}, Veerakit Saorom² and Nava Masaunjik³

¹*นักศึกษานิพนธ์ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

^{2,3}อาจารย์ คณะการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

¹*Master Student in Business Administration Rajabhat Mahasarakham University

^{2,3}Lecturer from the Faculty of Management Science Rajabhat Mahasarakham University

*Corresponding Author Email: Namfonhippy@gmail.com

Received: 26 August 2025 Revised: 2 October 2025 Accepted: 7 October 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม 2. เพื่อศึกษาความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ และ 3. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีเครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน ที่มาจากสูตรของ Cochran (1953) แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.71$, S.D. = 0.49) 2) ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดี โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.54$, S.D. = 0.60) และ 3) การบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม พบว่า การตอบสนองความต้องการ (RES) มีค่า $r = 0.624$ การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (ASS) มีค่า $r = 0.517$ ความน่าเชื่อถือ (REL) มีค่า $r = 0.727$ ลักษณะภายนอกที่เป็นรูปธรรม (TAN) มีค่า $r = 0.705$ และการเข้าใจ การเอาใจใส่ (EMP) มีค่า $r = 0.700$ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดี (LOY) ของผู้ให้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: คุณภาพบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์, ความจงรักภักดี, ธนาคารกรุงศรีอยุธยา



Abstract

This research consists purposes were 1. to study the quality of electronic financial services at Krungsri Ayudhya Bank Sermthai Complex Branch Maha Sarakham 2. to study the loyalty of users of Krungsri Ayudhya Bank Sermthai Complex Branch and 3. to study the impact of electronic financial service quality on user loyalty at Krungsri Ayudhya Bank Sermthai Complex Branch Maha Sarakham. a quantitative research study using a questionnaire as the research instrument. The sample group consisted of 385 participants, determined by Cochran (1953). The data collected from the questionnaires were analyzed using descriptive statistics, including percentage, mean and standard deviation, as well as multiple correlation and stepwise multiple regression analysis. The research findings revealed that 1) The overall quality of electronic financial services among customers of Krungsri Ayudhya Bank Sermthai Complex Branch Maha Sarakham, was rated at the highest level ($\bar{x} = 4.71$, S.D. = 0.49) 2) The overall customer loyalty of Krungsri Ayudhya Bank clients at the Sermthai Complex Branch Maha Sarakham was also rated at the highest level ($\bar{x} = 4.54$, S.D. = 0.60) and 3) The electronic financial services factors that influenced customer loyalty at Krungsri Ayudhya Bank Sermthai Complex Branch Maha Sarakham were found to have positive correlations at a statistically significant level of .05. Specifically, responsiveness (RES) showed an r value of 0.624, assurance (ASS) had an r value of 0.517, reliability (REL) had an r value of 0.727, tangibility (TAN) had an r value of 0.705 and empathy (EMP) had an r value of 0.700 all positively correlated with customer loyalty (LOY).

Keywords: Electronic Financial Service Quality, Loyalty, Krungsri Ayudhya Bank

บทนำ

ธนาคารในประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศมาอย่างยาวนาน โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการระดมทุน การให้สินเชื่อ และการให้บริการทางการเงินต่าง ๆ แก่ประชาชนและภาคธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น พฤติกรรมของผู้บริโภคก็เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ธนาคารต้องปรับตัวและนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการทางการเงิน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและรักษาความสามารถในการแข่งขัน การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงิน หรือที่เรียกกันว่า การบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ธนาคารต่าง ๆ ได้ลงทุนในการพัฒนาระบบดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันบนมือถือ (Mobile Banking) อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) และการชำระเงินผ่าน QR Code เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ทุกเวลา ในอนาคต ธนาคารไทยจะยังคงเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง โดยเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) บล็อกเชน (Blockchain) และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการให้บริการทางการเงิน

ธนาคารที่สามารถปรับตัวและนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน (ปิติพัฒน์ นิตยกุลพันธุ์ และคณะ, 2564)

