

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคาร
กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

สารนิพนธ์
ของ
นางพนิดา ชื้อสัตย์สกุลชัย

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มีนาคม 2546
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

332.175

พศศ

๕.๖

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคาร
กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

บทคัดย่อ

ของ

นางพนิดา ชื้อสัตย์สกุลชัย

22 เม.ย. 2546

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

มีนาคม 2546

157162

พนิดา ชื่อสัตย์สกุลชัย. (2546). การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ . สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจำง.

การศึกษานี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อพนักงานในด้านบุคลิกภาพที่มีต่อการให้บริการลูกค้า ทั้ง 6 ด้านคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า ด้านบุคลิกภาพ และเพื่อศึกษาข้อมูลส่วนตัว เช่น เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ผู้แนะนำให้มาใช้บริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อพนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคาร เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาค้นคว้า คือ กลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)ที่และธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) จำนวน 385 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ใช้ Least Significant Different (LSD) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS(Statistical Package for Social Sciences)For Window Version 10

ผลการวิจัย พบว่า

1. ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ยกเว้นด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์อยู่ในระดับสูง
2. ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้านค่อนข้างสูง ยกเว้นด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์อยู่ในระดับสูง
3. ลูกค้าที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านบุคลิกภาพลูกค้ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05
4. ลูกค้าที่สถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. ลูกค้าที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
6. ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

7. ลูกค้าที่มีผู้แนะนำให้มาใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8. ธนาคารที่ให้บริการต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ ของพนักงานเคาน์เตอร์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ลูกค้าที่ใช้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าที่ใช้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

COMPARING CUSTOMER SATISFACTION WITH CUSTOMER SERVICE OFFICERS
OF BANGKOK BANK PUBLIC CO.,LTD. WITH THAI FARMERS BANK PUBLIC
CO.,LTD. AT THE HEAD OFFICE

AN ABSTRACT

BY

MRS.PANIDA SUESATSAKULCHAI

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration degree in Management

at Srinakharinwirot University

March 2003

Panida Suesatsakulchai. (2003). *Comparing customer satisfaction with customer service officers of Bangkok Bank Public Co.,Ltd.with Thai Farmers Bank PublicCo.,Ltd.* Master Project,M.B.A. (Management). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University.Project Advisor : Dr. Apiruth Tangkrachang.

The purpose of this research was to study customer satisfaction with counter service officers in six aspects; Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Personality, as well as to study customer satisfaction with counter service officers classified to sex, status, age, education level, career, income per month, the length of time to usage the service and recommender and to compare customer satisfaction with customer service officers of Bangkok Bank Public Co., Ltd. with Thai Farmers Bank Public Co., Ltd.

The population samples of this research were 385 customers. Questionnaire was constructed and used as a tool for statistic data collections for analysis in percentage, means, and standard deviation, t-test, One-way Analysis of variance. And pair comparison was arranged via Least Significant Difference(LSD). All analysis was processed by SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Window Version 10.

The results of the research revealed as follows:

1. Customer satisfaction with customer service officers of Bangkok Bank Public Co., Ltd. in overall and each aspects was at **rather** high level except Tangibles and Reliability was at high level.
2. Customer's satisfaction with customer service officers of Thai Farmers Bank Public Co., Ltd. in overall and each aspects was at **rather** high level except Tangibles was at high level.
3. There was no statistical significance difference for the satisfaction with counter service officers of Bangkok Bank Public Co. Ltd. in overall aspect from the customers with different sex. However, for analyzing each aspect : it showed that there was statistical significance different level at .05 for the aspect of Personality.
4. There was no statistical significance difference for the satisfaction with counter service officers of Bangkok Bank Public Co., Ltd. in overall aspect from the customers with different status. However, for analyzing each aspect : it showed that there was statistical significance different level at .05 for the aspect of Responsiveness.
5. There was no statistical significance difference for the satisfaction with counter service officers of Bangkok Bank Public Co., Ltd. in overall aspect and each aspect from the customers with different age, education level, career and income per month.
6. There was statistical significance difference for the satisfaction with counter service officers of Bangkok Bank Public Co., Ltd. in overall aspect from the customers with different length of

time to usage service at level .01. However, for analyzing each aspect : it showed that there was statistical significance different level at .01 for the aspect of Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy.

7. There was no statistical significance difference for the satisfaction with counter service officers of Bangkok Bank Public Co.; Ltd. in overall aspect from the customers with different recommender. However, for analyzing each aspect : it showed that there was statistical significance different level at .05 for the aspect of Assurance.

8. There was no statistical significance difference for the satisfaction with counter service officers in overall aspect from the customers using service in different bank. However, for analyzing each aspect : it showed that there was statistical significance different level at .01 for the aspect of Reliability that the customers' satisfaction with counter service officers of Bangkok Bank Public Co., Ltd was higher than Thai Farmers Bank Public Co., Ltd.

อาจารย์ที่ปรึกษาประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้พิจารณาสาร
นิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



(อาจารย์ ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจำง)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร



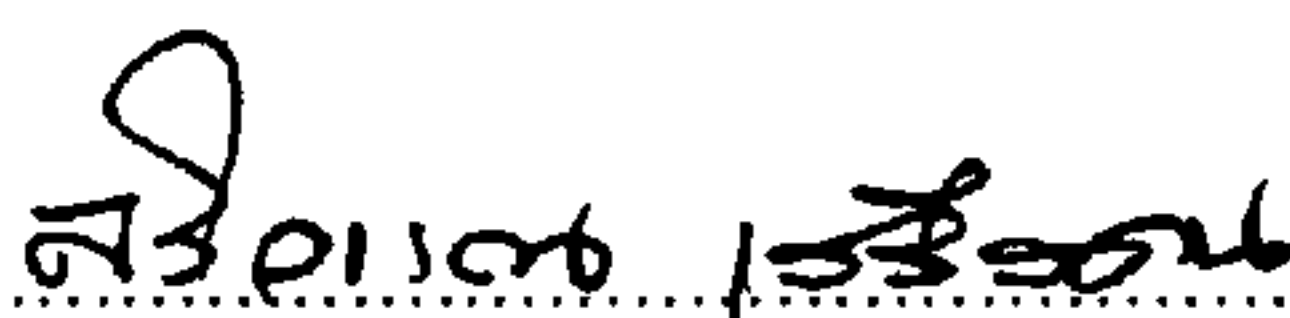
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ



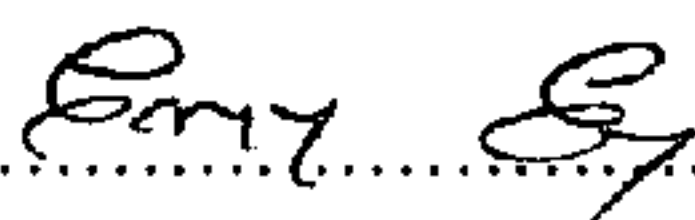
ประธาน

(อาจารย์ ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจำง)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)



กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กวี วรกวิน)

วันที่ 7 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2546

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากอ.ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่านับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ในการให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง อันเป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาตา สิริกุตตา ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำช่วยเหลือ และตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือ ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ งานการวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ผู้สอนทุกท่าน ที่กรุณาให้การอบรม สั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และให้ประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย ตลอดจนให้ความรัก ความเมตตา และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา ผู้วิจัยขอจารึกไว้ตลอดไป

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อ.พิทักษ์ วงแหวน นักสถิติที่ให้ความอนุเคราะห์ในการแนะนำ และช่วยเหลือด้านการประมวลผลงานการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างสูง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้บริหาร และเพื่อนพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)ทุกท่าน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ห้องสมุดธนาคารที่ได้ให้การสนับสนุน และให้ความอนุเคราะห์ ด้านข้อมูล และการติดต่อประสานงาน เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ มารดา ญาติ พี่ ๆ และขอขอบคุณ บรรดา เพื่อน ๆ น้อง ๆ รวมทั้งบุคคลต่าง ๆ ที่คอยให้กำลังใจ และเป็นแรงผลักดัน ให้แก่ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

คุณค่าและประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของบิดานายประชุม ศิลปพิพัฒน์ ของผู้วิจัย ซึ่งล่วงลับไปแล้ว และขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้ชี้แนวทางที่ดี มีคุณค่าแก่ผู้วิจัยตลอดมา จนสำเร็จการศึกษา

พนิดา ชี้อัตย์สกุลชัย

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
สมมติฐานในการวิจัย.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ความหมายของความพึงพอใจ.....	9
ความหมายเกี่ยวกับการบริการ... ..	10
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ.....	10
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	16
ประวัติศาสตร์การกรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน).....	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	20
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	23
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	23
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	24
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	25
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	25
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	27
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	87
สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า.....	87
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	90
อภิปรายผล.....	93
ข้อเสนอแนะ.....	98
ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป.....	99
บรรณานุกรม.....	101
ภาคผนวก.....	103
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	104
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย.....	110
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย.....	113
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	116

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

1	จำนวน และร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ผู้แนะนำให้มาใช้บริการ	32
2	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)โดยรวม.....	34
3	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)ในด้านความเป็นรูปธรรมของ บริการ	36
4	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)ในด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ได้	37
5	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)ในการตอบสนองต่อ ลูกค้า	38
6	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)ในการให้ความมั่นใจแก่ ลูกค้า	39
7	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)ในการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า.....	40
8	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)ในด้านบุคลิกภาพ	41
9	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)โดยรวม.....	42
10	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)ในด้านความเป็นรูปธรรมของ บริการ	43
11	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)ในด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ได้	44
12	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)ในการตอบสนองต่อ ลูกค้า	45

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
13 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)ในด้านการให้ความมั่นใจแก่ ลูกค้า	46
14 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)ในด้านการรู้จักและเข้าใจใน ลูกค้า	47
15 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)ในด้านบุคลิกภาพ	48
16 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)โดยรวม จำแนกตามเพศ	49
17 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	52
18 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมจำแนกตามอายุ.....	54
19 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมจำแนกตามอายุ.....	56
20 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการให้บริการ ของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน)โดยรวมจำแนกตามระดับการศึกษา	58
21 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน)โดยรวมจำแนกตามระดับการศึกษา.....	60
22 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการให้บริการ ของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพจำกัด(มหาชน)โดยรวมจำแนกตามอาชีพ.....	62
23 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคาร กรุงเทพจำกัด(มหาชน) โดยรวมจำแนกตามอาชีพ	63
24 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน เคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	66
25 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด(มหาชน)โดยรวมจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	69
26 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน เคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า...	70
27 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด(มหาชน)โดยรวมจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า.....	72

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
28 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	73
29 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	74
30 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	75
31 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านการรู้จักเข้าใจในลูกค้า เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	76
32 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน เคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมจำแนกตามผู้แนะนำมาใช้บริการ...	77
33 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด(มหาชน)โดยรวมจำแนกตามผู้แนะนำให้มาใช้บริการ.....	80
34 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านการรู้จักเข้าใจในลูกค้า เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามผู้ที่แนะนำให้มาใช้บริการ	81
35 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	82

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันสภาวะเศรษฐกิจไทยได้เริ่มอ่อนตัวลงตามสภาพเศรษฐกิจของโลกและส่งผลกระทบต่อโอกาสทางธุรกิจโดยรวมในระดับหนึ่งคุณภาพของการบริการจึงกลายเป็นสิ่งสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจยุคโลกาภิวัตน์ ธนาคารแต่ละแห่งจึงแข่งขันในเรื่องของคุณภาพการบริการ เพราะยุคนี้เป็นยุคของความไม่แน่นอน ยุคที่ต้องมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา และเครื่องมือที่ใช้ในการปรับตัวที่ดีคือ แผนธุรกิจ (Business Plan) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่เราต้องตอบตัวเองให้ได้ว่าเราจะชนะคู่แข่งอย่างไร และวิธีที่เราจะชนะนั้น ลูกค้าชอบหรือไม่ โดยต้องคำนึงถึง 3 ประเด็น คือ การควบคุมต้นทุนการผลิต การปรับปรุงคุณภาพ การปรับการบริการ เพื่อให้ทำให้ได้ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น หัวใจของธุรกิจธนาคารคือ การบริการ ดังนั้นการปรับปรุงคุณภาพ การบริการจึงมีความสำคัญอย่างมากต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในการส่งมอบคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าและ ความพึงพอใจแก่ลูกค้า(Delivering Customer Value and Satisfaction) เป็นสิ่งที่ธุรกิจธนาคารจะต้อง พิจารณาว่าจะสร้างความพึงพอใจได้อย่างไร ถ้าพิจารณาตามหลักเกณฑ์เครือข่ายการสร้างคุณค่า (Value Chain) ซึ่งประกอบด้วย

กิจกรรมพื้นฐาน (Primary Activities) 5 ประการ ได้แก่

1. การนำวัตถุดิบเข้าสู่กิจการ (Inbound Logistics)
2. การดำเนินงาน (Operations)
3. การจัดส่งสินค้าสำเร็จรูป (Outbound Logistics)
4. การตลาด(Marketandsales)
5. การให้บริการ (Service)

กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ประกอบไปด้วย

1. โครงสร้างพื้นฐานของกิจการ (Firm Infrastructure)
2. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)
3. การพัฒนาทางเทคโนโลยี (Technology Development)
4. การจัดหาวัตถุดิบ (Procurement)

เมื่อพิจารณาธุรกิจธนาคารในด้านการมอบคุณค่าให้กับลูกค้า กิจกรรมพื้นฐานคือ การให้บริการ ซึ่งกิจกรรมสนับสนุนให้การบริการมีคุณค่าในสายตาลูกค้าจนเกิดความพึงพอใจก็คือ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ พนักงานผู้ให้บริการจึงเปรียบเสมือนตัวแทนของธุรกิจ ที่จะส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าภายใต้การให้บริการที่ดี การพัฒนาบริการและการจัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนพร้อมสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆเพื่อการบริการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด จึงเป็นความจำเป็นเพื่อรักษาความเป็นผู้นำในธุรกิจธนาคาร ด้วยเหตุผลดังกล่าวและเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพระบบงานและพนักงานทุกหน่วยงานจนกระทั่ง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ได้รับเลือกให้เป็น "ธนาคารแห่งปี" ของวารสารการเงินธนาคาร (วารสารการเงินธนาคารปีที่ 25 ฉบับที่ 1203 : 1) ธนาคารได้เริ่มโครงการ " พัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันทางธุรกิจ "

(Bualuang Transformation - BT) ซึ่งเป็นกระบวนการปรับปรุงระบบงานสาขา รวม 153 สาขา ตั้งแต่ปลายปี 2543 โดยมีการจัดตั้ง " สำนักธุรกิจ " ขึ้นใหม่รวม 32 สำนัก ซึ่งได้สำเร็จเสร็จสิ้นเมื่อเดือนกันยายน 2544 การปรับปรุงคุณภาพบริการ หรือ Bualuang Transformation คือ การปรับเปลี่ยนระบบการทำงาน ของ เครือข่ายสาขาธนาคารที่ยึดหลัก " ลูกค้าเป็นใหญ่ " โดยแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 4 กลุ่มหลัก คือ ลูกค้าธุรกิจรายใหญ่ ลูกค้าธุรกิจรายกลาง ลูกค้าธุรกิจรายปลีก และลูกค้าบุคคล มีการจัดตั้ง " สำนักธุรกิจ " ขึ้นใหม่เพื่อเป็นจุดบริการด้านสินเชื่อลูกค้าธุรกิจทุกประเภท และดูแลบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าธุรกิจรายกลาง และรายปลีกขณะที่สาขาเดิมจะทำหน้าที่ให้บริการด้านการทำธุรกรรมธนาคารทั่วไป และดูแลลูกค้ารายบุคคล ธุรกิจรายใหญ่นั้นจะรวมศูนย์การดูแลอยู่ที่ส่วนกลางสำนักงานใหญ่ และเพื่อให้พนักงานแนวหน้ามีโอกาสใกล้ชิดลูกค้า และให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด ธนาคารจึงได้จัดระบบงานที่รวมศูนย์งานสนับสนุนและงานธุรการต่างๆเข้าสู่ส่วนกลาง โดยที่ส่วนกลางได้จัดตั้ง"ศูนย์ปฏิบัติการกลาง" สำหรับงานด้านต่าง ๆ ขึ้นเพื่อรองรับงานทุกด้านที่จะส่งมาจากสำนักธุรกิจ และสาขา

คุณชาติศิริ โสภณพนิช กรรมการผู้จัดการใหญ่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ได้กล่าวว่าเป้าหมายสูงสุดของการปรับเปลี่ยน ระบบงานใหญ่ก็เพื่อ ให้ลูกค้าได้รับบริการโดยสะดวกขึ้น ธนาคารสามารถรองรับลูกค้าในจำนวนที่มากขึ้นเรื่อยและสรุปว่าวัตถุประสงค์สำคัญที่สุดของการปรับปรุงคุณภาพบริการ คือ "ทำอย่างไรเราจึงจะเข้าใจลูกค้าของเราให้มากที่สุดธนาคารจะอยู่ได้เมื่อเราเน้นให้ความสำคัญที่ลูกค้า เนื่องจากลูกค้าคือผู้มีพระคุณ หากไม่มีลูกค้า เราก็จะไม่มีวันนี้" (ข่าวสารของเรา ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน).ปีที่ 25 ฉบับที่ 1206) เช่นเดียวกับคำกล่าวปราศรัยของดร.อานวยวิรรณที่ว่า " ไม่ว่าสภาวะแวดล้อมจะผันผวนอย่างไรถ้าพวกเราทุกคนยึดมั่นในหลักการแห่งวิชาชีพทำงานด้วยความขยันขันแข็ง ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตพัฒนาคุณภาพพนักงานพัฒนาวิธีการทำงานและให้บริการที่น่าพึงพอใจอย่างดีที่สุดแล้วอนาคตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และพวกเราทุกคนย่อมจะสดใสรุ่งเรือง สามารถรองความเป็นเลิศได้ตลอดไป " (เพื่อคุณภาพและบริการที่เป็นเลิศ.2530)

ดังนั้นการที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ได้เริ่มกระบวนการปรับปรุงคุณภาพบริการ จึงแสดงให้เห็นว่าผู้บริหารเล็งเห็นถึงคุณค่าของการบริการเพื่อมอบคุณค่าให้กับลูกค้า ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งเพื่อความอยู่รอดของธนาคาร อย่างไรก็ตามคุณภาพบริการนั้นก็ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเพราะงานธนาคารถือเป็นการขายบริการ รูปร่างของสินค้าค่อนข้างจะมองไม่ชัดเจน บริการจึงเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ การมองคุณภาพของบริการยุคใหม่จะต้องมองถึงการส่งมอบความประทับใจ จากสัมผัสบริการมากกว่าจำนวนบริการเพราะ การบริการคือพฤติกรรมที่บุคคลหนึ่งทำให้หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการอันนั้น (วีรพงษ์ เอลิมจิระรัตน์. 2538 : 5-6) เพราะพนักงานเป็นผู้มอบคุณค่าของการบริการให้ลูกค้าโดยเฉพาะพนักงานเคาน์เตอร์ ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ซึ่งเป็นสำนักธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีฐานลูกค้ามากมาย และดูแลลูกค้าธุรกิจรายใหญ่ ธุรกิจรายกลาง ธุรกิจรายปลีก และรายบุคคลครบถ้วนว่ามีมากน้อยเพียงใด และได้เปรียบเทียบกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เนื่องจากธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เองได้ดำเนินการ Reengineering ไปเรียบร้อยแล้ว จึงเปรียบเสมือนคู่แข่งสำคัญของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ผลจากการเปรียบเทียบจะได้นำมาปรับปรุงส่วนที่ด้อยกว่าเพื่อความเป็นผู้นำในธุรกิจธนาคารได้ตลอดไป

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้จะสามารถใช้เป็น

ข้อมูลส่วนหนึ่งในการวัดว่า ภายหลังจากได้มีการเปลี่ยนแปลงพนักงานธนาคารให้บริการมีคุณภาพมากน้อยเพียงไร โดยหวังว่าการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะได้ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขบริการให้มีคุณภาพบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าเพราะการตระหนักถึงความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจผ่านการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์จะส่งผลให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการของธนาคารในครั้งต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อพนักงานเคาน์เตอร์ในด้านบุคลิกภาพที่มีต่อการให้บริการลูกค้า
2. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนตัว เช่น เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ผู้แนะนำให้มาใช้บริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคาร
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารของธนาคารโดยสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นข้อมูลในการวางแผน และกำหนดนโยบายในการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการด้านคุณภาพบริการ และพัฒนาบุคลากรในด้านการให้บริการให้แก่ลูกค้าธนาคารเพื่อสร้างความพึงพอใจ ความได้เปรียบทางการแข่งขันในการส่งมอบบริการที่เป็นเลิศ และนำมาซึ่งความศรัทธาต่อการใช้บริการด้านการ ธนาคารของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)สืบต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) .

