

**ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชัน TTB Touch ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ  
ลูกค้าธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่**

FACTORS OF QUALITY FOR TTB TOUCH APPLICATION SERVICE AFFECT  
CUSTOMER SATISFACTION AT TMBTHANACHART BANK PUBLIC COMPANY  
LIMITED (TTB) IN CHAINGMAI.

นางสาวศิริพร ห้ามไชยวงศ์

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชัน TTB Touch ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน TTB Touch ของธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่เคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ของลูกค้าในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 314 กลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างหลายขั้นตอน (Multi – stage Random Sampling) จากธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมี 19 สาขาคำนวณหาสัดส่วนประชากรแยกตามรายสาขา การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณผลการวิจัยพบว่าคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 5 ด้าน พบว่า ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ความเชื่อมั่น ในบริการและการตอบสนองต่อความต้องการ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ด้านความเอาใจใส่ในบริการมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 ซึ่งสามารถร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติได้ เป็นร้อยละ 73.30 ระดับคุณภาพการให้บริการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92 และระดับความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83 ส่วนสาเหตุสำคัญที่ทำให้ลูกค้าใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน TTB Touch ธนาคารทหารไทยธนชาติ เลือกใช้บริการเนื่องจาก ข้อมูลสื่อสารสะดวกในการติดต่อกับธนาคารสามารถให้บริการได้ 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 38.9

## ABSTRACT

The purpose of this research was to study customer satisfaction of application service "TTB Touch" in Chiang Mai using financial transaction service via TTB Touch application by using questionnaire as a research tool. Sample group consist of customers who had used financial transaction services via application. Total 314 sample groups by multi-stage random sampling method which has 19 branches to calculate the proportion of population by branch. The data were analyzed using descriptive statistics consisting of frequency, percentage, mean, standard deviation. As for hypothesis testing, coefficient analysis was used. Pearson's Correlation and multiple regression analysis. The results revealed that service quality affects customer satisfaction in using financial transaction services via TTB Touch application in provincial areas in all 5 areas found that the concrete service Reliability confidence in service and response to demand There is a statistically significant level of 0.01, while service attention is statistically significant at 0.1 level, which can jointly predict customer satisfaction in using financial transaction services via the TTB Touch application is 73.30 percent. The level of service quality was found that the overall level was at a high level. The total mean was 3.92 and the customer satisfaction level was found that the overall level was at a high level. The total average was 3.83. The main reasons why customers use financial transactions choose the service because Communication information is convenient for contacting the bank, available 24 hours a day, accounting for 38.9%.

## บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีมีอิทธิพลและมีส่วนสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ให้มีความสะดวกสบายมากขึ้น และสมาร์ตโฟนคือเทคโนโลยีที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้ชีวิตของมนุษย์อย่างมาก จนแทบจะกลายเป็นปัจจัยที่ 5 ในชีวิตมนุษย์ไปแล้ว เพราะในยุคนี้แทบทุกกิจกรรมที่เราทำผูกไว้กับสมาร์ตโฟนทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสาร ดูหนัง ฟังเพลง ธนาคารออนไลน์ และอื่นๆ

ธนาคารทหารไทยธนชาติเป็นสถาบันการเงินแห่งหนึ่งที่มีการมุ่งเน้นพัฒนาเทคโนโลยีให้ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงของยุคปัจจุบัน โดยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและให้บริการทางการเงิน ซึ่งปัจจุบันธนาคารทหารไทยธนชาติได้มีการ

พัฒนาแอปพลิเคชัน หลังจากมีการความร่วมมือกิจการระหว่างธนาคารสำหรับให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยใช้ชื่อว่า TTB Touch ให้สามารถใช้งานได้ง่ายขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นการพัฒนาแอปพลิเคชัน TTB Touch ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษเกี่ยวกับ “ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชัน TTB Touch ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารทหารไทยชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่”

### วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชัน TTB Touch ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารทหารไทยชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