ในประเทศไทย สถาบันการเงินต่าง ๆ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยได้มีการลงทุนในการพัฒนาบุคลากร ปรับปรุงกระบวนการทำงาน และนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น เป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความจงรักภักดีและการกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมอ และตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค ซึ่งปัจจุบันนี้ธนาคารเองก็ยังมีเทคโนโลยี AI เข้ามามีบทบาทสำคัญกับธุรกิจธนาคาร เป็นสิ่งที่จะสร้างความแตกต่าง และยกระดับความสำเร็จของสถาบันการเงินไปได้อีกขั้น ซึ่งประกอบไปด้วย 4 รูปแบบการนำระบบ AI ไปใช้กับธนาคาร และสถาบันการเงินมี 1) AI สำหรับการยืนยันตัวตนลูกค้า 2) AI ประมวลผล และดึงข้อมูลจากเอกสาร 3) AI สำหรับการพิจารณา และอนุมัติสินเชื่อ 4) AI แนะนำ และตอบคำถามลูกค้าได้แบบเรียลไทม์ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อความจงรักภักดี ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม ซึ่งข้อมูลที่ได้ จะทำให้เข้าใจพฤติกรรมลูกค้ามากขึ้น เพราะการศึกษานี้จะช่วยทำให้ธนาคารกรุงศรีอยุธยา เข้าใจถึงตำแหน่งของตนเองในตลาด และวางแผนกลยุทธ์เพื่อรักษาและขยายฐานลูกค้าการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จะช่วยให้ธนาคารสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที

ดังนั้น จากเหตุผลข้างต้น จึงนำไปสู่การศึกษาวิจัยในหัวข้อคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิจัย จะทำให้เข้าใจพฤติกรรมลูกค้ามากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ผลการศึกษานี้จะช่วยทำให้ธนาคารกรุงศรีอยุธยา เข้าใจถึงตำแหน่งของตนเองในตลาด และวางแผนกลยุทธ์เพื่อรักษาและขยายฐานลูกค้าการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จะช่วยให้ธนาคารสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม

การบทวนวรรณกรรม

การรับรู้คุณภาพบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม การสร้างความมั่นใจ และการดูแลเอาใจใส่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ (กุลนที เลาหะกุล และทิพย์รัตน์ เลาหะเกียรติ, 2563)

การรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อการใช้บริการผ่านคุณภาพการให้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พบว่า ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด คุณภาพการให้บริการที่มีประสิทธิภาพซึ่งขึ้นอยู่กับ การบริการที่น่าเชื่อถือ ความปลอดภัยและไว้วางใจได้เมื่อใช้บริการหรือทำธุรกรรมกับธนาคาร (ณัฐรัตน์ มณทิตร์รัตน์ และวิโรจน์ เกษภูาลักษณ์, 2558)

คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา ร้อยเอ็ด อยู่ในระดับสูงถึงสูงมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการมากที่สุดรองลงมาคือด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและด้านความเอาใจใส่ผู้รับบริการตามลำดับ (สวิทย์ วงศ์คะสุ่ม, กิตติชัย เจริญชัย และธารีรัตน์ ชูลีลัง, 2566) ระดับความภักดีของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัดมหาชนสาขาโอเอเซียนชุมพร พบว่า 1) ความภักดีของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาโอเอเซียนชุมพรอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งโดยภาพรวมและรายด้าน ด้าน ได้แก่ การตั้งใจซื้อซ้ำ ความพึงพอใจในการใช้บริการ แสดงออกทางด้านพฤติกรรมและทัศนคติ เป็นต้น (อาภาภรณ์ นิยมธรรม, 2559)

คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)กรณีศึกษาพื้นที่ ส่วนกลางกรุงเทพมหานคร ภาค203 พบว่า ทัศนคติต่อการบริการ คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจการบริการสามารถร่วมกันกัน ทำนายการกลับมาใช้บริการธนาคารซ้ำ (วรสิริญา ศุภธนโชติพงศ์ ,2562)

