

การศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าสินเชื่อบ้านธนาคารกรุงเทพในการเลือกใช้บริการ
ระหว่างระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์และระบบพนักงานสินเชื่อบ้านในเขต
กรุงเทพและปริมณฑล



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าสินค้าธนาคารกรุงเทพในการเลือกใช้บริการระหว่างระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์และระบบพนักงานสินค้าธนาคารกรุงเทพและปริมณฑล

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2559



.....
นางสาวนันท์วัน อัสวะคุชชัย
ผู้วิจัย

.....
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
คณบดี

.....
กรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความกรุณาจากผู้มีพระคุณหลายท่านซึ่งคอยให้คำปรึกษา แนะนำ และดูแลข้าพเจ้ามาโดยตลอด ขอขอบพระคุณครอบครัว เพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมเรียนตลอดระยะเวลาที่ข้าพเจ้าทำงานและศึกษาปริญญาโทมาบัณฑิตและขอขอบพระคุณประสบการณ์ทำงานจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด มหาชน อันเป็นที่มาของสารนิพนธ์ฉบับนี้ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นองค์ความรู้ก็จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ภายในช่วงเวลาเดียว ข้าพเจ้าขอขอบคุณคณะครูอาจารย์ของข้าพเจ้าที่ผ่านมาทั้งหมด รวมถึงประสบการณ์การทำงานจากบริษัทต่างๆที่เปรียบเสมือนสถานที่ศึกษาในด้านวิชาความรู้ให้ประสบการณ์การทำงานที่ดี ได้ช่วยเหลือรวมประสบการณ์การทำงานของข้าพเจ้า จนสามารถนำความรู้ที่ได้เหล่านั้นสร้างโอกาสสำคัญในหน้าที่การทำงานและที่สำคัญขอขอบคุณสมาชิก สาขาวิชาการจัดการการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล รุ่น 18B ทุกท่านที่ทำให้บรรยากาศการศึกษาตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาขณะที่ศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยมหิดลของข้าพเจ้าและนอกจากได้วิชาความรู้ที่ดีแล้วข้าพเจ้าได้รับมิตรภาพที่ดีในชีวิตจริงเพิ่มขึ้นเป็นสังคมที่ดีที่มีความจริงใจที่ข้าพเจ้ารู้สึกว่าเป็นความประทับใจที่น่าจดจำข้าพเจ้าขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยมหิดล และคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิประสาทความรู้ให้แก่ข้าพเจ้าในวิชาการด้านต่างๆ โดยเฉพาะท่านอาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.พัลลภา ปีติสันต์ ที่เสียสละเวลาส่วนตัวเพื่อให้คำปรึกษาใส่ใจแนะนำให้แนวทางในการวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำสารนิพนธ์ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมถึงเป็นคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ แก่นักศึกษาทุกคน และขอขอบพระคุณประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์ ไฉ้ ณ ที่นี้ด้วยสุดท้ายนี้ข้าพเจ้าขอขอบคุณทุกท่านที่อาจจะมิได้กล่าวถึงแต่ได้มีส่วนร่วมในการหล่อหลอมความรู้และทัศนวิสัยของข้าพเจ้าให้ได้ใช้ความรู้ความสามารถในการจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ขึ้น ขอกราบขอบพระคุณ

นันทวัน อัสวะคุชชัย

การศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าสินเชื่อบ้านธนาคารกรุงเทพในการเลือกใช้บริการระหว่างระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์และระบบพนักงานสินเชื่อบ้านในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

CASE STUDY IN THE OPINIONS OF CONSUMERS FOR PRIVATE LOAN FROM BANGKOK BANK. BETWEEN REFINANCE ONLINE PROGRAM OR HOME MORTGAGE IN BANGKOK AND SUBURBAN AREA.

นันทวัน อัสวะคุชชัย 5850381

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., ดร.ราชา มหากันธา Ph.D., นุริม โอทกานนท์, M.B.A.

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าสินเชื่อบ้านธนาคารกรุงเทพในการเลือกใช้บริการระหว่างระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์และระบบพนักงานสินเชื่อบ้านในเขตกรุงเทพและปริมณฑล เพื่อเป็นแนวทางในการให้บริการรีไฟแนนซ์สินเชื่อบ้านลูกค้าธนาคารกรุงเทพได้อย่างมีประสิทธิภาพและให้ลูกค้าได้รับผลประโยชน์มากที่สุด โดยผู้ศึกษาเลือกใช้วิธีการศึกษาผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จำนวน 60 คน และนำมาวิเคราะห์แนวทางในการให้บริการแก่ลูกค้าในแต่ละด้าน จากการศึกษาวิจัยพบว่า การให้บริการลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในส่วนของบริการสินเชื่อนั้น ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ต้องการพูดคุยติดต่อสอบถามกับพนักงานธนาคารเพื่อช่วยบริการให้คำปรึกษาแนะนำ และต้องการใช้ระบบออนไลน์เพื่อความสะดวก รวดเร็ว มากขึ้นในการให้ข้อมูลสินเชื่อ

คำสำคัญ : รีไฟแนนซ์ออนไลน์ / ดิจิตอลแบงก์กิ้ง / รีไฟแนนซ์ พนักงานสินเชื่อ

60 หน้า

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	3
1.3 คำถามงานวิจัย	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 แนวคิด และทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย	6
2.1 คำสำคัญ	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
2.2.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค	8
2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี	9
2.2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ	10
2.2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการคุณภาพการบริการ	12
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
2.3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศ	14
2.3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ	18
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	20
3.1 วิธีดำเนินการวิจัย	20

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.1.1 ผู้ให้สัมภาษณ์ ประชากรกลุ่มตัวอย่าง	21
3.1.2 ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	21
3.1.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	22
3.1.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	23
3.1.3.2 ขั้นตอนการเก็บข้อมูล	24
3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	24
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	26
ส่วนที่ 1 นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของ ลูกค้าสินเชื่อบancaกรุงเทพ	27
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้า	31
บทที่ 5 สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	43
5.1 ความมุ่งหมายของการวิจัย	43
5.2 ความสำคัญของการวิจัย	43
5.3 สรุปผลการวิจัย	43
5.4 อภิปรายผล	46
5.5 ข้อเสนอแนะ	47
5.6 ข้อเสนอแนะในวิจัยครั้งต่อไป	47
บรรณานุกรม	48
ภาคผนวก	54
ภาคผนวก ก	55
ประวัติผู้วิจัย	60

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงผลการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา	22
2	กลุ่มพนักงานประจำที่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงเทพ	27
3	กลุ่มพนักงานประจำที่ไม่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงเทพ	28
4	กลุ่มธุรกิจส่วนตัวที่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงเทพ	29
5	กลุ่มธุรกิจส่วนตัวที่ไม่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงเทพ	30



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก	31



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากในปัจจุบันธุรกรรมทางการเงินผ่านทางช่องทางดิจิทัลออนไลน์เป็นที่นิยมมากขึ้นในปัจจุบัน และธนาคารพาณิชย์ในประเทศส่วนใหญ่ให้ความสำคัญจึงมีการแข่งขันพัฒนาระบบเพื่อตอบสนองของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น นายปรีดี ดาวฉาย กรรมการผู้จัดการ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวกับ “ฐานเศรษฐกิจ” ว่า กลยุทธ์สำคัญในปี 2559 ที่ธนาคารมุ่งเน้นจะเป็นเรื่องของการพัฒนาระบบ Digital Banking ต่อเนื่อง เพราะจะเห็นว่าแนวโน้มการทำธุรกรรมผ่านช่องทางดังกล่าวมีอัตราการเติบโตสูงกว่า 100% นายอดิศร เสริมชัยวงศ์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ สายธุรกิจรายย่อย ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) (บมจ.) กล่าวเสริมว่า ภายหลังเกิดคลื่นสัญญาณ 4G ในไทยนั้น นับเป็นเรื่องที่ดีจะทำให้เกิด Platform Online ที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยจะเริ่มเห็นการพลิกย้ายธุรกรรมบนเคาน์เตอร์ธนาคารหรือเคาน์เตอร์รับชำระเงิน มาสู่ธุรกรรมบน Mobile Platform ได้ชัดเจนขึ้นในช่วง 1-2 ปีต่อจากนี้ แม้ว่าปัจจุบันจะเริ่มเห็นการทำธุรกรรมบนออนไลน์มากขึ้น แต่ก็ยังมีสัดส่วนไม่มากนักเมื่อเทียบกับต่างประเทศที่ใช้เกือบ 100% ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความกังวลต่อเสถียรภาพของคลื่นอินเทอร์เน็ต และความไม่คุ้นเคยของการใช้งานที่ยังคงติดพฤติกรรมอยู่ของคนไทยที่ต้องทำธุรกรรมแบบเผชิญหน้า (ฐานเศรษฐกิจ, 2558)

กระแสโลกออนไลน์ได้สร้างการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมทางการเงิน นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในโลกการเงินได้ส่งผลให้เกิดรูปแบบการให้บริการทางการเงินต่างๆ ที่อำนวยความสะดวก และตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ (รูปแบบการดำเนินชีวิต) ของผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะการทำธุรกรรมทางการเงินสมัยใหม่ที่สามารถทำธุรกรรมการเงินได้ทุกที่ ทุกเวลา รวดเร็ว และสะดวกสบาย ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต เป็นต้น โดยผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะใช้บริการดิจิทัลแบงก์กิ้ง (Digital Banking) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการใช้บริการ Internet Banking และ Mobile Banking เพราะสะดวกสบายกว่า และสามารถทำธุรกรรมได้อย่างรวดเร็วตลอดเวลาด้วยตนเองโดยไม่ต้องไปที่สาขาของธนาคาร นายปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ กล่าว (ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ, 2559)

ปัจจุบันมีระบบที่ให้บริการสินเชื่อบ้านสำหรับการรีไฟแนนซ์นั่นก็คือระบบ “Refinn” รีฟินน์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล คอท คอม บริษัท Startup ทางด้าน Fintech เปิดตัวบริษัทเมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ.2559 ที่ให้บริการ รีไฟแนนซ์บ้านผ่านช่องทางออนไลน์ โดยการรวบรวมโปรโมชันจากธนาคารต่างๆแล้วนำข้อมูลมาคำนวณเปรียบเทียบเพื่อหาโปรโมชันที่ดีที่สุดเพื่อนำเสนอต่อผู้ใช้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายจากผู้ให้บริการแต่อย่างใด โดยที่ผ่านมามีบริษัทได้เปิดให้บริการ Beta Version ซึ่งระบบนี้ฟรีไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียม เจาะกลุ่มคนระดับกลางประสบปัญหาหนี้สินซื้อบ้าน ให้สามารถแก้ปัญหาได้ง่าย รวดเร็ว สะดวกสบาย ตอบโจทย์คนยุคใหม่ (Techsauce Team, 2559) เว็บไซต์ Refinn ใช้ระบบ security ที่มีมาตรฐานความปลอดภัยเทียบเท่ากับการเข้ารหัสต่างๆ บนเว็บไซต์ธนาคารชั้นนำของโลก คือมาตรฐาน ISO 27001 ที่ผู้ใช้บริการมั่นใจได้ถึงความปลอดภัยของระบบ (กรุงเทพธุรกิจ, 2559)

ผลสำรวจ The Future Shape of Banking: Time for reformation of Banking and bank? ว่า ภายในปี 2568–2573 ธนาคารพาณิชย์แบบดั้งเดิม (Traditional bank) ที่เปิดให้ทำธุรกรรมผ่านสาขาเป็นหลักอาจหายไปจากระบบ เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภค และกฎระเบียบต่างๆ เปลี่ยนแปลงไป จนกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดทิศทางของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ในอนาคต นอกจากนี้อุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรม (Barriers to entry) ในหมู่ผู้ประกอบการ Non-banks ยังมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง อุปสรรคสำคัญของกลุ่มแบงก์ในโลกรวมถึง การเข้ามาของธุรกิจสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร ยังกลายเป็นอีกความท้าทายที่สำคัญที่ทำให้แบงก์พาณิชย์ดั้งเดิมต้องเร่งพัฒนาตัวเองหากต้องการอยู่รอด (บุญเลิศ กมลชนกกุล, 2557) หุ่นยนต์สายงานตรวจสอบบัญชี และหัวหน้าสายงานธุรกิจการเงินและการธนาคาร บริษัท PwC ประเทศไทย (Thaipublica, 2557)

เมื่อในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีที่กำลังเจริญเติบโต การแข่งขันกันระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทยที่เพิ่มขึ้นอาจทำให้สถาบันการเงินสูญเสียฐานลูกค้าให้กับคู่แข่ง ทั้ง Bank และ Non bank หากไม่สามารถปรับตัวหรือปรับการให้บริการเพื่อก้าวทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป หลากๆธนาคารในประเทศไทยจึงให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากจะให้ความสำคัญกับทางด้านเทคโนโลยีแล้วสิ่งที่สำคัญที่สุดของการทำธุรกิจธนาคารส่วนที่สำคัญไม่แพ้กันคือ การให้บริการลูกค้า เพราะธุรกิจธนาคารซึ่งเป็นบทบาทหน้าที่หลักของพนักงานสอดคล้องกับวิภาดา กล่าวว่า ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านระบบการ

ให้บริการของธนาคาร เป็นปัจจัยที่ลูกค้ารายย่อยให้ความสำคัญในการตัดสินใจตามลำดับ สำหรับด้านบุคลากรซึ่งคือเจ้าหน้าที่สินเชื่อ การอธิบายให้ความรู้ประเภทสินเชื่อแก่ผู้กู้ เช่น อัตราดอกเบี้ย รูปแบบการผ่อนชำระที่เหมาะสม วงเงินประกันภัย วงเงินประกันชีวิต โพรโมชัน และแพ็คเกจต่างๆ เข้าใจความรู้สึกและความต้องการของผู้กู้ และการให้บริการที่รวดเร็ว ถือเป็นหัวใจสำคัญของการให้บริการ (วิภาดา พงศ์พุทธิ, 2554)

ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาศักยภาพด้านบริการพนักงานพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา พัฒนาระบบเพื่อรองรับสิ่งต่างๆ เพื่อตอบสนองลูกค้า การที่ธนาคารมีการรักษาคุณภาพการบริการซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญเพื่อสร้างคุณภาพในการบริการของทางธนาคาร ปัญหาและที่มาของความสำเร็จของยุคสมัยเทคโนโลยีนั้น พนักงานที่ให้บริการสินเชื่อบ้านจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่ต้องการทราบวัตถุประสงค์และปัจจัยหลักในการให้บริการลูกค้าได้อย่างถูกต้องและถูกวิธีในการให้บริการสินเชื่อ

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

เพื่อศึกษาความคิดเห็นในการให้บริการของธนาคารจากกลุ่มลูกค้า 2 กลุ่มระหว่างกลุ่มที่ 1 กลุ่มลูกค้าพนักงานประจำกับกลุ่มลูกค้าประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวที่เลือกใช้บริการจากพนักงานสินเชื่อบ้าน และ กลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้าพนักงานประจำกับกลุ่มลูกค้าประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวที่เลือกใช้บริการธุรกรรมผ่านทางระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง

1.3 คำถามงานวิจัย

1. สิ่งใดที่ทำให้กลุ่มลูกค้าพนักงานประจำ และ กลุ่มลูกค้าประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวเลือกใช้บริการดิจิทัลแบงก์กิ้ง
2. สิ่งใดที่ทำให้กลุ่มลูกค้าพนักงานประจำ และ กลุ่มลูกค้าประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวไม่เลือกใช้บริการดิจิทัลแบงก์กิ้ง
3. สิ่งใดที่ทำให้กลุ่มลูกค้าพนักงานประจำ และ กลุ่มลูกค้าประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวเปลี่ยนจากการใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งมาใช้บริการจากพนักงานสินเชื่อบ้าน
4. สิ่งใดที่ทำให้กลุ่มลูกค้าพนักงานประจำ และ กลุ่มลูกค้าประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวเปลี่ยนจากการใช้บริการจากพนักงานสินเชื่อบ้านมาใช้บริการจากระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง

5. สิ่งใดคือสิ่งที่กลุ่มลูกค้าพนักงานประจำ และ กลุ่มลูกค้าประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวต้องการจากระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง

6. สิ่งใดคือสิ่งที่กลุ่มลูกค้าพนักงานประจำ และ กลุ่มลูกค้าประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวต้องการจากพนักงานสินเชื่อบ้าน

1.4 ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติความคิดเห็นของผู้บริโภค เช่น ลูกค้ามีทัศนคติอย่างไรในการเลือกใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งในการสมัครสินเชื่อบ้านมากน้อยแค่ไหน และ ลูกค้ามีทัศนคติอย่างไรในการเลือกใช้บริการของพนักงานในการสมัครสินเชื่อบ้านมากน้อยแค่ไหน

1. ศึกษาทัศนคติ ความคิดเห็นอะไรที่ทำให้กลุ่มลูกค้าพนักงานประจำ และ กลุ่มลูกค้าประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวเลือกใช้บริการจากพนักงานสินเชื่อบ้าน หรือ ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง

2. ศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 คน แบ่งออกเป็น ดังนี้

2.1 กลุ่มลูกค้าพนักงานประจำ จำนวน 15 คน และ กลุ่มลูกค้าประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 15 คน ที่เลือกใช้บริการจากระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง

2.2 กลุ่มลูกค้าพนักงานประจำ จำนวน 15 คน และ กลุ่มลูกค้าประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 15 คน ที่เลือกใช้บริการบริการจากพนักงานสินเชื่อบ้าน

3. พื้นที่เก็บข้อมูล กลุ่มลูกค้าพนักงานประจำ และ กลุ่มลูกค้าประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว เขตกรุงเทพฯ และ ปริมณฑลตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2559

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. มีแนวทางในการพัฒนาศักยภาพพนักงานและในการพัฒนาระบบของสินเชื่อบ้านให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคที่มีมากยิ่งขึ้นเพื่อใช้ในการบริการด้วยระบบของธนาคาร

