



ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน
สาขาน้ำแ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

ปริญญา	เพชรรุ่งฟ้า	5224108086
สุวรรณา	จิ๋วเชื้อพันธ์	5224108081
กุลนิษฐ์	พึงหิรัญ	5224108087
ฐปวรรณ	จันธิวงศ์	5224108089
วรางคณา	รูปวิเชตร	5224108108
แสงฟ้า	ชุ่มปลั่ง	5224108125

รายงานการวิจัยเสนอต่อโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จังหวัดสมุทรสาคร

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป)

ปีการศึกษา 2553

ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน
สาขabanแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

ปริญญา	เพชรรุ่งฟ้า	5224108086
สุวรรณา	จิ๋วเชื้อพันธ์	5224108081
กุลนิษฐ์	พิ่งหิรัญ	5224108087
ฐปวรรณ	ขันธิวงศ์	5224108089
วรางคณา	รูปวิเชตร	5224108108
แสงฟ้า	ชุ่มปลั่ง	5224108125

รายงานการวิจัยเสนอต่อโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จังหวัดสมุทรสาคร

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป)

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

CUSTOMER SATISFACTION ON THE SERVICE OF THE
GOVERNMENT SAVING BANK, BAN PAEW BRANCH,
SAMUTSAKHON

PARINYA	PHETCHRUNGFA	5224108086
SUWANNA	JEWCHUAPAN	5224108081
KULANIT	PUNGHIRUN	5224108087
TAPAWAN	KANTIWONG	5224108089
WARANGKANA	ROOBVICHAT	5224108108
SANGFA	CHUMPLANG	5224108125

RESEARCH REPORT SUBMITTED TO THE MASTER OF BUSINESS
ADMINISTRATION PROGRAM, SAMUTSAKHON.

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION, RAMKHAMHAENG
UNIVERSITY

IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
(MANAGEMENT)

ACADEMIC YEAR 2010

COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

ชื่อเรื่องวิจัย ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน
 สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร
ชื่อผู้เขียน นายปริญญา เพชรรุ่งฟ้า และคณะ
สาขาวิชาและคณะ สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย รองศาสตราจารย์สมพล พุ่งหว่า

 โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จังหวัดสมุทรสาคร คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง อนุมัติให้รายงานวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

.....ประธานโครงการฯ
(รองศาสตราจารย์สมพล พุ่งหว่า)

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องวิจัย	ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร
ผู้วิจัย	นายปริญญา เพชรรุ่งฟ้า และคณะ
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2553
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์สมพล ท่งหว่า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ในด้านต่าง ๆ 3 ด้าน ดังนี้ ด้านสถานที่บริการ ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการและการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ลูกค้าทั่วไปที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ independent sample *t*-test One way ANOVA และ Pearson Chi-square ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพสมรสแล้ว ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการเป็นจำนวนมาก ที่สุด และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ 5,001-10,000 บาท

2. การใช้บริการในภาพรวมมีผู้มาใช้บริการในวันจันทร์มากที่สุด ส่วนช่วงเวลาที่มาใช้บริการมากที่สุด คือ 08.30-10.30 น. และมีจำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือนมากที่สุด คือ 1-3 ครั้งต่อเดือน ประเภทบริการที่มาติดต่อส่วนใหญ่ คือ บริการ ฝาก-ถอน โดยมีเหตุผลในการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร คือ อยู่ใกล้บ้าน/สะดวก เป็นจำนวนมากที่สุด ในภาพรวมของผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่

ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการและการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้ง 3 ด้าน

3. ในด้านกระบวนการและการให้บริการนั้น มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรกเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความชัดเจนของข้อความในใบบันทึกรายการถอนเงินสดผ่านเครื่องเอทีเอ็ม ความรวดเร็วในการทำรายการของเครื่องเอทีเอ็ม และการจัดลำดับในการให้บริการ ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับ เรียงจากน้อยไปหามาก ได้แก่ การเสนอขายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จำนวนช่องบริการ/จำนวนพนักงานให้บริการ และตู้เอทีเอ็มตั้งอยู่ในตำแหน่งที่มีความปลอดภัยในการใช้บริการ

4. ด้านพนักงาน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก เรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ พนักงานมีการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อย ผู้จัดการสาขามีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ และพนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับ เรียงจากน้อยไปหามาก ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ การตรงต่อเวลาของพนักงาน และพนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำถูกต้อง

5. ความพึงพอใจในด้านสถานที่นั้น มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก เรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ สถานที่มีความสะอาดสวยงาม การจัดสถานที่ภายในเป็นสัดส่วนมีระเบียบ และใบฝากเงิน-ถอนเงินจัดวางสะดวกต่อการหยิบใช้ ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับ เรียงจากน้อยไปหามาก ได้แก่ มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ มีบริการน้ำดื่ม/ลูกอมแจกลูกค้าขณะนั่งรอรับบริการ และมีที่นั่งรอรับบริการเพียงพอกับจำนวนลูกค้า

ABSTRACT

Reserch Title	Customer Satisfaction and Behavior on The Service of The Government Savings Bank, Ban Paew Branch, Samutsakorn
Researcher	Mr.Parinya Phetchrungfa and Group
Degree	Master of Business Administration
Academic Year	2010
Reserch Advisor	Assoc. Prof. Sompon Thungwha

This research is an emphasis on the study of customer satisfaction and behavior on the service of the Government Savings Bank, Ban Paew Branch, Samutsakorn province in 3 aspects as : the bank's work area, service provision and operating procedure of the bank facility. The sampling group was the bank's general customers who visited for banking service of the Government Savings Bank, Ban Paew Branch, Samutsakorn province of a total 400 people. The survey questionnaire was used as a surveying tool to gather the customer satisfaction data. The statistic being used to analyze included percentage, average score, Standard Deviation, Analysis of Differences by t-Test, One-Way ANOVA and Simple Correlation Analysis by Pearson. Results from the research as follows:

1. Most of the customers who used the service of the Government Savings Bank, Ban Paew Branch, Samutsakorn province were FEMALE aged between 26 to 35 years old with married status. Most of them were Bachelor

graduated and had highest number of occupation as merchant/private business owner with the average monthly income between 5,000 to 10,000 Baht.

2. The overall perspective of customer service showed that the customers intensively visited the bank on Monday, the peak service period was between 08:30 to 10:30 hrs. and the number of service used per month indicated 1 to 3 times per month. Type of service the customer contacted most was the Deposit-Withdraw service under the top rated reason that the service provided by the Government Savings Bank, Ban Paew Branch, Samutsakorn province was the nearest location to their houses and very convenience for the customers. Moreover, the customer satisfactory level was high and when examined in specific aspect, the research found that customer satisfaction on operating procedure, the bank's service provision and the bank's work area were high for all of these 3 aspects.

3. Regarding the operating procedure and service provision, they had the highest Average score of customer satisfactory level. The top 3 rated aspects in descending order are the clearness of the information on the ATM slip, the speed of the ATM machine and the sequence management of the service provision. The 3 aspects acquired the lowest customer satisfactory level ranking in ascending order are the offering of various bank's products, service counter/number of bank's staff ready to serve and the security of the ATM machine's location.

4. Bank's service staff received the highest Average score for customer satisfactory level. The top 3 rated aspects in descending order are bank's staff dressed clean and properly, the Branch Manager is reliable and trustworthy,

and honesty of Bank's staff to the customer. The 3 aspects acquired the lowest customer satisfactory level ranking in ascending order are the enthusiasm of service provided by bank's staff, the punctuality of bank's staff and the ability of bank's staff to provide the right advice to a customer.

5. The customer satisfactory level of the bank's work area received the highest Average score. The top 3 rated aspects in descending order are cleanness of the bank's work area, the interior design was well organized and the Deposit-Withdraw slips were placed in a convenient order for use by the customer. The 3 aspects acquired the lowest customer satisfactory level ranking in ascending order are the sufficiency of parking place, free service of drinking water/candy for the customer during the waiting list and the sufficiency of the seats for customers.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลงได้ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์สมพล
ท่งหว่า อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ท่านได้สละเวลาอันมีค่า พร้อมทั้งให้คำปรึกษา
ตลอดจนคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนงานวิจัยนี้สำเร็จ
ลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบคุณ คุณประยุทธ์ สุกคำ คุณสุรศักดิ์ ไรจน์ประดิษฐ์ และคุณบุญส่ง กรีวงษ์
ผู้บริหารธนาคารออมสิน ที่ได้กรุณาตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ตลอดจน
ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลต่าง ๆ และขอขอบคุณ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่เป็นแหล่งให้การศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์
ต่าง ๆ

สุดท้ายนี้ คณะผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาปริญญาโท “RU THE ONE”
ทุกท่านที่ช่วยแบ่งปันความรู้ และประสบการณ์ สำหรับส่วนที่เป็นประโยชน์ของงาน
วิจัยนี้ ขอมอบความกตัญญูกตเวทิตาคุณแด่บิดา มารดา ครูอาจารย์ และผู้มีพระคุณ
ทุกท่าน

คณะผู้วิจัย

ตุลาคม 2553

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาธนาคารพาณิชย์ของประเทศไทยได้ขยายสาขาให้บริการอย่างรวดเร็ว มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ โดยเฉพาะระบบคอมพิวเตอร์ที่เริ่มมีบทบาทอย่างมากในระบบการให้บริการของธนาคาร มีการเปลี่ยนแปลงจากธนาคารกระดาษ (paper banking) ซึ่งต้องใช้เอกสารจำนวนมากในการบันทึกรวบรวมข้อมูล มาสู่ยุคของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (electronic banking) ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงแนวทางการตลาดจากเดิมที่เคยเน้นแต่การขยายสาขาเป็นหลัก มาเป็นการเสนอขายบริการใหม่ ๆ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าพร้อมกับการโฆษณา และประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ มากขึ้น (สิริสา เรือรถาวร, 2547)

ในโลกธุรกิจทุกวันนี้ เป็นโลกเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงผันผวนอยู่ตลอดเวลา ทำให้ธุรกิจไม่สามารถหยุดนิ่งได้ จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีระบบเศรษฐกิจที่มั่นคง เนื่องจากเป็นเมืองอุตสาหกรรม ที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีสถานที่เหมาะสมกับการตั้งโรงงานอุตสาหกรรม ทำให้เกิดภาคการบริการต่าง ๆ ตามมา การปรับตัวให้ทันกับโลกที่เปลี่ยนแปลง ต้องเป็นไปอย่างรวดเร็ว และโดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคธุรกิจการเงิน และการให้บริการ ซึ่งจะต้องมีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจโลก การเปิดเสรีทางการเงิน ซึ่งมีธนาคารต่างชาติหั่งไหลเข้ามาให้ลูกค้าเลือกใช้บริการได้หลากหลาย รวมถึงธนาคารไทยหลาย ๆ ธนาคาร ก็มีการเปลี่ยนแปลงปรับภาพลักษณ์ และกระบวนการขั้นตอนในการทำงาน และการให้บริการรวมถึงการสื่อให้ประชาชนได้รับรู้ถึงการบริการในรูปแบบใหม่ ๆ เพราะนอกจากความเคลื่อนไหวของกลุ่มคู่แข่งในตลาดแล้ว ความคาดหวังของลูกค้าก็ได้มีการพัฒนาการที่สูงขึ้นด้วย

ทุกวันนี้ทุกกิจการ จึงมีเป้าหมายโดยมุ่งไปที่ลูกค้าทั้งสิ้น คือ การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ของการตัดสินใจดำเนินการต่าง ๆ ของกิจการ การให้ความสำคัญกับลูกค้าด้วยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า (customer satisfaction) จะทำให้เกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และถือเป็นสิ่งสำคัญต่อความอยู่รอดและเติบโตขององค์กร โดยการวางกลยุทธ์ และกำหนดวิธีการต่าง ๆ ที่จะทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการซ้ำ ๆ จนเป็นลูกค้าประจำ เพื่อลูกค้าจะได้ไม่ไปซื้อสินค้า หรือบริการจากคู่แข่ง การสร้างและรักษาลูกค้าไว้ให้ได้โดยการสร้างความพึงพอใจที่สูงกว่าคู่แข่ง จึงเป็นภารกิจที่สำคัญของผู้บริหารของทุกองค์กร

