

ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด
(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาवरจักร

สารนิพนธ์
ของ
นางสาวฉันทนา จารูวร

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม 2546

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

332.175

พ 254ค

ร.3

ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยธนุ
จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาवरจักร

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวฉันทนา จารูวร

2

๒-2 ก.ค. 2546

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม 2546

๒ ๒๒32๙4

ฉันทนา จารูว (2546).ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาจักร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ).

กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์สมชาย หิรัญกิตติ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารโดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ รวมทั้งศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของลูกค้าธนาคารกับพฤติกรรมการมาใช้บริการของลูกค้า โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาจักร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 369 คน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การคำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การวิเคราะห์การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ การหาค่าไคสสแควร์ และ การหาความสัมพันธ์โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาจักร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อายุระหว่าง 31 - 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคารระหว่าง 1 - 2 ปี และเคยใช้บริการของธนาคารกรุงเทพมาก่อนจำนวนมากที่สุด เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจในการรับบริการจากธนาคาร พบว่า ความพึงพอใจในการรับบริการจากธนาคารโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในการรับบริการจากธนาคารในระดับมากที่สุดในด้านพนักงานและการต้อนรับ และ ด้านสถานที่ประกอบการ ส่วนด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากโดยส่วนใหญ่ลูกค้ามาใช้บริการเกี่ยวกับเงินฝาก มาใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการคือ 9.30-12.00น. และใช้บริการในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)

ทั้งนี้ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ว่า

1. ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการของธนาคารโดยรวมแตกต่างกัน
2. ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการของธนาคารโดยรวมแตกต่างกัน
3. ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการของธนาคารโดยรวมแตกต่างกัน
4. ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการของธนาคารโดยรวมไม่แตกต่างกัน

5. ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการของธนาคารโดยรวมแตกต่างกัน
6. ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าธนาคารแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการของธนาคารโดยรวมแตกต่างกัน
7. ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีประสบการณ์ในการรับบริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการของธนาคารโดยรวมไม่แตกต่างกัน
8. ความพึงพอใจในการรับบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการมีดังนี้
 - 8.1 ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการด้านสินเชื่อและด้านเงินฝาก
 - 8.2 ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านความถี่ในการรับบริการ
 - 8.3 ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านระยะเวลาที่ใช้บริการ
 - 8.4 ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านผู้มีส่วนในการตัดสินใจ
 - 8.5 ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับการมาใช้บริการในอนาคต
 - 8.6 ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับการบอกกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการ

CUSTOMER SATISFACTION AND BEHAVIOR TOWARD SERVICES OF THE DBS
THAI DANU BANK PUBLIC COMPANY LIMITED WORACHAK BRANCH
IN BANGKOK METROPOLITAN AREA

AN ABSTRACT
BY
MISS CHANTANA JARUVORN

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration degree in Administration
at Srinakharinwirot University

May 2003

Chantana Jaruvorn. (2003). *The Study of Satisfaction and behavior toward services of The DBS Thai Danu Bank Public Company limited in Worachak, Bangkok Metropolitan Area*. Master Project, M.B.A. (Management). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee; Assoc. Prof. Somchai Hirankitti.

The purpose of this research want to study the customers satisfaction and behavior toward Service of The DBS Thai Danu Bank Public Company limited in Worachak, Bangkok Metropolitan Area and usage of factors relating in five aspects: Staff and reception, places, convenience, data's service and time, with the comparison's study of the related of the customer satisfaction and the behavior.

The sample of this research were 369 customer of The DBS Thai Danu Bank Public Company limited in Worachak, Bangkok Metropolitan Area. A questionnaire was constructed and used as a tool to collect data. While statistical values used in information analysis were of percentage, mean, standard deviation, Chi-Square and Pearson Correlation. If we found the significant difference, we will test that pair difference by LSD (Least Significant Difference).

The research related that:

Most of DBS's customer were male with their ages were between 31-40 years old, having their education in bachelor degree, were working as the employees in the private enterprises with the income of higher than 50,001 baht per month, used to be DBS' customer 1-2 years customer and used to be BBL customer.

In all aspect, the customers of DBS were satisfied with the bank services at the satisfaction level with the high average mean. For the aspect of staff and reception, place customers were satisfied with the highest average mean. For the aspect of data's service, convenience, time customers were satisfied with high average mean. For the aspect of data's service, convenience, time customers were satisfied with high average mean. Most of DBS's customer used the deposit services, 1-3 times a week, during 9.30-12.00 on weekday (Monday-Friday)

From the Hypotheses:

The analysis and comparison of the DBS, customer satisfaction, classifying in accordance with the demography showed that

1. The difference of sexes were having the effects against the satisfaction of DBS's customer at different level.
2. The difference of ages were having the effects against the satisfaction of DBS's customer at different level.
3. The difference of educational level were having the effects against the satisfaction of DBS's customer at different level.

4. The difference of occupation were having the effects against the satisfaction of DBS's customer at different level.

5. The difference of incomes were having the effects against the satisfaction of DBS's customer at different level.

6. The different of time to be DBS's customer were having the effects against the satisfaction of DBS's customer at different level.

7. The different of experience to DBS's customer were having effects against the satisfaction of DBS's customer at different level.

8. The customer satisfaction and the behavior of the customers of DBS's were related in the same direction:

8.1 The customer satisfaction in all aspect of services had related in the behavior of Loans and Deposits.

8.2 The customer satisfaction in all aspect of services had no related in the behavior of using frequency.

8.3 The customer satisfaction in all aspect of services had no related in the behavior of spending times.

8.4 The customer satisfaction in all aspect of services had related in the behavior of customers' decider.

8.5 The customer satisfaction in all aspect of services had related in future business.

8.6 The customer satisfaction in all aspect of services had no related in telling others customer to use DBS's service.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้พิจารณาสาร
นิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ สมชาย หิรัญกิตติ)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์ สมชาย หิรัญกิตติ)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรกวิน)

วันที่.....9..... เดือน พฤษภาคม พ.ศ.2546

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ดี เนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากรองศาสตราจารย์ สมชาย หิรัญภิตติ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่านับตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ในการให้คำปรึกษาแนะนำที่มีคุณค่า ช่วยเหลือ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการทำวิจัยอย่างดียิ่ง ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา อาจารย์ภาควิชาสังคมศาสตร์ ที่กรุณาเป็นกรรมการเพิ่มเติมในการสอบสารนิพนธ์ และให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องอันเป็นประโยชน์

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา อาจารย์ภาควิชาสังคมศาสตร์ ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ และให้คำแนะนำในการทำวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน เพื่อน ๆ นิสิตทั้งนี้รวมไปถึงเจ้าหน้าที่ในมหาวิทยาลัยทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก เป็นห่วงเป็นใยเฝ้าถามความก้าวหน้าและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาอันยิ่งใหญ่ของ บิฑามารดา สามี และบุตร ผู้ให้ความหวัง กำลังใจ ความเมตตา ความห่วงใย และสนับสนุนให้ได้รับการศึกษาเป็นอย่างดีมาโดยตลอด รวมทั้งพระคุณของครู อาจารย์ทุกท่านที่ได้สั่งสอน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชา ความรู้ อันเป็นพื้นฐานสำคัญทำให้เกิดผลสำเร็จในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้

ฉันทนา จารูร

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	1
	ภูมิหลัง	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
	ความสำคัญของการวิจัย	2
	ขอบเขตของการวิจัย	2
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	2
	ตัวแปรที่ศึกษา.....	3
	นิยามศัพท์เฉพาะ	4
	กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	6
	สมมติฐานในการวิจัย.....	6
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
	แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	7
	ความหมายของความพึงพอใจ	7
	ขอบข่ายของความพึงพอใจ.....	11
	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ.....	12
	ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	12
	ทฤษฎีความคาดหวัง.....	13
	ทฤษฎีด้านลูกค้าสัมพันธ์	14
	แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ	17
	ทฤษฎีการเรียนรู้เกี่ยวกับการบริการ.....	18
	ทฤษฎีพฤติกรรม.....	19
	ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค.....	19
	ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมที่มีเหตุผล	20
	ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมที่เกิดจากอารมณ์.....	20
	ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน).....	20
	ประวัติของธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน)และสาขาธุรกิจ.....	20
	ผลิตภัณฑ์และบริการด้านเงินฝากและอื่น ๆ ของธนาคาร.....	27
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ	31
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ	33

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	วิธีดำเนินการวิจัย
	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง..... 35
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 36
	การหาคุณภาพของเครื่องมือ..... 37
	การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 38
	การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล..... 38
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 43
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล..... 43
	การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 43
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 99
	ความมุ่งหมาย ความสำคัญ และสมมติฐาน..... 99
	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า..... 100
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า..... 100
	การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล..... 101
	สรุปผลการศึกษาค้นคว้า..... 102
	อภิปรายผล..... 106
	ข้อเสนอเกี่ยวกับงานวิจัย..... 109
	ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป..... 111
บรรณานุกรม	 112
ภาคผนวก.....	115
	ภาคผนวก ก แบบสอบถาม..... 116
	ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ..... 122
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	125

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม.....	44
2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร ๕เป็นรายด้าน.....	47
3 แสดงค่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคาร จำแนกตามความพึงพอใจด้าน พนักงานและการต้อนรับโดยรวมและรายข้อ.....	48
4 แสดงค่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคารฯ จำแนกตามความพึงพอใจด้าน สถานประกอบการโดยรวมและรายข้อ.....	49
5 แสดงค่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคาร จำแนกตามความพึงพอใจด้าน ความสะดวกที่ได้รับโดยรวมและรายข้อ.....	50
6 แสดงค่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคาร จำแนกตามความพึงพอใจด้าน ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ โดยรวมและรายข้อ	51
7 แสดงค่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคาร จำแนกตามความพึงพอใจด้าน ระยะเวลาในการดำเนินการ โดยรวมและรายข้อ	52
8 แสดงค่าพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำแนกตามประเภทบริการที่ใช้ บริการที่สาขาवरจักร	54
9 แสดงค่าพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำแนกตามความถี่ที่มาใช้บริการ ที่สาขาवरจักร.....	54
10 แสดงค่าพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำแนกตามช่วงเวลาที่มาใช้ บริการที่สาขาवरจักร	55
11 แสดงค่าพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำแนกตามวันที่มาใช้บริการที่ สาขาवरจักร.....	55
12 แสดงค่าพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจใช้บริการ.....	56
13 แสดงค่าพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำแนกตามการกลับมาใช้ บริการในอนาคต.....	56
14 แสดงค่าพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำแนกตามพฤติกรรมการบอก ต่อผู้อื่นให้มาใช้บริการกับธนาคาร.....	57
15 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ระหว่างเพศชายและ เพศหญิง.....	57
16 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารเป็นรายด้าน ระหว่างเพศชาย และเพศหญิง.....	58
17 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ระหว่างลูกค้าที่มีอายุ แตกต่างกัน.....	59

บัญชีตาราง (ต่อ)[illegible]

บัญชีตาราง (ต่อ)

[illegible]

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
52 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการด้านเงินฝาก.....	90
53 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการตู้നിറယ.....	90
54 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการชำระค่าสาธารณูปโภค.....	91
55 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการด้านต่างประเทศ.....	92
56 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมในเรื่องความถี่ในการรับบริการ.....	92
57 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมในเรื่องระยะเวลาที่ใช้บริการ.....	94
58 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมในเรื่องผู้มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการ.....	95
59 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมมาใช้บริการในอนาคต.....	96
60 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมเรื่องการบอกกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการ.....	97

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 ภาพการเรียนรู้สิ่งเร้า.....	18
2 ภาพอิทธิพลของความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาใช้บริการ.....	19
3 ภาพอิทธิพลของความไม่พึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มจะไม่กลับมาใช้บริการ.....	19

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ธุรกิจของธนาคารพาณิชย์เป็นภาคธุรกิจที่มีความสำคัญและมีบทบาทอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจของประเทศ เพราะเป็นแหล่งของเงินฝากตลอดจนเป็นแหล่งของเงินทุนสำหรับการกู้ยืมให้กับนักลงทุนเป็นแหล่งบริการทางด้านการค้า การเงินทั้งในประเทศและระหว่างประเทศเฉพะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบันที่โลกก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ หรือการเป็นโลกไร้พรมแดนทำให้โลกทั้งโลกกลายเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันผู้บริหารและพนักงานทุกคนไม่ว่าจะมีหน้าที่การงานในด้านใดก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงพ้นไปจากงานบริการได้เพราะงานบริการได้เกิดขึ้นได้ทุกกรณี เมื่อผู้บริหารและพนักงานสำนึกรับผิดชอบว่าการบริการเป็นงานส่วนหนึ่งที่ทุกคนในองค์กรต้องมีความรับผิดชอบร่วมกันทุกคนย่อมตระหนักถึงภารกิจอันสำคัญในความสัมพันธ์ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับการบริการตลอดเวลาทุกคนในองค์กรล้วนเป็นทูตในความสัมพันธ์กับลูกค้าความผิดพลาดและความบกพร่องในหน้าที่ซึ่งส่งผลต่อลูกค้าเป็นการบ่อนทำลายงานบริการเป็นเรื่องของจิตวิทยาการให้บริการ (Servicing Psychology) ถ้าผู้บริหารและพนักงานรู้ว่าทำไมลูกค้าจึงเลือกธนาคารก็จะทำให้บริการได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ผู้รับบริการทุกคนต่างคาดหวังที่จะได้รับบริการจากผู้ให้บริการที่แตกต่างกัน จิตวิทยาเบื้องต้นของการบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ การให้บริการทุกด้านอย่างสมบูรณ์แก่ลูกค้าเป็นหน้าที่ของทุกคน ผู้บริหารและพนักงานมีส่วนสำคัญต่อการบริการไม่ว่าจะมีตำแหน่งอะไรจะต้องเป็นผู้มีความเข้าใจในบริการที่มีอยู่และมีความเชื่อมั่นในบริการเท่ากับความเชื่อมั่นในตนเอง การบริการจึงมิได้จำกัดอยู่ที่ธุรกิจเอกชนในการขายสินค้าหรือบริการเท่านั้น การบริการได้สถิตอยู่ในหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนทุกหนแห่ง ผู้บริหารระดับสูงซึ่งมีวิสัยทัศน์กว้างไกลจะให้ความสำคัญกับงานบริการโดยมุ่งถึงผู้รับบริการเป็นหลักการแข่งขันในธุรกิจก็จะเน้นที่งานบริการเพราะการให้บริการที่เป็นเลิศจะส่งผลให้ทั้งในระยะสั้นและยังประโยชน์ในระยะยาวต่างจากการแข่งขันในลักษณะการส่งเสริมการขายหรือการใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาเพราะเป็นการตัดลดผลประโยชน์ของตนเองและสามารถทำได้ในระยะสั้นเป็นครั้งคราว การส่งเสริมด้วยรูปแบบของการโฆษณาต่าง ๆ จะเป็นความเติบโตที่มุ่งผลระยะสั้นในโลกธุรกิจไร้พรมแดนธุรกิจที่มีคุณภาพของบริการเป็นเลิศเท่านั้นที่จะอยู่ได้และเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคง

ธนาคารไทยธนุ จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารพาณิชย์ไทยที่ได้ปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางการเงินและโครงสร้างองค์กรเมื่อเดือนธันวาคม 2540 โดยธนาคารได้รับความร่วมมือจากธนาคารดีบีเอส (Development bank of Singapore) เข้าถือหุ้นเพิ่มทุนเป็นผลสำเร็จส่งผลให้ธนาคารไทยธนุดำเนินธุรกิจต่อไปได้ไม่ประสบปัญหาเพิ่มทุนนับเป็นธนาคารแห่งแรกที่สามารถทำการเพิ่มทุนได้ทันต่อเหตุการณ์ นอกจากนั้นคณะกรรมการของธนาคารมีมติให้ธนาคารทำการปรับปรุงโครงสร้างของธนาคารอีกครั้งหนึ่งเพื่อเตรียมพร้อมสู่ความเป็นหนึ่งในธนาคารชั้นนำของประเทศและทำให้ธนาคารสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพอีกทั้งช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับธนาคารให้อยู่ในระดับเดียวกับธนาคารดีบีเอส ทางธนาคารได้เล็งเห็นโอกาสในการดำเนินงานจึงได้ขออนุมัติธนาคารแห่งประเทศไทยเปิดสาขาใหม่ 1 สาขา คือสาขารวจจักรซึ่งเป็นสาขาลำดับที่ 97 ของธนาคารดีบีเอส ไทยธนุ จำกัด (มหาชน) โดยผู้บริหารได้ทำการสำรวจตลาดแล้วพบว่าการทำธุรกิจในย่านพื้นที่วอล์กเกอร์ส่วนใหญ่ประกอบด้วย อะไหล่รถยนต์ทั้งใหม่และเก่า อุปกรณ์ประดับยนต์ เครื่องหนัง ไม้สัก บานประตู เครื่องเสียง อุปกรณ์ไฟฟ้า ก่อสร้าง และอยู่บริเวณคลองถมซึ่งมีโอกาสทางธุรกิจค่อนข้างสูง ประกอบกับมีการแข่งขันกันของธนาคารในย่านนี้ค่อนข้างสูง สำนักงานใหญ่จึงได้มีมติเปิด สาขารวจจักรขึ้นเพื่อ

รองรับการเติบโตของธนาคารอีกสาขาหนึ่ง สาขาเวลธ์เน็ทเป็นสาขาแรกภายใต้แนวความคิดการจัดรูปแบบสาขาใหม่ของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 ที่ให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นหลักโดยเน้นความสะดวกในการใช้บริการ ธนาคารดีบีเอสไทยท努 ตระหนักถึงความสำคัญของพนักงานบริการสาขา ธนาคารเชื่อมั่นว่าปัจจัยสำคัญที่สุดที่สามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าเพื่อการก้าวไปสู่ธนาคารระดับโลกของประเทศไทยนั้นมาจากพนักงานสาขาทุกท่าน เพราะฉะนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะต้องศึกษาว่าบริการรูปแบบใหม่นี้จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าของธนาคารได้มากน้อยเพียงใดเพราะการบริการถือเป็นหัวใจสำคัญอย่างยิ่งของธนาคารซึ่งจะทำให้ธนาคารบรรลุเป้าหมายในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งระดับความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษากรณีสาขาวลธ์เน็ท ในด้านความพึงพอใจของพนักงานและการต้อนรับ ความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ ความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับ ความพึงพอใจด้านข้อมูลที่ได้รับบริการ และความพึงพอใจด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของลูกค้าธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษากรณีสาขาวลธ์เน็ท ในด้านความพึงพอใจของพนักงานและการต้อนรับ ความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ ความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับ ความพึงพอใจด้านข้อมูลที่ได้รับบริการ และความพึงพอใจด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษากรณีสาขาวลธ์เน็ท
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน)สาขาวลธ์เน็ท

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการของธนาคารในการตอบสนองและสร้างบริการที่มีคุณภาพกับผู้ใช้บริการที่สาขาวลธ์เน็ท
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางให้กับผู้บริหารของธนาคารในการนำผลของการศึกษาเข้าแก้ปัญหาความไม่พึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคาร ดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาวลธ์เน็ท

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาวลธ์เน็ท ภายในเดือนกุมภาพันธ์ 2546 จำนวน 2,922 คน (ข้อมูลธนาคารจากรายงาน DD1852P ณ 31 ธค.2545)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จากจำนวนประชากร 2,922 คน ผู้วิจัยได้คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้เป็นตัวแทนของประชากรจากสูตร ยามาเน่ (Yamane.1970 : 580-581) ซึ่งได้ตัวแทนประชากรของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) จำนวน 352 คน และบวกเพิ่มอีก 5% ที่อาจเกิดจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ และจำนวนแบบสอบถามที่ตอบกลับมาไม่ครบรวมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 369 คน จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีตามความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้ผู้ตอบแบบสอบถามตามที่กำหนด

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

1.1.1 เพศ

- ชาย
- หญิง

1.1.2 อายุ

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี
- 21-30 ปี
- 31-40 ปี
- 41-50 ปี
- 51 ปีขึ้นไป

1.1.3 ระดับการศึกษา

- ประถมศึกษา
- มัธยมศึกษา
- อนุปริญญา
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี
- อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

1.1.4 อาชีพ

- ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ประกอบกิจการส่วนตัว
- พนักงานบริษัทเอกชน
- อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

1.1.5 รายได้

- ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000.00 บาท
- 10,001-20,000 บาท
- 20,001-30,000 บาท

- 30,001-40,000 บาท
- 40,001 บาทขึ้นไป

1.1.6 ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า (สาขาธุรกิจเปิดดำเนินการเมื่อ 24 กันยายน 2542)

- ต่ำกว่า 1 ปี
- 1-2 ปี
- 2 ปีขึ้นไป

1.1.7 ประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าธนาคาร (ยกเว้นธนาคารดีบีเอสไทยทูน)

- ธนาคารไทยพาณิชย์
- ธนาคารกรุงเทพ
- ธนาคารกสิกรไทย
- ธนาคารกรุงไทย
- อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่

2.1 ความพึงพอใจ

- 2.1.1 ความพึงพอใจด้านพนักงานและการต้อนรับ
- 2.1.2 ความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ
- 2.1.3 ความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับ
- 2.1.4 ความพึงพอใจด้านข้อมูลที่ได้รับบริการ
- 2.1.5 ความพึงพอใจด้านระยะเวลาในการดำเนินการ

2.2 พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความพึงพอใจในการรับบริการ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ พอใจหรือประทับใจที่เกิดขึ้นเมื่อมาใช้บริการของธนาคารดีบีเอสไทยทูนจำกัด (มหาชน) สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษากรณีสาขาธุรกิจประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่

1. ความพึงพอใจในด้านพนักงานและการต้อนรับ หมายถึง ความพึงพอใจในด้านพนักงาน ผู้ให้บริการเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ความรู้ความสามารถ ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน และอัธยาศัยไมตรีของพนักงานที่มีต่อลูกค้า รวมถึงการให้บริการลูกค้าทุกระดับอย่างเพียงพอต่อความต้องการ และเท่าเทียมกัน

2. ความพึงพอใจในด้านสถานที่ประกอบการ หมายถึง ความพึงพอใจต่อสถานที่ประกอบการของธนาคารเกี่ยวกับที่ตั้งสำนักงาน ความมั่นคง ความปลอดภัยในการเก็บรักษาเงินและทรัพย์สิน บรรยากาศในอาคารสำนักงาน ความสะดวก พื้นที่สำหรับให้บริการลูกค้า ความชัดเจน การจัดป้ายบอกหน่วยงานที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการ ที่จอดรถของลูกค้ารวมถึงที่พักรอรับบริการของลูกค้า

3. ความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับ หมายถึง ความพึงพอใจต่อความสะดวกเกี่ยวกับการฝาก-ถอนเงินด้วยระบบคอมพิวเตอร์และระบบเชื่อมโยง (On-Line) ในการฝาก-ถอนเงินด้วยเครื่องฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) มีพนักงานที่จะคอยให้ความสะดวกกับลูกค้าอย่างเพียงพอและทุกขั้นตอนการให้บริการของธนาคาร รวมถึงความสะดวกต่าง ๆ ที่ได้รับจากการบริการของธนาคาร เช่น การให้บริการด้านระบบสื่อสาร

4. ความพึงพอใจด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ หมายถึง ความพึงพอใจด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการเกี่ยวกับความทันสมัยของข้อมูล ประโยชน์ของข้อมูล รายละเอียดของการบริการแต่ละด้านที่น่าเสนอลูกค้า การให้คำแนะนำชี้แนะและการตอบปัญหาที่ถูกต้องชัดเจนรวมถึงการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า

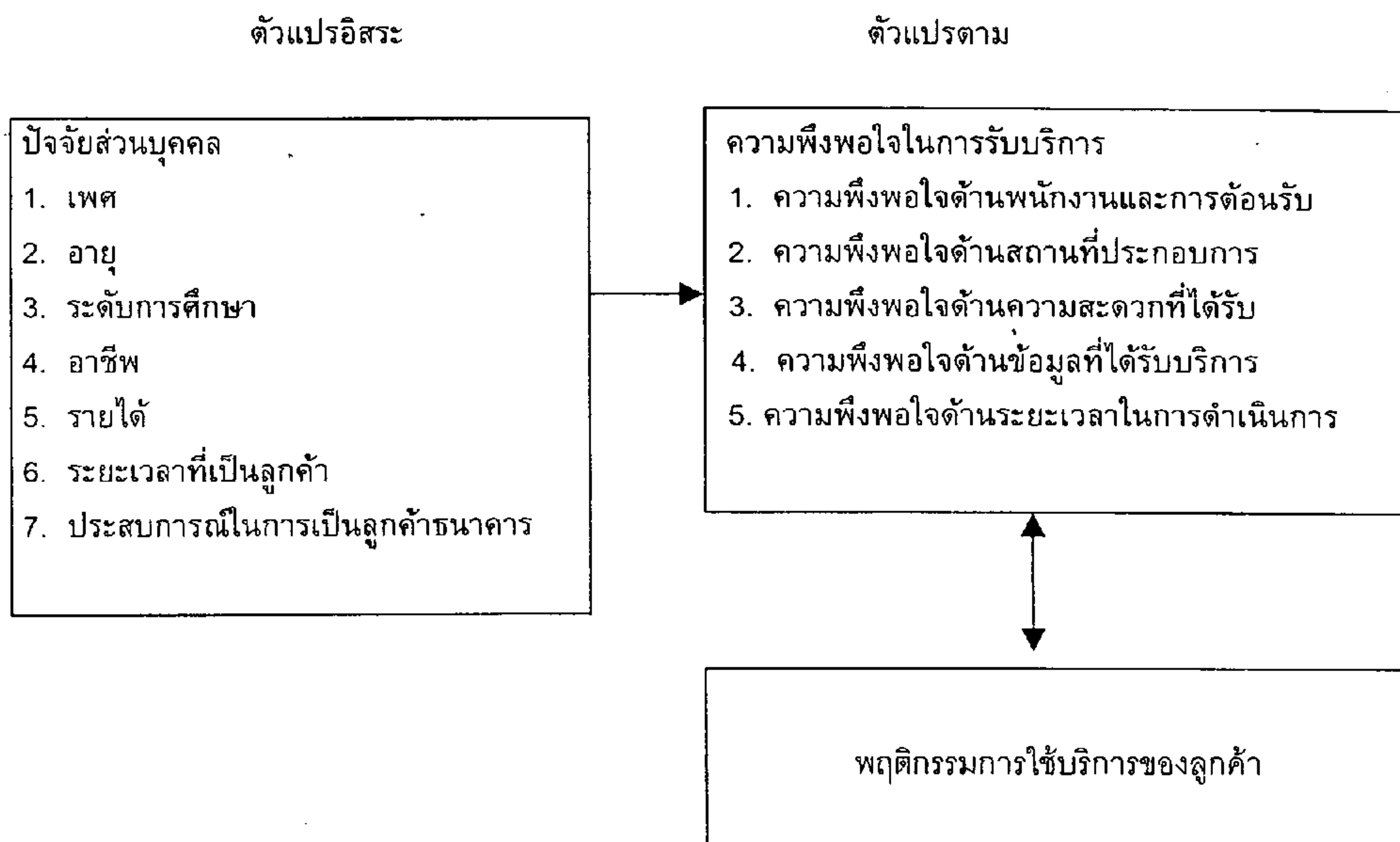
5. ความพึงพอใจด้านระยะเวลาในการดำเนินการ หมายถึง ความพึงพอใจด้านระยะเวลาในการดำเนินการเกี่ยวกับความรวดเร็ว และถูกต้องในการบริการแต่ละครั้ง จำนวนครั้งในการติดต่องานแต่ละเรื่อง การลดขั้นตอนและมีการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในบางกรณีรวมถึงการดำเนินการในด้านต่าง ๆ ที่ไม่ทำให้ลูกค้าเสียโอกาสหรือผลประโยชน์ที่ควรจะได้รับ เช่น การให้บริการอย่างต่อเนื่องโดยไม่หยุดชะงักหรือติดขัด

6. การบริการของธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) หมายถึง บริการด้านเงินฝากที่ธนาคารจัดให้กับลูกค้า แบ่งแยกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านเงินฝาก-ถอนออมทรัพย์ ด้านเงินฝาก-ถอนประจำ ด้านประเภทเงินฝาก-ถอนกระแสรายวัน ด้านการฝาก-ถอนด้วยระบบเชื่อมโยง (On-Line) และด้านรับชำระหนี้สินเชื่อ

7. พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง รูปแบบการกระทำของลูกค้าในการรับรู้ความต้องการแสวงหา ประเมินการเลือก และตัดสินใจใช้บริการ หรือการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การใช้บริการกับธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) ทั้งนี้รวมไปถึงการประเมินผลภายหลังการใช้บริการด้วย

8. สาขารูปแบบใหม่ หมายถึง การจัดสรรพื้นที่ส่วนใหญ่เพื่อบริการลูกค้าพื้นที่บริการชั้นแรกจะประกอบด้วยหน่วยงานบริการลูกค้า หรือ Customer Services ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่ ที่มีความรอบรู้เรื่องบริการของธนาคารคอยให้บริการรับเปิดบัญชีและให้คำแนะนำบริการต่าง ๆ บริเวณพื้นที่ด้านหน้าของสาขาจัดให้มีบริการ Auto Bank ไว้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ภายในบริเวณ Auto Bank ประกอบด้วย บริการ ATM , บริการปรับสมุดด้วยตนเอง (Update Passbook) , บริการรับฝากเช็คด้วยระบบเครื่องรับฝากอัตโนมัติ (Quick Check) ซึ่งลูกค้าสามารถใช้บริการฝากเช็คได้ทุกวันทั้งเสาร์และอาทิตย์ ตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้ยังมีบริการ PhoneBank ซึ่งให้บริการสอบถามข้อมูลต่าง ๆ ของธนาคาร สำหรับชั้นสองเป็นส่วนของการให้บริการฝาก-ถอน-โอนเงิน ซึ่งมีพนักงานธนาคารคอยให้บริการ สุดท้ายคือปรับปรุงขั้นตอนการปฏิบัติงานเพื่อให้กระชับและมีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่ธนาคารได้ลงทุนไปแล้วทั้งระบบเงินฝาก ,ระบบสินเชื่อ ,ระบบโอนเงินและอื่น ๆ โดยทุกระบบได้ผ่านการทดสอบในเรื่อง Y2K เรียบร้อยแล้ว

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



สมมติฐานในการวิจัย

- ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน
- ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน
- ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน
- ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน
- ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารแตกต่างกัน
- ลูกค้าของธนาคารฯ มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้าแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน
- ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีประสบการณ์ในการรับบริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน
- ความพึงพอใจในการรับบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำวิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 1.1 ความหมายของความพึงพอใจ
 - 1.2 ขอบข่ายของความพึงพอใจ
2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
 - 2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 2.2 ทฤษฎีความคาดหวัง
 - 2.3 ทฤษฎีด้านลูกค้ายอมรับ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
4. ทฤษฎีการเรียนรู้เกี่ยวกับการบริการ
5. ทฤษฎีพฤติกรรม
 - 5.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 5.2 ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมที่มีเหตุผล
 - 5.3 ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมที่เกิดจากอารมณ์
6. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธนาคารดีบีเอส ไทยทูน จำกัด (มหาชน)
 - 6.1 ประวัติของธนาคารดีบีเอส ไทยทูน จำกัด (มหาชน)และสาขาารจักร
 - 6.2 ผลิตภัณฑ์และบริการด้านเงินฝากและอื่น ๆ ของธนาคาร
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 7.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศ
 - 7.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ

1. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525: 5477) ได้ให้ความหมายคำว่า “พอใจ” หมายถึง สนใจ ชอบ เหมาะ

ความพึงพอใจ หรือ ความพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “ Satisfaction ” ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539 : 19) และได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้หลากหลายตามความหมายของพจนานุกรมทั้งด้านจิตวิทยา “ ความพึงพอใจ” หมายถึง ความรู้สึกของผู้มารับบริการต่อสถานบริการตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานที่นั้น ๆ ลักษณะของความพึงพอใจในการให้บริการ ความพึงพอใจในการบริการเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานที่เกี่ยวกับการให้บริการย่อมมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการกล่าวคือ

1. ความสำคัญของผู้ให้บริการ

1.1 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของงานบริการ

- 1.2 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ
- 1.3 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นตัวชี้วัดคุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ
2. ความสำคัญต่อผู้มารับบริการ
 - 2.1 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัววัดคุณภาพชีวิตที่ดี
 - 2.2 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและงานอาชีพบริการ.