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ทั้งสองธนาคาร โดยคำนวณจากสูตรที่ใช้ในการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน พื้นที่ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจะเก็บที่สาขาสำนักงานใหญ่ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ซึ่งจัดเป็นสาขาธนาคารที่อยู่ในเขตธุรกิจ ประกอบด้วยลูกค้ารายใหญ่ รายกลาง รายปลีก และรายบุคคลครบถ้วน ซึ่งโดยเฉลี่ยมีลูกค้าประมาณ 7,000 คนต่อวันโดยจะคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ เฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ในการคัดเลือกกลุ่ม ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independent variable) แบ่งเป็นดังนี้

1.1 เพศ

- 1.1.1 ชาย
- 1.1.2 หญิง

1.2 สถานภาพสมรส

- 1.2.1 โสด
- 1.2.2 สมรส
- 1.2.3 หม้าย / แยกกันอยู่ / หย่า

1.3 อายุ

- 1.3.1 15 - 24 ปี
- 1.3.2 25 - 34 ปี
- 1.3.3 35 - 44 ปี
- 1.3.4 45 - 54 ปี
- 1.3.5 55 ปีขึ้นไป

1.4 ระดับการศึกษา

- 1.4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 1.4.2 ปริญญาตรี
- 1.4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.5 อาชีพ

- 1.5.1 นักเรียน/นิสิต / นักศึกษา
- 1.5.2 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
- 1.5.3 พนักงานบริษัทเอกชน
- 1.5.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว
- 1.5.5 อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

1.6 รายได้ต่อเดือน

- 1.6.1 ต่ำกว่า 5,000 บาท
- 1.6.2 5,000 - 19,999 บาท
- 1.6.3 20,000 - 34,999 บาท
- 1.6.4 35,000 - 49,999 บาท
- 1.6.5 50,000 บาท ขึ้นไป

1.7 ระยะเวลาการเป็นลูกค้า

- 1.7.1 ต่ำกว่า 1 ปี
- 1.7.2 1 - 2 ปี
- 1.7.3 2 ปี ขึ้นไป

1.8 ผู้แนะนำให้มาใช้บริการ

- 1.8.1 พนักงานของธนาคาร
- 1.8.2 บุคคลในครอบครัว
- 1.8.3 บุคคลทั่วไป
- 1.8.4 อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

2. ตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของพนักงานเคาน์เตอร์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี รู้สึกประทับใจของลูกค้าที่เกิดจากการได้รับการบริการด้วยบุคลิกภาพที่ดี จากพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านบริการ 6 ด้านได้แก่ (อ้างในวรรณฤดี ภูทอง. 2539 : 15)

1.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะ ทางกายภาพที่ปรากฏให้ลูกค้าเห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในธนาคาร อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์เครื่องมือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร และสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการให้บริการนั้นได้ ชัดเจนขึ้น

1.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึงความสามารถ ของพนักงานในการให้บริการตรงกับสัญญาที่ให้ไว้แก่ลูกค้า บริการที่ให้ต้องถูกต้องแม่นยำมีความเหมาะสมในการให้บริการทุกครั้งและการให้บริการจะต้องได้ผลอย่างสม่ำเสมอในทุกจุดของบริการ

1.3 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึงความพร้อม และความเต็มใจของพนักงานที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างทันที่ที่ ลูกค้าสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการรวมทั้งจะต้องกระจายการให้ บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ ต้องรอนาน

1.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) หมายถึงความสามารถของพนักงาน ในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้า ตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการปฏิบัติอย่างสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใสให้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

1.5 ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า (Empathy) หมายถึงความสามารถของพนักงานในการ ตระหนัก เอาใจใส่ลูกค้าตามความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล

1.6 ด้านบุคลิกภาพ (Personality) หมายถึงลักษณะที่แสดงออกของพนักงาน ที่มีผลทำให้ ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจและประทับใจในบริการที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี ระหว่างผู้รับบริการและผู้ให้บริการ

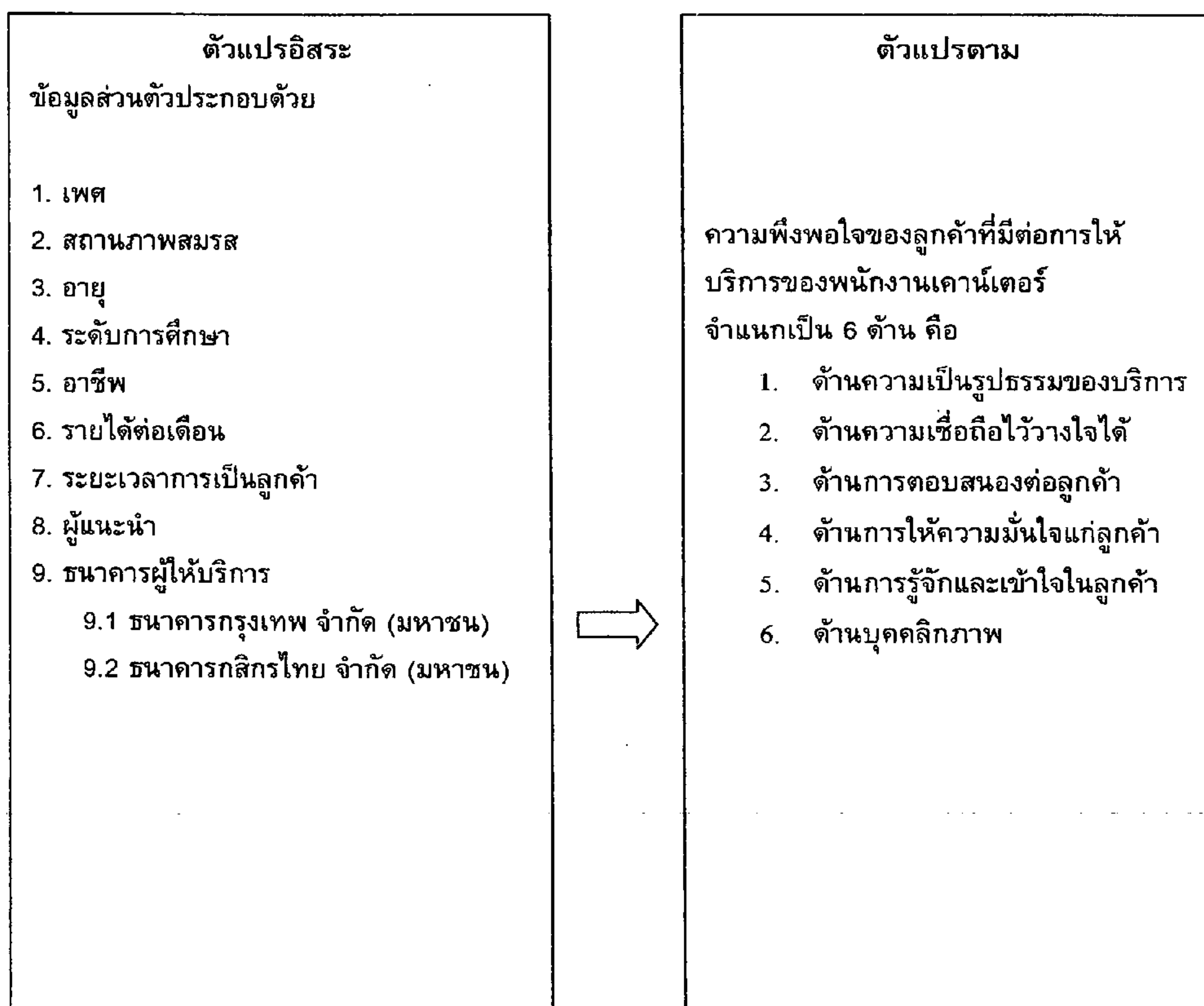
2. ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่เคยใช้บริการต่างๆของธนาคาร ได้แก่ การฝาก การถอน และโอนเงิน ภายในประเทศ การโอนและแลกเปลี่ยนเงินต่างประเทศ การเปิดบัญชีใหม่ การซื้อเช็ค การกู้เงิน และชำระสิน

เชื่อมรวมทั้งการใช้บริการด้านอื่นๆของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) และ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

3.พนักงานเคาน์เตอร์ หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการต่างๆ ได้แก่การฝาก ถอน และ โอนเงิน ภายในประเทศการโอนและแลกเปลี่ยนเงินต่างประเทศ การเปิดบัญชีใหม่ การกู้เงิน และชำระสินเชื่อ รวมทั้งการให้บริการด้านอื่นๆของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และธนาคารกสิกร ไทย จำกัด (มหาชน)

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีดังนี้



สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า

1. ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ ของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
3. ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ ของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
4. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงาน เคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
5. ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ ของ ธนาคารกรุงเทพ(มหาชน)จำกัด แตกต่างกัน
6. ลูกค้าที่มีระดับรายได้ที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจใน การให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
7. ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงาน เคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
8. ลูกค้าที่มีผู้นำต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
9. ธนาคารที่ให้บริการต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าและวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในครั้งนี้ให้ดำเนินไปตามลำดับขั้นตอน ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยกำหนดประเด็นในการนำเสนอ ดังนี้

1. ความหมายของความพึงพอใจ
2. ความหมายเกี่ยวกับการบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการให้บริการ
4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
5. ประวัติธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของความพึงพอใจ

มอร์ส (พฤทธิสิทธิ์ บุญทน. 2536 : 11; อ้างอิงจาก Morse.n.d.) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการ หมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียด ถ้ามีมากก็จะทำให้เกิดความไม่พอใจต่อการให้บริการ ซึ่งความเครียดนั้นมีผลมาจากความต้องการของมนุษย์ ถ้ามนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง แต่เมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนองก็จะทำให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเกิดความ พึงพอใจต่อการให้บริการได้

สมิธ (พฤทธิสิทธิ์ บุญทน .2536 : 11;อ้างอิงจาก Smith.n.d.) กล่าวว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการเป็นผลทางจิตวิทยาสาระวิชา และสิ่งแวดล้อมซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้ากล้าตัดสินใจเลือกใช้บริการ

กันแลช (สุวัฒนา ไบเจริญ .2540 : 34 ; อ้างอิงจาก Gundlach.n.d.) มีความเห็นว่าความพึงพอใจของประชาชนหลังการพบปะกับพฤติกรรมการให้บริการเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่เกิดจากการรับบริการว่าหลังจากได้รับบริการจากเจ้าหน้าที่ที่สามารถตอบสนองความต้องการ หรือแก้ไข ปัญหา รวมทั้งลดปัญหาและทำให้ประชาชนเกิดความภูมิใจมากน้อยเพียงใด

กู๊ด (นิคม สะอาดเอี่ยม. 2539: 19 ; อ้างอิงจาก Good.n.d.) ได้ให้ความหมายของคำว่าพึงพอใจต่อการให้บริการหมายถึง คุณภาพ สภาพ หรือระดับความพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่างๆ และทัศนคติของบุคคลที่มีต่อการให้บริการ

มิลเลต (นิคม สะอาดเอี่ยม. 2539 : 20 ; อ้างอิงจาก Millet. n.d.) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Services) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการโดยการพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีฐานคติที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน

ในแง่ของกฎหมายไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติ ในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทุกเวลา (Timely Service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงเวลา ซึ่งสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะต้อง มี ลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The Right Quantity at the Geographical) มิฉะนั้นแล้วความเสมอภาค หรือการตรงเวลาจะไม่มี ความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณชนเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดตามความพอใจของหน่วยงาน ที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงานกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่ ทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

ความหมายเกี่ยวกับการบริการ

1. การบริการ คือ (วีรพงษ์ เฉลิเมจิรัตน์. 2538 : 6-7)

พฤติกรรม,กิจกรรม ,การกระทำ = ที่บุคคลหนึ่งทำให้

หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่งโดยมีเป้าหมายและความตั้งใจในการส่งมอบ บริการอันนั้น

2. การบริการ คือ

กระบวนการ / กระบวนการกิจกรรม ในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการ (บริการ) ไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) หรือผู้ใช้บริการนั้น

ในทางวิชาการ คำว่า บริการ (Service) ยังมีนิยามไว้ว่า

Service = Economic Activities That Produce Time, Place, Form or Psychological

Utilities.

บริการ = กิจกรรมทางเศรษฐกิจ ที่ผลิตผลออกมาในรูปของเวลา, สถานที่, รูปแบบ หรือ สิ่งประเทืองหรือเอื้ออำนวยทางจิตวิทยา

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการให้บริการ

ในการวัดความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน มีเกณฑ์ในการวัดที่ลูกค้ามักอ้างถึงถึงดังต่อไปนี้ (วีรพงษ์ เฉลิเมจิรัตน์. 2538: 17)

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึงลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ อุปกรณ์ บุคลากร และ วัสดุการติดต่อสื่อสาร

2. ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) หมายถึงความสามารถในการให้บริการตามสัญญาที่ให้ไว้ และมีความน่าเชื่อถือ

3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึงความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการและพร้อมที่จะให้บริการในทันที

4. สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึง การมีความรู้ความสามารถ และทักษะในการปฏิบัติงาน

5. ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพอ่อนโยน ให้เกียรติมีน้ำใจ และเป็นมิตรต่อผู้รับบริการ

6. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึงความน่าเชื่อถือซึ่งเกิดจากความซื่อสัตย์ความจริงใจของผู้ให้บริการ

7. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง ความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน ชื่อเสียง การปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตราย และข้อสงสัยต่างๆ รวมทั้งการรักษาความลับ ของผู้รับบริการ

8. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การที่ผู้รับบริการสามารถเข้าใช้บริการได้ง่าย ได้รับความสะดวกในการติดต่อ

9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การให้ข้อมูลด้านต่างๆ แก่ผู้รับบริการ ใช้การสื่อสารด้วยภาษาที่เข้าใจ และรับฟังเรื่องราวที่ผู้รับบริการร้องทุกข์

10. การเข้าใจ และรู้จักผู้รับบริการ (Customer Understanding) หมายถึง การทำความเข้าใจ และรู้จักผู้รับบริการ รวมทั้งความต้องการของผู้รับบริการของตน

นอกจากนี้จากการวิจัยและค้นคว้าของ Parasuramanและคณะ(1990) เป็นเวลานานและหลายครั้ง จนได้ข้อสรุปที่ทำให้ทราบว่าผู้รับบริการส่วนใหญ่ประเมินคุณภาพบริการจากเกณฑ์วัดคุณภาพบริการ 5 ด้าน ซึ่งครอบคลุมเกณฑ์วัดคุณภาพที่ได้กล่าวไว้แล้วทั้ง 10 ด้าน ได้แก่

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึงลักษณะทางกายภาพ ที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อันได้แก่สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสาร ที่ใช้ในการติดต่อศึกษาและสัญญาลักษณะ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแลห่วงใย และความตั้งใจจากผู้บริการ บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรม จะทำให้ผู้ได้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้นได้ชัดเจนขึ้น

2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการ ให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้องเหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้บริการรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้

3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึงความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็วไม่ต้องรอนาน

4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ จะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำหลักเกณฑ์การวัดคุณภาพบริการ ตามแนวคิดนี้มาวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานเคาน์เตอร์ในทั้ง 5 ด้าน เนื่องจากแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการของ Parasuraman และคณะ ได้รับการศึกษาค้นคว้ามาเป็นเวลานานจนเป็นที่ยอมรับในการวัดคุณภาพบริการเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในทุกสาขาธุรกิจ โดยเกณฑ์วัดคุณภาพบริการเดิม 10 ด้าน (Original Ten Dimensions) กับเกณฑ์วัดคุณภาพบริการใหม่ 5 ด้าน (SERVQUAL'S Dimensions) ที่มีความคาบเกี่ยวกัน โดยเกณฑ์วัดคุณภาพบริการด้านสุดท้าย จะอยู่ภายใต้ขอบเขตคุณภาพบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ ส่วนเกณฑ์วัดคุณภาพบริการที่เหลือ 3 ด้าน ได้แก่ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ยังคงเดิมไว้ (วรรณฤดี ภูทอง. 2539 : 25-27) โดยผู้วิจัยได้เพิ่มด้านบุคลิกภาพของผู้ให้บริการทำให้มีการวัดความพึงพอใจของลูกค้ารวมเป็น 6 ด้าน

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่องานบริการในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

สมชาติ กิจยรรยง (2536 :12-15) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพ (Potential) เป็นความจำเป็นอย่างยิ่งของธุรกิจในปัจจุบัน โดยเฉพาะธุรกิจบริการศักยภาพของบุคคลเพิ่มได้ด้วยการพัฒนา สิ่งเหล่านี้

1. ทักษะ (Attitudes) ที่จะต้องเสริมสร้างให้เกิดเป็น "ความรู้สึก" ที่มั่นคงในตนเอง

- 1.1. ทักษะที่เป็นบวก (Positive Attitudes)
- 1.2. ทักษะที่เชื่อมั่นในภารกิจ (Believe in Performance)
- 1.3. ทักษะในความกระตือรือร้นในความต้องการ(Enthusiasm)
- 1.4. ทักษะที่ดีต่อความตั้งใจแน่วแน่ (Determination)
- 1.5. ทักษะที่ดีต่อสิ่งที่ปรากฏแก่ตา(Good Impression for Appearance)
- 1.6. ทักษะที่มีต่อความกระตือรือร้น (Initiative)
- 1.7. ทักษะที่มีต่อการตรงต่อเวลา(Punctuality)
- 1.8. ทักษะที่เป็นบวก (Positive Attitudes)
- 1.9. ทักษะที่เชื่อมั่นในภารกิจ (Believe in Performance)
- 1.10. ทักษะในความกระตือรือร้นในความต้องการ(Enthusiasm)
- 1.11. ทักษะที่ดีต่อความตั้งใจแน่วแน่ (Determination)
- 1.12. ทักษะที่ดีต่อสิ่งที่ปรากฏแก่ตา(Good Impression for Appearance)
- 1.13. ทักษะที่มีต่อความกระตือรือร้น (Initiative)
- 1.14. ทักษะที่มีต่อการตรงต่อเวลา (Punctuality)

2. ความรู้ (Knowledge) ที่จะต้องนำไปประยุกต์ใช้ให้ถูกต้องตามภาระหน้าที่จะต้องปฏิบัติและรับผิดชอบ ความรู้ในที่นี้มีความหมาย 2 ประการคือ

2.1. ความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาอบรมในสถาบันการศึกษา ซึ่งอาจจะตรงกับงาน ที่ปฏิบัติอยู่หรือไม่ตรงเลย แต่อาจจะใช้ประยุกต์ให้เกิดประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานได้

2.2. ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ในการทำงานที่ผ่านมาอาจเป็นพื้นฐานให้ประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้เช่นเดียวกัน

3. ทักษะ (Skill) ที่จะต้องฝึกฝนให้เกิดเป็นความชำนาญจนสามารถปฏิบัติได้อย่างคล่องแคล่ว ทักษะที่จะใช้สำหรับการสร้างสัมพันธ์และบริการ ประกอบด้วยสิ่งต่อไปนี้

3.1. ทักษะทางเทคนิค (Technical Skills) คือ ความสามารถที่ใช้เทคนิคต่างๆได้อย่างชำนาญตามลำดับขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติทักษะทางความคิด (Conceptual Skills) คือความสามารถที่จะคิดเข้าใจและรู้ถึงปัญหาต่างๆ รู้ถึงเหตุและผลของปัญหารวมทั้งสามารถคิดแก้ไขได้ด้วยความสามารถโดยอาศัยประสบการณ์หรือความรู้ที่เกิดจากการศึกษาอบรม

3.2. ทักษะทางมนุษยสัมพันธ์โดยตรง (Human Relations Skills) คือความสามารถที่เข้ากับคนอื่นได้อยู่ร่วมกับคนอื่นได้ และสามารถเป็นผู้สร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นในหมู่คณะได้ด้วย

4. บุคลิก (Personality) ที่เกื้อกูลต่อตนเองและต่อความรู้สึกของผู้อื่นบุคลิกที่จะใช้เกื้อกูลการสร้างสัมพันธ์และบริการ ประกอบด้วยสิ่งต่อไปนี้

- 4.1. บุคลิกที่ชวนมอง (Pleasant Personality)
- 4.2. บุคลิกที่ปรับปรุงให้ดูดี (Good Appearance)
- 4.3. บุคลิกที่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย (Neat-Clean and Tidy)
- 4.4. บุคลิกที่แสดงถึงความขยันและฉลาด (Hard Working and Diligent)
- 4.5. บุคลิกที่มีความพร้อมที่จะเป็นมิตร (Willing to Make Friends)
- 4.6. บุคลิกที่แสดงความพร้อมที่จะเรียนรู้ (Willing to Learn)
- 4.7. บุคลิกที่แสดงความพร้อมที่จะรับสั่ง (Willing to Take Instruction)
- 4.8. บุคลิกที่แสดงความสามารถในการพบปะ (Ability to Meet People)
- 4.9. บุคลิกที่แสดงความสามารถในการรับสิ่งท้าทาย (Ability to Accept Challenge)

กฎแห่งสำคัญ 7 ดอกสู่ความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการ ดังนี้

1. การเข้าใจในความต้องการของลูกค้า มีสูตร 4 ส.เพื่อเข้าใจในความต้องการของลูกค้าอย่างง่าย ๆ ดังนี้

1.1. สดับ ได้แก่ การรับฟัง จากคำพูด คำบอก คำกล่าว หรือแม้แต่คำบ่นเพื่อให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการจากลูกค้า ซึ่งผู้ทำหน้าที่ในการให้บริการก็ต้องมีศิลปะในการฟังคือ ตั้งใจและพร้อมที่จะแก้ไขปัญหาคือช่วยเหลือ

1.2. สอบถาม เพื่อให้รู้ถึงความต้องการ เช่น คำถามดังต่อไปนี้ "สวัสดิ์ครับมีปัญหอะไรให้ผมรับใช้ครับ" "สวัสดิ์ค่ะ ยินดีให้คำแนะนำค่ะ"

1.3. สังเกต คือ การสังเกตพฤติกรรม ภาษาท่าทาง และการแสดงออกของลูกค้าในอิริยาบถต่างๆ และเราในฐานะผู้ให้บริการจะต้องแปลความหมายออก เช่นการที่ลูกค้าสบตาเราหรือมองอย่างสนใจ ยิ้มเมื่อเห็นสิ่งที่ต้องการนั้นหมายถึง ความต้องการที่ลูกค้าแสดงออกจากภาษาท่าทาง นอกเหนือจากการยิ้มให้เรา พยักหน้าให้เรา

1.4. สถิติ คือ การใช้ประสบการณ์ในบริการลูกค้าชนิด ประเภทต่างๆ ไว้เป็นข้อมูลหรือสถิติเพื่อจะได้รู้ความต้องการลูกค้าได้รวดเร็วขึ้นโดยอาศัยสถิติเป็นข้อมูลในการให้บริการ นักบริการควรที่จะ

ต้องเข้าใจในความต้องการพื้นฐานของลูกค้าโดยทั่วไปเพื่อจะได้ไม่รู้สึกกดดันตึงเครียด หรือแสดงอาการโมโห โกรธา เมื่อเราได้ทำหน้าที่บริการ

