หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ การใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อของลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี
คำสำคัญ	ความพึงพอใจ / การใช้บริการซ้ำ / การบอกต่อของลูกค้า / ธนาคารพาณิชย์
ชื่อนักศึกษา	วิมลณัฐดา วรพล
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.รมิดา วงษ์เวทวณิชย์
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อของลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจ การกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อของลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจ การกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อของลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี และ 4) เพื่อศึกษาอิทธิพลทางสังคมที่มีอิทธิพลกำกับระหว่างคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจ การกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อของลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบที ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สมการเส้นถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ อาชีพ และ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจ การกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อ ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน 2) พฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ จำนวนที่ใช้บริการต่อเดือน และประเภทธุรกรรมที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจ การกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อ ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี

SPU CHONBURI

ที่แตกต่างกัน 3) ปัจจัยคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความมั่นใจในพนักงาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และบรรยากาศของสาขา ด้านความเอาใจใส่ของพนักงาน ด้านความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยของธนาคาร ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจ การกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อ ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกัน 4) อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลกำกับระหว่างคุณภาพบริการ และความพึงพอใจ การกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อของลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกัน

SPU CHONBURI

Thesis Title	Factors Affecting Customer Satisfaction, Repeat Usage, and Word-of-Mouth in A Commercial Banking Context in Pattaya District, Chonburi Province
Keywords	Customer Satisfaction / Repeat Usage / Word-of-Mouth / Commercial Bank
Student	Wimonnatda Vorapol
Thesis Advisor	Dr.Ramida Wongvedvanij
Level of Study	Master of Business Administration
Faculty	Graduate College of Management, Sripatum University at Chonburi
Year	2024

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) compare customer satisfaction, repeat service usage, and word-of-mouth referrals of a commercial bank's customers in the Pattaya area, Chonburi province categorized by personal factors, 2) compare customer satisfaction, repeat service usage, and word-of-mouth referrals of a commercial bank's customers in the Pattaya area, Chonburi province categorized by banking behavior, 3) study the influence of service quality on customer satisfaction, repeat service usage, and word-of-mouth referrals of a commercial bank's customers in the Pattaya area, Chonburi province, and 4) the study the moderating effect of social influence on the relationship between service quality and customer satisfaction, repeat service usage, and word-of-mouth in a commercial bank's in Pattaya, Chonburi province. The sample consists of 400 customers who used the services of a commercial bank in Pattaya, Chonburi province, selected through convenience sampling. The statistics used for data analysis include descriptive statistics such as mean and standard deviation, and inferential statistics such as t-tests, one-way ANOVA, and multiple regression analysis.

The results of the research revealed that 1) personal factors such as age and occupation affect the satisfaction, repeat service usage, and word-of-mouth in a commercial bank in Pattaya, Chonburi province 2) banking behavior factors such as the duration of using the commercial bank's services, the number of times services are used per month, and the types of transactions affect the

SPU CHONBURI

satisfaction, repeat service usage, and word-of-mouth in a commercial bank the Pattaya, Chonburi province 3) service quality factors such as responsiveness to needs, confidence in staff, facilities and branch atmosphere, staff attentiveness, and the reliability and safety of the bank affect the satisfaction, repeat service usage, and word-of-mouth in a commercial bank in Pattaya, Chonburi province, and 4) Social influence moderates the relationship between service quality and the satisfaction, repeat service usage, and word-of-mouth in a commercial bank in Pattaya, Chonburi province.

SPU CHONBURI