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม จำนวน 385 คน เนื่องจากเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนสามารถคำนวณจากสูตร (Cochran ,1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้เก็บข้อมูลที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการเป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนการออกแบบขึ้นจาก ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือ ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอนำเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาโดยหาค่าความสอดคล้องของวัตถุประสงค์กับข้อคำถาม พบว่า มีค่า IOC ระหว่าง 0.67–1.00 และ ผลการทดสอบความเชื่อมั่นเครื่องมือตามวิธีของ Cronbach (1990) เท่ากับ 0.980 แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน และระยะเวลาการเป็นลูกค้าธนาคาร แบบสอบถามลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวนทั้งสิ้น 7 ข้อ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม เครื่องมือในการวัดระดับคุณภาพซึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบด้วย 1) การตอบสนองความต้องการ (Responsive) 2) การให้ความมั่นใจในแง่ลูกค้า (Assurance) 3) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 4) ลักษณะภายนอกที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) และ 5) การเข้าใจ การเอาใจใส่ (Empathy) ด้านละ 5 ข้อ รวม 25 ข้อ แบบสอบถามลักษณะ เป็น

แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับความคิดเห็น โดยเลือกตอบเพียงข้อเดียวกับความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความจงรักภักดี ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม เครื่องมือในการวัดระดับความจงรักภักดี ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ 1) ด้านการบอกต่อบุคคลอื่น (Recommendation) 2) ด้านความตั้งใจซื้อซ้ำ (Repurchase) และ 3) ด้านความพึงพอใจในการใช้บริการ (Satisfaction) ด้านละ 5 ข้อ รวม 15 ข้อ แบบสอบถามลักษณะ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับความคิดเห็น โดยเลือกตอบเพียงข้อเดียวกับความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การนำข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมทางสถิติทาง การวิจัย จากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม จำนวน 385 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมทางสถิติทาง การวิจัย

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ใช้สถิติทดสอบสมมติฐานการวิจัย คือ ค่าร้อยละ(Percentage) เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) โดยได้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ศึกษาคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม

ผลการวิจัยพบว่า ศึกษาคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

คุณภาพการบริการ	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล	อันดับ
1. การตอบสนองความต้องการ	4.71	0.50	มากที่สุด	3
2. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	4.72	0.49	มากที่สุด	2
3. ความน่าเชื่อถือ	4.74	0.49	มากที่สุด	1
4. ลักษณะภายนอกที่เป็นรูปธรรม	4.70	0.51	มากที่สุด	4
5. การเข้าใจ การเอาใจใส่	4.70	0.48	มากที่สุด	5
โดยรวม	4.71	0.49	มากที่สุด	

จากตารางที่ 1 พบว่า คุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.71$, S.D.= 0.49) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{x} = 4.74$, S.D.= 0.49) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ($\bar{x} = 4.72$, S.D.= 0.49) ด้านการตอบสนองความต้องการ ($\bar{x} = 4.71$, S.D.= 0.50) ด้านลักษณะภายนอกที่เป็นรูปธรรม ($\bar{x} = 4.70$, S.D.= 0.51) และด้าน การเข้าใจ การเอาใจใส่ ($\bar{x} = 4.70$, S.D.= 0.48) ตามลำดับ

2. ศึกษาความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม

ผลการวิจัยพบว่า ศึกษาความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ความจงรักภักดี	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล	อันดับ
1. ด้านการบอกต่อบุคคลอื่น	4.57	0.60	มากที่สุด	1
2. ด้านความตั้งใจซื้อซ้ำ	4.51	0.60	มากที่สุด	3
3. ด้านความพึงพอใจในการใช้บริการ	4.54	0.61	มากที่สุด	2
โดยรวม	4.54	0.60	มากที่สุด	