### สมมติฐานทางการวิจัย

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชัน TTB Touch ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารทหารไทยชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

### ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชัน TTB Touch ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารทหารไทยชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีการกำหนดตัวแปรในการศึกษา ดังนี้

- 1) ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
- 2) ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย
  - 2.1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)
  - 2.2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)
  - 2.3) ความเชื่อมั่นในบริการ (Assurance)
  - 2.4) การตอบสนองต่อความต้องการ (Responsiveness)
  - 2.5) ความเอาใจใส่ในบริการ (Empathy)
- 2) ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการ

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน TTB Touch

ขอบเขตด้านระยะเวลาผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ระหว่างเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2564

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

นิตยภัทเวช (2553: 18) คุณภาพการบริการเป็นการคาดหวังขั้นพื้นฐานของ ลูกค้าที่ธนาคารต้องตอบสนองให้ได้ซึ่งเกณฑ์ที่ลูกค้าใช้วัดคุณภาพการบริการลูกค้า ซึ่งวัดจากสิ่งที่มองเห็นได้ในการบริการ ความเชื่อถือได้ การตอบสนองการรับประกันและการเอาใจใส่ลูกค้า มักคาดหวังว่าอย่างน้อยจะต้องได้รับเท่ากับที่เขาคาดหวัง หากคุณภาพของบริการต่ำกว่าเกณฑ์ที่ลูกค้าหวังไว้ลูกค้าจะมองหาบริการจากคู่แข่งชั้นของธุรกิจในการแก้ไขปัญหาครั้งต่อไป

- 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ชาญณรงค์ โชคบำรุงสุข (2552: 23) เนื่องจากบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีลักษณะทาง กายภาพที่สามารถจับต้องได้ ลูกค้าจึงใช้สภาวะแวดล้อมทางกายภาพที่มีตัวตนอยู่ในบริเวณรอบๆ ของการบริการในการวัดคุณภาพบริการลักษณะความเป็นรูปธรรมที่สามารถจับต้องได้ โดยเน้นที่อุปกรณ์เครื่องมืออำนวยความสะดวกทางวัตถุที่ใช้ในการให้บริการต้องมีมาตรฐานและความพร้อมที่จะใช้งานบริการดังต่อไปนี้
- 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) อรวีภา นิตยภัทเวช (2553: 18) คือ มุมมองที่ลูกค้าดูจากความสามารถในการส่งมอบ บริการของพนักงานในการให้บริการได้ตามที่ได้สัญญาไว้กับลูกค้าอย่างน่าเชื่อถือโดยมีการใช้งานหน้าจอและรูปแบบของเว็บไซต์ได้ถูกต้องตรงตามเวลาที่ตกลงกันได้ สามารถแสดงที่จะแสดงผลงานการบริการให้ได้อย่างที่โฆษณาไว้และมีความถูกต้องแม่นยำทุกครั้งไม่เกิดความผิดพลาด บุคลากรมีความเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี
- 3 ความเชื่อมั่นในบริการ (Assurance) อรวีภา นิตยภัทเวช (2553: 18) ด้านความเชื่อมั่นในการบริการจะมองที่ความสามารถของระบบการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารที่ปราศจากความเสี่ยงอันตรายตลอดจนความสามารถในการให้บริการเพื่อนำความน่าเชื่อถือและความมั่นใจมาสู่ลูกค้าซึ่งรวมถึงสถานภาพในตัวผู้ให้บริการ

- 4 การตอบสนองต่อความต้องการ (Responsiveness) อรวิกา นิตยันทเวช (2553: 19) คือ การมุ่งมั่นเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าการ ให้บริการอย่างรวดเร็วฉับไวและพร้อมให้บริการเสมอ ซึ่งสะท้อนถึงการเตรียมการของธนาคาร ในการให้บริการแก่ลูกค้าโดยประเด็นที่ใช้ประเมิน
- 5 ความเอาใจใส่ในบริการ (Empathy) สุรวีทย์ ไชยประทุม (2554: 24) คือ ธนาคารต้องทำการเอาใจใส่ความต้องการของ ลูกค้าและให้บริการทั้งก่อนการให้บริการ ระหว่างการให้บริการและหลังบริการ