2. การรู้จักวิธีติดต่อสื่อสารที่ดี การติดต่อสื่อสารที่ดีทั้งภาษาคำพูด และที่ไม่ใช่ภาษาคำพูด หรือที่เรียกว่า ภาษาท่าทางหรือ อวัจนภาษา คำพูดที่ดี เช่น การใช้คำสุภาพ หลีกเลี่ยงในการพูดเรื่องส่วนตัว ต่อหน้าลูกค้า หลีกเลี่ยงการบ่นต่อหน้าลูกค้า คำพูดมีเหตุผล อยู่บนหลักความจริง ไม่พูดเยินยอจนไร้เหตุผล การพูดที่ดีจะต้องประกอบด้วยน้ำเสียง สีหน้าแววตา และท่าทางที่ดีด้วย

3. ความมีมารยาท คือ การที่ผู้ให้บริการมีการแสดงออกที่ดีต่อหน้าลูกค้า การแสดงออกที่ดีคือการ มีกิริยามารยาทที่งดงามนั่นเอง ซึ่งแสดงออกทั้งการพูด การนั่ง การยืน การเดิน หรือการแสดงออกด้วยภาษา กาย ซึ่งประกอบด้วย

3.1. การสุภาพอ่อนน้อม คือการอ่อนน้อมถ่อมตน แต่ไม่อ่อนแอ แข็งแรงแข็งขัน แต่ไม่แข็ง กระด้าง รู้จักไปламаไหว

3.2. รู้จักเก็บและรักษาอารมณ์ คือ อย่าใช้อารมณ์เป็นที่ตั้งในการทำงานด้านบริการ อย่า อารมณ์เสียบ่าย ไม่เป็นคนขี้หงุดหงิด

3.3. ระวังกิริยาท่าทาง ไม่ว่าจะเป็น การลุก นั่ง ยืน เดิน ก้ม ควรมีการระมัดระวัง และมีการ สำรวมกิริยาท่าทางไว้พอสมควร

3.4. ความเป็นผู้รู้จักอดทน อดกลั้น งานบริการเป็นงานที่ต้องอาศัยความอดทนทางด้านจิตใจ และร่างกายค่อนข้างสูง

3.5. ยอมรับคำตำหนิตติชม จงถือคติว่า การติหรือการตำหนินั้น เป็นการกระทำหรือการติเพื่อ ก่อ มิใช่ติเพื่อการทำลายล้าง เพื่อเราจะได้พัฒนาปรับปรุง หรือแก้ไขให้ดีขึ้น ดังมีผู้เคยกล่าวว่า ขอบกพร่อง นั้นเปรียบเสมือนขุมทรัพย์ ผู้ที่สามารถชี้ขอบกพร่องให้เราเห็นหรือรู้ได้ ก็เหมือนกับคนนั้นชี้ขุมทรัพย์ให้แก่ เรา

3.6. จงตั้งใจฟังลูกค้า เพื่อเป็นการรักษามารยาท อย่าขัดคอ อย่าขัดจังหวะ โบราณกล่าวว่า ขัดถ้วยขัดชามเป็นเงางาม แต่การขัดคอขัดผล(ประโยชน์) คือ การทะเลาะวิวาท

3.7. การกล่าวขอภัย ให้ชี้แจงเหตุผลด้วยเสมอ เพื่อความเข้าใจที่ดีต่อกัน

3.8. ขอบคุณลูกค้า ในโอกาสอันควร

การแสดงออกที่ไม่ควรทำการแสดงออกต่อไปนี้จะแสดงถึง ความมีมารยาทซึ่งผู้ที่มี หน้าที่ให้ การบริการไม่ควรกระทำคือ

1. เดินแทรกหรือเดินผ่านกลางระหว่างลูกค้า
2. การไหว้วานหรือขอความช่วยเหลือจากลูกค้า
3. ลุกเดินหนีออกไป โดยไม่บอกเหตุผล
4. กระแซ่เข้าแหย่ลูกค้า หรือเล่นกับเพื่อน ๆ ต่อหน้าลูกค้า
5. ทำงานอย่างอื่นที่ไม่จำเป็นต่อหน้าลูกค้า เช่น เล่นเกมกด ถักผ้าคลุมโต๊ะ
6. หลีกเลียงการพูดถึงเรื่องส่วนตัวกับลูกค้า
7. ไม่ควรสูบบุหรี่ต่อหน้าลูกค้า

4. การมีความรับผิดชอบ เป็นการเพิ่มผลผลิตในการทำงานด้วยสูตร 5 ส. ดังนี้

4.1. สะสาง หมายถึงการแยกแยะและจัดของหรือสิ่งที่ไม่จำเป็นต่าง ๆ ในการทำงานออกไป คำถามเกี่ยวกับ "การสะสาง" เพื่อตรวจสอบความรับผิดชอบสำหรับผู้ให้บริการคือ

4.1.1. มีเศษวัตถุและสิ่งของต่าง ๆ เกะกะหรือตกหล่นในบริเวณสถานที่ทำการหรือที่บริการหรือไม่

4.1.2. มีการวางอุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ ไว้กระจัดกระจายหรือไม่

4.1.3. มีสิ่งของที่ไม่จำเป็นปะปนอยู่ในบริเวณที่ทำงานหรือหรือไม่

4.1.4. ตู้ ชั้น บนโต๊ะทำงานเต็มไปด้วยของที่ไม่จำเป็น ที่ทำงานคับแคบหรือไม่

4.1.5. สถานที่บริการ ไม่เป็นระเบียบ สกปรก เลอะเทอะหรือไม่

4.2. สะดวก หมายถึงการจัดวางสิ่งของต่าง ๆ ในที่ทำงานและที่บริการให้เป็นระเบียบเพื่อความสะดวกและปลอดภัย สิ่งที่แสดงถึง "ความสะดวก" ในที่บริการคือ

4.2.1. มีการกำหนดทิศทาง ทางเดิน และกำหนดจุดวางอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ชัดเจน

4.2.2. มีป้ายบอกทิศทางสำหรับผู้ใช้บริการ

4.2.3. มีระบบการจัดเก็บ แยกประเภท เครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ โดยยึดหลักคุณภาพและประสิทธิภาพ

4.3. สะอาด หมายถึงการทำความสะอาด บัด กวาด เช็ด ถู เครื่องมือเครื่องใช้ และสถานที่บริการให้อยู่ในสภาพที่เรียบร้อย สะอาดตา สบายใจอยู่เสมอ ความสะอาดรวมถึง การมีแสงสว่าง หลอดไฟฟ้าพอเพียง ท่อระบายน้ำ ห้องน้ำสะอาด และอยู่ในสภาพที่ดี

4.4. สุขลักษณะ หมายถึงการรักษามาตรฐานที่ดีของความเป็นระเบียบเรียบร้อยในสถานที่ทำงานให้อยู่ในสภาพหมดจด สะอาดตา ถูกสุขลักษณะ และรักษาให้ดีตลอดไป มีการตกแต่งสถานที่เพื่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่สดชื่นแก่ผู้ใช้บริการ

4.5. สร้างนิสัย หมายถึงการให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ และมีทัศนคติที่ดีในเรื่องความเป็นระเบียบเรียบร้อยในสถานที่ทำงาน หัวหน้างาน หัวหน้าแผนกในหน่วยงานสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีในการทำงาน

5. ความสามารถรอบรู้ ผู้ให้บริการที่ดีจะต้องมีความสามารถรอบรู้ต่างๆ เพราะความรู้ทำให้เกิดทัศนคติที่ดี ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการทำงานติดตามมา และจะทำให้เกิดขวัญและกำลังใจที่ดีอีกด้วย สิ่งต่อไปนี้ป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการควรทราบคือ

5.1. รู้จักสินค้า รู้จักงาน รู้จักการบริการ

5.2. รู้จักระบบงานของตน รู้จักองค์กร รวมทั้งรู้จักผู้บริหาร

5.3. รู้จักข่าวสารข้อมูลดี

5.4. แนะนำในสิ่งที่จะเป็นประโยชน์กับลูกค้า

5.5. จำรายละเอียดต่างๆ ของลูกค้าได้

5.6. รู้จักลูกค้าแต่ละประเภทว่าเขาต้องการอะไร

5.7. พัฒนาตนเองอยู่เสมอ

6. การมีความน่าเชื่อถือ การที่ผู้ที่มีหน้าที่ในการให้บริการจะมีความน่าเชื่อถือได้นั้น คุณสมบัติประจำตัวแต่ละคนเป็นสิ่งที่สำคัญ คุณสมบัติที่ดีของผู้บริการคือ

6.1. แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย สะอาดเหมาะสม ตามแบบที่หน่วยงานของตนกำหนด

6.2. เป็นผู้ที่ชอบคน เข้าใจคน และชอบบริการผู้อื่น

6.3. มีชีวิตชีวา มีอากัปกิริยา และวาจาอ่อนน้อม

6.4. มีไหวพริบ ซึ่งจะต้องประกอบด้วยการมีความรู้ในงาน และความรู้รอบตัวดี

6.5. ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะต้องประกอบด้วย จินตนะ วิริยะ จิตตะ และวิมังสา
คือต้องรักงาน ต้องพากเพียร ต้องตั้งใจ ต้องพัฒนาปรับปรุงงานเสมอ

6.6. ฝึกเป็นคนรู้จักคุณค่าของเวลา ตรงต่อเวลา รักษาเวลา

6.7. ยิ้มและแสดงท่าทางสนใจเสมอ

6.8. แสดงความกระตือรือร้นและแสดงความมีน้ำใจออกมา

6.9. เตรียมตนเองให้พร้อมเสมอ เตรียมอุปกรณ์ให้พร้อมที่จะทำหน้าที่บริการ มีความจำดีรู้ข้อ
มูลในงาน และข่าวสารทั่วไปดี

7. ความมั่นใจได้ นอกจากทำให้คนเชื่อมั่นแล้วผู้ที่ทำหน้าที่บริการควรจะต้องทำให้เป็นคนน่าไว้วางใจ อีกด้วยโดยการให้ความสนใจในตัวลูกค้า การมีความจริงใจที่จะให้ความช่วยเหลือให้คำแนะนำและให้บริการ รักษาความลับของลูกค้า ซื่อสัตย์สุจริตในเรื่องเงินทอง รักษาเวลา รักษาคำพูด และรักษาสัญญา

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของบุคลิกภาพ (Personality) บุคลิกภาพนั้นมาจากภาษาละตินว่า Persona หมายถึง หน้ากากของนักแสดง ซึ่งก็คือ ความหมายของบุคลิกภาพของคนคนหนึ่ง หน้ากากนี้(Mask) แต่ละคนจะต้องสวมติดตัวไปตามสถานการณ์ต่าง ๆ ไปจนตลอดชีวิตนั่นเอง (Mowen and Minor. 1998: 198)

เอนเกล,แบลคเวล และ มินิอาร์ด(Engell,Blackwell and Miniard .1995 : 431) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง พฤติกรรมเฉพาะตัวบุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ที่มีการแสดงออกมาอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการตอบสนองจากแรง กระตุ้นต่อสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ

โซโลมอน(Solomon . 1996 : 231)ได้ให้คำนิยามไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะทางจิตวิทยาที่เป็นเอก ภาพของบุคคล และมีอิทธิพลต่อบุคคลในการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ

คอตเลอร์ (Kotler. 1997 : 181) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะของบุคคลด้านจิตวิทยาซึ่งมีลักษณะเฉพาะตนแต่ละคนแตกต่างกันออกไป และนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมในรูปแบบเดียวกันเสมอ

โมเวน และไมเนอร์ (Mowen and Minor. 1998 : 198) ได้ให้คำนิยามไว้ว่าบุคลิกภาพ หมายถึง รูปแบบ ของพฤติกรรม อันเป็นลักษณะเอกภาพเฉพาะของแต่ละบุคคล ซึ่งประกอบด้วย ความคิด อารมณ์ ซึ่งแสดงถึงการปรับตัวเอง ของแต่ละบุคคลให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆของชีวิต

ดารา ทีปะปาล (2542 : 177) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า บุคลิกภาพหมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวที่ทำให้มีลักษณะแตกต่างกัน และมีรูปแบบการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ที่มันคงสม่ำเสมอ และค่อนข้างถาวร บุคลิกภาพของบุคคลเกิดจากพันธุกรรม จากการเลี้ยงดูอบรม หรือจากสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเกิดจากสถานการณ์ทำให้บุคลิกภาพเปลี่ยนแปลงได้

ทฤษฎีบุคลิกภาพ (Personality Theory)

ทฤษฎีวิเคราะห์ของฟรอยด์ (Freud's Psychoanalytic Theory) ได้อธิบายไว้ว่า บุคลิกภาพจะมีองค์ประกอบอยู่ 3 อย่าง คืออิด (Id) อีโก้(Ego) ซุปเปอร์อีโก้ (Superego) ซึ่งอิดหมายถึงความต้องการตามสัญชาตญาณเดิมเปรียบได้กับกิเลสและตัณหา และจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดสนองความต้องการ อีโก้จะเป็นตัวเลือกพิจารณาที่จะปฏิบัติโดยอาศัยหลักแห่งความเป็นจริง และความเหมาะสมเป็นตัวพิจารณา ส่วนซุปเปอร์อีโก้ เป็นตัวควบคุมอิดและอีโก้อีกทีหนึ่ง เพื่อให้ปฏิบัติในสิ่งที่ถูกต้องและเป็นที่ยอมรับตามสังคม นอกจากนี้ยัง

ได้อธิบายว่า มนุษย์มีจิตอยู่ 3 ระดับ คือ จิตสำนึก (Conscious Mind) จิตก่อนสำนึกหรือจิตใต้สำนึก (Preconscious or Subconscious Mind) และจิตไร้สำนึก (Unconscious Mind) เป็นตัวที่ควบคุมพฤติกรรมในการแสดงออกต่างๆ (Mowen and Minor. 1998 : 202-203)

ทฤษฎีแสดงลักษณะบุคลิกภาพของแคทเทลล์ (Cattell)

แคทเทลล์ พบว่า พฤติกรรมและลักษณะซ่อนเร้นอยู่ภายใน ก่อให้เกิดลักษณะภายนอก 16 ลักษณะ คู่กัน (Mowen and Michael Minor. 1998 : 206)

1. สงบเสถียร (Reserved) คู่กับ เปิดเผย (Outgoing)
2. ปัญญาทึบ (Dull) คู่กับ ฉลาด (Bright)
3. เจ้าอารมณ์ (Unstable) คู่กับ อารมณ์มั่นคง (Table)
4. อ่อนน้อม (Decile) คู่กับ ก้าวร้าว (Aggressive)
5. เคร่งขรึม (Serious) คู่กับ ตามสบาย (Happy-Go-Lucky)
6. ถือความสะดวก (Expedient) คู่กับ รอบคอบ (Conscientious)
7. ขี้อาย (Shy) คู่กับ ใจกล้า (Uninhibited)
8. ใจแข็ง (Tough-Minded) คู่กับ ใจอ่อน (Tender-Minded)
9. ไวใจได้ (Trusting) คู่กับ น่าสงสัย (Suspicious)
10. เป็นนักปฏิบัติ (Practical) คู่กับ นักเพ้อฝัน (Imaginative)
11. เป็นคนตรง (Unpretentious) คู่กับ กะล่อน (Polished)
12. มั่นใจในตนเอง (Self-Assured) คู่กับ ตำหนิตัวเอง (Self-Reproaching)
13. ชอบอนุรักษ์ (Conservative) คู่กับ ชอบลองสิ่งใหม่ (Experimenting)
14. ขึ้นอยู่กับกลุ่ม (Group-Dependent) คู่กับ ทะนง ตัว (Self-Sufficient)
15. ขาดวินัย (Undisciplined) คู่กับ ควบคุมได้ (Controlled)
16. ผ่อนคลาย (Relaxed) คู่กับ เครียด (Tense)

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)

สำหรับทฤษฎีความคาดหวัง (นิคม สอาดเอี่ยม. 2539 : 23) นั้นอธิบายความพอใจในแง่ที่ว่าลูกจ้างเกิดความพอใจได้ต่อเมื่อเขาประเมินแล้วว่าการบริการนั้นๆจะนำผลตอบแทนมาให้ซึ่งลูกจ้างได้มีการตัดสินใจล่วงหน้าแล้วว่าคุณค่าของการบริการจากสิ่งที่ลูกจ้างได้รับ (ความขี้มั่วๆ แจ่มใส ความกระตือรือร้น ในการบริการการให้คำปรึกษาแนะนำที่ดี ความสะดวกรวดเร็วในการบริการเครื่องมือบริการทันสมัย ความมีชื่อเสียงของสถาบันที่ให้บริการ) เป็นเช่นไรลูกจ้างจึงเลือกเอาการบริการที่น่าผลลัพธ์เหล่านี้มาให้ และในขั้นสุดท้ายเมื่อมีการประเมินการเปรียบเทียบผลลัพธ์ต่างๆ ลูกจ้างจะมีความรู้สึกความพอใจที่เกิดขึ้น ซึ่งทัศนะของแนวคิดนี้มาจากบุคคลหลายบุคคล เช่น แคมเบลล์เลอร์ และ วิค (Cambell, Bannette, Law-Ler & Wick. 1970) วรูม (Vroom. 1964) ฟอर्थ เทอร์ และ ลอร์เลอร์ แนวคิดทฤษฎีนี้อยู่ที่ผล (Outcomes) ความปรารถนาที่รุนแรง (Violence) และความคาดหวัง (Expectancy) ทฤษฎีความคาดหวังจะคาดคะเนว่าโดยทั่วไปลูกจ้างแต่ละคนจะแสดงพฤติกรรมก็ต่อ เมื่อเขามองเห็นโอกาส ความน่าจะเป็นไปได้ (Probability) ก่อนข้างเด่นชัดหากความพึงพอใจของเขาเกิดจากการให้บริการที่มีคุณภาพ เขาก็จะใช้บริการนั้นตลอดเพราะเป็นผลลัพธ์ (Outcome) ที่เขาปรารถนา ซึ่งหมายความว่าความหมายนี้ เกิดก่อน

การบริการจึงสามารถเป็นเหตุนำไปสู่เหตุของการมาใช้บริการเพราะพฤติกรรมของมนุษย์เกิดจาก แรงผลักดันซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากความต้องการ และอีกส่วนหนึ่งเกิดจากความคาดหวังที่จะได้รับจากสิ่งที่ยังใจ (ชัยพร วิชาวุธ. 2524 : 153) ผลตอบแทนหรือผลลัพธ์ที่ได้จากการบริการที่มีคุณภาพจะมีความสำคัญและจะเป็นตัวทำให้เกิดพฤติกรรมได้ ขึ้นอยู่กับความพอใจต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพ

ประวัติธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ได้เริ่มต้นเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ.2487 ด้วยเงินทุนจดทะเบียนเพียง 4.0 ล้านบาท ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)มีบทบาทในการขยายบริการไปยังประเทศต่างๆทั่วโลก โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีสาขาและสำนักงานตัวแทน 20 แห่งให้บริการใน 13 ประเทศ ส่วนในประเทศไทยมีสาขาเกือบ 580 แห่งทั่วประเทศไทย

วิสัยทัศน์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)คือการให้บริการด้านการเงินที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มของประเทศพร้อมทั้งรักษาความเป็นธนาคารสากลแห่งภูมิภาคเอเชีย

หน่วยธุรกิจ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)มีหน่วยธุรกิจ 8 สายงานด้วยกัน สายงานเหล่านี้จัดตั้งเพื่อรองรับนโยบายของธนาคาร ที่ถือว่าการให้บริการลูกค้ามีความสำคัญสูงสุด สายงานเหล่านี้ได้แก่

สายลูกค้าธุรกิจรายใหญ่ (Corporate) ไม่ว่าจะเป็นภาคธุรกิจการส่งออก ภาคอุตสาหกรรม ภาคการเกษตร และธุรกิจบริการ ธนาคารได้นำเสนอสินค้าและบริการที่ทันสมัยและเชื่อถือ ไม่ว่าในด้านการบริหารเงินสด สินเชื่อธุรกิจโครงการ หลักทรัพย์บริการ และการบริหารการให้สินเชื่อร่วมเป็นต้น

สายลูกค้าธุรกิจรายกลาง (Commercial) โดยลูกค้าจะได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดจากผู้จัดการธุรกิจสัมพันธ์ที่ธนาคารแต่งตั้งให้โดยเฉพาะ มีการออกเยี่ยมเยียนเพื่อให้คำแนะนำ และบริการถึงสถานประกอบการของลูกค้า นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังสามารถติดต่อผู้จัดการธุรกิจสัมพันธ์ที่สำนักธุรกิจซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางที่พร้อมให้คำแนะนำ

สายลูกค้าบุคคล (Consumer) ธนาคารมีเครือข่ายการให้บริการที่กว้างขวางและสะดวกสบายสำหรับลูกค้าบุคคลมีสาขาเกือบ 580 แห่งทั่วประเทศ เครื่อง A.T.M. เกือบ 1500 เครื่อง สาขาไมโคร (Microbranch) อีกกว่า 40 สาขา พร้อมให้บริการในย่านที่มีลูกค้าหนาแน่น เช่นในห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาเก็ต

สายกิจการธนาคารต่างประเทศ (International Banking) ธนาคารกรุงเทพเป็นธนาคารไทยแห่งแรกที่มีการเปิดสาขาในต่างประเทศ และกว่า 40ปีที่ผ่านมา สามารถสร้างเครือข่ายการติดต่อไปทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ขณะนี้มีสาขาต่างประเทศ 20 แห่งและ สำนักงานตัวแทนอีก 2 แห่งโดยตั้งอยู่ประเทศต่างๆ ทั่วโลก เช่นสหรัฐอเมริกา อังกฤษ ญี่ปุ่น ฮองกง จีน ไต้หวัน สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ลาว เวียดนาม และฟิลิปปินส์