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.54$, S.D.= 0.60) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการบอกต่อบุคคลอื่น ($\bar{x} = 4.57$, S.D.= 0.60) ด้านความพึงพอใจในการใช้บริการ ($\bar{x} = 4.54$, S.D.= 0.61) และด้านความตั้งใจซื้อซ้ำ ($\bar{x} = 4.51$, S.D.= 0.60) ตามลำดับ

3. ศึกษาคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม

ผลการวิจัยพบว่า ศึกษาคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม โดยการทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลองการวิเคราะห์คุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม ในการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสามารถวัดได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ได้ ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วย การตอบสนองความต้องการ (RES) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (ASS) ความน่าเชื่อถือ (REL) ลักษณะภายนอกที่เป็นรูปธรรม (TAN) และการเข้าใจ การเอาใจใส่ (EMP) กับความจงรักภักดี (LOY) ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์

$$\text{การทดสอบสมมติฐานแบบจำลอง } LOY = a + \beta_1 \text{ RES} + \beta_2 \text{ ASS} + \beta_3 \text{ REL} + \beta_4 \text{ TAN} + \beta_5 \text{ EMP}$$

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม

ตัวแปร	RES	ASS	REL	TAN	EMP	LOY	Tolerance	VIF
RES	1.00	0.600*	0.685*	0.675*	0.755*	0.624*	0.400	2.497
ASS		1.00	0.663*	0.663*	0.672*	0.517*	0.484	2.066
REL			1.00	0.878*	0.795*	0.727*	0.194	5.164
TAN				1.00	0.777*	0.705*	0.206	4.843
EMP					1.00	0.700*	0.263	3.802
LOY						1.00		

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ด้าน มีความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปร จึงตรวจสอบค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.194 – 0.484 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่ต้องมากกว่า 0.1 ส่วนค่า VIF มีค่าระหว่าง 2.066 – 5.164 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าทุกตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006)

3.2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม พบว่า การตอบสนองความต้องการ (RES) มีค่า $r = 0.624$ การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (ASS) มีค่า $r = 0.517$ ความน่าเชื่อถือ (REL) มีค่า $r = 0.727$ ลักษณะภายนอกที่เป็นรูปธรรม (TAN) มีค่า $r = 0.705$ และการเข้าใจ การเอาใจใส่ (EMP) มีค่า $r = 0.700$ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดี (LOY) ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม วิธี Enter

การวิเคราะห์คุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.765a	0.585	0.578	0.27754	0.585	77.547	5	275	0.000
a. Dependent Variable: SYALL									
b. Predictors: (Constant), SX5, SX2, SX1, SX4, SX3									
ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์คุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ									
Predictors	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics			

	B	Std.Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constan)	.522	.218		2.392	.017		
SX1	.144	.066	.133	2.170	.031**	0.400	2.497
SX2	-.061	.055	-.061	-1.101	.272	0.484	2.066
SX3	.336	.092	.322	3.643	.000**	0.194	5.164
SX4	.198	.090	.189	2.210	.028**	0.206	4.843
SX5	.246	.078	.238	3.144	.002**	0.263	3.802
N=385 R=0.765, R ² = 0.585, AdjustedR ² = 0.578, SE (est.). = 0.277, F = 77.547							
หมายเหตุ: *มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05							