(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.2539 : 21-22)

ในการวัดความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน มีเกณฑ์ในการวัดที่ลูกค้ามักอ้างอิงถึงดังต่อไปนี้ (วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. 2538: 17)

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ อุปกรณ์ บุคลากร และวัสดุการติดต่อสื่อสาร
2. ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามสัญญาที่ให้ไว้และมีความน่าเชื่อถือ
3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการและพร้อมที่จะให้บริการในทันที
4. สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึง การมีความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน
5. ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพอ่อนโยนให้เกียรติมีน้ำใจและเป็นมิตรต่อผู้รับบริการ
6. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความน่าเชื่อถือซึ่งเกิดจากความซื่อสัตย์ความจริงใจของผู้ให้บริการ
7. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง ความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน ชื่อเสียง การปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตรายและข้อสงสัยต่าง ๆ รวมทั้งการรักษาความลับของผู้รับบริการ
8. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การที่ผู้รับบริการสามารถเข้าใช้บริการได้ง่ายได้รับความสะดวกในการติดต่อ
9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การให้ข้อมูลด้านต่าง ๆ แก่ผู้รับบริการใช้การสื่อสารด้วยภาษาที่เข้าใจและรับฟังเรื่องราวที่ผู้รับบริการร้องทุกข์
10. การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Customer understanding) หมายถึง การทำความเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการรวมทั้งความต้องการของผู้รับบริการของตน

นอกจากนี้จากการวิจัยและค้นคว้าของ Parasuraman และคณะ (1990) เป็นเวลานานและหลายครั้งจนได้ข้อสรุปที่ทำให้ทราบว่าผู้รับบริการส่วนใหญ่ประเมินคุณภาพบริการจากเกณฑ์วัดคุณภาพบริการ 5 ด้าน ซึ่งครอบคลุมเกณฑ์วัดคุณภาพที่ได้กล่าวไว้แล้วทั้ง 10 ด้าน ได้แก่

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสาร ที่ใช้ในการติดต่อศึกษาและสัญญาลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแลห่วงใยและความตั้งใจ

ใจจากผู้บริการ บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้ได้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้นได้ชัดเจนขึ้น

2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการ ให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้บริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้องเหมาะสมและได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้บริการรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้

3. ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริการได้อย่างทันทั่วทั้งที่ ผู้บริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็วไม่ต้องรอนาน

4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้บริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้บริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ความต้องการที่แตกต่างของผู้บริการแต่ละคน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำหลักเกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการตามแนวคิดนี้มาวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีการให้บริการของธนาคารดีบีเอสไทยทูน จำกัด (มหาชน) สาขาจักร เนื่องจากแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการของ Parasuraman และคณะ ได้รับการศึกษาค้นคว้ามาเป็นเวลานานจนเป็นที่ยอมรับในการวัดคุณภาพบริการเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในทุกสาขาธุรกิจโดยเกณฑ์วัดคุณภาพบริการเดิม 10 ด้าน (Original Ten Dimensions) กับเกณฑ์วัดคุณภาพบริการใหม่ 5 ด้าน (SERVQUAL'S Dimensions) ที่มีความคาบเกี่ยวกัน โดยเกณฑ์วัดคุณภาพบริการด้านสุดท้ายจะอยู่ภายใต้ขอบเขตคุณภาพบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้บริการ ส่วนเกณฑ์วัดคุณภาพบริการที่เหลือ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการยังคงเดิมไว้ (อ่างใน วรรณฤดี ภูทอง. 2539: 25-27)

คอตเลอร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 : 45 ; อ่างอิง Kotler. 1994. Marketing management : analysis, planning, implementation and control.) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของลูกค้า ระดับความพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคลโดยความคาดหวังของบุคคลเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่มที่เกิดจากการผลิต จากการตลาด รวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่าง ๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม

เบสเตอร์ฟิลด์ และคณะ (Besterfield and others. 1995 : 49-51) ได้แยกประเภทของลูกค้าออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ลูกค้าภายนอก (External Customer) หมายถึง บุคคลที่อยู่นอกองค์กรและซื้อสินค้าหรือบริการจากองค์กรนั้น

2. ลูกค้าภายใน (Internal Customer) หมายถึง บุคคลหรือหน่วยงานที่เป็นผู้รับมอบงานต่อจากหน่วยงานอื่น โดยที่เป้าหมายในการทำงานของพนักงานในองค์กร คือ การทำคุณภาพให้ตรงกับความต้องการของบุคคลหรือหน่วยงานที่เป็นผู้รับงานถัดไป ในทุกกระบวนการของการผลิต เพื่อสร้างความพอใจให้กับลูกค้าภายนอก

เมย์นาร์ด ดับเบิลยู ชิลี (กรรณิการ์ จันทรแก้ว. 2538 : 21 อ้างอิงจาก Maynard W.Shelly.1975) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุขความรู้สึกนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับและความสุขนี้สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความรู้สึกนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ

มอร์ส (สุทธิ ปันมา. 2535 : 19;อ้างอิงจาก Morse.1958) อธิบายว่า ความพึงพอใจหมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วนความเครียดก็จะน้อยลงความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และในทางกลับกันถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

วิกทอร์ เฮส วีรูม (1964 : 99 อ้างอิงจาก Victor H. Vroom) กล่าวว่า ทศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถชี้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

ฮาร์เลย์ วาเลสเทีย (วราภรณ์ รุ่งรัมย์ . 2539 : 4 ; อ้างอิงจาก Havrey Wallestein.1971) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลความสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือความรู้สึกขั้นสุดท้าย (Endstate in Felling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

เทอร์สตัน (รัตนา เพชรพรรณ. 2539 : 8; อ้างอิงจาก Thurstone.1967) กล่าวว่า เจตคติเป็นผลรวมทั้งหมดที่เกี่ยวกับความรู้สึกความคิดและความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่าง

กิลยัดฟอร์ด ((รัตนา เพชรพรรณ. 2539 : 8; อ้างอิงจาก Guildford) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ทศนคติเป็นความโน้มเอียงของจิตในทางที่ชอบ เห็นด้วย สนับสนุน หรือไม่ชอบ ไม่เห็นด้วย ไม่สนับสนุน ต่อการกระทำหรือต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสังคม

กิติมา ปรีดีติลล (สิทธิชัย จริยวิทยานนท์ . 2543 : 6; อ้างอิงจาก กิติมา ปรีดีติลล.2524)ได้กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ ของงาน และเขาได้รับการตอบสนองความต้องการของเขาได้

ชรีณี เดชจินดา (ธัญวรัตน์ กฤษณรัตน์ . 2543 : 10; อ้างอิงจาก ชรีณี เดชจินดา.2530) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่งความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

สาโรช ไสยสมบัติ (ศรัทธา วุฒิพงศ์ . 2542 : 12; อ้างอิงจาก สาโรช ไสยสมบัติ.2534) ได้พูดถึงปัจจัยที่สำคัญของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการ นอกจากนี้ผู้บริการจะดำเนินการให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้วยังจำเป็นที่จะต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วยเพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการ ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ ก็คือจำนวนผู้ที่มาใช้

บริการ ดังนั้นผู้บริการที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้ที่มาใช้บริการ เพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์การให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

หลุยส์ จาปาเตส (ชนะ กล้าชิงชัย . 2541 : 7; อ้างอิงจาก หลุยส์ จาปาเตส) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (Needs) ได้บรรลุเป้าหมายพฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุขสังเกตได้จาก สายตา คำพูดและการแสดงออก

วิลลิสทรี ทรายางกูร (ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ . 2538 : 8; อ้างอิงจาก วิลลิสทรี ทรายางกูร) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี-เลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ เป็นต้น

1.2 ขอบข่ายของความพึงพอใจ

โดยทั่วไปการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมักนิยมศึกษากันในสองมิติ คือ ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) และมิติของความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) ซึ่งสามารถขยายความได้ดังนี้

1. การศึกษาความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ซึ่งเน้นการประเมินค่าบุคลากร ผู้ปฏิบัติงาน ต่อสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการทำงาน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลทำให้ความพึงพอใจในงานแตกต่างกันไป เช่น ลักษณะงานที่ทำความก้าวหน้า การบังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และสวัสดิการและผลประโยชน์เกื้อกูล (สุนทร ศรีมาเสริม และสมชัย ไสร์จจะ , 2517 : 81) ดังนี้

1.1 ลักษณะของงาน (Type of work) หมายถึง ลักษณะงานที่ปฏิบัติซึ่งมีผลทำให้บุคคลมองเห็นค่าและมีความสนใจในงานมากกว่างานที่มีลักษณะแบ่งแยกกันไป ทำคนละเล็กคนละน้อย จากการศึกษาของ Vroom พบว่า งานที่เปิดโอกาสให้คนได้ใช้ความสามารถและความชำนาญมีผลทำให้บุคคลเกิดความพอใจ

1.2 ความก้าวหน้า (Promotion) ในเรื่องความก้าวหน้า โดยการเลื่อนขั้นหรือเลื่อนตำแหน่งก่อให้เกิดการท้าทายที่จะทำงานในตำแหน่งและหน้าที่ใหม่ และยังเป็นการหาประสบการณ์ใหม่ด้วย ในการทำงานจนได้รับความดีความชอบสูงขึ้นไปอีก

1.3 การนิเทศงาน (Supervision) รูปแบบของการนิเทศงานที่ดีความเป็นรูปแบบที่ให้ผู้ปฏิบัติงานในหน้าที่ได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซึ่งรูปแบบนี้มีส่วนทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึกพอใจกว่าการให้ปฏิบัติงานแบบเผด็จการ

1.4 เพื่อนร่วมงาน (Co-worker) มาตรฐานของการทำงานแต่ละคนจะดีหรือไม่ดีขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานด้วย กลุ่มมีอิทธิพลต่อมาตรฐานการทำงานและความพอใจของบุคคลคือ

1.4.1 หากบุคคลทำงานมีความเชื่อมั่นในกลุ่มที่ทำงาน ก็จะทำให้ผลผลิตดีขึ้นได้รับความร่วมมือและให้ประโยชน์แก่กลุ่มมากที่สุด

1.4.2 สัมพันธภาพในกลุ่มมีความกลมเกลียวกันอย่างใกล้ชิด จะมีส่วนทำให้ทุกคนภายในกลุ่มปฏิบัติงานในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ถ้าหากกลุ่มมีความกลมเกลียวรักใคร่กันดี และมีจุดมุ่งหมายเป็นประโยชน์จะทำให้ผลผลิตสูงขึ้น

1.5 สวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูล (Benefits and services) เป็นลักษณะที่หน่วยงานได้จัดผลประโยชน์และบริการต่างๆให้กับบุคคลในหน่วยงานนอกเหนือจากค่าจ้างเพื่อเป็นการจูงใจบุคลากรให้อยู่กับหน่วยงานนานที่สุด มีความพึงพอใจ ขวัญดี และตั้งใจปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) ซึ่งเน้นการประเมินค่าโดยลูกค้าหรือผู้ให้บริการต่อการจัดบริการเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือจุดของบริการที่กำหนดขึ้น ซึ่งเป้าหมายของการศึกษาทั้งสองมิตินี้เป็นไปเพื่อค้นหาข้อเท็จจริงในระดับความพึงพอใจและค้นหาเหตุปัจจัยแห่งความพึงพอใจนั้น กลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันและต่อชุดของสิ่งเร้าที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งจะเห็นว่าแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออก ความพึงพอใจจึงเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไปได้กล่าว โดยสรุปแล้วความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึก (Reactionary Feeling) ต่อสิ่งเร้า (Stimulant) ที่แสดงผลออกมา (Yield) ในลักษณะของผลลัพธ์สูงสุด (Final Outcome) ของกระบวนการประเมิน (Evaluative Process) โดยบ่งบอกถึงทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวก (Positive Direction) หรือทิศทางลบ (Negative Direction) หรือไม่มีปฏิกิริยา คือ เจย ๆ (Non Reaction) ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นนั้นก็ได้

ดังนั้น ความพึงพอใจถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการที่ธนาคารอีกครั้งรวมถึงการบอกต่อ ๆ ให้ผู้อื่นได้ทราบ ซึ่งเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าให้ธนาคารได้ต่อไปในอนาคต

2. ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมีหลายทฤษฎีด้วยกันที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ทฤษฎีการจูงใจของ มาสโลว์ (Maslow's General Theory of Human Motivation) มาสโลว์ (วรพงษ์ ภาวเวส . 2540 : 11-14; อ้างอิงจาก Maslow .1954) ได้เขียนทฤษฎีที่จูงใจ (Motivation Theory) หรือที่เรียกว่า ทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับการจูงใจ (Maslow' s General Theory of Human Motivation) เป็นทฤษฎีที่ มาสโลว์ กล่าวถึงสิ่งจูงใจจากความต้องการของมนุษย์ และได้วางกระบวนการทางความต้องการของมนุษย์ไว้ว่ามนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอไม่มีที่สิ้นสุด ขณะที่ความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอย่างอื่นจะเข้ามาแทนที่ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วไม่เป็นสิ่งจูงใจอยู่ และความต้องการของมนุษย์มีลำดับขั้นจากต่ำไปหาสูง (Hierarchy of Needs) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ขั้น ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการทางด้านร่างกายเป็นความต้องการเบื้องต้นเพื่อความอยู่รอด เช่น ความต้องการในเรื่อง อาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการพักผ่อน และความต้องการทางเพศ ฯลฯ ความต้องการทางด้านร่างกายจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนก็ต่อเมื่อความต้องการด้านร่างกายยังไม่ได้ตอบสนองเลย ในด้านนี้โดยปกติแล้วองค์การทุกแห่งมักจะตอบสนองความต้องการของแต่ละคนด้วยวิธีการทางอ้อม คือ การจ่ายเงินค่าจ้าง

2. ความต้องการความปลอดภัยหรือความมั่นคง (Security or Safety Needs) ถ้าหากความต้องการทางด้านร่างกายได้รับการตอบสนองตามสมควรแล้วมนุษย์ก็จะมีความต้องการในขั้นต่อไปที่สูงขึ้น คือ ความต้องการทางด้านความปลอดภัยหรือความมั่นคงต่าง ๆ ความต้องการทางด้านความปลอดภัยจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการป้องกันเพื่อให้เกิดความปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับร่างกาย ความสูญเสียทางด้านเศรษฐกิจ ส่วนความมั่นคงนั้น หมายถึง ความต้องการความมั่นคงในการดำรงชีพ เช่น ความมั่นคงในหน้าที่การงานสถานะทางสังคม

3. ความต้องการทางด้านสังคม (Social or Belongingness Needs) ภายหลังจากที่ได้ รับการสนองในสองขั้นดังกล่าวแล้วก็就会有ความต้องการสูงขึ้น คือ ความต้องการทางสังคมจะเริ่มเป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญต่อพฤติกรรมของคนความต้องการทางด้านนี้จะเป็นความต้องการเกี่ยวกับการอยู่ร่วมกัน และการได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นและมีความรู้สึกว่าคุณเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มทางสังคมเสมอ

4. ความต้องการที่จะมีฐานะเด่นในสังคม (Esteem or Status Needs) ความต้องการขั้นต่อมาจะเป็นความต้องการที่ประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ ดังนี้ คือ ความมั่นใจในตัวเองในเรื่องความสามารถ ความรู้ และความสำคัญในตัวของตัวเอง รวมตลอดทั้งความต้องการที่จะมีฐานะเด่นเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่นหรืออยากที่จะทำให้บุคคลอื่นยกย่องสรรเสริญในความรับผิดชอบในหน้าที่การงาน การดำรงตำแหน่งที่สำคัญ ในองค์การ

5. ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในชีวิต (Self-Actualization or Self-Realization) ลำดับขั้นความต้องการที่สูงสุดของมนุษย์ก็คือความต้องการที่อยากประสบความสำเร็จในชีวิตตามความนึกคิดหรือความคาดหวังทะเยอทะยานใฝ่ฝันที่อยากได้รับผลสำเร็จในสิ่งอันสูงส่งในทัศนะของตน

Maslow มีข้อสังเกตเกี่ยวกับความต้องการของคนที่มีผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกมาจะ ประกอบไปด้วย 2 หลักการคือ

1. หลักการแห่งความขาดตกบกพร่อง (The Deficit Principle) ความขาดตกบกพร่องในชีวิตประจำวันของคนที่ได้รับอยู่เสมอ จะทำให้ความต้องการที่เป็นความพอใจของคนไม่เป็นตัวจูงใจให้เกิดพฤติกรรมในด้านอื่น ๆ อีกต่อไป คนเหล่านี้กลับจะเกิดความพอใจในสภาพที่ตนเป็นอยู่ยอมรับและพอใจ ความขาดแคลนต่าง ๆ ในชีวิตโดยถือเป็นเรื่องธรรมดา

2. หลักการแห่งความเจริญก้าวหน้า (The Progression Principle) กล่าวคือ ลำดับขั้นของความต้องการทั้ง 5 ระดับ จะเป็นไปตามลำดับที่กำหนดไว้จากระดับต่ำไประดับสูงกว่า และความต้องการของคนในแต่ละระดับจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของระดับที่ต่ำกว่าได้รับการตอบสนองจนเกิดความพึงพอใจแล้วนั้น จะเห็นว่าความต้องการสิ่งที่ไม่ได้รับความรู้สึกขาดแคลนของมนุษย์ทุกคนความรู้สึกปลงตกในสภาพที่ตนเองเป็นอยู่ ตัวอย่าง เช่น เมื่อตนได้รับการสนองความต้องการอยู่ในระดับหนึ่งแล้วอย่างสมบูรณ์ ก็อยากได้รับการตอบสนองความต้องการอีกในระดับสูงกว่าแต่มีข้อจำกัดเป็นอุปสรรค ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ หรือไม่สำเร็จตามความต้องการ สิ่งนี้จะทำให้คนเราหยุดการแสวงหา ท้อถอย และจะยอมรับสภาพไม่มีการดิ้นรนอีกต่อไปในทิศทางตรงกันข้าม ถ้าความต้องการในระดับต่ำกว่าในแต่ละระดับได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่คนจะเกิดความต้องการในขั้นต่อไปอีกจนกระทั่งบรรลุถึงความต้องการระดับสูงสุด คือ การได้รับความสำเร็จในชีวิต (Self - Atualization)

2.2 ทฤษฎีความคาดหวัง

สำหรับทฤษฎีความคาดหวังนั้น อธิบายความพอใจในแง่ที่ว่าลูกค้าจะเกิดความพอใจได้ต่อเมื่อเขาประเมินแล้วว่าการบริการนั้น ๆ จะนำผลตอบแทนมาให้ ซึ่งลูกค้าได้มีการตัดสินใจล่วงหน้าแล้วว่า คุณค่าของการบริการจากสิ่งที่ลูกค้าได้รับ (ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความกระตือรือร้นในการบริการ การให้คำปรึกษาแนะนำที่ดี ความสะดวกรวดเร็วในการบริการ เครื่องมือบริการทันสมัย ความมีชื่อเสียงของสถาบันที่ให้บริการ) เป็นเช่นไรลูกค้าจึงเลือกเอาการบริการที่น่าเอาผลลัพท์เหล่านั้นมาให้ และในขั้นสุดท้ายเมื่อมีการประเมินการเปรียบเทียบผลลัพท์ต่าง ๆ ลูกค้าจะมีความพอใจที่จะมีความพอใจที่จะเกิดขึ้น (McCormic. 1980 : 396) ซึ่งทัศนะของแนวคิดนี้มาจากบุคคลหลายบุคคล เช่น แคมเบล บันแนท ลอร์เลอร์ วิกและวูม โดยแนวคิดทฤษฎีนี้อยู่ที่ผล (Outcomes) ความปรารถนาที่รุนแรง (Violence) และความคาด

หมาย (Expectancy) ทฤษฎีความคาดหวังจะคาดคะเนว่า โดยทั่ว ๆ ไปลูกค้าแต่ละคนจะแสดงพฤติกรรม ก็ต่อเมื่อเขามองเห็นโอกาสความน่าจะเป็นไปได้ (Provability) ก่อนข้างต้นขัดหากความพึงพอใจของเขา เกิดจากการให้บริการที่มีคุณภาพ เขาก็จะใช้บริการนั้นตลอดเพราะเป็นผลลัพธ์ (Outcomes) ที่เขา ปรารถนา ซึ่งหมายความว่าความหมายนี้เกิดก่อนการบริการ จึงสามารถเป็นเหตุนำไปสู่เหตุของการมาใช้ บริการ เพราะพฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากแรงผลักดันซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากความต้องการ และอีกส่วนหนึ่ง เกิดจากความคาดหวังที่จะได้รับจากสิ่งที่จูงใจ ผลตอบแทนหรือผลลัพธ์ที่ได้จากการบริการที่มีคุณภาพจะมี ความสำคัญและจะเป็นตัวทำให้เกิดพฤติกรรมได้ ขึ้นอยู่กับความพอใจต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพ

2.3 ทฤษฎีด้านลูกค้าสัมพันธ์

ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้า หรือผู้ใช้บริการกับผู้ขายหรือผู้บริการนั้นจะต้อง อาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย แต่ผู้ประกอบการหรือพนักงานของบริษัท ร้านค้า หรือองค์กรทางการขาย ต่าง ก็จะต้องได้รับการอบรมและชี้แจงให้ทราบถึงนโยบายและแนวทางในการปฏิบัติให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งสถาบันโฟร์แมนส์ ได้ให้แนวทางการพัฒนาลูกค้าสัมพันธ์ไว้ 10 ข้อ และต่อมาได้พัฒนาเพิ่มเป็น 14 ข้อ ดังนี้ (นิคม สะอาดเอี่ยม. 2539 : 27-31)

1. รักษาความมั่นใจสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้าหรือผู้รับบริการในการประกอบธุรกิจใด ๆ ก็ตามมักจะ ต้องมีการนัดหมายในการให้บริการต่าง ๆ เช่น บริการซ่อมหลังการขายหรือบางครั้งถ้าสินค้าเป็นเรื่องของ การบริหารที่ไม่สามารถจับต้องได้ ถ้าผู้รับบริการมีปัญหาใดก็ตามองค์กรหรือประกอบการจะต้องให้ความสนใจในการบริการ เมื่อมีการนัดหมายจะให้บริการเมื่อใดก็ตามหรืออย่างไรก็ตาม องค์กรนั้นจะต้องทำตามการ นัดหมายหรือข้อตกลงโดยไม่บิดพลิ้วและควรให้บริการอย่างรวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพและอย่างมีมิตรภาพ ด้วยสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส มีความอ่อนน้อมโดยไม่มีการบ่นถึงความเหนื่อยยากหรือสิ้นเปลืองต่าง ๆ การ กระทำเช่นนี้ถือว่าเป็นกฎสำคัญข้อแรกของผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นกฎเกณฑ์ให้บริการแก่ลูกค้า

2. การตอบรับโทรศัพท์ที่โทรเข้ามาอย่างรวดเร็ว ภายในไม่เกิน 5 วินาที การตอบรับ โทรศัพท์ช้า ถือว่าเป็นการทำลายภาพพจน์และความน่าเชื่อถือของบริษัทได้มีการวิจัยพบว่าเวลา 5 วินาที เป็นการที่ผู้โทรศัพท์จะมีความรู้สึกสามารถอดทนการรอคอยเกิน 5 วินาที อาจมีผลทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึก ที่ไม่ดีต่อบริษัทและบริการนั้น ๆ หรือลูกค้าอาจจะเปลี่ยนไปใช้บริการที่อื่น แนวความคิดในข้อนี้เป็นแนว คิดของการประกอบธุรกิจสมัยใหม่ที่ต้องใช้โทรศัพท์เป็นการสื่อสาร ซึ่งต่างจากแนวความคิดสมัยก่อนซึ่งมีการ ใช้โทรศัพท์ในธุรกิจน้อยหรือไม่มีเลย

3. ตอบรับในเรื่องได้รับเอกสารหรือหลักฐานต่าง ๆ ภายใน 2 วัน เอกสารบางอย่างที่ส่ง มายังบริษัท อาจจะไม่จำเป็นต้องตอบแต่ถ้าเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการขอใช้บริการหรือสอบถามบริการหรือข้อ แ่นะต่าง ๆ ที่มีต่อองค์กรควรจะได้รับการตอบรับทันทีการตอบอาจจะตอบในรูปจดหมายโทรศัพท์หรือ บุคคลก็ได้ แต่ทั้งหมดนี้ควรจะได้แล้วเสร็จภายใน 2 วัน อาจจะมีเอกสารบางอย่างที่ไม่สามารถตอบได้ภายใน 2 วัน แต่ผู้ขายหรือผู้ให้บริการจะต้องมีการตั้งเป้าหมายที่แน่ชัดว่าจะทำให้แล้วเสร็จเมื่อใด ในการ ตอบเอกสารต่าง ๆ เหล่านี้เจ้าของหรือบุคคลที่อ้างถึงในจดหมายหรือเอกสารนั้นควรจะเป็นผู้ตอบหรือมีลาย เซ็นแสดงว่าได้ตอบไม่ใช่ผู้อื่นตอบแทน

4. ไม่ควรให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการคอยนานเกิน 5 นาที การให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการคอยเป็น เวลานานก่อนที่จะมีผู้มาให้บริการเป็นการสร้างความรู้สึกที่ไม่ดีต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการ หลักความจริงข้อ หนึ่งที่ควรยึดถือคือ " เวลาเป็นเงินเป็นทอง " ดังนั้นการปล่อยให้ลูกค้ารอคอยเป็นเวลานาน ๆ เป็นการสูญเสียทางเศรษฐกิจของลูกค้า ลูกค้าก็จะมีความรู้สึกว่าบริการที่ตนได้รับนั้นมีราคาแพงทั้ง ๆ ที่มองไม่เห็นตัว

เงินที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นการที่ผู้ขายหรือผู้ให้บริการสามารถให้บริการโดยรวดเร็วจึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการ การจัดระบบนัดหมายให้ดีมีประสิทธิภาพจะเป็นมาตรการหนึ่งในการลดเวลาการรอคอย แต่ต้องระมัดระวังไม่ให้ลูกค้าต้องมารอคอยและมีการผิดเวลานัดหมายเป็นอันขาด

5. พนักงานทุกคนจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า การติดต่อหรือทำธุรกิจกันทุกครั้งพนักงานจะต้องทำแบบให้เกียรติแก่ลูกค้า แสดงกิริยามารยาทเรียบร้อยอ่อนน้อมถ่อมตน มีความเป็นมิตรกับลูกค้าและต้องแสดงความสนใจในตัวลูกค้า มีผู้วิจัยพบว่ามีลูกค้าประมาณ 1 เปอร์เซนต์ที่แสดงกิริยามารยาทไม่เรียบร้อยหรือก้าวร้าวต่อพนักงานหรือผู้ให้บริการซึ่งจำนวนนี้จะถือว่าเล็กน้อยเมื่อเทียบกับลูกค้าอีก 99 เปอร์เซนต์ที่สุภาพเรียบร้อยนอบน้อม แต่ในกฎหรือแนวทางของการสร้างลูกค้าสัมพันธ์ที่ดีนั้นลูกค้าจำนวน 1 เปอร์เซนต์ ก็ควรจะได้รับการอย่างสุภาพและไม่ต้องแสดงอาการก้าวร้าวตอบ การมีทัศนคติที่ดีของพนักงานผู้ขายหรือเจ้าหน้าที่ที่ผู้ให้บริการนั้นจะสามารถเห็นได้จากรอยยิ้มบนใบหน้า คำพูดที่อ่อนหวานหรือราบรื่นหู ความสนใจที่ให้แกลูกค้าที่อาจผ่านสายตาที่มองดูลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการและคำพูดขอบคุณที่ให้แกลูกค้าแต่เมื่อให้ไปแล้วพบว่ามึมนัดขลังอย่างมากในการดึงดูดตัวลูกค้าให้กลับมาใช้บริการอีก

6. เมื่อมีสิ่งบกพร่องเกิดขึ้นรีบไปหาลูกค้าหรือผู้ให้บริการก่อนที่ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้ให้บริการจะมาหา ความผิดพลาดหรือบกพร่องบางประการเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้เสมอ เช่น บริษัทได้ให้สัญญาแก่ลูกค้าว่าจะส่งมอบของให้ภายในเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือสัญญาว่าจะซ่อมสินค้าที่ซื้อไปให้เสร็จภายในเวลาที่นัดหมายแต่ไม่สามารถทำได้เนื่องจากเหตุสุดวิสัยต่าง ๆ ในสถานการณ์เช่นนี้จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ขายหรือผู้ให้บริการจะต้องรับผิดชอบและแจ้งให้ลูกค้า หรือผู้รับบริการทราบก่อนที่จะมาพบหรือทราบว่าท่านไม่สามารถทำตามที่เขาคาดหวังไว้ การกระทำเช่นนี้จะทำให้สถานการณ์ต่าง ๆ ไม่เลวลงและผู้ขายและผู้ให้บริการสามารถลดความรู้สึกที่ไม่ดีของลูกค้าหรือผู้บริการได้ ในปัจจุบันนี้ระบบการสื่อสารได้พัฒนาไปมากการติดต่อลูกค้าหรือรับบริการจึงเป็นสิ่งที่กระทำได้ง่ายโดยโทรศัพท์หรือไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) หรือแม้กระทั่งโดยทางรถยนต์จึงไม่มีเหตุผลอะไรที่จะไม่แจ้งให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการทราบล่วงหน้า

7. การติดต่อสื่อสารหรือเจรจาธุรกิจต่าง ๆ ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายบริการ ต้องดำเนินอยู่บนรากฐานของความซื่อสัตย์ต่อกันและอย่างเปิดเผย ตัวอย่างในเรื่องนี้ได้แก่ การที่จะให้ลูกค้าทราบว่ามีการซ่อม หรือ รับประทานอะไรบ้างหลังจากการขาย และจะต้องบอกด้วยว่าบริการนั้นมีข้อบกพร่องอะไรบ้าง มิใช่มุ่งพูดแต่ด้านดีเพียงเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือเลือกใช้บริการ

8. ระบบการทำงานจะต้องมีความน่าเชื่อมั่นในที่นี้หมายถึง ระบบการให้บริการต่าง ๆ จะต้องอยู่ในสภาพดี ทำงานได้ตลอดเวลา เช่น เครื่องรับโทรศัพท์ในห้องพักของโรงแรม หรือเครื่องทำน้ำอุ่นหรือลิฟท์ของโรงแรมจะต้องทำงานได้ตลอดเวลาจะต้องมีการตรวจสอบตลอดเวลา ถ้าเสียหรือไม่สามารถทำงานได้จะต้องรีบจัดการแก้ไข ในการให้บริการทางด้านธนาคารก็หมายถึงว่าระบบการสั่งใบแจ้งยอดเงินไม่ว่าจะเป็นเงินฝากหรือเงินกู้จะต้องถึงมือผู้รับอย่างรวดเร็วไม่ช้าหรือจำหน้าที่อยู่ผิดพลาดหรือแจ้งยอดผิดพลาด เป็นต้น ถ้าภาวะการณ์ทางด้านลบเหล่านี้เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากความไม่น่าเชื่อถือของระบบ ก็ย่อมจะมีภาพพจน์ที่ไม่ดีต่อองค์กรหรือผู้ประกอบการและที่สำคัญย่อมสร้างความไม่น่าพึงพอใจให้แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ

9. การแก้ไขปัญหาหรือข้อผิดพลาดทุกด้านอย่างรวดเร็วข้อนี้หมายถึงว่าไม่ควรให้มีความผิดพลาดในเรื่องเดียวกันเกิดขึ้นเป็นครั้งที่สอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับลูกค้าคนเดียวกันหรือผู้รับบริการรายเดียวกัน ตัวอย่างเช่น ลูกค้าแจ้งว่ายอดเงินฝากผิดพลาดหรือสะกดชื่อหรือนามสกุลผิดพลาด ธนาคารก็ยังไม่ได้แก้ไขปัญหานั้นทันทียังคงสะกดชื่อหรือนามสกุลลูกค้าผิดพลาดเหมือนเช่นเดิม

10. พนักงานทุกคนในที่ทำงานจะต้องเป็นผู้รู้ คือ รู้ข้อมูลที่จำเป็นและสำคัญเกี่ยวกับงาน สินค้าและอื่น Freemantle กล่าวว่าพนักงานทุกคนจะต้องรู้เรื่อง ดังต่อไปนี้

- 10.1 รู้เรื่องเกี่ยวกับสินค้าที่ตนขาย (Know the Product)
- 10.2 รู้เกี่ยวกับบริการที่ให้ (Know the Service)
- 10.3 รู้ข้อมูลหรือรู้จักองค์กรที่ตนทำงานอยู่ (Know the Organization)
- 10.4 รู้ว่าจะต้องทำงานอะไรบ้างให้สำเร็จลุล่วง (Know How to Get Thing Done)
- 10.5 รู้จักวิธีแก้ไขปัญหา (Know to Get Problems Resulted)
- 10.6 รู้จักชื่อของลูกค้าประจำ (Know Regional Customers by Their Name)

11. พนักงานที่ต้องติดต่อทำงานหรือให้บริการลูกค้าจะต้องเป็นผู้ที่สามารถตัดสินใจหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยไม่ต้องเกรงกลัวฝ่ายบริหารตำหนิ พนักงานที่ทำงานในลักษณะนี้จะต้องไม่ผลึกความรับผิดชอบไปให้ผู้อื่นหรือกล่าวว่ตนเองไม่มีอำนาจในการวินิจฉัยตัดสินใจเรื่องนี้ขอให้ไปถามผู้อื่นหรือผู้บริการนอกจากนี้ผู้ให้บริการที่ติดต่อกับลูกค้าจะต้องมีการเอาใจใส่ดูว่าลูกค้าที่ติดต่อกับตนได้รับการบริการหรือตอบคำถามเป็นที่พอใจหรือยังแม้ว่าบางครั้งตนจะไม่ใช่ผู้บริการหรือผู้ตอบโดยตรงก็ตาม ตัวอย่างเช่น พนักงานประชาสัมพันธ์ที่ลูกค้ามาติดต่อถามหาฝ่ายสินเชื่ พนักงานประชาสัมพันธ์จะต้องสามารถพาไปหรือชี้ทางหรือแนะนำไปหาบุคคลที่ลูกค้าต้องไปติดต่อด้วยและจะต้องมีการติดตามหรือซักถามลูกค้าว่าได้รับบริการที่ตนต้องการติดต่อแล้วหรือยัง ลักษณะเช่นนี้จะทำให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกว่พนักงานทุกคนมีความพยายามที่จะสนองตอบความต้องการของตนเอง

12. ในสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ หรือบริการพิเศษเล็ก ๆ ซึ่งหลักข้อนี้พบในปัจจุบันมีผู้เห็นความสำคัญและมีการนำไปใช้กันมากเพื่่อมุ่งสร้างทั้งความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้า ตัวอย่างเช่น การแจกหรือแถมเมื่อซื้อสินค้าภายในวงเงินหนึ่ง บางครั้งก็มีการให้ส่วนลดเป็นคูปองเพื่อไปซื้อหรือแลกซื้อสินค้าอื่น ๆ ดังที่เรเห็นกันตามศูนย์การค้าต่าง ๆ ในประเทศและหลาย ๆ ประเทศ คำอธิบายหรือเหตุที่อยู่เบื้องหลัง หลักปฏิบัติข้อนี้ คือ มนุษย์ทุกคนจะมีความพึงพอใจถ้าหากรู้ว่าตนเองได้รับสิทธิพิเศษเหนือคนอื่นหรือได้รับความสนใจเป็นพิเศษการให้จะให้เล็ก ๆ น้อย ๆ นอกเหนือจากที่ได้ตามปกติทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรู้สึกว่ตนเองเป็นบุคคลพิเศษกว่าคนอื่น ๆ