สายการบริหารการเงิน (Treasury) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)จัดให้มีบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ด้วยเงินสกุลหลักของโลกทุกสกุล มุมมองของธนาคารเกี่ยวกับแนวโน้มของตลาดและความสามารถด้านการวิเคราะห์ทางเทคนิค ล้วนเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวาง พนักงานของธนาคารพร้อมให้ข้อมูลที่ทันสมัยเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของตลาด ความเปลี่ยนแปลงของสกุลเงินที่ลูกค้าสนใจ นอกจากนี้ธนาคารยังช่วยลูกค้าในการตัดสินใจเลือกเครื่องมือป้องกันความเสี่ยงที่เหมาะสม

สายบริหารสินเชื่พิเศษและประណอมหนี้ (SAM/Recovery) หน่วยงานบริหารสินเชื่พิเศษ(Special Asset Management-SAM) ธนาคารมีกระบวนการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ที่ได้มาตรฐานและมีผลการดำเนิน

งานที่โดดเด่นและประสบความสำเร็จในอัตราที่สูงจนกลายเป็นแบบอย่างให้แก่องค์กรอื่นในการปรับปรุงโครงสร้างหนี้

สายการเงินธนกิจ(Investment Banking) บริการให้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ และเครือข่ายสาขา การให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)เป็นผู้นำในด้านการให้บริการทางการเงินแก่ธุรกิจรายใหญ่ โดยธนาคารมีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงถึงร้อยละ 20 ของมูลค่า ทั้งตลาดธนาคารยังมีบทบาทสำคัญในการให้บริการแก่อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกและโครงการสาธารณูปโภค นอกจากนี้ธนาคารยังให้คำแนะนำและการวางแผนในการออกตราสารหนี้เพื่อการระดมทุนด้วย

รายงานผลประกอบการปี 2544

ในปี 2544 ที่ผ่านมามาตราการกรุงเทพได้มีการพัฒนาตนเองในหลายๆด้าน ซึ่งเป็นการดำเนินการต่อเนื่องจากรากฐานที่ธนาคารได้วางไว้ตั้งแต่ปี 2543 โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะเสริมสร้างความแข็งแกร่งขององค์กรเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน อันจะนำมาซึ่งความสามารถในการสร้างคุณค่า และประโยชน์ที่สูงสุดสำหรับลูกค้า คู่ค้าพนักงานตลอดจนผู้ถือหุ้น แม้ว่าสภาพแวดล้อมทางธุรกิจจะไม่เอื้ออำนวยนักแต่การพัฒนาที่ธนาคารดำเนินการอยู่อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับปรุงระบบการทำงานทั่วทั้งองค์กรกำลังดำเนินไปตามเป้าหมาย และธนาคารได้มีการสร้างสรรค์ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ปรับเปลี่ยนตามวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลง ในขณะเดียวกันการบริหารความเสี่ยงอย่างรอบคอบ ตลอดจนการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร เป็นพื้นฐานนโยบายการบริหารงานที่ธนาคารยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจเสมอมา

ผลการประกอบการ

ผลการประกอบการของธนาคารในปี 2544 ปรับตัวไปในทิศทางที่ดีขึ้น โดยมีกำไรสุทธิจำนวน 6,484 ล้านบาท หลังจากที่ได้ตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญแล้วจำนวน 5,455 ล้านบาทในขณะเดียวกันสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของธนาคารก็ลดลงอย่างต่อเนื่อง ณ สิ้น ปี 2544 ธนาคารมีสินเชื่อที่ไม่ก่อรายได้ภายหลังการตัดจำหน่ายหนี้สงสัยจะสูญตามเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นจำนวน 106,108 ล้านบาท โดยลดลงจากสิ้นปี 2543 จำนวน 40,459 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 18.5 เมื่อสิ้นปี 2543 เป็นร้อยละ 14.7 ณ สิ้นปี 2544

ในปี 2444 ธนาคารสามารถปรับปรุงโครงสร้างหนี้อย่างจริงจัง และมีประสิทธิภาพได้สำเร็จเป็นจำนวน 139,519 ล้านบาท นอกจากนี้เมื่อปลายปี 2544 ธนาคารได้ออนสินทรัพย์ที่เป็นลูกหนี้จำนวน 22,457 ล้านบาท ให้แก่บริษัทบริหารสินทรัพย์ไทย จำกัด ซึ่งเป็นการดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาล

ธนาคารมีสำรองค่าเผื่อหนี้จะสูญหลังตัดจำหน่าย ณ สิ้นปี 2544 เป็นจำนวน 57,434 ล้านบาท คิดเป็น 4.3 เท่าของสำรองตามเกณฑ์ขั้นต่ำที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด นอกจากนี้ธนาคารมีสำรองค่าเผื่อการปรับมูลค่าจากการปรับโครงสร้างหนี้ 11,105 ล้านบาท

อัตราส่วนเงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยงของธนาคาร ณ สิ้นปี 2544 อยู่ในระดับร้อยละ 11.3 และส่วนของผู้ถือหุ้น มีจำนวน 43,197 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2543 ร้อยละ 27.2

การขยายเครือข่ายการบริการ

ธนาคารได้ขยายเครือข่ายสาขาไมโครอย่างต่อเนื่องตลอดปี 2544 ทำให้จำนวนสาขาไมโครเพิ่มขึ้นเป็น 43 แห่งโดยตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร 30 สาขา และต่างจังหวัด 13 สาขา สาขาไมโครเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้ลูกค้าได้รับบริการที่สะดวกยิ่งขึ้นเนื่องจากเปิดทำการทุกวัน

นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

บัวหลวงเอ็มโพน

ธนาคารได้เริ่มให้บริการ “บัวหลวง เอ็มโพน” บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือสำหรับบุคคลทั่วไป จุดเด่นของบัวหลวงเอ็มโพนคือ เป็นบริการที่มีขั้นตอนการทำรายการที่สะดวก ไม่ยุ่งยากพร้อมทั้งมีบริการทำธุรกรรม ให้เลือกหลากหลาย เช่น ถอนเงิน ชำระเงิน อายัดสมุดคู่ฝาก อายัดเช็ค สอบถามข้อมูลการเงิน ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้ ตลอดจนการเปลี่ยนรหัสประจำตัวผู้ใช้บริการได้ทุกขณะ

บัวหลวงไอแบงก์กิ้ง

เป็นธนาคารทางอินเทอร์เน็ตที่สามารถอำนวยความสะดวกสบายให้ลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน ด้วยบริการที่หลากหลาย เช่น ฝากเงิน โอนเงิน เป็นต้น

bangkokbank.com เว็บไซต์ใหม่ของธนาคาร

ธนาคารพัฒนาเว็บไซต์ใหม่เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับธนาคาร สำหรับผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม ด้วยรูปแบบการนำเสนอที่เน้นความสะดวกของผู้ใช้ ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริการของธนาคาร คำแนะนำในการใช้บริการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด บทความเกี่ยวกับเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และธุรกิจทั่วไป รายงานภาวะตลาดเงินตลาดทุนประจำวัน ตลอดจนข้อมูลสำหรับผู้ถือหุ้น สื่อมวลชน และประชาชนทั่วไป มีข้อมูลทั้งที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และมีระบบการบริหารข้อมูลด้วยเทคโนโลยีใหม่ล่าสุด ซึ่งรองรับการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยอื่นๆที่ได้กล่าวถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านงานธนาคารมีดังต่อไปนี้

สุกัญญา ไบเจริญ(2540) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคต่ำ) พบว่า ลูกค้าธนาคารออมสินสาขาขอนแก่น (ภาคต่ำ) มีความพึงพอใจในระดับมากต่อการให้บริการในด้านพนักงาน และการต้อนรับด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการให้บริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อการให้—บริการด้าน—สถานที่ประกอบการ และลูกค้าที่มีอาชีพและอายุต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน มีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ ค้าขาย และอาชีพอื่นๆ ลูกค้าที่มีอายุ 7-15 ปี มีระดับความพึงพอใจ สูงกว่าผู้ที่อายุ 16 ปี ขึ้นไป

โสภณ สรวงชลธาร (2541) ศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้ บริการใน ระบบ "Re-engineering" ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขต 52 พบว่าในภาพรวม มีความพึงพอใจในระดับพอใจ และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจ ในด้านพนักงานสูงสุด รองลงไปคือ ความพึงพอใจด้านฝาก ถอนโอนและชำระเงินส่วนความพึงพอใจ ในด้านสินเชื่อ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่ำสุด และศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในระบบ Re-engineering พบว่า ในด้านสถานที่ ตัวแปรขนาดสาขาใหญ่ เล็ก และระดับ สาขาจังหวัดอำเภอ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในด้านสินเชื่อ และด้าน ฝาก-ถอน โอนและชำระเงิน

ระยะเวลาการเป็นลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการในด้านพนักงาน เพศและอาชีพของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการ

นิคม สอาดเอี่ยม (2539) ศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการกับ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์ ในบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านบริการฝาก ถอน โอนและชำระเงิน ด้านสินเชื่อ พบว่าความพึงพอใจโดยภาพรวม ของบริการ ทั้ง 3ด้าน อยู่ในระดับ "พอใจ" สำหรับองค์ประกอบของบริการที่ผู้รับบริการ มีความพึงพอใจในระดับต่ำที่สุดของบริการ แต่ละ ด้านมีดังนี้ 1) ด้านสถานที่ ได้แก่ ห้องน้ำ ห้องส้วม ปัจจัยเหตุคือความไม่สะดวกจากบริการ2) ด้านบริการ ฝาก ถอน โอน และชำระเงิน ได้แก่ ด้านบริการฝากเงิน ด้านบริการถอนเงิน ด้านการ จัดแบ่งแยกช่อง ประเภทบริการปัจจัยเหตุ คือความเพียงพอของบริการ ความล่าช้าของบริการ ความไม่สะดวกของบริการ 3)ด้านสินเชื่อ ได้แก่ระยะเวลาที่ใช้ในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ ปัจจัยเหตุ คือ ความ ล่าช้าในการบริการ

ธัญวรัตน์ กฤษณรัตน์ (2542) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) หลังการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการปฏิบัติงานของสาขา พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมอยู่ในระหว่างมากเมื่อพิจารณารายด้านทั้ง 3 ด้านอยู่ในระดับปานกลาง และมากเรียงลำดับดังนี้ คือในด้านความทันสมัยของธนาคารในการให้บริการ ด้านความรวดเร็ว ของบริการ ด้านความเท่าเทียมกัน-ความเสมอภาคในการให้บริการ ตัวแปรภูมิหลังของลูกค้าคือ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส รายได้ ปัจจัยสภาพแวดล้อม ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านที่ตั้งของสถานที่ประกอบการ ด้านความ สะดวกสบายที่ได้รับ ด้านความชัดเจนของข้อมูล และด้านระยะเวลาในการเป็นลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการ ส่วนระดับการศึกษา,อาชีพ,และระยะเวลาการเป็นลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการของธนาคาร

ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (2538)ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่าผู้มาใช้บริการมีระดับความพึงพอใจสูงที่สุดในด้านความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ส่วนด้านที่ผู้มาใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่ำที่สุดคือด้านการให้บริการด้านสภาพแวดล้อม สำหรับปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้อง สัมพันธ์กับความพึงพอใจในการมาใช้บริการธนาคารมีนัยสำคัญทางสถิติในครั้งนี้คือ อาชีพ ระดับการศึกษา ของผู้มาใช้บริการ

จรัส มาศวรรณ(2538) ศึกษาระดับความพึงพอใจ และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การ เกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาโยธยา พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจ ด้านพนักงานสูงสุด รองลงมาคือสถานที่ ด้านการบริการ และด้านความ ก้าวหน้า ของการให้บริการตามลำดับ ด้านตัวแปรภูมิหลังของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ส่วนระดับการศึกษาของลูกค้าพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการ

ชนะ กล้าชิงชัย (2541) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่สถานภาพ อาชีพ ชีวิตครอบครัว ด้านพนักงาน และการต้อนรับ ด้านที่ตั้งและสถานที่ประกอบการ ความสะดวกสบายที่ได้รับ ความชัดเจนของข้อมูล และระยะเวลาในการให้บริการ ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจได้แก่ เพศ อายุ การศึกษาและรายได้ต่อเดือน

งานวิจัยส่วนใหญ่จะกล่าวถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านต่างๆของธนาคาร อันได้แก่ด้านสถานที่ ด้านการให้บริการ ด้านเงินฝากถอน โอนเงิน และด้านสินเชื่อ ด้านพนักงาน และการต้อนรับ ซึ่งจะเห็นได้ว่าตัวแปรด้านข้อมูลส่วนตัวมีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าในด้านต่างๆแตกต่างกันสำหรับ

งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคาร โดยนำแนวคิดเรื่องเกณฑ์วัดคุณภาพบริการ 5 ด้านของ Parasuraman และคณะร่วมกับทฤษฎีบุคลิกภาพอีก 1 ด้านรวมเป็น 6 ด้าน เป็นหลักในการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้า นั่นคือในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า ด้านบุคลิกภาพ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือผู้ที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ทั้งสองธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน โดยใช้สูตรในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรดังนี้(บุญชม ศรีสะอาด. 2538 : 185-186)

$$n = \frac{P(1-P) Z^2}{e^2}$$

เมื่อ	n	แทน	จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง
	P	แทน	สัดส่วนของประชากรที่จะสุ่ม
	Z	แทน	ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ มีค่าเท่ากับ ที่ระดับความมั่นใจ 95 % (ระดับ 0.05)
	e	แทน	สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของประชากร เท่ากับ 0.50 ซึ่งมีค่าสูงสุดเมื่อ $p = 0.50$ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544: 74) ต้องการระดับความมั่นใจ 95%และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5 %

โดย	p	=	.50
	Z	=	ระดับความมั่นใจ 95 %
	e	=	ความคลาดเคลื่อนที่จะยอมรับได้ 5 % ดังนั้น $e = 0.05$
ดังนั้น	n	=	$\frac{(0.5) \times (1 - 0.5) \times (1.96)^2}{(0.05)^2}$
		=	385

ฉะนั้นขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง ซึ่งจะเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่เคยใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ทั้งสองธนาคาร

เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้วจะทำการสุ่มตัวอย่างดังนี้

ในการพิจารณาตัดเลือกพื้นที่ในการทำการวิจัยนั้น โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากสาขาสำนักงานใหญ่ สืบเนื่องมาจากเป็นสาขาขนาดใหญ่ที่มีกลุ่มลูกค้าธุรกิจรายใหญ่ รายกลาง รายปลีก และรายบุคคลประกอบกับเป็นสาขาที่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ ซึ่งโดยเฉลี่ยมีลูกค้าประมาณ 7,000 ต่อวัน (ข้อมูลจาก Lotus note ของธนาคาร) โดยจะสอบถามเฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และกสิกรไทยทั้งสองธนาคารเท่านั้น สำหรับวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจะใช้การสุ่มตัวอย่าง แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยจะทำการสอบถามลูกค้าก่อนทำการแจกแบบสอบถามว่าเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ทั้งสองธนาคารหรือไม่ ถ้าเป็นจึงทำการแจกแบบสอบถาม

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ผู้แนะนำ

โดยผู้วิจัยจะขอกำหนดเกณฑ์ในการจัดลำดับ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ อายุ และรายได้ ไว้ดังนี้

อายุ ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยการกำหนดช่วงอายุคำนวณตามเกณฑ์อายุของผู้ที่สามารถทำการเปิดบัญชี กับธนาคารได้ด้วยตนเองคือที่มีบัตรประจำตัวประชาชนซึ่งมี อายุ 15 ปีบริบูรณ์เป็นเกณฑ์อายุขั้นต่ำ และใช้เกณฑ์เฉลี่ยของกลุ่มลูกค้าซึ่งส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งเกษียณอายุที่ 55 ปีเป็นเกณฑ์อายุขั้นสูง

รายได้ต่อเดือน ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) การกำหนดรายได้ขั้นต่ำเท่ากับ 5,000 บาท โดยใช้หลักเกณฑ์ค่าแรงงานขั้นต่ำ ตามกฎหมายแรงงาน คือ วันละ 165 บาท ซึ่งเท่ากับ เดือนละ 4,950 บาท ต่อเดือน ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอปรับเป็นตัวเลขเท่ากับ 5,000 บาท เพื่อสะดวกต่องานวิจัย ส่วนรายได้ขั้นสูงผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยรายได้ 50,000 บาท เนื่องจากธนาคารจะกำหนดให้ลูกค้ารายบุคคล ที่มีเกณฑ์เฉลี่ยรายได้ 50,000 บาทขึ้นไปเป็นลูกค้าที่มีศักยภาพสูงที่สามารถทำธุรกรรม และใช้บริการด้านอื่นๆ ของธนาคารได้ในโอกาสต่อไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยใช้คำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) โดยเป็นแบบสอบถาม Semantic Differential Scales โดยแบบสอบถามจะวัดจากซ้ายไปขวาด้วยคำถามที่มีลักษณะตรงกันข้ามกัน การให้น้ำหนักคะแนน แบ่งเป็น 7 ลำดับคะแนน ดังนี้ 7,6,5,4,3,2,1

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามซึ่งเกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ และสร้างแบบสอบถามจำลอง โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจะต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์และกลุ่มตัวอย่าง
3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม
4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา(Content validity) จากนั้นนำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อปรับปรุงให้ชัดเจนก่อนนำไปทดลองใช้
5. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try out) กับลูกค้าธนาคารในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา และได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .9054
6. นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

วิธีดำเนินการรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละวันตามสถานที่ที่กำหนด คือธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่สีลม โดยผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามให้ลูกค้าที่มาใช้บริการตอบพร้อมทั้งอธิบายและให้คำแนะนำในการตอบ

การจัดทำข้อมูล

เมื่อได้แบบสอบถามคืนแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบเรียงมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วได้นำมาบันทึกโดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์เพื่อการประมวลผลข้อมูล ซึ่งใช้สถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) โดยการแจกแจงความถี่ของทุกตัวแปร แล้วนำมาคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีดังต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 มาหาความถี่และค่าร้อยละเพื่อใช้อธิบายลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์
2. นำแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 มาตรวจให้คะแนน ในแต่ละข้อโดยมีหลักเกณฑ์ในการ ให้คะแนน ในแต่ละระดับดังนี้ จากซ้ายไปขวาของคำถามให้คะแนนตามลำดับ 7,6,5,4,3,2,1 การกำหนดเกณฑ์เฉลี่ย

ของระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์แบ่งเป็น 7 ระดับ โดยใช้สูตรการ คำนวณ ช่วงกว้าง ของชั้น (มัลลิกา บุญนาค. 2537 : 29) โดยเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานเคาน์เตอร์สามารถกำหนดได้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	6.15-7.00	หมายถึง	พึงพอใจระดับสูงมาก
ค่าเฉลี่ย	5.29-6.14	หมายถึง	พึงพอใจระดับสูง
ค่าเฉลี่ย	4.43-5.28	หมายถึง	พึงพอใจค่อนข้างสูง
ค่าเฉลี่ย	3.57-4.42	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	2.71-3.56	หมายถึง	พึงพอใจค่อนข้างต่ำ
ค่าเฉลี่ย	1.85-2.70	หมายถึง	พึงพอใจต่ำ
ค่าเฉลี่ย	0.99-1.84	หมายถึง	พึงพอใจต่ำมาก

3. การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 2- 8 ที่ว่า

สมมติฐานข้อ 2 ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงาน เคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 3 ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงาน เคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 4 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงาน เคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 5 ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงาน เคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ(มหาชน)จำกัด แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 6 ลูกค้าที่มีระดับรายได้ที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ ของ พนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 7 ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ ของพนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 8 ลูกค้าที่มีผู้แนะนำต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงาน เคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

จะใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) เพราะเป็นการ ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม

4. ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และ 9 ที่ว่า

สมมติฐานข้อที่ 1 ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)แตกต่างกันจะใช้สถิติ t-test แบบ Independent

สมมติฐานข้อที่ 9 ธนาคารที่ให้บริการต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน จะใช้สถิติ t-test แบบ Dependent เพราะเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และ กลุ่มตัวอย่างเป็นคน ๆ เดียวกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย

1.1 ร้อยละ

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 40)

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

เมื่อ	$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 65)

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

เมื่อ	S	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum (x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบแบบสอบถาม

2.1 การหาค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าครอนบัค แอลฟา (Cronbach's alpha) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k-1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

เมื่อ	k	แทน	จำนวนคำถาม
	$\overline{\text{covariance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
	$\overline{\text{variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

การทดสอบสมมุติฐาน

ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ t-test เมื่อทดสอบความแปรปรวนของประชากรกลุ่มที่ 1 (s_1^2) และ กลุ่มที่ 2 (s_2^2)

1. ค่า t-test เพื่อความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 โดยใช้สูตร Independent t-test (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 178)

ถ้าพบว่าค่าความแปรปรวนเท่ากัน 2 กลุ่ม เมื่อ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$ ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน T -Distribution
$\bar{x}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
$\bar{x}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
s_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
s_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ($n_1 + n_2 - 2$)

โดยมีค่าความอิสระ (Degree of Freedom: df)

$$\frac{\left\{ \frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2} \right\}^2}{\frac{\left(\frac{s_1^2}{n_1} \right)^2}{n_1 - 1} + \frac{\left(\frac{s_2^2}{n_2} \right)^2}{n_2 - 1}}$$

2. การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สูตร t-test แบบ dependent (นราศรี ไวนิชกุล. ม.ป.ป.)

$$t = \frac{\sum D}{\sqrt{\frac{N \sum D^2 - (\sum D)^2}{N - 1}}}$$

เมื่อ	D	แทน ความแตกต่างของคะแนนแต่ละคู่
เมื่อ	N	แทน จำนวนคู่
เมื่อ	df	แทน n-1

3.ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 249)

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

เมื่อ	F	แทน ค่าที่จะพิจารณาใน F- distribution
	MS_B	แทน Mean Square ระหว่างกลุ่ม
	MS_W	แทน Mean Square ภายใน
	df	แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1) ภายในกลุ่ม (n-k)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)สำนักงานใหญ่ การวิเคราะห์ข้อมูล และ การแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	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	ค่าที่ใช้พิจารณา t - Distribution
F-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F – Distribution
F-Prob., p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ (จำกัด)มหาชน และ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน).