#### ความพึงพอใจในการใช้บริการ

1) ด้านประสิทธิภาพในการใช้บริการ ประเดิมชัย คงสุวรรณ (2548 : 26) การสร้างความพึงพอใจใช้บริการธนาคารผ่าน อินเทอร์เน็ตอย่างมีประสิทธิภาพและประทับใจผู้รับบริการ สำหรับผู้ทำหน้าที่เกี่ยวกับการ ให้บริการ มีดังนี้ การให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ และประทับใจผู้รับบริการสำหรับผู้ทำหน้าที่เกี่ยวกับการให้บริการ

2) ด้านคุณค่าในการใช้บริการ Anton and Petouhoff (2002) ระดับของความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความ แตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล การคาดหวังของบุคคลเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อส่วน ผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่มเกิดจากการผลิตและการตลาดรวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่างๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวมคุณค่าเกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขันคุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้าคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าเป็นผลรวมของผลประโยชน์หรืออรรถประโยชน์จากผลิตภัณฑ์หรือบริการใดบริการหนึ่งคุณค่าผลิตภัณฑ์พิจารณาจากความแตกต่างทางการแข่งขัน

3) ด้านข้อมูลสื่อสารในการใช้บริการ ชาติชายลิขิตธนาคม (2553: 20) ได้ให้ทัศนะในเรื่องนี้ว่าความพึงพอใจในการสื่อสาร ขึ้นอยู่กับสิ่งที่บุคคลได้มาเปรียบเทียบกับสิ่งที่บุคคลต้องการความพึงพอใจไม่ควรผูกอยู่กับ ความมีประสิทธิภาพของข่าวสารใดๆ ถ้าหากว่าการติดต่อสื่อสารเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจการติดต่อสื่อสารจะเกิดขึ้นเราอาจจะรู้สึกต้องการข่าวสารบางอย่าง หรือเสนอ ข่าวสารตามแนวทางบางอย่างของเรา เมื่อข่าวสารถูกสื่อสารตามแนวทางที่สอดคล้องกับความรู้สึกของเรา เราจะมี ความพึงพอใจในการรับบริการ

4) ด้านความสะดวกในการใช้บริการ Aday and Andersen (1975) ศึกษาโดยการสอบถามผู้รับบริการว่าสิ่งผู้รับบริการต้องการและหากได้สิ่งนั้นจะทำให้เกิดความพึงพอใจมีอะไรบ้างจากคำตอบที่ได้นำมาจัดกลุ่ม

5) ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการ จากการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดที่เกี่ยวข้องดังที่กล่าวข้างต้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึง นำมากำหนดเป็นตัวแปรตามได้บูรณาการแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการจากทฤษฎีของ Aday and Anderson (1975) งานวิจัยของรุ จี ศรี อ่อนดี (2549) และงานวิจัยของ ปราโมทย์ เหล่างาม (2548) โดยมีตัวแปรตาม 5 มิติ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปราโมทย์เหล่างาม (2548) ได้ทำการศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านการทำธุรกรรมของฝ่ายสินเชื่อธนาคารออมสินสาขาศรียานมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านการทำธุรกรรมของฝ่ายสินเชื่อธนาคารออมสิน สาขาศรียาน จากการศึกษพบว่า 1) ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.15 อายุ 21 – 40 ปี ร้อยละ 33.04 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 40.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 60.91 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 41.21 2) ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านการทำธุรกรรมของฝ่ายสินเชื่อธนาคารออมสิน สาขาศรียาน ในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจมากเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาด้านรวดเร็วเป็น อันดับที่ 2 ลูกค้าที่ความพึงพอใจ ระดับมากด้านกระบวนการบริการ ด้านข้อมูลและประชาสัมพันธ์ด้านเอกสาร และด้านสถานที่ บริการตามลำดับ 3) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้ใช้บริการเพศอายุระดับการศึกษา รายได้ เฉลี่ยต่อเดือนและอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านการทำธุรกรรมของฝ่ายสินเชื่อธนาคารออมสิน สาขาศรียานไม่แตกต่างกัน