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

รีไฟแนนซ์ออนไลน์ (Refinance Online) หมายถึง ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมเกี่ยวกับรีไฟแนนซ์สินเชื่อบ้านผ่านทางดิจิทัลแบงก์กิ้งของทางธนาคาร โดยที่ลูกค้าไม่ต้องเดินทางมาทำธุรกรรมผ่านทางพนักงานสาขาของทางธนาคาร

ดิจิทัลแบงก์กิ้ง (Digital Banking) หมายถึง ให้บริการลูกค้าในการทำธุรกรรมกับธนาคาร โดยลูกค้าไม่จำเป็นต้องมาธนาคาร เช่น การให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) ,การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางคือเอส (ตู้เอทีเอ็ม) ,อินเทอร์เน็ต (Internet Banking) และโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) เป็นต้น (ปีพงศ ตั้งจินตนาการ, 2559) ในการศึกษาครั้งนี้หมายถึง การที่ธนาคารมีบริการให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมผ่านทางช่องทางออนไลน์ของธนาคาร เช่น ผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Internet) , ผ่านทางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของธนาคาร เป็นต้น

รีไฟแนนซ์ (Refinance) หมายถึง การที่ผู้ต้องการเปลี่ยนการจำนองหลักประกันจากสถาบันการเงินเดิมเพื่อลดอัตราดอกเบี้ยให้น้อยลง เนื่องจากโดยทั่วสถาบันการเงินส่วนใหญ่เมื่อหลังจาก 3 ปี จะมีอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่า 3 ปีแรก ดังนั้น ผู้กู้สามารถทำเรื่องขอเปลี่ยนแปลงสถาบันการเงินได้หลังจาก 3 ปี โดยปิดยอดหนี้เปลี่ยนการจำนองหลักประกันจากสถาบันการเงินเดิมเป็นสถาบันการเงินใหม่และได้รับอัตราดอกเบี้ยที่ถูกลง

พนักงานสินเชื่อ หมายถึง พนักงานของทางธนาคารตามสาขาธนาคารต่างๆที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกในด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการบริการให้คำปรึกษา บอกรายละเอียดเกี่ยวกับเอกสารสินเชื่อที่ต้องจัดเตรียม เป็นต้น

บทที่ 2

แนวคิด และทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำเสนอตามหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. คำสำคัญ
 - 1.1 ธนาคารออนไลน์
 - 1.2 สินเชื่อเคหะ หรือ สินเชื่อบ้านเพื่อที่อยู่อาศัย
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค
 - 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี
 - 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
 - 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศ
 - 3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ

2.1 คำสำคัญ

2.1.1 ธนาคารออนไลน์

ในปัจจุบันธนาคารในบ้านเราเกิดกระแสตื่นตัวเรื่องการทำบริการลูกค้าธนาคารทางออนไลน์กันเป็นอย่างมาก ที่เรามักเรียกกันว่า ดิจิตอลแบงก์กิ้ง (Digital Banking), ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Banking/Electronic Banking) หรือเรียกในชื่ออื่นขึ้นอยู่กับธนาคารนั้นกำหนดความหมายหรือคำนิยามต่าง ๆ นั้นมีผู้ให้คำนิยามไว้ ดังนี้

กุลภรณ์ เทพพิตร (2548) กล่าวว่า บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต หมายถึง การให้บริการในกิจกรรมพื้นฐานของการประกอบการธนาคารพาณิชย์ เช่น การเช็คยอดเงิน โอนเงิน รับฝากถอนเงิน ในลักษณะการให้บริการด้วยตนเอง ระหว่างธนาคารกับลูกค้า โดยใช้ระบบ

อิเล็กทรอนิกส์ แทนการใช้พนักงานในการปฏิบัติงานตามขั้นตอนปกติ ซึ่งผู้ให้บริการ สามารถทำรายการและทราบผลการใช้บริการได้ในทันที

ัญญา สายสนั่น ณ อยุธยา (2558) กล่าวว่า ระบบธนาคารออนไลน์ หมายถึง การประกอบธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับการให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ผ่านอุปกรณ์หรือระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์มือถือหรือ อินเทอร์เน็ต มีการให้บริการเช่น การฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน หรือ สอบถามยอดเงิน โดยในอนาคตการให้บริการของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ยังสามารถพัฒนาได้อีกเรื่อยๆ เพื่อรองรับความต้องการในการใช้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดความรวดเร็วและสะดวกสบายในการทำธุรกรรมมากขึ้นและประหยัดทรัพยากร

ฐาวรา หวังสมบุญดี (2553) กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) หมายถึง การให้บริการของธนาคารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต บริการที่ธนาคารเปิดให้บริการ ได้แก่ การสอบถามยอดเงินคงเหลือในบัญชี การโอนเงิน อายัดเช็ค การชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ เป็นต้น

กัจจิรา นิลเกษม (2558) กล่าวว่า ธนาคารบนอินเทอร์เน็ต หมายถึง บริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) ที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงินประเภทต่างๆของธนาคารผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ตลอด 24 ชั่วโมง

โดยสรุปคือ อิเล็กทรอนิกส์แบงก์กิ้ง (Electronic Banking / E-Banking), ดิจิตอลแบงก์กิ้ง (Digital Banking), ไซเบอร์ แบงก์กิ้ง (Cyber Banking), ออนไลน์แบงก์กิ้ง (Online Banking) หรือ อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) คือ ระบบการทำธุรกรรมเกี่ยวกับธนาคาร ทางการเงิน อิเล็กทรอนิกส์ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เพื่อรองรับการบริการของทางธนาคาร ที่ใช้ผ่านช่องทางออนไลน์ อินเทอร์เน็ต เพื่อทำให้เกิดความรวดเร็ว ความสะดวกในการใช้งานได้ทุกที่และทุกเวลาให้กับผู้บริโภคได้ใช้บริการธุรกรรมของธนาคารตามความต้องการ

2.1.2 สินเชื่อเคหะ หรือ สินเชื่อบ้านเพื่อที่อยู่อาศัย

ชญาภา บุญมีพิพิธ (2556) ได้ให้คำนิยาม สินเชื่อเคหะ หมายถึง การให้บริการเงินกู้ของธนาคารออมสินแก่บุคคลทั่วไปที่มีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อที่ดินพร้อมอาคารหรือห้องชุด ซื้อที่ดินเตรียมปลูกสร้างอาคาร ซื้อที่ดินและปลูกสร้างอาคารในที่ดินนั้น ซื้อที่ดินที่มีอาคารของตนเองหรือคู่สมรสปลูกสร้างอยู่ เพื่อปลูกสร้างหรือต่อเติมซ่อมแซมอาคาร และเพื่อไถ่ถอนจำนองที่ดินหรือห้องชุดของตนเองหรือคู่สมรสจากสถาบันการเงิน ซึ่งเป็นเงินกู้แบบมีระยะเวลาโดยมีเงื่อนไขผ่อนชำระคืนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยเป็นงวดรายเดือน ตามระยะเวลา อัตราดอกเบี้ย และเงื่อนไขสินเชื่อที่

กำหนด (คำสั่งการให้สินเชื่อธนาคารออมสิน, 2555) ทั้งนี้รวมถึงการกู้เพิ่มเติมสำหรับลูกค้าเคหะ
เดิมเพื่อการอุปโภค บริโภค หรือใช้เป็นทุนหมุนเวียนในธุรกิจด้วย

เอกรัฐ วงศ์วีระกุล (2553) ได้ให้คำนิยาม สินเชื่อบ้านเพื่อที่อยู่อาศัย หมายถึง สินเชื่อที่
ให้แก่บุคคลทั่วไปเพื่อจัดหาอสังหาริมทรัพย์มาใช้ประโยชน์เพื่อการอยู่อาศัย แยกเป็นการจัดหา
ที่ดิน เพื่อปลูกสร้างบ้าน หรือที่ดินพร้อมบ้านที่อยู่อาศัย ห้องชุดในอาคารชุดเพื่ออยู่อาศัยรวมทั้ง
อาคารพาณิชย์และตึกแถว

สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยเป็นสินเชื่อประเภทหนึ่งที่สถาบันการเงินให้แก่บุคคล 2 กลุ่ม คือ

1. ผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ จัดสรรที่ดิน จัดหาหรือจัดสร้าง
บ้านหรือบ้านพร้อมที่ดิน ห้องชุดในอาคารชุด รวมทั้งอาคารพาณิชย์หรือตึกแถว โดยมีวัตถุประสงค์
เพื่อการอยู่อาศัย

2. ผู้บริโภค เพื่อซื้อที่ดินเพื่อปลูกสร้างที่อยู่อาศัยของตนเองหรือ ซื้อที่ดินพร้อม
บ้านพักอาศัยหรืออาคารพาณิชย์หรือห้องชุดในอาคารชุด เพื่อเป็นที่อยู่อาศัยของตนเอง รวมทั้งเพื่อ
ปลูกสร้าง ต่อเติม หรือซ่อมรวมที่อยู่อาศัยบนที่ดินของตนเอง โดยใช้ที่ดินในการปลูกสร้างเป็น
หลักประกัน

โดยสรุป คือ สินเชื่อเคหะ หรือ สินเชื่อบ้านเพื่อที่อยู่อาศัย หมายถึง การที่ธนาคาร
พาณิชย์ให้วงเงินสินเชื่อสำหรับการกู้ยืมเงินโดยที่มีหลักประกันเป็นสิ่งค้ำประกันให้กับบุคคลทั่วไป
เพื่อเป็นประโยชน์ในการอยู่อาศัยของบุคคลนั้น ซึ่งหลักประกันเป็นสิ่งค้ำประกัน เช่น ที่ดินพร้อม
สิ่งปลูกสร้าง ห้องชุด อาคารชุด แต่มีเงื่อนไข คือ ผู้กู้ขอกองเงินสินเชื่อยินยอมผ่อนชำระเงินกู้สินเชื่อ
พร้อมดอกเบี้ยตามที่กำหนดให้กับธนาคารพาณิชย์ และเมื่อผู้กู้ต้องการไถ่ถอนหลักประกันต้อง
ยินยอมชำระเงินต้นและดอกเบี้ยทั้งหมดตามที่ธนาคารพาณิชย์กำหนด แต่ถ้าผู้กู้มีที่ดิน อาคาร
ตึกแถว ห้องชุด หรือ ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างนั้นแล้วหลังจาก 3 ปี มีความประสงค์ขออัตราดอกเบี้ย
ใหม่กับสถาบันการเงินอื่นเรียกว่า “รีไฟแนนซ์”

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค

กรรณิการ์ กิริติโกศล (2549) ได้ให้ความหมาย ทัศนคติ (Attitude) ในภาษาไทยมีคำ
หลายคำ เช่น ทัศนคติ เจตคติ ท่าที ความรู้สึก แต่ในความหมายของศัพท์คือ ความพร้อมที่จะปฏิบัติ
(Readiness to act) ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกหรือทัศนคติในเชิงบวก เราขอมปฏิบัติออกมาในทางบวก
แต่ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกในเชิงลบ เราก็ปฏิบัติออกมาในทางลบ ทัศนคติจึงมีลักษณะ ดังนี้

- ทักษคติเชิงบวก (Positive Attitude) ทำให้เกิดการปฏิบัติออกมาในทางบวก (Act Positively)

- ทักษคติเชิงลบ (Negative Attitude) ทำให้เกิดการปฏิบัติออกมาในทางลบ (Act Negatively)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ได้ให้ความหมาย ทักษคติ หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler, 2003) หรือหมายถึง แนวโน้มของการเรียนรู้ที่จะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือความคิดที่มีลักษณะแสดงความพอใจหรือไม่พอใจ (Etzel, Walker and Stanton, 2001) ทักษคติเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) ได้ให้ความหมาย ทักษคติ (Attitude) เป็นการประเมินความรู้สึกหรือความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของ บุคคล โดยทัศนคติจะมีผลต่อพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคล ดังนั้น เมื่อเราต้องการให้บุคคลใดๆ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เราจะต้องพยายามที่จะเปลี่ยนทัศนคติของเขาก่อนแต่ในความเป็นจริงทัศนคติ เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยากเนื่องจากเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นในจิตใจ ดังนั้นการปรับตัวให้เข้ากับ พฤติกรรมของผู้บริโภคย่อมกระทำได้ง่ายกว่าการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งต้องใช้ความเข้าใจแรงพยายามและระยะเวลาดำเนินการที่ยาวนาน

จากทฤษฎีข้างต้นได้สามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึก นึกคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แสดงให้เห็นถึงการเชื่อมโยงกันระหว่างปัจจัยความชอบและไม่ชอบ เมื่อเกิดการรับรู้แล้วจะแสดงออกมาเป็นการกระทำตามลักษณะความคิดรับรู้และเข้าใจ

2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีใน 3 ด้าน คือ (1) พฤติกรรม (2) ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยีและ (3) การใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น

ศศิพร เหมือนศรีชัย (2555) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นปัจจัยสำคัญใน การใช้งานและอยู่ร่วมกับเทคโนโลยีจากการที่ได้ใช้เทคโนโลยีทำให้เกิดประสบการณ์ความรู้ทักษะ และความต้องการใช้งานเทคโนโลยี

อรทัย เลื่อนวัน (2555) ได้ให้คำนิยามของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมนั้นเป็นผลมาจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่อเนื่องอย่างเป็นกระบวนการแม้ว่ารายละเอียดจะแตกต่างกันแต่ก็มาจากพื้นฐานเดียวกันกับเอเวอร์เรตเอ็มโรเจอร์ (Rogers, 1995) ซึ่งมีแนวคิดกระบวนการยอมรับดังนี้

ขั้นที่ 1 คือขั้นตระหนักหรือขั้นตื่นตัว (Awareness Stage) เป็นขั้นที่บุคคลรู้ว่ามี ความคิดใหม่สิ่งใหม่หรือนวัตกรรมเกิดขึ้นแต่ยังขาดความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น

ขั้นที่ 2 คือขั้นสนใจ (Interest Stage) บุคคลเริ่มมีความสนใจในนวัตกรรมและพยายาม แสวงหาข้อมูลหรือความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น

ขั้นที่ 3 คือขั้นประเมินผล (Evaluation Stage) บุคคลจะทำการประเมินผลในสมองของ ตน โดยลองนึกว่าถ้ายอมรับนวัตกรรมนั้นมาใช้ปฏิบัติแล้วจะเหมาะสมกับเหตุการณ์ในปัจจุบันหรือ อนาคตหรือไม่จะให้ผลคุ้มค่ากับการเสี่ยงภัยหรือไม่

ขั้นที่ 4 คือขั้นทดลองใช้ (Trial Stage) บุคคลจะนำนวัตกรรมมาลองใช้หรือลองปฏิบัติใน วงจำกัดก่อนเพื่อดูว่านวัตกรรมนั้นมีประโยชน์เข้ากับสถานการณ์ของตนหรือไม่

ขั้นที่ 5 คือขั้นยอมรับ (Adoption Stage) บุคคลยอมรับนวัตกรรมโดยนำนวัตกรรมมา ใช้อย่างเต็มที่สม่ำเสมอ

จากทฤษฎีข้างต้นสรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การยอมรับเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่นั้น เกิดจากผู้บริหารได้เกิดการรับรู้ สนใจ และเริ่มทดลองใช้ ซึ่งข้อมูลที่ทำให้เกิด การรับรู้เหล่านั้นเกิดจากประสบการณ์ของผู้บริหารที่ได้รับ และการกระทำนั้นก่อให้เกิดประโยชน์ กับผู้บริหารไม่ว่าจะเป็นการใช้งานได้ง่าย ชีวิตสะดวกสบายมากขึ้น และสามารถทำงานได้รวดเร็ว มากยิ่งขึ้นจากเดิม

2.2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

วีระพงษ์ เณลิมจิระรัตน์ (2544) ให้นิยามแห่งคำว่า บริการในสายตานักปฏิบัติ มีนัก บริหารงานบริการบางแห่งจะสรรหาความหมายดีๆ จำนวนหนึ่งมารวมกัน โดยมีอักษรตัดหน้า ติดกันแล้วอ่านว่า Service พอดี และใช้ข้อบรมแก่นักงานบริการของตนเองว่า “บริการ” ผู้ใดมี คุณลักษณะ 7 ประการ แล้วการประการที่คืนั้น จะไม่มีวันตกงานเด็ดขาด คุณลักษณะ 7 แห่งการ บริการที่คืนั้น มีดังนี้

S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้ม และเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความ ลำบากยุ่งยากของลูกค้า

E = Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์จากลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจ โดยมี ทันได้เอ่ยปากเรียกหา

R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือ ให้เกียรติลูกค้า

V = Voluntaries Manner ลักษณะการให้บริการแบบสมัครใจและเต็มใจทำมิใช่ทำแบบ เสียมใจได้

I = Image Enhancing แสดงออกซึ่งการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการและเสริมภาพพจน์ขององค์กรด้วย

C = Courtesy กริยาอ่อนโยน สุภาพและมีมารยาทดี อ่อนน้อมถ่อมตน

E = Enthusiasm มีความกระฉับกระเฉง และกระตือรือร้นขณะบริการ จะให้บริการมากกว่าที่คาดหวังเสมอ

วิฑูรย์ สิมาโชคติ (2543) ให้นิยามแห่งคำว่า การบริการ (Service) หมายถึงสิ่งที่สัมผัสจับต้องได้ยากและสูญสลายหายไปได้ง่ายการบริการสามารถสร้างขึ้นโดยผู้ให้บริการเพื่อส่งมอบการบริการหนึ่ง ๆ ให้แก่ผู้รับบริการ การบริโภค หรือการใช้บริการจะเกิดขึ้นทันที ที่มีการให้บริการนั้น หรือเกือบจะทันทีทันทีที่มีการให้บริการเกิดขึ้น

สมิต สัจฉกร (2543) ให้นิยามแห่งคำว่า การบริการว่าเป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อให้บุคคลต่างๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใดๆก็ตามด้วยวิธีการหลากหลาย ในการทำให้คนต่างๆที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ

สุทิน สุกลใส (2549) ให้นิยามแห่งคำว่า การบริการ หมายถึง งานหรือกิจกรรมที่ทำเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจ โดยที่คนในองค์กรจะต้องให้การบริการในด้านการประสานความสะดวกรวดเร็วความพึงพอใจพร้อมทั้งมีไมตรีตอบสนอง แก่ผู้มาใช้บริการทั้งนี้การบริการที่ดีนั้นสามารถประเมินเพื่อมาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจหรือกิจกรรมต่างๆ

Kotler (2003) ให้นิยามแห่งคำว่า การบริการ (Service) นั้นว่าเป็นการกระทำ (acts) หรือการแสดงออก (performances) ซึ่งองค์กรเสนอให้กับบุคคลโดยมีลักษณะจับต้องไม่ได้ (intangible) ไม่สามารถเป็นเจ้าของได้ (ownership) และเป็นการให้ประสบการณ์ (experiences) แก่ลูกค้าอีกด้วย

วรรณพร สืบนุสนธิ์ (2556) ให้นิยามแห่งคำว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการที่จัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและให้เกิดความพึงพอใจ โดยกิจกรรมหรือกระบวนการนั้นๆ ของธุรกิจไม่มีตัวตนและไม่สามารถจับต้องได้

ไพรพนา ศรีเสน (2544) ให้นิยามแห่งคำว่า การบริการ คือ กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข และความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะตัวของตัวเอง ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปแบบและไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจ ไมตรี

เปี่ยมด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค

ยุพาวรรณ วรณวณิช (2554) ให้นิยามแห่งคำว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล 2 ฝ่ายที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน โดยกิจกรรมที่เกิดขึ้นนั้นจะมีสินค้าเป็นองค์ประกอบร่วมหรือไม่ก็ได้

ดังนั้นสรุปได้ว่า การบริการ คือ การที่ผู้ให้บริการปฏิบัติกระบวนการกระทำแทนผู้ใช้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างทันท่วงทีและเหนือความคาดหมาย เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ พึงพอใจ ในการปฏิบัติแทนของผู้ให้บริการ

2.2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการคุณภาพการบริการ

ศิริวรรณ จันทวงศ์ (2557) กล่าวว่า คุณภาพของงานบริการ หมายถึง กระบวนการตอบสนองความต้องการให้ผู้ที่ได้รับบริการอย่างมีประสิทธิภาพและสม่ำเสมอตามมาตรฐานที่กำหนด สร้างความพึงพอใจแก่ผู้ที่ได้รับบริการ

ประกอบด้วยคุณสมบัติสำคัญ 10 อย่าง คือ 1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) 2. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) 3. ความสามารถ (Competence) 4. การเข้าถึงได้ (Access) 5. ความสุภาพ (Courtesy) 6. การติดต่อสื่อสาร (Communication) 7. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) 8. ความปลอดภัย (Security) 9. ความเข้าใจลูกค้า (Understanding the Customer) 10. สามารถจับต้อง/รู้สึกรับสัมผัสได้ (Tangibles)

อัครเดช ปิ่นสุข (2557) กล่าวว่า การให้บริการที่มีคุณภาพนั้น หมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการ หรือผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นความพึงพอใจของการบริการจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวัง (Confirm or Disconfirm Expectation) ของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคนั่นเอง

สมบุญวัลย์ สัตยารักษ์วิทย์ (2544) ได้กล่าวถึงการบริการและแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการและความพึงพอใจว่า การบริการมีคุณลักษณะสำคัญ 3 ประการที่แตกต่างกันไปจากสินค้า คือ

1. การบริการส่วนใหญ่เป็นสิ่งจับต้องไม่ได้ (Intangibility) เนื่องจากการบริการเป็นการปฏิบัติการ (Performances) มากกว่าเป็นสิ่งของ (Objects) ลักษณะเฉพาะในการผลิตและการบริการ (Manufacturing specifications) เพื่อให้ได้คุณภาพที่เหมือน ๆ กันเป็นหนึ่งเดียว (Uniform quality) ยากที่จะกระทำได้ การบริการส่วนใหญ่ไม่สามารถนับ วัด หรือตรวจสอบปริมาณและคุณภาพเพื่อการประกันคุณภาพได้ล่วงหน้า

2. การบริการส่วนใหญ่มีลักษณะของความหลากหลาย (Heterogeneous) โดยเฉพาะการบริการที่ต้องใช้แรงงานเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ การปฏิบัติงานในการให้บริการนั้นแตกต่างกันไปตามผู้ให้บริการและลูกค้าแต่ละราย ในแต่ละวันความคงเส้นคงวาของพฤติกรรมกรให้บริการยากที่จะประกันได้ ดังนั้น คุณภาพที่เป็นหนึ่งเดียวจึงเป็นการยากที่จะทำให้เกิดขึ้น

3. ในบริการหลาย ๆ ชนิด การผลิตและการบริโภคบริการยากที่จะแยกออกจากกันอย่างเด็ดขาด (Inseparability) ด้วยเหตุนี้ทำให้คุณภาพของการบริการไม่สามารถที่จะทำให้เกิดขึ้นและตรวจสอบได้จากโรงงานผลิตแล้วส่งมอบให้กับลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริการที่เป็น Labor Intensive นั้น คุณภาพเกิดขึ้นในช่วงระหว่างการส่งมอบบริการซึ่งมักจะเป็นช่วงเวลาที่ปฏิสัมพันธ์กันระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการ หรือขั้นตอนที่ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ นอกจากนี้การพิจารณาคุณภาพการบริการ จะต้องพิจารณาคุณภาพใน 3 ด้านด้วยกันคือ

1. คุณภาพด้านกายภาพ (Physical quality) เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ อาคาร และสถานที่
2. คุณภาพขององค์กรหรือหน่วยงานที่ให้บริการ (Corporate quality) เช่น บุคลากร และภาพพจน์ของหน่วยงาน

3. คุณภาพของการปฏิสัมพันธ์ (Interactive quality) ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการรวมถึงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการด้วยกันเอง

ชลธิชา ศรีบำรุง (2557) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความรู้สึกที่พึงามของผู้ให้บริการ (Feeling to do) เป็นตัวก่อตัวกระตุ้น ตัวชักนำความรู้สึกที่พึงามให้เกิดแก่ผู้รับบริการในการที่นำความรู้ประสบการณ์ และความชำนาญ (Knowing to do) มาปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน คุณภาพบริการจึงต้องถึงพร้อมด้วย สัมผัสที่เบิกบานและบริการที่ถูกต้อง ซึ่งเป็นการสัมพันธ์ใน 2 ระดับ คือ ระดับความสัมพันธ์ทางใจ (Unconscious communication) และระดับความสัมพันธ์ทางพฤติกรรม (Behavior communication)

Fitzsimmons (2006) กล่าวว่า “คุณภาพการให้บริการ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้าตั้งแต่เริ่มแรกที่รับรู้เกี่ยวกับบริการ กับการบริการที่ได้รับจริง ซึ่งคุณภาพบริการถูกตัดสินโดยผู้รับบริการ โดยเปรียบเทียบจากช่องว่างบริการที่คาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง ซึ่งอาจจะเป็นผลบวกหรือผลลบก็ได้”

เมทีนิ จันท์กระแจะ (2558) กล่าวว่า คุณภาพของการบริการ (Service Quality) หมายถึง ความเพียงพอของเครื่องคอมพิวเตอร์ประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลระบบมีความเชื่อถือได้ในการแก้ปัญหาทางด้านระบบงาน ความมั่นใจในทักษะการทำงานของเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลระบบ และความสามารถในการแก้ปัญหาระบบได้ตามระยะเวลาที่กำหนดหรือในทันทีที่ต้องการ รวมทั้งการที่เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลระบบมีความรู้เกี่ยวกับการใช้งานระบบเป็นอย่างดี

เอาใจใส่ใจ เต็มใจให้ความช่วยเหลือ และอธิบายให้ผู้เข้าใจเมื่อผู้ใช้ระบบไม่เข้าใจการใช้งาน ใน การศึกษาครั้งนี้ หมายถึง การแก้ปัญหาในการใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ การตอบ คำถามและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงาน และระบบการให้บริการธนาคารผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย

ดังนั้น คุณภาพบริการ หมายถึง ความสอดคล้องกันระหว่างการบริการที่วางแผนไว้ อย่างดี ให้เกิดระบบงานที่ดี เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและพนักงานต้องมีความชำนาญ ในด้านนั้นๆ สามารถปฏิบัติ เอาใจใส่ เข้าใจและแก้ปัญหาได้เป็นอย่างดี ระบบต้องมีความเชื่อถือได้ มีระบบคอยรองรับเพื่อช่วยเหลือ ป้องกันการผิดพลาด ใช้งานได้ดีเพื่อตอบสนองความต้องการ ให้กับลูกค้าและแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการ หลังจากที่ได้รับบริการนั้นๆแล้วเกิดการปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการบริการ นั้นกับผู้ให้บริการ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศ

รติมา อัจฉริยวรุช (2557) ได้ศึกษาเรื่องบทบาทของเจ้าหน้าที่สินเชื่อกับการเลือกใช้ บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้กลุ่ม ตัวอย่างโดยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจากผู้เคยใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ใน เขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล จำนวน 20 คน และผู้เคยใช้บริการสถาบันการเงินเฉพาะกิจจาก ธนาคารออมสินและธนาคารอาคารสงเคราะห์ จำนวน 2 คน และ 3 คน ตามลำดับ รวมทั้งสิ้น 25 คน การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเจ้าหน้าที่สินเชื่อมีบทบาทสำคัญอย่างไรต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้ารายย่อย โดยใช้แนวคิดปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ หรือ 7Ps และแนวคิดคุณภาพบริการของ Parasuraman และคณะเป็น กรอบในการวิจัย รวมทั้งเน้นบทบาทของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ในการให้คำปรึกษาและบริการแก่ลูกค้า ตลอดกระบวนการให้สินเชื่อ ผลการวิจัยพบว่า โครงสร้างความสัมพันธ์ 3 ฝ่าย ระหว่างธนาคาร พาณิชย์ ลูกค้าผู้ขอสินเชื่อ และ โครงการอสังหาริมทรัพย์ มีส่วนสำคัญยิ่งต่อการกระตุ้นการใช้ บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของ ไทยในปัจจุบัน โดยมีปัจจัยด้านราคาโดยเฉพาะเรื่องอัตราดอกเบี้ย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งคือเงื่อนไขในการให้สินเชื่อ ปัจจัย ด้านบุคลากร และปัจจัยด้านระบบการ ให้บริการของธนาคาร เป็นปัจจัยที่ลูกค้ารายย่อยให้ความสำคัญในการตัดสินใจตามลำดับ สำหรับ ด้านบุคลากรซึ่งคือเจ้าหน้าที่สินเชื่อ นั้น การอธิบายให้ความรู้ประเภทสินเชื่อแก่ผู้กู้ เช่น อัตรา

คอกเบี้ย รูปแบบการผ่อนชำระที่เหมาะสม วงเงินประกันภัย วงเงินประกันชีวิต โพรโมชัน และแพ็คเกจต่างๆ เข้าใจความรู้สึกและความต้องการของผู้กู้ และการให้บริการที่รวดเร็ว ถือเป็นหัวใจสำคัญของการให้บริการ

อรวรรณ ใจโต (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารออมสิน ในจังหวัดลำปาง โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 34 คนโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารออมสิน และศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้และคุณภาพต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารออมสิน ผลการวิจัยพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายในการใช้งาน ในภาพรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมาก เป็นอันดับ 1 และด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง เป็นอันดับ 2 คุณภาพการให้บริการ ในภาพรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการตอบสนอง อยู่ในระดับพึงพอใจมาก เป็นอันดับ 1 ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ เป็นอันดับ 2 ด้านการให้ความมั่นใจ เป็นอันดับ 3 ด้านการเข้าถึงจิตใจ เป็นอันดับ 4 และอันดับสุดท้าย คือ ด้านความเชื่อถือได้ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ ด้านการบริการทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นคนทันสมัย เป็นอันดับ 1 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก รองลงมา คือ ด้านการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารออมสินในอนาคต อันดับ 3 คือ ด้านการเชื่อมต่อเข้าสู่เว็บไซต์ได้ง่ายมีผลต่อการเลือกใช้บริการมากขึ้น และอันดับสุดท้าย คือ มีหนังสือสอบถามแจ้งรายละเอียดแนะนำการใช้บริการ การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับและการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการ Internet Banking ของธนาคารออมสิน ส่วนคุณภาพ การใช้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ มีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ Internet Banking ของธนาคารออมสิน

จินดาพร บทสูงเนิน (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในเขตจังหวัดนครราชสีมา นครราชสีมา ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยกำหนดความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 และกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณจากสูตร W.G Cochran จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์แบบความถดถอยพหุคูณ และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในเขต จังหวัดนครราชสีมา ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 8 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และจากผลการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 8 ด้าน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านผลผลิตภาพ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในระดับมากเช่นเดียวกัน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนประสมทางการตลาด

วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ (2555) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่เชิงอนุมานประกอบด้วย Independent samples t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยวิธี Fisher's Least Significant Different (LSD) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการบริการ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านรูปลักษณะเป็นด้านที่ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารมีความพึงพอใจสูงที่สุด รองลงมาเป็นด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ ส่วนด้านที่ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดคือด้านดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล โดยเมื่อทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่าความพึงพอใจของลูกค้ามีความแตกต่างกัน เมื่อลูกค้ามีระดับการศึกษา รายได้ ช่วงเวลาที่ติดต่อธนาคาร การทำธุรกรรมด้านการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การเปิดบัญชี และเวลาในการทำธุรกรรมแตกต่างกัน สำหรับลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ การทำธุรกรรมด้านการลงทุนและการออมทรัพย์รูปแบบอื่น การกู้เงินและการทำธุรกรรม อื่นๆแตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารแตกต่างกัน **คำสำคัญ :** ความพึงพอใจ การให้บริการ พนักงานธนาคาร

เอกรัฐ วงศ์วีระกุล (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย กับธนาคารพาณิชย์ ของคนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ คนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการ

เก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี Least Significant Difference (LSD) โดยใช้โปรแกรม SPSS For Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย กับธนาคารพาณิชย์ของคณาจารย์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า 1.กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-39 ปี มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีสถานที่ทำงานอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท 2.กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประเภทที่อยู่อาศัยคือทาวน์เฮาส์ , ทาวน์โฮม มีราคาที่อยู่อาศัยต่ำกว่า 1 ล้านบาท มีวัตถุประสงค์ในการถือครองที่อยู่อาศัยเพื่ออยู่อาศัยเท่านั้น มีวัตถุประสงค์การขอสินเชื่อเพื่อซื้อสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นโดยรอบที่อยู่อาศัยที่จำเป็น คือ สถานศึกษา , ตลาดสด , ห้างสรรพสินค้า / ร้านสะดวกซื้อ และสถานีรถประจำทาง มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสินเชื่อ เพื่อที่อยู่อาศัยจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และปัจจุบันไม่ได้ใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ 3.การวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือวงเงินกู้สูงสุดที่ธนาคารให้ได้ รองลงมาคืออัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาการผ่อนชำระ การให้บริการที่ดีของพนักงาน ความรวดเร็วในการดำเนินการ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการ การสนับสนุนวงเงินอื่นๆ การไม่บังคับทำประกันคุ้มครองเงินกู้ ความสะดวกในการติดต่อกับธนาคาร และสื่อประชาสัมพันธ์ 4.กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุ สถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน 5.กลุ่มตัวอย่างที่มี ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน 6.กลุ่มตัวอย่างที่มี ประเภทที่อยู่อาศัย ราคาที่อยู่อาศัย วัตถุประสงค์ในการถือครองที่อยู่อาศัย และวัตถุประสงค์ในการขอสนับสนุนสินเชื่อ ที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกัน

2.3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ

Chen , Chen & Capistrano (2013) ได้ทำการศึกษาถึงแบบจำลองที่จะส่งผลกระทบต่อให้กับผู้บริโภคยอมรับในการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยใช้กรอบแนวคิดที่ได้มาจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และ ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (IDT) โดยใช้ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน (Perceived Usefulness) การรับรู้ถึงความง่ายใน

การใช้งาน (Perceived Ease of Use) ความสอดคล้องและเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวัน (Compatibility) และ การรับรู้ถึงความเสี่ยงที่ได้รับจากการใช้งาน (Perceived Risk) โดยที่ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน (Perceived Usefulness) มีผลมาจากปัจจัยการรับรู้ถึงความสะดวกสบายในการทำธุรกรรม (Perceived Transaction Convenience) และการรับรู้ถึงความเร็วในการทำธุรกรรม

Berry (1985) ได้ศึกษาเรื่องเกี่ยวกับคุณภาพของงานบริการ เพื่อค้นคว้าปัจจัยที่จัดว่าเป็นตัวตัดสินระดับคุณภาพของงานบริการในสายตาของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า ซึ่งสรุปถึงปัจจัยที่ลูกค้ามักอ้างถึง 10 ปัจจัย คือ 1. ความเชื่อถือได้ในคุณลักษณะหรือมาตรฐานการให้บริการ 2. ตอบสนองต่อความต้องการหรือความรู้สึกของลูกค้า 3. สมรรถนะในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม และเชี่ยวชาญ รู้จริง 4. การเข้าถึงง่าย การใช้บริการได้อย่างไม่ยุ่งยาก 5. ความสุภาพ เคารพอ่อนน้อม ความอ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทที่ดีของการให้บริการ 6. ความสามารถและสมบูรณ์ในการสื่อสารและสัมพันธ์กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าทราบเข้าใจ และได้รับคำตอบในข้อสงสัยหรือความไม่เข้าใจต่าง ๆ ได้อย่างกระจ่างชัด 7. ความเชื่อถือได้ความมีเครดิตของผู้ให้บริการ 8. ความมั่นคง ปลอดภัย อบอุ่น สบายใจของลูกค้าในขณะที่ใช้บริการ 9. ความเข้าอกเข้าใจในตัวลูกค้า 10. ส่วนที่สัมผัสได้และรับรู้ได้ ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ

Payam et al. (2014) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในประเทศอิหร่าน โดยการเก็บข้อมูลจากลูกค้าธนาคารจำนวน 361 ราย และมีการกำหนดตัวแปรไว้ 8 อย่างคือ 1) การรับรู้ประโยชน์ 2) ความสะดวกในการใช้งาน 3) ความเป็นส่วนตัว 4) ความเสี่ยง 5) ค่าใช้จ่าย 6) ความน่าเชื่อถือ 7) ความไว้วางใจ และ 8) การปรับตัวกับวิถีชีวิต นำมาวิเคราะห์และใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า การปรับตัวกับวิถีชีวิตและความไว้วางใจ มีระดับการให้ความสำคัญสูงที่สุดในการอธิบายการยอมรับการใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ

Ja-Chul Gu et al. (2009) ศึกษาปัจจัยทางด้านพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านต่างๆที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ วิเคราะห์โดยใช้ โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (SEM : Structural Equation Modeling) ผลจากการศึกษาพบว่า การรับรู้ความสามารถตนเองเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดที่มีความสัมพันธ์กับความสะดวกในการใช้งาน โดยทางตรงและการรับรู้ถึงประโยชน์ยังมีความสัมพันธ์ที่เป็นทางอ้อมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ตัวแปรด้านความเชื่อมั่นองค์กรมีอิทธิพลสูงสุดที่มีความสัมพันธ์กันกับความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งการวิจัยนี้

ได้พิสูจน์ว่า การรับรู้ประโยชน์ ความไว้วางใจและความสะดวกในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการตัดสินใจใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินตามโครงการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าสินเชื่อบ้านธนาคารกรุงเทพในการเลือกใช้บริการระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์และระบบพนักงานสินเชื่อบ้าน” ในบทนี้จะกล่าวถึงระเบียบวิธีวิจัยและวิธีดำเนินการวิจัยที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ด้วยการทำวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาค้นคว้าเริ่มต้นจากการศึกษาข้อคิดเห็นเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวคิด ทศนคติ ด้านการบริการ และด้านการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภค

3.1 วิธีดำเนินการวิจัย

สำหรับการนำเสนอกระบวนการวิธีวิจัย (methodology) โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยตลอดจนเหตุผลประการสำคัญดังกล่าวข้างต้นในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) สำหรับการกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัย (methodology) โดยการใช้กระบวนการวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ทั้งนี้มีการออกแบบโครงสร้างคำถามที่สามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง หรือ การสัมภาษณ์แบบชี้นำ (guided interview) กล่าวคือ เป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างหรือเป็นการสัมภาษณ์แบบปลายเปิดและมีคำสำคัญในการชี้นำในการสัมภาษณ์ ซึ่งมีความยืดหยุ่นพร้อมสำหรับการปรับเปลี่ยนถ้อยคำของข้อความให้มีความสอดคล้องกับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยหรือผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนในแต่ละสถานการณ์เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องตอบคำถามจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) นั้นซึ่งเป็นที่มาของข้อมูลที่มีความหลากหลายในมิติต่างๆและข้อเท็จจริงนั้น

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยเป็น 4 ขั้นตอนได้แก่

1. ผู้ให้สัมภาษณ์ ประชากรกลุ่มตัวอย่าง
2. ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1.1 ผู้ให้สัมภาษณ์ ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในการกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือ กระบวนวิธีการวิจัย (methodology) โดยการใช้กระบวนวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ครั้งนี้ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจากกลุ่มลูกค้าของธนาคารที่ เลือกใช้บริการจากระบบพนักงานและเลือกใช้บริการจากระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง (Digital Banking) ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการคิดตลอดจนการเลือกใช้บริการในระบบไม่ด้านใดก็ตามหนึ่งที่ สามารถตอบสนองตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive random) ซึ่งเป็นการเลือกตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการพิจารณาเลือกตัวอย่างตนเอง เพื่อที่จะได้รับจากกระบวนวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพดังกล่าว นำมาประมวลเพื่อหาข้อมูลต่อไป

กลุ่มตัวอย่างที่ 1 : พนักงานบริษัท

- พนักงานบริษัทที่เลือกใช้ระบบพนักงาน จำนวน 15 คน
- พนักงานบริษัทที่เลือกใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง จำนวน 15 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ 2 : ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว

- ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัวที่เลือกใช้ระบบพนักงาน จำนวน 15 คน
- ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัวที่เลือกใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง จำนวน 15 คน

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับ นำมาใช้ในกระบวนวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ซึ่งมีหลักเกณฑ์ประกอบสำคัญในการพิจารณาคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

- กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะเป็นบุคคลที่เคยมีประสบการณ์ในการ เลือกใช้บริการของธนาคารมากกว่า 1 ครั้ง และเป็นบุคคลที่กำลังจะตัดสินใจซื้อบ้านเพื่อที่อยู่อาศัย และกำลังศึกษาเกี่ยวกับสินเชื่อบ้านและข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการด้านต่างๆของทางธนาคาร ซึ่ง บุคคลกลุ่มตัวอย่างนั้นเป็นบุคคลที่เคยเลือกใช้ทั้งระบบพนักงานและระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งหรือไม่ เคยเลือกใช้ทั้งระบบพนักงานและระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งอย่างใดอย่างหนึ่ง

3.1.2 ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

แบบสอบถามสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่กำลังจะขอสินเชื่อบ้าน เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติ ของกลุ่มลูกค้าสินเชื่อบ้านธนาคารกรุงเทพในการเลือกใช้บริการระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์และ ระบบพนักงานสินเชื่อบ้าน ที่สร้างขึ้นใหม่ มี 10 ข้อคำถาม ให้ผู้เชี่ยวชาญ 4 คน ได้แก่

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 ตำแหน่ง ผู้จัดการทีมอาวุโส

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 ตำแหน่ง หัวหน้าทีมอาวุโส

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 ตำแหน่ง หัวหน้าทีม

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4 ตำแหน่ง หัวหน้า

เมื่อ ได้ผู้เชี่ยวชาญครบจำนวนแล้วจึงได้ส่งข้อความเพื่อตรวจสอบความตรงตาม
เนื้อหา และนำมาสรุปผลการตรวจสอบได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา

ข้อ ที่	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ															
	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1				ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2				ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3				ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1			/					/				/				/
2			/				/					/				/
3			/				/					/			/	
4			/					/				/				/
5			/					/				/			/	
6				/			/					/			/	
7				/				/				/			/	
8		/						/				/				/
9			/					/				/				/
10			/					/				/				/

จากตารางจะเห็นว่าผู้เชี่ยวชาญทุกคนมีความเห็น 3-4 คะแนน จำนวน 9 ข้อ ได้แก่วข้อที่
1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 และ 10 ดังนั้นคำนวณค่า CVI ได้ดังนี้

$$CVI = 9/10 = 0.9$$

3.1.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) นั้นกล่าวคือ การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (in-depth interview) เพื่อเป็นอีก
แนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีการออกแบบโครงสร้างของข้อความที่สามารถนำไปใช้ใน
กระบวนการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง หรือ แบบชี้นำ (guided interview) ไม่มีโครงสร้างคำถามที่

แน่นอน เป็นเพียงแค่อำนาจแบบเปิดกว้างหรือแบบปลายเปิด เทคนิคที่ใช้ในการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกนั้น เป็นเทคนิคและกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพที่มีความเหมาะสมในการสัมภาษณ์ส่วนบุคคล โดยวิธีนี้บุคคลที่มีความรู้สึกรู้จักคิดจะได้ออกแสดงความคิดเห็นได้หลายมุมมอง ซึ่งจะทำได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความหลากหลายในมุมมองความคิดเห็นต่างๆและจะสามารถทราบถึงข้อเท็จจริงหลากหลายความคิดเห็นในการที่จะนำไปปฏิบัติ โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สำหรับการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการวิจัยนั้น ได้กำหนดให้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (in-depth interview) โดยกระบวนการสัมภาษณ์แบบชี้นำ (guided interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีข้อคำถามแบบแน่นอน ซึ่งนำมาเป็นข้อคำถามที่ไม่มีกำหนดโครงสร้างเพื่อนำมาใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) อย่างชัดเจน เพื่อลักษณะคำถามนั้นสามารถปรับเปลี่ยนถ้อยคำหรือให้มีความสอดคล้องกับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยหรือผู้ให้สัมภาษณ์สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดกระบวนการและขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย สามารถสรุปได้ดังนี้

- การศึกษางานวิจัยข้อมูลจากเอกสารเชิงวิชาการและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริการและระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง
- การดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารเชิงวิชาการและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริการและระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง
- การดำเนินการเพื่อกำหนดกระบวนการขั้นตอนในการสัมภาษณ์กับผู้ให้สัมภาษณ์
- การสร้างแบบสัมภาษณ์สำหรับนำไปใช้ในกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึก มีโครงสร้างคำถามแบบกึ่งโครงสร้างหรือการสัมภาษณ์แบบชี้นำ ซึ่งมีลักษณะไม่เป็นมาตรฐานคำถามสามารถยืดหยุ่นได้ไปตามสถานการณ์

ในการกำหนดโครงสร้างของข้อคำถาม สำหรับนำไปใช้ในกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) นั้น ประกอบไปด้วยข้อคำถามจำนวน 4 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ (เคยใช้หรือไม่เคยใช้บริการระบบพนักงานหรือระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง).....

ลักษณะของอาชีพ

.....

วัน/เดือน/ปีที่สัมภาษณ์

สถานที่สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ทักษะคิดเกี่ยวกับข้อมูลสินเชื่อบ้าน

โดยภาพรวมลูกค้ามีทักษะคิดอย่างไรเกี่ยวกับข้อมูลสินเชื่อบ้าน ลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจมากน้อยเพียงใดในข้อมูลสินเชื่อบ้าน

ตอนที่ 3 สภาพปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการ

โดยภาพรวมท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการให้บริการของระบบด้านต่างๆของทางธนาคาร และซึ่งการให้บริการในระบบนั้นๆลูกค้าพบปัญหาและอุปสรรคด้านใดบ้างในการให้บริการ

ตอนที่ 4 แนวทางที่เหมาะสมในการให้บริการ

โดยภาพรวมแล้วการให้บริการสินเชื่อบ้านนั้นเหมาะสมที่จะมีการให้บริการในรูปแบบใดบ้างเพื่อที่จะเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค

3.1.3.2 ขั้นตอนการเก็บข้อมูล สำหรับกระบวนการหรือแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดกระบวนการหรือแนวทางในการเก็บรวบรวมได้ดังนี้

- การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลของผลงานวิจัย งานเอกสารทางวิชาการจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต

- การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยทางผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางประการสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยขอความร่วมมือจากบุคคลที่กำลังจะตัดสินใจหรือกำลังศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสินเชื่อบ้าน

3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) นั้น ทางผู้วิจัยดำเนินการร่วมกับกระบวนการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประชากรกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นสำคัญ ดังนี้

- นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ บันทึก ทำการทบทวนเรียบเรียงเนื้อหาเพื่อให้เกิดความเข้าใจจากข้อมูลที่ได้เพื่อทำการบันทึกและพิจารณาคัดเลือกข้อมูลประเด็นสำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์นั้น

- นำข้อมูลจากที่กล่าวข้างต้นนำกลับมาทบทวนทำความเข้าใจอีกครั้ง โดยวิธีการอ่านอย่างละเอียดครบถ้วนเพื่อให้เกิดความเข้าใจของข้อมูล และจึงนำมาตีความถอดความหมาย พร้อมทั้งดึงส่วนข้อความหรือประโยคที่เป็นประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการบริการในรูปแบบต่างๆ

- เมื่อได้ข้อมูลจากข้อความที่เป็นใจความสำคัญ ผู้วิจัยจึงได้นำข้อความหรือประโยคที่มีความหมายลักษณะเหมือนกันหรือมีความใกล้เคียงกันจัดให้เป็นกลุ่มคำเดียวกันเป็นหัวข้อสรุปของแนวคิดดังที่ (งานวิจัยเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยและคุณภาพบริการที่มีต่อการตัดสินใจใช้ทำเทียบเรือน้ำมัน; อ่างอิง, งามอาจ นัยพัฒน์, 2548) อธิบายว่ากระทำโดยอ่านทบทวนข้อมูลปฐมภูมิที่อยู่ในรูปข้อความทางภาษา (Textual Primary Data) ซึ่งเก็บรวบรวมได้จากแหล่งต่าง ๆ ในภาคสนาม เสร็จแล้วจึงแบ่งแยกข้อมูลดังกล่าว ออกเป็นสวณย่อย (Breaking Down) ตามหน่วยความหมาย (Meaning Unit) หรือหน่วยการวิเคราะห์ (Analysis Unit) ในระดับเบื้องต้นจากนั้นทำการกำหนดข้อความสั้น ๆ เพื่อใช้เป็นมโนทัศน์ หรือ หัวข้อสรุปแนวคิดที่สะท้อนความหมายสำคัญ ทั้งที่ปรากฏชัดแจ้งและแฝงอยู่ในข้อมูลสวณย่อยนั้นแล้วจึงนำหัวข้อสรุปแนวคิดที่มีความหมาย คล้ายคลึงหรือแตกต่างกันมาจัดเป็นกลุ่มหัวข้อสรุป แนวคิด (Conceptual Categories) ต่าง ๆ กลายเป็นหน่วยความหมายของข้อมูลที่มีขนาดใหญ่และ มีระดับความเป็นนามธรรมมากขึ้น

- เมื่อมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายเป็นที่เรียบร้อย ผู้วิจัยจะดำเนินการเปรียบเทียบข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการพรรณนาข้อมูลตามปรากฏการณ์ร่วมด้วยเพื่อแสวงหาหรือให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบ จากกระบวนการวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ อันเป็นแนวทางประการสำคัญที่สามารถนำไปสู่ข้อเสนอแนะต่อไป

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพเรื่องนี้ เป็นการศึกษาความคิดเห็นระหว่างกลุ่มลูกค้าธนาคารระหว่างกลุ่มที่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งและกลุ่มที่ไม่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง เพื่อให้ได้แนวทางในการให้บริการลูกค้าธนาคารได้เหมาะสมตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างถูกต้อง โดยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผลการวิเคราะห์จะนำเสนอ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของลูกค้าสินเชื่อบ้านธนาคารกรุงเทพ ซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ผู้ที่เคย / ไม่เคย ใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง อายุ และลักษณะอาชีพ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้า เกี่ยวกับสินเชื่อบ้านธนาคารกรุงเทพในการเลือกใช้บริการระหว่างระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์และระบบพนักงานสินเชื่อ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของลูกค้าสินเชื่อบ้านธนาคารกรุงเทพ ซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ผู้ที่เคย / ไม่เคย ใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง และลักษณะตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 กลุ่มพนักงานประจำที่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงเทพ

พนักงานเคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง	เพศ	อายุ
เลขานุการ	ญ	40
Agency โฆษณา	ญ	30
HR	ญ	32
Admin	ญ	29
Survey พื้นที่	ช	30
สถาปนิก	ช	49
สถาปนิก	ช	31
เขียนแบบ	ช	43
การตลาด	ช	31
วางแผนการบริการ	ญ	45
กราฟฟิก	ช	30
วิศวกร	ช	32
วิศวกร	ช	35
บริหารจัดการร้านอาหาร	ญ	33
การตลาด	ญ	34

จากตารางที่ 2 พบว่า จากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 15 คน เป็นเพศหญิง 7 คน คิดเป็นร้อยละ 47 เป็นเพศชาย 8 คน คิดเป็นร้อยละ 53 และกลุ่มเป้าหมายอายุระหว่าง 25 – 35 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 73 กลุ่มเป้าหมายอายุระหว่าง 36 – 45 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20 กลุ่มเป้าหมายอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7

ตารางที่ 3 กลุ่มพนักงานประจำที่ไม่เคยใช้ระบบดิจิทัลเบงก์กิ้งของธนาคารกรุงเทพ

พนักงานไม่เคยใช้ระบบดิจิทัลเบงก์กิ้ง	เพศ	อายุ
บริษัทเบียร์สิงห์ พนง.บัญชี	ญ	29
บริษัท Mitsubishi	ญ	39
เจ้าหน้าที่การตลาด	ช	28
วิศวกร	ช	45
ออกแบบสวน	ช	29
ช่างเขียนแบบ	ช	35
ฝ่ายออกแบบ	ช	32
การตลาด	ช	36
Survey	ญ	31
กราฟฟิก	ช	39
พนง.บัญชี	ญ	28
Admin	ญ	25
ฝ่ายต้อนรับ	ญ	29
BA เครื่องสำอาง	ญ	28
Cashier	ญ	26

จากตารางที่ 3 พบว่า จากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 15 คน เป็นเพศหญิง 8 คน คิดเป็นร้อยละ 53 เป็นเพศชาย 7 คน คิดเป็นร้อยละ 47 และกลุ่มเป้าหมายอายุระหว่าง 25 – 35 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 60 กลุ่มเป้าหมายอายุระหว่าง 36 – 45 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ตารางที่ 4 กลุ่มธุรกิจส่วนตัวที่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงเทพ

ธุรกิจส่วนตัวเคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง	เพศ	อายุ
ขายเพชร ตีจิวเวอรี่เทรค	ช	35
ร้านกระเป๋าเดินสอ ปลีก ส่ง ธ.กรุงเทพ	ญ	28
เหล็ก อัลลอย	ญ	32
ขายเครื่องประดับ	ญ	30
ขายส่ง โฟม	ญ	33
กรรมการบริษัท Wealth creation	ญ	32
ร้าน สมควรกาแฟ	ญ	29
ร้านขายทอง	ช	56
ร้านคาร์แคร์	ช	35
ร้านติดตั้งอินเทอร์เน็ต	ช	33
ร้านปรีนสกรีน	ญ	36
ร้านขายเสื้อผ้า	ญ	40
ร้านขายซีดี	ช	27
ร้านขายเครื่องสำอาง	ญ	39
ร้านขายเสื้อผ้าเด็ก	ช	55