13. อย่างมองข้ามความสำคัญของรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย การมองข้ามสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ แม้ว่าส่วนสำคัญใหญ่ ๆ จะสมบูรณ์ก็อาจทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความรู้สึกแตกแยกหรือขาดความรู้สึกที่ดีต่อผู้ประกอบการ หรือผู้ให้บริการได้เช่นกัน ตัวอย่างของการผิดพลาดเล็ก ๆ น้อย เช่น การสะกดชื่อลูกค้าผิดพลาด การทำสมุดบัญชีหรือแฟ้มของลูกค้าหายไป หรือการขายสินค้าที่มีคุณภาพแต่ไม่ได้ตรวจตราความเรียบร้อยว่สินค้านั้นทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่ตนเองได้รับสินค้าที่ไม่สมบูรณ์

14. พยายามจัดสำนักงานและทุกอย่างในสำนักงานให้มีความสง่า การแต่งกายของพนักงานก็อาจจะต้องให้ดูเรียบร้อย สวยงาม มีสง่า แต่มิใช่แต่งตัวเหมือนประกวดแฟชั่นหรือสวยแบบดาราหรือนักแสดง กล่าวคือต้องมีความเหมาะสม หลักการข้อนี้เป็นเรื่องทางจิตวิทยาพื้นฐานที่ว่ผู้ใดก็ตาม ถ้ามองเห็นสำนักงานนั้นไม่สวยงามก็จะตีความหรือมีความรู้สึกนึกคิดเอาว่บริการที่ให้นั้นคงจะต้องมีคุณภาพไม่ดี ในทำนองเดียวกันถ้าเป็นพนักงานแต่งกายไม่สง่าก็จะนึกคิดไปเอาว่พนักงานผู้นั้นไม่มีความสามารถในการให้บริการที่ดีหรือมีคุณสมบัติด้อยอันเนื่องมาจากภูมิหลังที่ด้อยเป็นต้น

ในทางธุรกิจนั้นจะถือว่าตัวอาคารสำนักงานและการตกแต่งภายในอาคารสำนักงานให้ดูสง่าและสวยงามเป็นสิ่งจำเป็น ตัวอย่างเช่น ห้องรับแขกหรือลูกค้าที่มารอคอยการใช้บริการจะต้องตกแต่งให้มีความสบายน่านั่ง ภายในตัวอาคารสำนักงานที่ใหญ่โตถาวร พนักงานก็แต่งเครื่องแบบที่ออกแบบดูสวยงาม

และสง่าทั้งนี้เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าและต้องการสร้างความรู้สึกแก่ลูกค้าและผู้มาใช้บริการว่าสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างดี

3. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

ความสำคัญของการบริการ การบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในงานด้านต่าง ๆ เพราะบริการคือการให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ไม่มีการดำเนินงานใดๆ ที่ปราศจากบริการทั้งในภาคราชการและภาคธุรกิจเอกชนการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใดๆ ก็ต้องมีการบริการร่วมอยู่ด้วยเสมอ ยิ่งเป็นธุรกิจ ตัวบริการนั่นเองคือ สินค้า การขายจะประสบความสำเร็จได้ต้องบริการที่ดี ธุรกิจการค้าจะอยู่ได้ต้องทำให้เกิดการ "ขายซ้ำ" คือ ต้องรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ การบริการที่ดีจะช่วยรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ ทำให้เกิดการขายซ้ำแล้วซ้ำอีก และชักนำให้มีลูกค้าใหม่ๆ ตามมาเป็นความจริงว่า " เราสามารถพัฒนาคุณภาพสินค้าทีละตัวได้ แต่การพัฒนาคุณภาพบริการต้องทำพร้อมกันทั้งองค์การ " การพัฒนาคุณภาพของการบริการเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกคนในองค์การจะต้องถือเป็นความรับผิดชอบร่วมกัน มิฉะนั้นจะเสียโอกาสแก่คู่แข่งชั้น หรือสูญเสียลูกค้าไป ในการพิจารณาความสำคัญของการบริการ อาจพิจารณาได้ใน 2 ด้านได้แก่ (สมิต สัจฉกร. 2542:213,225) ถ้าเราบริการที่ดีจะเกิดผลอย่างไรและถ้าบริการไม่ดีจะเสียผลอย่างไร

บริการที่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติอันดีแก่ความคิดและความรู้สึกทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานให้บริการเป็นไปในทางบวกคือ ความชอบ ความพึงพอใจ ดังนี้

1. มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ
2. มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ
3. มีความระลึกถึงและยินดีมาขอรับบริการอีก
4. มีความประทับใจที่ดีไปอีกนานแสนนาน
5. มีความภักดีต่อหน่วยงานที่ให้บริการ
6. มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี

บริการที่ไม่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางลบ มีความไม่ชอบและความไม่พึงพอใจ ดังนี้

1. มีความรังเกียจตัวผู้ให้บริการ
2. มีความเสื่อมศรัทธาในหน่วยงานที่ให้บริการ
3. มีความผิดหวัง และไม่ยินดีมาใช้บริการอีก
4. มีความประทับใจที่ไม่ดีไปอีกนานแสนนาน
5. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่นไม่แนะนำให้มาใช้บริการอีก
6. มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ไม่ดี

ข้อควรปฏิบัติในการให้บริการ

1. ตั้งใจและเต็มใจฝึกฝนตนเองในการให้ความช่วยเหลือผู้อื่นอยู่เสมอ
2. ทำงานให้ถูกต้องตามมาตรฐานเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้า
3. ทำด้วยความรวดเร็วตรงตามเวลาไม่ให้เกิดความล่าช้าผิดนัดส่งมอบสินค้า
4. ทำอย่างครบถ้วนสมบูรณ์เพื่อป้องกันข้อตำหนิต่อหน้าจากลูกค้า
5. ทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจด้วยบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอคงเส้นคงวา

ข้อควรระวังในการให้บริการ

1. ไม่สนใจความต้องการของลูกค้า
2. ให้บริการขาดตกบกพร่อง
3. ดำเนินการล่าช้าผิดนัด
4. ใช้กิริยา วาจา ไม่เหมาะสม
5. ทำให้ลูกค้าผิดหวัง

ซึ่งสอดคล้องและเป็นไปตามแนวทางการปรับปรุงวิธีการทำงานของธนาคารในยุคปัจจุบันดังนั้นก็กล่าวข้างต้นจะเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงความเจริญและความเสื่อมอันเป็นผลจากการให้บริการที่ดีและไม่ดี ซึ่งเป็นความสำคัญอย่างมากของการบริการ

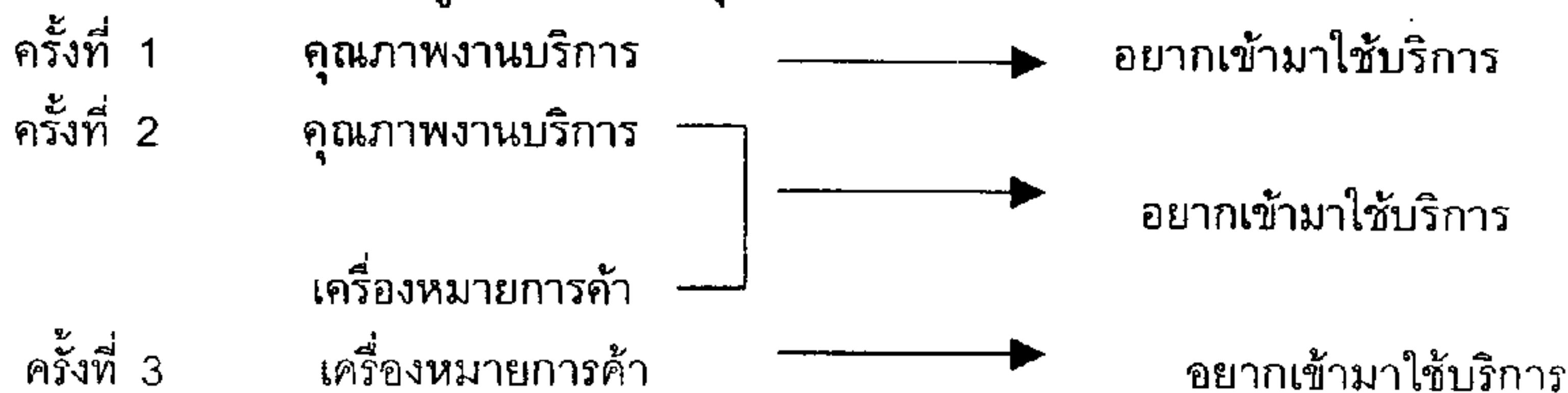
สมิต สัจฉกร (2543 :213,225)วิธีการให้บริการเพื่อสร้างความพอใจ การให้บริการเป็นงานล่อแหลม ทำดีก็เสมอตัวผิดพลาดก็ได้รับ คำตำหนิจึงเป็นงานที่ต้องการความรับผิดชอบสูงและมีจิตใจหนักแน่น ผู้ซึ่งทำงานบริการแล้วเกิดผิดพลาด บางคนก็เสียใจ พุ่มพ่าย วิธีการให้บริการอันจะทำให้ผู้รับบริการพอใจ จะต้องรู้ความคาดหวังของเขาและปฏิบัติตามความคาดหวังเท่าที่จะเป็นไปได้ ทั้งนี้ย่อมไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ เพราะการปฏิบัติด้วยกาย วาจา ใจ ต่อคนต่าง ๆ ให้สามารถสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละลักษณะทุกระดับย่อมมีความยากลำบากการที่จะให้บริการเป็นที่พอใจของทุก ๆ คนดูจะเป็นเรื่องเป็นไปได้ แต่ก็ไม่พ้นวิสัยที่จะทำให้คนส่วนใหญ่พึงพอใจ หากเรามีความมุ่งมั่นที่จะปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการอยู่เสมอ

4. ทฤษฎีการเรียนรู้เกี่ยวกับการบริการ

ฮอกิน และคณะ (2539 : 338-339) ได้อธิบายการให้บริการว่าเกิดจากการที่ผู้รับบริการเกิดการเรียนรู้ในการบริการนั้น การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวร ซึ่งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนั้นเกิดจากการได้รับประสบการณ์ ดังนั้นการเรียนรู้มีหลักสำคัญ 3 ประการ คือ

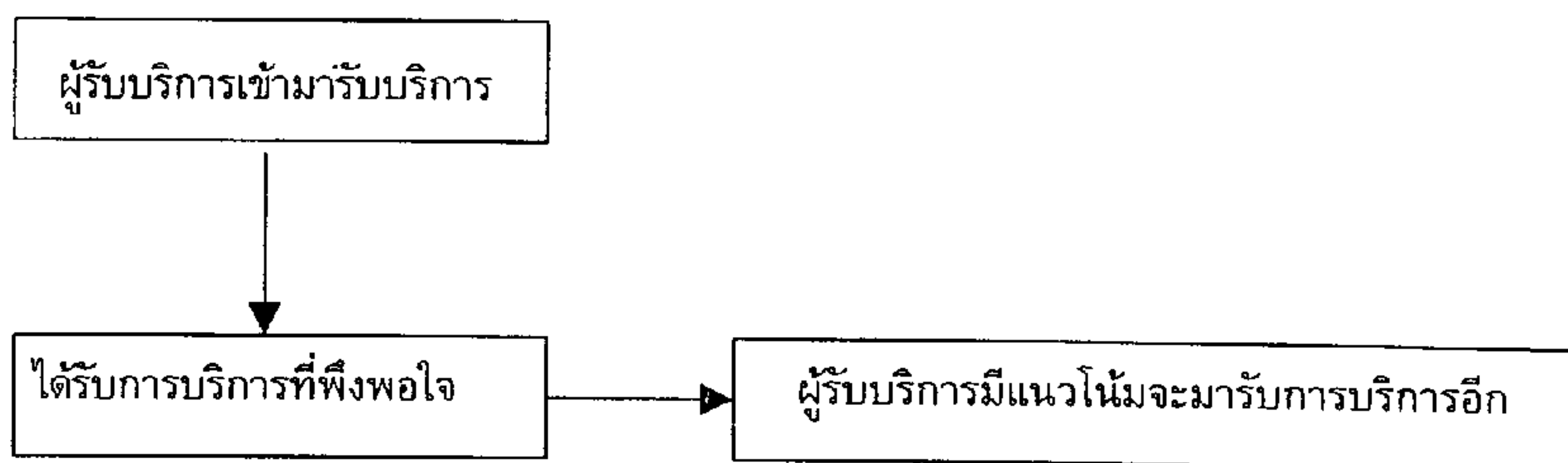
1. การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยเปลี่ยนจากการไม่เคยรู้จักบริการมาเป็นรู้จักบริการนั้น เปลี่ยนจากการไม่ชอบบริการมาเป็นชอบบริการนั้น เปลี่ยนจากไม่เคยใช้บริการนั้นมาเป็นใช้บริการ
2. การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างถาวร เมื่อรู้จักการให้บริการแล้วเกิดความประทับใจในบริการนั้นก็มักจะกลับมาใช้บริการนั้นตลอดไป และไม่ใช้บริการที่ไม่ใช่เครื่องหมายทางการค้าหรือบริษัทเดิม
3. การเรียนรู้เกิดจากผู้รับบริการได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับการบริการ ไม่ว่าจะโดยตรงด้วยตนเองมาก่อนหรือผู้อื่นบอก

พาฟลอฟ (2539 : 339-340) ได้เสนอทฤษฎีการเรียนรู้จากเงื่อนไขสิ่งเร้าซึ่งสามารถนำมาอธิบายความรู้สึกที่มีต่อการบริการได้ หากนำสิ่งเร้าตามธรรมชาติไปควบคู่กับบริการบ่อย ๆ แล้ว จะทำให้มนุษย์เกิดความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่งเช่นเดียวกับความรู้สึกที่นำมากระตุ้น

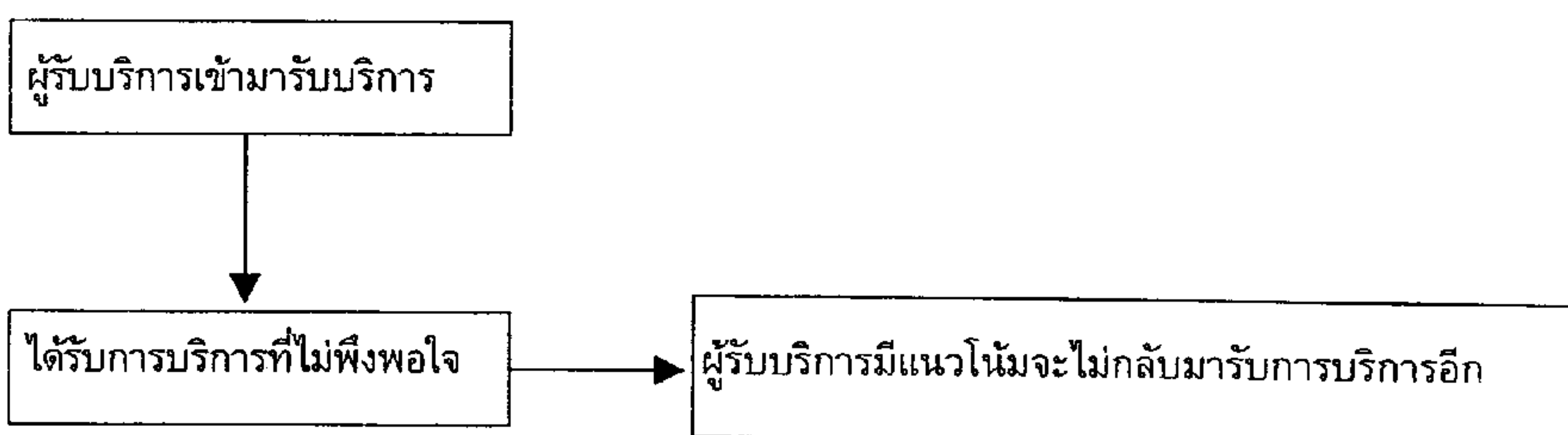


ภาพประกอบ 1 การเรียนรู้สิ่งเร้า

จากทฤษฎีการเรียนรู้จากเงื่อนไขสิ่งเร้าชี้ให้เห็นว่าผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีต่อบริการได้ หากนำบริการนั้นไปควบคู่กับสิ่งเร้าที่กระตุ้นความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีนั้นบ่อย ๆ เช่น ลูกค้ามาทำธุรกรรมที่ธนาคาร ยามซึ่งมีหน้าที่ดูแลรถเข้า-ออกของธนาคารได้คอยให้ความสะดวกเวลาลูกค้าที่มาใช้บริการเกิดความประทับใจ บอกต่อว่าธนาคารให้บริการดีแม้กระทั่งยามยังช่วยดูแลเรื่องการจอดรถและการเข้า-ออกรถที่มาติดต่อธุรกรรมกับ ธนาคารทำให้ลูกค้าบอกต่อและเกิดความสบายใจเมื่อเข้ามาติดต่อที่ธนาคารเป็นการสร้างภาพพจน์ในเรื่องการให้ บริการที่ดีในทางตรงกันข้ามหากยามขาดความรับผิดชอบดังที่กล่าวมาลูกค้าก็จะไม่รู้สึกประทับใจและจะไม่กลับ มาใช้บริการอีกอาจทำให้เสียภาพพจน์ของธนาคารอีกด้วย



ภาพประกอบ 2 ภาพอิทธิพลของความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาใช้บริการ



ภาพประกอบ 3 ภาพอิทธิพลของความไม่พึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มจะไม่กลับมาใช้บริการ

ทฤษฎีการเรียนรู้เงื่อนไขการกระทำสามารถอธิบายว่า ผู้รับบริการมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการอีก หากได้รับการบริการที่พึงพอใจในทางตรงข้ามจะไม่กลับมาใช้บริการอีกหากไม่ได้รับความพึงพอใจ

5. ทฤษฎีพฤติกรรม

5.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีพื้นฐานมาจากการพิจารณาพฤติกรรมของบุคคลที่ แสดงออกในการซื้อสินค้า ซึ่งการซื้อดังกล่าวสามารถแบ่งเป็น 2 ทฤษฎี คือ

1. ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมที่มีเหตุผล (Substantive theories)
2. ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมที่เกิดจากอารมณ์ (Nonsubstantive theories)

5.2 ทฤษฎีพฤติกรรมที่มีเหตุผล (Substantive theories)

ทฤษฎีนี้มองว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคในกระบวนการซื้อจะต้องมีข้อมูลที่เพียงพอหรือต้องการมีความสามารถในการให้ได้มาซึ่งความรู้ การพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ อย่างรอบคอบ อันนำไปสู่การตัดสินใจซื้อที่มีเหตุผล ทฤษฎีที่อยู่ภายใต้ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมที่มีเหตุผลได้แก่ ทฤษฎีว่าด้วยการเป็นคนประหยัด (Economic man) ทฤษฎีว่าด้วยการแก้ไขปัญหาหรือการตัดสินใจ (Problem Solving or decision making) ทฤษฎีว่าด้วยการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk Avoidance) ทฤษฎีว่าด้วยการเรียนรู้ (Learning)

5.3 ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมที่เกิดจากอารมณ์ (nonsubstantive theories)

ทฤษฎีนี้จะแตกต่างจากทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมที่มีเหตุผลหลายประการคือ

ประการที่ 1 ทฤษฎีนี้จะเน้นว่าผู้บริโภคขาดข้อมูลที่จะช่วยในการตัดสินใจสำหรับสินค้าส่วนใหญ่

ประการที่ 2 ทฤษฎีนี้ผู้บริโภคไม่ชอบที่จะต้องเสียเวลาหรือต้องยุ่งยากในการประเมินผลและเปรียบเทียบทางเลือกต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจ

ประการที่ 3 ทฤษฎีนี้ถือว่าความแตกต่างระหว่างสินค้าและตราสินค้า เป็นซึ่งไม่สามารถมองเห็นความแตกต่าง

ประการที่ 4 ทฤษฎีนี้ถือว่าการตัดสินใจเป็นเรื่องของอารมณ์ความรู้สึก ความไม่เป็นจริงและบางครั้งก็เป็นเรื่องของการตัดสินใจที่ไม่ตรงกับเป้าหมายหรือความต้องการที่จะซื้อ

ทฤษฎีต่าง ๆ ที่สะท้อนให้เห็นพฤติกรรมที่เกิดจากอารมณ์ได้แก่ ทฤษฎีว่าด้วยจิตวิเคราะห์ (psychoanalytic) ทฤษฎีว่าด้วยการกระทำทางสังคม (Social Actions) ทฤษฎีว่าด้วยการกระทำที่ไม่ได้ตั้งใจมาก่อน (Impulse Action) และทฤษฎีว่าด้วยความน่าจะเป็นหรือการสุ่มเลือก (probabilistic or random choice)

6. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน)

6.1 ประวัติธนาคาร ดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) และสาขาราชการ

ธนาคารไทยท努 จำกัด (มหาชน) ถือกำเนิดขึ้นโดยกลุ่มผู้ก่อตั้งอันประกอบไปด้วยเจ้านาย ชั้นผู้ใหญ่บางพระองค์ ข้าราชการ พ่อค้า และคหบดี ได้ร่วมกันจัดตั้งธนาคารไทยท努 จำกัด ขึ้นเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม พ.ศ. 2491 มีทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ 10 ล้านบาท โดยแบ่งเป็น 1 แสนหุ้น มีมูลค่าหุ้นละ 100 บาท มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ ถนนพระพิทักษ์ สี่แยกบ้านหม้อ โดยได้รับใบอนุญาตจากกระทรวงการคลังให้ประกอบกิจการธนาคารได้เมื่อวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2492 และทำพิธีเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2492 ซึ่งถือว่าเป็นวันครบรอบของธนาคาร จากนั้นในวันที่ 17 พฤศจิกายน พ.ศ. 2515 ธนาคารได้รับพระราชทานตราตั้งให้เป็นธนาคารในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวต่อมาธนาคารได้ย้ายสถานที่ทำการใหม่โดยไปตั้งที่วังบูรพา ซึ่งเป็นสำนักงานใหญ่ของธนาคารจนถึงปี พ.ศ. 2516 และเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2516 จึงได้ย้ายสำนักงานใหญ่มาที่ถนนสีลม เพื่อรองรับการเจริญเติบโตของธนาคาร และได้เข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2519 ต่อมาในปี พ.ศ. 2536 ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และได้เปลี่ยนชื่อเป็น "ธนาคารไทยท努 จำกัด(มหาชน)" ปี พ.ศ. 2539 ธนาคารไทยท努ได้กำหนดวิสัยทัศน์ที่จะพัฒนาและเจริญเติบโตอย่างไม่หยุดยั้งว่าจะ " มุ่งมั่นสู่ความเป็นหนึ่งในธนาคารที่ดีที่สุดในปี พ.ศ. 2543" หรือ TDB 2000 ไทยท努ยุคใหม่จะเป็นธนาคารที่สามารถให้บริการทางการเงินอย่างครบวงจร (Universal banking) เป็นผู้นำในด้านบริการทางการเงินรูปแบบต่าง ๆ

ทั้ง ด้านพาณิชย์ (Commercial banking) ด้านการลงทุน (Investment banking) และด้านลูกค้ารายย่อย (Retail banking) ด้วยคุณภาพสินทรัพย์อยู่ในระดับ 3 ของระบบธนาคารพาณิชย์ไทย พร้อมกับได้ขยายเครือข่ายธุรกิจสาขาออกไปรวม 96 สาขา โดยเป็นสาขาต่างประเทศ 1 สาขา สาขาในกรุงเทพฯ 44 สาขา สาขาในเขตปริมณฑล 14 สาขา และสาขาต่างจังหวัด 37 สาขา โดยมีบุคลากรลูกจ้าง และพนักงานรวมทั้งสิ้น 3,875 คน (ธนาคารไทยทุน, 2540) ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2539 ต่อเนื่องจนถึงปี พ.ศ. 2540 ได้เกิดวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจครั้งใหญ่ขึ้นในประเทศไทยส่งผลให้สถาบันการเงินของไทยจำนวนมากต้องปิดกิจการลง ธนาคารพาณิชย์บางแห่งต้องกลายสภาพเป็นธนาคารของรัฐบาลส่งผลให้สถานภาพทางการเงินและความต้องการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเปลี่ยนไปจากเดิมสิ่งแวดล้อมในภาคธุรกิจเปลี่ยนกติกาและกฎระเบียบในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มธนาคารพาณิชย์มีการปรับเปลี่ยนให้รัดกุมและเหมาะสมยิ่งขึ้น ตลอดจนวิธีการแข่งขันระหว่างธนาคารที่ยังคงดำเนินกิจการอยู่ก็เพิ่มทวีความรุนแรงและต้องการความเป็นสากลมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงของสถาบันการเงินต่าง ๆ เป็นสิ่งที่ถูกกดดันจากสภาพเศรษฐกิจที่ถดถอยสถาบันการเงินทุกแห่งมีความจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดขององค์กรและเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้สามารถช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ อีกทั้งให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทั้งสถาบันการเงินชั้นนำของไทยและสถาบันการเงินต่างประเทศ สำหรับธนาคารไทยทุน จำกัด (มหาชน) ก็เช่นเดียวกับสถาบันการเงินอื่นที่ต้องปรับตัวและเปลี่ยนแปลงมากในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2540 ธนาคารได้รับความร่วมมือจากธนาคารดีบีเอส (Development bank of Singapore) เข้าถือหุ้นเพิ่มทุนเป็นผลสำเร็จส่งผลให้ธนาคารไทยทุนดำเนินธุรกิจต่อไปได้ไม่ประสบปัญหาเพิ่มทุน นับเป็นธนาคารแห่งแรกที่สามารถทำการเพิ่มทุนได้ทันต่อเหตุการณ์ นอกจากนั้นคณะกรรมการของธนาคารมีมติให้ธนาคารทำการปรับปรุงโครงสร้างของธนาคารอีกครั้งหนึ่งเพื่อเตรียมพร้อมสู่ความเป็นหนึ่งในธนาคารชั้นนำของประเทศ และทำให้ธนาคารสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับธนาคารให้อยู่ในระดับเดียวกับธนาคารดีบีเอสปัจจุบันธนาคารมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 15,000,000,000 บาท ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 11,000,650,000 บาท ธนาคารได้เปลี่ยนชื่อเป็น “ ธนาคารดีบีเอส ไทยทุน จำกัด (มหาชน) ” เมื่อ วันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2542 และมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 393 ถนนสีลม บางรัก กรุงเทพฯ 10500 โทรศัพท์ 0 2230-5000 โทรสาร 0 2236-7939 ทะเบียนเลขที่ บมจ.107 ณ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2542 ธนาคารมีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 96 สาขา อนึ่งตามแผนการปรับทิศทางธุรกิจ ซึ่งธนาคารได้ประกาศไปเมื่อต้นปี พ.ศ. 2543 นั้น ธนาคารได้ทำการยุบรวมสาขาจำนวน 34 แห่ง คงเหลือ 61 สาขา และได้ดำเนินการปรับตัวครั้งใหญ่อีกครั้งเพื่อจัดโครงสร้างองค์กรให้เป็นมาตรฐานสากลโดยมีจุดมุ่งหมายในการเป็นผู้นำทางด้านตลาดการเงิน โครงสร้างการบริหารใหม่จะมีลักษณะแนวราบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ซับซ้อนและเพิ่มความกระตือรือร้นต่อการบริหารให้มีความรวดเร็ว

วัตถุประสงค์หลักของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรการ มีดังนี้

1. เพื่อผลักดันให้เป็นธนาคารชั้นนำระดับโลก ที่มีศักยภาพในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า และสามารถแข่งขันสำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธนาคารโดยธนาคารไทยทุนจะมุ่งเน้นการให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ธนาคารมีความพร้อมในการแข่งขันโดยเน้นธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจรายย่อย ตลอดจนลูกค้าบุคคลโดยพิจารณาถึงศักยภาพของธุรกิจที่ธนาคารจะเข้าไปให้บริการความพร้อมของระบบงานและเทคโนโลยี ตลอดจนความพร้อมของบุคลากรของธนาคาร

2. เพื่อยกระดับการอำนวยความสะดวกและการบริหารสินเชื่อของธนาคารให้เข้มงวดและรัดกุมตลอดจนเป็นมาตรฐาน ธนาคารดีบีเอส ไทยทุน ได้แบ่งแยกสายงานในการให้บริการสินเชื่อเป็น 3 ลักษณะงาน คือ

- 2.1 งานสินเชื่อล่วงหน้า
- 2.2 งานสินเชื่อส่วนกลาง
- 2.3 งานสินเชื่อส่วนหลัง

โครงสร้างการบริหารงานสินเชื่อลักษณะนี้มีความเป็นสากลเช่นเดียวกับต่างประเทศชั้นนำหลาย ๆ แห่ง และจะทำให้การบริหารสินเชื่อของธนาคารรัตนภูมิมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธนาคารดีบีเอส ไทยทูนุ่ มักจะเป็นลูกค้าที่ใช้บริการกับสาขาในเขตกรุงเทพและปริมณฑลหรือสาขาที่อยู่ในเขตภูมิภาคต้องได้รับการบริการที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพภายใต้การปฏิบัติงานที่มีวิธีการทำงานเป็นมาตรฐานเดียวกัน

3. เพื่อให้กลไกของการบริหารการควบคุมภายในของธนาคารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถตรวจสอบการทำงานของธนาคารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งธนาคารจะจัดตั้งกลุ่มงานบริหารความเสี่ยงเพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลความเสี่ยงด้านต่าง ๆ ของธุรกิจธนาคารและจะทำการปรับปรุงให้งานกำกับและตรวจสอบของธนาคารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยให้รายงานตรงไปยังคณะกรรมการของธนาคารจะทำให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถกำกับดูแลการทำงานของฝ่ายจัดการได้ในทุกระดับชั้น

4. เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพงานสนับสนุนของธนาคารให้รวดเร็ว แม่นยำ และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างดี ซึ่งงานสนับสนุนของธนาคารดีบีเอสไทยทูนุ่ จะทำการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติ (Business process) โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อให้ธนาคารพร้อมที่จะสนับสนุนสายงานธุรกิจได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในการบริการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธนาคาร

โครงสร้างองค์กร

การจัดโครงสร้างองค์กรใหม่ของธนาคารดีบีเอส ไทยทูนุ่ จำกัด(มหาชน) ประกอบด้วย 8 กลุ่มงาน ดังนี้

1. กลุ่มตรวจสอบ (Audit group)
2. กลุ่มธุรกิจรายย่อย (Retail banking group)
3. กลุ่มพาณิชย์ธนกิจ (Corporate banking group)
4. กลุ่มบริหารความเสี่ยง (Risk management group)
5. กลุ่มการเงิน วางแผน และปฏิบัติการ (Finance planning and operation group)
6. กลุ่มการพนักงาน (Human resource group)
7. กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information technology group)
8. กลุ่มงานสนับสนุนและบริการ (Corporate services group)

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ธนาคารดีบีเอส ไทยทูนุ่ จำกัด (มหาชน) ได้รับใบอนุญาตในการประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์และธุรกิจวิเทศธนกิจจากกระทรวงการคลังโดยอยู่ภายใต้การดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย ดำเนินธุรกิจทุกประเภทตามที่ได้กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์ และประกาศที่เกี่ยวข้องซึ่งออกโดยธนาคารแห่งประเทศไทย โดยธนาคารให้บริการทางการเงินการพาณิชย์ต่าง ๆ อันได้แก่ การรับฝากเงิน การให้สินเชื่อ การทำธุรกิจต่างประเทศ วิเทศธนกิจ พาณิชธนกิจ และให้บริการด้านอื่น ๆ ได้แก่ บริการด้านอิเล็กทรอนิกส์ บริการเสริมต่าง ๆ โดยดำเนินกิจการภายในประเทศ ต่างประเทศ ทั้งในสำนักงานใหญ่ สาขาแก่ลูกค้าและประชาชนทั่วไปทั้งนี้ธนาคารได้รับใบอนุญาตจากกระทรวงการคลังให้ประกอบธุรกิจ 3 ประเภท ดังนี้

(Private placement offering) ให้แก่กลุ่มธนาคารดีบีเอส พันธมิตรเก่าของธนาคาร จำนวน 300 ล้านหุ้น ในราคาหุ้นละ 20 บาท รวมเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 6,000 ล้านบาท ซึ่งมีการลงนามสัญญาซื้อขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของธนาคารในวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2540 ทำให้ธนาคารดีบีเอส ถือหุ้นในสัดส่วนสูงสุดคือร้อยละ 50.27

พ.ศ. 2542 ธนาคารไทยทุน ประกาศเพิ่มทุนอีกจำนวน 12,000-17,000 ล้านบาท เพื่อเสริมสร้างฐานเงินกองทุนขั้นที่ 1 ให้แข็งแกร่งได้มอบหมายให้ บริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมทหารไทย จำกัด เป็นผู้ขออนุมัติจากคณะกรรมการหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.) เพื่อจัดตั้ง “ กองทุนรวมหุ้นบุริมสิทธิ-หุ้นกู้ด้อยสิทธิ ธนาคารไทยทุน จำกัด (มหาชน) ” เพื่อเสนอขายหน่วยลงทุน โดยกำหนดเงินลงทุนขั้นต่ำขั้นต้น 10 ล้านบาท พร้อมได้แต่งตั้งบริษัทหลักทรัพย์เจเอฟธนาคมเป็นที่ปรึกษาทางการเงินเพื่อให้คำปรึกษาและความเห็นต่อคณะกรรมการอิสระของธนาคารในการให้ข้อมูลแก่ผู้ถือหุ้นรายย่อยเกี่ยวกับรายการที่เกี่ยวข้องกัน โดยจะมีการระดมทุน 3 รูปแบบ คือ

1. เสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้กับกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมในสัดส่วน 1:1 ในราคา 10 บาทต่อหุ้นจำนวน 550 ล้านหุ้น นอกจากนี้ได้อนุญาตให้ผู้ถือหุ้นเดิมมีสิทธิจองในส่วนที่อาจจะเหลือได้หากต้องการเพิ่มสัดส่วนแต่ต้องไม่เกินสัดส่วนเดิมของตน

2. เสนอขายหุ้นบุริมสิทธิควบหุ้นกู้ด้อยสิทธิประเภทไถ่ถอนได้ จำนวน 10,000 ล้านบาท ให้แก่กองทุนรวมที่จัดตั้งเป็นพิเศษเฉพาะซึ่งในขั้นแรกจะออกเพียง 5,000-6,667 ล้านบาท โดยมีอัตราผลตอบแทนที่ร้อยละ 11 ซึ่งเมื่อใดที่ธนาคารสามารถล้างขาดทุนสะสมและมีผลกำไรพร้อมกับจ่ายปันผลแล้วธนาคารจะจ่ายผลตอบแทนให้อัตราที่สูงสุดไม่เกิน ร้อยละ 22.25 โดยจ่ายเป็นรายไตรมาส นอกจากนี้ธนาคารมีสิทธิที่จะไถ่ถอนได้ในสิ้นปีที่ 5 เป็นต้นไป

3. เสนอขายหุ้นบุริมสิทธิควบหุ้นกู้ด้อยสิทธิประเภทแปลงสภาพ และประเภทไม่สะสม เงินปันผล แต่สามารถแปลงสภาพตั้งแต่ปีที่สองเป็นต้นไปได้ จำนวน 1,500 ล้านบาท ให้แก่ธนาคารดีบีเอส โดยมีผลตอบแทนร้อยละ 5 ก็ต่อเมื่อภายหลังจากการล้างขาดทุนสะสม มีผลกำไรและจ่ายปันผลแล้ว

ปี พ.ศ.2543 ธนาคารไทยทุน ประกาศเพิ่มทุนอีก 13,500 ล้านบาท เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งเงินกองทุนของธนาคารให้พร้อมรับกับการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นและเป็นการเตรียมความพร้อมในการขยายธุรกิจในภาวะที่กำลังฟื้นตัวและเป็นการเพิ่มทางเลือกในการแก้ไขปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ เพื่อให้ผู้บริหารของธนาคารได้ใช้เวลาและทุ่มเทกำลังในการพัฒนาและขยายธุรกิจหลักของธนาคาร โดยที่ไม่ต้องกังวลเกี่ยวกับการแก้ปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ต่อไปซึ่งสามารถดำเนินการเพิ่มทุนได้แล้วเสร็จในเดือนมิถุนายน โดยแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1. ธนาคารออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 1,100 ล้านหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม ในอัตราส่วนหุ้นเดิม 1 หุ้นต่อหุ้นสามัญใหม่หุ้นละ 10 บาท คิดเป็นมูลค่าเพิ่มทุน 11,000 ล้านบาท

2. ธนาคารออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 250 ล้านหุ้น ให้กับนักลงทุนโดยเฉพาะเจาะจง และ/หรือผู้ลงทุนประเภทสถาบัน 10 ประเภท ในราคาไม่ต่ำกว่าหุ้นละ 10 บาท คิดเป็นมูลค่าเพิ่มทุน 2,500 ล้านบาท

ทั้งนี้ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนที่ได้รับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนครั้งนี้ จะได้รับใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญฟรี ในอัตราส่วนหุ้นสามัญที่ได้รับการจัดสรร 1 หุ้นต่อใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วย มูลค่า 10 บาท โดยใบสำคัญแสดงสิทธิมีเงื่อนไขดังนี้ ใบสำคัญแสดงสิทธิมีอายุ 5 ปี ราคาที่จะซื้อหุ้นตามสิทธิหุ้นละ 10 บาท โดยสามารถใช้สิทธิได้ในทุกไตรมาส ทั้งนี้ได้ให้สิทธิกับธนาคารที่จะสามารถให้ผู้ใบสำคัญแสดงสิทธิใช้สิทธิแปลงสภาพนับตั้งแต่ปีที่ 3 เป็นต้นไป หากราคาซื้อขายของหุ้นธนาคาร เฉลี่ย 30 วัน สูงเกิน 20 บาท กรณีมีผู้ใช้สิทธิไม่ครบทั้งสองแบบธนาคารดีบีเอสยินดีจะรับซื้อไว้ทั้งหมดโดยจะถือในรูปของหุ้นกู้

ด้วยสิทธิแปลงสภาพควบคู่กับสิทธิควบใบสำคัญแสดงสิทธิ ทั้งนี้ธนาคารมีแผนที่จะนำไปสำคัญแสดงสิทธิเข้าจดทะเบียนทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ เพื่อเป็นการเสริมสภาพคล่องให้กับผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิดังกล่าวและจากการเพิ่มทุนครั้งนี้ ธนาคารประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีทำให้ธนาคารมีงบการเงินที่แข็งแกร่งสามารถกันสำรองได้ครบร้อยละ 100 และก่อนกำหนดเวลาของธนาคารแห่งประเทศไทย ส่งผลให้มีอัตราส่วนเงินกองทุนรวมร้อยละ 21.5 สูงกว่าที่ทางการกำหนดไว้ที่อัตราร้อยละ 8.5 ทำให้รายจ่ายของธนาคารลดลงและมีผลกำไรในการดำเนินธุรกิจเร็วขึ้นเป็นการยกระดับธนาคารมาตรฐานสากลและเป็นธนาคารระดับโลกของไทย (World class thai bank)

จุดแข็งของการแปรสภาพ

1. เมื่อเพิ่มทุนสำเร็จ จะส่งผลให้ฐานเงินกองทุนของธนาคารเพิ่มสูงขึ้นกว่าร้อยละ 19.8 โดยมีเงินกองทุนขั้นที่ 1 เกินกว่าร้อยละ 15.4 ซึ่งสูงกว่าที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดไว้ในอัตราร้อยละ 4.25
2. ทำให้ธนาคารสามารถยืนหยัดได้ด้วยตนเอง เป็นองค์กรที่มั่นคงสามารถตั้งสำรองได้ครบก่อนปี พ.ศ. 2000 และมีงบการเงินที่แข็งแกร่ง
3. ทำให้ธนาคารเป็นสถาบันการเงินที่น่าเชื่อถือในสายตาของลูกค้าผู้ฝากเงิน นักลงทุน นักวิเคราะห์ และสถาบันการจัดอันดับความน่าเชื่อถือและเจ้าหน้าที่ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้การระดมทุนและขยายธุรกิจของธนาคารทั้งในประเทศและต่างประเทศประสบความสำเร็จ
4. ทำให้ธนาคารมีเงินกองทุนที่เพียงพอ สามารถใส่เงินสำรองได้ครบกำหนดก่อนเวลาที่ทางการกำหนดและรวดเร็วกว่ากำหนดเวลาการผ่อนผันของทางการ (ธันวาคม พ.ศ. 2543) เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาลักษณะเบ็ดเสร็จ
5. ทำให้ธนาคารหมดปัญหาในเรื่องของการกันสำรองตามที่ทางการกำหนด โดยจะมีฐานเงินกองทุนขั้นที่ 1 ที่สูงกว่า ร้อยละ 4.25 อย่างต่อเนื่องในจำนวนที่เหมาะสมเพียงพอในการขยายธุรกิจและสามารถดำเนินการปรับกลไกการปล่อยสินเชื่อให้เข้าสู่ภาวะปกติเพื่อช่วยเหลือลูกค้าของธนาคารได้อย่างมีประสิทธิภาพ
6. เมื่อธนาคารสามารถสำรองครบจำนวนตามที่ทางการกำหนดแล้ว ในอนาคตจะส่งผลให้ธนาคารแทบไม่ต้องกันสำรองอีกต่อไป ทำให้รายจ่ายลดลงอย่างมากและจะมีผลกำไรในการดำเนินธุรกิจเร็วขึ้นพร้อมกับสามารถให้ผลตอบแทนที่น่าพอใจแก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาวได้
7. ธนาคารดีบีเอส ไทยทุน จำกัด (มหาชน) เล็งถึงความเชื่อมั่นในความมั่นคงและความมีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจของธนาคารไทยทุน จึงเข้ามาลงทุนเพิ่มและใช้ชื่อเสียงของธนาคารดีบีเอส ทำให้ภาพลักษณ์ของธนาคารมีความมั่นคงมากขึ้นเป็นการยกระดับธนาคารไทยทุน ไปสู่มาตรฐานสากลและเป็นธนาคารชั้นนำของไทย
8. การสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า เนื่องจากธนาคารดีบีเอสเป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงเทียบเท่ากับธนาคารซิตี้แบงก์และเป็นธนาคารที่รัฐบาลสิงคโปร์ถือหุ้น นอกจากนี้ธนาคารสามารถใช้เครือข่ายของธนาคารดีบีเอส ซึ่งมีอยู่ 18 แห่งทั่วโลก ในการให้บริการลูกค้า
9. ธนาคารจะได้รับการถ่ายทอดทางเทคโนโลยีและความเชี่ยวชาญในด้านธุรกิจ โดยเฉพาะด้านการลงทุน ทำให้ธนาคารขยายธุรกิจได้อย่างครบวงจร สามารถบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลให้มีความสามารถในการทำกำไรสูงขึ้น
10. ผู้ถือหุ้นและพนักงานจะมีความภูมิใจที่ได้มีโอกาสทำงานในสภาวะแวดล้อมที่ท้าทายมีความมั่นคงและมีชื่อเสียงและมีความมาตรฐานสากลระดับนานาชาติ

ประวัติศาสตร์ดีบีเอส ไทยทูลุ จำกัด สาขาจักร เป็นสาขาลำดับที่ 97 ของธนาคารดีบีเอส ไทยทูลุ จำกัด (มหาชน) ที่ทำการสาขตั้งอยู่ในอาคารศรีวรจักรซึ่งเป็นอาคารจอดรถ เลขที่ 222 ถนนหลวง แขวงป้อมปราบ เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร 10110 มีขนาดพื้นที่ทำการรวม 292 ตาราง เมตร สาขาจักรนับเป็นสาขาแรกภายใต้แนวความคิดการจัดรูปแบบสาขาใหม่ของธนาคารดีบีเอสไทยทูลุ ที่ให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นหลัก โดยเน้นความสะดวกในการใช้บริการจากธนาคาร ภายในบริเวณ AutoBank ประกอบด้วยบริการ ATM , บริการ Update Passbook , บริการ Quick Check ซึ่งลูกค้า สามารถใช้บริการฝากเช็คได้ทุกวันเสาร์และอาทิตย์ ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นบริการที่อำนวยความสะดวกให้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจในบริเวณนี้ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ก็ยังมีบริการ PhoneBank ซึ่งให้บริการสอบถามข้อมูล ต่าง ๆ ของธนาคารอีกด้วย สำหรับชั้นสองเป็นส่วนของการให้บริการ ฝาก-ถอน-โอนเงิน ซึ่งลูกค้าโดยทั่วไป สามารถเลือกใช้บริการของธนาคารจากเครื่อง AutoBank ชั้นล่าง หรือใช้บริการจากพนักงานของธนาคารใน ชั้นสองได้เช่นกัน พนักงานของสาขามีทั้งหมด 11 คน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. Business Manager (BM) มีพนักงานจำนวน 1 คน

ขึ้นตรงต่อ Business Development Manager (BDM)

หน้าที่หลัก - ทำยอดขายรายปีและเพิ่มยอดขายให้ได้ตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนดไว้

ความรับผิดชอบ 1.1 การบริหารการขาย (50%)

1.2 การบริหารสาขา (20%)

1.3 การเป็นผู้นำ (10%)

1.4 การบริการธุรกิจ (10%)

1.5 การบริการลูกค้า (10%)

2. Client Service Manager (CSM) มีพนักงานจำนวน 1 คน

ขึ้นตรงต่อ Business Manager

หน้าที่หลัก - มุ่งมั่นบริหารทีมบริการของสาขาเพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่เป็นเลิศ และทำ
ยอดขายให้

ได้ตามเป้าหมายในการแนะนำลูกค้ามาใช้บริการ

ความรับผิดชอบ 2.1 บริการการให้บริการ (30%)

2.2 การดูแลระเบียบในการปฏิบัติบริหารสาขา (30%)

2.3 การเป็นผู้นำ (30%)

2.4 การพัฒนาธุรกิจ (10%)

3. Client Relationship Officer (CRO) มีพนักงานจำนวน 4 คน

ขึ้นตรงต่อ Business Manager

หน้าที่หลัก - สนับสนุนการทำยอดขายและการเติบโตของสาขาคตามเป้าหมายประจำปี

ความรับผิดชอบ 3.1 การพัฒนาธุรกิจ (60%)

3.2 การบริการลูกค้า (20%)

3.3 การเป็นผู้นำ (10%)

3.4 การดูแลระเบียบในการปฏิบัติงาน (10%)

4. Client Service Officer (CSO) มีพนักงานจำนวน 1 คน

ขึ้นตรงต่อ Client Service Manager

หน้าที่หลัก - ยกระดับการให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าและทำยอดขายได้ตามเป้าหมายในการ

แนะนำลูกค้ามาใช้บริการ

ความรับผิดชอบ 4.1 บริการลูกค้า (40%)

4.2 การดูแลและเบียบในการปฏิบัติงาน (30%)

4.3 การเป็นผู้นำ (20%)

4.4 การพัฒนาธุรกิจ (10%)

5. Client Service Assistant (CSA) มีพนักงานจำนวน 2 คน

ขึ้นตรงต่อ Client Service Officer

หน้าที่หลัก - ให้บริการลูกค้าที่เคาน์เตอร์โดยทำการทางบัญชีของลูกค้าให้ถูกต้องรวดเร็ว มีการแนะนำผลิตภัณฑ์และแนะนำลูกค้ารายใหม่ๆให้ทีม CRO ได้จำนวนตามเป้าหมายที่กำหนด

ความรับผิดชอบ 5.1 การให้บริการที่เคาน์เตอร์สาขา (60%)

5.2 การติดต่อสื่อสาร (30%)

5.3 การพัฒนาธุรกิจ (10%)

6. Sales & Service Support (SS) มีพนักงานจำนวน 2 คน

ขึ้นตรงต่อ Client Service Manager

หน้าที่หลัก - รับผิดชอบการทำงานด้านปฏิบัติการซึ่งอยู่ที่ Back Office ของสาขาและดำเนินการให้แล้วเสร็จโดยสมบูรณ์ถูกต้องภายในเวลาที่เหมาะสม

ความรับผิดชอบ 6.1 การบริการลูกค้า (5%)

6.2 การดูแลและเบียบในการปฏิบัติงาน

6.3 การพัฒนาธุรกิจ (10%)

6.2 ผลิตภัณฑ์และบริการด้านเงินฝากและอื่น ๆ

บริการด้านเงินฝาก

1. เงินฝากกระแสรายวัน (Current Account) ลักษณะเป็นเงินฝากประเภทจ่ายเมื่อทวงถาม จ่ายตามคำสั่งด้วยการใช้เช็คไม่มีดอกเบี้ยเปิดบัญชีขั้นต่ำ 10,000 บาท

2. เงินฝากออมทรัพย์ (Saving Account) ลักษณะจ่ายคืนเมื่อทวงถาม โดยมีสมุดคู่ฝาก (Pass Book) เป็นหลักฐานการรับการ รับ-ฝาก (ฝาก-ถอน) เปิดบัญชีขั้นต่ำ 100 บาท มีดอกเบี้ยจ่ายดอกเบี้ยปีละ 2 ครั้ง ตามงวดบัญชี

3. เงินฝากประจำ (Fixed Deposit) ลักษณะมีระยะเวลาการฝากที่แน่นอน แบ่งเป็นประเภท 3 เดือน/ 6 เดือน /1ปี/2ปี เปิดบัญชีขั้นต่ำ 1,000 บาท

4. บัตรเงินฝาก NCD (Negotiable Certificate of Deposit) ลักษณะเป็นเงินฝากประเภทจ่ายคืนเมื่อถึงกำหนดระยะเวลาโดยมีบัตรเงินฝากเป็นหลักฐานการรับฝากเงิน

บริการด้านอิเล็กทรอนิกส์

1. บัตรเงินสด (Cash Card) / เอทีเอ็ม (ATM) ลักษณะบริการใช้บัตรเอทีเอ็ม (ATM) ในการถอนเงินสดหรือสอบถามยอดเงิน จากบัญชีออมทรัพย์ หรือกระแสรายวัน และการโอนเงินระหว่างธนาคาร ผ่านเครื่องเอทีเอ็ม

2. การฝาก-ถอน (Auto Teller) ลักษณะลูกค้าธนาคารสามารถทำการฝาก-ถอน โอนเงินหักบัญชีเพื่อชำระค่าบริการ สอบถามยอดเงินคงเหลือ และสอบถามรายการฝาก-ถอน (Bank Statement) ได้ด้วยตนเองโดยผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ของธนาคาร

3. รับจ่ายเงินเดือนพนักงาน (Payroll Service) ลักษณะบริการรับ-จ่ายเงินเดือนแทนให้แก่หน่วยงานราชการและองค์กรธุรกิจต่าง ๆ

บริการด้านอื่น ๆ

1. โอนเงินภายในประเทศ (Domestic Remittance) มี 3 วิธีคือ

1.1 โอนเงินทางตั๋วแลกเงิน(Draft) ลักษณะเป็นการนำเงินสดหรือเช็คสั่งจ่ายของธนาคาร (Cashier's Order) มาซื้อตั๋วแลกเงินซึ่งระบุชื่อผู้รับและสาขาปลายทางแล้วส่งให้ผู้รับ

1.2 โอนเงินทางโทรศัพท์หรือโทรสาร ลักษณะเป็นการโอนเงินเพื่อเบิกเป็นเงินสดหรือเข้าบัญชีของตนเองหรือโอนให้บุคคลอื่นโดยผู้ใช้บริการไม่จำเป็นต้องลูกค้าธนาคาร

2. รับชำระ(เงินแทน)ค่าภาษี ค่าสมาชิก เบี้ยประกัน ค่าสินค้า ออกหนังสือรับรองฐานะ ลูกค้า โอนเงินบำนาญและรับคืนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

3. รับชำระค่าสาธารณูปโภค ลักษณะบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค (ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์) โดยหักบัญชีออมทรัพย์หรือกระแสรายวัน

4. เช็คสั่งจ่ายของธนาคาร (Cashier's order Cheque) ลักษณะเป็นเช็คของธนาคารซึ่งระบุชื่อผู้รับไว้แน่นอน ซึ่งสามารถซื้อได้ด้วยเช็คของธนาคารหรือให้ธนาคารหักบัญชีลูกค้า

5. เช็คของขวัญ (Gift Cheque) ลักษณะเป็นของขวัญหรือรางวัลซึ่งสามารถนำไปขึ้นเงินสดได้ทันทีกับทุกสาขาของธนาคาร

6. เช็คพิเศษชุด “เฟลลิน” และ “แพรวผกา” ลักษณะใช้สั่งจ่ายในบัญชีกระแสรายวัน

7. ให้เช่าตู้নিরক্ষ (Safe Deposit Box) ลักษณะบริการให้เช่าตู้เพื่อเก็บรักษาทรัพย์สินหรือเอกสารของลูกค้าธนาคาร

บริการด้านสินเชื่อ

1. เงินกู้ (Loan) ลักษณะกู้ทั้งจำนวนหรือทยอยเบิกใช้เพื่อการลงทุนเป็นเงินตราต่างประเทศ และเงินตราต่างประเทศ และเงินตราหลายสกุลระยะเวลาราคาขึ้นแน่นอน คิดดอกเบี้ยทุกเดือนไม่ทบต้น

2. เงินเบิกเกินบัญชีลักษณะกู้เพื่อใช้หมุนเวียนในธุรกิจโดยใช้เช็คในการเบิกถอนภายในวงเงิน คิดดอกเบี้ยทบต้นเฉพาะส่วนที่เบิกเกินและตามระยะเวลาที่ใช้จริง

3. สินเชื่อพาณิชย์กรรม ลักษณะเป็นการให้กู้แก่พ่อค้าปลีกและส่งเพื่อซื้อสินค้าและปรับปรุงกิจการ

4. สินเชื่ออุตสาหกรรม ลักษณะให้กู้ยืมแก่ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนและลงทุนตั้งโรงงานซึ่งมีการนำวัตถุดิบมาผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อขยายกิจการ

5. สินเชื่อเพื่อการบริหาร ลักษณะให้กู้ยืมเพื่อส่งเสริมธุรกิจบริการทุกประเภทในรูปของการลงทุนในโครงการใหม่และขยายกิจการหรือใช้หมุนเวียนในกิจการ

6. สินเชื่อเพื่อการพัฒนาที่ดิน ก่อสร้าง และอสังหาริมทรัพย์ ลักษณะให้กู้ยืมแก่เจ้าของโครงการเพื่อการพัฒนาที่ดิน และ/หรือก่อสร้างเพื่อขายเป็นเงินหมุนเวียนหรือเงินกู้ซึ่งเบิกใช้เงินตามงวดงานการพัฒนาและการก่อสร้างซึ่งโครงการมีความเป็นไปได้สูงพอสมควร

7. สินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม ลักษณะให้กู้ยืมแก่อุตสาหกรรมขนาดย่อมที่ดำเนินกิจการในประเทศไทยที่เป็นโครงการที่ดีแต่มีหลักประกันไม่เพียงพอและบสย.ให้การสนับสนุนโดยจะกำหนดวงเงินค้ำประกันเพื่อให้ธนาคารอนุมัติสินเชื่อ

8. สินเชื่อเพื่อการเกษตร ลักษณะให้กู้ยืมแก่กิจการกสิกรรม ประมง เลี้ยงสัตว์ ธุรกิจการเกษตร และอุตสาหกรรมที่ใช้วัตถุดิบจากผลผลิตทางการเกษตรเป็นหลักเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและเพื่อลงทุนในสินทรัพย์ โดยจะจ่ายเงินกู้เป็นงวดงานตามความจำเป็น

9. สินเชื่อที่อยู่อาศัย (Housing Loan) ลักษณะให้กู้ยืมเพื่อซื้อที่ดิน/ที่ดินพร้อมบ้าน / ซ่อมแซมหรือต่อเติมบ้าน/ชำระหนี้เงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัยจากสถาบันการเงินอื่น ผ่อนชำระคืนไม่เกินอายุผู้กู้ 60 ปี โดยธนาคารจะจ่ายตามวงงานการก่อสร้าง/สัญญาซื้อขาย/ความต้องการใช้เงิน

10. สินเชื่อคอมพิวเตอร์ ลักษณะให้กู้ยืมเพื่อซื้อคอมพิวเตอร์ไว้ในกิจการเพื่อเพิ่มรายได้ ผ่อนชำระเป็นรายเดือน ๆ ละเท่า ๆ กัน ไม่เกิน 3 ปี

11. สินเชื่อส่งเสริมวิชาชีพ ลักษณะให้กู้แก่ผู้ประกอบการอาชีพอิสระ เพื่อจัดเตรียมสถานที่ทำงานและ/หรือจัดซื้ออุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้/ตกแต่ง/ขยายที่ทำงานโดยการศึกษาชั้นต่ำปริญญาตรีในสาขาวิชาชีพ มีสถานที่ทำงาน/ที่อยู่อาศัยแน่นอนในเขตเดียวกับสาขาของธนาคาร

12. การออกหนังสือค้ำประกัน (Letter of Guarantee) ลักษณะเป็นการค้ำประกันลูกค้าต่อบุคคลอื่นเพื่อรับรองว่าถ้าลูกค้าไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงในสัญญาธนาคารจะรับผิดชอบชดใช้ค่าเสียหายแทนไม่เกินวงเงินที่ระบุไว้ในหนังสือค้ำประกัน

13. การออกหนังสือรับรองเครดิต(Credit Information) ลักษณะเป็นการบริการออกหนังสือรับรองเครดิตแก่ลูกค้าของธนาคารโดยส่วนสนับสนุนและพัฒนาสินเชื่อจะเป็นผู้พิจารณาออกให้ทั้งลูกค้าสำนักงานใหญ่และสาขา

14. บัตรเครดิตอเมริกันเอ็กซ์เพรส (บัตรทอง / Gold Card) ลักษณะเพื่อให้สามารถซื้อสินค้าและบริการจากสถานที่รับบัตรโดยธนาคารจะทำหน้าที่อนุมัติสินเชื่อและออกบัตรโดยให้ใช้วงเงิน 100,000 บาท และให้บริการหักบัญชี (Direct Debit) แก่สมาชิกบัตรที่เป็นลูกค้าธนาคาร ซึ่งจะให้เครดิตเป็นเวลา 45 วัน

15. ออวัล/รับรองตั๋วเงิน (Aval/Acceptance) ลักษณะการออวัลเป็นการค้ำประกันการชำระเงินตามตั๋วเงินซึ่งลูกค้าธนาคารเป็นผู้ออกส่วนการรับรองตั๋วเงินเป็นการตกลงรับเป็นผู้จ่ายเงินตามตั๋วแลกเงินที่ลูกค้าธนาคารสั่งจ่าย

16. รับซื้อลดตั๋วเงิน (Local Bills Discounted) ลักษณะเป็นบริการที่ผู้ทรงตัวนำตั๋วเงินรับล่วงหน้า (ได้รับการรับรอง, ออวัลจากธนาคาร/ธนาคารพาณิชย์อื่น) มาขายลดกับธนาคารเพื่อนำเงินไปใช้ก่อน โดยธนาคารจะจ่ายเงินให้ลูกค้าตามจำนวนที่หักส่วนลดแล้ว

17. รับซื้อลดตั๋วสัญญาใช้เงินเพื่อขายช่วงลดต่อธนาคารแห่งประเทศไทย (Re-Discount) ลักษณะเป็นการรับซื้อตั๋วสัญญาใช้เงินจากกิจการซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยตกลงให้ความอนุเคราะห์ เช่น กิจการอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมขนาดย่อม เกษตรกรรม การเลี้ยงสัตว์ เป็นต้น เพื่อขายช่วงลดต่อธนาคารแห่งประเทศไทยในจำนวนไม่เกิน 50% ของวงเงินที่ให้สินเชื่อ

บริการด้านต่างประเทศการนำเข้า

1. เลตเตอร์ออฟเครดิต เพื่อการสั่งสินค้า(Import Letter of Credit,L/C) ลักษณะเป็นตราสารที่ธนาคารเป็นผู้ออกตามคำขอของลูกค้าผู้นำเข้า เพื่อแจ้งแก่ผู้ส่งออกยืนยันว่าธนาคารจะชำระเงินให้ผู้ขายตามเงื่อนไขต่าง ๆ ที่ระบุไว้ในสัญญา

2. จัดหาแหล่งเงินกู้จากต่างประเทศสำหรับผู้นำเข้า (Refinancing on Import L/C) ลักษณะเป็นบริการจัดหาแหล่งกู้ในต่างประเทศให้กับลูกค้าผู้นำเข้าสินค้าที่มีมูลค่าสูงเพื่อใช้โอนชำระแทนก่อนแล้วธนาคารจึงจะโอนเงินจำนวนดังกล่าวมาเป็นเงินกู้ของลูกค้า

3. สินเชื่อสินค้าเข้าในรูป L/C Loan ลักษณะเป็นการให้กู้ยืมระยะยาวในรูปเงินบาทและเงินตราต่างประเทศแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่ประสงค์จะซื้อเครื่องจักร โดยธนาคารจะเปิด L/C รับรองการชำระเงินและโอนเข้าเป็นเงินกู้ของผู้นำเข้า เมื่อได้รับเครื่องจักรแล้ว

4. ทรัสตรีซีท (Trust Receipt, T/R) ลักษณะเป็นการให้สินเชื่อในลักษณะตราสารที่ผู้นำเข้าทำไว้ต่อธนาคารเพื่อขอรับใบตราส่งสินค้าไปนำสินค้าออกไปขายก่อนและชำระเงินคืนภายหลังพร้อมดอกเบี้ยระยะเวลาการทำ T/R สูงสุดไม่เกิน 180 วัน

5. หนังสือค้ำประกัน (Shipping Guarantee) ลักษณะเป็นบริการที่ธนาคารออกหนังสือค้ำประกันให้กับบริษัทเรือเพื่อรับรองกรรมสิทธิ์ในสินค้าและขอรับสินค้าไปก่อนที่ต้นฉบับเอกสารใบตราส่งสินค้าทางเรือ (Bill of Lading) จะมาถึง

6. ตัวเงินค่าสินค้าเข้าเพื่อเรียกเก็บ (Import Bill of Collection) ลักษณะบริการเรียกเก็บเงินตามตัวเงินค่าสินค้าเข้า ในกรณีที่ผู้นำเข้าไม่ได้เปิด L/C ผ่านธนาคาร โดยเมื่อผู้ขายได้ส่งสินค้ามาแล้วจะส่งตัวแลกเงินพร้อมเอกสารที่เกี่ยวข้องมาให้ธนาคารเป็นผู้เรียกเก็บ แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ เรียกเก็บตามระยะเวลาที่กำหนด (D/P) และเรียกเก็บเงินทันที (D/P)

7. โอนเงินเพื่อชำระค่าสินค้า (Open Account) ลักษณะเป็นการโอนเงินหรือรับโอนเงินเพื่อชำระค่าสินค้าจากต่างประเทศ เช่น โอนทาง Draft หรือโอนทาง Swift/Telex

8. สัญญาการขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าให้แก่ผู้นำเข้า (Forward exchange) ลักษณะเป็นสัญญาที่จะขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าให้แก่ผู้นำเข้า ด้วยอัตราแลกเปลี่ยนตามที่ตกลงกันเพื่อป้องกันการความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนให้แก่ผู้นำเข้า

การส่งออก

1. รับซื้อและซื้อลดตัวสินค้าออกตาม L/C (Negotiation/Discount of Export Bill under L/C) ลักษณะเป็นการรับซื้อหรือซื้อลดตัวจากผู้ส่งออกได้ส่งสินค้าตาม L/C แล้วโดยการนำเอกสารส่งออกตาม L/C ระบุพร้อม L/C ต้นฉบับมาขาย (ตัว At Sight) หรือขายลด (ตัว Term) กับธนาคารเพื่อนำเงินไปหมุนเวียนในกิจการก่อน

2. รับซื้อตัวสินค้าออกเพื่อเรียกเก็บ (Export Bill for Collection) ลักษณะเป็นการรับซื้อตัวจากผู้ส่งออกภายหลังที่ผู้ส่งออกได้ส่งสินค้าแล้วโดยการนำตัวสินค้าออกเพื่อเรียกเก็บในรูปของ D/P หรือ D/A มาขาย (ตัว At Sight) หรือขายลด (ตัว Term) กับธนาคารเพื่อนำเงินไปใช้หมุนเวียนในกิจการก่อน

3. แจ้งการเปิด และแก้ไข L/C (Advice of export L/Cs and related amendments) ลักษณะเป็นบริการแจ้งให้ผู้ส่งออกทราบว่า มี L/C หรือการแก้ไข L/C เปิดมาจากธนาคารในต่างประเทศโดยผู้ส่งออกไม่จำเป็นต้องเป็นลูกค้าของธนาคาร

4. โอน L/C (Transfer L/C) ลักษณะเป็นการโอน L/C จากผู้รับประโยชน์คนแรกให้แก่ผู้รับประโยชน์คนที่สอง

5. ยืนยันการชำระเงินตามเลตเตอร์ออฟเครดิต (Confirm L/C) ลักษณะเป็นบริการประกันการชำระเงินค่าสินค้าแก่ผู้ส่งออกในกรณีที่ผู้ส่งออกไม่มั่นใจในฐานะทางการเงินของธนาคารที่เปิด L/C

6. สินเชื่อเพื่อการส่งออก (Packing Credit) ลักษณะเป็นบริการสินเชื่อสำหรับผู้ส่งออกเพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในการซื้อ/ผลิตสินค้าให้กับผู้ซื้อในต่างประเทศที่ทำการเปิด L/C หรือมีคำสั่งซื้อสินค้ามา การทำ

P/C สามารถทำกับธนาคารหรือธนาคารแห่งประเทศไทยก็ได้ ระยะเวลาต้องไม่เกินวันหมดอายุของ L/C หรือ สัญญาซื้อขายและไม่เกิน 180 วัน

7. สัญญาการซื้อเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าจากผู้ส่งออก (Forward Exchange) ลักษณะเป็น สัญญาที่รับซื้อเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าจากผู้ส่งออกเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนให้กับผู้ส่งออก โดยธนาคารจะกำหนดเงินที่จะรับซื้อเป็นจำนวนคงที่และกำหนดวันส่งมอบที่แน่นอน

8. บริการซื้อลดบัตรเครดิต ลักษณะเป็นการรับซื้อลดบัตรเครดิตจากผู้ส่งสินค้าออกผ่านธนาคาร ซึ่งเป็นสินค้าที่ได้รับการยกเว้นภาษีแต่ผู้ส่งออกต้องเสียภาษีก่อนตามขั้นตอนการส่งออกแล้วจึงขอคืนภาษี ภายหลัง โดยยื่นใบคำขอชดเชยภาษีต่อกรมศุลกากรเพื่อให้ออกบัตรเครดิตให้ซึ่งสามารถนำมาขายให้ธนาคาร ได้โดยต้องโอนกรรมสิทธิ์ในบัตรเครดิตให้เป็นของธนาคาร

บริการด้านเงินตราต่างประเทศ (FOREIGN CURRENCY SERVICE)

1. เช็คต่างประเทศเรียกเก็บ (Foreign Cheque Collection) ลักษณะเป็นการเรียกเก็บเงินตามมูลค่าเช็คเงินตราต่างประเทศ และเช็คเดินทางที่ส่งจ่ายผู้รับภายในประเทศ