รุ จีศรี อ่อนดี (2549) ได้ทำการศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาสิริราช จากการศึกษพบว่า ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาสิริราช จำแนก คุณลักษณะพบว่า ผู้ใช้บริการที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่แตกต่างกัน

นปภา พลธิภูมิ (2551) ได้ทำการศึกษาถึงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์(ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ในเขตกรุงเทพมหานครจากการศึกษา พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชช และธนาคารซีทีแบงก์ในระดับพึงพอใจทั้งด้านการให้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้, ด้านคุณค่าการให้บริการโดยรวม และด้านความพึงพอใจโดยรวม โดยลูกค้ำส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการในด้านการให้บริการ โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้และด้านความพึงพอใจโดยรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สุวัชรพิภพเกษมาศ(2552) ได้ทำการศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ำที่มีประเภทที่ใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการบริการ และด้านพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และลูกค้ำที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

พรพรรณ ช่างงานเนียม (2553) ได้ทำการศึกษาถึงลักษณะบุคคลความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของลูกค้ำธนาคารในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ผ่านโทรศัพท์มือถือด้านความถี่ในการเช็คยอดเงินมีความสัมพันธ์กับ อายุ การศึกษา อาชีพ ความพึงพอใจในส่วนของการบริการด้านคุณค่าที่ลูกค้ำได้รับความพึงพอใจในส่วนจากระบบด้านรูปแบบทางกายภาพและด้านความปลอดภัย พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือด้านความถี่ในการโอนเงินมีความสัมพันธ์กับอาชีพรายได้ความพึงพอใจในส่วนของการบริการด้านต้นทุนความพึงพอใจในส่วนจากระบบด้านรูปแบบทางกายภาพและด้านความปลอดภัยและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านความถี่ในการเติมเงินโทรศัพท์มือถือมีความสัมพันธ์กับอายุ การศึกษารายได้ความพึงพอใจในส่วนของการบริการด้านคุณค่าที่ลูกค้ำได้รับต้นทุนการติดต่อสื่อสารความพึงพอใจในส่วนจากระบบด้านรูปแบบทางกายภาพและด้านความปลอดภัย

สุรวีทย์ ไชยประทุม (2554) ได้ทำการศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด จากการศึกษาพบว่าคุณภาพการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาร้อยเอ็ดมีระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง เพื่อให้ระดับคุณภาพของการให้บริการเพิ่มขึ้นเป็นระดับมากหรือมากที่สุด ดังนั้นธนาคารควรมีนโยบายที่จะ

เป็นสถาบันทางการเงินที่ดำเนินการด้วยความมั่นคงและมีความยั่งยืนด้วยคุณภาพครอบคลุมพื้นที่ส่วนภูมิภาค สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ต่างๆ ที่แตกต่างกันได้ ส่งเสริมบุคลากรอย่างต่อเนื่องเพื่อเสริมสร้างศักยภาพขององค์กร และรองรับการให้บริการหลากหลายทันสมัยอย่างมีคุณภาพพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจไปสู่วิสาหกิจชุมชนพึ่งพาตนเองและเพิ่มมูลค่าของสินค้า รวมทั้งเพิ่มผลผลิตส่วนผสมผสานภูมิปัญญาไทย

### วิธีดำเนินงาน

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชัน TTB Touch ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารทหารไทยชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ มีวิธีดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้ 1. กำหนดขั้นตอนในการศึกษาวิจัย 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 4. แหล่งที่มาของข้อมูลและวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (DESCRIPTIVE STATISTICS) การแจกแจงความถี่ และ อัตราร้อยละ