สิริสา เขียรถาวร (2547) กล่าวว่า จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีประกอบกับความต้องการความสะดวกสบายของลูกค้า ทำให้ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ มีการแข่งขันในการให้บริการมากขึ้น ก่อนวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ. 2540 ธุรกิจธนาคารส่วนใหญ่ต่าง มุ่งไปยังลูกค้ารายใหญ่ในกลุ่มธุรกิจ (corporate banking) มากกว่าลูกค้ารายย่อย (retail banking) ในยุคนั้นมีเพียงสถาบันการเงินอย่าง ซีทีแบงก์ เท่านั้นที่มุ่งเจาะตลาดในกลุ่มลูกค้ารายย่อย ถือเป็นนโยบายตลาดหลักที่ยึดปฏิบัติมาก่อนหน้าที่ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งอื่น จะใช้มาเป็นแนวทางในการรุกตลาดนานเกือบ 2 ทศวรรษ เมื่อกระแสวิกฤตเศรษฐกิจเบาบางลง ธนาคารพาณิชย์ไทยต่างเปลี่ยนแปลงมาเป็นธนาคารที่ถือหุ้นโดยคนไทยและต่างชาติเป็นจำนวนมาก ลูกค้ารายย่อยกลายเป็นเป้าหมายสำคัญที่ธุรกิจธนาคารยุคใหม่ต่างเร่งรุกหากลยุทธ์ทางการตลาดหลากหลายรูปแบบนำออกมาใช้เพื่อการเจาะสู่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะการใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร และตัวผลิตภัณฑ์ ธนาคารเอเชีย เป็นตัวอย่างของธุรกิจธนาคารรายแรก ๆ ที่มีการเคลื่อนไหวในเรื่องของการสร้างภาพลักษณ์ ด้วยการปรับเปลี่ยนธนาคารให้มีความทันสมัยที่ทำให้ผู้บริโภคเริ่มมองเห็นภาพลักษณ์ที่เปลี่ยนไปของธนาคารยุคใหม่ ที่มีความทันสมัยมากขึ้น มีการพัฒนาทางเทคโนโลยี และกระบวนการทำงานที่ชัดเจน โปร่งใสยิ่งขึ้น ธนาคารกรุงศรีอยุธยาเป็นอีกหนึ่งตัวอย่างที่เปลี่ยนภาพลักษณ์ของธุรกิจธนาคารด้วยการออกแบบภาพลักษณ์ใหม่ ของสาขาของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ดังนั้นการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับองค์กร จึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสม เพื่อการปรับตัวสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ และตลาดการเงินในยุคใหม่ นโยบายการทำตลาดของธนาคารกรุงศรี

อยุธยาที่มุ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายใหม่ จะเน้นการสร้างพันธมิตรไปตามสไตล์ของกลุ่มเป้าหมาย เช่น พันธมิตรในกลุ่มธุรกิจมือถือ กลุ่มเอ็นเตอร์เทนเมนต์ อย่างโรงภาพยนตร์ เพื่อให้สามารถกระจายสู่กลุ่มเป้าหมายต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว เช่น การทำกิจกรรมร่วมกับทั้ง 3 ค่ายหนัง ไม่ว่าจะเป็น เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ เอสเอฟซีนีมาซิตี และอีจิวในรูปแบบของกิจกรรมการตลาดที่ไม่ซ้ำแบบกัน ทำให้ธนาคารกรุงศรีอยุธยาสามารถครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายได้ตามที่กำหนดไว้ ความเปลี่ยนแปลงที่จะเห็นต่อไปจึงเป็นเรื่องของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยธนาคารกรุงศรีอยุธยาได้วางนโยบายในด้านนี้ไว้ว่าจะต้องไม่พยายามสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ในช่วงแรกของการเปลี่ยนแปลง แต่จะเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ให้มากขึ้น เช่น การเปิดตัวบัตรเอทีเอ็ม กรุงศรีอยุธยา รูปแบบใหม่ที่มีการดีไซน์ด้วยตัวการ์ตูน 3 รูปแบบ เพื่อมุ่งเจาะเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มนักเรียน นักศึกษา จะส่งผลให้ภาพลักษณ์บัตรกรุงศรีอยุธยา และผู้ถือบัตรเปลี่ยนเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเด็กวัยรุ่นที่ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน โดยลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ ๆ มีการพัฒนาระบบการทำงาน และนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการทำงานซึ่งจะเห็นได้ว่าการแข่งขันของธุรกิจธนาคารได้มาถึงจุดที่ต้องแข่งขันกันด้วยเทคโนโลยีและความแปลกใหม่ในการบริการ ตลอดจนความรวดเร็วในการนำเสนอบริการใหม่ ซึ่งการให้บริการเครื่องรับฝาก/ถอนเงินอัตโนมัติ หรือที่รู้จักกันคือ เครื่อง ADM เป็นเครื่องเทอร์มินัลประเภทหนึ่ง que เชื่อมต่อกับระบบคอมพิวเตอร์ของธนาคารในลักษณะเชื่อมต่อตรง (ออนไลน์) โดยผ่านทางสายโทรศัพท์ ที่ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้โดยไม่ต้องเข้าไปใช้บริการที่สาขาของธนาคาร เช่น การถอนเงิน การฝากเงิน การโอนเงิน เป็นต้น

ธนาคารออมสินเป็นสถาบันทางการเงินเฉพาะกิจของรัฐ ที่มีประวัติกิจการยาวนานถึง 95 ปี ที่ดำเนินธุรกิจทั้งในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม เพื่อสนับสนุนนโยบายรัฐบาลในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความเข้มแข็งของเศรษฐกิจระดับฐานราก ไปพร้อมกับการพัฒนาเศรษฐกิจระดับมหภาค โดยมุ่งส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถของประชาชน ในระดับเศรษฐกิจฐานราก ขยายฐานลูกค้าและปริมาณการทำธุรกรรมทางการเงิน และปรับปรุงศักยภาพการบริหารจัดการ

เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธนาคาร ปัจจุบันธนาคารออมสินได้มีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์องค์กรใหม่ ตลอดจนปรับปรุงยกระดับศักยภาพบุคลากรในองค์กร ปรับกระบวนการทัศน์การทำงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น ปรับทัศนคติการให้บริการสู่ความเป็นเลิศ รวมถึงการปรับใช้ระบบเทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์สูงสุด จากแนวนโยบายที่ต้องการสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนแก่ประชากรระดับฐานราก

ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่า การจะรักษาลูกค้าไว้ได้นั้นเราต้องมีการปรับปรุงพัฒนารูปแบบและการให้บริการอย่างต่อเนื่อง จึงสนใจศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ
2. ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

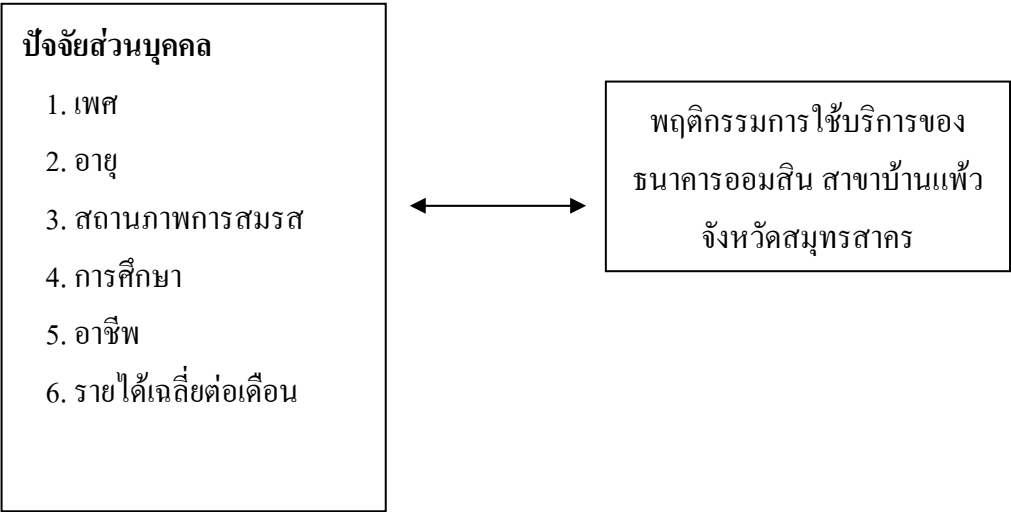
ตัวแปรที่สำคัญ คือ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว ในด้านสถานที่ ด้านการให้บริการ ด้านเทคโนโลยี และด้านบุคลากร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยจากสมมติฐานที่ 1

ตัวแปรที่ 1

ตัวแปรที่ 2



กรอบแนวคิดในการวิจัยจากสมมติฐานที่ 2

ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพการสมรส
4. การศึกษา
5. อาชีพ
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม

ความพึงพอใจในการใช้บริการของ
ธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว
จังหวัดสมุทรสาคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

ธนาคาร หมายถึง ธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร
พนักงาน หมายถึง เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของธนาคาร
ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่เป็นเจ้าของบัญชี หรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการกับธนาคาร
ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ความพอใจ และความประทับใจ
การบริการ หมายถึง ประเภทการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ ของธนาคาร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร
ออมสิน สาขาบ้านแพ้ว เพื่อหาแนวทางพัฒนาปรับปรุงแก้ไขให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ
สูงสุด

2. ทำให้ทราบถึงข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการให้บริการ
ธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อพิจารณาหาแนวทางในการ
ปรับปรุงแก้ไขในการให้บริการ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร มีแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้า
2. กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
3. คุณภาพการให้บริการ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. สรุปแนวความคิดที่ได้จากการศึกษางานวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้า

แนวความคิดเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction)

Phillip Kotler (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) ได้กล่าวไว้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ว่าเป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์มาจากการเปรียบเทียบ ระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวัง ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก

ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ สามารถจำแนกได้เป็น 2 ความหมาย ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ (customer satisfaction) และความพึงพอใจในงาน (job satisfaction) ของผู้ให้บริการดังนี้

1. ความหมายของความพึงพอใจของผู้รับบริการตามแนวคิดของนักการตลาดจะพบนิยามของความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็น 2 นัย คือ ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลักให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังจากสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง” มักพบในงานวิจัยการตลาดที่เน้นแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์ สำหรับความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลักให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมด ของประสบการณ์หลายๆอย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง” หรืออีกนัยหนึ่งคือ “ความพึงพอใจ” หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

2. ความหมายของความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ ตามแนวคิดของนักจิตวิทยาองค์กร ความพึงพอใจในการทำงานจะมีผลต่อความสำเร็จของเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดี และประทับใจในบริการที่ได้รับจนตัดสินใจ และกลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานถือเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด เพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดยั้ง และส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจึงกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

Gronroos (อ้างถึงใน วิชัย เชื้อมวราศาสตร์, 2546) กล่าวว่า การที่ลูกค้าจะสามารถรับรู้ได้ว่าคุณภาพของการบริการที่ดีหรือไม่นั้น เป็นผลมาจากคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวัง (expect quality) ตรงกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการ (experienced quality) เกิดเป็นภาพรวมของงานบริการที่มีคุณภาพ (total perceived service quality) ซึ่งสามารถสร้างให้เกิดขึ้นโดยอาศัยหลักการ 6 ประการดังนี้

1. การเป็นมืออาชีพและมีทักษะของผู้ให้บริการ (professionalism and skill)
ลูกค้าสามารถรับรู้จากการที่ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะในงานบริการสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีแบบแผน

2. ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ (attitude and behavior) ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็นมิตร และช่วยแก้ไขปัญหานั้นได้ทันที

3. การที่สามารถเข้าพบได้ง่ายและมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ (accessibility and flexibility) ลูกค้าจะตัดสินใจจากสถานที่ตั้งสำนักงาน และเวลาที่ให้บริการของพนักงาน และระบบการบริการที่จัดเตรียมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่

4. ความไว้วางใจ และความเชื่อถือได้ (reliability and trustworthiness) ลูกค้าสามารถรับรู้ได้จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หลังจากการที่ผู้ให้บริการปฏิบัติได้ตามที่ได้ตกลงกันไว้

5. การแก้ไขสถานการณ์ให้กลับสู่สภาพปกติ (recover) เมื่อใดก็ตามที่เหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นโดยไม่คาดคิดไว้ล่วงหน้า หรือเหตุการณ์ที่ผิดไปจากปกติ และผู้ให้บริการนั้นสามารถที่จะแก้ไขสถานการณ์นั้น ๆ ได้ในทันทีที่สามารถกอบกู้สถานการณ์ให้กลับสู่สภาพปกติด้วยวิธีการที่เหมาะสม

6. ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือ (reputation and credibility) ลูกค้าจะเชื่อในชื่อเสียงของผู้ให้บริการจากการที่ผู้ให้บริการภายในขอบเขตของหน้าที่ทางการบริการ

กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

Mill and Morrison (อ้างถึงใน สุชีรา ฐิติภูมิเดชา, 2548) กล่าวว่า กระบวนการที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการคือ

1. ความจำเป็น (needs) ลูกค้ามีความจำเป็นที่จะต้องมิจกกรรมที่เกี่ยวกับการใช้สินค้าและบริการนั้นๆ

2. ความต้องการ (wants) ลูกค้ามีความต้องการที่จะมิจกกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ

3. วัตถุประสงค์ (objective) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความจำเป็น และความต้องการ

4. การตลาด (marketing) เนื่องจากงานโฆษณาเป็นส่วนหนึ่งของการตลาด ดังนั้นการตลาดจึงเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง กล่าวคือ มีหน้าที่สร้าง (creates) การรับรู้ และตระหนักถึง (awareness) ที่ทำให้ลูกค้าเกิดความต้องการที่จะตอบสนองความจำเป็น

5. แรงจูงใจ (motivation) ตอบสนองวัตถุประสงค์ คือ ความรวดเร็วและตอบสนองต่อวัตถุประสงค์นั้น ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (satisfaction) ตามความจำเป็น

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการ โดยการประเมินคุณภาพของการบริการ (ปีทมากร ระเบียบ, 2550) พบว่า ผู้บริโภคใช้ปัจจัย 10 ประการในการประเมินคุณภาพของการบริการ ซึ่งได้แก่

1. ความสะดวก (access) หมายถึง ความสะดวกในการเข้าพบ หรือติดต่อกับผู้ให้บริการครอบคลุมถึงเวลาที่เปิดดำเนินการ สถานที่ตั้ง และวิธีการที่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคในการเข้าพบหรือติดต่อกับผู้ให้บริการ