2. เช็คเพื่อการเดินทาง (Traveler's Cheque) ลักษณะสำหรับผู้ที่จะเดินทางไปต่างประเทศสามารถใช้ได้เสมือนธนบัตรเงินตราของประเทศนั้น ๆ โดยขายได้ไม่เกินที่ทางธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ถ้าเกินต้องขออนุญาตก่อน

3. เงินโอนต่างประเทศขาออก (Outward Remittances) ลักษณะเป็นการส่งเงินไปต่างประเทศเพื่อชำระค่าสินค้าค่าบริการและอื่น ๆ โดยการโอนทาง Telex/Swift หรือดราฟท์

4. เงินโอนต่างประเทศขาเข้า (Inward Remittances) ลักษณะเป็นการรับโอนเงินเพื่อชำระค่าสินค้า ค่าบริการและอื่น ๆ จากต่างประเทศมายังผู้รับประโยชน์ในประเทศ

5. ซื้อ-ขายธนบัตรเงินตราต่างประเทศ (Dealings in Foreign Bank Notes) ลักษณะรับซื้อและจำหน่ายธนบัตรเงินตราต่างประเทศ

6. บัญชีเงินฝากเงินตราต่างประเทศ (Foreign Currency Deposit) ลักษณะบริการรับฝากเงินเป็นสกุลต่างประเทศซึ่งได้จากเงินกู้/เงินลงทุน ค่าบริการหรือค่าสินค้าจากต่างประเทศ แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ บัญชีกระแสรายวัน ออมทรัพย์ และฝากประจำ เพื่อลดความเสี่ยงและลดต้นทุนจากการปริวรรตเงินตราต่างประเทศ

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

7.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ

พันธุ์ธรรพล คุรุ เวโซ (2540 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชน ต่อการบริการของสำนักทะเบียนอำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจในการบริการของสำนักทะเบียนอำเภอรอบระดับปานกลางในทุกด้านโดยมีความพึงพอใจในด้านระบบการให้บริการมากที่สุด และพึงพอใจในด้านกระบวนการให้บริการน้อยที่สุด ส่วนเพศและรายได้ของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักทะเบียนอำเภอ ส่วนอายุ การศึกษา และอาชีพของประชาชน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักทะเบียนอำเภอ

นิคม สะอาดเอี่ยม (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาซีคอนสแควร์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจความพึงพอใจโดยภาพรวมของบริการทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับพอใจ และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบความพึงพอใจในแต่ละด้านพบว่าอยู่ในระดับพอใจเช่นกัน

1. ด้านสถานที่ พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจ โดยด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าด้านอื่น ได้แก่ สถานที่ตั้งธนาคาร

2. ด้านบริการฝาก ถอน โอน และชำระเงิน มีความพึงพอใจในระดับพอใจ โดยด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ เครื่อง ATM ที่ธนาคารนำมาให้บริการ

3. ด้านสินเชื่อ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจโดยด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ องค์ประกอบด้านการเรียงดูเอกสารประกอบการพิจารณาสินเชื่อ

สิทธิชัย จริยวิทยานนท์ (2543 : 58) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจ อยู่ในระดับปานกลางและมีความพึงพอใจในด้านพนักงานและการต้อนรับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านความสะดวกที่ได้รับและน้อยที่สุดคือ ด้านสถานที่ประกอบการ สาเหตุมาจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี ยังมีข้อบกพร่องในการให้บริการอยู่บ้าง เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถที่ยังไม่เพียงพอต่อการให้บริการ หนังสือ/วารสารที่ให้บริการแก่ลูกค้ายังไม่เพียงพอ น้ำดื่มที่บริการกับลูกค้ายังไม่พอเพียง ส่วนระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการใช้บริการ พบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษาจะมีความพึงพอใจในการรับบริการมากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจะมีความพึงพอใจในการรับบริการมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีจะมีความพึงพอใจในการรับบริการน้อยที่สุด

ขณะ กล้าชิงชัย (2541 : 60) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ : กรณีศึกษาสาขาบึงบอระเพ็ด จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า

1. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ประกอบด้วย

1.1 สถานภาพสมรสมีส่วนเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคาร โดยลูกค้าที่เป็นโสดจะพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่สมรสแล้ว

1.2 อาชีพ พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการและรัฐวิสาหกิจจะพึงพอใจมากกว่าอาชีพอื่น

1.3 ความอบอุ่นในชีวิตครอบครัว พบว่า ลูกค้าที่มีชีวิตครอบครัวที่อบอุ่นจะพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารมากกว่าลูกค้าที่หย่าร้างซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสี่ยม ศุภผล (2540 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าจ้างต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกองทุนเงินทดแทนภายใต้พระราชบัญญัติเงินทดแทน พ.ศ. 2537 : การศึกษาสำนักงานประกันสังคมจังหวัดยโสธร พบว่า ความอบอุ่นในชีวิตครอบครัวต่างกันจะพึงพอใจต่อระบบและกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน

1.4 ความคิดเห็นต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านพนักงานและการต้อนรับ ที่ตั้งและสถานที่ประกอบการ ความสะดวกสบายที่ได้รับ ความชัดเจนของข้อมูลและระยะเวลาในการบริการดีกว่าจะพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารมากกว่าลูกค้าที่มีความเห็นเห็นไม่ดี

2. ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ต่อเดือน พบว่า ตัวแปรทั้ง 4 ด้านไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ นิคม สะอาดเยี่ยม (2539 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ

ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาสีคอนสแควร์ พบว่า เพศ อายุ การศึกษาและรายได้ต่อเดือน มีส่วนสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร

ศรัทธา วุฒิพงศ์ (2542 : 62) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันดี อำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านพนักงานและด้านระบบการให้บริการของธนาคาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพอใจมาก กล่าวคือ ด้านกายภาพลูกค้ามีความประทับใจและถูกใจในการให้บริการ นอกจากนั้นเหตุผลที่เลือกใช้บริการเพราะธนาคารอยู่ใกล้บ้านมีการบริการที่ดีด้านพนักงาน มีความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานบริการทั่วไปเพราะสามารถตอบคำถามและให้ความช่วยเหลือในการมารับบริการธนาคารและที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือพนักงานช่วยกรอกแบบฟอร์มในกรณีที่ลูกค้าไม่สามารถเขียนเองได้และด้านระบบการให้บริการของธนาคารลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดคือ เวลาเปิด-ปิด ให้บริการของธนาคารตรงต่อเวลาและมีความยืดหยุ่นต่อการให้บริการ

ธัญวรัตน์ กฤษณรัตน์ (2542 : 62) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) หลังการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการปฏิบัติงานของสาขา : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขายะลา พบว่า

1. ลูกค้าที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจในการรับบริการสูงกว่าเพศหญิง เนื่องจากเพศชายมีความอดทนต่อการรอรับบริการที่ดีกว่า

2. อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการมาใช้บริการ เนื่องจากลูกค้าที่มีอายุมากจะได้รับบริการจากพนักงานดีกว่าเพราะความเกรงใจและคอยให้บริการแนะนำอย่างใกล้ชิด ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าเก่าที่มีความคุ้นเคยกับพนักงานจึงทำให้ผู้มีอายุมากมีความพึงพอใจในการมาใช้บริการมากกว่าผู้มีอายุน้อย

3. สภาพสมรส ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด ม่ายและหย่าร้าง มีความพึงพอใจในการรับบริการของธนาคารไม่แตกต่างจากลูกค้าที่สมรสแล้ว เนื่องจากความพึงพอใจไม่ได้ขึ้นอยู่กับสถานภาพของลูกค้าเหล่านั้น

4. ระดับการศึกษา ลูกค้าที่สำเร็จการศึกษาระดับต่ำมีความพึงพอใจในการรับบริการของธนาคารไม่แตกต่างจากลูกค้าที่สำเร็จการศึกษาระดับสูงเนื่องจากลูกค้ามีความเข้าใจในระเบียบและขั้นตอนการปฏิบัติงานของธนาคารเป็นอย่างดีและมีพนักงานคอยให้คำแนะนำ

5. อาชีพ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการของธนาคาร เนื่องจากลูกค้าเมื่อเข้ามาใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทยจะได้รับการบริการเท่าเทียมกันทุกรายและลูกค้าส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าไม่แตกต่างกันมาก

6. รายได้ ลูกค้าที่มีรายได้สูงมีความพึงพอใจในการรับบริการของธนาคารแตกต่างจากลูกค้าที่มีรายได้ต่ำ เนื่องจากลูกค้าที่มีรายได้สูงจะได้รับการบริการที่ดีจากพนักงานบางคนจึงทำให้มีความพึงพอใจในการรับบริการสูง

จริยา กุ้มือ (2524) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อบุคลิกภาพและการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบุคลิกภาพและการให้บริการของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาความพึงพอใจด้านการให้บริการจากมากไปหาน้อย พบว่าการให้บริการอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือการให้บริการอย่างก้าวหน้า อันดับสุดท้ายคือ การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน

7.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ

เบรน (นิคม สะอาดเยี่ยม . 2539 : 15; อ้างอิงจาก เบรน) ได้ทำการวิจัยในลอสแอนเจลิส เพื่อทดสอบว่าบริการที่จัดหาโดยหน่วยการปกครองท้องถิ่นมีส่วนกระทบต่อการประเมินการให้บริการหรือไม่โดย

ใช้ข้อมูลด้านปัจเจกบุคคล สัมโนประชากร การบริการและอื่น ๆ เพื่อนำมาใช้กับตัวแบบในการประเมินทางด้านลักษณะของการบริการ ลักษณะของผู้ให้บริการของแต่ละบริเวณและลักษณะของปัจเจกบุคคล เกณฑ์การประเมินด้านอัตวิสัย (Subjective Evaluation Scales) สร้างขึ้นจากการสำรวจสอบถามความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริการด้าน ตำรวจ สาธารณะ การกำจัดขยะ และบริการอื่น ๆ ส่วนเกณฑ์การประเมินด้านวัตถุวิสัย (Objective Service Characteristics) พิจารณาจากจำนวนตัวเลข เช่น อัตราการปราบปรามของตำรวจ อัตราของทรัพย์สินที่ได้รับ ค่าใช้จ่ายต่อหัวและอัตราของการเกิดอาชญากรรมแต่ตัวเลขดังกล่าวนี้ไม่ค่อยมีความสำคัญพอที่จะบ่งบอกได้ว่าลักษณะของบริการนั้นมีส่วนกระทบต่อการประเมินการให้บริการและในขณะเดียวกันการประเมินทางด้านอัตวิสัยก็มีข้อจำกัดเนื่องจากประชาชนมีความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับรัฐบาลและกิจกรรมของรัฐแต่กระนั้นเขาก็ต้องการที่จะแสดงทัศนคติทางการเมืองออกมาด้วยเหตุนี้ประชาชนจึงเต็มใจที่จะประเมินการให้บริการที่หน่วยการปกครองท้องถิ่นจัดหาแม้ว่าเขาจะขาดแคลนข้อมูลข่าวสารจึงทำให้การประเมินการให้บริการไม่สามารถสะท้อนถึงคุณภาพของการบริการที่แตกต่างกันได้

อะเคย์ และ แอนเดอร์สัน (นิคม สะอาดเอี่ยม , 2539 : 16) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการรับบริการรักษาพยาบาลในสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ค.ศ. 1970 พบว่า เรื่องที่ประชาชนไม่พอใจมากที่สุด คือ ความสะดวกในการรับบริการและค่าใช้จ่ายโดยชี้ถึงพื้นฐาน 6 ประเภท ดังนี้

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ (Convenience)
2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (Coordination)
3. ความพึงพอใจต่ออริยาศัยความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy)
4. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ (Medical Information)
5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ (Quality of Care)
6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Out – of – Pocket Cost)

สรุปงานวิจัยดังกล่าวข้างต้นได้ให้ความสำคัญในการวัดความพึงพอใจในด้านการบริการ ด้านสถานที่ ด้านสินเชื่อ นอกจากนั้นยังให้ความสำคัญกับสถานภาพสมรส เพศ อาชีพ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดคุณภาพการให้บริการของธนาคารซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัยประกอบกับนำไปใช้ในการออกแบบสอบถาม อภิปรายผลและข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่าง ๆ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การหาคุณภาพของเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าผู้เข้ามาใช้บริการที่สาขาจักร ภายในเดือนมกราคม 2546 จำนวน 2,922 คน (ข้อมูลจากรายงานของธนาคาร DD1852P ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2545)

กลุ่มตัวอย่าง

ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีตามความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างซึ่งเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด จำนวน 369 คน โดยมีขั้นตอนในการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้เป็นตัวแทนของประชากร ได้คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ ยามาเน่ (Yamane , 1970 : 580-581)

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

ค่า e ยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้เท่ากับร้อยละ 5 หรือเท่ากับ 0.05 เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้คือ

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{2922}{1 + (2922)(0.05)^2} = 352 \text{ คน}$$

จากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 352 คน บวกเพิ่ม 5 % ที่อาจเกิดจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์และจำนวนแบบสอบถามที่ตอบกลับมาไม่ครบจึงได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 369 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการกับธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและวิธีการสร้างเครื่องมือการวิจัย ดังนี้

1. ลักษณะของแบบสอบถาม แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคาร และประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าธนาคาร (ยกเว้นธนาคารดีบีเอสไทยท努)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) เกี่ยวกับการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านพนักงานและการต้อนรับ
2. ด้านสถานที่ประกอบการ
3. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
4. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ
5. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ

โดยระดับการวัดระดับความพึงพอใจในการรับบริการเป็นประเภท Interval Scale ประกอบด้วยแบบสอบถามที่เป็นลักษณะ Semantic Differential Scale ลักษณะของคำถามจะเป็นคำถามที่มีความหมายตรงข้ามกัน โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ จำนวน 42 ข้อ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามจะแสดงระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ ดังนี้

ระดับที่ 5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับที่ 4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก

ระดับที่ 3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง

ระดับที่ 2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย

ระดับที่ 1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

หลักเกณฑ์ในการให้คะแนนค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับใช้สูตรการคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงของระดับความพึงพอใจ} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนขั้นที่แบ่ง}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายช่วงของระดับคะแนนได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารไทยธนุ จำกัด (มหาชน) สาขาจักร ข้อ 1 ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ข้อ 2 ความถี่ในการใช้บริการ เป็นคำถามแบบปลายเปิด ระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ข้อ 3 ระยะเวลาที่ใช้บริการ ระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ข้อ 4 วันที่ใช้บริการ , ข้อ 5 ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ข้อ 6 และ ข้อ 7 ระดับการวัดข้อมูลประเภท Semantic differential Scale ด้วยคำถามที่มีลักษณะตรงกันข้ามกัน การให้น้ำหนักคะแนนแบ่งเป็น 5 ลำดับคะแนน ดังนี้ 5,4,3,2 และ 1 โดยแบ่งเป็นช่วง ๆ ตั้งแต่ด้านซ้ายสุดของสเกลแทนเห็นด้วยมากที่สุดกับข้อความทางด้านซ้าย ด้านขวาสุดของสเกลแทนเห็นด้วยกับข้อความด้านขวามากที่สุดซึ่งสเกลการวัดมี 5 ระดับ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545) คือ

- ระดับ 5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
- ระดับ 4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก
- ระดับ 3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง
- ระดับ 2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย
- ระดับ 1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

เกณฑ์คะแนนของค่าเฉลี่ยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละตัวแปรดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

การหาคุณภาพของเครื่องมือ

- เมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามและเสนอแนะแก้ไขปรับปรุง
- แก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
- นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรง
- แก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญจากนั้นนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาดูตรวจสอบอีกครั้งหนึ่งเพื่อปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปทดลองใช้
- นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วทำการทดสอบเบื้องต้นกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารฯ จำนวน 30 ชุด เพื่อนำผลที่ได้มาวิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถามและปรับปรุงให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น
- หลังจากการทดสอบแบบสอบถามตามจำนวนที่กำหนดไว้และรับแบบสอบถามคืนแล้ว ได้นำมาทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยวิธี Cronbach reliability ด้วยการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็น (ค่าอัลฟา α (Alpha) ที่ระดับความเชื่อมั่น .8524

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือรับรองการศึกษาวิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ถึง ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล
2. เตรียมแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และทำหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามผ่านผู้บังคับบัญชาตามสายงาน
3. ดำเนินการแจกแบบสอบถามและรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง และนำมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และแยกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ออกมาเพื่อเตรียมการจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยดูความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและแยกแยะแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้
3. การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS/PC (Statistical Package of Social Science)
4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
 - 4.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ของคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว การใช้ร้อยละเพื่อดูการกระจายของตัวแปร และเพื่อนำเสนอข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนคำตอบ} \times 100}{\text{จำนวนผู้ตอบทั้งหมด}}$$

- 4.2 การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (mean) หรือ ใช้สัญลักษณ์ $\bar{X}$ โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์ . 2544 : 35)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน คะแนนเฉลี่ย
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

- 4.3 การหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน [Standard Deviation] โดยการใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์ . 2544 : 65)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	=	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum x^2$	=	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	=	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	n	=	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

4.4 ค่า t - test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม ในกรณีที่ทราบค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม แบบกลุ่มตัวอย่างทั้งสองเป็นอิสระแก่กัน (Independent Samples) (ชูศรี วงศ์รัตน์ 2544 : 165)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	S_1^2	=	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1
	S_2^2	=	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2
	T	=	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\bar{X}_1$	=	คะแนนเฉลี่ยกลุ่มที่ 1
	$\bar{X}_2$	=	คะแนนเฉลี่ยกลุ่มที่ 2
	n_1	=	จำนวนสมาชิกของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1
	n_2	=	จำนวนสมาชิกของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

4.5 ค่า F-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่มขึ้นไปโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) (บุญชม ศรีสะอาด 2541 : 266-268)

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}$$

เมื่อ	F	=	ค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ F เพื่อทราบนัยสำคัญ
	MS_B	=	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w = ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม

$$MS_B = \frac{SS_B}{k-1}$$

$$MS_w = \frac{SS_w}{n-1}$$

SS_B = ผลรวมของกำลังสองระหว่างกลุ่ม

SS_w = ผลรวมของกำลังสองภายในกลุ่ม

K = จำนวนกลุ่ม

n = จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

$(k-1)$ = Degree of freedom สำหรับการผันแปรระหว่างกลุ่ม

$(n-1)$ = Degree of freedom สำหรับการผันแปรภายในกลุ่ม

กรณีพบว่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบพหุคูณตามวิธี LSD (Least Significant Difference) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนี้

$$LSD(\alpha) = t_{\alpha, r} \cdot S_d$$

$$S_d = \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$ และ $r = n-k$

เมื่อ LSD แทนค่า ผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j

MSE แทนค่า Mean Square Error ที่ได้จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน

k แทนค่า จำนวนกลุ่มทั้งหมด

n แทนค่า จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

$t_{\alpha, r}$ แทนค่า สถิติจากตารางมาตรฐานที่ระดับ $df = n-k$

4.6 สถิติที่ใช้หาค่า Correlation เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยใช้สถิติค่าสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน โดยใช้สูตรดังนี้ (สุนี รักษาเกียรติศักดิ์ . 2539 : 117)

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2] \cdot [n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

r	=	แทนสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
$\sum X$	=	แทนผลรวมคะแนนรายข้อ (Item) ของกลุ่มตัวอย่าง
$\sum Y$	=	แทนผลรวมคะแนนรายข้อ (Total) ของทั้งกลุ่ม
$\sum X^2$	=	แทนผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum Y^2$	=	แทนผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum XY$	=	แทนผลรวมผลคูณระหว่าง X และ Y
n	=	แทนจำนวนคน หรือ กลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ (วินัส ฤชาชัย. 2543 : 2-14,2-17)

ค่า r เป็นลบแสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน

ค่า r เป็นบวกแสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก

ค่า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันและมีความสัมพันธ์กันมาก

ถ้าค่า $r = 0$ แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน

โดยมีเกณฑ์ในการประเมินระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ทำการทดสอบสมมติฐานดังนี้ Burn & Bash (1998:552)

ค่าระดับความสัมพันธ์	การแปลความหมายของค่าระดับความสัมพันธ์ของตัวแปร
0.91 ถึง 1.00	มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก
0.76 ถึง 0.90	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
0.51 ถึง 0.75	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
0.31 ถึง 0.50	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
0.01 ถึง 0.30	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

4.7 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ได้แก่ การวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 5% ของครอนบัค (พวงรัตน์ มณีรัตน์ 2538 :125-126) ดังนี้ X^2

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	n	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\sum s_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
	s^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

4.8 ค่าไค-สแควร์ (Chi-square) ใช้ในการทดสอบความเป็นอิสระต่อกันของตัวแปร 2 ตัวแปร เพื่อใช้ในการทดสอบสมมุติฐานที่ว่าความพึงพอใจในการรับบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการ โดยใช้สูตร ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2538 : 90)

$$X^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

เมื่อ X^2 แทน ค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบค่าวิกฤตในการแจกแจงแบบไค-สแควร์ เพื่อทราบความมีนัยสำคัญ

O_{ij} แทน ความถี่ที่เกิดขึ้นจริง (Observed frequency) ในแถวที่ i คอลัมน์ที่ j

E_{ij} แทน ความถี่ตามทฤษฎีหรือความถี่ที่คาดหวัง (Expected frequency) ในแถวที่ i คอลัมน์ที่ j

i แทน แถวที่ i

j แทน แถวที่ j

r แทน จำนวนแถวหรือจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

c แทน จำนวนคอลัมน์หรือประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาคำพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาจักร ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากตัวอย่างจำนวน 369 คน และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความหมาย การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันผู้วิจัยขอเสนอสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

n	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป
$\bar{X}$	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
MS	แทน ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
t	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - Distribution
F-Ratio	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F -Distribution
F-Prob.,p	แทน ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
χ^2	แทนค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square Test)
r	แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล ออกเป็น 4 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคาร และประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าธนาคาร (ยกเว้นธนาคารดีบีเอสไทยท努)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาจักร โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาจักร ได้แก่ ประเภทบริการที่ใช้บริการที่สาขาจักร ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาที่

ใช้บริการ วันที่ใช้บริการ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ การกลับมาใช้บริการในอนาคต และพฤติกรรมการบอกต่อผู้อื่นให้มาใช้บริการกับธนาคาร

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน จำนวน 2 ข้อ

โดยสมมติฐานข้อที่ 1 จะทดสอบสมมติฐานด้วย ค่า t – test ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม ในหัวข้อเรื่อง เพศ และการทดสอบค่า F – Test. ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Anova) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ในหัวข้อเรื่อง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคาร และประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าธนาคาร ทั้งนี้ในกรณีพบความแตกต่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ในระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD)

ส่วนสมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้การทดสอบด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ให้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระต่อกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด และใช้การสถิติ Chi-Square เพื่อทดสอบตัวแปรที่อยู่ในระดับนามบัญญัติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขารวจักร

การวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขารวจักร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคาร และประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าธนาคาร โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวน และค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	230	62.3
หญิง	139	37.7
รวม	369	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	-	-
21-30 ปี	77	20.9
31-40 ปี	139	37.7
41-50 ปี	115	31.2
51 ปีขึ้นไป	38	10.3
รวม	369	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
3. การศึกษา		
ประถมศึกษา	17	4.6
มัธยมศึกษา	55	14.9
อนุปริญญา	81	22.0
ปริญญาตรี	151	40.9
สูงกว่าปริญญาตรี	62	16.8
อื่น ๆ	3	0.8
รวม	369	100.0
4. อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	4.9
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	158	42.8
พนักงานบริษัทเอกชน	178	48.2
อื่น ๆ	15	4.1
รวม	369	100.0
5. รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	9	2.4
10,001 – 20,000 บาท	76	20.6
20,001 – 30,000 บาท	72	19.5
30,001 – 40,000 บาท	54	14.6
40,001 – 50,000 บาท	76	20.6
50,001 บาทขึ้นไป	82	22.2
รวม	369	100.0
6. ระยะเวลาที่เป็นลูกค้านาคาร		
ต่ำกว่า 1 ปี	108	29.3
1 – 2 ปี	163	44.2
2 ปีขึ้นไป	98	26.6
รวม	369	100.0
7. ประสบการณ์ในการเป็นลูกค้า		
ธนาคารกรุงเทพ	155	42.0
ธนาคารกสิกรไทย	97	26.3
ธนาคารกรุงไทย	27	7.3
ธนาคารไทยพาณิชย์	88	23.8
อื่น ๆ	2	0.5
รวม	369	100.00

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 369 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ - กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร เป็นเพศชายมีจำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 และเพศหญิงมีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง

อายุ - ในด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด อายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 41- 50 ปี มีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 อายุระหว่าง 21 -30 ปี มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 และ อายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ ส่วนอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา - ในด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดคือ ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 รองลงมา คือ ระดับอนุปริญญา มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 การศึกษามัธยมศึกษา มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 การศึกษาประถมศึกษา และอื่น ๆ มีจำนวน 17 คน และ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 และ 0.8 ตามลำดับ

อาชีพ - ในด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมา คือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประกอบอาชีพอื่น ๆ มีจำนวน 18 คน และ 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 และ 4.1 ตามลำดับ

รายได้ - ในด้านรายได้ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 รองลงมามีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท และ 40,001 – 50,000 บาทเท่ากัน โดยมีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 รายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 รายได้ 30,001 – 40,000 บาท และรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีจำนวน 54 คน และ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 และ 2.4 ตามลำดับ

ระยะเวลาในการที่เป็นลูกค้า - ในด้านระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคารของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ 1 – 2 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมาเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 และเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไป มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6

ประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าธนาคารอื่น - ในด้านประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าธนาคารอื่น ที่เป็นลูกค้าธนาคารของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขา วรจักร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ ธนาคารกรุงเทพ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมา คือ ธนาคารกสิกรไทย จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 ธนาคารกรุงไทย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และธนาคารอื่น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคารดีบีเอสไทยธน จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคารดีบีเอสไทยธน จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) โดยการประยุกต์ตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบบสเกลวัดทัศนคติตามแนวคิดของลิเคิร์ต ในการพิจารณาโดยรวมรายด้าน และรายข้อโดยใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานดังปรากฏในตาราง 2 ถึง ตาราง 6

ตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคารดีบีเอสไทยธน จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร เป็นรายด้าน

ความพึงพอใจในการรับบริการ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	(S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
ด้านพนักงานและการต้อนรับ	4.41	0.3576	มากที่สุด
ด้านสถานที่ประกอบการ	4.21	0.3016	มากที่สุด
ด้านความสะดวกที่ได้รับ	3.61	0.3158	มาก
ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	3.79	0.2319	มาก
ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	3.58	0.2957	มาก
ความพึงพอใจโดยรวม	3.92	0.1866	มาก

จากตาราง 2 แสดงผลระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคารดีบีเอสไทยธน จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในการรับบริการจากธนาคารดีบีเอสไทยธน จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในการรับบริการจากธนาคารในด้านพนักงานและการต้อนรับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 รองลงมา คือ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21, 3.79, 3.61 และ 3.58 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงค่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคาร จำแนกตามความพึงพอใจด้าน พนักงานและการต้อนรับ โดยรวมและรายข้อ

ความพึงพอใจด้าน พนักงานและการ ต้อนรับ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (Mean)	(S.D.)	ระดับ ความพึง พอใจ
	ไม่พึง พอใจ มาก	ไม่พึง พอใจ	เฉย ๆ	พึงพอ ใจ	พึงพอใจ มาก			
1. จำนวนพนักงาน ให้บริการ	-	24 (6.5)	43 (11.7)	294 (79.7)	8 (2.2)	3.78	0.5305	มาก
2.ความเต็มใจในการ บริการของพนักงาน	3 (0.8)	-	3 (0.8)	269 (72.9)	94 (25.5)	4.22	0.5361	มากที่สุด
3.ความตั้งใจที่จะให้ ความช่วยเหลือท่าน	-	-	8 (2.2)	271 (73.4)	90 (24.4)	4.22	0.4656	มากที่สุด
4.ความถูกต้องแม่นยำ	-	-	8 (2.2)	311 (84.3)	50 (13.6)	4.11	0.3802	มาก
5. ความเอาใจใส่ต่อ ท่านเมื่อเข้ามารับ บริการที่สาขา	-	-	6 (1.6)	199 (53.9)	164 (44.4)	4.13	0.5273	มาก
6.การให้เกียรตินับ ถือท่าน	-	-	8 (2.2)	124 (33.6)	237 (64.2)	4.62	0.5287	มากที่สุด
7.การแต่งกายของ เรียบร้อย	-	-	6 (1.6)	120 (32.5)	243 (65.9)	4.64	0.5128	มากที่สุด
8.การตอบข้อซัก ถาม	-	-	6 (1.6)	146 (39.6)	217 (58.8)	4.57	0.5273	มากที่สุด
9.อธิบายเรื่องต่าง ๆ ให้ท่านเกิดความเข้าใจ	-	-	8 (2.2)	152 (41.2)	209 (56.6)	4.54	0.5405	มากที่สุด
10.ยิ้มแย้มแจ่มใส และกล่าวทักทาย	-	-	6 (1.6)	94 (25.5)	269 (72.9)	4.71	0.7877	มากที่สุด
11.แสดงความเป็น มิตรที่ดี	-	-	8 (2.2)	98 (26.6)	263 (71.3)	4.69	0.5075	มากที่สุด
ความพึงพอใจด้าน พนักงานและการ ต้อนรับโดยรวม	-	-	-	-	-	4.41	0.3576	มากที่สุด

จากตาราง 3 แสดงผลระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคารดีบีเอสไทยทุนจำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในการรับบริการในด้านพนักงานและการต้อนรับ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ซึ่งเมื่อพิจารณาตามระดับความพึงพอใจด้านพนักงานและการต้อนรับเป็นรายข้อ พบว่า เกือบทุกข้อของด้านพนักงานและการต้อนรับลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ได้แก่ เรื่องแสดงความเป็นมิตรที่ดี การยิ้มแย้มแจ่มใสและกล่าวทักทาย การแต่งกายของเรียบร้อย การให้เกียรตินับถือท่าน การตอบข้อซักถาม อธิบายเรื่องต่าง ๆ ให้ท่านเกิดความเข้าใจ ความเต็มใจในการบริการของพนักงาน และความตั้งใจที่จะให้ความช่วยเหลือท่าน ส่วนด้านพนักงานและการต้อนรับที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความเอาใจใส่ต่อท่านเมื่อเข้ามาใช้บริการที่สาขาความถูกต้องแม่นยำ และจำนวนพนักงานให้บริการ

ตาราง 4 แสดงค่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคาร จำแนกตามความพึงพอใจด้านสถานประกอบการ โดยรวมและรายข้อ

ความพึงพอใจด้าน สถานประกอบการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (Mean)	(S.D.)	ระดับ ความพึง พอใจ
	ไม่พึง พอใจ มาก	ไม่พึง พอใจ	เฉย ๆ	พึงพ อใจ	พึงพ อใจ มาก			
1.ทำเลที่ตั้งของสาขา	-	2 (0.5)	33 (8.9)	307 (83.3)	27 (7.3)	3.97	0.4290	มาก
2.การแสดงผลป้ายบอก จุดบริการของธนาคาร	-	-	21 (5.7)	336 (91.1)	12 (3.3)	3.98	0.2984	มาก
3.ความรู้สึกปลอดภัย เมื่อเข้ามาใช้บริการที่ ธนาคาร	-	-	14 (3.8)	338 (91.6)	17 (4.6)	4.01	0.2901	มาก
4.ความรู้สึกที่มั่นคง ของธนาคาร	-	-	12 (3.3)	332 (90.0)	25 (6.8)	4.04	0.3151	มาก
5.ความสะอาดภายใน ธนาคาร	-	-	3 (0.8)	135 (36.6)	231 (62.6)	4.62	0.5030	มากที่สุด
6.ที่นั่งสะดวกสบาย	-	-	11 (3.0)	101 (27.4)	257 (69.6)	4.67	0.5316	มากที่สุด
7.อุปกรณ์ เครื่องใช้ สำนักงานอยู่ในสภาพ พร้อมใช้งาน	-	3 (0.8)	13 (3.5)	129 (35.0)	224 (60.7)	4.56	0.6059	มากที่สุด

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ความพึงพอใจด้าน สถานประกอบการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (Mean)	(S.D.)	ระดับ ความพึง พอใจ
	ไม่พึง พอใจ มาก	ไม่พึง พอใจ	เฉย ๆ	พึงพอ ใจ	พึงพอ ใจ มาก			
8.การจัดวางเอกสาร ธนาคารให้เห็นเด่นชัด	-	-	15 (4.1)	140 (37.9)	214 (58.0)	4.54	0.5750	มากที่สุด
9.ธนาคารมีสถานที่ จอดรถเพียงพอ	-	5 (1.4)	36 (9.8)	198 (53.7)	130 (35.2)	4.23	0.6734	มากที่สุด
10.การขึ้น-ลง (บันได) จุดบริการ	-	60 (16.3)	107 (29.0)	176 (47.7)	26 (7.0)	3.46	0.8462	มาก
ความพึงพอใจด้าน สถานประกอบการโดย รวม	-	-	-	-	-	4.21	0.3016	มากที่สุด

จากตาราง 4 แสดงผลระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคารดีบีเอสไทยทุนจำกัด (มหาชน) สาขารจักร พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในการรับบริการในด้านสถานประกอบการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ซึ่งเมื่อพิจารณาตามระดับความพึงพอใจด้านสถานประกอบการเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด 5 ข้อ และพึงพอใจในระดับมาก 2 ข้อ ซึ่งเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่