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม พบว่า การทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์พหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ที่ดีหรือ ตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามโดยใช้การทดสอบเอฟ (F test) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.765 ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 58.50 โดยปัจจัยหรือตัวแปรอิสระในการศึกษาที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม หรือตัวแปรตามมากที่สุด คือ อันดับ 1 ด้านน่าเชื่อถือ (REL) ($\beta = 0.322$, $t = 3.643$) อันดับ 2 คือ ด้านการเข้าใจ การเอาใจใส่ (EMP) ($\beta = 0.238$, $t = 3.144$) อันดับ 3 ด้านลักษณะภายนอกที่เป็นรูปธรรม (TAN) ($\beta = 0.189$, $t = 2.210$) อันดับ 4 คือด้านการตอบสนองความต้องการ (RES) ($\beta = 0.133$, $t = 2.170$) อันดับ 5 คือการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (ASS) ($\beta = (-0.061)$, $t = (-1.101)$) ตามลำดับ ทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคามดังกล่าว พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ (REL),(SX3) ด้านการเข้าใจเอาใจใส่ (EMP),(SX5) ด้านลักษณะภายนอกที่เป็นรูปธรรม (TAN),(SX4) และด้านการตอบสนองความต้องการ (RES),(SX1) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคามดังกล่าวได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y}_i = 0.522 + 0.144SX1 + (-0.061) SX2 + 0.336SX3 + 0.198SX4 + 0.246SX5$$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = 0.322SX3 + 0.238SX5 + 0.189SX4 + 0.133SX1$$

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม พบว่า คุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.71$, S.D.= 0.49) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{x} = 4.74$, S.D.= 0.49) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ($\bar{x} = 4.72$, S.D.= 0.49) ด้านการตอบสนองความต้องการ ($\bar{x} = 4.71$, S.D.= 0.50) ด้านลักษณะภายนอกที่เป็นรูปธรรม ($\bar{x} = 4.70$, S.D.= 0.51) และด้านการเข้าใจ การเอาใจใส่ ($\bar{x} = 4.70$, S.D.= 0.48) ตามลำดับ

2. เพื่อศึกษาความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.54$, S.D.= 0.60) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้แก่ ด้านการบอกต่อบุคคลอื่น ($\bar{x} = 4.57$, S.D.= 0.60) ด้านความพึงพอใจในการใช้บริการ ($\bar{x} = 4.54$, S.D.= 0.61) และด้านความตั้งใจซื้อซ้ำ ($\bar{x} = 4.51$, S.D.= 0.60) ตามลำดับ

3. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม พบว่า การบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม พบว่า การตอบสนองความต้องการ (RES) มีค่า $r = 0.624$ การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (ASS) มีค่า $r = 0.517$ ความน่าเชื่อถือ (REL) มีค่า $r = 0.727$ ลักษณะภายนอกที่เป็นรูปธรรม (TAN) มีค่า $r = 0.705$ และการเข้าใจ การเอาใจใส่ (EMP) มีค่า $r = 0.700$ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดี (LOY) ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าตัวแปรอิสระ หลักความน่าเชื่อถือ (REL) การเข้าใจ การเอาใจใส่ (EMP) ลักษณะภายนอกที่เป็นรูปธรรม (TAN) และการตอบสนองความต้องการ (RES) สามารถพยากรณ์อิทธิพลที่มีต่อตัวแปรตามความจงรักภักดี (LOY) ได้ร้อยละ 58.30

การอภิปรายผล

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. การศึกษาคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม พบว่า ผู้ใช้บริการ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกเป็นรายด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านลักษณะภายนอกที่เป็น

รูปธรรม และ ด้านการเข้าใจ การเอาใจใส่ ที่เป็นเช่นนี้เพราะ บริการของธนาคารที่สามารถเชื่อถือ และไว้วางใจได้ เช่น การทำธุรกรรมที่ปลอดภัย หรือการป้องกันการเข้าถึงข้อมูลที่มีกฎหมาย ซึ่งมีผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าในการใช้บริการ มีการสื่อสารและบริการที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจว่าเงินที่ผู้ใช้บริการนำมาฝากไว้ อยู่ในระบบที่ปลอดภัย การมีการรับประกันหรือการให้บริการลูกค้าอย่างมืออาชีพช่วยเพิ่มความมั่นใจนี้ได้ ความสามารถในการตอบสนองต่อคำถาม ปัญหา หรือความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วและเหมาะสม เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้ลูกค้ารู้สึกได้ว่าธนาคารใส่ใจ และมีความสามารถในการให้บริการ เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่มีการออกแบบ ใช้งานง่าย มีการให้ข้อมูลอย่างครบถ้วน การที่พนักงานสามารถเข้าใจความต้องการและเจตนาของลูกค้า สามารถให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับกุลณี เล่าหะกุล และทิพย์รัตน์ เล่าหะเชียร (2563) วิจัยเรื่องการรับรู้คุณภาพบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม การสร้างความมั่นใจ และการดูแลเอาใจใส่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับฐิตินันท์ รอดไพร และรัฐชาติ ทศนัย (2565) งานวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการผ่านระบบแอปพลิเคชัน “เป่าตัง” พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากได้แก่ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการและด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการตามลำดับ สอดคล้องกับสุวิทย์ วงศ์คะสุ่ม, กิตติชัย เจริญชัย และธารีรัตน์ ชูลีลัง (2566) วิจัยคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด อยู่ในระดับสูงถึงสูงมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการมากที่สุด รองลงมาคือด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและด้านความเอาใจใส่ผู้รับบริการตามลำดับ

2. การศึกษาความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และจำแนกรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ดังนี้ ด้านการบอกต่อบุคคลอื่น ด้านความพึงพอใจในการใช้บริการ และด้านความตั้งใจซื้อซ้ำ ที่เป็นเช่นนี้เพราะ ลูกค้าบอกต่อหรือแนะนำ ให้กับผู้อื่น ซึ่งแสดงถึงความพึงพอใจและความเชื่อมั่นในสินค้าหรือบริการที่ได้รับนี้เป็นสัญญาณที่ดีสำหรับธนาคาร เนื่องจากการบอกต่อมักจะเกิดขึ้นจากประสบการณ์ที่ดีและช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและฐานลูกค้าใหม่ รวมถึงคุณภาพของบริการ ความสะดวกสบายในการใช้งาน และการตอบสนองของพนักงานการที่ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม ซึ่งสามารถสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า สอดคล้องกับอาภาภรณ์ นิยมธรรม (2559) วิจัยศึกษาศึกษาระดับความภักดีของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัดมหาชนสาขาโอเชียนชุมพร พบว่า 1) ความภักดีของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาโอเชียนชุมพรอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งโดยภาพรวมและรายด้าน ด้าน ได้แก่ การตั้งใจซื้อซ้ำ ความพึงพอใจในการใช้บริการ แสดงออกทางด้านพฤติกรรมและทัศนคติ เป็นต้น สอดคล้องกับวัชรสิริญา ศุภธนโชติพงศ์ (2562) วิจัยเรื่องคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่ส่วนกลางกรุงเทพมหานคร ภาค203 พบว่า 1) ทัศนคติต่อการบริการ คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจการบริการสามารถร่วมกันทำนายการกลับมาใช้บริการธนาคารซ้ำ สอดคล้องกับลัดดาวัลย์ สำราญ, โสรยา สุภาพล, วีรยุทธ ไทยโพธิ์ศรี และสุทวิธ มธรัตน์ (2564) ศึกษาความความคิดเห็นเกี่ยวกับ

การยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการบริการ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการด้านพฤติกรรมการบอกต่อ ด้านความตั้งใจซื้อซ้ำ ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

3. การศึกษาคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม พบว่า คุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเข้าใจ การเอาใจใส่ ด้านลักษณะภายนอกที่เป็นรูปธรรม และด้านการตอบสนองความต้องการมีผลกระทบเชิงบวกต่อความจงรักภักดี ส่วนด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ไม่มีผลกระทบต่อความจงรักภักดี ที่เป็นเช่นนี้เพราะ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคามได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่ขาดทางการเงิน อิเล็กทรอนิกส์ทุก ๆ ประการอยู่แล้ว โดยเฉพาะด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าทางธนาคารได้ดำเนินการเป็นไปตามปกติวิสัยอยู่เป็นประจำอยู่แล้วจึงสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎี เลาทะกุล และทิพย์รัตน์ เลาหิเชียร (2563) เรื่องการรับรู้คุณภาพบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ 1) ศึกษาความจงรักภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 2) ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้คุณภาพบริการที่มีต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง พบว่า มีความจงรักภักดีในการใช้บริการธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน การรับรู้คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมการสร้างความมั่นใจ และการดูแลเอาใจใส่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ และสอดคล้องกับสุวิทย์ วงศ์คะสุ่ม กิตติชัย เจริญชัย ธารีรัตน์ ชูลีลัง (2566) ได้ทำการวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทยจำกัดมหาชนสาขาร้อยเอ็ดจำนวน 385 คน โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด อยู่ในระดับสูงถึงสูงมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีมากที่สุด รองลงมาคือด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านความเอาใจใส่ผู้รับบริการตามลำดับอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อค้นพบ หรือองค์ความรู้ใหม่

