

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรม ของลูกค้าผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

เสาวนีย์ คำนวน*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ กัญจนพงศ์**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางพฤติกรรมของลูกค้าผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ และเพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนาโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างประชากร คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารกรุงเทพ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบสมมติฐานคือ Chi-Square

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอาชีพค้าขาย กิจการส่วนตัว รายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า 1-5 ปี เข้าใช้บริการในแต่ละเดือน 1-3 ครั้ง ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ ผ่านตู้ ATM ฝากเงิน / ถอนเงิน / โอนเงินบ่อยที่สุด เข้ามาใช้บริการ ช่วงเวลา 12.01 - 14.30น. ปัจจุบันใช้บริการธนาคารกรุงเทพ ผลการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า 1) อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการในแต่ละเดือน ช่องทางการใช้บริการ ประเภทบริการที่ใช้บ่อยที่สุด และช่วงเวลาที่เข้ามาใช้บริการ 2) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพเกี่ยวกับ จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการในแต่ละเดือน ช่องทางการใช้บริการ และช่วงเวลาที่เข้ามาใช้บริการ แต่ไม่สัมพันธ์กับ ประเภทบริการที่ใช้บ่อยที่สุด และ 3) ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพเกี่ยวกับ จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการในแต่ละเดือน และช่วงเวลาที่เข้ามาใช้บริการ แต่ไม่สัมพันธ์กับ ช่องทางการใช้บริการ ประเภทบริการที่ใช้บ่อยที่สุด

*นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

**ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

1. บทนำ

ในปัจจุบันการแข่งขันในระบบธนาคารพาณิชย์ที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นทุกขณะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัว ความคาดหวังที่ธนาคารจะมีบทบาทช่วยส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศมีสูงขึ้น นอกจากนี้ ระบบธนาคารพาณิชย์ในประเทศ ยังอาจได้รับผลกระทบ จากต่างประเทศ เช่น การไหลเข้าของเงินทุนจากต่างประเทศสู่ภูมิภาคเอเชีย เศรษฐกิจของประเทศอุตสาหกรรมซึ่งยังคงต้องใช้เวลาในการฟื้นตัว ภาวะเงินเฟ้อที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในหลายประเทศทั่วโลกจากการสูงขึ้นของราคาน้ำมันและสินค้าเกษตร เป็นต้น ซึ่งจะเพิ่มความไม่แน่นอนต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ธนาคารพาณิชย์ต่างเร่งขยายเครือข่ายสาขาและช่องทางบริการ โดยเปิดสาขาในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์สโตร์ อาคารสำนักงาน และมหาวิทยาลัย เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการใช้บริการทางการเงิน เป็นการเสริมสร้างการขยายตัวของฐานรายได้ โดยเฉพาะรายได้ค่าธรรมเนียม

นอกจากนี้ ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ แข่งขันกันพัฒนาและออกผลิตภัณฑ์บริการทางการเงินใหม่เพื่อสร้างความแตกต่างและจูงใจให้ลูกค้าสนใจใช้บริการของตน โดยกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่ต่างชาติร่วมลงทุนมีความได้เปรียบ เนื่องจากสามารถนำเทคโนโลยีที่ใช้อยู่จากต่างประเทศเข้ามาพัฒนาปรับใช้ได้อย่างรวดเร็ว

อันดับการเติบโตของธนาคารพาณิชย์ มีการเปลี่ยนแปลง ได้แก่

อันดับที่ 1 ธนาคารไทยพาณิชย์

อันดับที่ 2 ธนาคารกสิกรไทย

อันดับที่ 3 ธนาคารกรุงไทย

อันดับที่ 4 ธนาคารกรุงเทพ

ธนาคารกรุงเทพ ได้ตกมาอยู่ที่ อันดับที่ 4 เพราะเนื่องจาก การเติบโตทุกปีนั้น จะมีการขึ้นแค้ไม่กี่เปอร์เซ็นต์ ซึ่งเป็นจำนวนที่น้อย เมื่อเทียบกับ ธนาคารไทยพาณิชย์ และ ธนาคารกสิกรไทย ที่มีเปอร์เซ็นต์การเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยสามารถเพิ่มขึ้นได้มากถึง 45% เลยทีเดียว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงปัญหาที่ธนาคารกรุงเทพได้รับและส่งผลกระทบต่ออย่างชัดเจน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางพฤติกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

3. สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ผู้บริหารสามารถนำมาใช้ประกอบการพิจารณาในการแก้ปัญหาและกำหนดกลยุทธ์ได้
2. ทำให้ผู้ที่สนใจในธุรกิจธนาคาร เข้าใจในธุรกิจและกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบันและอนาคต
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่จะทำการศึกษาในเรื่องเดียวกันต่อไป

5. ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งเน้นพฤติกรรมผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ ระหว่างเดือน มิถุนายน 2557 – กรกฎาคม 2557

6. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณนี้ เป็นการวิจัยเพื่อศึกษา ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ

7. สรุปผลการศึกษาวิจัย

1. ข้อมูลส่วนตัว

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอาชีพค้าขาย กิจการส่วนตัว จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า 1-5 ปี จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3

2. ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เข้าใช้บริการในแต่ละเดือน 1-3 ครั้ง จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 ช่องทางในการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ ผ่านตู้ ATM จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 ประเภทบริการที่ใช้บ่อยที่สุด ฝากเงิน / ถอนเงิน / โอนเงิน จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8 ช่วงเวลาที่เข้ามาใช้บริการ 12.01 - 14.30น.จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 และธนาคารอื่นที่ใช้บริการในปัจจุบัน คือธนาคารกรุงไทย จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5

3. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ยอมรับ	ปฏิเสธ
1. อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ		
1.1 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพเกี่ยวกับ จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการในแต่ละเดือน	✓	
1.2 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพเกี่ยวกับ ช่องทางในการใช้บริการ	✓	
1.3 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพเกี่ยวกับ ประเภทบริการที่ใช้บ่อยที่สุด	✓	
1.4 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพเกี่ยวกับ ช่วงเวลาที่เข้ามาใช้บริการ	✓	
2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ		
2.1 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพเกี่ยวกับ จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการในแต่ละเดือน	✓	
2.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพเกี่ยวกับ ช่องทางในการใช้บริการ	✓	
2.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพเกี่ยวกับ ประเภทบริการที่ใช้บ่อยที่สุด		✓
2.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพเกี่ยวกับ ช่วงเวลาที่เข้ามาใช้บริการ	✓	
3. ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ		

ตารางที่ 1 (ต่อ)

สมมติฐาน	ยอมรับ	ปฏิเสธ
3.1 ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ เกี่ยวกับ จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการในแต่ละเดือน	✓	
3.2 ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ เกี่ยวกับ ช่องทางในการใช้บริการ		✓
3.3 ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ เกี่ยวกับ ประเภทบริการที่ใช้บ่อยที่สุด		✓
3.4 ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ เกี่ยวกับ ช่วงเวลาที่เข้ามาใช้บริการ	✓	

8. การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ สามารถอภิปรายผลในประเด็นต่างๆ ต่อไปนี้

1. ลักษณะทางพฤติกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ

จากผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ ได้แก่ เข้าใช้บริการในแต่ละเดือน 1-3 ครั้ง ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ ผ่านตู้ ATM ฝากเงิน/ถอนเงิน/โอนเงินบ่อยที่สุด เข้ามาใช้บริการ ช่วงเวลา 12.01 - 14.30น. ปัจจุบันใช้บริการธนาคารกรุงไทย ซึ่ง ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541 : 124 - 125) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจและการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้าการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นวิธีการศึกษาที่แต่ละบุคคลทำการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากร เช่น เวลา บุคลากร และอื่นๆ เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า

2. ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการในแต่ละเดือน ช่องทางในการใช้บริการ ประเภทบริการที่ใช้บ่อยที่สุด และ ช่วงเวลาที่เข้ามาใช้บริการ ทั้งนี้เนื่องจาก อาชีพ ค้าขาย กิจการส่วนตัว/พ่อบ้าน แม่บ้าน มีการเข้า

ใช้บริการในแต่ละเดือน 7-10 ครั้งขึ้นไป มากกว่า อาชีพนักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัท ลูกจ้างโรงงาน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เนื่องจาก อาชีพค้าขาย กิจการส่วนตัว/พ่อบ้าน แม่บ้าน จะต้องมีการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น เช็คยอด โอนเงิน เป็นต้น ในแต่ละเดือนค่อนข้างบ่อยกว่าอาชีพอื่น ๆ

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พันธิภา ตนะกุล (2545) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา สาขาในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคาร

2.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการในแต่ละเดือน ช่องทางการใช้บริการ และ ช่วงเวลาที่เข้ามาใช้บริการ แต่ไม่สัมพันธ์กับ ประเภทบริการที่ใช้บ่อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจาก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท มีการเข้าใช้บริการในแต่ละเดือน 1-3 ครั้งมากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป เนื่องจาก กลุ่มที่เข้าบริการอาจจะเป็นนักเรียนนักศึกษา ที่มีรายได้ที่ผ่านเข้ามาในธนาคารแต่ละเดือนค่อนข้างน้อย ทำให้การเข้าใช้บริการจึงน้อยด้วย

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พันธิภา ตนะกุล (2545) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา สาขาในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคาร

2.3 ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพเกี่ยวกับ จำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการในแต่ละเดือน และช่วงเวลาที่เข้ามาใช้บริการ แต่ไม่สัมพันธ์กับ ช่องทางการใช้บริการ ประเภทบริการที่ใช้บ่อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจาก ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ 1-5 ปี มีการเข้าใช้บริการในแต่ละเดือน 1-3 ครั้ง มากกว่า ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ น้อยกว่า 1 ปี 6-10 ปี และ 11 ปีขึ้นไป เนื่องจาก การเป็นลูกค้าในระยะเวลาไม่นานการทำธุรกรรมทางการเงินอาจจะเป็นการทำรายการ เช่น ผักเงิน ถอนเงิน โอนเงิน เมื่อยามจำเป็น ทำให้การเข้าใช้บริการค่อนข้างน้อย

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่ง ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541 : 124 - 125) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้ซื้อ ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าจะสนใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการปฏิบัติการบริโภค ซึ่งหมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนสินค้า และบริการด้วยเงิน และรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวกำหนดให้มีกระบวนการกระทำนี้ พฤติกรรมของผู้ซื้อนั้นเราหมายรวมถึงผู้ซื้อที่เป็นอุตสาหกรรม หรือเป็นการซื้อบริษัทในอุตสาหกรรมหรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อ

แต่พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นเราเน้นถึงการซื้อของผู้บริโภคเอง ปกติเรามักใช้คำว่า พฤติกรรมของลูกค้า

9. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. พฤติกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ สรุปได้ว่า ลูกค้าเข้าใช้บริการในแต่ละเดือน 1-3 ครั้ง ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ ผ่านตู้ ATM ฝากเงิน/ถอนเงิน/โอนเงินบ่อยที่สุด เข้ามาใช้บริการ ช่วงเวลา 12.01 - 14.30น. ปัจจุบันใช้บริการธนาคารกรุงเทพ เพื่อเพิ่มความเร็วในการให้บริการ นอกจากนี้แล้ว ลูกค้าส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการประเภทฝาก-ถอน ฉะนั้นธนาคารจึงควรเพิ่มจำนวนตู้ ATM ตามจุดต่าง ๆ ในพื้นที่ เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า และลดจำนวนลูกค้าที่จะเข้ามาติดต่อในสำนักงาน อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มโอกาสในการได้รับรายได้ค่าธรรมเนียมจากการทำบัตรและการใช้บริการบัตร ATM อีกด้วย นอกจากนี้ยังอาจเพิ่มสาขาย่อยไปยังจุดที่เพิ่ม

โอกาสจะมีลูกค้าเข้าถึงบริการของธนาคารเพิ่มขึ้น และธนาคารจะต้องมีการตอบสนองในช่วงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก โดยจัดพนักงานบริการให้เพียงพอต่อปริมาณของลูกค้าให้บริการที่รวดเร็วและเป็นมิตร เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และควรมีการประชาสัมพันธ์ธุรกิจเงินฝากประเภทอื่นๆ ให้ลูกค้าได้รับทราบ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจและใช้บริการเงินฝากประเภทอื่นของธนาคารซึ่งจะเป็นการขยายฐานลูกค้าในการใช้บริการงานทางการเงินประเภทต่างๆ

2. พฤติกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ ด้านการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ ผ่านธนาคารออนไลน์ บัญชีไอแบงก์กิ้ง สรุปได้ว่า ลูกค้ามีการใช้บริการจำนวนน้อย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้ใช้บริการที่ธนาคารกรุงเทพ พบว่าสาเหตุเกิดจากลูกค้ารู้สึกไม่ปลอดภัยและไม่มั่นใจกับการใช้บริการผ่านธนาคารออนไลน์ บัญชีไอแบงก์กิ้ง

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

ข้อมูลการจัดอันดับ เข้าถึงจาก: <http://www.brandage.com>

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เข้าถึงจาก: <http://www.bangkokbank.com>

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) “แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) สำหรับปีการเงิน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2553”

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) “แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) สำหรับปีการเงิน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2554”

ธนาคารแห่งประเทศไทย เข้าถึงจาก: <http://www.bot.or.th>

พันธิภา ตนะกุล. 2545. “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด

(มหาชน)

กรณีศึกษา สาขาในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร” การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วารุณี ตันติวังศ์วานิช และคณะ แปลและเรียบเรียง 2546 ผู้แต่ง Philip Kotler หลักการตลาด

ฉบับมาตรฐาน. Kotler, Philip. -- กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า,

สุธธา ทองจันทร์. 2548. “การยอมรับคุณค่าตราสินค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ของผู้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร”

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. บช.บ., พณ.บ. (มธ.) , 2542. การบริหารการตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธี

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. การจัดการการตลาดบริการ.—พิมพ์ครั้งที่ 1. —กรุงเทพฯ : -- แสง

ดาว, 2544

ภาษาต่างประเทศ

Philip,K. & Keller,L.K. Marketing Management 12e. New Jersey: USA. Pearson Education

International. 2008.