1. ที่นั่งสะดวกสบาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67
2. ความสะอาดภายในธนาคาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62
3. อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงานอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56
4. การจัดวางเอกสารธนาคารให้เห็นเด่นชัด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54
5. ธนาคารมีสถานที่จอดรถเพียงพอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ส่วนในเรื่องที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานประกอบการที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่

1. ความรู้สึกที่มั่นคงของธนาคาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04
2. ความรู้สึกปลอดภัยเมื่อเข้ามาใช้บริการที่ธนาคาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01
3. การแสดงป้ายบอกจุดบริการของธนาคาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98
4. ท่าเลที่ตั้งของสาขา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97
5. การขึ้น-ลง (บันได) จุดบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ตาราง 5 . แสดงค่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคาร จำแนกตามความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับ โดยรวมและรายข้อ

ความพึงพอใจด้าน ความสะดวกที่ได้รับ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (Mean)	(S.D.)	ระดับ ความพึง พอใจ
	ไม่พึง พอใจ มาก	ไม่พึง พอใจ	เฉย ๆ	พึงพ อใจ	พึงพ อใจ มาก			
1.ด้านการฝากเงิน	-		12 (3.3)	306 (82.9)	51 (13.8)	4.11	0.3999	มาก
2.ด้านการถอนเงิน	-	3 (0.8)	20 (5.4)	298 (80.8)	48 (3.0)	4.06	0.4624	มาก
3.เครื่องปรับสมุด อัตโนมัติ	-	110 (29.8)	172 (46.6)	69 (18.7)	18 (4.9)	2.99	0.8257	ปานกลาง
4.การใช้เครื่อง เอ.ที.เอ็ม.	-	6 (1.6)	70 (19.0)	132 (35.8)	161 (43.6)	4.21	0.8043	มากที่สุด
5.การแลกเปลี่ยนเงิน ตรา	-	3 (0.8)	223 (60.4)	143 (38.8)	-	3.38	0.5023	ปานกลาง
6.บริการด้าน e- Banking	-	56 (15.2)	273 (74.0)	40 (10.8)	-	2.96	0.5089	ปานกลาง
ความพึงพอใจด้าน ความสะดวกที่ได้รับ	-	-	-	-	-	3.61	0.3158	มาก

จากตาราง 5 แสดงผลระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคารทีบีเอสไทยทุนจำกัด (มหาชน) สาขาจักร พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในการรับบริการในด้านความสะดวกที่ได้รับ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ซึ่งเมื่อพิจารณาตามระดับความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับ เป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด 1 ข้อ และพึงพอใจในระดับมาก 2 ข้อ และพึงพอใจในระดับปานกลาง 3 ข้อ ซึ่งเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดได้แก่ การใช้เครื่อง เอ.ที.เอ็ม. โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ส่วนในเรื่องที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวกที่ได้รับ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านการฝากเงิน และด้านการถอนเงิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และ 4.06 และเรื่องที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวกที่ได้รับ ที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การแลกเปลี่ยนเงินตรา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ และบริการด้าน e-Banking โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 และ 2.96 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงค่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคาร จำแนกตามความพึงพอใจด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ โดยรวมและรายข้อ

ความพึงพอใจด้าน ข้อมูลที่ได้รับจาก การบริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (Mean)	(S.D.)	ระดับ ความพึง พอใจ
	ไม่พึง พอใจ มาก	ไม่พึง พอใจ	เฉย ๆ	พึงพ อ ใจ	พึงพอใจ มาก			
1.ความทันสมัยของ ระบบข้อมูล	-	18 (4.9)	230 (62.3)	121 (32.8)	-	3.48	0.5473	มาก
2.การแจ้งยอดบัญชี	-	3 (0.8)	18 (4.9)	343 (93.0)	5 (1.4)	3.95	0.3040	มาก
3.การรับใบเสร็จ / ใบหักบัญชี	-	-	32 (8.7)	332 (90.0)	5 (1.4)	3.93	0.3085	มาก
4.การตอบข้อโต้แย้ง / ข้อสงสัย	-	3 (0.8)	22 (6.0)	324 (87.8)	20 (5.4)	3.98	0.3824	มาก
5.ประโยชน์จากข้อ มูลที่ได้รับ	-	3 (0.8)	27 (7.3)	319 (86.4)	20 (5.4)	3.96	0.3988	มาก
6.ความยืดหยุ่นกับ ลูกค้าในบางครั้ง	-	-	35 (9.5)	331 (89.7)	3 (0.8)	3.91	0.3093	มาก
7.การได้รับคำแนะนำ จากพนักงาน	-	-	17 (4.6)	292 (79.1)	60 (16.3)	4.12	0.4422	มาก
8.การจัดส่ง Statement (ใบแจ้ง ยอดบัญชี)	-	-	26 (7.0)	337 (91.3)	6 (1.6)	3.95	0.2898	มาก
9.การเสนอบริการ สิ่งพิมพ์ / ข่าวสาร ธนาคาร	-	-	43 (11.7)	323 (87.5)	3 (0.8)	3.89	0.3364	มาก
10.การทำรายการ ด้วยตนเองโดยเจ้า ของบัญชี เช่น การ โอนเงินผ่าน โทรศัพท์	2 (0.5)	85 (23.0)	200 (54.2)	82 (22.2)	-	2.98	0.6893	ปานกลาง
ความพึงพอใจด้าน ความสะดวกที่ได้รับ	-	-	-	-	-	3.79	0.2319	มาก

จากตาราง 6 แสดงผลระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคารทีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขารจักร พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในการรับบริการในด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ซึ่งเมื่อพิจารณาตามระดับความพึงพอใจในการรับบริการในด้านข้อมูลเป็นรายข้อ พบว่า เกือบทุกข้อของปัจจัยด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ได้แก่ การได้รับคำแนะนำจากพนักงาน การตอบข้อโต้แย้ง / ข้อสงสัย ประโยชน์จากข้อมูลที่ได้รับ การแจ้งยอดบัญชี ความยืดหยุ่นกับลูกค้าในบางครั้ง การจัดส่ง Statement (ใบแจ้งยอดบัญชี) การรับใบเสร็จ / ใบหักบัญชี การเสนอบริการสิ่งพิมพ์ / ข่าวสารธนาคาร และความทันสมัยของระบบข้อมูล ส่วนเรื่องที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในการรับบริการในด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ความพอใจที่มีต่อการทำรายการด้วยตนเองโดยเจ้าของบัญชี เช่น การโอนเงินผ่านโทรศัพท์

ตาราง 7 แสดงค่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคาร จำแนกตามความพึงพอใจด้านระยะเวลาในการดำเนินการ โดยรวมและรายข้อ

ความพึงพอใจด้าน ระยะเวลาในการ ดำเนินการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (Mean)	(S.D.)	ระดับ ความพึง พอใจ
	ไม่พึง พอใจ มาก	ไม่พึง พอใจ	เฉย ๆ	พึงพอ ใจ	พึงพอ ใจ มาก			
1.ความรวดเร็วในการ บริการ	-	3 (0.8)	30 (8.1)	334 (90.5)	2 (0.5)	3.91	0.3332	มาก
2.ลดขั้นตอนการ ดำเนินการให้ลูกค้า	-	3 (0.8)	29 (7.9)	335 (90.8)	2 (0.5)	3.91	0.3298	มาก
3.การแจ้งระยะเวลาใน การดำเนินงานให้ลูก ค้าทราบเป็นระยะ	-	-	40 (10.8)	327 (88.6)	2 (0.5)	3.90	0.3214	มาก
4.การจัดลำดับก่อน หลัง ของ การ ให้ บริการ...การให้บริการ อย่างต่อเนื่องไม่หยุด ชะงักหรือติดขัด	-	-	25 (6.8)	342 (92.7)	2 (0.5)	3.94	0.5635	มาก
5.ระยะเวลา ปิด-เปิด (9.30-15.30น.) ของ ธนาคาร	-	96 (26.0)	86 (23.3)	185 (50.1)	2 (0.5)	3.25	0.8494	ปานกลาง
6.ระบบคิวในการรอ คอย	34 (9.2)	170 (46.1)	94 (26.3)	66 (17.9)	2 (0.5)	2.54	0.9081	น้อย
ความพึงพอใจด้าน ความสะดวกที่ได้รับ	-	-	-	-	-	3.58	0.2957	มาก

จากตาราง 7 แสดงผลระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคารดีบีเอสไทยทุน จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในการรับบริการในด้านระยะเวลาในการดำเนินการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ซึ่งเมื่อพิจารณาตามระดับความพึงพอใจด้านระยะเวลาในการดำเนินการเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจปัจจัยระยะเวลาในการดำเนินการในระดับมาก 4 ข้อ ระดับปานกลาง 1 ข้อ และระดับน้อย 1 ข้อ โดยเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระยะเวลาในการดำเนินการในระดับมาก ได้แก่

- 1. การจัดลำดับก่อนหลังของการให้บริการ การให้บริการอย่างต่อเนื่องไม่หยุดชะงักหรือติดขัด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94
- 2. ความรวดเร็วในการบริการ และลดขั้นตอนการดำเนินการให้ลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91
- 3. การแจ้งระยะเวลาในการดำเนินงานให้ลูกค้าทราบเป็นระยะ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90

ส่วนเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระยะเวลาในการดำเนินการในระดับปานกลาง ได้แก่ ระยะเวลา ปิด-เปิด (9.30น. - 15.30น.) ของธนาคาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และ เรื่องที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระยะเวลาในการดำเนินการในระดับน้อย ได้แก่ ระบบคิวในการรอคอย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยทุน จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ ธนาคารดีบีเอสไทยทุน จำกัด (มหาชน) สาขา วรรณจักร ได้แก่ ประเภทบริการที่ใช้บริการที่สาขาवरจักร ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ วันที่ใช้บริการ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ การกลับมาใช้บริการในอนาคต และพฤติกรรมกรรมการบอกต่อผู้อื่นให้มาใช้บริการกับธนาคาร โดยใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานดังนี้

ตาราง 8 แสดงค่าพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยทุน จำกัดตามประเภทบริการที่ใช้บริการที่สาขาवरจักร

ประเภทบริการที่ใช้บริการที่สาขาवरจักร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
สินเชื่อ	136 / 369	36.9
เงินฝาก	360/ 369	97.6
ตู้รีย	22/ 369	6.0
ชำระค่าสาธารณูปโภค	27/ 369	7.3
บริการด้านต่างประเทศ	24/ 369	6.5

จากตาราง 8 แสดงผลพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำแนกตามประเภทบริการที่ใช้บริการที่สาขารจักร พบว่า ลูกค้าที่ธนาคารไทยท努 สาขารจักร ส่วนใหญ่มาใช้บริการเกี่ยวกับเงินฝาก มีจำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ 97.6 รองลงมาใช้บริการด้านสินเชื่อ มีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9 ใช้บริการด้าน ชำระค่าสาธารณูปโภค บริการด้านต่างประเทศ และตู้เงินรักย มีจำนวน 27 คน 24 และ คน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 , 6.5 และ 60 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงค่าพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำแนกตามความถี่ที่มาใช้บริการที่สาขารจักร

ความถี่ที่มาใช้บริการที่สาขารจักร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1- 3 ครั้งต่อสัปดาห์	230	62.3
4 – 6 ครั้งต่อสัปดาห์	114	30.9
7 ครั้งต่อสัปดาห์ขึ้นไป	25	6.8
$\bar{X}$ ค่าเฉลี่ยในการมาใช้บริการ = 3.24		S.D = 2.1744

จากตาราง 9 แสดงผลพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำแนกตามความถี่ที่มาใช้บริการที่สาขารจักรต่อสัปดาห์ พบว่า ลูกค้าที่ธนาคารไทยท努 สาขารจักร ส่วนใหญ่มาใช้บริการ 1- 3 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมาใช้บริการ 4 – 6 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 และมาใช้บริการ 7 ครั้งต่อสัปดาห์ขึ้นไป มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ทั้งนี้ค่าเฉลี่ยในการมาใช้บริการต่อสัปดาห์เท่ากับ 3.24 ครั้งต่อสัปดาห์

ตาราง 10 แสดงค่าพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำแนกตามช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่สาขารจักร

ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่สาขารจักร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
9.30 – 12.00 น	144	39.0
12.01 – 13.00 น.	96	26.0
13.01 – 15.30 น.	129	35.0
หลังจากเวลาที่ธนาคารปิดทำการ	-	-
รวม	369	100.0

จากตาราง 10 แสดงผลพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำแนกตามช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่สาขารจักร พบว่า ลูกค้าที่ธนาคารไทยท努 สาขารจักร ส่วนใหญ่มาใช้บริการช่วงเวลา 9.30 – 12.00 น มีจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาใช้บริการในช่วงเวลา 13.01 – 15.30 น. มีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 และมาใช้บริการช่วงเวลา 12.01 – 13.00 น. มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0

ตาราง 11 แสดงค่าพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำแนกตามวันที่มาใช้บริการที่สาขาवरจักร

วันที่มาใช้บริการที่สาขาवरจักร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
วันธรรมดา จันทรถึงศุกร์	369	100.0
วันหยุดสุดสัปดาห์ เสาร์หรืออาทิตย์	-	-
รวม	369	100.0

จากตาราง 11 แสดงผลพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำแนกตามวันที่มาใช้บริการที่สาขาवरจักร พบว่า ลูกค้าธนาคารดีบีเอสไทยท努 สาขาवरจักร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมาใช้บริการที่ธนาคารไทยท努 สาขาवरจักรวันธรรมดา จันทรถึงศุกร์ มีจำนวน 369 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ทั้งนี้ไม่มีกลุ่มตัวอย่างคนใดที่ใช้บริการธนาคารดีบีเอสไทยท努 สาขาवरจักร ในวันหยุดสุดสัปดาห์ เสาร์หรืออาทิตย์

ตาราง 12 แสดงค่าพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ

ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ตนเอง	197	53.4
เพื่อน	110	27.1
ครอบครัว	11	3.0
คู่ค้า	58	15.7
อื่น ๆ	3	0.8
รวม	369	100.0

จากตาราง 12 แสดงผลพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ พบว่า ลูกค้าธนาคารไทยท努 สาขาवरจักร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการด้วยตนเอง มีจำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 53.4 รองลงมามีผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ คือ เพื่อน จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ คือ คู่ค้า ครอบครัว และบุคคลอื่น ๆ มีจำนวน 58 คน 11 คน และ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 , 3.0 และ 0.8 ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงค่าพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำแนกตามการกลับมาใช้บริการในอนาคต

	เพิ่มขึ้น				ลดลง		ค่าเฉลี่ย (Mean)	(S.D.)	ระดับ
	5	4	3	2	1				
การมาใช้บริการ ในอนาคต	2 (0.5)	-	121 (32.8)	231 (62.6)	15 (4.1)	3.70	0.5711		มาก

จากตาราง 13 แสดงผลพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำแนกตามการกลับมาใช้บริการในอนาคต พบว่า ลูกค้าธนาคารดีบีเอสไทยท努 สาขาवरจักร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการกลับมาใช้บริการในอนาคตอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

ตาราง 14 แสดงค่าพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำแนกตามพฤติกรรมการบอกต่อผู้อื่นให้มาใช้บริการกับธนาคาร

	บอกต่อแน่นอน		↔	ไม่บอกต่อแน่นอน		ค่าเฉลี่ย (Mean)	(S.D.)	ระดับ
	5	4	3	2	1			
การบอกต่อบุคคล อื่นให้มาใช้บริการ	3 (0.8)	3 (0.8)	142 (38.5)	204 (55.3)	17 (4.6)	3.68	0.6275	มาก

จากตาราง 14 แสดงผลพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำแนกตามพฤติกรรมการบอกต่อผู้อื่นให้มาใช้บริการกับธนาคาร พบว่า ลูกค้าธนาคารดีบีเอสไทยท努 สาขาवरจักร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะพฤติกรรมการบอกต่อผู้อื่นให้มาใช้บริการกับธนาคาร ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐานที่ 1 ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน

- H₀ : ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไม่แตกต่างกัน
- H₁ : ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t – test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2 tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ตัวแปรที่ศึกษา	t-test for Equality of Means					
	เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	df	p
ความพึงพอใจในให้บริการของธนาคารโดยรวม	ชาย	3.92	0.1864	0.192	367	0.848
	หญิง	3.92	0.1875	-	-	-

จากตาราง 15 ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ผลการเปรียบเทียบระหว่างเพศหญิงและเพศชายของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติ Independent t – test ในการทดสอบ พบว่า ความพึงพอใจในให้บริการของธนาคารโดยรวม มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.848 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมไม่แตกต่างกัน

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารเป็นรายด้าน ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ตัวแปรที่ศึกษา	t-test for Equality of Means					
	เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	df	p
ด้านพนักงานและการต้อนรับ	ชาย	4.48	0.3301	4.681**	367	0.000
	หญิง	4.30	0.3754	-	-	-
ด้านสถานประกอบการ	ชาย	4.25	0.2679	3.416**	367	0.001
	หญิง	4.14	0.3406	-	-	-
ด้านความสะดวกที่ได้รับ	ชาย	3.51	0.2374	-9.828**	367	0.000
	หญิง	3.80	0.3420	-	-	-
ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	ชาย	3.79	0.2690	0.022	367	0.983
	หญิง	3.79	0.1526	-	-	-
ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	ชาย	3.59	0.2596	1.002	367	0.317
	หญิง	3.56	0.3465	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 16 ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารเป็นรายด้าน ผลการเปรียบเทียบระหว่างเพศหญิงและเพศชายของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติ Independent t – test ในการทดสอบ พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ และด้านความสะดวกที่ได้รับ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000, 0.001 และ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ และด้านความสะดวกที่ได้รับ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 2 ลูกค้ายของธนาคาร ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน

H_0 : ลูกค้ายของธนาคาร ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้ายของธนาคาร ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ระหว่างลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F-Ratio	F-Prob.
ความพึงพอใจให้บริการของธนาคารโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.533	0.178	5.275**	0.001
	ภายในกลุ่ม	365	12.285	0.034	-	-
	รวม	368	12.817	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีผลให้มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ดังต่อไปนี้

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม

อายุ	$\bar{X}$	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
		3.85	3.94	3.94	3.95
21 – 30 ปี	3.85	-	0.009** (0.000)	0.009** (0.001)	0.009** (0.006)
31 – 40 ปี	3.94	-	-	0.000 (0.941)	0.008 (0.809)
41 – 45 ปี	3.94	-	-	-	0.006 (0.852)
51 ปีขึ้นไป	3.95	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21 – 30 ปี กับ 31 – 40 ปี อายุ 41 – 50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.001 และ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21 – 30 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี อายุ 41 – 50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไปเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.009, 0.009 และ 0.009 ตามลำดับ

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารเป็นรายด้าน ระหว่างลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F-Ratio	F-Prob.
ด้านพนักงานและการต้อนรับ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.778	0.593	4.778**	0.003
	ภายในกลุ่ม	365	45.276	0.124	-	-
	รวม	368	47.054	-	-	-
ด้านสถานประกอบการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.517	0.172	1.908	0.128
	ภายในกลุ่ม	365	32.952	0.090	-	-
	รวม	368	33.469	-	-	-
ด้านความสะดวกที่ได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.975	0.325	3.321*	0.020
	ภายในกลุ่ม	365	35.725	0.098	-	-
	รวม	368	36.700	-	-	-

ตาราง 19 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F-Ratio	F-Prob.
ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.203	0.068	1.263	0.287
	ภายในกลุ่ม	365	19.586	0.054	-	-
	รวม	368	19.789		-	-
ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.321	0.440	5.222**	0.002
	ภายในกลุ่ม	365	30.772	0.084	-	-
	รวม	368	32.092	-	-	-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของลูกค้าธนาคารกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารเป็นรายด้าน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังต่อไปนี้

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการให้บริการธนาคาร ด้านพนักงานและการต้อนรับ

อายุ	$\bar{X}$	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
		4.30	4.43	4.42	4.56
21 – 30 ปี	4.30	-	0.123*	0.118*	0.256**
			(0.014)	(0.023)	(0.001)
31 – 40 ปี	4.43	-	-	0.004	0.133*
				(0.923)	(0.039)
41 – 50 ปี	4.42	-	-	-	0.137*
					(0.037)
51 ปีขึ้นไป	4.56	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21 – 30 ปี กับ 31 – 40 ปี อายุ 41 – 50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.014, 0.023 และ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 และ 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21 – 30 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี อายุ 41 – 50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไปเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านพนักงานและการต้อนรับ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.123, 0.118 และ 0.256 ตามลำดับ

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป กับ อายุ 31 – 40 ปี และ 41 – 50 ปี พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.039 และ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป แตกต่างเป็นรายคู่กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี และอายุ 41 – 50 ปี เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านพนักงานและการต้อนรับ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.133, และ 0.137 ตามลำดับ

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการให้บริการธนาคาร ด้านความสะดวก

อายุ	$\bar{X}$	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
		3.57	3.63	3.67	3.52
21 – 30 ปี	3.57	-	0.006 (0.135)	0.113* (0.014)	0.003 (0.533)
31 – 40 ปี	3.63	-	-	0.004 (0.236)	0.105 (0.067)
41 – 50 ปี	3.67	-	-	-	0.152* (0.010)
51 ปีขึ้นไป	3.52	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41 – 50 ปี กับ อายุ 21 – 30 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.014 และ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 และ 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41 – 45 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21 – 30 ปี และอายุ 41 – 50 ปี เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านความสะดวก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.113 และ 0.152 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการให้บริการธนาคาร ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ

อายุ	$\bar{X}$	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
		3.47	3.63	3.58	3.61
21 – 30 ปี	3.47	-	0.160** (0.000)	0.111** (0.010)	0.139* (0.016)
31 – 40 ปี	3.63	-	-	0.004 (0.181)	0.002 (0.698)
41 – 50 ปี	3.58	-	-	-	0.003 (0.601)
51 ปีขึ้นไป	3.61	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21 – 30 ปี กับ 31 – 40 ปี อายุ 41 – 50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.010 และ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 และ 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21 – 30 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี อายุ 41 – 50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.160, 0.111 และ 0.139 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3 ลูกค้ำของธนาคารที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่ แตกต่างกัน

H_0 : ลูกค้ำของธนาคารที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้ำของธนาคารที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 99 % ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob.มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ระหว่างลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F-Ratio	F-Prob.
ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	1.320	0.264	8.334**	0.000
	ภายในกลุ่ม	363	11.497	0.032	-	-
	รวม	368	12.817	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีผลให้มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังต่อไปนี้

ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	อนุปริญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	อื่น ๆ
ประถมศึกษา	3.77	-	0.1534** (0.002)	0.1599** (0.001)	0.1342** (0.003)	0.236** (0.000)	0.2405* (0.032)
มัธยมศึกษา	3.92	-	-	0.006 (0.833)	0.001 (0.495)	0.008* (0.015)	0.3939** (0.000)
อนุปริญา	3.93	-	-	-	0.002 (0.295)	0.007* (0.015)	0.4005** (0.000)
ปริญญาตรี	3.91	-	-	-	-	0.009** (0.000)	0.3747** (0.000)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.00	-	-	-	-	-	0.4742** (0.000)
อื่น ๆ	3.53	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา กับ ระดับการศึกษาที่สูงกว่า พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่กับ ระดับการศึกษาที่สูงกว่าเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี กับ ระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายคู่กับ ระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01

และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอื่น ๆ กับ ระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษา อนุปริญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอื่น ๆ แตกต่างเป็นรายคู่กับ ระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษา อนุปริญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารเป็นรายด้าน ระหว่างลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F-Ratio	F-Prob.
ด้านพนักงานและการต้อนรับ	ระหว่างกลุ่ม	5	2.994	0.599	4.933**	0.000
	ภายในกลุ่ม	363	44.060	0.121	-	-
	รวม	368	47.054	-	-	-
ด้านสถานประกอบการ	ระหว่างกลุ่ม	5	2.118	0.424	4.904**	0.000
	ภายในกลุ่ม	363	31.351	0.086	-	-
	รวม	368	33.469	-	-	-
ด้านความสะดวกที่ได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	5	3.057	0.611	6.597**	0.000
	ภายในกลุ่ม	363	33.643	0.093	-	-
	รวม	368	36.700	-	-	-
ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	5	2.222	0.444	9.183**	0.000
	ภายในกลุ่ม	363	17.567	0.048	-	-
	รวม	368	19.789	-	-	-
ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	ระหว่างกลุ่ม	5	3.762	0.752	9.641**	0.000
	ภายในกลุ่ม	363	28.330	0.078	-	-
	รวม	368	32.092	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษาของลูกค้าธนาคารกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารเป็นรายด้าน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการและ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังต่อไปนี้

ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านพนักงานและการต้อนรับ

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	อื่น ๆ
		4.38	4.43	4.49	4.34	4.52	3.82
ประถมศึกษา	4.38	-	0.004 (0.629)	0.106 (0.254)	0.003 (0.668)	0.139 (0.145)	0.562* (0.010)
มัธยมศึกษา	4.43	-	-	0.005 (0.329)	0.008 (0.122)	0.009 (0.152)	0.608** (0.003)
อนุปริญญา	4.49	-	-	-	0.145** (0.003)	0.003 (0.574)	0.668** (0.001)
ปริญญาตรี	4.34	-	-	-	-	0.178** (0.001)	0.523* (0.010)
สูงกว่าปริญญา ตรี	4.52	-	-	-	-	-	0.701** (0.001)
อื่น ๆ	3.82	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอื่น ๆ กับ ระดับการศึกษาทุกระดับ พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.05 และ 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอื่น ๆ แตกต่างเป็นรายคู่กับ ระดับการศึกษาทุกระดับเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านพนักงาน และการต้อนรับ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี กับ ระดับการศึกษาอนุปริญญา และสูงกว่าปริญญาตรี พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.003 และ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 และ 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายคู่กับ ระดับการศึกษาอนุปริญญา และสูงกว่าปริญญาตรี เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านพนักงานและการต้อนรับ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01

ตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานประกอบการ

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	อนุปริญา	ปริญาตรี	สูงกว่า ปริญาตรี	อื่น ๆ
		4.11	4.17	4.24	4.16	4.34	3.80
ประถมศึกษา	4.11	-	0.006 (0.400)	0.131 (0.095)	0.005 (0.433)	0.231** (0.004)	0.302 (0.097)
มัธยมศึกษา	4.17	-	-	0.006 (0.224)	0.009 (0.835)	0.163** (0.003)	0.375* (0.032)
อนุปริญา	4.24	-	-	-	0.007 (0.076)	0.100* (0.044)	0.437* (0.012)
ปริญาตรี	4.16	-	-	-	-	0.172** (0.000)	0.365* (0.034)
สูงกว่าปริญา ตรี	4.34	-	-	-	-	-	0.537** (0.002)
อื่น ๆ	3.80	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญาตรี กับ ระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.05 และ 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญาตรี แตกต่างเป็นรายคู่กับ ระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานประกอบการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอื่น ๆ กับ การศึกษาทุกระดับยกเว้น ระดับประถมศึกษา พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอื่น ๆ แตกต่างเป็นรายคู่กับ การศึกษาทุกระดับยกเว้น ระดับประถมศึกษา เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานประกอบการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01

ตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านความสะดวกที่ได้รับ

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	อนุปริญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	อื่น ๆ
		3.34	3.53	3.55	3.68	3.68	3.83
ประถมศึกษา	3.34	-	0.190* (0.025)	0.208* (0.011)	0.339** (0.000)	0.434** (0.000)	0.490* (0.011)
มัธยมศึกษา	3.53	-	-	0.001 (0.734)	0.149** (0.002)	0.150** (0.008)	0.300 (0.097)
อนุปริญา	3.55	-	-	-	0.131** (0.002)	0.131* (0.011)	0.282 (0.116)
ปริญญาตรี	3.68	-	-	-	-	0.006 (0.988)	0.151 (0.395)
สูงกว่าปริญญา ตรี	3.68	-	-	-	-	-	0.151 (0.403)
อื่น ๆ	3.83	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา กับ ระดับการศึกษาที่สูงกว่า พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.05 และ 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่กับ ระดับการศึกษาที่สูงกว่า เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านความสะดวกที่ได้รับที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา กับ การศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.05 และ 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่กับ การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านความสะดวกที่ได้รับ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญา กับ การศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.05 และ 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่กับ การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านความสะดวกที่ได้รับ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01

และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี กับ การศึกษาที่ต่ำกว่า ยกเว้นระดับปริญญาตรี พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายคู่กับ การศึกษาต่ำกว่ายกเว้นระดับปริญญาตรี เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ด้านความสะดวกที่ได้รับ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	อื่น ๆ
		3.51	3.86	3.79	3.77	3.88	3.70
			0.351** (0.000)	0.283** (0.000)	0.267** (0.000)	0.378** (0.000)	0.194 (0.160)
ประถมศึกษา	3.51	-		0.006 (0.080)	0.008* (0.016)	0.002 (0.500)	0.156 (0.231)
มัธยมศึกษา	3.86	-	-		0.001 (0.597)	0.009* (0.011)	0.008 (0.492)
อนุปริญญา	3.79	-	-	-		0.111** (0.001)	0.007 (0.570)
ปริญญาตรี	3.77	-	-	-	-		0.184 (0.158)
สูงกว่าปริญญา ตรี	3.88	-	-	-	-	-	
อื่น ๆ	3.70	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา กับ ระดับการศึกษาที่สูงกว่า ยกเว้นระดับการศึกษาอื่น ๆ พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.05 และ 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่กับ ระดับการศึกษาที่สูงกว่า ยกเว้นระดับการศึกษาอื่น ๆ เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี กับ ทุกระดับการศึกษา ยกเว้นระดับมัธยมศึกษา พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.05 และ 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายคู่กับ ทุกระดับการศึกษา ยกเว้นระดับมัธยมศึกษา เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01

และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาปริญญาตรี กับ การศึกษามัธยมศึกษา พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายคู่กับ การศึกษามัธยมศึกษา เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านความสะดวกที่ได้รับ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 30 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านระยะเวลาดำเนินการ

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	อนุปริญญา	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	อื่น ๆ
		3.52	3.63	3.59		3.60	2.50
					3.56		
			0.111 (0.154)	0.007 (0.342)	0.004 (0.535)	0.007 (0.297)	1.019** (0.000)
ประถมศึกษา	3.52	-		0.003 (0.416)	0.006 (0.133)	0.003 (0.552)	1.130** (0.000)
มัธยมศึกษา	3.63	-	-		0.002 (0.491)	0.008 (0.850)	1.091** (0.000)
อนุปริญญา	3.59	-	-	-		0.003 (0.401)	1.064** (0.000)
ปริญญาตรี	3.56	-	-	-	-		1.099** (0.000)
สูงกว่าปริญญา ตรี	3.60	-	-	-	-	-	
อื่น ๆ	2.50	-	-	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอื่น ๆ กับ ระดับการศึกษาทุกระดับ พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอื่น ๆ แตกต่างเป็นรายคู่กับ ระดับการศึกษาทุกระดับ กับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านระยะเวลาดำเนินการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

สมมุติฐานที่ 4 ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน

H_0 : ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) การทดสอบสมมุติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 99 % ดังนั้นจะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob.มีค่าน้อยกว่า 0.01 และถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ระหว่างลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F-Ratio	F-Prob.
ความพึงพอใจในการรับบริการจากธนาคารโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.160	0.053	1.536**	0.205
	ภายในกลุ่ม	365	12.657	0.035	-	-
	รวม	368	12.817	-	-	-

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.205 ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมุติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีผลให้มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 32 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารเป็นรายด้าน ระหว่างลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F-Ratio	F-Prob.
ด้านพนักงานและการต้อนรับ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.989	0.663	5.369**	0.001
	ภายในกลุ่ม	365	45.065	0.123	-	-
	รวม	368	47.054	-	-	-
ด้านสถานประกอบการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.145	0.048	0.531	0.661
	ภายในกลุ่ม	365	33.324	0.091	-	-
	รวม	368	33.469	-	-	-
ด้านความสะดวกที่ได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.468	0.156	1.571	0.196
	ภายในกลุ่ม	365	36.232	0.099	-	-
	รวม	368	36.700	-	-	-
ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.120	0.040	0.713	0.527
	ภายในกลุ่ม	365	19.669	0.054	-	-
	รวม	368	19.789	-	-	-
ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.241	0.414	4.892**	0.002
	ภายในกลุ่ม	365	30.852	0.085	-	-
	รวม	368	32.092	-	-	-

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของลูกค้าธนาคารกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารเป็นรายด้าน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านพนักงานและการต้อนรับ และ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านพนักงานและการต้อนรับ และ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังต่อไปนี้

ตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านพนักงานและการต้อนรับ

อาชีพ	$\bar{X}$	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ 4.09	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว 4.42	พนักงานบริษัท เอกชน 4.44	อื่น ๆ 4.44
			0.333** (0.000)	0.346** (0.000)	0.346** (0.000)
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.09	-		0.001 (0.666)	0.001 (0.868)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.42	-	-		0.008 (0.993)
พนักงานบริษัทเอกชน	4.44	-	-	-	
อื่น ๆ	4.44	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพอื่น ๆ พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ แตกต่างเป็นรายคู่กับ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพอื่น ๆ เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านพนักงานและการต้อนรับ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ตาราง 34 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านระยะเวลาในการดำเนินการ

อาชีพ	$\bar{X}$	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ 3.44	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว 3.58	พนักงานบริษัท เอกชน 3.60	อื่น ๆ 4.44
			0.137 (0.059)	0.158* (0.029)	0.100 (0.326)
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.44	-		0.002 (0.512)	0.237** (0.003)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.58	-	-		0.258** (0.001)
พนักงานบริษัทเอกชน	3.60	-	-	-	
อื่น ๆ	3.34	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่น ๆ พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน แตกต่างเป็นรายคู่กับ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่น ๆ เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

สมมุติฐานที่ 5 ลูกค้ำของธนาคาร ที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารแตกต่างกัน