2. การติดต่อสื่อสาร (communication) หมายถึง การสื่อสาร และให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย รวมทั้งรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ หรือคำติชมของลูกค้าในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการขององค์กร

3. ความสามารถ (competence) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถ และทักษะที่ปฏิบัติงานด้านบริการได้เป็นอย่างดี

4. ความสุภาพ (courtesy) หมายถึง การที่ผู้บริการมีความสุภาพเรียบร้อย มีความนับถือในตัวเองลูกค้า ความรอบคอบ และเป็นมิตรต่อผู้บริโภค

5. ความน่าเชื่อถือ (credibility) หมายถึง ความเชื่อถือได้ ความซื่อสัตย์ขององค์กร รวมถึงบุคลากรผู้ให้บริการด้วย เช่น องค์กรมีชื่อเสียง มีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่น่าไว้วางใจ

6. ความคงเส้นคงวา (reliability) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้สัญญาไว้อย่างแน่นอนและแม่นยำ เช่น การให้บริการตามที่แจ้งไว้กับลูกค้า เป็นต้น

7. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจของผู้ให้บริการที่จะให้บริการอย่างรวดเร็ว

8. ความปลอดภัย (security) หมายถึง การให้บริการที่ปราศจากอันตราย ไม่มีความเสี่ยงหรือความเคลือบแคลงใด ๆ เช่น การใช้เครื่องมือที่สะอาด ปลอดภัย เป็นต้น

9. ลักษณะภายนอก (tangibles) หมายถึง ลักษณะภายนอกที่สามารถมองเห็นได้ของบุคลากร อุปกรณ์ที่ให้บริการ รวมไปถึงสื่อต่างๆที่เผยแพร่ออกไป ว่ามีความเหมาะสม สวยงาม และทันสมัยหรือไม่ เช่น ลักษณะตัวอาคารที่มีความโอโง่งสวยงาม เป็นต้น

10. ความเข้าใจลูกค้า (understanding customers) หมายถึง การพยายามรู้จักและเข้าใจถึงลูกค้า รวมทั้งความต้องการต่าง ๆ ของลูกค้า อาทิ เช่น การจดจำรายละเอียดต่าง ๆ ของผู้บริโภค การเพิ่มบริการต่าง ๆ ตามความจำเป็น และความต้องการของลูกค้า เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

จารุณีย์ ศรีสถาพร (2549) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การให้บริการของ ธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) กับความพึงพอใจของลูกค้า มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การให้บริการ ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านการให้บริการ และด้านสถานที่

ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการของ ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาสูง คือ ระดับปริญญาตรี ส่วนมากมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระดับ 10,000-25,000 บาท เมื่อวิเคราะห์ความพึง-

พอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานบริษัท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน)

กัณฑ์พร ช่วงชิด (2548) ได้ศึกษา ความคาดหวังของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนารูปแบบการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยทำการศึกษาถึงความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อรูปแบบการให้บริการของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน และนำผลจากการศึกษาไปใช้พัฒนารูปแบบการให้บริการของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอนาคต พบว่า ผลการศึกษาลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นโสด มีอาชีพรับจ้างหรือเป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับมากในด้านพนักงานผู้ให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดของธนาคาร ตามลำดับ ส่วนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง

สุวรรณ ตั้งชีวะสมบัติ (2548) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา (มหาชน) สาขานนโชนา จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีสถานภาพโสด มีอายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงาน มีรายได้ 5,000-15,000 บาท บริการที่เคยมาใช้มากที่สุดคือ เงินฝาก ส่วนใหญ่ความถี่ในการมาใช้บริการ 1-2 ครั้ง/เดือน และวันที่มาใช้บริการในแต่ละสัปดาห์ คือ วันจันทร์ มากที่สุด ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) การให้บริการด้านเงินฝาก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังก่อนรับบริการมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านการจัดจำหน่าย และมีความคาดหวังมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ สำหรับความพึงพอใจหลังรับบริการมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ กระบวนการ และความ

พึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และด้านราคา ตามลำดับ

สุชีรา ฐิติภูมิเดชา (2548) ศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของบริษัท โกลเด้น มายด์ เซอร์วิส จำกัด เปรียบเทียบผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัท โกลเด้น มายด์ เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามขนาด ประเภทธุรกิจ เหตุผล และประเภทบริการที่ใช้ และศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการให้บริการของบริษัท โกลเด้น มายด์ เซอร์วิส จำกัด ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของบริษัท โกลเด้น มายด์ เซอร์วิส จำกัด ระดับมากได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการใช้บริการ ด้านบุคลิกภาพของพนักงานด้านมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน และระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านคุณภาพที่เกิดจากการให้บริการ ด้านคุณประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการ ด้านความรู้ความสามารถของพนักงาน ด้านทักษะในการปฏิบัติของพนักงาน เป็นต้น

สุทธานี พรพัฒนานนท์ (2543) ได้ศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาคณนห้วยแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในภาพรวมต่อการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจของลูกค้าระหว่างลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง พบว่า อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และการแจกของชำร่วย หรือของที่ระลึกในเทศกาลสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และความพึงพอใจของลูกค้าอาชีพต่าง ๆ ต่อการให้บริการของธนาคารในด้านสถานที่ ด้านพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านเทคโนโลยี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปีทมากร ระเบียบ (2550) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสิน สาขาคอยเต่า (ธนาคารชุมชน) จังหวัดเชียงใหม่ ผลจากการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง มีอายุ 31-45 ปี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ประเภทบัญชีเงินฝาก กับธนาคาร

ออมสินสาขาซอยเต่า (ธนาคารชุมชน) คือ เพื่อบริการ โดยระยะเวลาที่ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาซอยเต่า คือ 2-3 ปี ใช้บริการด้านเงินฝากกับธนาคารออมสินสาขาซอยเต่า โดยเฉลี่ยจำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการคือ 1-2 ครั้ง/เดือน และเหตุผลที่เลือกเงินฝากกับธนาคารออมสินสาขาซอยเต่า คือ สะดวก ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน

สริสา เขียรถาวร (2547) ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเครื่อง ATM และศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตร ATM ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพโสด อายุ 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้ต่อเดือน 10,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้ตู้ ATM ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องความถูกต้องของเงินที่ได้รับจากการถอนผ่านตู้ ATM รองลงมาคือ เรื่องความรวดเร็วในการทำรายการของ ATM และความสะดวกในการทำรายการผ่าน ATM เพราะความสะดวก

ภาสกร กุลชิต (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพลูกจ้าง พนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่มีสภาพโสด โดยมีประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการได้แก่ ฝาก ถอน โอนเงิน นอกนั้นเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ และพบว่าการประชาสัมพันธ์ให้มาใช้ผลิตภัณฑ์ของธนาคารเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุด รองลงมาได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการของธนาคาร ความสะอาด สะดวกสบายของสถานที่ให้บริการ และการรับประกันคุณภาพในการให้บริการของธนาคาร และความรวดเร็วในการให้บริการของธนาคาร ปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อโอกาสที่ลูกค้าจะพึงพอใจในการให้บริการของธนาคาร นอกจากนี้คุณภาพการให้บริการของธนาคาร และระดับการศึกษา โดยปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อโอกาสที่ลูกค้าจะพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารเพิ่มขึ้นด้วย

โกวิท มหันชัย (2546) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อบริการด้านสินเชื่อของธนาคารที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับ คือ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

สุลิสสา พิชญ์เลิศชาญ (2546) พบว่า ในการบริหารงานสถานีนชนสงโดยสารของ หน่วยงาน 4 หน่วยงาน ภายใต้การกำกับดูแลของกรมการชนสงทางบก มีภาพรวมของ ผู้ใช้บริการสถานีนชนสงผู้โดยสารส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ระหว่าง 31-45 ปี จบ การศึกษา หรือศึกษาในระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า เป็นนักเรียน/นักศึกษา และเข้าใช้ บริการสถานีนชนสงผู้โดยสารน้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน และศึกษาระดับความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและก่อประ โยชนสูงสุด

งานวิจัยต่างประเทศ

David, Christopher, Hua Hwa Au Yong and Esther (2006) กล่าวว่า ลูกค้าของ ธนาคารถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการวางกลยุทธ์ของธนาคาร ในสภาพแวดล้อมการ แข่งขันมากขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งธนาคารจะต้องจัดการให้ธนาคารจะ ต้องระบุถึงแนวทาง หรือปัจจัยที่จะสามารถเอาใจลูกค้าไว้ได้ ซึ่งรวมถึงประสิทธิภาพของพนักงานที่เป็นมือ อาชีพยินดีที่จะแก้ปัญหาให้กับผู้มาใช้บริการ รวมถึงระดับความรู้ และทักษะการสื่อสาร และทักษะการขายของพนักงาน และมีข้อโต้แย้งที่น่าสนใจสำหรับ การจัดการธนาคาร เพื่อพิจารณาปัจจัยโดยการเก็บข้อมูลของลูกค้ามากขึ้น และเน้นความสำคัญของการรักษา ลูกค้าในอุตสาหกรรมธนาคาร แต่มีการศึกษาปัจจัยที่อาจนำไปสู่การรักษาลูกค้าน้อย กว่าที่ควรจะเป็น และการวิจัยที่ได้เผยแพร่เน้นเน้นผลกระทบของแต่ละโครงสร้างโดยไม่ พยายามที่จะเชื่อมโยงพวกเขาในแบบสำรวจเพื่อเพิ่มเติมหรืออธิบายการเก็บรักษาลูกค้า ไว้เท่าไร ดังนั้นควรมีการสร้างความสะดวกคล่องขององค์การกับการรักษาลูกค้าไว้ด้วย เพื่อนำมาปรับใช้ต่อไป

Lin (2007) กล่าวว่า ในทศวรรษที่ผ่านมาความกดดันที่เพิ่มขึ้นของการแข่งขัน ทางด้านธุรกิจซึ่งได้นำไปสู่การพัฒนาของลูกค้า customer relationship management (CRM) ในระยะสั้น ระบบ CRM เป็นแนวปฏิบัติของการรวมกันทุกด้านของการทำงาน

ธุรกิจเกี่ยวกับลูกค้าด้วยความช่วยเหลือของเทคโนโลยี และจุดประสงค์ในการส่งเสริมผล
กำไรของบริษัท ระบบ CRM ได้รับการส่งเสริมอย่างกว้างขวาง และได้รับการยอมรับว่า
เป็นส่วนสำคัญในการอยู่รอดของธุรกิจ

สรุปแนวความคิดที่ได้จากการศึกษางานวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์และพฤติกรรมของ
ผู้มาใช้บริการธนาคารต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงวิธีการทำงานและขั้นตอนการทำงาน และสร้าง
ความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า ผู้วิจัยสามารถสรุปแนวความคิดได้ดังนี้คือ ในปัจจุบัน
การทำงานให้บรรลุผลสำเร็จในการให้บริการของธนาคาร จะต้องให้ความสำคัญกับผู้มา
ใช้บริการมากยิ่งขึ้น เนื่องจาก มีการแข่งขันในการให้บริการของสถาบันการเงินค่อนข้าง
สูง ซึ่งผู้บริหารธนาคารฯ ควรให้ความสำคัญในด้านกระบวนการ ด้านพนักงานที่
ให้บริการ และด้านสถานที่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมการ
ใช้บริการธนาคารออมสินสาขานบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อความพึงพอใจและพฤติกรรม ตลอดจนปัญหาและข้อเสนอแนะที่จะนำไปทำการปรับปรุงและพัฒนาธนาคารได้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มลูกค้าที่มีบัญชีเงินฝากกับธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 6,000 คน (ธนาคารออมสิน, 2553)

กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้วิธีของ Yamane (1973, p. 886) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือที่ยอมให้มีความผิดพลาดได้ร้อยละ 5

สูตรการคำนวณ

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดยกำหนดให้

N คือ จำนวนประชากรทั้งหมด

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

e คือ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด

แทนค่า

$$\begin{aligned} n &= \frac{6,000}{1 + 6,000(0.05)^2} \\ &= 375 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

จึงกำหนดตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 375 ตัวอย่าง เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและเพื่อความเหมาะสม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มเลือกแบบเป็นระบบ (systematic sampling) โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 375 ตัวอย่างซึ่งได้จากการคำนวณโดยใช้วิธีของ Yamane และทำการสุ่มตัวอย่างตั้งแต่วันที่ 9-20 สิงหาคม 2553 คิดเป็น 8 วันทำการ เพราะฉะนั้นจำนวนตัวอย่างที่ทำการสุ่มเลือกต่อวัน และระยะเวลาในการสุ่มเลือกตัวอย่างต่อชั่วโมง สามารถคำนวณได้ดังนี้

จำนวนตัวอย่างต่อวัน = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ/วันทำงาน

$$= 375 \text{ ตัวอย่าง} / 8 \text{ วัน}$$

$$= 46.875 \text{ ตัวอย่าง} / \text{วัน} \text{ คิดเป็น } 47 \text{ ตัวอย่าง} / \text{วัน}$$