ความจงรักภักดีไม่ได้เป็นเพียงพฤติกรรมการซื้อซ้ำเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมความหมายไปถึงความรู้สึกนึกคิด และความสัมพันธ์ในระยะยาวด้วย ซึ่งการซื้อซ้ำของลูกค้าไม่ได้หมายความว่ามีความจงรักภักดีเสมอไป ดังนั้น ผู้บริหารธนาคารต้องสร้างและพัฒนาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ให้สามารถตอบสนองความต้องการแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคาร ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางในการให้บริการ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ความพร้อมของระบบ การทำให้บรรลุเป้าหมาย และความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม ตลอดจนการพัฒนาการให้บริการของบุคลากร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการควบคู่ไปกับการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน รวมถึงควรมีการลงทุนในการพัฒนาบุคลากรในการสร้างเสริมบุคลลาภาพ ในการปฏิบัติงานและพัฒนาศักยภาพความรู้ความสามารถในสายงาน

ของตนเองเพื่อให้องค์กรสามารถปรับตัวและเปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยและเทคโนโลยี

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ด้านคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจและผู้บริหารใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานธนาคารเพื่อผลทางการแข่งขันและพัฒนาธุรกิจต่อไปได้ ได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ธนาคารให้บริการที่ถูกต้องตรงเวลา และมีเสถียรภาพ โดยไม่มีข้อผิดพลาด การทำธุรกรรมต้องเสร็จสมบูรณ์และปลอดภัยเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ธนาคารมีความรับผิดชอบต่อการบริการและสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้งานการทำธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ให้บริการตามความมาตรฐานการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ และให้ความสำคัญกับการบริการที่มีทักษะความรู้ของธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ 2) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) ธนาคารสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้า เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัย การสนับสนุนลูกค้าเมื่อมีปัญหาหรือข้อสงสัย โดยมีผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ ธนาคารควรให้ความสำคัญต่อการให้บริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างมืออาชีพส่งผลให้ลูกค้ามั่นใจในการใช้บริการ มีระบบเชื่อมต่อเครือข่ายได้อย่างครอบคลุมและทั่วถึง มีการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ และพนักงานต้องมีความรู้ความสามารถในการบริการและมีสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจน และ 3) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) การตอบสนองต่อคำถามหรือปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว ธนาคารใช้ระบบเทคโนโลยีทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า ให้ความสำคัญกับระบบการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่ชัดเจน เข้าใจง่าย มีประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการกระทำธุรกรรมทางการเงิน และทำงานได้อย่างมีคุณภาพ