จากตารางที่ 4 พบว่า จากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 15 คน เป็นเพศหญิง 9 คน คิดเป็นร้อยละ 60 เป็นเพศชาย 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และกลุ่มเป้าหมายอายุระหว่าง 25 – 35 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 67 กลุ่มเป้าหมายอายุระหว่าง 36 – 45 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20 กลุ่มเป้าหมายอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 13

ตารางที่ 5 กลุ่มธุรกิจส่วนตัวที่ไม่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงเทพ

ธุรกิจส่วนตัวที่ไม่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง	เพศ	อายุ
ร้านขายเสื้อผ้า	ญ	53
ร้านชาพะยอม	ช	36
ร้านขายเครื่องสำอาง	ญ	45
ร้านขายข้าวมันไก่	ญ	49
รับซักรีดเสื้อผ้า	ญ	51
ร้านขายหมู	ช	42
ร้านขายเสื้อผ้ามือสอง	ญ	50
ร้านขายข้าวขาหมู	ญ	55
ร้านขายผลไม้	ช	38
ร้านขายเครื่องประดับ	ญ	41
ร้านขายของเล่น	ช	39
ร้านขายของชำ	ญ	40
ร้านขายผ้าไตร	ช	56
ร้านขายสื่อเตอร์	ญ	52
ร้านขายรองเท้า	ญ	35

จากตารางที่ 5 พบว่า จากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 15 คน เป็นเพศหญิง 10 คน คิดเป็นร้อยละ 67 เป็นเพศชาย 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33 และกลุ่มเป้าหมายอายุระหว่าง 25 – 35 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7 กลุ่มเป้าหมายอายุระหว่าง 36 – 45 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 กลุ่มเป้าหมายอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้า จากการแบบสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์ โดยได้แยกกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย พนักงานประจำที่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง พนักงานประจำที่ไม่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง ประกอบธุรกิจส่วนตัวที่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง ประกอบธุรกิจส่วนตัวที่ไม่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง แล้วนำข้อมูลวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และสังเคราะห์(Synthesis) ซึ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์โดยใช้คำถามในงานวิจัยนั้นจะแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 กลุ่ม สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ตามหัวข้อได้ ดังนี้

	กลุ่มพนักงานประจำ ที่เคยใช้ระบบ ดิจิทัลแบงก์กิ้ง	กลุ่มธุรกิจส่วนตัว ที่เคยใช้ระบบ ดิจิทัลแบงก์กิ้ง	กลุ่มพนักงานประจำ ที่ไม่เคยระบบ ดิจิทัลแบงก์กิ้ง	กลุ่มธุรกิจส่วนตัว ที่ไม่เคยใช้ระบบ ดิจิทัลแบงก์กิ้ง
วิธีในการหาข้อมูลสินเชื่อ	อินเตอร์เน็ต (15) ถามพนักงาน (11) ถามผู้ให้บริการ (4)	ถามพนักงาน (11) อินเตอร์เน็ต (9) ถามผู้ให้บริการ (7)	อินเตอร์เน็ต (9) ถามพนักงาน (7) ถามผู้ให้บริการ (1)	ถามพนักงาน (15) อินเตอร์เน็ต (4) ถามผู้ให้บริการ (3)
หากพบปัญหา ในการให้บริการ	เปลี่ยนพนักงาน (7) เปลี่ยนธนาคาร (6) จะใช้อีกสัก 2 ระบบ (5)	จะใช้อีกสัก 2 ระบบ (6) เปลี่ยนพนักงาน (4) เปลี่ยนธนาคาร (4)	เปลี่ยนพนักงาน (7) จะใช้อีกสัก 2 ระบบ (6) เปลี่ยนธนาคาร (2)	เปลี่ยนพนักงาน (12) เปลี่ยนธนาคาร (6) อาจจะลองใช้ระบบดิจิทัล แบงก์กิ้ง (2)
แนวทางที่เหมาะสม ในการให้บริการ	ด้านระบบดิจิทัล	ด้านระบบดิจิทัล	ด้านระบบดิจิทัล	ด้านระบบดิจิทัล
	มีข้อมูลครบถ้วน (7) ระบบใช้งานง่าย ภาษาเข้าใจง่าย (5)	มีข้อมูลครบถ้วน (11) ระบบใช้งานง่าย ภาษาเข้าใจง่าย (5)	มีข้อมูลครบถ้วน (9) ระบบใช้งานง่าย ภาษาเข้าใจง่าย (4) ข้อมูลไม่ครบถ้วน (2)	มีข้อมูลครบถ้วน (7) ระบบใช้งานง่าย ภาษาเข้าใจง่าย (3) ข้อมูลไม่ครบถ้วน (3)
	ด้านพนักงาน	ด้านพนักงาน	ด้านพนักงาน	ด้านพนักงาน
	มีความรู้ความชำนาญ ข้อมูลครอบคลุม (10) สุภาพ มารยาท รวดเร็ว (7)	มีความรู้ความชำนาญ ข้อมูลครอบคลุม (15) สุภาพ มารยาท รวดเร็ว (7)	มีความรู้ความชำนาญ ข้อมูลครอบคลุม (9) สุภาพ มารยาท รวดเร็ว (8)	มีความรู้ความชำนาญ ข้อมูลครอบคลุม (15) สุภาพ มารยาท รวดเร็ว (6)
เลือกระบบ	ควรใช้ ควรใช้ทั้ง 2 ช่องทาง (13) ไม่ควรใช้ เพราะกลัวการโดนอ้าง (2)	ควรใช้ ควรใช้ทั้ง 2 ช่องทาง (13) ไม่ควรใช้ เพราะกลัวเอกสารรั่วไหล (2)	ควรใช้ ควรใช้ทั้ง 2 ช่องทาง (12) ไม่ควรใช้ เพราะกลัวเอกสารรั่วไหล (2) ไม่แน่ใจ (1)	ควรใช้ รายละเอียดดีสำหรับ ทำความเข้าใจเพิ่มเติม (11) ปัจจุบันควรใช้ทั้งสอง (7)

ภาพที่ 1 ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

กลุ่มที่ 1 ธุรกิจส่วนตัวที่เคยใช้ระบบดิจิทัลเบงก์กิ้ง

จากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลในกลุ่มลูกค้าธุรกิจส่วนตัวที่เคยใช้ระบบดิจิทัลเบงก์กิ้งส่วนใหญ่ลูกค้ากลุ่มนี้จะรู้สึกใกล้ชิดกับพนักงานธนาคารมากเป็นพิเศษ เนื่องจากติดต่อทำธุรกรรมต่างๆกับธนาคารบ่อยครั้ง ซึ่งจะสอบถามความคิดเห็นกับพนักงานธนาคารเบื้องต้นก่อนเสมอ รวมถึงรู้สึกสะดวกสบายสำหรับการทำธุรกรรมออนไลน์ง่าย ๆ เบื้องต้น ดังนั้นจึงสรุปความคิดเห็นตามประเด็นหัวข้อ ดังนี้

ประเด็นที่ 1 : “ด้านวิธีในการหาข้อมูลสินเชื่อบ้าน”

จากลูกค้าทั้งหมด 15 รายนั้น มีวิธีการหาข้อมูลโดยส่วนใหญ่จะเริ่มจากสอบถามกับเจ้าหน้าที่พนักงานธนาคารก่อน เนื่องจากทำธุรกิจส่วนตัวจึงมีการทำธุรกรรมกับธนาคารค่อนข้างมาก รวมทั้งใช้บริการ ผัก ถอน โอน ผ่านดิจิทัลเบงก์กิ้ง จึงทำให้เกิดความรู้สึกไว้วางใจ และเมื่อเกิดความต้องการในการทำธุรกรรมต่างๆของธนาคารก็จะนึกถึงเป็นอันดับแรก จำนวน 11 ราย ค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 9 ราย สอบถามจากผู้มีประสบการณ์ในการทำธุรกรรมต่างๆในด้านสินเชื่อบ้าน จำนวน 7 ราย ทั้งนี้ลูกค้ากลุ่มนี้บางท่านเมื่อได้ข้อมูลจากพนักงานในชั้นแรก จากนั้นจึงทำการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ต เพื่อดูรายละเอียดอัตราดอกเบี้ย โปรโมชันต่างๆของแต่ละธนาคาร หรือเริ่มจากการหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตก่อน เพราะสะดวกรวดเร็วในส่วนของการประหยัดเวลาแล้วจึงถามข้อมูลเพิ่มเติมจากพนักงานธนาคาร สอบถามจากเพื่อน ญาติ คนรู้จัก ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ด้านการขอสินเชื่อ ตามลำดับ บางท่านตอบมากกว่า 1 ข้อ เนื่องจากหาข้อมูลจากหลายช่องทางเพื่อค้นหาข้อมูลที่ถูกต้อง ขึ้นอยู่กับแต่ละสถานการณ์ ณ ตอนนั้น

“...ไปที่ธนาคารก่อนเลย ถามจากพนักงานธนาคารที่คุ้นเคยดูแลกิจการให้อยู่แล้ว...” (ผู้ชายอายุ 56 ปี)

“...ถามพนักงานธนาคารสินเชื่อบ้านสาขาที่ใช้ประจำใกล้บ้าน แล้วก็หาข้อมูลธนาคารอื่นเพิ่มเติมในอินเทอร์เน็ต...” (ผู้หญิงอายุ 40 ปี)

“...หาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ถามเพื่อนที่มีประสบการณ์ จากนั้นได้ข้อมูลในระดับหนึ่งจะถามพนักงานธนาคารอีกครั้ง...” (ผู้หญิงอายุ 36 ปี)

ประเด็นที่ 2 : “ความคิดเห็นของลูกค้าเมื่อลูกค้าพบปัญหาในด้านการให้บริการจากธนาคาร”

เมื่อพบปัญหาในการให้บริการจากธนาคาร ความคิดเห็นของลูกค้าของกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ลูกค้าจำนวน 6 ราย เลือกรีวิวการแก้ปัญหา สอบถามข้อมูลต่างๆ โดยเลือกใช้บริการจากพนักงานธนาคารและระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งของธนาคารในการแก้ปัญหาควบคู่กัน จำนวน 4 ราย เลือกที่จะเปลี่ยนการใช้บริการจากพนักงานที่ให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน จำนวน 4 ราย เลือกที่จะเปลี่ยนการใช้บริการจากธนาคาร และจำนวน 1 รายเลือกที่จะลองเปลี่ยนพนักงานก่อนหากไม่สามารถแก้ปัญหาได้จึงเลือกที่จะเปลี่ยนธนาคาร

“...ฉันอยู่กับประเภทของธุรกรรมถามควบคู่กันไป ด้านไหนติดปัญหาที่ถามอันนั้น...” (ผู้ชายอายุ 35 ปี)

“...อาจเปลี่ยนพนักงานธนาคารดูก่อน เพราะยังไม่เคยขอสินเชื่อผ่านดิจิทัลแบงก์กิ้งไม่รู้ยุ่งยากแค่ไหน แม่่นยารีเปล่า...” (ผู้หญิงอายุ 30 ปี)

“...แก้ไขปัญหาก็เลือกถามพนักงานธนาคาร เพราะตอบปัญหาแก้ไขได้ดีกว่าในความคิด ส่วนระบบขั้นตอนเราไม่ผ่านก็ไม่ผ่าน แต่ถ้าคุยกับพนักงานอาจช่วยได้ ถ้าช่วยไม่ได้ก็เปลี่ยนธนาคาร...” (ผู้หญิงอายุ 30 ปี)

ประเด็นที่ 3 : “ความคิดเห็นลูกค้าเกี่ยวกับแนวทางที่เหมาะสมในการให้บริการ”

ทั้งนี้ความคิดเห็นของลูกค้า หากธนาคารให้บริการลูกค้าผ่านช่องทางดิจิทัลแบงก์กิ้งแนวทางที่เหมาะสมในการบริการ ดังต่อไปนี้ มีความคิดเห็นว่าจะควรมีข้อมูลให้ครบถ้วนเพื่อให้สามารถอ่านใจความสำคัญ ทำความเข้าใจได้ในครั้งเดียว จำนวน 11 ราย ภาษาที่ใช้ในระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งควรที่จะสามารถอ่านและทำความเข้าใจได้ง่าย รวมไปถึงระบบของดิจิทัลแบงก์กิ้งต้องไม่ซับซ้อนและยุ่งยากเกินไป จำนวน 5 ราย และหากธนาคารให้บริการลูกค้าผ่านช่องทางพนักงานธนาคาร แนวทางที่เหมาะสมในการบริการ ดังต่อไปนี้ มีความคิดเห็นว่าคุณพนักงานธนาคารควรมีความรู้ความชำนาญในด้านการให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน ครอบคลุมในรายละเอียดเพื่อไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดพลาดกับลูกค้า เนื่องจากเอกสารที่ใช้ในการประกอบสินเชื่อแตกต่างกันในแต่ละธุรกิจ จำนวน 15 ราย มีกิริยา มารยาทสุภาพ มีมิตรไมตรีกับลูกค้า การให้บริการที่รวดเร็ว จำนวน 7 ราย บางท่านตอบมากกว่า 1 ข้อ

“...ให้ข้อมูลตรงไปตรงมาและให้ข้อเท็จจริงของการขอสินเชื่อโดยละเอียดและหากลูกค้ามีปัญหาด้านเอกสาร ควรให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำติดตามผลทันที...” (ผู้หญิงอายุ 29 ปี)

“...ควรให้ข้อมูลเต็มที่ รักษาผลประโยชน์แทนลูกค้า จริงใจ อ่อนโยน มีมารยาท...” (ผู้หญิงอายุ 39 ปี)

“...ระบบดิจิทัลแบงก์ก็จำเป็นต้องมีข้อมูลที่แน่นและข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่ซับซ้อนมาก แก้อัปเดตของลูกค้านี้ได้ทุกคำถาม...” (ผู้หญิงอายุ 33 ปี)

ประเด็นที่ 4 : “ความคิดเห็นลูกค้าว่าควรมี ระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์หรือไม่”

หากธนาคารให้บริการสินเชื่อ รีไฟแนนซ์ ลูกค้าตอบว่า “ควรมี” ระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์ควบคู่ไปกับพนักงานธนาคาร เพราะระบบมีไว้ให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบสถานะหรือสามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับสินเชื่อเบื้องต้นได้เพื่อความสะดวกรวดเร็วในด้านให้บริการจากธนาคารและควรมีพนักงานควบคู่กันเพื่อคอยช่วยแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้ จำนวน 13 ราย และ “ไม่ควรมี” ระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์ เนื่องจากกลัวเอกสารรั่วไหล ไม่ปลอดภัยเสี่ยงต่อการถูกเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า จำนวน 2 ราย หากธนาคารมีระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์ จำเป็นอย่างยิ่งในการมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีเยี่ยม เนื่องจากเอกสารข้อมูลธุรกิจเป็นความลับส่วนบุคคลของลูกค้า หากเกิดการรั่วไหลในข้อมูลเอกสารอาจทำให้เกิดผลกระทบต่อกิจการ

“...ในแง่ของการมีระบบให้มีการชี้แจงข้อมูลรายละเอียดหรือเช็กรายละเอียดข้อมูลของลูกค้าเอง ควรมี แต่ถ้าสามารถอนุมัติวงเงินสินเชื่อได้โดยผ่านระบบสินเชื่อออนไลน์ ไม่ควรมี เพราะดูไม่น่าเชื่อถืออาจมีการปลอมเอกสาร...” (ผู้หญิงอายุ 28 ปี)

“...สำหรับคนรุ่นใหม่ก็ต้องมีระบบสำรองไว้...” (ผู้ชายอายุ 36 ปี)

“...ณ ปัจจุบัน ยังไงก็ต้องมีทั้ง 2 ระบบรองรับแต่ระวังในด้านข้อมูลของกิจการรั่วไหล...” (ผู้หญิงอายุ 39 ปี)

กลุ่มที่ 2 ธุรกิจส่วนตัวที่ไม่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์ก็

จากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลลูกค้าธุรกิจส่วนตัวที่ไม่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์ก็ ในส่วนของวิธีในการหาข้อมูลสินเชื่อบ้าน ส่วนใหญ่จะทำธุรกรรมธนาคารต่างๆผ่านทางสาขาของ

ธนาคารเพราะเมื่อไม่ทราบการทำธุรกรรมก็จะสอบถามผ่านทางพนักงานธนาคารทันทีรวมทั้งไม่
ถนัดใช้อินเตอร์เน็ต ดังนั้นจึงสรุปความคิดเห็นตามประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 : “ด้านวิธีการหาข้อมูลสินเชื่อบ้าน”

จากลูกค้ำทั้งหมด 15 รายนั้น มีวิธีการหาข้อมูลสินเชื่อบ้าน โดยส่วนใหญ่จะเริ่มจาก
สอบถามกับเจ้าหน้าที่พนักงานธนาคารก่อน ลูกค้ำทำธุรกิจส่วนตัวจึงมีการทำธุรกรรมประจำวันกับ
ธนาคารบ่อยครั้งจนถึงค่อนข้างมาก จึงทำให้เกิดความรู้สึกมีปฏิสัมพันธ์ มีความไว้วางใจใน
พนักงานธนาคาร รวมทั้งยังไม่เคยใช้บริการผ่านช่องทางดิจิทัลแบงก์กิ้งเนื่องจากไม่มีความรู้ด้านนี้
และเมื่อเกิดความต้องการในการทำธุรกรรมต่างๆของธนาคารก็จะนึกถึงเป็นอันดับแรก จำนวน 15
ราย ค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตในรายละเอียดเบื้องต้น จำนวน 4 ราย สอบถามจากผู้มี
ประสบการณ์ที่เคยขอวงเงินสินเชื่อกับธนาคาร จำนวน 3 ราย ทั้งนี้ลูกค้ำกลุ่มนี้ทั้งหมดเลือกที่จะขอ
ข้อมูลโดยการสอบถามจากพนักงานในชั้นแรก จากนั้นจึงทำการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมจาก
อินเทอร์เน็ต เพื่อดูรายละเอียดอัตราดอกเบี้ย โปรโมชั่นต่างๆของแต่ละธนาคาร บางท่านสอบถาม
จากเพื่อน ญาติ คนรู้จัก ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ด้านการขอสินเชื่อ บางท่านตอบมากกว่า 1 ข้อ
เนื่องจากหาข้อมูลจากหลายช่องทางเพื่อค้นหาข้อมูลที่ถูกต้อง ขึ้นอยู่กับแต่ละสถานการณ์ ณ ตอน
นั้น