จากเวลาที่เปิดทำงานของธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร คือ 08.30-15.30 น. หรือ 7 ชั่วโมง/วัน ดังนั้น

$$\begin{aligned}
 \text{จำนวนตัวอย่างต่อชั่วโมง} &= \text{จำนวนตัวอย่างต่อวัน/ชั่วโมงทำงาน} \\
 &= 47 \text{ ตัวอย่างต่อวัน} / 7 \text{ ชั่วโมงต่อวัน} \\
 &= 6.71 \text{ ตัวอย่าง/ชั่วโมง คิดเป็น 7 ตัวอย่าง/ชั่วโมง}
 \end{aligned}$$

ดังนั้น จากการคำนวณข้างต้น จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างของธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 375 ตัวอย่าง โดยใช้เวลาในการเก็บตัวอย่าง เป็นระยะเวลา 8 วันทำการธนาคาร โดยทำการเก็บตัวอย่าง 7 ตัวอย่าง/ชั่วโมง นั่นคือ ทำการสุ่มตัวอย่างทุก ๆ 9 นาทีต่อ 1 ตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยการเก็บแบบสอบถามจากผู้ที่มาใช้บริการในเดือนกรกฎาคม 2553 โดยให้พนักงานสนามเป็นผู้รวบรวม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงการให้บริการ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาหลักการ รูปแบบ วิธีการสร้างแบบสอบถามจากหนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. กำหนดกรอบ และแนวคิดเพื่อสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

3. ร่างแบบสอบถามที่จะใช้สำหรับวิจัยให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์ที่กำหนดไว้

4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเสนออาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อขอคำแนะนำ และนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสม โดยท่านผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 3 ท่าน คือ

คุณประยุทธ์ สุกคำ ผู้จัดการภาค ธนาคารออมสินภาค 4

คุณสุรศักดิ์ โรจน์ประดิษฐ์ ผู้จัดการเขต ธนาคารออมสินเขตสมุทรสาคร

คุณบุญส่ง กริวงษ์ ผู้จัดการสาขา สาขากระทุ่มแบน

ได้ผลการประเมินค่า IOC ของทุกข้อคำถามมากกว่า 0.5 แสดงว่าแบบสอบถามทุกข้อที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมีความถูกต้องของเนื้อหา

5. นำแบบสอบถามมาทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (cronbach's alpha coefficient) ซึ่งได้ค่าอัลฟาดังนี้

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการของธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

1.ด้านกระบวนการและการให้บริการ ได้ค่าอัลฟาที่ระดับ 0.928

2.ด้านพนักงานที่ให้บริการ ได้ค่าอัลฟาที่ระดับ 0.942

3.ด้านสถานที่ ได้ค่าอัลฟาที่ระดับ 0.957

แสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถามโดยมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ถ้ามีค่าใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นมาก

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) และค่าเฉลี่ย (mean) โดยข้อมูลความพึงพอใจต่อการใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) แต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2544)

คะแนน	ความพึงพอใจ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับคะแนน	การแปลผล
4.50-5.00	ความพึงพอใจมากที่สุด
3.50-4.49	ความพึงพอใจมาก
2.50-3.49	ความพึงพอใจปานกลาง
1.50-2.49	ความพึงพอใจน้อย
1.00-1.49	ความพึงพอใจน้อยที่สุด

สถิติเพื่อการวิเคราะห์

1. ใช้ร้อยละ (%) สำหรับการวิเคราะห์เพื่อบรรยายสภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา และวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อ 1

2. ใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สำหรับการวิเคราะห์ตาม
วัตถุประสงค์ข้อ 2

3. ใช้ chi-square สำหรับการวิเคราะห์ตามสมมติฐานข้อ 1

4. ใช้ independent sample t -test และ One way ANOVA (F -test) สำหรับการ
วิเคราะห์สมมติฐานข้อ 2

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative reserch) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (survey reserch) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS การนำเสนอผลการวิจัยอยู่ในรูปของตารางและการบรรยายประกอบ โดยเรียงลำดับผลการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว
จังหวัดสมุทรสาคร

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว
จังหวัดสมุทรสาคร

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการของธนาคารออมสินสาขา
บ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ตามความเห็นของผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปร้อยละ ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน สามารถแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามได้ดังตาราง 1

ตาราง 1

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (400 คน)

คุณสมบัติ	ร้อยละ (%)
เพศ : หญิง	69.5
อายุ (ปี)	
ต่ำกว่า 15 ปี	2.8
15-25 ปี	17.2
26-35 ปี	31.0
36-45 ปี	27.8
46-55 ปี	16.8
มากกว่า 55 ปี	4.5
สถานภาพการสมรส	
โสด	43.0
สมรส	50.2
หม้าย/หย่าร้าง	6.8
ระดับการศึกษา	
ประถมศึกษา	20.5
มัธยมต้น	12.2
มัธยมปลาย	20.8
ปวส./อนุปริญญา	5.8
ปริญญาตรี	36.0
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	4.8
อาชีพ	
นักเรียน/นักศึกษา	9.0
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18.5
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	30.8
รับจ้าง/พนักงานเอกชน	25.8
เกษตรกรรวม	9.5
อื่น ๆ	6.5

ตาราง 1 (ต่อ)

คุณสมบัติ	ร้อยละ (%)
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	14.2
5,001-10,000 บาท	23.2
10,001-15,000 บาท	22.5
15,001-20,000 บาท	9.8
20,001-25,000 บาท	9.2
25,001-30,000 บาท	5.8
30,001-35,000 บาท	8.0
มากกว่า 35,000 บาท	7.2

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ส่วนสถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว

นอกจากนั้นยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี มีอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการเป็นจำนวนมากที่สุด และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ คือ 5,001-10,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสินสาขabanแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสินสาขabanแพ้ว ประกอบด้วย วันที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน ประเภทบริการที่มาติดต่อ และเหตุผลที่ใช้บริการ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปร้อยละ ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน สามารถแสดงข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสินสาขabanแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ได้ดังตาราง 2

ตาราง 2

พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสินสาขานบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร (400 คน)

คุณสมบัติ	ร้อยละ (%)
วันที่มาใช้บริการ	
จันทร์	31.0
อังคาร	22.2
พุธ	13.0
พฤหัสบดี	11.2
ศุกร์	22.5
ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ	
08.30-10.30 น.	29.5
10.31-11.30 น.	27.8
11.31-12.30 น.	13.0
12.31-13.30 น.	8.8
13.31-14.30 น.	13.0
14.31-15.30 น.	8.0
จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน	
1-3 ครั้ง	73.0
4-6 ครั้ง	19.5
7-9 ครั้ง	5.8
10 ครั้งขึ้นไป	1.8
ประเภทบริการที่มาติดต่อ	
ฝาก-ถอน	76.0
สินเชื่อ	12.0
สลากออมสิน	8.0
ชำระค่าสินค้าและบริการ	2.2
ประกันชีวิต	1.8
เหตุผลที่ใช้บริการ	
อยู่ใกล้บ้าน/สะดวก	63.2
ชื่อเสียง/ความมั่นคง	16.8

ตาราง 2 (ต่อ)

คุณสมบัติ	ร้อยละ (%)
ธนาคารมีบริการหลากหลาย	10.5
ผลตอบแทนสูง	1.2
ใช้บริการตามสมาชิกในครอบครัว	8.2

จากตาราง 2 พบว่า ส่วนใหญ่แล้วกลุ่มตัวอย่างมักจะมาใช้บริการในวันจันทร์ ส่วนช่วงเวลาที่มาใช้บริการมากที่สุด คือ 08.30-10.30 น. และมีจำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือนมากที่สุด คือ 1-3 ครั้ง ประเภทบริการที่มาติดต่อส่วนใหญ่ คือ บริการฝาก-ถอน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการมีเหตุผลในการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร คือ อยู่ใกล้บ้าน/สะดวก เป็นจำนวนมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร แสดงรายละเอียดได้ดังตาราง 3

ตาราง 3

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

ความพึงพอใจ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
ด้านกระบวนการและการให้บริการรวม	388	3.70	0.57948	มาก
ด้านพนักงานรวม	398	4.15	0.63611	มาก
ด้านสถานที่รวม	394	3.77	0.66770	มาก
ความพึงพอใจรวม	382	3.87	0.55760	มาก

จากตาราง 3 เมื่อศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า โดยรวมแล้ว ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ธนาคารออมสินสาขาก้านเปี้ยว จังหวัดสมุทรสาคร มีค่าเฉลี่ย 3.87 ซึ่งจัดได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการและการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาก้านเปี้ยว จังหวัดสมุทรสาคร ตามความเห็นของผู้ใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการได้มีข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาก้านเปี้ยว จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านกระบวนการและการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละ ดังรายละเอียดในตาราง 4-6

ตาราง 4

ค่าความถี่และค่าร้อยละของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาก้านเปี้ยว จังหวัดสมุทรสาคร ด้านกระบวนการและการให้บริการ

ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการ	ค่าความถี่	ร้อยละ
ด้านกระบวนการและการให้บริการ		
1. ควรเพิ่มช่องทางให้บริการ เช่น ตู้เอทีเอ็ม ช่องให้บริการที่สาขา	9	45.0
2. ควรเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ	6	30.0
3. ควรมีพนักงานคอยให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	5	25.0
รวม	20	100.0

จากตาราง 4 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการให้ ธนาคารออมสินสาขาก้านเปี้ยว จังหวัดสมุทรสาครปรับปรุงการให้บริการด้านกระบวนการและ

การให้บริการ มากที่สุด ได้แก่ ควรเพิ่มช่องทางให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมา ได้แก่ ควรเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 30.0 และควรมีพนักงานคอยให้คำแนะนำแก่ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ตาราง 5

ค่าความถี่และค่าร้อยละของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ด้านพนักงาน

ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการ ด้านพนักงาน	ค่าความถี่	ร้อยละ
1. พนักงานควรเพิ่มความใส่ใจ และพูดจาไพเราะกับลูกค้า	6	54.5
2. ควรเพิ่มจำนวนพนักงานให้เพียงพอ	5	45.5
รวม	11	100.0

จากตาราง 5 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการให้ ธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาครปรับปรุงการให้บริการด้านพนักงาน มากที่สุด ได้แก่ พนักงานควรเพิ่มความใส่ใจและพูดจาไพเราะกับลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมา ได้แก่ ควรเพิ่มจำนวนพนักงานให้เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 45.5

ตาราง 6

ค่าความถี่และค่าร้อยละของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสถานที่

ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการ ด้านสถานที่	ค่าความถี่	ร้อยละ
1. ควรจัดสถานที่จอดรถให้เพียงพอ	21	60.0
2. ควรย้ายสำนักงานให้อยู่ติดกับถนนสายหลัก	6	17.1
3. ควรขยายพื้นที่สำนักงานให้กว้างขวางขึ้น	5	14.3

ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการ ด้านสถานที่	ค่าความถี่	ร้อยละ
4. ควรปรับปรุงสาขาให้สะอาดและสวยงามตลอดเวลา	3	8.6
รวม	35	100.0

จากตาราง 6 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการให้ธนาคาร
ออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาครปรับปรุงการให้บริการด้านสถานที่ มากที่สุด
ได้แก่ ควรจัดสถานที่จอดรถให้เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมา ได้แก่ ควรย้าย
สำนักงานให้อยู่ติดกับถนนสายหลัก คิดเป็นร้อยละ 17.1 และควรขยายพื้นที่สำนักงานให้
กว้างขวางขึ้น คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 สามารถแสดง
รายละเอียดได้ตามข้อที่ 5.1-5.12 ดังนี้

5.1 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ

การทดสอบสมมติฐานที่ว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ
สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตาราง 7

ตาราง 7

เพศกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

พฤติกรรม	เพศ		Chi-Square (Sig.)
	ชาย (n = 122)	หญิง (n = 278)	
วันที่ใช้บริการ			
จันทร์	27.0	32.7	
อังคาร	30.3	18.7	

ตาราง 7 (ต่อ)

พฤติกรรม	เพศ		Chi-Square (Sig.)
พุท	5.7	16.2	16.181 (0.003)*
พฤษภค	9.0	12.2	
ศก	27.9	20.1	
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	ชาย (n = 122)	หญง (n = 278)	
08.30-10.30 น.	36.1	26.6	
10.31-11.30 น.	29.5	27.0	
11.31-12.30 น.	14.8	12.2	9.340
12.31-13.30 น.	6.6	9.7	(0.096)
13.31-14.30 น.	8.2	15.1	
14.31-15.30 น.	4.9	9.4	
จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน	ชาย (n = 122)	หญง (n = 278)	
1-3 ครั้ง	67.2	75.5	
4-6 ครั้ง	25.4	16.9	4.800
7-9 ครั้ง	6.6	5.4	(0.192)
10 ครั้งขึ้นไป	0.8	2.2	
ประเภทบริการที่ติดตอ	ชาย (n = 122)	หญง (n = 278)	
ฝาก-ถอน	77.0	75.5	
สินเชอ	7.4	14.0	
สลากออมสิน	10.7	6.8	5.812
ชำระค่าสินค้และบริการ	3.3	1.8	(0.190)
ประกันชีวิต	1.6	1.8	
เหตุผลที่ใช้บริการ	ชาย (n = 122)	หญง (n = 278)	
อยู่ใกล้บ้าน/สะดวก	67.2	61.5	
ชื่อเสียง/ความมั่นคง	15.6	17.3	
ธนาคารมีบริการหลากหลาย	9.0	11.2	1.771
ผลตอบแทนสูง	1.6	1.1	(0.778)
ใช้บริการตามสมาชิกในครอบครัว	6.6	9.0	