H_0 : ลูกค้ำของธนาคาร ที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้ำของธนาคาร ที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) การทดสอบสมมุติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 99 % ดังนั้นจะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob.มีค่าน้อยกว่า 0.01 และถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ตาราง 35 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ระหว่างลูกค้ำที่มีรายได้แตกต่างกัน

	แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F-Ratio	F-Prob.
ความพึงพอใจในให้บริการของธนาคารโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	0.860	0.172	5.222**	0.000
	ภายในกลุ่ม	363	11.957	0.033	-	-
	รวม	368	12.817	-	-	-

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีผลให้มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ดังต่อไปนี้

ตาราง 36 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม

รายได้	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	50,001 บาทขึ้นไป
		3.92	3.89	3.92	3.83	3.97	3.97
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท			0.003 (0.547)	0.003 (0.955)	0.009 (0.167)	0.004 (0.463)	0.004 (0.517)
10,001- 20,000	3.89	-	-	0.003 (0.243)	0.005 (0.109)	0.008** (0.004)	0.007** (0.006)
20,001-30,000	3.92	-	-	-	0.008** (0.008)	0.005 (0.090)	0.004 (0.126)
30,001-40,000	3.83	-	-	-	-	0.137 (0.000)	0.131** (0.000)
40,001-50,000	3.97	-	-	-	-	-	0.000 (0.843)
50,001 บาทขึ้นไป	3.97	-	-	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท และรายได้ 30,001 – 40,000 บาท กับ รายได้ 40,001-50,000 บาท และรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท และรายได้ 30,001 – 40,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับ รายได้ 40,001-50,000 บาท และรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท กับ รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับ รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ตาราง 37 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารเป็นรายด้าน ระหว่างลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกัน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F-Ratio	F-Prob.
ด้านพนักงานและการต้อนรับ	ระหว่างกลุ่ม	5	4.960	0.992	8.555**	0.000
	ภายในกลุ่ม	363	42.094	0.116	-	-
	รวม	368	47.054	-	-	-
ด้านสถานประกอบการ	ระหว่างกลุ่ม	5	2.916	0.583	6.929**	0.000
	ภายในกลุ่ม	363	30.553	0.084	-	-
	รวม	368	33.469	-	-	-
ด้านความสะดวกที่ได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	5	1.872	0.374	3.902**	0.002
	ภายในกลุ่ม	363	34.828	0.096	-	-
	รวม	368	36.700	-	-	-
ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	5	0.401	0.080	1.502	0.188
	ภายในกลุ่ม	363	19.388	0.053	-	-
	รวม	368	19.789	-	-	-
ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	ระหว่างกลุ่ม	5	1.091	0.218	2.554*	0.027
	ภายในกลุ่ม	363	31.002	0.085	-	-
	รวม	368	32.092	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ของลูกค้าธนาคารกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารเป็นรายด้าน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการและ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังต่อไปนี้

ตาราง 38 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านพนักงานและการต้อนรับ

รายได้	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	50,001 บาทขึ้นไป
		4.35	4.34	4.40	4.20	4.53	4.53
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.35	-	0.001 (0.932)	0.004 (0.714)	0.152 (0.217)	0.176 (0.143)	0.175 (0.144)
10,001 – 20,000	4.34	-	-	0.005 (0.332)	0.141* (0.020)	0.187** (0.001)	0.186** (0.001)
20,001-30,000	4.40	-	-	-	0.196** (0.002)	0.132* (0.019)	0.131* (0.018)
30,001-40,000	4.20	-	-	-	-	0.328** (0.000)	0.327** (0.000)
40,001-50,000	4.53	-	-	-	-	-	0.001 (0.984)
50,001 บาทขึ้นไป	4.53	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท กับรายได้ที่มากกว่า พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.05 และ 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับ รายได้ที่มากกว่า เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านพนักงานและการต้อนรับ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01

ตาราง 39 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานประกอบการ

รายได้	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	50,001 บาทขึ้นไป
		4.06	4.26	4.15	4.28		4.28
		4.03					
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.03	-	0.003 (0.761)	0.228* (0.027)	0.120 (0.250)	0.242* (0.019)	0.242* (0.018)
10,001 – 20,000	4.06	-	-	0.197** (0.000)	0.008 (0.085)	0.211** (0.000)	0.211** (0.000)
20,001-30,000	4.26	-	-	-	0.107* (0.040)	0.001 (0.771)	0.001 (0.757)
30,001-40,000	4.15	-	-	-	-	0.121* (0.019)	0.122* (0.017)
40,001-50,000	4.28	-	-	-	-	-	0.006 (0.989)
50,001 บาทขึ้นไป	4.28	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท รายได้ 10,001 – 20,000 บาท กับรายได้ที่มากกว่า ยกเว้นรายได้ในช่วง 30,001-40,000 บาท พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.05 และ 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้ 10,001 – 20,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับ รายได้ที่มากกว่ายกเว้นรายได้ในช่วง 30,001-40,000 บาท เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานประกอบการที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท กับรายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้ที่มากกว่า พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.05 และ 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับ รายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้ที่มากกว่า เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานประกอบการที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01

ตาราง 40 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านความสะดวกที่ได้รับ

รายได้	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 3.66	20,001-30,000 3.55	30,001-40,000 3.54	40,001-50,000 3.57	50,001 บาทขึ้นไป 3.71
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.82	-	0.157 (0.152)	0.262* (0.017)	0.272* (0.015)	0.245* (0.026)	0.110 (0.315)
10,001 – 20,000	3.66	-	-	0.105* (0.041)	0.115* (0.038)	0.088 (0.082)	0.047 (0.337)
20,001-30,000	3.55	-	-	-	0.010 (0.857)	0.017 (0.740)	0.152** (0.003)
30,001-40,000	3.54	-	-	-	-	0.027 (0.625)	0.162** (0.003)
40,001-50,000	3.57	-	-	-	-	-	0.135** (0.006)
50,001 บาทขึ้นไป	3.71	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท กับรายได้ที่ต่ำกว่า พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และ 30,001-40,000 บาทแตกต่างเป็นรายคู่กับ รายได้ที่ต่ำกว่า เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านความสะดวกที่ได้รับที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป กับรายได้ที่ต่ำกว่า ยกเว้นรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พบว่าค่า Sig. ของทุกข้อน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป แตกต่างเป็นรายคู่กับ รายได้ที่ต่ำกว่า ยกเว้นรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านความสะดวกที่ได้รับที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01

ตาราง 41 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านระยะเวลาในการดำเนินการ

รายได้	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	50,001 บาทขึ้นไป
		3.52	3.61	3.60	3.51	3.64	3.51
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.52	-	0.087 (0.400)	0.081 (0.433)	0.012 (0.907)	0.126 (0.221)	0.006 (0.951)
10,001 – 20,000	3.61	-	-	0.006 (0.905)	0.099 (0.058)	0.040 (0.406)	0.093* (0.046)
20,001-30,000	3.60	-	-	-	0.093 (0.077)	0.045 (0.348)	0.087 (0.065)
30,001-40,000	3.51	-	-	-	-	0.139** (0.008)	0.006 (0.906)
40,001-50,000	3.64	-	-	-	-	-	0.133** (0.005)
50,001 บาทขึ้นไป	3.51	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท กับรายได้ 30,001-40,000 บาท พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับ รายได้ 30,001-40,000 บาท เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป กับรายได้ 10,001 – 20,000 บาท และรายได้ 40,001-50,000 บาท พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.046 และ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 และ 0.01 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป แตกต่างเป็นรายคู่กับ รายได้ 10,001 – 20,000 บาท และรายได้ 40,001-50,000 บาท เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01

สมมุติฐานที่ 6 ลูกค้าของธนาคาร ที่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารแตกต่างกัน

H_0 : ลูกค้าของธนาคาร ที่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าของธนาคาร ที่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) การทดสอบสมมุติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 99 % ดังนั้นจะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob.มีค่าน้อยกว่า 0.01 และถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ตาราง 42 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ระหว่างลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F-Ratio	F-Prob.
ความพึงพอใจในการรับบริการจากธนาคารโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.430	0.215	6.349**	0.002
	ภายในกลุ่ม	366	12.387	0.034	-	-
	รวม	368	12.817	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีผลให้มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ดังต่อไปนี้

ตาราง 43 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม

ระยะเวลาในการเป็น ลูกค้า	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 1 ปี	1 – 2 ปี	2 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 1 ปี	3.91	-	0.004* (0.045)	0.003 (0.160)
1 – 2 ปี	3.96	-	-	0.008* (0.021)
2 ปีขึ้นไป	3.87	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้า 1 – 2 ปี กับ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี และ 2 ปีขึ้นไป พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.045 และ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้า 1 – 2 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี และ 2 ปีขึ้นไป เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.004 และ 0.008 ตามลำดับ

ตาราง 44 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารเป็นรายด้าน ระหว่างลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F-Ratio	F-Prob.
ด้านพนักงานและการต้อนรับ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.939	0.470	3.728*	0.025
	ภายในกลุ่ม	366	46.114	0.126	-	-
	รวม	368	47.054	-	-	-
ด้านสถานประกอบการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.823	0.412	4.615**	0.010
	ภายในกลุ่ม	366	32.646	0.089	-	-
	รวม	368	33.469	-	-	-
ด้านความสะดวกที่ได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.280	0.140	1.405	0.247
	ภายในกลุ่ม	366	36.421	0.100	-	-
	รวม	368	36.700	-	-	-

ตาราง 44 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F-Ratio	F-Prob.
ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.241	0.121	2.261	0.106
	ภายในกลุ่ม	366	19.548	0.053	-	-
	รวม	368	19.789	-	-	-
ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.293	0.647	7.684**	0.001
	ภายในกลุ่ม	366	30.799	0.084	-	-
	รวม	368	32.092	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของลูกค้าธนาคารกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารเป็นรายด้าน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ และ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และ 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 45 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านพนักงานและการต้อนรับ

ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 1 ปี	1 – 2 ปี	2 ปีขึ้นไป
		4.36	4.47	4.39
ต่ำกว่า 1 ปี	4.36	-	0.113* (0.011)	0.030 (0.548)
1 – 2 ปี	4.47	-	-	0.084 (0.066)
2 ปีขึ้นไป	4.39	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี กับ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า 1 - 2 ปี พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า 1 - 2 ปี เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านพนักงานและการต้อนรับ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.113

ตาราง 46 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานประกอบการ

ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 1 ปี 4.25	1 - 2 ปี 4.22	2 ปีขึ้นไป 4.21
ต่ำกว่า 1 ปี	4.25	-	0.023 (0.530)	0.119** (0.005)
1 - 2 ปี	4.22	-	-	0.095* (0.013)
2 ปีขึ้นไป	4.21	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไป กับ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี และ 1 - 2 ปี พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.005 และ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าลูกค้า 2 ปีขึ้นไป แตกต่างเป็นรายคู่กับ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี และ 1 - 2 ปี เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านสถานประกอบการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.119 และ 0.095

ตาราง 47 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 1 ปี	1 – 2 ปี	2 ปีขึ้นไป
		3.56	3.64	3.49
ต่ำกว่า 1 ปี	3.56	-	0.075* (0.038)	0.069 (0.090)
1 – 2 ปี	3.64	-	-	0.144** (0.000)
2 ปีขึ้นไป	3.49	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้า 1 – 2 ปี กับ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี และ 2 ปีขึ้นไป พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.038 และ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าลูกค้า 1 - 2 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี และ 2 ปีขึ้นไป เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.075 และ 0.144

สมมุติฐานที่ 7 ลูกค้าของธนาคาร ที่มีประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารแตกต่างกัน

H_0 : ลูกค้าของธนาคาร ที่มีประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าของธนาคาร ที่มีประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) การทดสอบสมมุติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้นจะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob.มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 48 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ระหว่างลูกค้าที่มีประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F-Ratio	F-Prob.
ความพึงพอใจในการรับบริการจากธนาคารโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	0.321	0.080	2.335	0.055
	ภายในกลุ่ม	364	12.496	0.034	-	-
	รวม	368	12.817	-	-	-

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.055 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีผลให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 49 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารเป็นรายด้าน ระหว่างลูกค้าที่มีประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F-Ratio	F-Prob.
ด้านพนักงานและการต้อนรับ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.036	0.259	2.049	0.087
	ภายในกลุ่ม	364	46.018	0.126	-	-
	รวม	368	47.054	-	-	-
ด้านสถานประกอบการ	ระหว่างกลุ่ม	4	0.761	0.190	2.118	0.078
	ภายในกลุ่ม	364	32.708	0.090	-	-
	รวม	368	33.469	-	-	-
ด้านความสะดวกที่ได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	4	0.556	0.139	1.400	0.233
	ภายในกลุ่ม	364	36.144	0.099	-	-
	รวม	368	36.700	-	-	-
ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	0.526	0.132	2.486*	0.043
	ภายในกลุ่ม	364	19.263	0.053	-	-
	รวม	368	19.789	-	-	-
ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	ระหว่างกลุ่ม	4	0.274	0.068	0.782	0.537
	ภายในกลุ่ม	364	31.819	0.087	-	-
	รวม	368	32.092	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 49 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสมการณ์ในการเป็นลูกค้าของลูกค้าธนาคารกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารเป็นรายด้าน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) พบว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประสมการณ์ในการเป็นลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 50 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีประสมการณ์แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

ประสมการณ์การเป็นลูกค้า	$\bar{X}$	ธนาคารกรุงเทพ	ธนาคารกสิกรไทย	ธนาคารกรุงไทย	ธนาคารไทยพาณิชย์	ธนาคารอื่น ๆ
		3.77	3.78	3.81	3.84	3.50
ธนาคารกรุงเทพ	3.77	-	0.004 (0.906)	0.036 (0.450)	0.074* (0.016)	0.275 (0.094)
ธนาคารกสิกรไทย	3.78	-	-	0.033 (0.513)	0.071* (0.038)	0.278 (0.091)
ธนาคารกรุงไทย	3.81	-	-	-	0.038 (0.456)	0.311 (0.066)
ธนาคารไทยพาณิชย์	3.84	-	-	-	-	0.349* (0.035)
ธนาคารอื่น ๆ	3.50	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่มีประสมการณ์ในการเป็นลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ กับ ประสมการณ์ในการเป็นลูกค้าธนาคารกรุงเทพ กสิกรไทย และอื่น ๆ พบว่าค่า Sig. ของทุกค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสมการณ์ในการเป็นลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ แตกต่างเป็นรายคู่กับ ประสมการณ์ในการเป็นลูกค้าธนาคารกรุงเทพ กสิกรไทย และอื่น ๆ เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01

สมมุติฐานที่ 8 ความพึงพอใจในการรับบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการ

H_0 : ความพึงพอใจในการรับบริการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการ

H_1 : ความพึงพอใจในการรับบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการ

1. ประเภทของการบริการ

ตาราง 51 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการด้านสินเชื่อ

ตัวแปรที่ศึกษา	สินเชื่อ		
	Chi-Square value	Sig. (2-tailed)	ระดับของความสัมพันธ์
ด้านพนักงานและการต้อนรับ	0.522	0.770	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านสถานประกอบการ	0.729	0.026*	มีความสัมพันธ์กัน
ด้านความสะดวกที่ได้รับ	11.970	0.003**	มีความสัมพันธ์กัน
ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	9.648	0.008**	มีความสัมพันธ์กัน
ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	2.960	0.398	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ความพึงพอใจโดยรวม	10.589	0.005**	มีความสัมพันธ์กัน

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 51 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการด้านสินเชื่อ โดยใช้การวิเคราะห์สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) สามารถวิเคราะห์ พบว่า ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม ความพึงพอใจในการรับบริการด้านสถานประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ มีค่า Sig.(2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม ความพึงพอใจในการรับบริการด้านสถานประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ กับ พฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการด้านสินเชื่อ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01

ตาราง 52 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการด้านเงินฝาก

ตัวแปรที่ศึกษา	เงินฝาก		
	Chi-Square value	Sig. (2-tailed)	ระดับของความสัมพันธ์
ด้านพนักงานและการต้อนรับ	0.158	0.924	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านสถานประกอบการ	0.866	0.649	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านความสะดวกที่ได้รับ	14.766	0.001*	มีความสัมพันธ์กัน
ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	0.876	0.645	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	9.722	0.021*	มีความสัมพันธ์กัน
ความพึงพอใจโดยรวม	12.430	0.002*	มีความสัมพันธ์กัน

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 52 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการด้านเงินฝาก โดยใช้การวิเคราะห์สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) สามารถวิเคราะห์ พบว่า ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม ความพึงพอใจในการรับบริการด้านความสะดวกที่ได้รับ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ มีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม ความพึงพอใจในการรับบริการด้านความสะดวกที่ได้รับ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ กับ พฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการด้านเงินฝาก มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 53 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการตู้നിറယ

ตัวแปรที่ศึกษา	ตู้നിറယ		
	Chi-Square value	Sig. (2-tailed)	ระดับของความสัมพันธ์
ด้านพนักงานและการต้อนรับ	0.654	0.721	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านสถานประกอบการ	3.676	0.159	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านความสะดวกที่ได้รับ	0.5374	0.068	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 53 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	ตุนิรภัย		
	Chi-Square value	Sig. (2-tailed)	ระดับของความสัมพันธ์
ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	15.777	0.000**	มีความสัมพันธ์กัน
ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	0.496	0.920	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ความพึงพอใจโดยรวม	2.895	0.235	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 53 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมกรรมการให้บริการประเภทบริการตุนิรภัย โดยใช้การวิเคราะห์สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) สามารถวิเคราะห์ พบว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ มีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ กับ พฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการตุนิรภัย มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 54 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมกรรมการให้บริการประเภทบริการชำระค่าสาธารณูปโภค

ตัวแปรที่ศึกษา	ชำระค่าสาธารณูปโภค		
	Chi-Square value	Sig. (2-tailed)	ระดับของความสัมพันธ์
ด้านพนักงานและการต้อนรับ	20.202	0.000**	มีความสัมพันธ์กัน
ด้านสถานประกอบการ	14.414	0.001**	มีความสัมพันธ์กัน
ด้านความสะดวกที่ได้รับ	2.159	0.340	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	0.673	0.714	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	38.540	0.000*	มีความสัมพันธ์กัน
ความพึงพอใจโดยรวม	5.427	0.066	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 54 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมกรรมการให้บริการประเภทบริการชำระค่าสาธารณูปโภค โดยใช้การวิเคราะห์สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) สามารถวิเคราะห์ พบว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ มีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก

(H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ กับ พฤติกรรมการให้บริการประเภท บริการชำระค่าสาธารณูปโภค มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 55 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการด้านต่างประเทศ

ตัวแปรที่ศึกษา	บริการด้านต่างประเทศ		
	Pearson value	Sig. (2-tailed)	ระดับของความสัมพันธ์
ด้านพนักงานและการต้อนรับ	6.172	0.046*	มีความสัมพันธ์กัน
ด้านสถานประกอบการ	0.715	0.699	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านความสะดวกที่ได้รับ	4.553	0.103	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	2.437	0.296	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	0.380	0.944	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ความพึงพอใจโดยรวม	2.272	0.321	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 55 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการด้านต่างประเทศ โดยใช้การวิเคราะห์สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) สามารถวิเคราะห์ พบว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับ มีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับ กับ พฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการด้านต่างประเทศมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ความถี่ในการรับบริการ

ตาราง 56 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมในเรื่องความถี่ในการรับบริการ

ตัวแปรที่ศึกษา	ความถี่ในการรับบริการ		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับของความสัมพันธ์
ด้านพนักงานและการต้อนรับ	-0.187	0.000**	มีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงข้าม
ด้านสถานประกอบการ	-0.089	0.086	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 56 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	ความถี่ในการรับบริการ		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับของความสัมพันธ์
ด้านความสะดวกที่ได้รับ	0.370	0.000**	มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน
ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	0.006	0.902	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	-0.104	0.046*	มีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงข้าม
ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม	0.006	0.902	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 56 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวมและรายด้าน กับพฤติกรรมในเรื่องความถี่ในการรับบริการ โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.895 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม กับความถี่ในการรับบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับ กับความถี่ในการรับบริการ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านสถานประกอบการ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.086 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านสถานประกอบการ กับความถี่ในการรับบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

4. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านความสะอาดที่ได้รับ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านความสะอาดที่ได้รับ กับความถี่ในการรับบริการ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.902 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ กับพฤติกรรมในเรื่องความถี่ในการรับบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

6. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านระยะเวลาในการดำเนินการ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.046 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านระยะเวลาในการดำเนินการ กับความถี่ในการรับบริการ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3 ระยะเวลาที่มาใช้บริการ

ตาราง 57 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมในเรื่องระยะเวลาที่ใช้บริการ

ตัวแปรที่ศึกษา	ระยะเวลาที่ใช้บริการ		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับของความสัมพันธ์
ด้านพนักงานและการต้อนรับ	0.034	0.517	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านสถานประกอบการ	0.187	0.000**	มีความสัมพันธ์กัน
ด้านความสะดวกที่ได้รับ	0.084	0.106	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	0.007	0.892	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	-0.025	0.627	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม	0.096	0.066	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 57 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม และรายด้าน กับพฤติกรรมในเรื่องระยะเวลาที่ใช้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.517 ซึ่งมากกว่า 0.066 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม กับพฤติกรรมในเรื่องระยะเวลาที่ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.517 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับ กับพฤติกรรมในเรื่องระยะเวลาที่ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านสถานประกอบการ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านสถานประกอบการ กับพฤติกรรมในเรื่องระยะเวลาที่ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านความสะดวกที่ได้รับ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.106 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านความสะดวกที่ได้รับ กับพฤติกรรมในเรื่องระยะเวลาที่ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

5. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.892 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ กับพฤติกรรมในเรื่องระยะเวลาที่ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

6. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านระยะเวลาในการดำเนินการ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.627 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านระยะเวลาในการดำเนินการ กับพฤติกรรมในเรื่องระยะเวลาที่ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

4. ผู้มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการ

ตาราง 58 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมในเรื่องผู้มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการ

ตัวแปรที่ศึกษา	ผู้มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการ		
	Chi-Square Value	Sig. (2-tailed)	ระดับของความสัมพันธ์
ด้านพนักงานและการต้อนรับ	18.582	0.017*	มีความสัมพันธ์กัน
ด้านสถานประกอบการ	14.609	0.067	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านความสะดวกที่ได้รับ	37.148	0.000**	มีความสัมพันธ์กัน
ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	41.789	0.000**	มีความสัมพันธ์กัน
ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	23.431	0.024*	มีความสัมพันธ์กัน
ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม	16.640	0.034*	มีความสัมพันธ์กัน

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 58 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมในเรื่องผู้มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) สามารถวิเคราะห์ พบว่า ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม ความพึงพอใจในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ มีค่า Sig.(2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม ความพึงพอใจในการรับบริการ

ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ ด้านความสะอาดที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ กับ พฤติกรรมการพฤติกรรมในเรื่องผู้มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01

5. พฤติกรรมการมาใช้บริการในอนาคต

ตาราง 59 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมการมาใช้บริการในอนาคต

ตัวแปรที่ศึกษา	การมาใช้บริการในอนาคต		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับของความสัมพันธ์
ด้านพนักงานและการต้อนรับ	0.023	0.660	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านสถานประกอบการ	0.006	0.902	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านความสะอาดที่ได้รับ	0.373	0.000**	มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน
ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	0.174	0.001**	มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน
ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	0.135	0.009**	มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจโดยรวม	0.223	0.000**	มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 59 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม และรายด้าน กับพฤติกรรมการมาใช้บริการในอนาคต โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม กับพฤติกรรมการมาใช้บริการในอนาคต มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
2. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.660 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับ กับพฤติกรรมการมาใช้บริการในอนาคต ไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านสถานประกอบการ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.902 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านสถานประกอบการ กับพฤติกรรมการมาใช้บริการในอนาคต ไม่มีความสัมพันธ์กัน

4. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านความสะดวกที่ได้รับ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านความสะดวกที่ได้รับ กับพฤติกรรมการมาใช้บริการในอนาคต มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ กับพฤติกรรมการมาใช้บริการในอนาคต มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านระยะเวลาในการดำเนินการ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านระยะเวลาในการดำเนินการ กับพฤติกรรมการมาใช้บริการในอนาคต มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. พฤติกรรมเรื่องการบอกกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการ

ตาราง 60 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมการบอกกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการ

ตัวแปรที่ศึกษา	การบอกกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการ		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับของความสัมพันธ์
ด้านพนักงานและการต้อนรับ	0.137	0.008**	มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน
ด้านสถานประกอบการ	0.171	0.001**	มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน
ด้านความสะดวกที่ได้รับ	-0.149	0.004**	มีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงข้าม
ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	0.044	0.399	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	-0.022	0.674	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม	0.062	0.238	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 60 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม และรายด้าน กับพฤติกรรมในเรื่องการบอกกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.238 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม กับพฤติกรรมในเรื่องการบอกกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน
2. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับ กับพฤติกรรมในเรื่องการบอกกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
3. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านสถานประกอบการ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านสถานประกอบการ กับพฤติกรรมในเรื่องการบอกกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
4. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านความสะดวกที่ได้รับ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านความสะดวกที่ได้รับ กับพฤติกรรมในเรื่องการบอกกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
5. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.399 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ กับพฤติกรรมในเรื่องการบอกกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน
6. ความพึงพอใจในการรับบริการด้านระยะเวลาในการดำเนินการ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.238 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ กับพฤติกรรมในเรื่องการบอกกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาจักร ผู้วิจัยได้สรุปผลของการวิจัย ดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษากรณีสาขาจักร ในด้านความพึงพอใจของพนักงานและการต้อนรับ ความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ ความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับ ความพึงพอใจด้านข้อมูลที่ได้รับบริการและความพึงพอใจด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของลูกค้าธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษากรณีสาขาจักร ในด้านความพึงพอใจของพนักงานและการต้อนรับ ความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ ความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับ ความพึงพอใจด้านข้อมูลที่ได้รับบริการ และความพึงพอใจด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษากรณีสาขาจักร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมการให้บริการของ พนักงานธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน)สาขาจักร

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการของธนาคารในการตอบสนองและสร้างบริการที่มีคุณภาพกับผู้ใช้บริการที่สาขาจักร
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางให้กับผู้บริหารของธนาคารในการนำผลของการศึกษาเข้าแก้ปัญหาความไม่พึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคาร ดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาจักร

สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า

1. ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน
2. ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน
3. ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน
4. ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน

5. ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารแตกต่างกัน
6. ลูกค้าของธนาคารฯ มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้าแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน
7. ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีประสบการณ์ในการรับบริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน
8. ความพึงพอใจในการรับบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการ

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

1. ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร ภายในเดือนกุมภาพันธ์ 2546 จำนวน 2,922 คน (ข้อมูลธนาคารจากรายงาน DD1852P ณ 31 ธค.2545)
2. กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จากจำนวนประชากร 2,922 คน ผู้วิจัยได้คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้เป็นตัวแทนของประชากรจากสูตร ยามาเน่ (Yamane.1970 : 580-581) ซึ่งได้ตัวแทนประชากรของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) จำนวน 352 คน และบวกเพิ่มอีก 5% ที่อาจเกิดจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ และจำนวนแบบสอบถามที่ตอบกลับมาไม่ครบรวมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 369 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการกับธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและวิธีการสร้างเครื่องมือการวิจัย ดังนี้โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคาร และประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าธนาคาร (ยกเว้นธนาคารดีบีเอสไทยท努) มีลักษณะของคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ได้ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร ได้แก่ ประเภทบริการที่ใช้บริการที่สาขาवरจักร ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ วันที่ใช้บริการ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ การกลับมาใช้บริการในอนาคต และพฤติกรรมการบอกต่อผู้อื่นให้มาใช้บริการกับธนาคาร

แบบสอบถามฉบับนี้ได้ทำการทดสอบความเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามโดยนำมาทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความเข้าใจในการตอบแบบสอบถามแล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น(Reliability)โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

1. ด้านพนักงานและการต้อนรับ	ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ	0.8821
2. ด้านสถานที่ประกอบการ	ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ	0.7996
3. ด้านความสะดวกที่ได้รับ	ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับค่า	0.8434
4. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	ความเชื่อมั่นเท่ากับ	0.8197
5. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ	0.7894
ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม	ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ	0.8256

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยขอหนังสือจาก บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความอนุเคราะห์ให้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามแจกให้กับบุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 380 ฉบับ ตั้งแต่วันที่ 4 มีนาคม 2546 – 15 มีนาคม 2546 และได้แบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 369 ฉบับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์พบว่าแบบสอบถามทั้ง 369 ฉบับมีความสมบูรณ์สามารถนำไปวิเคราะห์ได้ จึงนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science หรือ SPSS) เพื่อวิเคราะห์ค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้

ข้อมูลส่วนที่ 1 ที่เกี่ยวกับข้อมูลเฉพาะตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคาร และประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าธนาคาร (ยกเว้นธนาคารดีบีเอสไทยท努) โดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ

ข้อมูลส่วนที่ 2 ที่เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาจักร โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ข้อมูลส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาจักร ได้แก่ ประเภทบริการที่ใช้บริการที่สาขาจักร ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ วันที่ใช้บริการ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ การกลับมาใช้บริการในอนาคต และพฤติกรรมการบอกต่อผู้อื่นให้มาใช้บริการกับธนาคาร วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ข้อมูลส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1 ถึงสมมติฐานที่ 7 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคาร เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้ t -test และกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA : F – test) ส่วนสมมติฐานที่ 2 วิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคาร กับ พฤติกรรมการมารับบริการ โดยจะใช้การทดสอบด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ให้หาค่าความสัมพันธ์

ของตัวแปร 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระต่อกันหรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด และใช้การสถิติ Chi-Square เพื่อทดสอบตัวแปรที่อยู่ในระดับนามบัญญัติ

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาवरจักร ผลจากการศึกษาสามารถสรุปผลได้ ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมี จำนวน 369 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 62.3 และเพศหญิง ร้อยละ 37.7 ในด้านอายุส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 37.7 มีการระดับปริญญาตรี ร้อยละ 40.9 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 48.2 ซึ่งมีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 22.2 และมีระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคารระหว่าง 1 – 2 ปี ร้อยละ 44.2 ทั้งนี้ลูกค้าที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าที่นอกเหนือจากธนาคารดีบีเอสไทยท努 คือ ธนาคารกรุงเทพ ร้อยละ 42.0

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในการรับบริการจากธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในการรับบริการจากธนาคารในด้านพนักงานและการต้อนรับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 รองลงมา คือ ด้านสถานประกอบการ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21, 3.79, 3.61 และ 3.58 ตามลำดับ

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับ พบว่า เกือบทุกข้อของด้านพนักงานและการต้อนรับ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ด้านพนักงานและการต้อนรับในเรื่องแสดงความเป็นมิตรที่ดี การยิ้มแย้มแจ่มใสและกล่าวทักทาย การแต่งกายของเรียบร้อย การให้เกียรตินับถือท่าน การตอบข้อซักถาม อธิบายเรื่องต่าง ๆ ให้ท่านเกิดความเข้าใจ ความเต็มใจในการบริการของพนักงาน และความตั้งใจที่จะให้ความช่วยเหลือท่าน

ส่วนความพึงพอใจด้านสถานประกอบการ เป็นรายชื่อ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ด้านสถานประกอบการในเรื่องที่นั่งสะดวกสบาย ความสะดวกภายในธนาคาร อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงานอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน การจัดวางเอกสารธนาคารให้เห็นเด่นชัด และธนาคารมีสถานที่จอดรถเพียงพอ

นอกจากนี้ความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับในระดับที่สุด คือ ในเรื่องการใช้เครื่อง เอ.ที.เอ็ม. ส่วนระดับความพึงพอใจในการรับบริการในด้านข้อมูลเป็นรายชื่อ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องการได้รับคำแนะนำจากพนักงาน การตอบข้อโต้แย้ง / ข้อสงสัย ประโยชน์จากข้อมูลที่ได้รับ การแจ้งยอดบัญชี ความยืดหยุ่นกับลูกค้าในบางครั้ง การจัดส่ง

Statement (ใบแจ้งยอดบัญชี) การรับใบเสร็จ / ใบหักบัญชี การเสนอบริการสิ่งพิมพ์ / ข่าวสารธนาคาร และความทันสมัยของระบบข้อมูล

และระดับความพึงพอใจด้านระยะเวลาในการดำเนินการ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจปัจจัยระยะเวลาในการดำเนินการในระดับมาก ได้แก่ เรื่องการจัดลำดับก่อนหลังของการให้บริการ การให้บริการอย่างต่อเนื่องไม่หยุดชะงักหรือติดขัด ความรวดเร็วในการบริการ และลดขั้นตอนการดำเนินการให้ลูกค้า และ การแจ้งระยะเวลาในการดำเนินงานให้ลูกค้าทราบเป็นระยะ

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารทีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่ธนาคารทีบีเอสไทยท努 สาขาवरจักร ส่วนใหญ่มาใช้บริการเกี่ยวกับเงินฝาก ร้อยละ 97.6 รองลงมาใช้บริการด้านสินเชื่อ ร้อยละ 36.9 โดยส่วนใหญ่ลูกค้าจะมาใช้บริการ 1- 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 62.3 และมีช่วงเวลาที่มาใช้บริการช่วงเวลา 9.30 – 12.00 น ร้อยละ 35.0 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจะมาใช้บริการที่ธนาคารไทยท努 สาขาवरจักรวันธรรมดา จันทรึงศุกร ร้อยละ 100.0