“...ไปธนาคารก่อน แล้วก็ถามเพื่อนที่เคยใช้สินเชื่อ...” (ผู้หญิงอายุ 53
ปี)

“...สอบถามจากพนักงานธนาคารแต่อาจอ่านรีวิวกจากอินเทอร์เน็ต...”
(ผู้หญิงอายุ 41 ปี)

“...เดินไปธนาคารแล้วก็ถามพนักงานธนาคาร...” (ผู้หญิงอายุ 50 ปี)

ประเด็นที่ 2 : “ความคิดเห็นของลูกค้ำเมื่อลูกค้ำพบปัญหาในด้านการให้บริการจาก ธนาคาร”

เมื่อพบปัญหาในการให้บริการจากธนาคาร ความคิดเห็นของลูกค้ำของกลุ่มนี้ส่วน
ใหญ่ลูกค้ำจำนวน 12 ราย เลือกวิธีในการแก้ปัญหาโดยเลือกที่จะเปลี่ยนการให้บริการจากพนักงานที่
ให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน จำนวน 6 ราย เลือกที่จะเปลี่ยนการให้บริการจากธนาคาร และจำนวน 2 ราย
หากเกิดปัญหาเมื่อทดลองเปลี่ยนพนักงานที่ให้ข้อมูลแล้ว และระบบสามารถทำให้รับรู้ได้ว่าสะดวก

ในการใช้งานจะลองทดลองใช้ดิจิทัลแบงก์กิ้ง แต่ในส่วนของการหาข้อมูลด้านสินเชื่อบ้าน เบื้องต้นก่อน

“...ถ้าพนักงานให้ข้อมูลได้ไม่ดีก็อาจจะมาหาข้อมูลเพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ตแล้วมาเทียบกับพนักงานอีกที่...” (ผู้หญิงอายุ 45 ปี)

“...อยากเปลี่ยนพนักงานก่อน เพราะอยากรู้ข้อมูลก่อน และถามธนาคารอื่นๆ ไปด้วย...” (ผู้ชายอายุ 40 ปี)

“...เปลี่ยนพนักงานจากคนเดิมที่เคยถามไปก่อนหน้า หรือไม่ลองเปลี่ยนธนาคารอื่น...” (ผู้หญิงอายุ 41 ปี)

ประเด็นที่ 3 : “ความคิดเห็นลูกค้าเกี่ยวกับแนวทางที่เหมาะสมในการให้บริการ”

ทั้งนี้ความคิดเห็นของลูกค้า หากธนาคารให้บริการลูกค้าผ่านช่องทางดิจิทัลแบงก์กิ้ง แนวทางที่เหมาะสมในการบริการ ดังต่อไปนี้ มีความคิดเห็นว่าควรมีข้อมูลให้ครบถ้วนเพื่อให้สามารถอ่านใจความสำคัญ ทำความเข้าใจได้ในครั้งเดียว จำนวน 7 ราย ภาษาที่ใช้ในระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งควรที่จะสามารถอ่านและทำความเข้าใจได้ง่าย รวมไปถึงระบบของดิจิทัลแบงก์กิ้งต้องไม่ซับซ้อนและยุ่งยากเกินไป จำนวน 3 ราย ข้อมูลในระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งไม่ควรผิดพลาด อัปเดต เนื่องจากไม่มีความรู้ความชำนาญในทักษะด้านดิจิทัลแบงก์กิ้ง จำนวน 3 ราย หากธนาคารให้บริการลูกค้าผ่านช่องทางพนักงานธนาคาร แนวทางที่เหมาะสมในการบริการ ดังต่อไปนี้ ลูกค้ามีความคิดเห็นว่าพนักงานธนาคารควรมีความรู้ความชำนาญในด้านการให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนครอบคลุมในรายละเอียดเพื่อไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดพลาดกับลูกค้า จำนวน 15 ราย มีบริการมารยาทสุภาพ มีมิตรไมตรีกับลูกค้า การให้บริการที่รวดเร็ว จำนวน 6 ราย บางท่านตอบมากกว่า 1 ข้อ

“...บอกข้อมูลให้ครบถ้วน ให้บริการด้านการให้ปรึกษา บริการทุกด้าน พนักงานพูดช้าเพื่อให้เข้าใจง่าย...” (ผู้หญิงอายุ 53 ปี)

“...ให้ข้อมูลทุกอย่าง โดยที่เราไม่ต้องถาม บอกข้อดี ข้อเสียทุกอย่างให้ลูกค้าเข้าใจ ให้ความลูกค้าได้คิดตัดสินใจก่อนทำธุรกรรมเพราะเป็นเรื่องเงินควรใช้เวลา...” (ผู้หญิงอายุ 45 ปี)

“...อยากให้อธิบายบอกรายละเอียดที่ส่วนใหญ่จำเป็นต้องรู้ด้วยความเอาใจใส่ และข้อมูลในระบบดิจิทัลแบ็งก์ก็ไม่ต้องไม่ยุ่งยาก รายละเอียดอ่านแล้วไม่ต้องไม่ซับซ้อนมาก...” (ผู้ชายอายุ 39 ปี)

ประเด็นที่ 4 : “ความคิดเห็นลูกค้ำว่าควรมี ระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์หรือไม่”

หากธนาคารให้บริการสินเชื่อ รีไฟแนนซ์ ลูกค้ำตอบว่า “ควรมี” ข้อมูลรายละเอียดการทำธุรกรรมสินเชื่อบ้านรีไฟแนนซ์เพิ่มเติม เพื่อใช้ในการอ่านประกอบการตัดสินใจและเพื่อการเรียนรู้ จำนวน 11 ราย และ ในปัจจุบันควรมีสำรองไว้แต่ยังไม่เลือกที่จะใช้ระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์ ยังไม่กล้าทดลองใช้เนื่องจากมีความรู้ความเข้าใจน้อยและยังเชื่อถือในด้านการให้บริการจากพนักงานธนาคาร จำนวน 7 ราย หากธนาคารมีระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์จำเป็นอย่างยิ่งในการให้ความรู้ที่ผู้อ่านสามารถเข้าถึงเนื้อหาของระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์ด้วยวิธีง่าย

“...ควรมีทั้ง 2 ระบบถ้าเผื่อไปถามพนักงานอาจไม่หมดก็อาจจะกลับไปอ่านที่ออนไลน์ได้เพิ่มเติมเพื่อสร้างความมั่นใจ ลูกค้ำจะได้ศึกษาทั้ง 2 แบบ...” (ผู้หญิงอายุ 49 ปี)

“...ก็ควรนะ แต่จะใช้รีเปลาอาจจะต้องดูหลายอย่าง...” (ผู้หญิงอายุ 52 ปี)

“...มีไว้ก่อน แต่ยังไงก็ยิ่งถามพนักงานธนาคารแหละ...” (ผู้หญิงอายุ 50 ปี)

กลุ่มที่ 3 พนักงานที่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบ็งก์

จากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลกลุ่มลูกค้ำพนักงานที่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบ็งก์ ส่วนใหญ่จะรู้สึกสะดวกสบายในการหาข้อมูลต่างๆผ่านทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากมีเวลาจำกัดในการเดินทางหรือปัจจัยอื่นๆทำให้การสอบถามผ่านทางพนักงานธนาคารน้อยกว่าการหาข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ต รวมทั้งมีความคุ้นเคยกับการใช้งานผ่านทางออนไลน์ ดังนั้น จึงสรุปความคิดเห็นตามประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 : “ด้านวิธีในการหาข้อมูลสินเชื่อบ้าน”

ในด้านวิธีในการหาข้อมูลสินเชื่อบ้านจากลูกค้าทั้งหมด 15 รายนั้น มีวิธีการหาโดยส่วนใหญ่จะเริ่มจากการค้นหาข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับแรก เพื่อดูรายละเอียดอัตราดอกเบี้ย เอกสารที่ต้องใช้ในการยื่นคำขอสินเชื่อ โปรโมชันต่างๆของแต่ละธนาคาร จำนวน 15 ราย เมื่อค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จากนั้นจะสอบถามรายละเอียดต่างๆของธนาคารจากพนักงานจำนวน 11 ราย สอบถามจากผู้มีประสบการณ์ จำนวน 4 ราย ทั้งนี้ลูกค้ากลุ่มนี้เมื่อได้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเรียบร้อยแล้วในขั้นแรก จากนั้นจึงทำการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมจากพนักงาน เพื่อดูรายละเอียดอัตราดอกเบี้ย โปรโมชันต่างๆของแต่ละธนาคาร เพราะต้องการข้อมูลที่ต้องชัดเจน สอบถามจากเพื่อน ญาติ คนรู้จัก ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ด้านการขอสินเชื่อ ตามลำดับ บางท่านตอบมากกว่า 1 ข้อเนื่องจากหาข้อมูลจากหลายช่องทางเพื่อค้นหาข้อมูลที่ต้องการ ขึ้นอยู่กับแต่ละสถานการณ์ ณ ตอนนั้น

“...มีวิธีการหาข้อมูลมี 2 ทางคือ 1.ผ่านอินเทอร์เน็ตก่อนเลือกที่น่าเชื่อถือ เป็นเว็บไซต์หลักๆและก็ดูรีวิวจากคนอื่นเพิ่มเติม 2. การหาข้อมูลจากพนักงานธนาคาร...” (ผู้หญิงอายุ 40 ปี)

“...หาข้อมูลจากเว็บการเงินต่างๆ ทั้งในส่วนตัวความคิดเห็นประสบการณ์ และข้อเท็จจริง เช่น aommaoney , pantip และข้อมูลเปรียบเทียบจากธนาคารต่างๆทางเว็บไซต์รวมไปถึงการขอข้อมูลที่ธนาคาร...” (ผู้หญิงอายุ 32 ปี)

“...หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และสอบถามพนักงานธนาคาร ถ้าเป็นสินเชื่อบ้านใหม่จะถามโครงการ...” (ผู้หญิงอายุ 30 ปี)

ประเด็นที่ 2 : “ความคิดเห็นของลูกค้าเมื่อลูกค้าพบปัญหาในการให้บริการจากธนาคาร”

เมื่อพบปัญหาในการให้บริการจากธนาคาร ความคิดเห็นของลูกค้าของกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ลูกค้าจำนวน 7 ราย เลือกที่จะเปลี่ยนการให้บริการจากพนักงานที่ให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน จำนวน 6 ราย เลือกที่จะเปลี่ยนการให้บริการจากธนาคาร จำนวน 5 ราย เลือกที่จะลองเปลี่ยนพนักงานก่อน หากไม่สามารถแก้ปัญหาได้จึงเลือกที่จะเปลี่ยนธนาคาร

“...ถ้าพบปัญหากับพนักงานธนาคาร ก็อาจจะเปลี่ยนพนักงานและหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเพิ่มเติมเท่านั้น...” (ผู้หญิงอายุ 40 ปี)

“...เปลี่ยนธนาคาร ไปเลยถ้าให้ข้อมูลไม่ดี บริการไม่ดี...” (ผู้หญิงอายุ 32 ปี)

“...หากพบปัญหาจากพนักงานธนาคารจะหาพนักงานใหม่ ที่สามารถให้คำตอบหรือให้ข้อมูลได้ ไม่ก็ไปหาพนักงานสาขาอื่น...” (ผู้หญิงอายุ 45 ปี)

ประเด็นที่ 3 : “ความคิดเห็นลูกค้าเกี่ยวกับแนวทางที่เหมาะสมในการให้บริการ”

ทั้งนี้ความคิดเห็นของลูกค้า หากธนาคารให้บริการลูกค้าผ่านช่องทางดิจิทัลแบงก์กิ้ง แนวทางที่เหมาะสมในการบริการ ดังต่อไปนี้ มีความคิดเห็นว่าจะควรมีข้อมูลให้ครบถ้วนเพื่อให้สามารถอ่านใจความสำคัญ ทำความเข้าใจได้ในครั้งเดียว จำนวน 7 ราย ภาษาที่ใช้ในระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งควรที่จะสามารถอ่านและทำความเข้าใจได้ง่าย รวมไปถึงระบบของดิจิทัลแบงก์กิ้งต้องไม่ซับซ้อนและยุ่งยากเกินไป จำนวน 5 ราย และหากธนาคารให้บริการลูกค้าผ่านช่องทางพนักงานธนาคาร แนวทางที่เหมาะสมในการบริการ ดังต่อไปนี้ มีความคิดเห็นว่างานธนาคารควรมีความรู้ความชำนาญในด้านการให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน ครอบคลุมในรายละเอียดเพื่อไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดพลาดกับลูกค้า จำนวน 10 ราย มีกิริยา มารยาทสุภาพ มีมิตรไมตรีกับลูกค้า การให้บริการที่รวดเร็ว จำนวน 7 ราย บางท่านตอบมากกว่า 1 ข้อ

“...พยายามหาวิธีอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย ไม่ควรพูดจาหรืออธิบายคลุมเครือและไม่ควรหลอกลวงลูกค้าเพื่อผลประโยชน์แอบแฝงเด็ดขาด...” (ผู้ชายอายุ 49 ปี)

“...พนักงานธนาคารจะต้องเป็นผู้ดูแลให้คำแนะนำทุกๆทางเป็นที่น่าไว้วางใจได้ และข้อมูลต้องมีรายละเอียดครบถ้วน...” (ผู้หญิงอายุ 33 ปี)

“...ควรให้ข้อมูลที่จำเป็นที่สามารถทำให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย รวมถึงสามารถโหลดไฟล์รายละเอียดเพิ่มเติมได้ ระบบใช้งานง่าย มีความปลอดภัยในการใช้งาน ระบบทำงานรวดเร็ว...” (ผู้หญิงอายุ 45 ปี)

ประเด็นที่ 4 : “ความคิดเห็นลูกค้าว่าควรมี ระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์หรือไม่”

หากธนาคารให้บริการสินเชื่อ รีไฟแนนซ์ออนไลน์ ลูกค้าตอบว่า “ควรมี” ระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์ควบคู่ไปกับพนักงานธนาคาร จำนวน 13 ราย และ “ไม่ควรมี” ระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์ เนื่องจากกลัวการแอบอ้างในการนำเอกสารไปใช้ ไม่ปลอดภัยเสี่ยงต่อการถูกเปิดเผย

ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า จำนวน 2 ราย หากธนาคารมีระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์จำเป็นต้องมีการมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีเยี่ยม

“...ไม่ควร เพราะการขอสินเชื่อเป็นเงินจำนวนมาก ต้องอาศัยความถูกต้อง กลัวการแอบอ้างข้อมูล...” (ผู้ชายอายุ 31 ปี)

“...ควรมีควมคุ้มกันเพื่อความสะดวกสบายให้ลูกค้าในการหาข้อมูล...” (ผู้หญิงอายุ 45 ปี)

“...ควรมีไว้ให้เป็นทางเลือกแต่สุดท้ายก็ชอบที่จะคุยกับพนักงานธนาคารอยู่แล้วในท้ายที่สุด...” (ผู้หญิง 29 ปี)

กลุ่มที่ 4 พนักงานประจำที่ไม่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง

จากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าพนักงานประจำที่ไม่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง ส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพื่อหารายละเอียดข้อมูลต่างๆเพียงเบื้องต้น แต่มีความคิดเห็นว่าข้อมูลในอินเทอร์เน็ตนั้นไม่เป็นข้อมูลที่อัปเดตตามข้อมูลปัจจุบัน ยังไม่น่าเชื่อถือพอสมควร เมื่อลูกค้าได้ข้อมูลเบื้องต้นจากทางอินเทอร์เน็ตจึงจะนำข้อมูลนั้นๆ ไปสอบถามกับพนักงานธนาคารเพิ่มเติมเพราะเชื่อว่าพนักงานธนาคารให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นข้อมูลปัจจุบันมากกว่า รวมทั้งไม่ถนัดในการใช้อินเทอร์เน็ตเท่าที่ควร ดังนั้นจึงสรุปความคิดเห็นตามประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 : “ด้านวิธีในการหาข้อมูลสินเชื่อบ้าน”

ในด้านวิธีในการหาข้อมูลสินเชื่อบ้านจากลูกค้าทั้งหมด 15 รายนั้น มีวิธีการหาโดยส่วนใหญ่จะเริ่มจากการค้นหาข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับแรก เพื่อหารายละเอียดเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ย อ่านรีวิว เอกสารที่ต้องใช้ในการยื่นคำขอสินเชื่อ โพรโมชันต่างๆของแต่ละธนาคาร จำนวน 9 ราย เมื่อค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จากนั้นจะสอบถามรายละเอียดต่างๆของธนาคารจากพนักงาน จำนวน 7 ราย สอบถามจากผู้มีประสบการณ์ จำนวน 1 ราย ทั้งนี้ลูกค้ากลุ่มนี้เมื่อได้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเรียบร้อยแล้วในขั้นแรก จากนั้นจึงทำการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมจากพนักงาน เพื่อหารายละเอียดอัตราดอกเบี้ย โพรโมชันต่างๆของแต่ละธนาคาร เพราะต้องการข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน สอบถามจากเพื่อน ญาติ คนรู้จัก ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ด้านการขอสินเชื่อ ตามลำดับ บางท่านตอบมากกว่า 1 ข้อเนื่องจากหาข้อมูลจากหลายช่องทางเพื่อค้นหาข้อมูลที่ต้องการ ขึ้นอยู่กับแต่ละสถานการณ์ ณ ตอนนั้น