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อทดสอบสมมุติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาการเป็นลูกจ้าง และผู้แนะนำให้มาใช้บริการ โดยแจกแจงจำนวน และร้อยละ ดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	151	39.2
หญิง	234	60.8
รวม	385	100.00
2. สถานสมรส		
โสด	256	66.5
สมรส	129	33.5
รวม	385	100.00
3. อายุ		
15 – 24 ปี	57	14.8
25 – 34 ปี	195	50.6
35 – 44 ปี	95	24.7
45 – 54 ปี	38	9.9
รวม	385	100.00
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	82	21.3
ปริญญาตรี	257	66.8
สูงกว่าปริญญาตรี	46	11.9
รวม	385	100.00

ตาราง 1 (ต่อ)

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพ		
นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	31	8.1
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	50	13.0
พนักงานบริษัทเอกชน	259	67.3
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	45	11.7
รวม	385	100.00
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	24	6.2
5,000 – 19,999 บาท	225	58.4
20,000– 34,999 บาท	80	20.8
35,000 – 49,999 บาท	56	14.5
รวม	385	100.00
7. ระยะเวลาการเป็นลูกค้า		
ต่ำกว่า 1 ปี	54	14.0
1-2 ปี	63	16.4
2 ปี ขึ้นไป	268	69.6
รวม	385	100.00
8. ผู้แนะนำให้มาใช้บริการ		
พนักงานของธนาคาร	60	15.6
บุคคลในครอบครัว	90	23.4
บุคคลทั่วไป	116	30.1
อื่นๆ *	119	30.9
รวม	385	100.00

* อื่นๆ หมายถึง บริษัทเป็นผู้แนะนำให้เปิดบัญชีเงินเดือน

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 385 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 และเพศหญิง มีจำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 โดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นโสดมีจำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 และสมรสมีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสเป็นโสดมากกว่าสมรส

อายุ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ผู้ที่อายุ 25 – 34 ปี มีจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 รองลงมาคือ ผู้ที่มีอายุ 35 – 44 ปี มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 ผู้ที่มีอายุ 15– 24 ปี มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และผู้ที่มีอายุ 45 – 54 ปี มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 66.8 รองลงมาคือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ พนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 รองลงมาคือ ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 และเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-19,999 บาท มีจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 58.4 รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,000 – 34,999 บาท มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 35,000-49,999 บาท มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 ตามลำดับ

ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ ผู้ที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไปมีจำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 69.6 รองลงมาคือผู้ที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1-2 ปี มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และ ผู้ที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ผู้แนะนำให้มาใช้บริการ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ บริษัทที่ตัวเองทำงานแนะนำให้มาใช้บริการมีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 รองลงมาคือ ผู้ที่ได้คำแนะนำจากบุคคลทั่วไปจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 30.1 และ ผู้ที่ได้รับคำแนะนำจากบุคคลในครอบครัวจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 และผู้ที่ได้รับคำแนะนำจากพนักงานธนาคาร จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ (จำกัด)มหาชน และ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

เป็น การวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า และด้านบุคลิกภาพ โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)โดยรวม

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	5.34	1.12	สูง
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	5.38	1.07	สูง
3 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	4.93	1.22	ค่อนข้างสูง
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	5.26	1.01	ค่อนข้างสูง
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า	4.95	1.23	ค่อนข้างสูง
6. ด้านบุคลิกภาพ	5.23	1.14	ค่อนข้างสูง
รวม	5.17	0.99	ค่อนข้างสูง

จากตาราง 2 แสดงว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 5.17 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้อยู่ในระดับสูง ส่วนในด้านอื่นๆ เช่นด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า และ ด้านบุคลิกภาพ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.38

2. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.34

3 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.26

4. ด้านบุคลิกภาพ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.23

5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.95

6. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.93

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน
เคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. พนักงานจัดเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกพร้อมให้บริการ	5.30	1.21	สูง
2. พนักงานจัดวางเอกสารธนาคารให้เห็นชัดเจน	5.38	1.25	สูง
รวม	5.34	1.12	สูง

จากตาราง 3 แสดงว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ โดยรวมและรายข้อ อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 5.34 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถอธิบายได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ข้อพนักงานจัดเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกพร้อมให้บริการ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.38
2. ข้อพนักงานจัดวางเอกสารธนาคารให้เห็นชัดเจน พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.30

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน
เคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ในด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. รักษาคำพูดที่ให้กับลูกค้า	5.24	1.18	ค่อนข้างสูง
2. มีความน่าเชื่อถือ	5.48	1.22	สูง
3. สุจริต	5.51	1.19	สูง
4. จริงใจต่อลูกค้า	5.27	1.20	ค่อนข้างสูง
รวม	5.38	1.07	สูง

จากตาราง 4 แสดงว่าลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้โดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 5.38 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความน่าเชื่อถือ และ สุจริต มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง ยกเว้นรักษาคำพูดที่ให้กับลูกค้า และ จริงใจต่อลูกค้า อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ข้อสุจริต พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.51
2. ข้อมีความน่าเชื่อถือ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.48
3. ข้อจริงใจต่อลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.27
4. ข้อรักษาคำพูดที่ให้กับลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.24

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน
เคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. เต็มใจตอบข้อซักถาม	5.11	1.36	ค่อนข้างสูง
2. สามารถแก้ปัญหาได้ทันทีทันใด	4.90	1.26	ค่อนข้างสูง
3. รวดเร็ว	4.69	1.49	ค่อนข้างสูง
4. ให้เกียรตินับถือลูกค้า	5.01	1.39	ค่อนข้างสูง
รวม	4.93	1.22	ค่อนข้างสูง

จากตาราง 5 แสดงว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้าโดยรวม และรายข้อ อยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถอธิบายได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ข้อเต็มใจตอบข้อซักถาม พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.11
2. ข้อให้เกียรตินับถือลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.01
3. ข้อสามารถแก้ปัญหาได้ทันทีทันใด พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90
4. ข้อรวดเร็ว พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน
เคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. เป็นมืออาชีพ	5.18	1.19	ค่อนข้างสูง
2. ความรู้ความชำนาญในงาน	5.30	1.11	สูง
3. รอบคอบ	5.30	1.11	สูง
4. ความสม่ำเสมอและถูกต้อง	5.25	1.12	ค่อนข้างสูง
รวม	5.26	1.01	ค่อนข้างสูง

จากตาราง 6 แสดงว่าลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 5.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อความรู้ความชำนาญในงาน และ ข้อรอบคอบ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง ยกเว้น ข้อเป็นมืออาชีพและ ข้อความสม่ำเสมอถูกต้อง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ข้อความรู้ความชำนาญในงาน พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.30
2. ข้อรอบคอบ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.30
3. ข้อความสม่ำเสมอและถูกต้อง พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.25
4. ข้อเป็นมืออาชีพ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.18

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน
เคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า

ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. พุดคุยเป็นกันเอง	5.05	1.41	ค่อนข้างสูง
2. สื่อสารเข้าใจง่าย	5.10	1.34	ค่อนข้างสูง
3. เข้าใจและรู้จักลูกค้า	4.85	1.35	ค่อนข้างสูง
4. ทราบความต้องการของลูกค้า	4.81	1.28	ค่อนข้างสูง
รวม	4.95	1.23	ค่อนข้างสูง

จากตาราง 7 แสดงว่าลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า โดยรวมและรายข้อ อยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.95 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถอธิบายได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ข้อสื่อสารเข้าใจง่าย พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.10
2. ข้อพุดคุยเป็นกันเอง พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.05
3. ข้อเข้าใจและรู้จักลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.85
4. ข้อทราบความต้องการของลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน
เคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในด้านบุคลิกภาพ

ด้านบุคลิกภาพ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. แต่งกายเรียบร้อย	5.68	1.15	สูง
2. หน้าตายิ้มแย้ม	5.13	1.43	ค่อนข้างสูง
3. อารมณ์มั่นคง	4.91	1.31	ค่อนข้างสูง
4. สุขภาพ	5.19	1.34	ค่อนข้างสูง
รวม	5.23	1.14	ค่อนข้างสูง

จากตาราง 8 แสดงว่าลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านบุคลิกภาพโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 5.23 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อการแต่งกายเรียบร้อย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง ส่วนข้อหน้าตายิ้มแย้ม ข้ออารมณ์มั่นคง และ ข้อสุขภาพมีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ข้อแต่งกายเรียบร้อย พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.68

2. ข้อสุขภาพ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.19

3. ข้อหน้าตายิ้มแย้ม พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.13

4. ข้ออารมณ์มั่นคง พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.91

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวม

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน เคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	5.28	1.13	ค่อนข้างสูง
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	5.16	1.09	ค่อนข้างสูง
3 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	4.84	1.26	ค่อนข้างสูง
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	5.15	1.11	ค่อนข้างสูง
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า	4.80	1.23	ค่อนข้างสูง
6. ด้านบุคลิกภาพ	5.14	1.17	ค่อนข้างสูง
รวม	5.04	1.04	ค่อนข้างสูง

จากตาราง 9 แสดงว่าลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายชื่ออยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 5.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อสามารถอธิบายได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.28

2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.16

3. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.15

4. ด้านบุคลิกภาพ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.14

5. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84

6. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน
เคาน์เตอร์ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. พนักงานจัดเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกพร้อมให้บริการ	5.29	1.18	สูง
2. พนักงานจัดวางเอกสารธนาคารให้เห็นชัดเจน	5.28	1.18	ค่อนข้างสูง
รวม	5.28	1.13	ค่อนข้างสูง

จากตาราง 10 แสดงว่าลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการโดยรวม อยู่ในระดับค่อนข้างสูงโดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 5.28 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อ พนักงานจัดเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกพร้อมให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง ยกเว้นข้อ พนักงานจัดวางเอกสารธนาคารให้เห็นชัดเจนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ข้อพนักงานจัดเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกพร้อมให้บริการ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.29

2. ข้อพนักงานจัดวางเอกสารธนาคารให้เห็นชัดเจน พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.28

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน
เคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. รักษาคำพูดที่ให้กับลูกค้า	5.09	1.19	ค่อนข้างสูง
2. มีความน่าเชื่อถือ	5.23	1.20	ค่อนข้างสูง
3. สุจริต	5.26	1.18	ค่อนข้างสูง
4. จริงใจต่อลูกค้า	5.06	1.25	ค่อนข้างสูง
รวม	5.16	1.09	ค่อนข้างสูง

จากตาราง 11 แสดงว่าลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 5.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถอธิบายได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ข้อสุจริต พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.26
2. ข้อมีความน่าเชื่อถือ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.23
3. ข้อรักษาคำพูดที่ให้กับลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.09
4. ข้อจริงใจต่อลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.06

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน
เคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. เต็มใจตอบข้อซักถาม	4.87	1.39	ค่อนข้างสูง
2. สามารถแก้ปัญหาได้ทันทีทันใด	4.79	1.32	ค่อนข้างสูง
3. รวดเร็ว	4.78	1.50	ค่อนข้างสูง
4. ให้เกียรตินับถือลูกค้า	4.91	1.39	ค่อนข้างสูง
รวม	4.84	1.26	ค่อนข้างสูง

จากตาราง 12 แสดงว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยรวม และรายข้ออยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถอธิบายได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ข้อให้เกียรตินับถือลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.91

2. ข้อเต็มใจตอบข้อซักถาม พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87

3. ข้อสามารถแก้ปัญหาได้ทันทีทันใด พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79

4. ข้อรวดเร็ว พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน
เคาน์เตอร์ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. เป็นมืออาชีพ	5.17	1.24	ค่อนข้างสูง
2. ความรู้ความชำนาญในงาน	5.19	1.22	ค่อนข้างสูง
3. รอบคอบ	5.12	1.23	ค่อนข้างสูง
4. ความสม่ำเสมอและถูกต้อง	5.13	1.23	ค่อนข้างสูง
รวม	5.15	1.11	ค่อนข้างสูง

จากตาราง 13 แสดงว่าลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 5.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถอธิบายได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ข้อความรู้ความชำนาญในงาน พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.19
2. ข้อเป็นมืออาชีพ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.17
3. ข้อความสม่ำเสมอและถูกต้อง พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.13
4. ข้อรอบคอบ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.12

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน
เคาน์เตอร์ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า

ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. พุดคุยเป็นกันเอง	4.75	1.39	ค่อนข้างสูง
2. สื่อสารเข้าใจง่าย	4.94	1.29	ค่อนข้างสูง
3. เข้าใจและรู้จักลูกค้า	4.72	1.31	ค่อนข้างสูง
4. ทราบความต้องการของลูกค้า	4.78	1.32	ค่อนข้างสูง
รวม	4.80	1.23	ค่อนข้างสูง

จากตาราง 14 แสดงว่าลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า โดยรวมและรายข้อ อยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถอธิบายได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ข้อสื่อสารเข้าใจง่าย พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.94
2. ข้อทราบความต้องการของลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78
3. ข้อพุดคุยเป็นกันเอง พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75
4. ข้อเข้าใจและรู้จักลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน
เคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านบุคลิกภาพ

ด้านบุคลิกภาพ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. แต่งกายเรียบร้อย	5.53	1.19	ค่อนข้างสูง
2. หน้าตายิ้มแย้ม	5.04	1.34	ค่อนข้างสูง
3. อารมณ์มั่นคง	4.86	1.30	ค่อนข้างสูง
4. สุภาพ	5.14	1.31	ค่อนข้างสูง
รวม	5.14	1.17	ค่อนข้างสูง

จากตาราง 15 แสดงว่าลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านบุคลิกภาพโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 5.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถอธิบายได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ข้อแต่งกายเรียบร้อย พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.53

2. ข้อสุภาพ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.14

3. ข้อหน้าตายิ้มแย้ม พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.04

4. ข้ออารมณ์มั่นคง พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.86

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สำนักงานใหญ่เพื่อทดสอบสมมติฐาน

เป็นการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ (จำกัด) มหาชน ทั้ง 6 ด้านคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า ด้านบุคลิกภาพ จำแนกตามตัวแปร เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ผู้แนะนำให้มาใช้บริการ เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

3.1 สมมติฐานข้อที่ 1 ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันได้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันได้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 16

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมจำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ		t-test for Equality of Means					
	เพศ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ.	t	df	p
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	ชาย (n=151)	5.47	1.12	สูง	.1.85	383	.065
	หญิง (n=234)	5.25	1.11	ค่อนข้างสูง			
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ชาย (n=151)	5.46	1.12	สูง	1.22	383	.223
	หญิง (n=23)	5.32	1.03	สูง			

ตาราง 16 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ		t -test for Equality of Means					
	เพศ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ.	t	df	p
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า							
	ชาย (n=151)	5.02	1.28	ค่อนข้างสูง	1.21	383	.227
	หญิง (n=234)	4.87	1.17	ค่อนข้างสูง			
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า							
	ชาย (n=151)	5.31	1.02	สูง	.824	383	.410
	หญิง (n=234)	5.22	1.00	ค่อนข้างสูง			
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า							
	ชาย (n=151)	5.07	1.24	ค่อนข้างสูง	1.533	383	.126
	หญิง (n=234)	4.88	1.22	ค่อนข้างสูง			
6. ด้านบุคลิกภาพ							
	ชาย (n=151)	5.38	1.12	สูง	2.161	383	.031
	หญิง (n=234)	5.13	1.15	ค่อนข้างสูง	*		
รวม							
	ชาย (n=151)	5.27	.99.	ค่อนข้างสูง	1.656	383	.099
	หญิง (n=234)	5.10	.98	ค่อนข้างสูง			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 16 แสดงว่า ลูกค้าที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .099 ซึ่ง มากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับ สมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ ด้านบุคลิกภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งพบว่ามีค่า ค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.31 ซึ่งน้อยกว่า .05

นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) โดยเพศชายมีความพึงพอใจในด้าน
บุคลิกภาพมากกว่าเพศหญิง นอกนั้นไม่พบความแตกต่าง

3.2 สมมุติฐานข้อที่ 2 ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง 16

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมจำแนกตามสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ		t-test for Equality of Means					
	สถานภาพสมรส	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	t	df	p
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	โสด	5.29	1.28	สูง	-1.231	383	.219
	สมรส	5.44	1.10	สูง			
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	โสด	5.33	1.08	สูง	-1.29	383	.198
	สมรส	5.47	1.04	สูง			
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	โสด	4.82	1.25	ค่อนข้างสูง	-2.366*	383	.018
	สมรส	5.13	1.12	ค่อนข้างสูง			
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	โสด	5.22	1.04	ค่อนข้างสูง	-1.09	383	.278
	สมรส	5.34	.95	สูง			
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า	โสด	4.87	1.27	ค่อนข้างสูง	-1.869	383	.062
	สมรส	5.12	1.13	ค่อนข้างสูง			
6. ด้านบุคลิกภาพ	โสด	5.16	1.16	ค่อนข้างสูง	-1.541	383	.124
	สมรส	5.35	1.09	สูง			
รวม	โสด	5.10	1.02	ค่อนข้างสูง	-1.850	383	.064
	สมรส	5.30	0.91	สูง			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 พบว่า ลูกค้ายี่สิบสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่ามีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.064 ซึ่ง มากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับ สมมุติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่าลูกค้ายี่สิบสถานภาพแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ที่สถานภาพสมรสและเป็นโสดมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในด้านการตอบสนองต่อลูกค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.18 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) โดยผู้ที่มีสถานภาพสมรสมีความพึงพอใจในด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามากกว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด นอกนั้นไม่พบความแตกต่าง

3.3 สมมุติฐานข้อที่ 3 ลูกค้ายที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันได้หรือไม่ สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลูกค้ายที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้ายที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันได้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมุติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ	อายุ	ระดับความพึงพอใจ		
		$\bar{x}$	S.D.	
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	15-24 ปี	5.39	1.05	สูง
	25-34 ปี	5.29	1.02	สูง
	35-44 ปี	5.37	1.19	สูง
	45-54 ปี	5.43	1.51	สูง
	รวม	5.34	1.12	สูง
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	15-24 ปี	5.45	.97	สูง
	25-34 ปี	5.34	1.00	สูง
	35-44 ปี	5.36	1.14	สูง
	45-54 ปี	5.51	1.34	สูง
	รวม	5.38	1.07	สูง
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	15-24 ปี	5.02	1.22	ค่อนข้างสูง
	25-34 ปี	4.87	1.20	ค่อนข้างสูง
	35-44 ปี	4.86	1.30	ค่อนข้างสูง
	45-54 ปี	5.27	1.08	ค่อนข้างสูง
	รวม	4.93	1.21	ค่อนข้างสูง

ตาราง 18 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ	อายุ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	15-24 ปี	5.39	1.03	สูง
	25-34 ปี	5.26	.97	ค่อนข้างสูง
	35-44 ปี	5.11	1.07	ค่อนข้างสูง
	45-54 ปี	5.45	1.02	สูง
	รวม	5.26	1.01	ค่อนข้างสูง
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า	15-24 ปี	4.89	1.16	ค่อนข้างสูง
	25-34 ปี	4.91	1.24	ค่อนข้างสูง
	35-44 ปี	4.90	1.25	ค่อนข้างสูง
	45-54 ปี	5.39	1.14	สูง
	รวม	4.95	1.23	ค่อนข้างสูง
6. ด้านบุคลิกภาพ	15-24 ปี	5.31	1.05	สูง
	25-34 ปี	5.16	1.13	ค่อนข้างสูง
	35-44 ปี	5.16	1.20	ค่อนข้างสูง
	45-54 ปี	5.58	1.14	สูง
	รวม	5.23	1.14	ค่อนข้างสูง
รวม	15-24 ปี	5.23	.95	ค่อนข้างสูง
	25-34 ปี	5.12	.96	ค่อนข้างสูง
	35-44 ปี	5.10	1.05	ค่อนข้างสูง
	45-54 ปี	5.44	1.03	สูง
	รวม	5.17	.99	ค่อนข้างสูง

จากตาราง 18 แสดงว่า ลูกค้าในแต่ละกลุ่มอายุ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมในระดับค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าลูกค้าในแต่ละกลุ่มอายุมีความพึงพอใจในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ อยู่ในระดับสูง

ส่วนในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ลูกค้าในแต่ละกลุ่มอายุโดยรวมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ลูกค้าในแต่ละกลุ่มอายุโดยรวมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยที่กลุ่มอายุ 15- 24 ปี และกลุ่มอายุ 45- 54 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

ส่วนด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า ลูกค้าในแต่ละกลุ่มอายุโดยรวมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยที่กลุ่มอายุ 45-54 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

ส่วนด้านบุคลิกภาพ ลูกค้าในแต่ละกลุ่มอายุโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยที่
กลุ่มอายุ 15-24 ปี และกลุ่มอายุ 45- 54 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F- Ratio	F-Prob.
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.077	.359	.284	.837
	ภายในกลุ่ม	381	481.939	.1.265		
	รวม	384				
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ระหว่างกลุ่ม	3	1.342	.447	.390	.760
	ภายในกลุ่ม	381	436.674	1.146		
	รวม	384	438.015			
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	6.117	2.039	1.377	.249
	ภายในกลุ่ม	381	564.196	1.481		
	รวม	384	570.312			
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	4.674	1.558	1.534	.205
	ภายในกลุ่ม	381	386.986	1.016		
	รวม	384	391.660			
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	8.034	2.678	1.785	.149
	ภายในกลุ่ม	381	571.452	1.500		
	รวม	384	579.486			
6. ด้านบุคลิกภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3	6.272	2.091	1.611	.186
	ภายในกลุ่ม	381	494.518	1.298		
	รวม	384	500.790			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	3.812	1.271	1.304	.273
	ภายในกลุ่ม	381	371.172	.974		
	รวม	384	374.985			