2. สถิติเชิงอนุมาน (INFERENTIAL STATISTICS) ค่าสถิติพื้นฐาน อาทิ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนจากมาตรฐาน

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (MULTIPLE REGRESSION ANALYSIS:MRA) โดยใช้วิธีแบบ ENTER เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (DEPENDENT VARIABLE) หนึ่งตัวแปร และตัวแปรอิสระ (INDEPENDENT VARIABLE) ตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไป

### ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- ลูกค้าใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน TTB TOUCH ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.2
- มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี ร้อยละ 55.6
- ระดับการศึกษาลูกค้าใช้บริการส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 66.7



- ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 34.6
- รายได้ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 37.3

ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน TTB TOUCH

คุณภาพการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.89	0.89	มาก
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	3.98	0.86	มาก
3. ด้านความเชื่อมั่นในบริการ	3.94	0.87	มาก
4. ด้านการตอบสนองต่อความต้องการ	3.91	0.87	มาก
5. ด้านความเอาใจใส่ในบริการ	3.90	0.89	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.92</b>	<b>0.87</b>	<b>มาก</b>

คุณภาพการให้บริการในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน ธนาคารอินเทอร์เน็ต จากตารางพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $X = 3.92$ , S.D. = 0.87) โดยเมื่อพิจารณารายคุณลักษณะ พบว่าด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมาก ( $X = 3.98$ , S.D.=0.86) รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่นในบริการอยู่ในระดับมาก ( $X = 3.94$ , S.D. = 0.87) และด้านการตอบสนองต่อความต้องการอยู่ในระดับมาก ( $X = 3.91$ , S.D. = 0.87) และน้อย ที่สุด คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการอยู่ในมาก ( $X = 3.89$ , S.D. =0.89)

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน TTB

ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
1. ด้านประสิทธิภาพ	3.77	0.92	มาก
2. ด้านคุณค่า	3.84	0.95	มาก
3. ด้านข้อมูลสื่อสาร	3.89	0.93	มาก
4. ด้านความสะดวก	3.83	1.00	มาก
5. ด้านความปลอดภัย	3.82	0.93	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.83</b>	<b>0.95</b>	<b>มาก</b>

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน TTB touch จากตารางพบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $X = 3.83$ , S.D. = 0.95) โดยเมื่อพิจารณาคุณลักษณะรายด้าน พบว่า ด้านข้อมูลสื่อสารอยู่ในระดับมาก ( $X = 3.89$ , S.D.

=0.93) รองลงมาคือ ด้านความสะดวกอยู่ในระดับมาก ( $X = 3.83$ , S.D. = 1) และน้อยที่สุดคือ ด้านประสิทธิภาพอยู่ในมาก ( $X = 3.77$ , S.D. =0.92)

### อภิปรายผล

ปัจจัยด้านคุณภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน *TTB touch* ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการความเชื่อถือไว้วางใจความเชื่อมั่นในบริการ การตอบสนองต่อความต้องการ และความเอาใจใส่ในบริการ

### ข้อเสนอแนะ

- 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ธนาคารควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงข้อมูลการบริการเว็บไซต์ให้มีความทันสมัยเสมอ สวยงาม ดึงดูดความสนใจ มีรูปแบบการให้บริการที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน และควรมีการบริการ หลังการขายที่ดี
- 2) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ปัจจุบันผู้ใช้บริการมีความต้องการที่หลากหลายธนาคารควรมีการรองรับการให้บริการที่เพิ่มขึ้นโดยควรปรับปรุงพัฒนาระบบบริการให้สามารถใช้งานได้ตามที่กำหนดไว้ให้มีการส่งเสริมโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการใช้บริการเพื่อทำให้ลูกค้าทราบถึงการให้บริการเว็บไซต์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาการเปรียบเทียบการรับรู้ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการแอปพลิเคชัน *TTB TOUCH* ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

กฤติยา จงเรืองทรัพย์. (2553). ความคาดหวังและการรับรู้ คุณภาพการบริการที่สัมพันธ์มี

ต่อภาพลักษณ์ของร้านเซเว่นอีเลฟเว่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์.