“...หาข้อมูลจากในอินเทอร์เน็ตหลายๆธนาคารว่ามีสินเชื่อบริการไหนบ้างที่ให้ข้อมูลที่น่าสนใจ...” (ผู้หญิงอายุ 29 ปี)

“...อยากจะถามพนักงานธนาคารก่อนเพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติม...” (ผู้หญิงอายุ 30 ปี)

“...ถามพนักงานธนาคารแหละปลอดภัยแล้วก็อ่านเพิ่มเติมหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต...” (ผู้หญิงอายุ 26 ปี)

ประเด็นที่ 2 : “ความคิดเห็นของลูกค้าเมื่อลูกค้าพบปัญหาในการให้บริการจากธนาคาร”

เมื่อพบปัญหาในการให้บริการจากธนาคาร ความคิดเห็นของลูกค้าของกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ลูกค้าจำนวน 7 ราย เลือกที่จะเปลี่ยนการให้บริการจากพนักงานที่ให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน จำนวน 6 ราย เลือกที่จะเปลี่ยนการให้บริการจากธนาคาร จำนวน 2 ราย เลือกที่จะลองเปลี่ยนพนักงานก่อน หากไม่สามารถแก้ปัญหาได้จึงเลือกที่จะเปลี่ยนธนาคาร

“...เปลี่ยนพนักงานธนาคารคนถามดีกว่า...” (ผู้หญิงอายุ 28 ปี)

“...ยังไม่เปลี่ยนธนาคาร แต่จะเปลี่ยนพนักงานธนาคารใหม่ให้ลองหาข้อมูลที่ตรงกับความต้องการเราก่อน...” (ผู้หญิงอายุ 30 ปี)

“...เปลี่ยนธนาคารดีกว่าถ้าให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน...” (ผู้ชายอายุ 36 ปี)

ประเด็นที่ 3 : “ความคิดเห็นลูกค้าเกี่ยวกับแนวทางที่เหมาะสมในการให้บริการ”

ทั้งนี้ความคิดเห็นของลูกค้า หากธนาคารให้บริการลูกค้าผ่านช่องทางดิจิทัลแบงก์กิ้ง แนวทางที่เหมาะสมในการบริการ ดังต่อไปนี้ มีความคิดเห็นว่าควรมีข้อมูลให้ครบถ้วนเพื่อให้สามารถอ่านใจความสำคัญ ทำความเข้าใจได้ในครั้งเดียว จำนวน 9 ราย ภาษาที่ใช้ในระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งควรที่จะสามารถอ่านและทำความเข้าใจได้ง่าย รวมไปถึงระบบของดิจิทัลแบงก์กิ้งต้องไม่ซับซ้อนและยุ่งยากเกินไป จำนวน 4 ราย ข้อมูลในระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งไม่ควรผิดพลาด อัปเดต เนื่องจากไม่มีความรู้ความชำนาญในทักษะด้านดิจิทัลแบงก์กิ้ง จำนวน 2 ราย หากธนาคารให้บริการลูกค้าผ่านช่องทางพนักงานธนาคาร แนวทางที่เหมาะสมในการบริการ ดังต่อไปนี้ มีความคิดเห็นว่าพนักงานธนาคารควรมีความรู้ความชำนาญในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนครอบคลุมในรายละเอียดเพื่อไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดพลาดกับลูกค้า เนื่องจากเอกสารที่ใช้ในการ

ประกอบสินค้าแตกต่างกันของแต่ละธุรกิจจำนวน 15 ราย มีกิริยา มารยาทสุภาพ มีมิตรไมตรีกับลูกค้า การให้บริการที่รวดเร็ว จำนวน 7 ราย บางท่านตอบมากกว่า 1 ข้อ

“...ยิ้มแย้ม ให้ข้อมูลครบถ้วน เลือกรับบริการที่ดีที่สุดแก่ให้กับลูกค้า...”

(ผู้หญิงอายุ 26 ปี)

“...ใช้งานง่าย มีข้อมูลครบถ้วน ปลอดภัย...” (ผู้หญิงอายุ 39 ปี)

“...ความผิดพลาดของข้อมูลต่อน้อย เพราะการอ่านแล้วอาจทำให้เราเข้าใจแบบนั้นเลย...” (ผู้ชายอายุ 39 ปี)

ประเด็นที่ 4 : “ความคิดเห็นลูกค้าว่าควรมี ระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์หรือไม่”

หากธนาคารให้บริการสินเชื่อ รีไฟแนนซ์ ลูกค้าตอบว่า “ควรมี” ระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์ควบคู่ไปกับพนักงานธนาคาร จำนวน 12 ราย และ “ไม่ควรมี” ระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์เนื่องจากกลัวเอกสารรั่วไหล ไม่ปลอดภัยเสี่ยงต่อการถูกเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า จำนวน 2 ราย หากธนาคารมีระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์จำเป็นอย่างยิ่งในการมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีเยี่ยม และยังไม่แน่ใจว่าควรมีหรือไม่ จำนวน 1 ราย

“...ควรมีระบบออนไลน์กับพนักงานธนาคารคู่ๆกันไปนะ จะได้เพิ่มช่องทางในการหาข้อมูล...” (ผู้ชายอายุ 36 ปี)

“...ไม่ควรมี เพราะไม่แน่ใจว่าจะปลอดภัยมากน้อยแค่ไหน...” (ผู้ชายอายุ 32 ปี)

“...ถ้ามาตรฐานรักษาความปลอดภัยทางอินเทอร์เน็ตมีมากพอก็ควรมี แต่ถ้ายังไม่มื่ออะไรที่แน่นอนก็ยังไม่แน่ใจว่าควรมีหรือไม่...” (ผู้ชายอายุ 35 ปี)

บทที่ 5

สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงเทพในการเลือกใช้บริการจากระบบการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ และเพื่อเป็นแนวทางในการให้บริการแก่ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ
2. เพื่อศึกษาทัศนคติความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงเทพระหว่างกลุ่มที่เคยใช้บริการดิจิทัลแบงก์กิ้งและกลุ่มที่ไม่เคยใช้บริการดิจิทัลแบงก์กิ้ง ว่ามีความรู้สึกริ่กคิดต่อการให้บริการจากระบบกรุงเทพในลักษณะแบบใด

ความสำคัญของการวิจัย

ผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาระบบงานด้านการให้บริการ เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในสมัยปัจจุบันให้ดียิ่งขึ้นไป

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มลูกค้าประกอบอาชีพพนักงานประจำ จำนวน 15 คนกับประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 15 คน ที่ไม่เคยใช้บริการดิจิทัลแบงก์กิ้ง และกลุ่มลูกค้าพนักงานประจำ จำนวน 15 คน กับ ุประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 15 คนที่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง

ผลการวิเคราะห์คำสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ มีดังนี้

1. กลุ่มพนักงานประจำที่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง

กลุ่มนี้จะมีวิธีในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสินเชื่อบ้านทุกชนิดโดยส่วนใหญ่จะหาข้อมูลเบื้องต้นจากทางอินเทอร์เน็ตก่อนไม่ว่าจะเป็น การอ่านรีวิวในเว็บต่างๆ การอ่านหา ค้นคว้าข้อมูลอัตรา

คอกเบี้ย ระยะเวลา ยอดผ่อน เอกสารที่ต้องจัดเตรียมเพื่อประกอบในการใช้พิจารณาวงเงินสินเชื่อ บ้าน เมื่อมีข้อมูลมากเพียงพอก็จะนำข้อสงสัยต่างๆที่ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตให้ไว้ไม่เพียงพอเพื่อทำการ สอบถามกับพนักงานธนาคารที่สาขาเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องสำหรับการขอสินเชื่อบ้าน นอกจากนี้อาจจะยังสามารถต่อรองรายละเอียดส่วนอื่นกับทางธนาคารได้ ยกตัวอย่างอัตราดอกเบี้ย และสอบถามผู้มีประสบการณ์ในการใช้วงเงินสินเชื่อบ้าน การบริการที่ลูกค้ากลุ่มนี้ต้องการจาก ธนาคารคือการบริการที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว มารยาทสุภาพพูดไพเราะ ให้ข้อมูลได้ ครบถ้วน สามารถตอบได้ทุกคำถาม และมีความเป็นมืออาชีพจากพนักงานธนาคาร ส่วนในระบบ ดิจิตอลแบงก์กึ่งสิ่งที่ลูกค้าต้องการจากการบริการคือ รายละเอียดข้อมูลครบถ้วน ยกตัวอย่างเช่น รายละเอียดยอดผ่อน ระยะเวลา อัตราดอกเบี้ย วิธีการผ่อนชำระ เงื่อนไขในการสมัครสินเชื่อบ้าน รายได้ที่สามารถผ่อนชำระได้ สามารถถามตอบอัตโนมัติได้ทันที ระบบรักษาความปลอดภัยเพื่อ ป้องกันเอกสารหลุดหายหรือมีผู้แอบอ้าง เป็นต้น ระบบที่ลูกค้าต้องการคือมีทั้ง 2 ระบบเพื่อ สนองตอบความรวดเร็วในยุคปัจจุบัน และเพื่อหาข้อมูลได้รวดเร็วยิ่งขึ้น แต่สุดท้ายนั้นลูกค้าก็ยังคง ต้องการ การบริการที่ดีจากพนักงานธนาคาร

2. กลุ่มประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวที่เคยใช้ระบบดิจิตอลแบงก์กึ่ง

กลุ่มนี้จะมีวิธีหาข้อมูลส่วนใหญ่แล้วก็อ่านข้อมูลสินเชื่อบ้านแค่ข้อมูลเบื้องต้น รีวิว จากทางอินเทอร์เน็ต และสอบถามผู้มีประสบการณ์ในการใช้วงเงินสินเชื่อบ้าน แต่ถ้าข้อมูลที่กลุ่ม ลูกค้ากลุ่มนี้ต้องการจะทำการสอบถามกับพนักงานที่สาขาหรือพนักงานสาขาที่คอยดูแลเรื่อง ธุรกิจของที่ธุรกิจให้บริการอยู่เพื่อให้บริการเกี่ยวกับสินเชื่อบ้าน เนื่องจากลักษณะของผู้ประกอบ อาชีพธุรกิจส่วนตัวนั้นประกอบไปด้วยหลากหลายลักษณะ การอ่านรายละเอียดจากทางอินเทอร์เน็ต นั้นอาจไม่เพียงพอที่จะสามารถตอบความซับซ้อนของธุรกิจนั้นๆได้ สิ่งที่ลูกค้ากลุ่มนี้ต้องการจาก ระบบดิจิตอลแบงก์กึ่งนอกจากรายละเอียดครบถ้วนแล้วสิ่งหนึ่งที่ต้องการคือลักษณะอาชีพที่ สามารถขอวงเงินสินเชื่อบ้านได้ สามารถส่งรายละเอียดและเอกสารทางธุรกิจเบื้องต้นให้ทำการ วิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการขอสินเชื่อบ้าน แต่ข้อมูลนั้นจะต้องไม่รั่วไหล ระบบจะต้องมีความ เสียรภาพไม่ติดขัดบ่อยและมีความปลอดภัยด้านข้อมูลและเอกสาร ระบบที่ลูกค้าต้องการคือมีทั้ง 2 ระบบเพื่อสนองตอบความรวดเร็วในยุคปัจจุบัน และเพื่อหาข้อมูลได้รวดเร็วยิ่งขึ้น แต่สุดท้ายนั้น ลูกค้าก็ยังคงต้องการ การบริการที่ดีจากพนักงานธนาคาร

3. กลุ่มพนักงานประจำที่ไม่เคยใช้ระบบดิจิตอลแบงก์กึ่ง

กลุ่มนี้มีวิธีการข้อมูลส่วนใหญ่จะสอบถามจากผู้มีประสบการณ์ เพื่อน และครอบครัว ก่อนเบื้องต้น จากนั้นจะสอบถามข้อมูลจากพนักงานธนาคาร อ่านข้อมูลจากทางอินเทอร์เน็ตบ้าง เป็นบางครั้งคราวที่ไม่เลือกใช้ระบบดิจิตอลแบงก์กึ่งเนื่องจากกลัว ไม่มีความชำนาญในระบบ กลัว

การทำธุรกรรมผิดพลาดแล้วไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ จึงเลือกวิธีการสอบถามข้อมูลจากพนักงาน ในการทำธุรกรรมต่างๆมากกว่าการทำธุรกรรมผ่านระบบ สิ่งที่ถูกค้ำกลุ่มนี้ต้องการจากระบบ ดิจิตอลแบงก์กึ่งคือ ภาษาอ่านแล้วเข้าใจง่าย ระบบเข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน บอกวิธีลำดับขั้นตอนการ ทำที่ง่าย ข้อมูลรายละเอียดครบถ้วน ยกตัวอย่างเช่น รายละเอียดยอดผ่อน ระยะเวลา อัตราดอกเบี้ย วิธีการผ่อนชำระ เงื่อนไขในการสมัครสินเชื่อบ้าน รายได้ที่สามารถผ่อนชำระได้ สามารถถามตอบ อัตโนมัติได้ทันที ส่วนการบริการในด้านพนักงาน การบริการที่ถูกค้ำกลุ่มนี้ต้องการจากธนาคารคือ การบริการที่ถูกค้ำสามารถเข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว มารยาทสุภาพพูดไพเราะ ให้ข้อมูลได้ครบถ้วน สามารถตอบได้ทุกคำถาม และมีความเป็นมืออาชีพจากพนักงานธนาคาร ระบบที่ถูกค้ำต้องการคือมี ทั้ง 2 ระบบเพื่อสนองตอบความรวดเร็วในยุคปัจจุบัน และเพื่อหาข้อมูลได้รวดเร็วยิ่งขึ้น แต่ก็ยังคง ไม่ค่อยมั่นใจในระบบดิจิตอลแบงก์กึ่ง ท้ายที่สุดนั้นลูกค้ำก็ยังคงต้องการ การบริการที่ดีจาก พนักงานธนาคาร

4.กลุ่มประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวที่ไม่เคยใช้ระบบดิจิตอลแบงก์กึ่ง

กลุ่มนี้มีวิธีการข้อมูลส่วนใหญ่จะสอบถามจากผู้มีประสบการณ์ เพื่อน และครอบครัว ก่อนเบื้องต้น จากนั้นจะสอบถามข้อมูลจากพนักงานธนาคาร อ่านข้อมูลจากทางอินเทอร์เน็ตบ้าง เป็นบางครั้งคราว เนื่องจากไม่มั่นใจในระบบว่าจะสามารถตอบรายละเอียดข้อมูลได้ครบถ้วน หรือไม่ และข้อมูลที่ได้นั้นจะถูกต้องหรือไม่ นอกจากนั้นยังเป็นกังวลใจในระบบดิจิตอลแบงก์กึ่งว่า การใช้เงินจะสามารถทำได้จริงและถูกต้อง จึงเลือกวิธีการสอบถามข้อมูลจากพนักงานในการทำ ธุรกรรมต่างๆมากกว่าการทำธุรกรรมผ่านระบบ สิ่งที่ถูกค้ำกลุ่มนี้ต้องการจากระบบดิจิตอลแบงก์กึ่ง คือ ภาษาอ่านแล้วเข้าใจง่าย ระบบเข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน บอกวิธีลำดับขั้นตอนการ ทำที่ง่าย ข้อมูล รายละเอียดครบถ้วน ยกตัวอย่างเช่น รายละเอียดยอดผ่อน ระยะเวลา อัตราดอกเบี้ย วิธีการผ่อนชำระ เงื่อนไขในการสมัครสินเชื่อบ้าน อาชีพที่สามารถขวงเงินสินเชื่อบ้านได้ เอกสารที่ใช้ในการขอ สินเชื่อ การบริการที่ถูกค้ำกลุ่มนี้ต้องการจากธนาคารคือการบริการที่ถูกค้ำสามารถเข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว มารยาทสุภาพพูดไพเราะ ทักทายเป็นกันเอง พูดซ้ำเพื่อให้เข้าใจง่าย ให้ข้อมูลได้ครบถ้วน สามารถตอบได้ทุกคำถาม และมีความเป็นมืออาชีพจากพนักงานธนาคาร มีเวลาให้ได้คิดและ ตัดสินใจ ไม่ขายผลิตภัณฑ์อื่นๆของธนาคารถ้าลูกค้ำไม่ได้ตัดสินใจ ระบบที่ถูกค้ำต้องการคือมีทั้ง 2 ระบบเพื่อสนองตอบความรวดเร็วในยุคปัจจุบัน และเพื่อหาข้อมูลได้รวดเร็วยิ่งขึ้น แต่สุดท้ายนั้น ลูกค้ำก็ยังคงต้องการ การบริการที่ดีจากพนักงานธนาคาร