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของลูกค้ากับความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมและเป็นรายด้าน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ไม่มีด้านไหนที่มีค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

3.4 สมมุติฐานข้อที่ 4 ลูกค้ายี่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันได้ สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลูกค้ายี่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้ายี่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันได้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมุติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ	ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	5.52	1.19	สูง
	ปริญญาตรี	5.31	1.09	สูง
	สูงกว่าปริญญาตรี	5.15	1.17	ค่อนข้างสูง
	รวม	5.34	1.12	สูง
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ต่ำกว่าปริญญาตรี	5.49	1.03	สูง
	ปริญญาตรี	5.35	1.06	สูง
	สูงกว่าปริญญาตรี	5.30	1.17	สูง
	รวม	5.38	1.07	สูง
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ต่ำกว่าปริญญาตรี	5.02	1.30	ค่อนข้างสูง
	ปริญญาตรี	4.91	1.21	ค่อนข้างสูง
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.84	1.10	ค่อนข้างสูง
	รวม	4.93	1.21	ค่อนข้างสูง

ตาราง 20 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ	ระดับการศึกษา	ระดับความพึงพอใจ		
		$\bar{x}$	S.D.	
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	ต่ำกว่าปริญญาตรี	5.36	1.01	สูง
	ปริญญาตรี	5.24	1.02	ค่อนข้างสูง
	สูงกว่าปริญญาตรี	5.20	.96	ค่อนข้างสูง
	รวม	5.26	1.01	ค่อนข้างสูง
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	ต่ำกว่าปริญญาตรี	5.03	1.40	ค่อนข้างสูง
	ปริญญาตรี	4.94	1.20	ค่อนข้างสูง
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.90	1.10	ค่อนข้างสูง
	รวม	4.95	1.23	ค่อนข้างสูง
6. ด้านบุคลิกภาพ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	5.37	1.19	สูง
	ปริญญาตรี	5.18	1.13	ค่อนข้างสูง
	สูงกว่าปริญญาตรี	5.27	1.10	ค่อนข้างสูง
	รวม	5.23	1.14	ค่อนข้างสูง
รวม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	5.28	1.04	ค่อนข้างสูง
	ปริญญาตรี	5.14	.98	ค่อนข้างสูง
	สูงกว่าปริญญาตรี	5.11	.95	ค่อนข้างสูง
	รวม	5.17	.99	ค่อนข้างสูง

จากตาราง 20 แสดงว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวม อยู่ในระดับค่อนข้างสูง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าลูกค้าในแต่ละระดับการศึกษามีความพึงพอใจในด้านความเป็นรูปธรรม ของบริการโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยที่ลูกค้าที่ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนในด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ลูกค้าในทุกะดับการศึกษามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับสูง

ส่วนในการตอบสนองต่อลูกค้า ลูกค้าในทุกะดับการศึกษามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนในการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ลูกค้าในแต่ละระดับการศึกษามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยที่ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

ส่วนในการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า ลูกค้าในทุกะดับการศึกษามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนในด้านบุคลิกภาพ ลูกค้าในแต่ละระดับการศึกษามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยที่ลูกค้าระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคาร
กรุงเทพ จำกัด(มหาชน) โดยรวมจำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F- Ratio	F-Prob.
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	4.595	2.297	1.834	.161
	ภายในกลุ่ม	382	478.421	1.252		
	รวม	384	483.016			
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ระหว่างกลุ่ม	2	1.560	.780	.682	.506
	ภายในกลุ่ม	382	436.456	1.143		
	รวม	384	438.015			
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	1.106	.553	.371	.690
	ภายในกลุ่ม	382	569.206	1.490		
	รวม	384	570.312			
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	1.181	.590	.578	.562
	ภายในกลุ่ม	382	390.479	1.022		
	รวม	384	391.660			
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	.687	.343	.227	.797
	ภายในกลุ่ม	382	578.799	1.515		
	รวม	384	579.486			
6. ด้านบุคลิกภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.344	1.172	.898	.408
	ภายในกลุ่ม	382	498.445	1.305		
	รวม	384	500.790			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	1.393	.697	.712	.491
	ภายในกลุ่ม	382	373.591	.978		
	รวม	384	374.985			

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษาของลูกค้ากับความพึงพอใจของ
ลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้าน โดยใช้
สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ไม่มีด้านใดมี

ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

3.5 สมมุติฐานข้อที่ 5 ลูกค้ำที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลูกค้ำที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้ำที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมุติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตาราง 22 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) โดยรวม จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ	อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ		
		$\bar{x}$	S.D.	พอใจ
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	5.56	1.15	สูง
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	5.37	.91	สูง
	พนักงานบริษัทเอกชน	5.31	1.14	สูง
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	5.31	1.21	สูง
	รวม	5.34	1.12	สูง
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	5.59	1.20	สูง
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	5.43	.98	สูง
	พนักงานบริษัทเอกชน	5.37	1.02	สูง
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	5.23	1.34	ค่อนข้างสูง
	รวม	5.38	1.07	สูง
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	5.24	1.04	ค่อนข้างสูง
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.79	1.18	ค่อนข้างสูง
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.90	1.26	ค่อนข้างสูง
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	5.04	1.11	ค่อนข้างสูง
	รวม	4.93	1.22	ค่อนข้างสูง

ตาราง 22 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ	อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ		
		$\bar{x}$	S.D.	
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	5.45	1.08	สูง
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	5.22	1.05	ค่อนข้างสูง
	พนักงานบริษัทเอกชน	5.24	1.00	ค่อนข้างสูง
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	5.29	.97	สูง
	รวม	5.26	1.00	ค่อนข้างสูง
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	5.21	1.01	ค่อนข้างสูง
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.69	1.27	ค่อนข้างสูง
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.93	1.25	ค่อนข้างสูง
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	5.18	1.17	ค่อนข้างสูง
	รวม	4.95	1.23	ค่อนข้างสูง
6. ด้านบุคลิกภาพ	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	5.39	1.05	สูง
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	5.25	1.18	ค่อนข้างสูง
	พนักงานบริษัทเอกชน	5.18	1.16	ค่อนข้างสูง
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	5.35	1.06	สูง
	รวม	5.23	1.14	ค่อนข้างสูง
รวม	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	5.39	.91	สูง
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	5.09	.98	ค่อนข้างสูง
	พนักงานบริษัทเอกชน	5.14	.99	ค่อนข้างสูง
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	5.23	.99	ค่อนข้างสูง
	รวม	5.17	.99	ค่อนข้างสูง

จากตาราง 22 แสดงว่าลูกค้าในแต่ละกลุ่มอาชีพ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าลูกค้าในทุกกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการอยู่ในระดับสูง

ส่วนในด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ลูกค้าในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยที่ลูกค้าที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ลูกค้าในทุกกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ลูกค้าในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยที่ลูกค้านักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และ ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

ส่วนในด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า ลูกค้าในทุกกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนในด้านบุคลิกภาพ ลูกค้าในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยที่ลูกค้านักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และ ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

ตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมจำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F- Ratio	F-Prob.
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.865	.622	.492	.688
	ภายในกลุ่ม	381	481.15	1.263		
	รวม	384	483.01			
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ระหว่างกลุ่ม	3	2.533	.844	.739	.529
	ภายในกลุ่ม	381	435.48	1.143		
	รวม	384	438.01			
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	4.926	1.642	.371	.346
	ภายในกลุ่ม	381	565.38	1.484		
	รวม	384	570.31			
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	1.397	.466	.578	.714
	ภายในกลุ่ม	381	390.26	1.024		
	รวม	384	391.66			
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	8.130	2.710	1.807	.145
	ภายในกลุ่ม	381	571.35	1.500		
	รวม	384	579.48			
6. ด้านบุคลิกภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.144	.715	.546	.651
	ภายในกลุ่ม	381	498.64	1.309		
	รวม	384	500.79			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	2.182	.727	.743	.527
	ภายในกลุ่ม	381	372.80	.978		
	รวม	384	374.98			

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของลูกค้ากับความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพโดยรวมและรายด้าน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่าไม่มีด้านใด มีค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมุติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

3.6 สมมุติฐานข้อที่ 6 ลูกค้ายที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลูกค้ายที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้ายที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมุติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) โดยรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึง พอใจ
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5.19	1.13	ค่อนข้างสูง
	5,000-19,999 บาท	5.42	1.103	สูง
	20,000-34,999 บาท	5.29	1.10	สูง
	35,000-49,999 บาท	5.14	1.21	ค่อนข้างสูง
	รวม	5.34	1.12	สูง
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5.20	1.30	ค่อนข้างสูง
	5,000-19,999 บาท	5.48	.99	สูง
	20,000-34,999 บาท	5.35	1.08	สูง
	35,000-49,999 บาท	5.08	1.19	ค่อนข้างสูง
	รวม	5.38	1.07	สูง
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.79	1.25	ค่อนข้างสูง
	5,000-19,999 บาท	5.04	1.19	ค่อนข้างสูง
	20,000-34,999 บาท	4.82	1.21	ค่อนข้างสูง
	35,000-49,999 บาท	4.69	1.32	ค่อนข้างสูง
	รวม	4.93	1.22	ค่อนข้างสูง

ตาราง 24 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึง พอใจ
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5.30	1.06	สูง
	5,000-19,999 บาท	5.34	.98	สูง
	20,000-34,999 บาท	5.20	.99	ค่อนข้างสูง
	35,000-49,999 บาท	4.99	1.10	ค่อนข้างสูง
	รวม	5.26	1.01	ค่อนข้างสูง
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า	ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.67	1.28	ค่อนข้างสูง
	5,000-19,999 บาท	5.07	1.21	ค่อนข้างสูง
	20,000-34,999 บาท	4.79	1.19	ค่อนข้างสูง
	35,000-49,999 บาท	4.82	1.29	ค่อนข้างสูง
	รวม	4.95	1.23	ค่อนข้างสูง
6. ด้านบุคลิกภาพ	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5.09	1.23	ค่อนข้างสูง
	5,000-19,999 บาท	5.30	1.13	สูง
	20,000-34,999 บาท	5.12	1.16	ค่อนข้างสูง
	35,000-49,999 บาท	5.17	1.11	ค่อนข้างสูง
	รวม	5.23	1.14	ค่อนข้างสูง
รวม	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5.03	.99	ค่อนข้างสูง
	5,000-19,999 บาท	5.26	.96	ค่อนข้างสูง
	20,000-34,999 บาท	5.08	.98	ค่อนข้างสูง
	35,000-49,999 บาท	4.97	1.07	ค่อนข้างสูง
	รวม	5.17	.99	ค่อนข้างสูง

จากตาราง 24 แสดงว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการอยู่ในระดับสูง โดยที่ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ย ต่ำกว่า 5,000 บาท และ 35,000-49,999 บาท ต่อเดือนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนในด้านความเชื่อถือว่าวางใจได้ ลูกค้าที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยที่ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ย ต่ำกว่า 5,000 บาท และ 35,000-49,999 บาท ต่อเดือน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ลูกค้าที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนในการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ลูกค้านักรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยที่ลูกค้าที่รายได้เฉลี่ย 5,000-19,999 บาทต่อเดือนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

ส่วนในการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า ลูกค้านักรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนในด้านบุคลิกภาพ ลูกค้านักรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยที่ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ย 5,000-19,999 บาทต่อเดือนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

ตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	4.345	1.448	1.153	.328
	ภายในกลุ่ม	381	478.67	1.256		
	รวม	384	483.02			
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ระหว่างกลุ่ม	3	7.843	2.614	2.316	.075
	ภายในกลุ่ม	381	430.17	1.129		
	รวม	384	438.02			
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	7.343	2.448	1.657	.176
	ภายในกลุ่ม	381	562.97	1.478		
	รวม	384	570.31			
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	5.966	1.989	1.965	.119
	ภายในกลุ่ม	381	385.69	1.012		
	รวม	384	391.66			
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	8.513	2.838	1.894	.130
	ภายในกลุ่ม	381	570.97	1.499		
	รวม	384	579.48			
6. ด้านบุคลิกภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.690	.897	.686	.561
	ภายในกลุ่ม	381	498.10	1.307		
	รวม	384	500.79			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	5.377	1.792	1.848	.138
	ภายในกลุ่ม	381	369.61	.970		
	รวม	384	374.99			

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้อเฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้ากับความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพโดยรวมและรายด้าน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่าไม่มีด้านใด มีค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมุติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีรายได้อเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

3.7 สมมุติฐานข้อที่ 7 ลูกค้ำที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้ำแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลูกค้ำที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้ำแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้ำที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้ำแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมุติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตาราง 26 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) โดยรวม จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้ำ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ	ระยะเวลาการเป็น ลูกค้ำ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึง พอใจ
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	ต่ำกว่า 1 ปี	5.28	.95	ค่อนข้างสูง
	1 – 2 ปี	5.56	.98	สูง
	2 ปีขึ้นไป	5.30	1.18	สูง
	รวม	5.34	1.12	สูง
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ต่ำกว่า 1 ปี	4.92	1.03	ค่อนข้างสูง
	1 – 2 ปี	5.67	.95	สูง
	2 ปีขึ้นไป	5.40	1.08	สูง
	รวม	5.38	1.07	สูง
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้ำ	ต่ำกว่า 1 ปี	4.52	1.07	ค่อนข้างสูง
	1 – 2 ปี	5.32	1.14	สูง
	2 ปีขึ้นไป	4.92	1.24	ค่อนข้างสูง
	รวม	4.93	1.22	ค่อนข้างสูง

ตาราง 26 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ	ระยะเวลาการเป็น ลูกค้า	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึง พอใจ
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	ต่ำกว่า 1 ปี	4.95	.85	ค่อนข้างสูง
	1 – 2 ปี	5.62	.98	สูง
	2 ปีขึ้นไป	5.24	1.03	ค่อนข้างสูง
	รวม	5.26	1.00	ค่อนข้างสูง
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า	ต่ำกว่า 1 ปี	4.56	1.17	ค่อนข้างสูง
	1 – 2 ปี	5.24	1.12	ค่อนข้างสูง
	2 ปีขึ้นไป	4.96	1.25	ค่อนข้างสูง
	รวม	4.95	1.23	ค่อนข้างสูง
6. ด้านบุคลิกภาพ	ต่ำกว่า 1 ปี	5.07	.95	ค่อนข้างสูง
	1 – 2 ปี	5.50	1.07	สูง
	2 ปีขึ้นไป	5.19	1.19	ค่อนข้างสูง
	รวม	5.23	1.14	ค่อนข้างสูง
รวม	ต่ำกว่า 1 ปี	4.85	.82	ค่อนข้างสูง
	1 – 2 ปี	5.48	.92	สูง
	2 ปีขึ้นไป	5.16	1.01	ค่อนข้างสูง
	รวม	5.17	.99	ค่อนข้างสูง

จากตาราง 26 แสดงว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการอยู่ในระดับสูง โดยที่ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า ต่ำกว่า 1 ปีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนในด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยที่ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับสูง ส่วนลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยที่ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1 – 2 ปีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

ส่วนในด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกันมีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนในด้านบุคลิกภาพ ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกันมีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยที่ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1- 2 ปีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

ตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	3.817	1.908	1.521	.22
	ภายในกลุ่ม	382	479.19	1.254		
	รวม	384	483.01			
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ระหว่างกลุ่ม	2	17.007	8.504	7.716**	.001
	ภายในกลุ่ม	382	421.00	1.102		
	รวม	384	438.01			
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	18.635	9.317	6.452**	.002
	ภายในกลุ่ม	382	551.68	1.444		
	รวม	384	570.31			
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	13.163	6.581	6.642**	.001
	ภายในกลุ่ม	382	378.50	.991		
	รวม	384	391.66			
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2	13.686	6.843	4.620**	.010
	ภายในกลุ่ม	382	565.80	1.481		
	รวม	384	579.49			
6. ด้านบุคลิกภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	6.421	3.210	2.481	.085
	ภายในกลุ่ม	382	494.37	1.294		
	รวม	384	500.79			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	11.65	5.823	6.122**	.002
	ภายในกลุ่ม	382	363.338	.951		
	รวม	384	500.79			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระยะเวลาการเป็นลูกค้า กับความพึงพอใจของ
ลูกค้าที่มีต่อพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพโดยรวม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว
One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า มีค่า F-Prob. น้อยกว่า .01 นั่นคือ มีค่า F-Prob.
เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) คือ ลูกค้าที่
มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของ

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบ สอนต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า มีค่า F-Prob. น้อยกว่า .01 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ดังต่อไปนี้

ตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ระยะเวลาการเป็นลูกค้า		ต่ำกว่า 1 ปี	1 -2 ปี	2 ปี ขึ้นไป
	$\bar{x}$	4.92	5.67	5.40
ต่ำกว่า 1 ปี	4.92		0.75** (.000)	0.48** (.002)
1 - 2 ปี	5.67			0.27 (.066)
2 ปี ขึ้นไป	5.40			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 28 พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1- 2 ปี แตกต่างกันเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.75 ซึ่ง ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1- 2 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

และลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไป แตกต่างกันเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.48 ซึ่งลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคาร
กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตาม
ระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ระยะเวลาการเป็นลูกค้า		ต่ำกว่า 1 ปี	1 - 2 ปี	2 ปี ขึ้นไป
	$\bar{x}$	4.52	5.32	4.92
ต่ำกว่า 1 ปี	4.52		0.80** (.000)	0.39* (.029)
1 - 2 ปี	5.32			0.40* (.017)
2 ปี ขึ้นไป	4.92			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 29 พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1- 2 ปี แตกต่างกันเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.80 ซึ่ง ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1- 2 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

และลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไป แตกต่างกันเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.39 ซึ่งลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า ต่ำกว่า 1 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1- 2 ปี แตกต่างกันเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.40 ซึ่งลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1- 2 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงาน เคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 30 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ระยะเวลาการเป็นลูกค้า		ต่ำกว่า 1 ปี	1 -2 ปี	2 ปี ขึ้นไป
	$\bar{x}$	4.95	5.62	5.24
ต่ำกว่า 1 ปี	4.95		0.66** (.000)	0.28 (.058)
1 – 2 ปี	5.62			0.38** (.007)
2 ปี ขึ้นไป	5.24			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 30 พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1- 2 ปี แตกต่างกันเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.66 ซึ่งลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1- 2 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

และลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1- 2 ปี แตกต่างกันเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38 ซึ่งลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1- 2 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงาน เคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านการรู้จักเข้าใจในลูกค้า เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ระยะเวลาการเป็นลูกค้า		ต่ำกว่า 1 ปี	1 - 2 ปี	2 ปี ขึ้นไป
	$\bar{x}$	5.46	5.24	4.96
ต่ำกว่า 1 ปี	5.46		0.68** (.003)	0.41* (.025)
1 - 2 ปี	5.24			0.27 (.109)
2 ปี ขึ้นไป	4.96			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 31 พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี แตกต่างกันเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1-2 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.68 ซึ่งลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1 - 2 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

และลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี แตกต่างกันเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.41 ซึ่งลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงาน เคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.8 สมมุติฐานข้อที่ 8 ลูกค้าที่มีผู้แนะนำแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันได้ สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลูกค้าที่มีผู้แนะนำแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีผู้แนะนำแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันได้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมุติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตาราง 32 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) โดยรวม จำแนกตามผู้แนะนำมาใช้บริการ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ	ผู้แนะนำมาใช้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	พนักงานธนาคาร	5.22	1.30	ค่อนข้างสูง
	บุคคลในครอบครัว	5.32	1.06	สูง
	บุคคลทั่วไป	5.33	1.13	สูง
	อื่น ๆ (บริษัท)	5.42	1.07	สูง
	รวม	5.34	1.12	สูง
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	พนักงานธนาคาร	5.38	1.11	สูง
	บุคคลในครอบครัว	5.59	1.09	สูง
	บุคคลทั่วไป	5.20	1.01	ค่อนข้างสูง
	อื่น ๆ (บริษัท)	5.38	1.07	สูง
	รวม	5.38	1.07	สูง
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	พนักงานธนาคาร	5.02	1.25	ค่อนข้างสูง
	บุคคลในครอบครัว	5.17	1.17	ค่อนข้างสูง
	บุคคลทั่วไป	4.83	1.25	ค่อนข้างสูง
	อื่น ๆ (บริษัท)	4.80	1.19	ค่อนข้างสูง
	รวม	4.93	1.22	ค่อนข้างสูง

ตาราง 32 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ	ผู้แนะนำมาใช้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึง พอใจ
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	พนักงานธนาคาร	5.23	.960	ค่อนข้างสูง
	บุคคลในครอบครัว	5.53	1.04	ค่อนข้างสูง
	บุคคลทั่วไป	5.13	1.02	ค่อนข้างสูง
	อื่น ๆ (บริษัท)	5.20	.98	ค่อนข้างสูง
	รวม	5.26	1.01	ค่อนข้างสูง
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า	พนักงานธนาคาร	5.01	1.15	ค่อนข้างสูง
	บุคคลในครอบครัว	5.21	1.13	ค่อนข้างสูง
	บุคคลทั่วไป	4.86	1.33	ค่อนข้างสูง
	อื่น ๆ (บริษัท)	4.82	1.22	ค่อนข้างสูง
	รวม	4.95	1.23	ค่อนข้างสูง
6. ด้านบุคลิกภาพ	พนักงานธนาคาร	5.23	1.14	ค่อนข้างสูง
	บุคคลในครอบครัว	5.46	1.03	ค่อนข้างสูง
	บุคคลทั่วไป	5.17	1.19	ค่อนข้างสูง
	อื่น ๆ (บริษัท)	5.11	1.17	ค่อนข้างสูง
	รวม	5.23	1.14	ค่อนข้างสูง
รวม	พนักงานธนาคาร	5.18	.96	ค่อนข้างสูง
	บุคคลในครอบครัว	5.39	.94	สูง
	บุคคลทั่วไป	5.06	1.04	ค่อนข้างสูง
	อื่น ๆ (บริษัท)	5.09	.97	ค่อนข้างสูง
	รวม	5.17	.99	ค่อนข้างสูง