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย ส่วนใหญ่แล้วมักจะมาใช้บริการในวันอังคาร ส่วนเพศหญิงมักจะมาใช้บริการในวันจันทร์ และผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับวันที่มาใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ส่วนช่วงเวลาที่มาใช้บริการของเพศชายส่วนใหญ่ คือ 08.30-10.30 น. ส่วนเพศหญิงมักมาใช้บริการในช่วง 10.31-11.30 น. และเมื่อศึกษาจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน พบว่าทั้งเพศชาย และเพศหญิงมักจะใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน ซึ่งผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการ และเพศไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

นอกจากนั้นจากตาราง 7 พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้บริการประเภท ฝาก-ถอน และมีเหตุผลที่ใช้บริการส่วนใหญ่ คือ อยู่ใกล้บ้าน/สะดวก ซึ่งผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทบริการที่ติดต่อ และเพศไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการ

5.2 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ

การทดสอบสมมติฐานที่ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตาราง 8

ตาราง 8

อายุกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสินสาขานบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

พฤติกรรม	อายุ						Chi-Square (Sig)
	ต่ำกว่า 15 ปี (n = 11)	15-25 ปี (n = 69)	26-35 ปี (n = 124)	36-45 ปี (n = 111)	46-55 ปี (n = 67)	มากกว่า 55 ปี (n = 18)	
วันที่ใช้บริการ							
จันทร์	27.3	34.8	37.1	22.5	31.3	27.8	
อังคาร	27.3	24.6	13.7	25.2	26.9	33.3	21.265
พุธ	9.1	7.2	15.3	14.4	13.4	11.1	(0.375)
พฤหัสบดี	18.2	14.5	7.3	13.5	11.9	5.6	
ศุกร์	18.2	18.8	26.6	24.3	16.4	22.2	

ตาราง 8 (ต่อ)

พฤติกรรม	อายุ						Chi-Square (Sig)
ช่วงเวลาที่ใช้ บริการ	ต่ำกว่า 15 ปี (n = 11)	15-25 ปี (n = 69)	26-35 ปี (n = 124)	36-45 ปี (n = 111)	46-55 ปี (n = 67)	มากกว่า 55 ปี (n = 18)	
08.30-10.30 น.	36.4	17.4	32.3	32.4	34.3	16.7	
10.31-11.30 น.	9.1	31.9	23.4	28.8	28.4	44.4	
11.31-12.30 น.	9.1	17.4	12.9	9.9	14.9	11.1	20.387
12.31-13.30 น.	9.1	7.2	10.5	9.9	4.5	11.1	(0.670)
13.31-14.30 น.	18.2	15.9	13.7	12.6	10.4	5.6	
14.31-15.30 น.	18.2	10.1	7.3	6.3	7.5	11.1	
จำนวนครั้งที่ใช้ บริการ ต่อเดือน	ต่ำกว่า 15 ปี (n = 11)	15-25 ปี (n = 69)	26-35 ปี (n = 124)	36-45 ปี (n = 111)	46-55 ปี (n = 67)	มากกว่า 55 ปี (n = 18)	
1-3 ครั้ง	100.0	68.1	77.4	71.2	71.6	61.1	
4-6 ครั้ง	0.0	27.5	12.1	21.6	20.9	33.3	16.425
7-9 ครั้ง	0.0	2.9	8.9	5.4	4.5	5.6	(0.278)
10 ครั้งขึ้นไป	0.0	1.4	1.6	1.8	3.0	0.0	
ประเภทบริการ ที่ติดต่อ	ต่ำกว่า 15 ปี (n = 11)	15-25 ปี (n = 69)	26-35 ปี (n = 124)	36-45 ปี (n = 111)	46-55 ปี (n = 67)	มากกว่า 55 ปี (n = 18)	
ฝาก-ถอน	81.8	87.0	79.8	73.0	59.7	76.0	
สินเชื่อ	0.0	7.2	8.1	18.0	19.4	12.0	
สลากออมสิน	9.1	4.3	8.1	5.4	13.4	8.0	30.052
ชำระค่าสินค้า และบริการ	0.0	1.4	1.6	1.8	6.0	2.2	(0.018)*
ประกันชีวิต	9.1	0.0	2.4	1.8	1.5	1.8	

ตาราง 8 (ต่อ)

พฤติกรรม	อายุ						Chi-Square (Sig)
เหตุผลที่ใช้ บริการ	ต่ำกว่า 15 ปี (n = 11)	15-25 ปี (n = 69)	26-35 ปี (n = 124)	36-45 ปี (n = 111)	46-55 ปี (n = 67)	มากกว่า 55 ปี (n = 18)	
อยู่ใกล้บ้าน/ สะดวก	81.8	72.5	64.5	62.2	53.7	50.0	30.457 (0.030)*
ชื่อเสียง/ความ มั่นคง	9.1	2.9	15.3	18.9	28.4	27.8	
ธนาคารมี บริการ	0.0	13.0	12.9	7.2	10.4	11.1	
หลากหลาย	0.0	0.0	0.8	1.8	1.5	5.6	
ผลตอบแทนสูง ใช้บริการตาม สมาชิกใน ครอบครัว	9.1	11.6	6.5	9.9	6.0	5.6	

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี ส่วนใหญ่มาใช้บริการในวันจันทร์และวันอังคาร ในอัตราส่วนร้อยละที่เท่ากัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุในช่วง 15-25 ปี 26-35 ปี และ 46-55 ปี มักจะมาใช้บริการในวันจันทร์ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุในช่วง 36-45 ปี และมากกว่า 55 ปี มักจะมาใช้บริการในวัน และผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับวันที่ใช้บริการ

และจากตาราง 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี 25-35 ปี 36-45 ปี และ 46-55 ปี ส่วนใหญ่แล้วมักจะมาใช้บริการในช่วง 08.30-10.30 น. ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 15-25 ปี และมากกว่า 55 ปี ส่วนใหญ่มักจะมาใช้บริการในช่วงเวลา 10.31 และ 11.30 น. และกลุ่มตัวอย่างในทุกช่วงอายุส่วนใหญ่ก็มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนคือ 1-3 ครั้ง ซึ่งจากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการ และอายุไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

นอกจากนั้นจากตาราง 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่มาติดต่อ
บริการประเภท ฝาก-ถอน และส่วนใหญ่มีเหตุผลในการมาใช้บริการ คือ อยู่ใกล้บ้าน/
สะดวก และจากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับประเภทบริการ
ที่ติดต่อ และอายุมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

5.3 สถานภาพการสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ

การทดสอบสมมติฐานที่ว่า สถานภาพการสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ
ใช้บริการ สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตาราง 9

ตาราง 9

สถานภาพการสมรสกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสินสาขานบ้านแพ้ว จังหวัด
สมุทรสาคร

พฤติกรรม	สถานภาพการสมรส			Chi-Square (Sig.)
	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง	
วันที่ใช้บริการ	(n = 172)	(n = 201)	(n = 27)	
จันทร์	25.6	36.8	22.2	14.021 (0.081)
อังคาร	20.3	21.9	37.0	
พุธ	14.5	12.9	3.7	
พฤหัสบดี	13.4	10.0	7.4	
ศุกร์	26.2	18.4	29.6	
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง	
	(n = 172)	(n = 201)	(n = 27)	
08.30-10.30 น.	25.0	31.8	40.7	13.643 (0.202)
10.31-11.30 น.	27.9	27.9	25.9	
11.31-12.30 น.	12.8	13.9	7.4	
12.31-13.30 น.	7.6	9.5	11.1	
13.31-14.30 น.	14.0	12.9	7.4	
14.31-15.30 น.	12.8	4.0	7.4	

ตาราง 9(ต่อ)

พฤติกรรม	สถานภาพการสมรส			Chi-Square (Sig.)
จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน	โสด (n = 172)	สมรส (n = 201)	หม้าย/หย่าร้าง (n = 27)	
1-3 ครั้ง	80.2	68.7	59.3	
4-6 ครั้ง	14.5	22.4	29.6	11.764
7-9 ครั้ง	4.7	6.0	11.1	(0.055)
10 ครั้งขึ้นไป	0.6	3.0	0.0	
ประเภทบริการที่ติดต่อ	โสด (n = 172)	สมรส (n = 201)	หม้าย/หย่าร้าง (n = 27)	
ฝาก-ถอน	77.9	76.1	63.0	
สินเชื่อ	9.9	11.9	25.9	10.912
สลากออมสิน	7.0	8.5	11.1	(0.180)
ชำระค่าสินค้าและบริการ	1.7	3.0	0.0	
ประกันชีวิต	3.5	0.5	0.0	
เหตุผลที่ใช้บริการ	โสด (n = 172)	สมรส (n = 201)	หม้าย/หย่าร้าง (n = 27)	
อยู่ใกล้บ้าน/สะดวก	64.5	64.7	44.4	
ชื่อเสียง/ความมั่นคง	10.5	18.9	40.7	
ธนาคารมีบริการหลากหลาย	10.5	10.4	11.1	23.108
ผลตอบแทนสูง	1.2	1.5	0.0	(0.002)*
ใช้บริการตามสมาชิกในครอบครัว	13.4	4.5	3.7	

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นโสดส่วนใหญ่จะมาใช้บริการในวันศุกร์ ส่วนผู้ที่สมรสแล้วจะมาใช้บริการในวันจันทร์ ส่วนผู้ที่เป็นหม้าย/หย่าร้าง มักจะมาใช้

บริการในวันอังคาร และผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับวันที่ใช้บริการ

และจากกลุ่มตัวอย่างในตาราง 9 พบว่า ผู้ที่เป็นโสดส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงเวลา 10.31-11.30 น. ส่วนผู้ที่สมรสแล้วและผู้ที่เป็นหม้าย/หย่าร้าง มักใช้บริการในช่วงเวลา 08.30-10.30 น. และยังพบอีกว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสถานภาพโสด สมรส และหม้าย/หย่าร้าง มักติดต่อใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน และส่วนใหญ่มาติดต่อบริการประเภท ฝาก-ถอน ซึ่งจากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ติดต่อ และสถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน อีกทั้งยังพบว่า สถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทบริการที่ติดต่อ

นอกจากนี้จากตารางนี้ยัง พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกสถานภาพการสมรสส่วนใหญ่มีเหตุผลในการใช้บริการ คือ อยู่ใกล้บ้าน/สะดวก ซึ่งจากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สถานภาพการสมรสมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

5.4 ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ

การทดสอบสมมติฐานที่ว่า ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตาราง 10

ตาราง 10

ระดับการศึกษากับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัด

สมุทรสาคร

พฤติกรรม	ระดับการศึกษา						Chi-Square (Sig.)
	ประถมศึกษา (n = 82)	ม.ต้น (n = 49)	ม.ปลาย (n = 83)	ปวส. (n = 23)	ป.ตรี (n = 144)	ป.โท หรือ สูงกว่า (n = 19)	
วันที่ใช้บริการ							
จันทร์	28.0	34.7	32.5	47.8	29.2	21.1	
อังคาร	23.2	34.7	21.7	21.7	19.4	10.5	24.015
พุธ	19.5	6.1	9.6	0.0	14.6	21.1	(0.242)
พฤหัสบดี	12.2	8.2	14.5	8.7	10.4	10.5	
ศุกร์	17.1	11.0	21.7	21.7	26.4	36.8	
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ							
08.30-10.30 น.	45.1	32.7	31.3	17.4	20.8	26.3	
10.31-11.30 น.	22.0	32.7	32.5	39.1	26.4	15.8	
11.31-12.30 น.	9.8	10.2	9.6	13.0	16.7	21.1	32.926
12.31-13.30 น.	9.8	8.2	2.4	8.7	11.8	10.5	(0.105)
13.31-14.30 น.	7.3	12.2	16.9	13.0	14.6	10.5	
14.31-15.30 น.	6.1	4.1	7.2	8.7	9.7	15.8	
จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน							
1-3 ครั้ง	74.4	67.3	67.5	60.9	79.9	68.4	
4-6 ครั้ง	16.0	26.5	19.3	34.8	16.7	21.1	25.317
7-9 ครั้ง	6.1	4.1	13.3	4.3	2.8	0.0	(0.018)*
10 ครั้งขึ้นไป	3.7	2.0	0.0	0.0	0.7	10.5	

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรม	ระดับการศึกษา						Chi-Square (Sig.)
	ประถมศึกษา (n = 82)	ม.ต้น (n = 49)	ม.ปลาย (n = 83)	ปวส. (n = 23)	ป.ตรี (n = 144)	ป.โท หรือ สูงกว่า (n = 19)	
ประเภทบริการที่ ติดต่อ							
ฝาก-ถอน	79.3	83.7	79.5	91.3	69.4	57.9	
สินเชื่อ	14.6	4.1	12.0	4.3	13.9	15.8	25.860
สลากออมสิน	2.4	12.2	4.8	4.3	11.1	15.8	(0.078)
ชำระค่าสินค้าและ บริการ	1.2	0.0	2.4	0.0	4.2	0.0	
บริการ	2.4	0.0	1.2	0.0	1.4	10.5	
ประกันชีวิต							
เหตุผลที่ใช้บริการ	ประถมศึกษา (n = 82)	ม.ต้น (n = 49)	ม.ปลาย (n = 83)	ปวส. (n = 23)	ป.ตรี (n = 144)	ป.โท หรือ สูงกว่า (n = 19)	
อยู่ใกล้บ้าน/สะดวก	63.4	69.4	69.9	65.2	59.7	42.1	
ชื่อเสียง/ความมั่นคง	20.7	14.3	10.8	21.7	18.1	15.8	24.465
ธนาคารมีบริการ							(0.162)
หลากหลาย	7.3	10.2	12.0	13.0	11.1	10.5	
ผลตอบแทนสูง	3.7	2.0	0.0	0.0	0.7	0.0	
ใช้บริการตามสมาชิก							
ในครอบครัว	4.9	4.1	7.2	0.0	10.4	1.6	

