

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการเครื่อง เอ.ที.เอ็ม ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ 2) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเครื่อง เอ.ที.เอ็ม 3) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเครื่อง เอ.ที.เอ็ม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า 4) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเครื่อง เอ.ที.เอ็ม จำแนกตามพฤติกรรมของลูกค้า กลุ่มตัวอย่างได้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการเครื่อง เอ.ที.เอ็ม ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ จำนวน 250 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test, F-test และ LSD.

ผลงานวิจัยพบว่า

1. จากการศึกษากฎบัตรของลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการเพราะเป็นผู้ถือบัตรเอ.ที.เอ็มของธนาคาร ร้อยละ 72.40 มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อการถอนเงิน ระยะเวลาในการใช้บริการเครื่อง เอ.ที.เอ็มคือ 2 นาที และช่วงเวลาที่มาใช้บริการส่วนมาก อยู่ระหว่างเวลา 16.01-19.00 น.

2. ลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้บริการโดยภาพรวมมากทุกด้าน แต่เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจด้านบริการเสริมอยู่ในระดับปานกลาง

3. เมื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่าลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีระดับความพึงพอใจด้านความถูกต้อง และด้านบริการเสริมแตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ ด้านความสะดวกรวดเร็ว ด้านความถูกต้อง และด้านบริการเสริมแตกต่างกัน

4. เมื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการจำแนกตามพฤติกรรมพบว่าลูกค้าที่มีเหตุผลในการใช้บริการต่างกันมีระดับความพึงพอใจในด้านความถูกต้อง และด้านบริการเสริมแตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การใช้บริการที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่ และด้านความถูกต้องแตกต่างกัน สำหรับลูกค้าที่ใช้ระยะเวลาในการกดเครื่อง เอ.ที.เอ็มแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมทุกด้านแตกต่างกัน และช่วงระยะเวลาที่ใช้บริการต่างกัน ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่ ด้านความสะดวกรวดเร็ว และด้านบริการเสริมแตกต่างกัน

The research aimed to: 1) Study the customers' behavior in using the ATM at the Head Office of the Bank of Ayudhaya Co., Ltd.; 2) Study levels of the customers' satisfaction; 3) Compare levels of the customers' satisfaction, classified according to their personal factors; and 4) compare levels of the customers' satisfaction, classified by their behaviors. The sample group consisted of 250 customers using the ATM at the Bank. The research tool was a questionnaire. Statistical analysis was performed using percentages, arithmetic means, standard deviation, t-test, F-test and LSD.

The findings are indicated as follows:

1. According to the customer's behaviors, 45.20 percent of them used the ATM because of possessing the ATM cards. 72.40 percent used the ATM to withdraw money. Average time of waiting in the queues was 2 minutes, and most of them used the ATM services during 04.01 pm. - 07.00 pm.
2. The customers' satisfaction as a whole was at the high levels. When each aspect was analyzed, it was revealed that the customers were satisfied with special services at moderate levels
3. Regarding the comparison of the customers' satisfaction classified according to their personal factors, it was found that differences in the customers' ages related to differences in their satisfaction toward accuracy and special services. Whilst differences in the customers' education levels, occupations and incomes caused differences in their satisfaction toward location, convenience, accuracy and special services.
4. In respect to the comparison of the customers' satisfaction classified by their behaviors, it was indicated that differences in the customers' reasons to use the ATM related differences in their satisfaction on accuracy and special services. Differences in the customers' objectives in using the services caused differences in their satisfaction toward location, and accuracy. Differences in the customers' time of waiting in the queues related to differences in their satisfaction toward all aspect, and differences in the customers duration of using the ATM services related to differences in their satisfaction toward location, convenience and special services.