

## FACTORS AFFECTING CUSTOMER' PERCEPTION TOWARDS SERVICE QUALITY OF LARGE COMMERCIAL BANKS IN CHON BURI PROVINCE

Thanapon Thanajindanon<sup>1\*</sup>, Adisak Chandprapalert<sup>1</sup>, Sima Simananta<sup>1</sup>,  
Vanida Naulboonrueng<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Graduated School Of Commerce, Burapha University,  
Chon Buri 20131, Thailand

### ABTRACT

This study aims to examine factors affecting customer's perception towards service quality of large commercial banks in Chonburi. Questionnaires were used to survey 340 officers of large commercial banks, 340 customers, and 170 branch managers of the banks. The data was analyzed by descriptive statistics, confirmatory factor analysis, and latent construct analysis.

The results indicate that the perception of mechanical facts of the banks' officers has significantly positive effects on their attitudes toward the job, which positively affects their humanities facts (service behaviors), which, in turns, positively affect customers' perceptions toward service quality of the banks. In addition, the perception of mechanical facts of the customers has significantly positive effects on their perceptions toward service quality of the banks. However, it is found that focus on marketing has no significant impact on customers' perceptions toward service quality of the banks.

**Keywords:** Service quality, perception, commercial bank, Chon Buri

## การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของลูกค้า ของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี

ธนพนธ์ ธนะจินดานนท์<sup>1</sup>, อติศักดิ์ จันทรประภาเลิศ<sup>1</sup>, สีมา สีมานนท์<sup>1</sup>, วนิตา นวลบุญเรือง<sup>1</sup>

<sup>1</sup>วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี 20131, ประเทศไทย

### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ในข้อเท็จจริงเชิงกลศาสตร์ของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานกับทัศนคติต่องานของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่องานของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานข้อเท็จจริงเชิงมนุษยศาสตร์ (พฤติกรรมบริการ) ของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี จำนวน 340 คนลูกค้าผู้มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี จำนวน 340 คน ผู้จัดการสาขาของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี จำนวน 170 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน องค์ประกอบเชิงสำรวจ และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน อิทธิพลเชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝง และนำเสนอผลการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ในข้อเท็จจริงเชิงกลศาสตร์ของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานส่งอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อทัศนคติต่องานของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทัศนคติต่องานของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานมีส่งอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อข้อเท็จจริงเชิงมนุษยศาสตร์ (พฤติกรรมบริการ) ของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ข้อเท็จจริงเชิงมนุษยศาสตร์ (พฤติกรรมบริการ) ของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานมีอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การรับรู้ข้อเท็จจริงเชิงกลศาสตร์ของลูกค้าส่งอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การมุ่งเน้นการตลาดส่งอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** คุณภาพการบริการ, การรับรู้, ธนาคารพาณิชย์, จังหวัดชลบุรี

## บทนำ

ในยุคกระแสโลกาภิวัตน์ ภาวะการแข่งขันด้านธุรกิจทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น สืบเนื่องมาจากนโยบายเปิดเสรี ไม่ว่าจะเป็นเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA) ข้อตกลงองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ข้อตกลงการค้าเสรีอเมริกาเหนือ (North America Free Trade Areas: NAFTA) ความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชีย - แปซิฟิก (Asia - Pacific Economic Cooperation: APEC) ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้สถาบันการเงินจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนมากขึ้น ประกอบกับการชะลอตัวลงของเศรษฐกิจโลก ส่งผลให้ธุรกิจต่าง ๆ จึงต้องใช้ความพยายามในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น แม้แต่ธุรกิจธนาคารพาณิชย์เองก็มีการสร้างแบรนด์สร้างความแตกต่าง เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความภักดีต่อบริการของธนาคาร ทุกธนาคารดำเนินกลยุทธ์ในเชิงรุกเข้าหาลูกค้าตลอดเวลา เพื่อช่วงชิงความเป็นผู้นำตลาด และเพิ่มหรือรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด นอกจากการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์แล้ว จุดขายที่สำคัญอีกประการหนึ่งของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ คือ การสร้างความพึงพอใจต่อการเข้ารับบริการของลูกค้า

ด้วยเหตุนี้กลยุทธ์การบริการจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในวงการธุรกิจปัจจุบันเป็นอย่างมาก โดยต่างก็หันมาให้ความสนใจแข่งขันในด้านการบริการลูกค้าเพิ่มขึ้น มุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า เพราะธุรกิจจะประสบผลสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อบริการของธุรกิจนั้น ๆ ในการบริการหัวใจสำคัญก็คือ ผลการปฏิบัติงานบริการหรือคุณภาพการให้บริการ ซึ่งเป็นการสร้างลูกค้าที่แท้จริง (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990, p. 10)