อภิปรายผล

ลูกค้าธนาคารคาดหวังข้อมูลที่ต้องการ ครบถ้วนจากธนาคารทั้งในรูปแบบระบบ พนักงานธนาคารและระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง เช่น รายละเอียดเอกสารที่ต้องเตรียม อัตราดอกเบี้ย วิธีการผ่อนชำระ เป็นต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรวรรณ ใจโต (2555) ที่พบว่าด้านการเชื่อมต่อเข้าสู่เว็บไซต์ได้ง่ายมีผลต่อการเลือกใช้บริการมากขึ้น และยังคาดหวังการบริการจากพนักงานธนาคารทั้งในเรื่องของการให้ข้อมูลอย่างถูกต้องครบถ้วนอย่างผู้ชำนาญการ มารยาทสุภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตติมา อัจฉริยจุ (2557) ที่พบว่าปัจจัย ด้านบุคลากร และปัจจัยด้านระบบการให้บริการของธนาคาร เป็นปัจจัยที่ลูกค้ารายย่อยให้ความสำคัญในการตัดสินใจตามลำดับ สำหรับด้านบุคลากรซึ่งคือเจ้าหน้าที่ที่สนเชื่อนั้น การอธิบายให้ความรู้ประเภทสินเชื่อแก่ผู้กู้ เช่น อัตราดอกเบี้ย รูปแบบการผ่อน ชำระที่เหมาะสม วงเงินประกันภัย วงเงินประกันชีวิต โพรโมชัน และแพ็คเกจต่างๆ เข้าใจความรู้สึกและความต้องการของผู้กู้ และการให้บริการที่รวดเร็ว ถือเป็นหัวใจสำคัญของการให้บริการ และสอดคล้องกับ จินดาพร บทสูงเนิน (2554) จากผลการวิเคราะห์ ปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 8 ด้าน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านผลิิตภาพ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในระดับมากเช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะ เป็นกลุ่มลูกค้ากลุ่มไหนที่จะเคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งหรือไม่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งก็ยังคง ต้องการการบริการที่ดีจากพนักงานซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ (2555) ที่พบว่าสำหรับลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ การทำธุรกรรมด้านการลงทุนและการออมทรัพย์รูปแบบอื่น การกู้เงินและการทำธุรกรรม อื่นๆแตกต่างกันไม่ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการ ซึ่งในรายละเอียดของข้อมูลต่างๆที่กลุ่มลูกค้าไม่ว่าจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งหรือไม่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งนั้นต้องการข้อมูลสำคัญในรายละเอียด เช่น วงเงินสินเชื่อที่สามารถขอได้ อาชีพที่สามารถขอวงเงินได้ และอัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารเสนอให้สอดคล้องกับงานวิจัยของ เอก รัฐ วงศ์วีระกุล (2553) พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือวงเงินกู้สูงสุดที่ธนาคารให้ได้ รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาการผ่อนชำระ การให้บริการที่ดีของพนักงาน ความรวดเร็วในการดำเนินการ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการ การสนับสนุนวงเงินอื่นๆ การไม่บังคับทำประกัน ค้ำครองเงินกู้

ในด้านความต้องการของลูกค้าไม่ว่าจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งหรือไม่เคยใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งนั้นถ้ามีระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งสำหรับไลฟ์แนชชั่นสินเชื่อบ้าน ต้องการระบบที่ใช้งานง่าย ภาษาเข้าใจ ขั้นตอนทำงานง่าย มีวิธีการบอกวิธีทำลำดับขั้นตอน รู้สถานะ

ว่าอยู่ระหว่างขั้นตอนไหนสามารถรู้รายละเอียดต่างๆของธนาคารได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ja-Chul Gu et al. (2009) พบว่า การรับรู้ความสามารถตนเองเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดที่มีความสัมพันธ์กับความสะดวกในการใช้งานโดยตรงและการรับรู้ถึงประโยชน์ยังมีความสัมพันธ์ที่เป็นทางอ้อมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ธุรกรรมทางการเงิน Payam et al. (2014) พบว่า การปรับตัวกับวิถีชีวิตและความไว้วางใจ มีระดับการให้ความสำคัญสูงที่สุดในการอธิบายการยอมรับการใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ และ เบอร์รี่ (Berry, 1985, p. 31- 34) พบว่าสมรรถนะในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม และเชี่ยวชาญ รู้จริง การเข้าถึงง่าย การใช้บริการได้อย่างไม่ยุ่งยาก พนักงานความสุภาพ เคารพอ่อนน้อม ความอ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทที่ดีของการให้บริการ สามารถและสมบูรณ์ในการสื่อสารและสัมพันธ์กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าทราบเข้าใจ และได้รับคำตอบในข้อสงสัยหรือความไม่เข้าใจต่าง ๆ ได้อย่างกระจ่างชัด ความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่น สบายใจของลูกค้าในขณะที่ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

1. ในระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งสำหรับพนักงานประจำควรบอกรายละเอียดเกี่ยวกับความสามารถในการผ่อนชำระได้จากฐานเงินเดือนสุทธิ
2. ในระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งสำหรับผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัวควรบอกรายละเอียดลักษณะอาชีพที่สามารถขวงเงินสินเชื่อได้
3. ทั้ง 2 กลุ่มยังคงต้องการการบริการที่ดีจากพนักงานธนาคารควรพัฒนาจัดฝึกอบรมให้พนักงานมีศักยภาพพร้อมหลายด้าน

ข้อเสนอแนะในวิจัยครั้งต่อไป

ในงานวิจัยครั้งต่อไปนั้นควรศึกษากลุ่มตัวอย่างนอกเหนือจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงเทพ และกลุ่มตัวอย่างนอกเหนือจากเขตกรุงเทพและปริมณฑล เนื่องจากว่าระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งที่จะใช้ในอนาคคนั้นอาจจะเป็นระบบที่ใช้ทั่วประเทศไทย ดังนั้น ควรเก็บข้อมูลที่สนใจของลูกค้านอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น เพื่อใช้ในการพัฒนาระบบเพื่อตอบสนองลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

บรรณานุกรม

กรุงเทพธุรกิจ. (30 กันยายน, 2559). รีไฟแนนซ์บ้านฮิต สตาร์ทอัพบุกตลาด.

<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/716910>

กรรณิการ์ กิรติโกศล. 2549. *ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถแท็กซี่มีเตอร์ของหน่วยงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

กรุงเทพมหานคร. http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Kannikar_K.pdf

คลังความรู้/บทความ. (February 1, 2017). E-Banking คืออะไร?, 16 พฤศจิกายน 2560.

<https://www.eta.or.th/content/1238.html>

จุฑาทภรณ์ ไร่วอน. 2557. *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการบัวหลวงไอแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพมหานคร.

http://www.thapra.lib.su.ac.th/objects/thesis/fulltext/snamcn/Jutaporn_Raiwon/Jutaporn_Raiwon_fulltext.pdf

เฉลิมเกียรติ งามตระกูลชล. 2553. *คุณภาพความปลอดภัยและคุณภาพบริการต่อการตัดสินใจใช้ทำเทียบเรื่อน้ำมันในเขตนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี. <http://www.ex-mba.buu.ac.th/Research/Bangsaen/Y-MBA%2012-1/51750386/abs.pdf>

ชญาภา บุญมีพิพิธ. 2556. *พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของผู้ใช้บริการสินเชื่อเคหะของผู้บริการธนาคารออมสินเขตบางแค*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพมหานคร.

http://www.thapra.lib.su.ac.th/objects/thesis/fulltext/snamcn/Chayapha_Boonmeepipit/fulltext.pdf

ชินวัตร เชื้อสระอุ. 2551. *คุณลักษณะของพนักงานบริการและคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของพนักงานและลูกค้าร้านทรูมูฟ*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กรุงเทพมหานคร. http://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_Doi=10.14457/TU.the.2008.354

14457/TU.the.2008.354

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชลธิชา ศรีบำรุง. 2557. *คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาคอนหัวฟ่อ จังหวัดชลบุรี*.
 ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี.
http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/54930216
- ฐานเศรษฐกิจ. (25 พฤศจิกายน, 2558). *แบงก์มอ่งเทรนต์รัฐกรรรมดิจิตอลแรง ปี59แข่งพัฒนาระบบ/*
บริการเต็มสูบ, <http://www.thansettakij.com/content/18967>
- ฐาวรา หวังสมบูรณ์ดี. 2553. *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการยอมรับอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง กรณีศึกษา*
พนักงานธนาคารยูโอบี สำนักงานใหญ่. ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต,
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
<http://digi.library.tu.ac.th/thesis/it/0821/title-biography.pdf>
- ธารินี แก้วจันทร์. 2556. *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด*
(มหาชน) สาขารัชดาภิเษก (ท่าพระ-ตากสิน). ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
 มหาวิทยาลัยสยาม.กรุงเทพมหานคร. <http://www.research-system.siam.edu/2013-12-20-04-25-20/420-2013-12-20-05-58-145>
- ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ. (4 กรกฎาคม, 2559). *สถาบันการเงินในยุคดิจิทัล*.
https://www.gsb.or.th/getattachment/5d2722a9-093d-4d15-a913-6445ad6b0cc3/Hot-Issue_%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8%9A%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%87%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%A2%E0%B8%84%E0%B8%94%E0%B8%88%E0%B8%95%E0%B8%AD%E0%B8%A5.aspx
- พรวิณี สหวัฒน์พงศ์. 2553. *กระบวนการยอมรับสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคอินเทอร์เน็ตในเขต*
กรุงเทพมหานคร. ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี
 (Rogers & Shoemaker, 1971). http://www.ex-mba.buu.ac.th/Research/Bkk/Ex-23-Bkk/51721348/02_abs.pdf
- พวงมาลัย รักชาติ. 2554. *คุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าพาน้ำอำเภอมะเมา*
น้อย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี.
http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files//52930490/title.pdf

บรรณานุกรม (ต่อ)

ภักจจิรา นิลเกษม. 2558. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคาร
กรุงเทพจำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี. ปรินิพนธ์
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

<http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1205/1/pakjira.nilk.pdf>.

เมทินี จันทร์กระจ่าง. 2558. คุณภาพของระบบสารสนเทศและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.
ปรินิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพมหานคร.

http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2464/1/mathinee_jank.pdf

วรรณพร สืบบุญศรี. 2556. การตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของ
ธนาคารไทยพาณิชย์ จังหวัดขอนแก่น. ปรินิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ขอนแก่น.

<http://www.repository.rmutt.ac.th/bitstream/handle/123456789/2174/142524.pdf?sequence=1>

ศิริวรรณ จันทร์วงศ์. 2557. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมา
ท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด. ปรินิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
บูรพา. กรุงเทพมหานคร. http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/55930243

สุกัญญา เพ็ชรพิทักษ์. 2554. ความพึงพอใจของทหารผ่านศึกต่อคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่
สำนักงานสงเคราะห์ทหารผ่านศึกเขตนครราชสีมา. ปรินิพนธ์มหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน. อีสาน. file:///C:/Users/Administrator.IT-
64/Downloads/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8
%9E%E0%B8%B6%E0%B8%87%E0%B8%9E%E0%B8%AD%E0%B9%83%E0
%B8%88%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%97%E0%B8%AB
%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9C%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8
%99%E0%B8%A8%E0%B8%B6%E0%B8%81%E0%B8%95%E0%B9%88%E0%
B8%AD%E0%B8%84%E0%B8%B8%E0%B8%93%E0%B8%A0%E0%B8%B2%
E0%B8%9E%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%83%E0%B8

บรรณานุกรม (ต่อ)

%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0
 %B8%88%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%89
 %E0%B8%B2%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%AA%E0%B8
 %B3%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0
 %B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%A3
 %E0%B8%B2%E0%B8%B0%E0%B8%AB%E0%B9%8C%E0%B8%97%E0%B8
 %AB%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9C%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0
 %B8%99%E0%B8%A8%E0%B8%B6%E0%B8%81%E0%B9%80%E0%B8%82
 %E0%B8%95%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8
 %B2%E0%B8%8A%E0%B8%AA%E0%B8%B5%E0%B8%A1%E0%B8%B2%2
 0(2).pdf

- สิงหะ ฉวีสุข & สุนันทา วงศ์จตุรภัทร. 2555. การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค
 ออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขต
 กรุงเทพมหานคร. ปรินูญานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพมหานคร
 , http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1883/1/kewwarin_laei.pdf
- สุชาธิณี พยุงกร. 2554. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ให้บริการถึงคุณภาพการให้บริการด้าน
 ศูนย์บริการตอบรับข้อมูลทางโทรศัพท์ (Call Center) ของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่.
 ปรินูญานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพมหานคร.
http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/921/1/suchathinee_payu.pdf
- สลิลญา นิยมศิลป์ชัย. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของลูกค้าศูนย์การค้าแห่งหนึ่ง
 ย่านราชประสงค์. ปรินูญานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
 กรุงเทพมหานคร. http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Salinya_N.pdf
- อัครเดช ปิ่นสุข. 2557. การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และ
 ส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction)
 ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัด
 กรุงเทพมหานคร. ปรินูญานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพฯ.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- http://www.google.co.th/url?url=http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1723/3/arkaradet_pins.pdf&rct=j&frm=1&q=&esrc=s&sa=U&ved=0ahUKEwi4xbr4zr_XAhVGLY8KHfsFCNwQFggVMAE&usg=AOvVaw39uPNVtrKclfdz5MS5-6-u
 อัญชญา สายสนั่น ณ อุษยา. 2558. การศึกษาความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ของ
 ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต,
 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพมหานคร.
- http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2330/1/anchada_sais.pdf
 อรทัย เลื่อนวัน. 2555. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ: กรณีศึกษากิจกรรมพัฒนา
 ชุมชนศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ. ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
 เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ปทุมธานี.
- <http://www.repository.rmutt.ac.th/bitstream/handle/123456789/933/131875.pdf?sequence=1>
 เอกรัฐ วงศ์วีระกุล. 2553. ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์
 ของ คนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
 ศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพมหานคร.
- http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Ekarat_W.pdf
 Techsauce Team. (September 19, 2016), เปิดตัว “www.refinn.com” บริการรีไฟแนนซ์บ้านผ่านออนไลน์ประหยัดเงินเป็นล้าน ประหยัดเวลาเป็นปี.
<http://beta.techsauce.co/startup/one-refinn-day/>
- REFINN. (23 มิถุนายน, 2559). รีไฟแนนซ์บ้านคืออะไรประหยัดดอกเบี้ยอย่างไร,
<https://refinn.wordpress.com/2016/06/23/%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B9%84%E0%B8%9F%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%99%E0%B8%8B%E0%B9%8C%E0%B8%9A%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B0%E0%B9%84%E0%B8%A3%E0%B8%9B%E0%B8%A3/>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Thaipublica. (September 22, 2014). งานวิจัย“อนาคตธุรกิจเบงก์” สาขาแบบดั้งเดิมอาจสูญพันธุ์
อีก 10 ปี โหมบายเบงก์ตอบโจทก์ผู้บริโภครุคคิจิทัล.
[https://www.pwc.com/th/en/press-room/highlight-coverage/2014/assets/20140922-
website-thaipublica.pdf](https://www.pwc.com/th/en/press-room/highlight-coverage/2014/assets/20140922-website-thaipublica.pdf)





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

สำหรับผู้ที่มีความประสงค์จะขอสินเชื่อบ้านกับทาง บมจ.ธนาคารกรุงเทพ

งานวิจัยเรื่อง

การศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าสินเชื่อบ้านธนาคารกรุงเทพในการเลือกใช้บริการ
ระหว่างระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์และระบบพนักงานสินเชื่อบ้านในเขตกรุงเทพและ
ปริมณฑล

ผู้วิจัย : นางสาวนันทวัน อัสวะคูชัย

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นแนวทางสำหรับใช้ในการสัมภาษณ์ท่านเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล
สำหรับงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติของกลุ่มลูกค้าสินเชื่อบ้านธนาคารกรุงเทพใน
การเลือกใช้บริการระบบรีไฟแนนซ์ออนไลน์และระบบพนักงานสินเชื่อบ้าน” โดยมีวัตถุประสงค์
เพื่อศึกษาว่า

- วิธีการหาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อบ้านอย่างไร
- เมื่อพบกับปัญหาและอุปสรรคต่อการใช้บริการมีวิธีในการแก้ปัญหาอย่างไร
- แนวทางในการให้บริการที่เหมาะสมมีวิธีการอย่างไร

ข้อมูลที่ได้รับจะถูกรักษาไว้เป็นความลับและจะถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น
ขอขอบคุณอย่างสูง

แบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ (เคยใช้หรือไม่เคยใช้บริการระบบพนักงานหรือระบบดิจิทัลแบงก์กิ้ง) :

.....

ลักษณะของอาชีพ :

.....

วัน/เดือน/ปีที่สัมภาษณ์

.....

สถานที่สัมภาษณ์ :

.....

วิธีการหาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อบ้านอย่างไร

1. ท่านมีวิธีการในการหาข้อมูลสินเชื่อบ้านอย่างไร

.....

2. ท่านคิดว่าถ้าท่านต้องการข้อมูลสินเชื่อบ้านอย่างถูกต้องท่านมีวิธีการอย่างไร

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าระบบดิจิทัลแบงก์กึ่งที่ธนาคารให้บริการลูกค้าสำหรับสินเชื่อบ้านจะสามารถให้ข้อมูลท่านได้ดีหรือไม่อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่าระบบพนักงานที่ธนาคารให้บริการลูกค้าสำหรับสินเชื่อบ้านจะสามารถให้ข้อมูลท่านได้ดีหรือไม่อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

1. หากท่านเลือกได้ระหว่างระบบพนักงานสินเชื่อบ้านกับระบบดิจิทัลแบงก์กึ่งท่านจะเลือกใช้ระบบอะไร

.....

.....

.....

สภาพและปัญหาอุปสรรคในการให้บริการ

1. หากท่านพบปัญหาหรืออุปสรรคในการให้บริการจากพนักงานธนาคารจะทำให้ท่านเปลี่ยนใจลองใช้ระบบดิจิทัลแบงก์กึ่งของธนาคารหรือไม่อย่างไร

.....

.....

.....

.....
.....

2. หากท่านพบปัญหาหรืออุปสรรคในการให้บริการจากระบบดิจิทัลแบงก์กิ้งจะทำให้ท่านเปลี่ยนใจลองใช้ระบบพนักงานธนาคารของธนาคารหรือไม่อย่างไร

.....
.....
.....
.....

3. ท่านพบเห็นอุปสรรคหรือปัญหาใดบ้างในการให้บริการจากธนาคารกรุงเทพ

.....
.....
.....
.....

แนวทางที่เหมาะสมในการให้บริการ

1. หากท่านต้องการการบริการจากธนาคาร ท่านคิดว่าพนักงานสินเชื่อบ้านควรปฏิบัติตนอย่างไร

.....
.....
.....

2. หากท่านต้องการการบริการจากธนาคาร ท่านคิดว่าระบบดิจิทัลแบงก์ก็งควรให้บริการอย่างไร

.....

.....

.....