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา ระดับประถมศึกษา ระดับมัธยม-ปลาย ระดับ ปวส./อนุปริญญา และระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่แล้วจะมาติดต่อใช้บริการในวันจันทร์ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมต้นส่วนใหญ่จะใช้บริการในวันจันทร์และวันอังคารในอัตราส่วนร้อยละที่เท่ากัน ส่วนผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าจะมาติดต่อใช้บริการในวันศุกร์เป็นจำนวนมาก และจากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับวันที่ใช้บริการ

และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาและปริญญาโท หรือสูงกว่า ส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงเวลา 08.30-10.30 น. ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย

ระดับปวส./อนุปริญญา และระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่มักจะมาใช้บริการในช่วงเวลา 10.31-11.30 น. ส่วนผู้มีการศึกษาระดับมัธยมต้นส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงเวลา 08.30-10.30 และ 10.31-11.30 น. ในอัตราร้อยละที่เท่ากัน ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการ

นอกจากนั้นแล้วยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในทุกระดับการศึกษาจะใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน ที่ระดับสำคัญ 0.05

และเมื่อศึกษาจากตาราง 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกระดับการศึกษาส่วนใหญ่ติดต่อบริการประเภท ฝาก-ถอน และส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ใช้บริการ คือ อยู่ใกล้บ้าน/สะดวก และผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทบริการที่ติดต่อ และระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการ

5.5 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ

การทดสอบสมมติฐานที่ว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตาราง 11

ตาราง 11

อาชีพกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสินสาขานบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

พฤติกรรม	อาชีพ						Chi-Square (Sig)
	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 36)	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (n = 74)	ค้าขาย/ เจ้าของกิจการ (n = 123)	รับจ้าง/ พนักงาน เอกชน (n = 103)	เกษตรกร (n = 38)	อื่น ๆ (n = 26)	
วันที่ใช้บริการ							
จันทร์	22.2	25.7	35.0	33.0	31.6	30.8	
อังคาร	13.9	14.9	30.9	15.5	34.2	23.1	47.125
พุธ	11.1	20.3	10.6	11.7	5.3	23.1	(0.001)*
พฤหัสบดี	30.6	12.2	8.1	6.8	13.2	11.5	
ศุกร์	22.2	27.0	27.7	33.0	15.8	11.5	

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรม	อาชีพ						Chi-Square (Sig.)
	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย/ เจ้าของกิจการ	รับจ้าง/ พนักงาน เอกชน	เกษตรกรรวม	อื่น ๆ	
ช่วงเวลาที่ใช้ บริการ	(n = 36)	(n = 74)	(n = 123)	(n = 103)	(n = 38)	(n = 26)	
08.30-10.30 น.	27.8	18.9	34.1	30.1	42.1	19.2	
10.31-11.30 น.	30.6	28.4	34.1	17.5	28.9	30.8	
11.31-12.30 น.	5.6	18.9	5.7	19.4	13.2	15.4	52.638
12.31-13.30 น.	5.6	6.8	3.3	15.5	7.9	19.2	(0.000)*
13.31-14.30 น.	13.9	14.9	16.3	8.7	7.9	15.4	
14.31-15.30 น.	16.7	12.2	6.5	8.7	0.0	0.0	
จำนวนครั้งที่ใช้ บริการต่อเดือน	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย/ เจ้าของกิจการ	รับจ้าง/ พนักงาน เอกชน	เกษตรกรรวม	อื่น ๆ	
	(n = 36)	(n = 74)	(n = 123)	(n = 103)	(n = 38)	(n = 26)	
1-3 ครั้ง	80.6	79.7	54.5	81.6	84.2	80.8	
4-6 ครั้ง	16.7	16.2	29.3	14.6	15.8	11.5	34.598
7-9 ครั้ง	2.8	1.4	12.2	3.9	0.0	7.7	(0.000)*
10 ครั้งขึ้นไป	0.0	2.7	4.1	0.0	0.0	0.0	
ประเภทบริการที่ ติดต่อ	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย/ เจ้าของกิจการ	รับจ้าง/ พนักงาน เอกชน	เกษตรกรรวม	อื่น ๆ	
	(n = 36)	(n = 74)	(n = 123)	(n = 103)	(n = 38)	(n = 26)	
ฝาก-ถอน	91.7	55.4	82.1	75.7	84.2	73.1	
สินเชื่อ	0.0	20.3	12.2	12.6	2.6	15.4	36.750
สลากออมสิน	5.6	12.2	4.1	8.7	10.5	11.5	(0.005)*
ชำระค่าสินค้าและ บริการ	2.8	6.8	0.8	1.9	0.0	0.0	
ประกันชีวิต	0.0	5.4	0.8	1.0	2.6	0.0	

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรม	อาชีพ						Chi-Square (Sig.)
	นักเรียน/ นักศึกษา (n = 36)	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (n = 74)	ค้าขาย/ เจ้าของกิจการ (n = 123)	รับจ้าง/ พนักงาน เอกชน (n = 103)	เกษตรกร (n = 38)	อื่น ๆ (n = 26)	
เหตุผลที่ใช้บริการ							
อยู่ใกล้บ้าน/ สะดวก	66.7	50.0	72.4	65.0	71.1	34.6	
ชื่อเสียง/ความ มั่นคง	2.8	25.7	13.0	14.6	18.4	34.6	
ธนาคารมีบริการ							42.555
หลากหลาย	13.9	13.5	9.8	5.8	10.5	19.2	(0.000)*
ผลตอบแทนสูง	0.0	1.4	1.6	1.9	0.0	0.0	
ใช้บริการตาม สมาชิกใน ครอบครัว	16.7	9.5	3.3	12.6	0.0	11.5	

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการในวันจันทร์ คือ อาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ และอาชีพอื่น ๆ ส่วนผู้มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้บริการในวันพฤหัสบดี และผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มักจะมาใช้บริการในวันศุกร์ ส่วนผู้มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานเอกชนส่วนใหญ่ใช้บริการในวันจันทร์ และวันศุกร์ และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเกษตรกรส่วนใหญ่มาใช้บริการในวันอังคาร และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับวันที่ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

และเมื่อศึกษากลุ่มตัวอย่างกับพฤติกรรมของช่วงเวลาที่ใช้บริการจากตาราง 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่น ๆ ส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงเวลา 10.31-11.30 น. ส่วนผู้มีอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงเวลา 08.30-10.30 น. และ 10.31-11.30 น.

ในอัตราส่วนร้อยละที่เท่ากัน ส่วนผู้มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานเอกชน และอาชีพเกษตรกรรมส่วนใหญ่แล้วใช้บริการในช่วงเวลา 08.30-10.30 น. และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ในส่วนของจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนจากตาราง 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกอาชีพส่วนใหญ่มาใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

นอกจากนั้นแล้ว จากตาราง 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกอาชีพส่วนใหญ่ใช้บริการประเภท ฝาก-ถอน และทุกอาชีพส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ให้บริการ คือ อยู่ใกล้บ้าน/สะดวกและเชื่อถือ/ความมั่นคง ในอัตราส่วนร้อยละที่เท่ากัน ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับประเภทบริการที่ติดต่อ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

5.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ

การทดสอบสมมติฐานที่ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตาราง 12

ตาราง 12

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

พฤติกรรม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								Chi-Square (Sig.)
	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	
วันที่ใช้บริการ									
จันทร์	22.8	43.0	30.0	23.1	32.4	8.7	43.8	24.1	
อังคาร	24.6	19.4	25.6	23.1	24.3	21.7	6.2	31.0	43.079
พุธ	15.8	12.9	12.2	15.4	5.4	13.0	12.5	17.2	(0.025)*
พฤหัสบดี	22.8	6.5	8.9	5.1	10.8	13.0	12.5	17.2	
ศุกร์	14.0	18.3	23.3	33.3	27.0	43.5	25.0	10.3	

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								Chi-Square (Sig.)
ช่วงเวลาที่ใช้	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	
บริการ									
08.30-10.30 น.	33.3	34.4	32.2	20.5	24.3	21.7	28.1	24.1	
10.31-11.30 น.	22.8	32.3	23.3	38.5	29.7	34.8	25.0	17.2	
11.31-12.30 น.	5.3	8.6	16.7	23.1	10.8	8.7	21.9	13.8	30.974
12.31-13.30 น.	12.3	8.6	6.7	5.1	10.8	8.7	9.4	10.3	(0.660)
13.31-14.30 น.	15.8	9.7	14.4	5.1	18.9	17.4	6.2	20.7	
14.31-15.30 น.	10.5	6.5	6.7	7.7	5.4	8.7	9.4	13.8	
จำนวนครั้งที่ใช้	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	
บริการต่อเดือน									
1-3 ครั้ง	84.2	76.3	68.9	69.2	67.6	73.9	78.1	58.6	
4-6 ครั้ง	12.3	17.2	18.9	28.2	18.9	21.7	21.9	27.6	23.439
7-9 ครั้ง	3.5	6.5	10.0	2.6	5.4	4.3	0.0	6.9	(0.172)
10 ครั้งขึ้นไป	0.0	0.0	2.2	0.0	8.1	0.0	0.0	6.9	
ประเภทบริการ	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	
ที่ติดต่อ									
ฝาก-ถอน	89.5	82.8	77.8	61.5	78.4	69.6	62.5	58.6	
สินเชื่อ	1.8	11.8	13.3	12.8	10.8	8.7	18.8	24.1	
สลากออมสิน	5.3	4.3	6.7	10.3	5.4	21.7	15.6	10.3	42.196
ชำระค่าสินค้า	1.8	1.1	1.1	7.7	2.7	0.0	0.0	6.9	(0.010)*
และบริการ									
ประกันชีวิต	1.8	0.0	1.1	7.7	2.7	0.0	3.1	0.0	

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								Chi-Square (Sig.)
	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	
เหตุผลที่ใช้ บริการ									
อยู่ใกล้บ้าน/ สะดวก	68.4	63.4	64.4	46.2	73.0	73.9	50.0	65.5	
ชื่อเสียง/ความ มั่นคง	10.5	21.5	14.4	23.1	8.1	13.0	28.1	13.8	
ธนาคารมี บริการ									37.479 (0.042)*
หลากหลาย	7.0	10.8	14.4	10.3	18.9	4.3	6.2	3.4	
ผลตอบแทนสูง	1.8	1.1	1.1	2.6	0.0	0.0	3.1	0.0	
ใช้บริการตาม สมาชิกใน ครอบครัว	12.3	3.2	5.6	17.9	0.0	8.7	12.5	17.2	

หมายเหตุ

- | | | |
|---|---------|--|
| A | หมายถึง | รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท |
| B | หมายถึง | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท |
| C | หมายถึง | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท |
| D | หมายถึง | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท |
| E | หมายถึง | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท |
| F | หมายถึง | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท |
| G | หมายถึง | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-35,000 บาท |
| H | หมายถึง | รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาท |

จากตาราง 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-35,000 บาท ส่วนใหญ่แล้วจะใช้บริการในวันจันทร์ ส่วนผู้มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาท ส่วนใหญ่จะใช้บริการในวันอังคาร ส่วนผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท

และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการในวันศุกร์ และผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับวันที่ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

และยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-35,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงเวลา 08.30-10.30 น. และผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงเวลา 10.31-11.30 น. และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการ

และจากตาราง 12 ยังพบอีกว่า กลุ่มตัวอย่างทุกระดับรายได้ส่วนใหญ่มักจะใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

นอกจากนั้นแล้ว จากตาราง 12 ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกระดับรายได้ส่วนใหญ่มาคิดต่อบริการประเภท ฝาก-ถอน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในทุกระดับรายได้มีเหตุผลที่ใช้บริการ คือ อยู่ใกล้บ้าน/สะดวก และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับประเภทบริการที่ติดต่อ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

5.7 ผู้ใช้บริการที่เพศต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ว่า ผู้ใช้บริการที่เพศต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตาราง 13

ตาราง 13

เพศและความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

ความพึงพอใจ	เพศ		สถิติทดสอบ
ด้านกระบวนการและการให้บริการ	ชาย (n = 118)	หญิง (n = 270)	
รวม			
ค่าเฉลี่ย	3.7345	3.6835	$t = 0.796$
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.62060	0.56105	Sig. = 0.427
ด้านพนักงานรวม	ชาย (n = 122)	หญิง (n = 276)	
ค่าเฉลี่ย	4.1339	4.1514	$t = -0.253$
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.66681	0.62322	Sig. = 0.801
ด้านสถานที่รวม	ชาย (n = 121)	หญิง (n = 273)	
ค่าเฉลี่ย	3.7322	3.7850	$t = -0.723$
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.71323	0.64719	Sig. = 0.470
ความพอใจรวม	ชาย (n = 118)	หญิง (n = 264)	
ค่าเฉลี่ย	3.8653	3.8662	$t = -0.014$
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.60542	0.53606	Sig. = 0.988