ธุรกิจมหาบัณฑิต. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพา.

กัญญาภัทร จันทรโพธิ์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของ

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลพลาซ่า จังหวัดขอนแก่น.

วิทยานิพนธ์.เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

คณิต ไชยมุทร์. (2546). **สถิติพื้นฐาน**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์นำฝน จำกัด.

ชาญณรงค์โชคบำรุงสุข. (2552). **ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพของการบริการและความภักดีต่อการบริการในธุรกิจร้านยา ในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์. ธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ชาติชาย ลิขิตธนาคม. (2553). **ทัศนคติพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (สำนักงานใหญ่)**. สารนิพนธ์. ธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน). (2565). **ข้อมูลสถิติฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ด้านการเปิดให้บริการแอปพลิเคชันในเขตจังหวัดเชียงใหม่**. ค้นเมื่อ ธันวาคม 2565.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). **สถิติมูลค่าชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินและช่องทางต่าง ๆ**. ค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2565. จาก <http://www2.bot.or.th>.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2543). **การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน ในพิสมัย จารุจิตติ (บก.)**. การวิจัยปฏิบัติการของครู. มปท.

นปภา พิสิฐมุกดา. (2551). **การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารซีทีแบงก์ในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์. ธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นันทวรรณ ปกรฤกษ์. (2553). **การประเมินคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด(มหาชน) สาขาเชียงราย**. วิทยานิพนธ์. ธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงราย: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

บริษัททุ่งแจ้ง. (2548). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์. ธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุญใจ ศรีสถิตย์นรากร. (2550). ระเบียบวิธีการวิจัย: แนวทางปฏิบัติสู่ความสำเร็จ. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : ยูแอนด์ไอ อินเทอร์เน็ตมีเดีย.

ประเดิมชัยคงสุวรรณ. (2548). ความพึงพอใจของลูกค้าทั่วไป และองค์กรธุรกิจที่มีผลกระทบต่อการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารกรุงศรีอยุธยา : ศึกษากรณีสาขาบริเวณพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมในจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์. ธุรกิจมหาบัณฑิต. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

ปราโมทย์ เหล่างาม. (2550). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านการทำธุรกรรมของฝ่ายสินเชื่อธนาคารออมสิน สาขาศรียาน. วิทยานิพนธ์. ธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ปิยะฉัตร ทองนาค. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อความเสี่ยงในการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

พรพรรณ ช่างงานเนียม. (2553). ลักษณะบุคคล ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ(Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์. ธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พลฤทธิ จิระเสวี. (2550). การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาล ดา หูคอจมูก. วิทยานิพนธ์. ธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

พีรภัทร ฝอยทอง. (2553). ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์. นิติศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ภาภรณ์ น้าว้า และสิริวิมล วันทอง. (2550). ความพึงพอใจของผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลด่านมะขามเตี้ย อำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัดกาญจนบุรี. สารนิพนธ์. วิทยาศาสตร์บัณฑิต. นครปฐม : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

ภาวสุ สิริสิงห์. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่Éมีต่อคุณภาพการ

ให้บริการของห้องสมุดมารวย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. สารนิพนธ์  
ธุรกิจมหาบัณฑิต.

กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

มัญชุตา กิ่งเนตร. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารบน

อินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขต

กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรังสิต.

รวีวรรณ ตั้งศิริเจริญ. (2549). การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของลูกค้าธนาคารต่อการ

ใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ ศึกษาเฉพาะกรณี  
ธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้แบงกิงคอร์ปอเรชั่น จำกัด สาขาประเทศไทย.