จากตาราง 32 แสดงว่า ลูกค้าที่มีผู้แนะนำมาใช้บริการเป็นลูกค้าต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยที่ลูกค้าที่มีบุคคลในครอบครัวเป็นผู้แนะนำให้มาใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกันมีความพึงพอใจในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ โดยรวมอยู่ในระดับสูงโดยที่ลูกค้าที่มีพนักงานธนาคารเป็นผู้แนะนำให้มาใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนในด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ลูกค้าที่มีผู้แนะนำให้มาใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยที่ลูกค้าที่มีบุคคลทั่วไปเป็นผู้แนะนำให้มาใช้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนในด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ลูกค้าที่มีผู้แนะนำให้มาใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนในการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ลูกค้าที่มีผู้แนะนำให้มาใช้บริการต่างก็มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในค่อนข้างสูง โดยที่ลูกค้าที่บุคคลในครอบครัวเป็นผู้แนะนำให้มาใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

ส่วนในการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า ลูกค้าที่มีผู้แนะนำให้มาใช้บริการต่างก็มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับสูง

ส่วนในด้านบุคลิกภาพ ลูกค้าที่มีผู้แนะนำให้มาใช้บริการต่างก็มีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยที่ลูกค้าที่บุคคลในครอบครัวแนะนำมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

ตาราง 33 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมจำแนกตามผู้แนะนำให้มาใช้บริการ

ความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F- Prob.
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.816	.605	.479	.697
	ภายในกลุ่ม	381	481.20	1.263		
	รวม	384	483.01			
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ระหว่างกลุ่ม	3	7.697	2.566	2.272	.082
	ภายในกลุ่ม	381	430.31	1.129		
	รวม	384	438.01			
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	9.061	3.020	2.050	.106
	ภายในกลุ่ม	381	561.25	1.473		
	รวม	384	570.231			
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	9.188	3.063	3.051*	.029
	ภายในกลุ่ม	381	382.47	1.004		
	รวม	384	391.66			
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	3	9.065	3.022	2.018	.111
	ภายในกลุ่ม	381	570.42	1.497		
	รวม	384	579.48			
6. ด้านบุคลิกภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3	6.991	2.330	1.798	.147
	ภายในกลุ่ม	381	493.79	1.296		
	รวม	384	500.79			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	6.194	2.065	2.133	.096
	ภายในกลุ่ม	381	368.79	.968		
	รวม	384	374.98			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระยะเวลาการเป็นลูกค้ากับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) ไม่พบว่า มีค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 นั่นคือมีค่า F-Prob. เท่ากับ .10 ซึ่งนั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ลูกค้าที่มีผู้แนะนำให้มาใช้บริการแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ

จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ดังต่อไปนี้

ตาราง 34 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามผู้ที่แนะนำให้มาใช้บริการ

ผู้แนะนำให้มาใช้บริการ	พนักงาน ของธนาคาร	บุคคลใน ครอบครัว	บุคคลทั่วไป	อื่นๆ (บริษัท)	
	$\bar{x}$	5.23	5.53	5.13	5.20
พนักงานของธนาคาร	5.23	0.30 (.072)	0.10 (.522)	0.03 (.831)	
บุคคลในครอบครัว	5.53		0.40** (.004)	0.34* (.017)	
บุคคลทั่วไป	5.13			0.07 (.602)	
อื่นๆ (บริษัท)	5.20				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 34 พบว่า ลูกค้าที่มีบุคคลในครอบครัวเป็นผู้แนะนำ แตกต่างกันเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มีบุคคลทั่วไปเป็นผู้แนะนำ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.40 ซึ่ง ลูกค้าที่มีบุคคลในครอบครัวเป็นผู้แนะนำ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มากกว่าลูกค้าที่มีบุคคลทั่วไปเป็นผู้แนะนำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

และลูกค้าที่มีบุคคลในครอบครัวเป็นผู้แนะนำ แตกต่างกันเป็นรายคู่กับลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะบริษัทที่ทำงานแนะนำ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34 ซึ่งลูกค้าที่มีบุคคลในครอบครัวเป็นผู้แนะนำมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะบริษัทที่ทำงานแนะนำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.9 สมมุติฐานข้อที่ 9 ธนาคารที่ให้บริการต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ธนาคารที่ให้บริการต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

H_1 : ธนาคารที่ให้บริการต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มและกลุ่มตัวอย่างเป็นคณๆเดียวกัน (Dependent t-Test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง 33

ตาราง 35 ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร	ธนาคารที่ให้บริการ	t-test for Equality of Means					
		$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	t	df	p
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	ธนาคารกรุงเทพ	5.34	1.12	สูง	.2133	384	.500
	ธนาคารกสิกรไทย	5.28	1.13	ค่อนข้างสูง			
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	ธนาคารกรุงเทพ	5.38	1.07	สูง	.3599**	384	.004
	ธนาคารกสิกรไทย	5.16	1.10	ค่อนข้างสูง			
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ธนาคารกรุงเทพ	4.93	1.22	ค่อนข้างสูง	.2701	384	.340
	ธนาคารกสิกรไทย	4.84	1.26	ค่อนข้างสูง			
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	ธนาคารกรุงเทพ	5.26	1.00	ค่อนข้างสูง	.2589	384	.175
	ธนาคารกสิกรไทย	5.15	1.11	ค่อนข้างสูง			
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า	ธนาคารกรุงเทพ	4.95	1.23	ค่อนข้างสูง	.3295	384	.086
	ธนาคารกสิกรไทย	4.80	1.23	ค่อนข้างสูง			
6. ด้านบุคลิกภาพ	ธนาคารกรุงเทพ	5.23	1.14	ค่อนข้างสูง	.2492	384	.315
	ธนาคารกสิกรไทย	5.14	1.17	ค่อนข้างสูง			
รวม	ธนาคารกรุงเทพ	5.17	.99	ค่อนข้างสูง	.2680	384	.098
	ธนาคารกสิกรไทย	5.04	1.04	ค่อนข้างสูง			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 35 พบว่า ธนาคารที่ให้บริการต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าค่า Probabilit (p) เท่ากับ .098 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับ สมมุติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่าธนาคารที่ให้บริการต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความเชื่อไว้วางใจได้ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ

พนักงานเคาน์เตอร์สูงกว่าลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ในระดับ.01 ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.004

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ต้องการทราบว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่ต่อพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคาร โดยเปรียบเทียบจาก เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ผู้แนะนำให้มาใช้บริการ เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารของธนาคารโดยสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการวางแผน และกำหนดนโยบายในการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการด้านคุณภาพบริการ และพัฒนาบุคลากรในด้านการให้บริการให้แก่ลูกค้าธนาคาร เพื่อสร้างความพึงพอใจความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจธนาคาร

สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อพนักงานเคาน์เตอร์ในด้านบุคลิกภาพที่มีต่อการให้บริการลูกค้า
2. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนตัว เช่น เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ผู้แนะนำให้มาใช้บริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคาร
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารของธนาคารโดยสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นข้อมูลในการวางแผน และกำหนดนโยบายในการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการด้านคุณภาพบริการและการพัฒนาบุคลากรในด้านการให้บริการให้แก่ลูกค้าธนาคารเพื่อสร้างความพึงพอใจ ความได้เปรียบทางการแข่งขันในการส่งมอบบริการที่เป็นเลิศ และนำมาซึ่งความศรัทธาต่อการใช้บริการด้านการ ธนาคารของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)สืบต่อไป

สมมุติฐานของการศึกษาค้นคว้า

1. ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

3. ลูกค้ายที่มีอายุต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ ของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
4. ลูกค้ายที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
5. ลูกค้ายที่มีอาชีพต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ(มหาชน)จำกัด แตกต่างกัน
6. ลูกค้ายที่มีระดับรายได้ที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจใน การให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
7. ลูกค้ายที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้ายต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
8. ลูกค้ายที่มีผู้แนะนำต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
9. ธนาคารที่ให้บริการต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มลูกค้ายที่เคยใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มลูกค้ายที่เคยใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)ทั้งสองธนาคาร โดยคำนวณจากสูตรที่ใช้ในการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน พื้นที่ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจะเก็บที่สาขาส่งงานใหญ่ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ซึ่งจัดเป็นสาขานาคารที่อยู่ในเขตธุรกิจ ประกอบด้วยลูกค้ายรายใหญ่ รายกลาง รายปลีก และรายบุคคลครบถ้วน ซึ่งโดยเฉลี่ยมีลูกค้ายประมาณ 7,000 คนต่อวันโดยจะคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ เฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ระยะเวลาการเป็นลูกค้าย ผู้แนะนำ

โดยผู้วิจัยจะขอกำหนดเกณฑ์ในการจัดลำดับ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ อายุ และรายได้ ไว้ดังนี้

อายุ ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยการกำหนดช่วงอายุคำนวณตามเกณฑ์อายุของผู้ที่สามารถทำการเปิดบัญชี กับธนาคารได้ด้วยตนเองคือที่มีบัตรประจำตัวประชาชนซึ่งมี อายุ 15 ปีบริบูรณ์เป็นเกณฑ์อายุขั้นต่ำ และใช้เกณฑ์เฉลี่ยของกลุ่มลูกค้ายซึ่งส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งเกษียณอายุที่ 55 ปีเป็นเกณฑ์อายุขั้นสูง

รายได้ต่อเดือน ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) การกำหนดรายได้ขั้นต่ำเท่ากับ 5,000 บาท โดยใช้หลักเกณฑ์ค่าแรงงานขั้นต่ำ ตามกฎหมายแรงงาน คือ วันละ 165 บาท ซึ่งเท่ากับ เดือนละ 4,950 บาท ต่อเดือน ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอปรับเป็นตัวเลข เท่ากับ 5,000 บาท เพื่อสะดวกต่องานวิจัย ส่วนรายได้ขั้นสูงผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยรายได้ 50,000 บาท เนื่องจากธนาคารจะกำหนดให้ลูกค้ารายบุคคล ที่มีเกณฑ์เฉลี่ยรายได้ 50,000 บาทขึ้นไปเป็นลูกค้าที่มีศักยภาพสูงที่สามารถทำธุรกรรม และใช้บริการด้านอื่นๆ ของธนาคารได้ในโอกาสต่อไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยใช้คำถามปลายปิด (Close-ended response question) โดยเป็นแบบสอบถาม Semantic Differential Scales โดยแบบสอบถามจะวัดจากซ้ายไปขวาด้วยคำถามที่มีลักษณะตรงกันข้ามกัน การให้น้ำหนักคะแนนแบ่งเป็น 7 ลำดับคะแนน ดังนี้ 7,6,5,4,3,2,1

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละวันตามสถานที่กำหนด คือธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน)สำนักงานใหญ่สีลม โดยผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามให้ลูกค้าที่มาใช้บริการตอบพร้อมทั้งอธิบายและให้คำแนะนำในการตอบ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีดังต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถามส่วนที่ 1 มาหาความถี่และค่าร้อยละเพื่อใช้อธิบายลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์
2. นำแบบสอบถามส่วนที่ 2 มาตรวจให้คะแนนในแต่ละข้อโดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้ จากซ้ายไปขวาของคำถามให้คะแนนตามลำดับ 7, 6,5,4,3,2,1 การกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์แบ่งเป็น 7 ระดับ โดยใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น (มัลลิกา บุนนาค. 2537 : 29) โดยเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานเคาน์เตอร์สามารถกำหนดได้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	6.15-7.00	หมายถึง	พึงพอใจระดับสูงมาก
ค่าเฉลี่ย	5.29-6.14	หมายถึง	พึงพอใจระดับสูง
ค่าเฉลี่ย	4.43-5.28	หมายถึง	พึงพอใจค่อนข้างสูง
ค่าเฉลี่ย	3.57-4.42	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	2.71-3.56	หมายถึง	พึงพอใจค่อนข้างต่ำ
ค่าเฉลี่ย	1.85-2.70	หมายถึง	พึงพอใจต่ำ
ค่าเฉลี่ย	0.99-1.84	หมายถึง	พึงพอใจต่ำมาก

3. การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 3- 8 ที่ว่า

สมมติฐานข้อ 3 ลูกค้ายที่มีอายุต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 4 ลูกค้ายที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 5 ลูกค้ายที่มีอาชีพต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 6 ลูกค้ายที่มีระดับรายได้ที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 7 ลูกค้ายที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 8 ลูกค้ายที่มีผู้แนะนำต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

จะใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) เพราะเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม

4. ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1, 2 และ 9 ที่ว่า

สมมติฐานข้อที่ 1 ลูกค้ายที่มีเพศต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันจะใช้สถิติ t-test แบบ Independent

สมมติฐานข้อ 2 ลูกค้ายที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันจะใช้สถิติ t-test แบบ Independent

สมมติฐานข้อที่ 9 ธนาคารที่ให้บริการต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน จะใช้สถิติ t-test แบบ Dependent เพราะเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และกลุ่มตัวอย่างเป็นคน ๆ เดียวกัน

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อการให้บริการของ พนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของลูกค้า พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 234 คน อายุระหว่าง 25-34 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000 – 19,999 บาท เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปี ขึ้นไป และมาใช้บริการเพราะที่ทำงานแนะนำให้มาใช้บริการ

2. ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวม พบว่าลูกค้าพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

2.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายข้อพบว่าลูกค้าพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

4. จากผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจ ของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน)โดยรวม จำแนกตาม เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ผู้แนะนำให้มาใช้บริการ และเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ปรากฏผลดังนี้

4.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)แตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการต่อพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านบุคลิกภาพ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ลูกค้าที่สถานภาพสมรสต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าที่สถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการต่อพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

4.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการต่อพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)แตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าในแต่ละกลุ่มอายุ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)แตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าในแต่ละระดับการศึกษา มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)แตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าในแต่ละกลุ่มอาชีพ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)แตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าในแต่ละระดับรายได้ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.7 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการต่อพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านอื่น ๆ มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.8 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8 ลูกค้าที่มีผู้แนะนำให้มาใช้บริการแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันพบว่า

ลูกค้าที่มีผู้แนะนำให้มาใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนอื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.9 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 9 ธนาคารที่ให้บริการต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน พบว่า

ธนาคารที่ให้บริการต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ลูกค้าที่ใช้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าที่ใช้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อธิปราชผล

จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มี ต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์พนักงานกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 234 คน อายุระหว่าง 25-34 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีรายได้ระหว่าง 5,000 – 19,999 บาท เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไป และมาใช้บริการเพราะที่ทำงานแนะนำให้มาใช้บริการ เนื่องจากว่าบริเวณที่ตั้งธนาคารอยู่ในเขตธุรกิจการค้า ทำให้มีลูกค้าที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนเป็นส่วนใหญ่

1. ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวม พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธนาคารกรุงเทพสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจขนาดใหญ่ ในแต่ละวันมีลูกค้ามาใช้บริการ ประมาณ 7,000 คนทำให้ลูกค้าเกิดความตึงเครียดทำให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง และสอดคล้องกับแนวคิดของ Morse ที่ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ หมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดถ้ามีมากก็จะทำให้เกิดความไม่พอใจต่อการให้บริการ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นว่าหลังจากที่ธนาคารได้เริ่มโครงการ พัฒนาขีดความสามารถเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ (Bualuang transformation-BT.) โดยได้มีการปรับปรุงรูปแบบของสาขาให้ทันสมัย และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก

ความสะดวกพร้อมให้บริการ จึงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของบริการ(การบริหารการตลาดยุคใหม่.ม.ป.ป.:335) ที่ว่าการบริการไม่สามารถจับต้องได้ จึงต้องจัดวางเครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัย และวัสดุสื่อสาร (Communication Material) จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย

1.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อมีความน่าเชื่อถือ และ สุจริต มีความพึงพอใจสูง และข้อรักษาคำพูดที่ลูกค้ากับจริงใจต่อลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เนื่องจากธนาคารได้ก่อตั้งมาเป็นเวลานานจนเป็นที่เชื่อถือของลูกค้า จึงทำให้ลูกค้ารู้สึกไว้วางใจในความสุจริตของพนักงานเคาน์เตอร์ที่ให้บริการสูง ซึ่งจากงานวิจัยของ Parasuramanและคณะ พบว่า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ลูกค้ามีความคาดหวังสูงสุด เมื่อมีการคาดหวังมากย่อมทำให้มีผลกระทบต่อความพึงพอใจมากเช่นกันทำให้ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

1.3 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับค่อนข้างสูง เนื่องจากลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมากเมื่อเทียบกับจำนวนพนักงาน ทำให้พนักงานเคาน์เตอร์ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ไม่เต็มที่จึงทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจค่อนข้างสูง สอดคล้องกับแนวคิดของ นิลสันและกันดาค (สุวัฒนา ใบเจริญ. 2540; อ้างอิงจาก Nelson and Gundlach.n.d.) ที่ว่าความพึงพอใจของประชาชนหลังการพบปะกับพฤติกรรมการให้บริการเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่เกิดจากการรับบริการว่า หลังจากได้รับบริการจากเจ้าหน้าที่ที่สามารถตอบสนองความต้องการ หรือแก้ปัญหา รวมทั้งลดปัญหาและทำให้ประชาชนเกิดความภูมิใจมากน้อยเพียงใด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Parasuramanและคณะ ที่พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความคาดหวังในด้านการตอบสนองต่อลูกค้ารองลงมาจากด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ เมื่อบริการที่ได้รับไม่ตรงกับความคาดหวังจึงทำให้ความพึงพอใจในด้านการตอบสนองต่อลูกค้าอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

1.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงคือ ความรู้ความชำนาญในงาน และรอบคอบ เนื่องจากว่าก่อนการปรับปรุงระบบงานสาขา ธนาคารได้มีการจัดอบรมการทำงานให้พนักงานอย่างต่อเนื่อง ทำให้ภาพพจน์ของพนักงานเคาน์เตอร์ในสายตาของลูกค้าอยู่ในระดับที่ดีเสมอมา แต่ในข้อความเป็นมืออาชีพ และความสม่ำเสมอและถูกต้อง ลูกค้าพึงพอใจค่อนข้างสูง แสดงว่าพนักงานยังขาดการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)ตามหลักทฤษฎีของ จอห์น ดี มิลเลตที่ว่า ต้องยึดประโยชน์ของลูกค้าเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดตามความพึงพอใจของหน่วยงานจนทำให้บริการให้ลูกค้าไม่เต็มที่เสมือนไม่ได้เป็นมืออาชีพในมุมมองของลูกค้า

1.5 ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า ความพึงพอใจโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับค่อนข้างสูง เนื่องจากว่าลักษณะการให้บริการของธนาคารเป็นระบบแถวคอย ในแต่ละวันลูกค้าอยู่ในแถวเพื่อรอรับบริการจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงพักเที่ยง ซึ่งโดยปกติช่วงนี้พนักงานน้อยลง เนื่องจากมีการพักรับประทานอาหารเช่นกัน จึงทำให้พนักงานไม่มีโอกาสได้พูดคุย และสื่อสารอย่างเป็นกันเองกับลูกค้าได้มากนัก และมีความรีบเร่งในการให้บริการจนทำให้ไม่มีเวลาทบทวนถึงความต้องการที่นอกเหนือไปกว่านั้นของลูกค้า หรือทำความเข้าใจและรู้จักลูกค้าให้มากขึ้น

1.6 ด้านบุคลิกภาพ ลูกค้าพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อแต่งกายเรียบร้อยลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง นอกนั้นค่อนข้างสูง เนื่องจากธนาคารมี

นโยบายด้านการแต่งกายของพนักงานที่เข้มงวด โดยให้พนักงานหญิงสวมใส่ชุดฟอร์มทุกวันจันทร์ และ วันพฤหัสบดี และให้มีการติดบัตรพนักงานตลอดเวลา ส่วนพนักงานชายให้สวมใส่เสื้อเชิ้ตและผูกเนคไทของธนาคาร ส่วนข้อหน้าตา ยิ้มแย้มแจ่มใส อารมณ์มั่นคง และสุขภาพ มีความพึงพอใจค่อนข้างสูง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของพนักงานเคาน์เตอร์แต่ละคน ซึ่งเกิดจากสภาวะกดดันของปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการทำให้บุคลิกภาพที่แสดงออกมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของดารา ทีปะปาล (2542 : 177) ที่ให้คำนิยามว่า บุคลิกภาพหมายถึงลักษณะเฉพาะตัวที่ทำให้มีลักษณะแตกต่างกัน และมีรูปแบบการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ที่มั่นคงสม่ำเสมอ และค่อนข้างถาวร บุคลิกภาพของบุคคลเกิดจากพันธุกรรม จากการเลี้ยงดูอบรม หรือจากสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเกิดจากสถานการณ์ทำให้บุคลิกภาพเปลี่ยนแปลงได้

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวม พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับค่อนข้างสูง ยกเว้นในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ในข้อพนักงานจัดเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกพร้อมให้บริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง เนื่องจากธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เองได้ทำการ Reengineering มาตั้งแต่ปี 2536 ซึ่งมีการปรับปรุงรูปแบบสาขาให้ทันสมัยและสะดวกสำหรับลูกค้า

3. จากผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยรวมมีดังนี้

3.1 สมมติฐานข้อที่ 1 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่เพศแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจ ในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวม พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ลูกค้าที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านบุคลิกภาพ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน ด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนะ กล้าชิงชัย (2541) ศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ พบว่า เพศไม่ใช่ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ แสดงว่า เพศจึงไม่เป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ส่วนในด้านบุคลิกภาพ พบว่าเพศชายมีความพึงพอใจสูงกว่าเพศหญิง เนื่องจากเพศหญิงเป็นเพศที่มีความละเอียดอ่อนทางด้านอารมณ์มากกว่าเพศชาย และมีความคาดหวังจากการแสดงออกทางด้านบุคลิกภาพในการบริการสูง เมื่อได้รับการบริการด้วยบุคลิกภาพที่ไม่ตรงกับการคาดหวังจึงนำมาเป็นอารมณ์ในการตัดสินใจของระดับความพึงพอใจ จึงทำให้มีความพึงพอใจในด้านบุคลิกภาพน้อยกว่าเพศชาย

3.2 สมมติฐานข้อที่ 2 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่สถานภาพต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ต่างกัน โดยรวม พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสมีความพึงพอใจสูงกว่า ผู้มีสถานภาพโสดทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้มีสถานภาพสมรสมีวุฒิภาวะสูงกว่าจึงได้รับการบริการที่ตอบสนองตรงต่อความต้องการมากกว่า

ส่วนด้านอื่นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นสถานภาพจึงไม่ใช่ประเด็นสำคัญในการปรับปรุงคุณภาพบริการของพนักงาน

3.3 สมมติฐานข้อที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่อายุต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)แตกต่างกัน โดยรวมพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของชนะกล้าชิงชัย(2541)พบว่า อายุไม่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ แสดงว่าพนักงานธนาคารกรุงเทพให้บริการกับลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันไม่ว่าลูกค้าจะมีวัยวุฒิมากน้อยเพียงใดและธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เองมีการจัดอบรมพนักงานให้กล่าวคำสวัสดิกับลูกค้าที่มาใช้บริการทุกครั้ง ดังนั้นไม่ว่าลูกค้าจะมีอายุระดับไหนจึงได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกัน

3.4 สมมติฐานข้อที่ 4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)แตกต่างกัน โดยรวมพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของธัญวรรณ์ กฤษณรัตน์ (2542) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)หลังการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการปฏิบัติงาน พบว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)หลังการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการปฏิบัติงานสาขา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะงานธนาคารเป็นงานให้บริการด้านฝาก ถอนเงิน และด้านสินเชื่อเป็นหลัก ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายของธนาคาร ก็คือบุคคลทั่วไปที่ต้องการทำธุรกรรมกับธนาคารโดยที่ระดับการศึกษาไม่ใช่ปัจจัยหลักในการวางแผนขยายฐานลูกค้า

3.5 สมมติฐานข้อที่ 5 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)แตกต่างกัน โดยรวมพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นอาชีพจึงไม่เป็นปัจจัยหลักในการพิจารณาเพื่อปรับปรุงคุณภาพของพนักงาน

3.6 สมมติฐานข้อที่ 6 การเปรียบเทียบความพึงพอใจลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)แตกต่างกัน โดยรวมพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อพิจารณาแต่ละกลุ่มรายได้ พบว่ามีเพียงผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 5,000-19,999 บาท มีความพึงพอใจในระดับสูงในแต่ละด้าน ยกเว้นด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการเข้าใจและรู้จักในลูกค้า เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้เป็นลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคาร จึงน่าจะเป็นเป้าหมายหลักในการปรับปรุงคุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า เพื่อเพิ่มความพึงพอใจสูงสุด

3.7 สมมติฐานข้อที่ 7 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)แตกต่างกัน โดยรวมพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ โสภณ สรรพชลธาร (2541) ที่ศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการให้บริการในระบบ "Reengineering" ของธนาคารกสิกรไทย สำนักงานเขต 52 พบว่าระยะเวลาการเป็นลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านพนักงาน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ โดยลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1 - 2 ปีมีความพึงพอใจสูงสุด รองลงมาคือลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไป ทั้งนี้เนื่องจากลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1 - 2 ปี ยังมีความรู้สึกที่ดีต่อการให้บริการของพนักงาน เคาน์เตอร์ แต่เมื่อระยะเวลาการเป็นลูกค้ามากขึ้น ทำให้มีประสบการณ์ที่มากขึ้น ในการใช้บริการย่อมนำข้อดีข้อเสียมาเปรียบเทียบส่งผลให้ผู้บริการมีความคาดหวังสูงต่อการบริการ จึงเป็นสาเหตุให้ ลูกค้าที่มีระยะเวลา 1 - 2 ปี มีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 2 ปีขึ้นไป

3.8 สมมติฐานข้อที่ 8 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผู้แนะนำให้มาใช้บริการแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน โดยรวมพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ลูกค้าที่มีผู้แนะนำให้มาใช้บริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนอื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นว่าด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ขึ้นอยู่กับผู้แนะนำ เป็นไปได้ว่าลูกค้าที่มีบุคคลในครอบครัวแนะนำให้มาใช้บริการย่อมมีความพึงพอใจสูงกว่าบุคคลอื่นๆ แนะนำ ฉะนั้นการให้บริการด้วยความเป็นมืออาชีพ มีความรู้ความชำนาญในงาน ความรอบคอบ ความสม่ำเสมอและถูกต้อง เป็นสิ่งสำคัญที่ธนาคารต้องคำนึงถึงในการพัฒนาคุณภาพพนักงาน เพื่อให้เกิดการบอกกล่าวปากต่อปากของคนในครอบครัว และบุคคลทั่วไป ให้มาใช้บริการของธนาคารต่อไป

3.9 สมมติฐานข้อที่ 9 การเปรียบเทียบธนาคารที่ให้บริการต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์อยู่ในระดับสูงกว่าลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ .01 ส่วนในด้านอื่นๆลูกค้าไม่เห็นถึงความแตกต่างของการให้บริการระหว่างพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาเหตุมาจากธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ก็ได้ทำการ Reengineering องค์กรและได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีได้ก้าวหน้าทันกับการแข่งขันได้อย่างประสิทธิภาพ และมีการพัฒนาคุณภาพพนักงานเคาน์เตอร์ได้ใกล้เคียงกันกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ทำให้ลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจในบริการที่ได้รับไม่แตกต่างกัน ถึงแม้จะมีอายุบริษัทแตกต่างกันก็ตาม แต่อย่างไรก็ดีในด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้นั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์อยู่ในระดับสูงกว่า ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เนื่องจากธนาคารกรุงเทพได้เติบโตมากับสังคมไทย ดังคำขวัญที่ว่า เพื่อนคู่คิดมิตรคู่บ้าน และตลอดมาธนาคารมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์และมีกิจกรรมทางสังคมอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจได้มากกว่าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ดังนั้นการสร้าง ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ เนื่องจากงานบริการ

ด้านธนาคารเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเงิน ซึ่งผู้บริการต้องการความเชื่อมั่นและความน่าไว้วางใจจากผู้ที่ทำหน้าที่บริการเป็นอย่างสูง โดยการให้ความสนใจในตัวลูกค้า การมีความจริงใจที่จะให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ รักษาความลับของลูกค้า ชื่อสัตย์สุจริตในเรื่องเงินทอง รักษาเวลา รักษาคำพูด และรักษาสัญญา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการศึกษาค้นคว้า การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับสูง ผู้วิจัยเห็นว่าหน้าที่ธนาคารให้ความสำคัญกับสถานที่ประกอบการและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง จึงควรจัดให้มีผู้ดูแลรับผิดชอบโดยตรง เพื่อป้องกันความผิดพลาดและชำรุดของอุปกรณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นได้

2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่โดยรวมอยู่ในระดับสูง และมีความพึงพอใจรายข้ออยู่ในระดับค่อนข้างสูงคือ รักษาคำพูดที่ให้กับลูกค้า และจริงใจต่อลูกค้า ดังนั้นจึงควรมีการจัดอบรมพนักงานไม่ให้มีการให้คำสัญญาที่เกินจริงแก่ลูกค้า เพื่อป้องกันการผิดคำพูด และย้ำให้มีหลักการปฏิบัติตนกับลูกค้าที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน เช่นให้มีการกล่าวคำว่า สวัสดี และขอบคุณลูกค้าทุกครั้ง เพื่อแสดงว่าพนักงานมีความพร้อมและจริงใจให้บริการ เพราะลูกค้าให้ความสำคัญในด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้สูงสุด ตามที่ Parasuraman และคณะ ได้ทำการวิจัยเอาไว้

3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับค่อนข้างสูง ผู้วิจัยเห็นว่าควรจัดให้มีการฝึกอบรมพัฒนาความรู้ในงานบริการด้านต่างๆ ของธนาคารทุกปี และจัดให้มีการผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนหน้าที่การปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดความรู้ความชำนาญในงานหลายๆ ด้าน ทำให้สามารถตอบสนองต่อลูกค้าได้ทันทีทันใด และมีความรวดเร็วในการให้บริการ

4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงในข้อความรู้ความชำนาญในงาน และความรอบคอบ ผู้วิจัยเห็นว่าควรจัดให้มีการอบรมพัฒนาพนักงานเคาน์เตอร์ให้มีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น และให้พนักงานเคาน์เตอร์มีการตรวจทานการทำงานตลอดเวลา เพื่อความถูกต้องในการให้บริการ โดยเฉพาะงานบริการด้านรับฝาก ถอน หน้าเคาน์เตอร์ที่มีโอกาสผิดพลาดสูง เพราะเมื่อเกิดการผิดพลาดจะทำให้ภาพพจน์ของธนาคารโดยรวมไม่ดีในสายตาลูกค้า

5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับค่อนข้างสูง พนักงานเคาน์เตอร์เป็นด่านแรกที่จะเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย ถ้าพนักงานพูดคุยเป็นกันเอง สื่อสารกับลูกค้าด้วยคำพูดที่เข้าใจง่าย เข้าใจและรู้จักพฤติกรรมของลูกค้าเป็นอย่างดี และทราบความต้องการของลูกค้าก่อนที่จะลูกค้าจะกล่าวออกมา ย่อมจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกประทับใจโดยง่าย ทำให้เกิดการบอกกล่าวปากต่อปาก สามารถ

ขยายฐานลูกค้าเพิ่มขึ้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าธนาคารควรให้ความสำคัญในการอบรมพนักงานในด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้าให้สอดคล้องกับคำขวัญของธนาคาร เพื่อนักคิดมิตรคู่บ้าน

6. ด้านบุคลิกภาพ ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่โดยรวมและรายชื่ออยู่ในระดับค่อนข้างสูง ความพึงพอใจในรายชื่อสูงในข้อ แต่งกายเรียบร้อย จะเห็นได้ว่าการให้บริการลูกค้า บุคลิกภาพของพนักงานเป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจน โดยเฉพาะการแต่งกาย ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จึงมีนโยบายด้านการแต่งกายให้ถูกระเบียบเพื่อ ภาพพจน์ที่ดีของธนาคาร ส่วนหน้าตายิ้มแย้ม อารมณ์ที่มั่นคง และความสุขภาพ เป็นเรื่องบุคลิกส่วนบุคคล ผู้วิจัยจึงเห็นว่า ผู้บริหารธนาคารควรจัดให้มีการประกวดพนักงานดีเด่น หรือจัดให้มีกล่องรับคำติชมจากลูกค้า เพื่อกระตุ้นให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาบุคลิกภาพ และการบริการให้เกิดความพึงพอใจแก่ ลูกค้าสูงสุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของพนักงาน เคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ สาขาอื่นเพื่อเป็นการเปรียบเทียบเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ แม่นยำขึ้น

2. ควรได้มีการศึกษาถึงความเข้าใจของพนักงานเคาน์เตอร์ว่ามีความเข้าใจถึงความต้องการในการ ใช้บริการของลูกค้าอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางในการฝึกอบรมพนักงานในการให้บริการของธนาคารต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- ข่าวสารของเรา .(2544,24 กันยายน). 25 (1203).
- จำรัส มาศวรรณ. (2538). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านฝากของธ.ก.ส.สาขาย่อย. ภาคนิพนธ์ สศ.ม. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชนะ กล้าชิงชัย. (2541). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์:กรณีศึกษาสาขาบึงบอระเพ็ด จังหวัดศรีสะเกษ. ภาคนิพนธ์ สศ.ม.(พัฒนาสังคม) .กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์. (2538). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี. ภาคนิพนธ์ สศ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ธัญวรัตน์ กฤษณรัตน์. (2542). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) หลังการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการปฏิบัติงานของสาขา ศึกษาเฉพาะกรณีสาขายะลา. ภาคนิพนธ์ สศ.ม.(พัฒนาสังคม) กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร ศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นิคม สอาดเยี่ยม. (2539). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาซีคอนสแควร์. ภาคนิพนธ์ สศ.ม. (พัฒนาสังคม) .กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นราศรี ไวนิชกุล และ ชุติศักดิ์ อุมศรี. (2542). ระเบียบวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีรพงษ์ เฉลิเมธีรัตน์.(2538). คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพฯ : บริษัทประชาชนจำกัด.
- วรรณฤดี ภูทอง. (2539). ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการด้านคุณภาพบริการพยาบาลที่ให้แก่ผู้ประกันตนกับ คุณ ภาพบริการพยาบาลที่ผู้ประกันตนรับรู้ โรงพยาบาลรัฐ กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ พย.ม. (การบริหารการพยาบาล). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์.(2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- โสภณ สรวงชลธาร. (2541). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในระบบ Re-engineering ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขต 52. ภาคนิพนธ์ สศ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2536). สร้างบริการสร้างความประทับใจ. กรุงเทพฯ : หจก.เอช-เอนการพิมพ์.
- สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2544). การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อมรินทร์.
- สุวัฒนา ไบเจริญ. (2540). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคคำ). วิทยานิพนธ์ กศ.ม.มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัย มหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- Parasuraman,Zeithaml and Berry. (1990). *Delivering Quality Service,balancing customer perceptions and expectations*. New York : The Free Press.

. Zikmund, William G. (2000). *Business Research Methods*. New York : The Dryden Press.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคาร
กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลที่ได้นี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงการให้บริการ
ของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารต่อไป ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามอย่าง
เที่ยงตรง และผู้จัดทำขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือมาไว้ ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด
เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. สถานภาพสมรส

☐ โสด

☐ สมรส

☐ หม้าย / แยกกันอยู่ / หย่า

3. อายุ

☐ 15 - 24 ปี

☐ 25 - 34 ปี

☐ 35 - 44 ปี

☐ 45 - 54 ปี

☐ 55 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

☐ นักเรียน/นิสิต / นักศึกษา

☐ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ ต่ำกว่า 5,000 บาท

☐ 5,000 - 19,999 บาท

☐ 20,000 - 34,999 บาท

☐ 35,000 - 49,999 บาท

☐ 50,000 บาท ขึ้นไป

7. ระยะเวลาการเป็นลูกค้า

☐ ต่ำกว่า 1 ปี

☐ 1 - 2 ปี

☐ 2 ปี ขึ้นไป

8. ผู้แนะนำให้มาใช้บริการ

☐ พนักงานของธนาคาร

☐ บุคคลในครอบครัว

☐ บุคคลทั่วไป

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

ตอนที่ 2

คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ

จำกัด (มหาชน)

ให้ทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องที่ท่านคิดว่าตรงตามบุคลิกลักษณะของพนักงานเคาน์เตอร์ในการให้บริการ โดยให้คะแนน 7 คะแนน ถ้าเห็นด้วยมากที่สุดกับข้อความด้านซ้าย

6 คะแนน ถ้าเห็นด้วยมากกับข้อความด้านซ้าย

5 คะแนน ถ้าเห็นด้วยน้อยกับข้อความด้านซ้าย

4 คะแนน ถ้าเห็นเป็นกลางกับข้อความด้านซ้าย และขวา

3 คะแนน ถ้าเห็นด้วยน้อยกับข้อความด้านขวา

2 คะแนน ถ้าเห็นด้วยมากกับข้อความด้านขวา

1 คะแนน ถ้าเห็นด้วยมากที่สุดกับข้อความด้านขวา

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ		
1.1 พนักงานจัดเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกพร้อมให้บริการ	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	พนักงานไม่ได้จัดเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวก
1.2 พนักงานจัดวางเอกสารธนาคารให้เห็นชัดเจน	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	พนักงานไม่จัดวางเอกสารธนาคารให้เห็นชัดเจน
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้		
2.1 รักษาคำพูดที่ให้กับลูกค้า	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ผิดคำพูดเสมอ
2.2 มีความน่าเชื่อถือ	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ไม่น่าไว้วางใจ
2.3 ซื่อสัตย์	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ทุจริต
2.4 จริงใจต่อลูกค้า	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	เสแสร้ง
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า		
3.1 เต็มใจตอบข้อซักถาม	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ไม่สนใจตอบข้อซักถาม
3.2 สามารถแก้ปัญหาได้ทันทีทันใด	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ไม่สามารถแก้ปัญหาได้
3.3 รวดเร็ว	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ล่าช้า
3.4 ให้เกียรตินับถือลูกค้า	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ไม่ให้เกียรตินับถือลูกค้า

4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า		
4.1 เป็นมืออาชีพ	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	อ่อนหัด
4.2 มีความรู้ความชำนาญในงาน	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ขาดความรู้ความชำนาญในงาน
4.3 รอบคอบ	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ประมาท เลินเล่อ
4.4 มีความสม่ำเสมอ และถูกต้อง	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ให้บริการผิดพลาดอย่างมาก
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า		
5.1 พุดคุยเป็นกันเอง	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ไม่สนทนากับลูกค้า
5.2 สื่อสารเข้าใจง่าย	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	สื่อสารเข้าใจยาก
5.3 เข้าใจและรู้จักลูกค้า	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ไม่เข้าใจและไม่รู้จักลูกค้า
5.4 ทราบความต้องการของลูกค้า	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ไม่ทราบความต้องการของลูกค้า
6 ด้านบุคลิกภาพ		
6.1 แต่งกายเรียบร้อย	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	แต่งกายไม่เรียบร้อย
5.2 หน้าตาอิ่มแถมแจ่มใส	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	หน้าตาบึ้งตึง
5.3 อารมณ์มั่นคง	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	เจ้าอารมณ์
5.4 สุขภาพ	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ไม่สุขภาพ

คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย
จำกัด (มหาชน)

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ		
1.1 พนักงานจัดเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกพร้อมให้บริการ	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	พนักงานไม่ได้จัดเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวก
1.2 พนักงานจัดวางเอกสารธนาคารให้เห็นชัดเจน	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	พนักงานไม่จัดวางเอกสารธนาคารให้เห็นชัดเจน
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้		
2.1 รักษาคำพูดที่ให้กับลูกค้า	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ผิดคำพูดเสมอ
2.2 มีความน่าเชื่อถือ	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ไม่น่าไว้วางใจ
2.3 ซื่อสัตย์	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ทุจริต
2.4 จริงใจต่อลูกค้า	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	เสแสร้ง
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า		
3.1 เต็มใจตอบข้อซักถาม	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ไม่สนใจตอบข้อซักถาม
3.2 สามารถแก้ปัญหาได้ทันทีทันใด	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ไม่สามารถแก้ปัญหาได้
3.3 รวดเร็ว	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ล่าช้า
3.4 ให้เกียรตินับถือลูกค้า	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ไม่ให้เกียรตินับถือลูกค้า
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า		
4.1 เป็นมืออาชีพ	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	อ่อนหัด
4.2 มีความชำนาญในงาน	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ขาดความรู้ความชำนาญในงาน
4.3 รอบคอบ	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ประมาท เลินเล่อ
4.4 มีความสม่ำเสมอ และถูกต้อง	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ให้บริการผิดพลาดอย่างมาก

5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า		
5.1 พูดคุยเป็นกันเอง	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ไม่สนทนากับลูกค้า
5.2 สื่อสารเข้าใจง่าย	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	สื่อสารเข้าใจยาก
5.3 เข้าใจและรู้จักลูกค้า	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ไม่เข้าใจและไม่รู้จักลูกค้า
5.4 ทราบความต้องการของลูกค้า	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ไม่ทราบความต้องการของลูกค้า
6 ด้านบุคลิกภาพ		
6.1 แต่งกายเรียบร้อย	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	แต่งกายไม่เรียบร้อย
5.2 หน้าตาอึดอัดแจ่มใส	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	หน้าตาบึ้งตึง
5.3 อารมณ์มั่นคง	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	เจ้าอารมณ์
5.4 สุขภาพ	____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ : ____ 7 6 5 4 3 2 1	ไม่สุขภาพ

ภาคผนวก ข.
หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ . บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5641.

ที่ ทบ 1012/ 6421

วันที่ ๑๖ สิงหาคม 2545

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางพนิดา ชื้อสตัยสกุลชัย นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่” โดยมี อาจารย์อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางพนิดา ชื้อสตัยสกุลชัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ ทม 1012/ 63 54



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

26 สิงหาคม 2545

เรื่อง ขอความร่วมมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางพนิดา ชื่อสัตย์สกุลชัย นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่” โดยมี อาจารย์อภिरัฐ ตั้งกระจ่าง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขออนุญาตใช้สถานที่ และขอให้ลูกค้าที่ใช้บริการในธนาคารกรุงเทพ จำกัด สาขาสีลม และสาขาบางรัก จำนวน 333 คน ตอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ ในระหว่างเดือน กันยายน - ตุลาคม 2545

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางพนิดา ชื่อสัตย์สกุลชัย ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภกรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5731, 5644

โทรสาร. 02-258-4119

ภาคผนวก ค.

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ อาจารย์ประจำภาค บริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา อาจารย์ประจำภาค บริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ - ชื่อสกุล

พนิดา ชื่อสัตย์สกุลชัย

วันเดือนปีเกิด

20 เมษายน 2510

สถานที่เกิด

ภูเก็ต

สถานที่อยู่ปัจจุบัน

122/41 ถนนรามคำแหง ซอย 36/1 หัวหมาก บางกะปิ
กรุงเทพ 10240

สถานที่ทำงานปัจจุบัน

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสุรวงศ์

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2527

มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสตรีภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต

พ.ศ.2531

ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาและวรรณคดีอังกฤษ)

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จังหวัดกรุงเทพ