1.2 ด้านความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม ธนาคารสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปวางแผนในการดำเนินธุรกิจต่อไป ได้แก่ 1) ด้านของการบอกต่อบุคคลอื่น (Recommendation) ผู้ใช้บริการแนะนำให้คนอื่นใช้บริการธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สื่อสารถึงธนาคารในแง่บวกเสมอ แลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ที่ได้จากการใช้บริการกับผู้อื่นบุคคลรอบข้าง ให้มาเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยา 2) ด้านความตั้งใจซื้อซ้ำ (Repurchase) ธนาคารจะต้องให้ความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการ ทำให้ผู้ใช้บริการ มีแนวโน้มจะใช้บริการอย่างต่อเนื่องสร้าง เป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดี ทำให้ผู้ใช้บริการอยากกลับมาใช้บริการกับธนาคารในระยะยาว ตลอดจนผู้ใช้บริการมีความตั้งใจที่จะใช้บริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารในอนาคตอีกด้วย และ 3) ด้านของความพึงพอใจในการใช้บริการ (Satisfaction) ธนาคารจะต้องให้บริการที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของท่านเป็นอย่างดี ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงประสิทธิภาพและความสะดวกรวดเร็วจากการใช้บริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา และทางธนาคารจะได้ปรับปรุงพัฒนาระบบการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารให้ดียิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อมุ่งศึกษาคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความจงรักภักดี ของผู้ใช้บริการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม ดังนั้น ในการศึกษาครั้ง

ต่อไป เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ศึกษาหรือนำไปใช้ประโยชน์ ควรศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้จัดการสาขา หรือพนักงานสาขาเพิ่มเติมให้ได้ข้อมูลเชิงลึก เพื่อให้ธนาคารได้ทราบถึงนโยบาย ปัญหาในด้านคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ สามารถเปรียบเทียบมาตรฐานการบริการ และหาข้อแตกต่างเป็นการประเมินกลยุทธ์ที่แต่ละแห่งได้นำมาใช้ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2.2 การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะพื้นที่ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ มหาสารคาม ควรมีการศึกษาพื้นที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ทุกสาขาในเขตจังหวัดมหาสารคาม เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มากขึ้น และชัดเจนในเรื่องของความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอยู่เป็นประจำที่นอกเหนือจากผู้ใช้บริการชาวจร

2.3 ควรศึกษาตัวแปรตามอื่นเพิ่มเติม นอกเหนือจากความจงรักภักดี เพื่อให้ทราบความต้องการหรือทัศนคติ พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องของผู้ใช้บริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปประยุกต์ใช้และปรับปรุงระบบ Application ต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กุลณี เล่าหะกุล และทิพย์รัตน์ เล่าหิเชียร. (2563). การรับรู้คุณภาพบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารพาณิชย์. *วารสารบริหารธุรกิจนิคดา*, 1(27), 98-112.
- ณัฐรัตน์ มณเฑียรรัตน์ และวิโรจน์ เจริญลักษณ์. (2558). การรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อการใช้บริการผ่านคุณภาพการให้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฐิตินันท์ รอดไพร และรัชชาติ ทศนัย. (2565). การศึกษาคุณภาพการให้บริการผ่านระบบแอปพลิเคชัน “เป๋าตัง” ของประชาชนในเขตพื้นที่อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ปิติพัฒน์ นิตยกุลพันธุ์ และคณะ. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมการให้บริการทางการเงิน. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 18(2), 163–178.
- ลัดดาวัลย์ สำราญ, โสรยา สุภาพผล, วีรยุทธ ไทยโพธิ์ศรี, และสุวิทย์ มธรัตน์. (2564). การยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารวิจัยไร่ไพพรรณี*, 15(2), 1–20.
- วรัลสิญา ศุภธนโชติพงศ์. (2562). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน): กรณีศึกษาพื้นที่ส่วนกลางกรุงเทพมหานคร ภาค 203. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุวิทย์ วงศ์คะสุ่ม, กิตติชัย เจริญชัย และธารรัตน์ ชูลีลัง. (2566). คุณภาพการบริการที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.



- อาภาภรณ์ นิยมธรรม. (2559). *คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาโอเชียนชุมพร*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Cronbach, L.J. (1990). *Essentials of Psychological Testing*. (5th ed.). New York: Harper & Row
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling techniques*. John Wiley.
- Yamane Taro. (1973). *Statistic: An introductory and lysis*. (2th ed.). New York: Harpar and row.