ในส่วนพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารทีบีเอสไทยท努ในเรื่องผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการด้วยตนเอง ร้อยละ 53.4 นอกจากนี้ลูกค้าธนาคารยังมีความต้องการที่จะกลับมาใช้บริการในอนาคตอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และมีพฤติกรรมการบอกต่อผู้อื่นให้มาใช้บริการกับธนาคาร ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นอกจากนี้ เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ และด้านความสะดวกที่ได้รับ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีผลให้มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นอกจากนี้ อายุของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลให้มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01และ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และอายุของลูกค้าที่แตกต่างกันมี

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีผลให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นอกจากนี้ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ และ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และระยะเวลาในการเป็นลูกค้าที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านด้านความสะดวกที่ได้รับและ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 7 ลูกค้าของธนาคาร ที่มีประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารแตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพในการเป็นลูกค้าของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีผล
 ให้มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นอกจากนี้ ประสิทธิภาพในการเป็นลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และประสิทธิภาพในการเป็นลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 8 ความพึงพอใจในการรับบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการ

1. ประเภทของการบริการ ผลการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม ความพึงพอใจในการรับบริการด้านสถานประกอบการ ด้านความสะอาดที่ได้รับ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ กับ พฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการด้านสินเชื่о มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ และความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม ความพึงพอใจในการรับบริการด้านความสะอาดที่ได้รับ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ กับ พฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการด้านเงินฝาก มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

นอกจากนี้ความพึงพอใจในการรับบริการด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ กับ พฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการศูนย์รับฯ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และความพึงพอใจในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ กับ พฤติกรรมการให้บริการประเภทบริการชำระค่าสาธารณูปโภค มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และความพึงพอใจในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับ กับ พฤติกรรมการให้บริการ ประเภทบริการด้านต่างประเทศมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ความถี่ในการรับบริการ ผลการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม ความพึงพอใจในการรับบริการด้านสถานประกอบการ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ กับความถี่ในการรับบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ กับความถี่ในการรับบริการ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ระยะเวลาที่ใช้บริการ ผลการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ กับพฤติกรรมในเรื่องระยะเวลาที่ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และความพึงพอใจในการรับบริการด้านสถานประกอบการ กับพฤติกรรมในเรื่องระยะเวลาที่ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

4. ผู้มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการ ผลการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม ความพึงพอใจในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ กับ พฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง และความพึงพอใจในการรับบริการด้านสถานประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

5. พฤติกรรมการมาใช้บริการในอนาคต ผลการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม ความพึงพอใจในการรับบริการด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ กับ พฤติกรรมการมาใช้บริการในอนาคต มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง และความพึงพอใจในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับ และด้านสถานประกอบการ กับพฤติกรรมการมาใช้บริการในอนาคต ไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

6. พฤติกรรมเรื่องการบอกกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการ ผลการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการรับบริการโดยรวม ความพึงพอใจในการรับบริการด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ กับพฤติกรรมในเรื่องการบอกกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง ส่วนความพึงพอใจในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ และด้านความสะดวกที่ได้รับ กับพฤติกรรมในเรื่องการบอกกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

อภิปรายผล

ผลการวิจัยความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยทุน จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาจักร สามารถนำมาอภิปรายผลเพิ่มเติมได้ดังนี้

การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับพันธุวรรพ พล คุรุ เวโซ (2540 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชน ต่อการบริการของสำนักทะเบียนอำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักทะเบียนอำเภอ แต่อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านเพศก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าเพศชาย จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ มากกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับธัญวรัตน์ กฤษณรัตน์ (2542 : 62) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) หลังการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการปฏิบัติงานของสาขา : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขายะลา พบว่า ลูกค้าที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจในการรับบริการสูงกว่าเพศหญิง เนื่องจากเพศชายมีความอดทนต่อการรอรับบริการที่ดีกว่า

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการที่แตกต่างกัน โดยลูกค้าที่มีอายุน้อยจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในเรื่องที่กล่าวมาน้อยกว่าลูกค้าที่มีอายุมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับธัญวรัตน์ กฤษณรัตน์ (2542 : 62) กล่าวว่า อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการมาใช้บริการ เนื่องจากลูกค้าที่มีอายุมากจะได้รับบริการจากพนักงานดีกว่าเพราะความเกรงใจและคอยให้บริการแนะนำอย่างใกล้ชิด ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าเก่าที่มีความคุ้นเคยกับพนักงานจึงทำให้ผู้มีอายุมากมีความพึงพอใจในการมาใช้บริการมากกว่าผู้มีอายุน้อย

นอกจากนี้ผลการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย พบว่าลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม ความพึงพอใจด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการและ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการมากกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาดำกว่า ซึ่ง Burgoon กล่าวว่า การศึกษาของผู้รับสารนั้นทำให้ผู้รับสารมีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันออกไป ยิ่งบุคคลมีการศึกษาสูงก็就会有ความสนใจในข่าวสารมากกว่าจึงทำให้ลูกค้าที่มีการศึกษาสูงจะมีความเข้าใจในระเบียบและขั้นตอนการปฏิบัติงานของธนาคารเป็นอย่างดีและมีพนักงานคอยให้คำแนะนำจึงทำให้เกิดความพึงพอใจมากกว่า รวมไปถึงคนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดีกว่าเพราะมีความรู้กว้างขวาง เข้าใจมากกว่า (ประมะ สตะเทวิน. 2540:106)

สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ จากการวิจัยพบว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ประกอบด้วย อาชีพ รายได้ มีผลให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านพนักงานและการต้อนรับ และ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ แตกต่างกัน เพราะคนที่มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่ต่างกันจะมีวัฒนธรรม ประสพการณ์ ทักษะคติ ค่านิยม และเป้าหมายต่างกัน (ประมะ สตะเทวิน. 2540:106) ทั้งนี้ความแตกต่างทางสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ได้แก่ อาชีพ และรายได้ของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้า และบริการที่แตกต่างกัน รวมไปถึงการได้รับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับพันธุวรรพ พล คุรุ เวโซ (2540 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชน ต่อการบริการของสำนักทะเบียนอำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า อาชีพของประชาชน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักทะเบียนอำเภอ และรายได้ ลูกค้าที่มีรายได้สูงมีความพึงพอใจในการรับบริการของธนาคารแตกต่างจากลูกค้าที่มีรายได้ต่ำ เนื่องจากลูกค้าที่มีรายได้สูงจะได้รับการ

บริการที่ดีจากพนักงานบางคนจึงทำให้มีความพึงพอใจในการรับบริการสูง ธัญวรัตน์ กฤษณรัตน์ (2542 : 62)

การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลด้านระยะเวลาที่เป็นลูกค้า พบว่าลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไปจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารน้อยกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้าในช่วงอื่น ๆ การมาใช้บริการในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยที่พบว่าความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมการมาใช้บริการในอนาคตมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหากกล่าวถึงทฤษฎีความคาดหวังนั้น อธิบายความพอใจในแง่ที่ว่าลูกค้าจะเกิดความพอใจได้ต่อเมื่อเขาประเมินแล้วว่าการบริการนั้น ๆ จะนำผลตอบแทนมาให้ ซึ่งลูกค้าได้มีการตัดสินใจล่วงหน้าแล้วว่าคุณค่าของการบริการจากสิ่งที่ลูกค้าได้รับ (ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความกระตือรือร้นในการบริการ การให้คำปรึกษาแนะนำที่ดี ความสะดวกรวดเร็วในการบริการ เครื่องมือบริการทันสมัย ความมีชื่อเสียงของสถาบันที่ให้บริการ) เป็นเช่นไรลูกค้าจึงเลือกเอาการบริการที่น่าเอาผลลัพธ์เหล่านี้มาให้ และในขั้นสุดท้ายเมื่อมีการประเมินการเปรียบเทียบผลลัพธ์ต่าง ๆ ลูกค้าจะมีความพอใจที่จะมีความพอใจที่จะเกิดขึ้น (McCormic, 1980 : 396) ซึ่งทัศนะของแนวคิดนี้มาจากบุคคลหลายบุคคล เช่น แคมเบล บันแนท ลอร์เลอร์ วิคและวูม โดยแนวคิดทฤษฎีนี้อยู่ที่ผล (Outcomes) ความปรารถนาที่รุนแรง (Violence) และความคาดหวัง (Expectancy) ทฤษฎีความคาดหวังจะคาดคะเนว่า โดยทั่ว ๆ ไปลูกค้าแต่ละคนจะแสดงพฤติกรรมก็ต่อเมื่อเขามองเห็นโอกาสความน่าจะเป็นไปได้ (Provability) ก่อนข้างเด่นชัดหากความพึงพอใจของเขาเกิดจากการให้บริการที่มีคุณภาพ เขาก็จะใช้บริการนั้นตลอดเพราะเป็นผลลัพธ์ (Outcomes) ที่เขาปรารถนา

ส่วนประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าธนาคารอื่น ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าลูกค้าของธนาคารฯ ที่มีประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าธนาคารอื่นแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการในด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการแตกต่างกัน และความพึงพอใจในการรับบริการกับพฤติกรรมเรื่องการบอกกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่ง พาฟลอฟ (2539 : 339-340) จากทฤษฎีการเรียนรู้จากเงื่อนไขสิ่งเร้าชี้ให้เห็นว่าผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีต่อบริการได้หากนำบริการนั้นไปควบคู่กับสิ่งเร้าที่กระตุ้นความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีนั้นบ่อย ๆ เช่น ลูกค้ามาทำธุรกรรมที่ธนาคาร ยามซึ่งมีหน้าที่ดูแลรถเข้า-ออกของธนาคารได้คอยให้ความสะดวกเวลาลูกค้าที่มาใช้บริการเกิดความประทับใจบอกต่อว่าธนาคารให้บริการดีแม้กระทั่งยามยังช่วยดูแลเรื่องการจอดรถและการเข้า-ออกรถที่มาติดต่อธุรกรรมกับธนาคารทำให้ลูกค้าบอกต่อและเกิดความสบายใจเมื่อเข้ามาติดต่อที่ธนาคารเป็นการสร้างภาพพจน์ในเรื่องการให้บริการที่ดีในทางตรงกันข้ามหากยามขาดความรับผิดชอบดังที่กล่าวมาลูกค้าก็จะไม่รู้สึกประทับใจและจะไม่กลับมาใช้บริการอีกอาจทำให้เสียภาพพจน์ของธนาคารอีกด้วย และประสบการณ์ที่แท้จริง ซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกความชื่นชอบของผู้บริโภค ถ้าเขาเกิดความรู้สึกในทางลบ โอกาสที่จะกลับมาซื้อสินค้านั้นอีกก็ไม่มีและอาจนำความรู้สึกดังกล่าวไปสื่อสารในลักษณะปากต่อปาก (Negative Word - of - mouth information) ไปสู่ผู้บริโภครายอื่น ทำให้ไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทไปด้วย

นอกจากนี้การตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buyer's purchase decisions) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice) การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย (Dealer choice) และการเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount) เป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคจะแสดงออกมาหลังจากที่เกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการ ซึ่งสอดคล้องกับประเภทของการบริการ ความถี่ในการมารับบริการ ระยะเวลาที่มารับบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการของธนาคาร

ทั้งนี้ความพึงพอใจในการให้บริการมีความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนในการตัดสินใจ ซึ่ง (ดารา ทีปะปาล, 2542 : 75) ได้กล่าวถึงกลุ่มอ้างอิงหรือผู้มีส่วนในการตัดสินใจว่าจะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคราย 3 ประการ คือ กลุ่มอ้างอิงจะทำหน้าที่เป็นแม่แบบ อันจะมีผลต่อพฤติกรรมและการดำเนินชีวิตใหม่ให้กับผู้บริโภค และกลุ่มอ้างอิงยังมีอิทธิพลต่อทัศนคติและแนวคิดเกี่ยวกับตนเองของผู้บริโภคทำให้เกิดความปรารถนาใฝ่ฝันที่อยาก จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มด้วย รวมถึงกลุ่มอ้างอิงจะเป็นตัวสร้างความกดดัน จูงใจให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมคล้ายตามกลุ่มในที่สุด ซึ่งจะมีผลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และตราเดียวกันเพื่อแสดงความเป็นพวกหรือสมาชิกกลุ่มเดียวกัน

ข้อเสนอเกี่ยวกับงานวิจัย

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคารทีบีเอสไทยทุน จำกัด (มหาชน) สาขาจักร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. จากผลการวิจัย ผู้บริหารของธนาคารควรมีการปรับปรุงในเรื่องระยะเวลาในการดำเนินการ เนื่องจากในการวิจัย พบว่า ลูกค้าไม่มีความพึงพอใจในเรื่องระยะเวลาในการดำเนินการมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องระบบคิวในการรอคอย ซึ่งลูกค้ายังรู้สึกไม่พอใจ ดังนั้นผู้บริหารของธนาคารควรมีการกำหนดและจัดระบบคิวในการรอคอยใหม่ให้มีความรวดเร็วในการมาใช้บริการของลูกค้า ทั้งนี้อาจจะมีการเพิ่มช่องของการให้บริการด้านเงินฝาก เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่มาใช้บริการของธนาคารมักจะมาทำธุรกรรมในเรื่องเงินฝาก หรืออาจจะมีการจัดแบ่งช่องพิเศษเกี่ยวกับการฝากเงินที่ทำธุรกรรมเพียงอย่างเดียว เพื่อความรวดเร็วในการให้บริการ นอกจากนี้อาจมีการส่งเสริม และสนับสนุนให้ลูกค้าใช้เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ หรือการชำระค่าบริการอื่น ๆ ต่าง ๆ ควรให้ลูกค้าชำระผ่านทางเครื่องอัตโนมัติเท่านั้น เพื่อลดคิวในแถวคอย และจะส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการมารับบริการมากขึ้น

นอกจากนี้จากการศึกษายังพบว่า ลูกค้าของธนาคารยังรู้สึกไม่พึงพอใจกับระยะเวลา ปิด-เปิด (9.30-15.30น.) ของธนาคาร ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคารเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งมักจะไม่สะดวกในการมารับบริการของธนาคารในช่วงเวลาดังกล่าว ประกอบกับผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่จะมาใช้บริการในวันจันทร์ถึงวันศุกร์เท่านั้น ดังนั้นผู้ประกอบการอาจจะพิจารณาเรื่องระยะเวลาเปิด ปิด ของธนาคารว่าจะมีความคุ้มค่าหรือไม่ที่จะขยายเวลาในการให้บริการให้เพิ่มมากขึ้น หรืออีกทางหนึ่งผู้บริหารของธนาคารอาจมีการเพิ่มสาขาให้บริการในห้างสรรพสินค้าเพื่อสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน รวมทั้งเป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้า ซึ่งอาจจะเปิดทำการในวันหยุด และช่วงเวลาที่ยาวนานกว่าเวลาเปิดปิดปกติของธนาคาร เช่น ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าให้บริการในช่วงเวลา 10.00 – 20.00 น. เป็น

2. จากผลการวิจัย ถึงแม้ว่าลูกค้าจะมีระดับความพึงพอใจในด้านความสะดวกที่ได้รับจากการให้บริการของธนาคาร แต่อย่างไรก็ตามในด้านความสะดวกที่ได้รับ ลูกค้ายังรู้สึกไม่ได้รับความสะดวกสบายเกี่ยวกับบริการด้าน e-Banking ดังนั้น ธนาคารควรมีการตรวจเช็คระบบการให้บริการที่เกี่ยวกับบริการด้าน e-Banking รวมทั้งควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ชัดเจนให้กับลูกค้าเกี่ยวกับการบริการด้าน e-Banking เพื่อความสะดวกสบายให้กับลูกค้า นอกจากนี้ในด้านความสะดวกที่เกี่ยวกับ เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ ลูกค้ายังมีความพึงพอใจน้อย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบางครั้งในการใช้บริการเครื่องปรับสมุดอัตโนมัติมักจะไม่สามารถดำเนินการได้ เนื่องจากเครื่องปรับสมุดอัตโนมัติไม่อ่านบาร์โค้ดของสมุดเงินฝาก ทำให้ลูกค้าไม่สามารถใช้บริการเครื่องปรับสมุดอัตโนมัติได้สะดวกสบาย ดังนั้นธนาคารควรแก้ไขปัญหาดังกล่าว

โดยการหาสาเหตุที่เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติไม่สามารถใช้งานได้ และไม่อ่านบาร์โค้ดของสมุดเงินฝาก และกำหนดแนวทางแก้ปัญหาอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้หากปัญหาสามารถแก้ไขได้ไม่ยากนักควรมีการแจ้งกับพนักงานหรือควรทำป้ายประกาศไว้บริเวณเครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ เพื่อให้ลูกค้าสามารถแก้ปัญหาเองได้เมื่อมาใช้บริการเครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ

3. ธนาคารควรมีการทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยนำส่วนที่ดีของธนาคารในด้านพนักงานและการต้อนรับ มาเป็นประเด็นที่จะนำเสนอให้ลูกค้ารับทราบ เพราะจากการวิจัย พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการมารับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่อง เรื่องการแสดงความเป็นมิตรที่ดี การยิ้มแย้มแจ่มใสและกล่าวทักทาย การแต่งกายเรียบร้อย การให้เกียรตินับถือลูกค้า การตอบข้อซักถาม อธิบายเรื่องต่าง ๆ ให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจอย่างชัดเจน ความเต็มใจในการบริการของพนักงาน และความตั้งใจที่จะให้ความช่วยเหลือลูกค้า ซึ่งเรื่องดังกล่าวเหล่านี้ธนาคารควรที่จะนำมาเผยแพร่ให้กับประชาชนอื่น ๆ ได้รับความรู้ โดยการผ่านสื่อโฆษณา และทำการประชาสัมพันธ์ เพราะลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จะมาด้วยตนเอง มิได้มาจากการแนะนำของผู้อื่น ซึ่งการกระทำดังกล่าวจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร และให้ประชาชนเห็นถึงการให้บริการที่ดีของพนักงาน และในที่สุดประชาชนที่ได้รับความรู้ข้อมูลดังกล่าวก็จะมาใช้บริการในที่สุด

4. จากผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการรับบริการด้านสถานประกอบการอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้นนอกเหนือจากการนำส่วนที่ดีของธนาคารในด้านพนักงานและการต้อนรับมากล่าวอ้างในงานโฆษณาประชาสัมพันธ์แล้วอาจจะนำประเด็นเรื่องสถานประกอบการมากล่าวอ้างเสริมเพิ่มเติมด้วยโดยเฉพาะเรื่องที่เป็นจุดเด่นของธนาคาร ได้แก่ เรื่องที่นั่งสะดวกสบาย ความสะอาดภายในธนาคาร อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน การจัดวางเอกสารธนาคารให้เห็นเด่นชัด และธนาคารมีสถานที่จอดรถเพียงพอ ซึ่งการกล่าวอ้างดังกล่าวจะทำให้ลูกค้าเห็นถึงการบริการที่ดีของพนักงาน และสถานที่ๆ สะดวกสบาย ก็จะทำให้มั่นใจ และเชื่อถือ ไว้วางใจที่จะมารับบริการกับธนาคาร และทำให้มาเป็นลูกค้าในที่สุด

5. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคาร และประสบการณ์ในการเป็นลูกค้าธนาคาร (ยกเว้นธนาคารดีบีเอสไทยท努) ควรมีการคำนึงถึงด้วยในการกำหนดการให้บริการของธนาคาร เพราะปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้า นอกจากนี้การที่จะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจธนาคารเพิ่มมากขึ้นนั้น ธนาคารควรกำหนดการให้บริการต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการมาใช้บริการของลูกค้าด้วย เพราะจากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการรับบริการ มีผลต่อพฤติกรรมการมาใช้บริการด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) ในสาขาอื่น ๆ ด้วยเพราะปัจจุบันการให้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) มีได้มีเพียงสาขาเดียว ดังนั้นควรมีการศึกษาในกรอบการวิจัยเดียวกันกับธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องเหมาะสมกับแต่ละสาขาอย่างชัดเจน และสามารถกำหนดรูปแบบการให้บริการได้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ควรศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการให้บริการด้านใด ด้านหนึ่งของธนาคาร เช่น บริการด้าน e-Banking โดยศึกษาความรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว เพื่อนำมาปรับปรุงแนวทางที่จะส่งเสริมให้ลูกค้าใช้บริการดังกล่าวเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ควรทำการศึกษาความต้องการของลูกค้าต่อการบริการของธนาคาร เพื่อให้ได้ทราบความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริงว่าต้องการอะไร เพื่อธนาคารจะได้กำหนดการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ จันท์แก้ว.(2538).ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกรุงเทพมหานคร : ศึกษากรณีสำนักงานเขตประเวศ. ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต, คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กิตติมา ปรีดีดิolk.(2524).ทฤษฎีการบริหารองค์กร. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จามจุรี จันทรัดนา.(2543).ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาจังหวัดสงขลา. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต(พัฒนาสังคม).กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์. อุดมสำเนา.
- ชนะ กล้าชิงชัย.(2541). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์: กรณีศึกษาสาขาบึงบอระเพ็ด จังหวัดศรีสะเกษ. พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์. อุดมสำเนา.
- ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์. (2538) ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าม่วง. ภาคนิพนธ์ พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต, คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชูศรี วงศ์รัตน์.(2544).เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย.กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ธัญวรัตน์ กฤษณรัตน์.(2542).ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) หลังการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการปฏิบัติงานของสาขา: เฉพาะกรณี สาขายะลา.ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต(พัฒนาสังคม).กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์. อุดมสำเนา.
- นิคม สะอาดเอี่ยม.(2539)ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์. ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม).กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. อุดมสำเนา.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2541). วิธีการทางสถิติเพื่อการวิจัยเล่ม 1. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์นจัดพิมพ์.
- พนิดา ชื้อสัตย์สกุลชัย.(2545).การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รัตนา เพชรพรรณ.(2539).ความพึงพอใจของประชาชนต่อกิจกรรมบริการด้านการโยธาของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร : ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างเขตชั้นใน ชั้นกลาง และชั้นนอก. วิทยานิพนธ์ ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต(พัฒนาสังคม).กรุงเทพฯ: คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- รายงานประจำปี 2543 ของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน). (2543). กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์ไทยธนาคาร.
- วรพงษ์ ภาวเส.(2540). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสถานีตำรวจภูธร อำเภอเมืองศรีสะเกษ ภายใต้โครงการโรงพักของเรา.ภาคนิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต(พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. อุดมสำเนา.

วราภรณ์ รุ่งรัมย์.(2538).ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อระบบบริการของห้องสมุดโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดอุบลราชธานี. พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม).กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.

วีรพงษ์ เณิมจิระรัตน์.(2538).บริการประชาชนทำได้ไม่ยาก. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ: A.N. การพิมพ์.

ศรัทธา วุฒิพงศ์.(2542).ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันทิ อำเภอนางรอง จังหวัดนครราชสีมา.ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต(พัฒนาสังคม).กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.อัดสำเนา.

สาโรช ไสยสมบัติ.(2534).ความพึงพอใจในการทำงานของครู-อาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด. การศึกษามหาบัณฑิต.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.อัดสำเนา.

สุทธิ ปันมา.(2535).ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์.ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุณี รักษาเกียรติศักดิ์.(2539).การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติค่า SPSS .กรุงเทพฯ: สำนักงานคอมพิวเตอร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สมิต สัจฉกร.(2543)การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. กรุงเทพฯ : สายธาร

สิทธิชัย จริยวิทยานนท์.(2543).ความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต(พัฒนาสังคม).กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.

เสงี่ยมศุภผล.ความพึงพอใจของลูกค้าจ้งต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกองทุนเงินทดแทนภายใต้พระราชบัญญัติเงินทดแทน พ.ศ.2537 : กรณีศึกษาสำนักงานประกันสังคม จังหวัดยโสธร. ภาคนิพนธ์ พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ: คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.อัดสำเนา.

อรรถพล ครุฑเวช,พันธุ์.(2540).ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักทะเบียนอำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี. ภาคนิพนธ์ พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม.กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อ้อยทิพย์ กองสมบัติ.(2538). ความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเลิงนกทา และสาขามุกดาหาร. พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม).กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.

Andrew J.Dubrin, (1997). Parasuraman Zeithami and Bery.

McCormick, (1965). Ernest J. And Daniel, Igen R. Industrial Psychology. 7th ed., Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, Inc.,

Vroom, (1964). W.H.Work and Motivation. New York : John Weley and Sons. Inc.

Yamane,Tatro. (1973).Satistics : An introductory Analysis.Tokyo: Harper

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารดีบีเอสไทยท努
จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณี
สาขารจักร

แบบสอบถาม

เรื่อง

ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารดีบีเอส
ไทยท努 จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาवरจักร

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจถึงความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาवरจักร โดยผลจากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ในการใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการของธนาคารในการตอบสนองและสร้างบริการที่มีคุณภาพกับผู้ใช้บริการ และเป็นแนวทางให้กับผู้บริหารของสาขานำผลการศึกษาเข้าแก้ปัญหาความไม่พึงพอใจในการให้บริการที่ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร ดังนั้นจึงขอความกรุณาจากท่านในการกรอกแบบสอบถามตามสภาพความเป็นจริง โดยแบบสอบถามจะแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคาร
ดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคาร ดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน)
สาขาवरจักร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่เป็นจริงของท่าน

- | | | |
|---|---|--|
| 1. เพศ | ☐ ชาย | ☐ หญิง |
| 2. อายุ | ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี
☐ 31-40 ปี
☐ 51 ปี ขึ้นไป | ☐ 21-30 ปี
☐ 41-50 ปี |
| 3. ระดับการศึกษา | ☐ ประถมศึกษา
☐ อนุปริญญา
☐ สูงกว่าปริญญาตรี | ☐ มัธยมศึกษา
☐ ปริญญาตรี
☐ อื่นๆ(โปรดระบุ.....) |
| 4. อาชีพ | ☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
☐ พนักงานบริษัทเอกชน | ☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว
☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) |
| 5. รายได้ | ☐ ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท
☐ 20,001-30,000 บาท
☐ 40,001-50,000 บาท | ☐ 10,001-20,000 บาท
☐ 30,001-40,000 บาท
☐ 50,001 บาท ขึ้นไป |
| 6. ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคาร
(สาขาเปิดฯ 24 กย.2542) | ☐ ต่ำกว่า 1 ปี
☐ 1-2 ปี
☐ 2 ปีขึ้นไป | |
| 7. ประสบการณ์ในการเป็นลูกค้า
ธนาคาร (ยกเว้นธนาคารดีบี
เอสไทยท努) | ☐ ธนาคารกรุงเทพ
☐ ธนาคารกสิกรไทย
☐ ธนาคารกรุงไทย
☐ ธนาคารไทยพาณิชย์
☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) | |

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าในการรับบริการจากธนาคารดีบี

เอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่เป็นจริงของท่าน

ท่านมีความพึงพอใจในการรับบริการจากธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด(มหาชน)สาขาवरจักรมากน้อยเพียงใด

ด้านพนักงานและการต้อนรับ	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจมาก	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจน้อยที่สุด
1. จำนวนพนักงานให้บริการ	☐	☐	☐	☐	☐
2. ความเต็มใจในการบริการของพนักงาน	☐	☐	☐	☐	☐
3. ความตั้งใจที่จะให้ความช่วยเหลือท่าน	☐	☐	☐	☐	☐
4. ความถูกต้องแม่นยำ	☐	☐	☐	☐	☐
5. ความเอาใจใส่ต่อท่านเมื่อเข้ามารับบริการที่สาขา	☐	☐	☐	☐	☐
6. การให้เกียรตินับถือท่าน	☐	☐	☐	☐	☐
7. การแต่งกายของเรียบร้อย	☐	☐	☐	☐	☐
8. การตอบข้อซักถาม	☐	☐	☐	☐	☐
9. อธิบายเรื่องต่าง ๆ ให้ท่านเกิดความเข้าใจ	☐	☐	☐	☐	☐
10. ยิ้มแย้มแจ่มใสและกล่าวทักทาย	☐	☐	☐	☐	☐
11. แสดงความเป็นมิตรที่ดี	☐	☐	☐	☐	☐

ด้านสถานประกอบการ	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจมาก	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจน้อยที่สุด
12. ทำเลที่ตั้งของสาขา	☐	☐	☐	☐	☐
13. การแสดงป้ายบอกจุดบริการของธนาคาร	☐	☐	☐	☐	☐
14. ความรู้สึกปลอดภัยเมื่อเข้ามาใช้บริการที่ธนาคาร	☐	☐	☐	☐	☐
15. ความรู้สึกที่มั่นคงของธนาคาร	☐	☐	☐	☐	☐
16. ความสะอาดภายในธนาคาร	☐	☐	☐	☐	☐
17. ที่นั่งสะดวกสบาย	☐	☐	☐	☐	☐
18. อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงานอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	☐	☐	☐	☐	☐
19. การจัดวางเอกสารธนาคารให้เห็นเด่นชัด	☐	☐	☐	☐	☐
20. ธนาคารมีสถานที่จอดรถเพียงพอ	☐	☐	☐	☐	☐
21. การขึ้น-ลง (บันได) จุดบริการ	☐	☐	☐	☐	☐

ด้านความสะดวกที่ได้รับ	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจมาก	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจน้อยที่สุด
22. ด้านการฝากเงิน	☐	☐	☐	☐	☐
23. ด้านการถอนเงิน	☐	☐	☐	☐	☐
24. เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ	☐	☐	☐	☐	☐
25. การใช้เครื่อง เอ.ที.เอ็ม.	☐	☐	☐	☐	☐
26. การแลกเปลี่ยนเงินตรา	☐	☐	☐	☐	☐
27. บริการด้าน e-Banking	☐	☐	☐	☐	☐

ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจมาก	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจน้อยที่สุด
28. ความทันสมัยของระบบข้อมูล	☐	☐	☐	☐	☐
29. การแจ้งยอดบัญชี	☐	☐	☐	☐	☐
30. การรับใบเสร็จ / ใบหักบัญชี	☐	☐	☐	☐	☐
31. การตอบข้อโต้แย้ง / ข้อสงสัย	☐	☐	☐	☐	☐
32. ประโยชน์จากข้อมูลที่ได้รับ	☐	☐	☐	☐	☐
33. ความยืดหยุ่นกับลูกค้าในบางครั้ง	☐	☐	☐	☐	☐
34. การได้รับคำแนะนำจากพนักงาน	☐	☐	☐	☐	☐
35. การจัดส่ง Statement (ใบแจ้งยอดบัญชี)	☐	☐	☐	☐	☐
36. การเสนอบริการสิ่งพิมพ์ / ข่าวสารธนาคาร	☐	☐	☐	☐	☐
37. ศูนย์การทำรายการด้วยตนเองโดยเจ้าของบัญชี เช่น การโอนเงินผ่านโทรศัพท์	☐	☐	☐	☐	☐

ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจมาก	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจน้อยที่สุด
38. ความรวดเร็วในการบริการ	☐	☐	☐	☐	☐
39. ลดขั้นตอนการดำเนินการให้ลูกค้า	☐	☐	☐	☐	☐
40. การแจ้งระยะเวลาการดำเนินงานให้ลูกค้าทราบเป็นระยะ	☐	☐	☐	☐	☐
41. การจัดลำดับก่อนหลังการบริการ/บริการอย่างต่อเนื่องไม่หยุดชะงักหรือติดขัด	☐	☐	☐	☐	☐
42. ระยะเวลา ปิด-เปิดธนาคาร (9.30-15.30น.)	☐	☐	☐	☐	☐
43. ระบบคิวในการรอคอย	☐	☐	☐	☐	☐

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ธนาคารดีบีเอสไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร
คำชี้แจง โปรดเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่เป็นจริงของท่าน

1. ประเภทบริการที่ท่านใช้บริการที่สาขาवरจักร [ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ]

- ☐ สินเชื่อ
☐ เงินฝาก
☐ ตั๋วรักัย
☐ ชำระค่าสาธารณูปโภค
☐ บริการด้านต่างประเทศ
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2. ความถี่ในการใช้บริการที่ สาขาवरจักร
กี่ครั้ง ต่อ สัปดาห์

3. ระยะเวลาที่ท่านใช้บริการ

- ☐ 9:30 – 12: 00 น. ☐ 12:01 – 13:00 น.
☐ 13:01 – 15:30 น. ☐ หลังจากเวลาธนาคารปิดทำการ

4. วันที่ท่านใช้บริการ

- ☐ วันธรรมดา จันทร์ถึงศุกร์ ☐ วันหยุดสุดสัปดาห์ เสาร์หรืออาทิตย์

5. ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่ท่านจะใช้บริการ

- ☐ ตนเอง
☐ เพื่อน
☐ ครอบครัว
☐ คู่ค้า
☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

6. ในอนาคตคาดว่าท่านจะมาใช้บริการอย่างไร

เพิ่มขึ้น : : : : ลดลง

1 2 3 4 5

7. ท่านจะบอกต่อบุคคลที่รู้จักให้มาใช้บริการที่ธนาคารแห่งนี้หรือไม่

บอกต่อแน่นอน : : : : ไม่บอกต่อแน่นอน

1 2 3 4 5

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือด้วยดี

ภาคผนวก ข
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์

อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รองศาสตราจารย์ สุพาตา สิริกุดตา

อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ทม 1012/ 2441

วันที่ 6 มีนาคม 2546

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวฉันทนา จารูร นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง "ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาवरจักร" โดยมี รองศาสตราจารย์สมชาย หิรัญกิตติ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาवरจักร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม ให้ นางสาวฉันทนา จารูร และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภภรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาว จันทนา จารุวรรณ
วันเดือนปีเกิด	9 ธันวาคม 2504
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	74/133 ถ. รามอินทรา ซ.รามอินทรา 74 คันนายาว กรุงเทพมหานคร
ตำแหน่งงานปัจจุบัน	ผู้จัดการ-บริการลูกค้า
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาสะพานควาย
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2522	วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ
พ.ศ. 2526	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
พ.ศ. 2545	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา วิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