ธุรกิจธนาคารพาณิชย์ถือเป็นอุตสาหกรรมประเภทของการให้บริการด้านการเงิน เช่น การรับ-ฝากเงิน การบริการโอนเงิน การบริการออกตราสารต่าง ๆ เช่น เช็ค ดราฟ ตั๋วแลกเงิน ตั๋วสัญญาใช้เงิน การรับ

ชำระค่าสินค้า การชำระค่าบริการด้านสาธารณูปโภค ได้แก่ ชำระค่าไฟฟ้า การชำระค่าโทรศัพท์ ชำระค่าโทรศัพท์มือถือ การอำนวยความสะดวก การรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การบริการด้านธุรกรรมต่างประเทศ และบริการด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมด้านการเงิน (อรทัย เชิดชูธรรม, หน้า 2)

การทบทวนเอกสารยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดชลบุรีได้จัดทำแผนพัฒนาจังหวัด พ.ศ. 2553-2556 ภายใต้วิสัยทัศน์ "ชลบุรีน่าอยู่ คู่เศรษฐกิจชั้นนำ" มีประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1: พัฒนาคอนให้มีความรู้คู่คุณธรรม สร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ น้อมนำเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิต

ยุทธศาสตร์ที่ 2: ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เกษตรกรรม พาณิชยกรรม อุตสาหกรรมอย่างมีดุลยภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 3: ส่งเสริมระบบสวัสดิการสังคม ให้รองรับการเปลี่ยนแปลง

ยุทธศาสตร์ที่ 4: พัฒนาสังคมให้เกิดความสงบเรียบร้อย ปลอดภัย มั่นคงพร้อมเผชิญการเปลี่ยนแปลง

ยุทธศาสตร์ที่ 5: บริหารจัดการระบบนิเวศน์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และผังเมืองให้เกิดความสมดุล

ยุทธศาสตร์ที่ 6: พัฒนาระบบผังเมือง โครงข่ายคมนาคมขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานและแหล่งน้ำเพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัด

ยุทธศาสตร์ที่ 7: บริหารจัดการภาครัฐให้เกิดการบูรณาการอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และทันสมัย ภายใต้ธรรมาภิบาล

จากวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการมุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นในจังหวัดชลบุรี งานบริการของธนาคารพาณิชย์จึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยพื้นฐานในการรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ผู้วิจัยจึงเจาะจงเลือกธนาคารพาณิชย์

ที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดชลบุรีเป็นพื้นที่ศึกษาวิจัยในครั้งนี้  
 ภาครณาการพาณิชย์ไทย ได้เข้าใจถึงปัจจัย  
 ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า  
 ก็จะส่งผลให้สามารถเลือกใช้กลยุทธ์ วิธีการ และเครื่องมือ  
 ในการให้บริการเพื่อสร้างการรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการ  
 ของธนาคาร การศึกษาครั้งนี้จึงต้องการศึกษาถึงปัจจัย  
 ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการตามการรับรู้  
 ของลูกค้าของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่  
 ในจังหวัดชลบุรี ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน  
 ของธนาคารพาณิชย์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง  
 และพัฒนากลยุทธ์การให้บริการที่เหมาะสม ทำให้ลูกค้า  
 แต่ละกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจ ซึ่งถือเป็นการสร้าง  
 ฐานลูกค้าใหม่และพัฒนาเป็นลูกค้าระยะยาวต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการตามการรับรู้  
 ของลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้  
 ในข้อเท็จจริงเชิงกลศาสตร์ของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน  
 กับทัศนคติต่องานของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานของธนาคาร  
 พาณิชย์ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ  
 ต่องานของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานกับข้อเท็จจริง  
 เชิงมนุษยศาสตร์ (พฤติกรรมบริการ) ของเจ้าหน้าที่  
 ปฏิบัติงานของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี

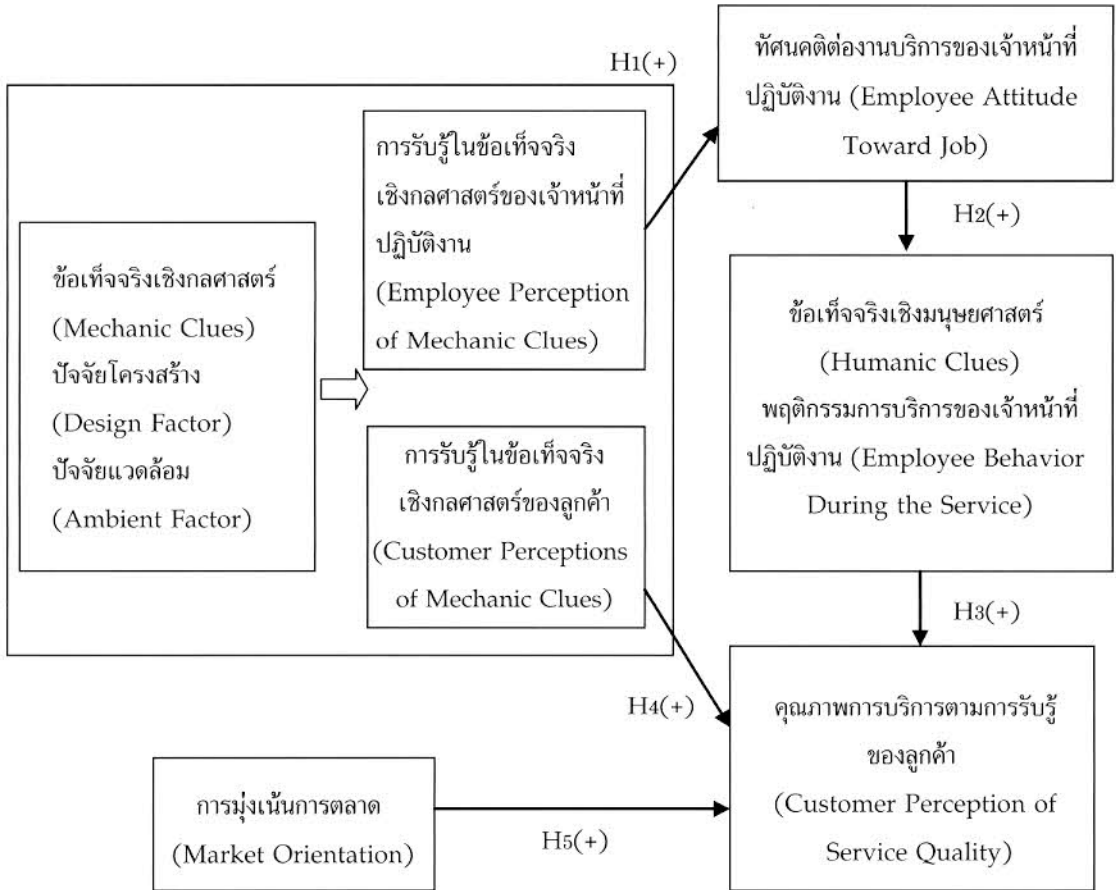
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพ  
 การบริการตามการรับรู้ของลูกค้าของธนาคารพาณิชย์  
 ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี

### สมมติฐานของการวิจัย

1. การรับรู้ในข้อเท็จจริงเชิงกลศาสตร์ของ  
 เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานมีอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อทัศนคติ  
 ต่องานของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานของธนาคารพาณิชย์  
 ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี
2. ทัศนคติต่องานของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน  
 มีอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อข้อเท็จจริงเชิงมนุษยศาสตร์  
 (พฤติกรรมบริการ) ของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน  
 ของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี
3. ข้อเท็จจริงเชิงมนุษยศาสตร์ (พฤติกรรม  
 การบริการ) ของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานมีอิทธิพลทางตรง  
 เป็นบวกต่อคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของลูกค้า  
 ของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี
4. การรับรู้ข้อเท็จจริงเชิงกลศาสตร์ของลูกค้า  
 มีอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อคุณภาพการบริการ  
 ตามการรับรู้ของลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่  
 ในจังหวัดชลบุรี
5. การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลทางตรง  
 เป็นบวกต่อคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของลูกค้า  
 ของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากวัตถุประสงค์และสมมติฐานดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้าเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการ ตามการรับรู้ของลูกค้าของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ ในจังหวัดชลบุรี ซึ่งมีการกำหนดประเด็นในการนำเสนอ ดังนี้

### ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจธนาคารพาณิชย์

1. ธนาคารพาณิชย์มีวิวัฒนาการมานานหลายร้อยปี โดยในระยะแรกดำเนินในรูปธุรกิจการเงิน ทำหน้าที่ในการแลกเปลี่ยนเงินและโอนเงิน ต่อมาได้ทำหน้าที่ในการสร้างและทำลายเงินฝากโดยช่างทองในประเทศอังกฤษ และได้เริ่มมีการควบคุมดูแลโดยธนาคารกลางและรัฐบาลตั้งแต่ คริสต์ศตวรรษที่ 12 เป็นต้นมา ลักษณะและวิวัฒนาการของธนาคารพาณิชย์ในแต่ละประเทศ