สารนิพนธ์ธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

รุจี ศรีอ่อนดี(2549). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ธนาคารไทย

พานิชย์จำกัด (มหาชน) สาขาสิริ. วิทยานิพนธ์. ธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

วัชระ ตียปรี ษา. (2553). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ บริการธนาคารทาง

อินเทอร์เน็ต(K – Cyber Banking) ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขา  
ถนนเจริญเมืองจังหวัดเชียงใหม่.วิทยานิพนธ์. ธุรกิจมหาบัณฑิต.

เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

วาสนา แสนโภคทรัพย์. (2553). ความพึงพอใจของนิสิตต่อบริการของหน่วยทะเบียนและ

ประเมินผลคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นักวิชาการศึกษา 6 หน่วยทะเบียนและประเมินผล คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศรันญา มงคลครุฑ. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ของผู้รับมอบที่มีต่อ

ความสำเร็จในการบริการของศูนย์ขนส่ง ยานและเวชภัณฑ์. สารนิพนธ์. ธุรกิจ

มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ :มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศศิธรเลิศล้ำ. (2551). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการแผนกผู้ป่วย

นอกโรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท. สารนิพนธ์. ธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศรินทิพย์ คล่องพยาบาล. (2551). ความพึงพอใจและประสิทธิภาพในการทำงานของ

บริษัททีสโก้ จำกัด (มหาชน) ส่วนงานควบคุมและบริหารสินเชื่อรายย่อย.

สารนิพนธ์. ธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สมชาย ภูแก้ว. (2553). การผลิตและเผยแพร่รายการคุยเฟื่องเรื่องเกษตรทางสถานี

วิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตร. เอกสารประกอบการประเมินบุคคลเพื่อแต่งตั้งให้  
ดำรงตำแหน่งนักวิชาการเผยแพร่ ชำนาญการพิเศษ ตำแหน่งเลขที่ 814

สถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตรกรมส่งเสริมการเกษตร. กรมส่งเสริมการเกษตร.

สมวงศ์ บำรุงรส. (2551). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อ

โครงการสวัสดิ์เงินกู้แก่สมาชิก ช.พ.ค.ธนาคารออมสิน สาขานนทบุรี.

วิทยานิพนธ์. ธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

สุชาดา บัวทองสุข. (2553). ปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ

ธนาคารอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอ

สามพรานจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์. ธุรกิจมหาบัณฑิต. นครปฐม :

มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุพรรณนภา ธรรมมา. (2551). คุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขา

อัญประเทศจังหวัดสระแก้ว. วิทยานิพนธ์. ธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยบูรพา

สุรวิทย์ ไชยประทุม. (2554). คุณภาพการให้บริการของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด

(มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด. วิทยานิพนธ์. ธุรกิจมหาบัณฑิต. กภาพสินธุ์:

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

สุวัชรวิทย์ฤกษ์มาศ. (2552). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคาร

สงเคราะห์สาขาสุขุมวิท. สารนิพนธ์.ธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุวิสา สุรังสิมันต์กุล. (2551). ความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการทางอินเทอร์เน็ตของธนาคาร

ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์.

ธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อรวิกา นิตยน์นทเวช. (2553). ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการด้านเงินฝาก

ธนาคารนครหลวงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา:

ธนาคารนครหลวงไทย.วิทยานิพนธ์. ศิลปศาสตร์บัณฑิต. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อภิัญญา ภัทราพรพิสิฐ. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงไทย

จำกัด(มหาชน) สาขาถนนแสงชูโต จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์. ธุรกิจ

มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อุไรวรรณ จันท์จเริญวงษ์, ธีรชนิกษ์ศิริโหวหารและมิ่งเทพนครเมือง. (2555). คุณภาพการการ

บริการให้บริการธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.

วารสารวไลยอลงกรณ์ ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2555.

บัณฑิตวิทยาลัย. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