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 13 พบว่า เมื่อทดสอบสมมติฐาน เพศชายและเพศหญิงมีความพอใจโดยรวม ในการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านกระบวนการและการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ ไม่แตกต่างกัน

5.8 ผู้ใช้บริการที่อายุต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ว่า ผู้ใช้บริการที่อายุต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ 14

ตาราง 14

อายุและความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัด

สมุทรสาคร

อายุ	จำนวนตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	สถิติทดสอบ
ด้านกระบวนการ				
และการให้บริการรวม				
ต่ำกว่า 15 ปี	11	4.0808	0.47943	
15-25 ปี	68	3.7141	0.63243	
26-35 ปี	119	3.6387	0.53585	$F = 2.050$
36-45 ปี	108	3.6461	0.56516	Sig. = 0.071
46-55 ปี	65	3.7607	0.64137	
มากกว่า 55 ปี	17	3.9150	0.43838	
ด้านพนักงานรวม				
ต่ำกว่า 15 ปี	11	4.2626	0.41058	
15-25 ปี	69	4.1272	0.63236	
26-35 ปี	122	4.0965	0.65039	$F = 1.710$
36-45 ปี	111	4.0761	0.64441	Sig. = 0.131
46-55 ปี	67	4.3317	0.63402	
มากกว่า 55 ปี	18	4.2222	0.53897	
ด้านสถานที่รวม				
ต่ำกว่า 15 ปี	11	3.9545	0.63618	
15-25 ปี	68	3.7853	0.70378	
26-35 ปี	123	3.7154	0.64185	$F = 0.421$
36-45 ปี	109	3.7725	0.61972	Sig. = 0.834
46-55 ปี	65	3.7877	0.72640	
มากกว่า 55 ปี	18	3.8667	0.82319	

ตาราง 14 (ต่อ)

อายุ	จำนวนตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	สถิติทดสอบ
ความพอใจรวม				
ต่ำกว่า 15 ปี	11	4.0942	0.48241	$F = 1.192$ $\text{Sig.} = 0.312$
15-25 ปี	67	3.8742	0.59497	
26-35 ปี	116	3.8113	0.52324	
36-45 ปี	107	3.8254	0.53696	
46-55 ปี	64	3.9492	0.62129	
มากกว่า 55 ปี	17	4.0000	0.53363	

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 14 พบว่า เมื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพอใจโดยรวมในการใช้บริการธนาคารออมสินสาขามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการและการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ ไม่แตกต่างกัน

5.9 ผู้ใช้บริการที่สถานภาพการสมรสต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ว่า ผู้ใช้บริการที่สถานภาพการสมรสต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ 15

ตาราง 15

สถานภาพการสมรสและความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว
จังหวัดสมุทรสาคร

สถานภาพการสมรส	จำนวนตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	สถิติทดสอบ
ด้านกระบวนการ และการให้บริการรวม				
โสด	168	3.6720	0.57444	$F = 0.517$
สมรส	194	3.7108	0.59166	$\text{Sig.} = 0.597$
หม้าย/หย่าร้าง	26	3.7863	0.52674	
ด้านพนักงานรวม				
โสด	171	4.1280	0.60787	$F = 0.961$
สมรส	200	4.1394	0.64683	$\text{Sig.} = 0.383$
หม้าย/หย่าร้าง	27	4.3086	0.72817	
ด้านสถานที่รวม				
โสด	170	3.7276	0.65813	$F = 0.691$
สมรส	198	3.7919	0.67036	$\text{Sig.} = 0.502$
หม้าย/หย่าร้าง	26	3.8615	0.71726	
ความพอใจรวม				
โสด	165	3.8431	0.52572	$F = 0.631$
สมรส	192	3.8713	0.58248	$\text{Sig.} = 0.533$
หม้าย/หย่าร้าง	25	3.9757	0.57511	

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานดังแสดงในตาราง 15 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มี
สถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีความพอใจโดยรวมในการใช้บริการธนาคารออมสิน
สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า
ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการและการ
ให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ ไม่แตกต่างกัน

5.10 ผู้ใช้บริการที่ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ว่า ผู้ใช้บริการที่ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตาราง 16

ตาราง 16

ระดับการศึกษาและความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสินสาขามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ระดับการศึกษา	จำนวนตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	สถิติทดสอบ
ด้านกระบวนการและการให้บริการรวม				
ประถมศึกษา	80	3.8069	0.60413	
มัธยมต้น	47	3.9102	0.56875	
มัธยมปลาย/ปวช.	79	3.6048	0.64733	$F = 2.719$
ปวส./อนุปริญญา	23	3.6232	0.61202	$\text{Sig.} = 0.020 *$
ปริญญาตรี	141	3.6336	0.51891	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	18	3.6914	0.43043	
ด้านพนักงานรวม				
ประถมศึกษา	82	4.2168	0.63335	
มัธยมต้น	49	4.3651	0.62567	
มัธยมปลาย/ปวช.	83	4.1352	0.63830	$F = 2.631$
ปวส./อนุปริญญา	21	4.2169	0.66340	$\text{Sig.} = 0.024 *$
ปริญญาตรี	144	4.0201	0.60811	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	19	4.1988	0.70912	
ด้านสถานที่รวม				
ประถมศึกษา	80	3.9700	0.68333	
มัธยมต้น	49	4.0245	0.53523	$F = 4.804$
มัธยมปลาย/ปวช.	82	3.6061	0.76696	$\text{Sig.} = 0.000 *$
ปวส./อนุปริญญา	23	3.5783	0.73852	

ตาราง 16 (ต่อ)

ระดับการศึกษา	จำนวนตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	สถิติทดสอบ
ปริญญาตรี	142	3.7049	0.59350	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	18	3.6667	0.54449	
รวม				
ประถมศึกษา	79	3.9932	0.57086	
มัธยมต้น	47	4.0912	0.49424	
มัธยมปลาย/ปวช.	78	3.7651	0.62468	$F = 3.609$
ปวส./อนุปริญญา	21	3.8163	0.61841	Sig. = 0.003 *
ปริญญาตรี	140	3.7857	0.49921	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	17	3.8361	0.50271	

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพอใจโดยรวมในการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการ และการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และเมื่อทดสอบว่า ระดับการศึกษาคู่ใดบ้างที่มีความพึงพอใจในแต่ละด้านแตกต่างกัน โดยใช้วิธี LSD สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตาราง 17

ตาราง 17

การเปรียบเทียบความพึงพอใจแต่ละด้านในการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว

จังหวัดสมุทรสาคร ระหว่างกลุ่มระดับการศึกษา

กลุ่มระดับการศึกษา		ประถมศึกษา	ม.ต้น	ม.ปลาย	ปวส.	ป.ตรี	ป.โทหรือสูงกว่า
		(3.8069)	(3.9102)	(3.6048)	(3.6232)	(3.6336)	(3.6314)
ด้านกระบวนการและการให้บริการรวม							
ประถมศึกษา	(3.8069)	0					
ม.ต้น	(3.9102)	-0.10322	0				
ม.ปลาย	(3.6048)	0.20216 *	0.30538 *	0			
ปวส.	(3.6232)	0.18376	0.28698 *	-0.01841	0		
ป.ตรี	(3.6336)	0.17337 *	0.27660 *	-0.02879	-0.01038	0	
ป.โทหรือสูงกว่า	(3.6914)	0.11559	0.21881	-0.08658	-0.06817	-0.05779	0
กลุ่มระดับการศึกษา		ประถมศึกษา	ม.ต้น	ม.ปลาย	ปวส.	ป.ตรี	ป.โทหรือสูงกว่า
		(4.2168)	(4.3651)	(4.1352)	(4.2169)	(4.0201)	(4.1988)
ด้านพนักงานรวม							
ประถมศึกษา	(4.2168)	0					
ม.ต้น	(4.3651)	-0.14828	0				
ม.ปลาย	(4.1352)	0.08159	0.22987 *	0			
ปวส.	(4.2169)	-0.00013	0.14815	-0.08172	0		
ป.ตรี	(4.0201)	0.19674 *	0.34502 *	0.11515	0.19687	0	
ป.โทหรือสูงกว่า	(4.1988)	0.01797	0.16625	-0.06362	0.01810	-0.17877	0

ตาราง 17 (ต่อ)

กลุ่มระดับการศึกษา		ประถมศึกษา	ม.ต้น	ม.ปลาย	ปวส.	ป.ตรี	ป.โทหรือสูงกว่า
		(3.9700)	(4.0245)	(3.6061)	(3.5783)	(3.7049)	(3.6667)
ด้านสถานที่รวม							
ประถมศึกษา	(3.9700)	0					
ม.ต้น	(4.0245)	-0.05449	0				
ม.ปลาย	(3.6061)	0.36390 *	0.41839 *	0			
ปวส.	(3.5783)	0.39174	0.44623 *	0.02784	0		
ป.ตรี	(3.7049)	0.26507	0.31956 *	-0.09883	-0.12667	0	
ป.โทหรือสูงกว่า	(3.6667)	0.30333	0.35782 *	-0.06057	-0.08841	0.03826	0
กลุ่มระดับการศึกษา		ประถมศึกษา	ม.ต้น	ม.ปลาย	ปวส.	ป.ตรี	ป.โทหรือสูงกว่า
		(3.9932)	(4.0912)	(3.7651)	(3.8163)	(3.7857)	(3.8361)
ความพอใจรวม							
ประถมศึกษา	(3.9932)	0					
ม.ต้น	(4.0912)	-0.09797	0				
ม.ต้น	(3.7651)	0.22811 *	0.32608 *	0			
ปวส.	(3.8163)	0.17689	0.27486	-0.05122	0		
ป.ตรี	(3.7857)	0.20750 *	0.30547 *	-0.02060	0.03061	0	
ป.โทหรือสูงกว่า	(3.8361)	0.15708	0.25505	-0.07102	-0.01981	-0.05042	0

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 17 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในแต่ละด้านของการใช้บริการ
ธนาคารออมสินสาขาน้ำพุ จังหวัดสมุทรสาคร เป็นรายคู่ระหว่างกลุ่มระดับ
การศึกษาของผู้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการคู่ที่มีความพึงพอใจด้านกระบวนการและการ
ให้บริการแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มประถมศึกษา และกลุ่มมัธยมปลาย กลุ่มประถมศึกษา
และกลุ่มปริญญาตรี กลุ่มมัธยมต้น และกลุ่มมัธยมปลาย กลุ่มมัธยมต้น และ กลุ่มปวส./
อนุปริญญา กลุ่มมัธยมต้น และกลุ่มปริญญาตรี

ผู้ให้บริการคู่ที่มีความพึงพอใจด้านพนักงานที่แตกต่างกัน ได้แก่
กลุ่มประถมศึกษา และกลุ่มปริญญาตรี กลุ่มมัธยมต้น และกลุ่มมัธยมปลาย

กลุ่มมัธยมต้น และกลุ่มปริญญาตรี

ส่วนผู้ให้บริการคู่ที่มีความพึงพอใจด้านสถานที่แตกต่างกัน ได้แก่

กลุ่มประถมศึกษา และกลุ่มมัธยมปลาย กลุ่มประถมศึกษา และกลุ่มปวส./อนุปริญญา

กลุ่มประถมศึกษา และกลุ่มปริญญาตรี กลุ่มมัธยมต้น และ กลุ่มมัธยมปลาย

กลุ่มมัธยมต้น และกลุ่มปวส./อนุปริญญา กลุ่มมัธยมต้น และกลุ่มปริญญาตรี

กลุ่มมัธยมต้น และกลุ่มปริญญาโทหรือสูงกว่า

และผู้ให้บริการคู่ที่มีความพึงพอใจด้านความพึงพอใจรวมแตกต่างกัน ได้แก่

กลุ่มประถมศึกษา และกลุ่มมัธยมปลาย กลุ่มประถมศึกษา และกลุ่มปริญญาตรี

กลุ่มมัธยมต้น และกลุ่มมัธยมปลาย กลุ่มมัธยมต้น และ กลุ่มปริญญาตรี

5.11 ผู้ให้บริการที่อาชีพต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ว่า ผู้ให้บริการที่อาชีพต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ 18

ตาราง 18

อาชีพและความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัด

สมุทรสาคร

อาชีพ	จำนวน ตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	สถิติทดสอบ
ด้านกระบวนการ และการให้บริการรวม				
นักเรียน/นักศึกษา	35	3.7238	0.67606	$F = 2.272$ Sig. = 0.047 *
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	70	3.7302	0.52749	
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	119	3.7049	0.61770	
รับจ้าง/พนักงานเอกชน	102	3.6111	0.51520	
เกษตรกรรวม	37	3.9459	0.64290	
อื่น ๆ	25	3.5422	0.44481	

ตาราง 18 (ต่อ)

อาชีพ	จำนวน ตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	สถิติทดสอบ
ด้านพนักงานรวม				
นักเรียน/นักศึกษา	36	4.0864	0.63807	
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	74	4.1637	0.57990	
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	123	4.2782	0.63453	$F = 4.309$
รับจ้าง/พนักงานเอกชน	102	3.9227	0.62518	Sig. = 0.001 *
เกษตรกรรวม	38	4.2982	0.60534	
อื่น ๆ	25	4.2089	0.68668	
ด้านสถานที่รวม				
นักเรียน/นักศึกษา	36	3.6278	0.78690	
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	72	3.8083	0.65041	
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	121	3.8041	0.70857	$F = 1.193$
รับจ้าง/พนักงานเอกชน	103	3.7204	0.57058	Sig. = 0.312
เกษตรกรรวม	36	3.9389	0.70195	
อื่น ๆ	26	3.6462	0.63701	
ความพอใจรวม				
นักเรียน/นักศึกษา	35	3.8092	0.63321	
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	69	3.9089	0.52591	
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	118	3.9150	0.59513	$F = 2.139$
รับจ้าง/พนักงานเอกชน	101	3.7514	0.49291	Sig. = 0.060
เกษตรกรรวม	35	4.0571	0.57072	
อื่น ๆ	24	3.7872	0.50798	

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 18 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพอใจโดยรวมในการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านสถานที่

ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการ และการให้บริการ ด้านพนักงาน แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และเมื่อทดสอบว่า อาชีพคู่ใดบ้างที่มีความพึงพอใจในด้านกระบวนการและการให้บริการแตกต่างกัน และ อาชีพคู่ใดบ้างที่มีความพึงพอใจในด้านพนักงานแตกต่างกัน โดยใช้วิธี LSD สามารถ แสดงรายละเอียดได้ดังตาราง 19

ตาราง 19

การเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านกระบวนการและการให้บริการรวม และด้าน พนักงานรวม ในการใช้บริการธนาคารออมสินสาขามันสำปะปณ์ จังหวัดสมุทรสาคร ระหว่างกลุ่มอาชีพ

กลุ่มอาชีพ		(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
		(3.7238)	(3.7302)	(3.7049)	(3.6111)	(3.9459)	(3.5422)
ด้านกระบวนการ							
และการให้บริการรวม							
นักเรียน/นักศึกษา (A)	(3.7238)	0					
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (B)	(3.7302)	-0.00635	0				
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ (C)	(3.7049)	0.01886	0.02521	0			
รับจ้าง/พนักงานเอกชน (D)	(3.6111)	0.11270	0.11905	0.09384	0		
เกษตรกร (E)	(3.9459)	-0.22214	-0.21579	-0.24100 *	-0.33483 *	0	
อื่น ๆ (F)	(3.5422)	0.18159	0.18794	0.16273	0.06889	0.40372 *	0
กลุ่มอาชีพ		(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
		(4.0864)	(4.1637)	(4.2782)	(3.9227)	(4.2982)	(4.2089)
ด้านพนักงานรวม							
นักเรียน/นักศึกษา (A)	(4.0864)	0					
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (B)	(4.1637)	-0.07724	0				
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ (C)	(4.2782)	-0.19181	-0.11457	0			
รับจ้าง/พนักงานเอกชน (D)	(3.9227)	0.16376	0.24101 *	0.35557 *	0		
เกษตรกร (E)	(4.2982)	-0.21183	-0.13458	-0.02002	-0.37559 *	0	
อื่น ๆ (F)	(4.2089)	-0.12247	-0.04523	0.06934	-0.28623 *	0.08936	0

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 19 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านกระบวนการและการให้บริการ และด้านพนักงาน เป็นรายคู่ระหว่างกลุ่มอาชีพของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการคู่ที่มีความพึงพอใจด้านกระบวนการและการให้บริการแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มค้าขาย/เจ้าของกิจการ และกลุ่มเกษตรกร กลุ่มรับจ้าง/พนักงานเอกชน และ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ส่วนผู้ให้บริการคู่ที่มีความพึงพอใจด้านพนักงานแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และกลุ่มรับจ้าง/พนักงานเอกชน กลุ่มค้าขาย/เจ้าของกิจการ และกลุ่มรับจ้าง/พนักงานเอกชน กลุ่มรับจ้าง/พนักงานเอกชน และกลุ่มเกษตรกร กลุ่มรับจ้าง/พนักงานเอกชน และ กลุ่มอาชีพอื่น ๆ

5.12 ผู้ใช้บริการที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ว่า ผู้ใช้บริการที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ 20

ตาราง 20

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวนตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	สถิติทดสอบ
ด้านกระบวนการและการให้บริการรวม				
ต่ำกว่า 5,000 บาท	55	3.7071	0.64695	F = 1.283 Sig. = 0.257
5,001-10,000 บาท	90	3.7568	0.60719	
10,001-15,000 บาท	86	3.6654	0.55503	
15,001-20,000 บาท	39	3.8234	0.57888	
20,001-25,000 บาท	37	3.5015	0.56633	
25,001-30,000 บาท	23	3.6473	0.50213	
30,001-35,000 บาท	31	3.7993	0.53550	
มากกว่า 35,000 บาท	27	3.6173	0.51597	

ตาราง 20 (ต่อ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวนตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	สถิติทดสอบ
ด้านพนักงานรวม				
ต่ำกว่า 5,000 บาท	57	4.2008	0.67044	
5,001-10,000 บาท	92	4.2307	0.63482	
10,001-15,000 บาท	90	4.0975	0.66267	$F = 0.777$
15,001-20,000 บาท	38	4.1491	0.56672	$\text{Sig.} = 0.607$
20,001-25,000 บาท	37	3.9910	0.53760	
25,001-30,000 บาท	23	4.0531	0.67159	
30,001-35,000 บาท	32	4.1944	0.48473	
มากกว่า 35,000 บาท	29	4.1341	0.80199	
ด้านสถานที่รวม				
ต่ำกว่า 5,000 บาท	55	3.7691	0.82324	
5,001-10,000 บาท	92	3.8533	0.69968	
10,001-15,000 บาท	89	3.7225	0.64469	$F = 1.864$
15,001-20,000 บาท	39	3.9000	0.58445	$\text{Sig.} = 0.074$
20,001-25,000 บาท	37	3.4811	0.66951	
25,001-30,000 บาท	23	3.8043	0.66570	
30,001-35,000 บาท	31	3.9161	0.46769	
มากกว่า 35,000 บาท	28	3.6429	0.48414	
ความพอใจรวม				
ต่ำกว่า 5,000 บาท	53	3.8787	0.62988	
5,001-10,000 บาท	89	3.9442	0.59345	
10,001-15,000 บาท	85	3.8206	0.53503	$F = 1.562$
15,001-20,000 บาท	38	3.9737	0.51425	$\text{Sig.} = 0.145$
20,001-25,000 บาท	37	63.6515	0.53209	
25,001-30,000 บาท	23	3.8339	0.54341	
30,001-35,000 บาท	31	3.9620	0.42176	
มากกว่า 35,000 บาท	26	3.7816	0.55193	

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานดังแสดงในตาราง 20 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการธนาคารออมสินสาขา

บ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า
ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการและการ
ให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ ไม่แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม และความต้องการ ตลอดจนปัญหาในการเข้ารับบริการของลูกค้าธนาคาร เพื่อที่ผู้บริหารธนาคารจะได้ใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้าธนาคารทั้งในด้านของกระบวนการ และการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านการให้บริการกับธนาคารอื่น ๆ ได้ดียิ่งขึ้น

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถสรุปผลที่สำคัญได้ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

พบว่า ผู้มาใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ในภาพรวมเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพสมรสแล้ว ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการเป็นจำนวนมาก ที่สุด และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ 5,001-10,000 บาท

พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

พบว่า ในภาพรวมมีผู้มาใช้บริการในวันจันทร์มากที่สุด ส่วนช่วงเวลาที่มาใช้บริการมากที่สุด คือ 08.30-10.30 น. และมีจำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือนมากที่สุด คือ 1-3 ครั้งต่อเดือน ประเภทบริการที่มาติดต่อบริการมากที่สุด คือ บริการฝาก-ถอน โดยมี

เหตุผลในการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร คือ อยู่ใกล้ บ้าน/สะดวก เป็นจำนวนมากที่สุด

อนึ่ง หากพิจารณาถึงช่วงเวลาที่มียานพาหนะมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก รองไป จากช่วงเวลา 08.30-10.30 น. ในอัตราส่วนร้อยละที่ไม่ต่างจากกันมากนัก คือ ช่วงเวลา 10.31-11.30 น.

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

พบว่า ในภาพรวมของผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และเมื่อ พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการและการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้ง 3 ด้าน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ในด้านกระบวนการและการให้บริการนั้น มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรกเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความชัดเจน ของข้อความในใบบันทึกการถอนเงินสดผ่านเครื่องเอทีเอ็ม ความรวดเร็วในการทำ รายการของเครื่องเอทีเอ็ม และ การจัดลำดับในการให้บริการ ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยความพึง พอใจน้อยที่สุด 3 อันดับ เรียงจากน้อยไปหามาก ได้แก่ การเสนอขายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จำนวนช่องบริการ/จำนวนพนักงานให้บริการ และ ตู้เอทีเอ็มตั้งอยู่ในตำแหน่งที่มีความ ปลอดภัยในการใช้บริการ

ในด้านพนักงาน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก เรียงจากมากไป น้อย ได้แก่ พนักงานมีการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อย ผู้จัดการสาขามีความน่าเชื่อถือ และน่าไว้วางใจ และพนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ น้อยที่สุด 3 อันดับ เรียงจากน้อยไปหามาก ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ การตรงต่อเวลาของพนักงาน และพนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำ ถูกต้อง

ส่วนความพึงพอใจในด้านสถานที่นั้น มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับ แรก เรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ สถานที่มีความสะอาดสวยงาม การจัดสถานที่ภายใน เป็นสัดส่วนมีระเบียบ และใบฝากเงิน-ถอนเงินจัดวางสะดวกต่อการหยิบใช้ ส่วนที่มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับ เรียงจากน้อยไปหามาก ได้แก่ มีสถานที่สำหรับ

จอตรงเพียงพอ มีบริการน้ำดื่ม/ลูกอมแจกลูกค้าขณะนั่งรอรับบริการ และมีที่นั่งรอรับบริการเพียงพอกับจำนวนลูกค้า

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการพบว่า

1. เพศมีความสัมพันธ์กับวันที่ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
2. เพศไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน เพศไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทบริการที่ติดต่อ และเพศไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการ
3. อายุไม่มีความสัมพันธ์กับวันที่ใช้บริการ อายุไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการ และอายุไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน
4. อายุมีความสัมพันธ์กับประเภทบริการที่ติดต่อ และอายุมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
5. สถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับวันที่ใช้บริการ สถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ติดต่อ และสถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน อีกทั้งยัง พบว่า สถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทบริการที่ติดต่อ
6. สถานภาพการสมรสมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
7. ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับวันที่ใช้บริการ ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการ ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทบริการที่ติดต่อ และ ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการ
8. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน ที่ระดับสำคัญ 0.05
9. อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการทุกด้าน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

10. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับวันที่ใช้บริการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับประเภทบริการที่ติดต่อ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

11. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน พบว่า

1. เพศชายและเพศหญิงมีความพอใจโดยรวม ในการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านกระบวนการและการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ ไม่แตกต่างกัน

2. ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพอใจโดยรวมในการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการและการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ ไม่แตกต่างกัน

3. ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีความพอใจโดยรวมในการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการและการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ ไม่แตกต่างกัน

4. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพอใจโดยรวมในการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการและการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และเมื่อทดสอบว่า ระดับการศึกษาคู่ใดบ้างที่มีความพึงพอใจในแต่ละด้านแตกต่างกัน โดยใช้วิธี LSD พบว่า ผู้ใช้บริการคู่ที่มีความพึงพอใจด้านกระบวนการและการให้บริการแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มประถมศึกษา และกลุ่มมัธยมปลาย กลุ่มประถมศึกษา และกลุ่มปริญญาตรี กลุ่มมัธยมต้น และกลุ่มมัธยมปลาย

กลุ่มมัธยมต้น และกลุ่มปวศ./อนุปริญญา กลุ่มมัธยมต้น และกลุ่มปริญญาตรี ผู้ใช้บริการ
คู่ที่มีความพึงพอใจด้านพนักงานที่แตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มประถมศึกษา และกลุ่มปริญญา
ตรี กลุ่มมัธยมต้น และกลุ่มมัธยมปลาย กลุ่มมัธยมต้น และกลุ่มปริญญาตรี
ส่วนผู้ให้บริการคู่ที่มีความพึงพอใจด้านสถานที่แตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มประถมศึกษา
และกลุ่มมัธยมปลาย กลุ่มประถมศึกษา และกลุ่มปวศ./อนุปริญญา กลุ่มประถมศึกษา
และกลุ่มปริญญาตรี กลุ่มมัธยมต้น และกลุ่มมัธยมปลาย กลุ่มมัธยมต้น และกลุ่มปวศ./
อนุปริญญา กลุ่มมัธยมต้น และกลุ่มปริญญาตรี กลุ่มมัธยมต้น และกลุ่มปริญญาโทหรือ
สูงกว่า และผู้ให้บริการคู่ที่มีความพึงพอใจด้านความพึงพอใจรวมแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่ม
ประถมศึกษา และกลุ่มมัธยมปลาย กลุ่มประถมศึกษา และกลุ่มปริญญาตรี กลุ่มมัธยมต้น
และกลุ่มมัธยมปลาย กลุ่มมัธยมต้น และกลุ่มปริญญาตรี

5. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพอใจโดยรวมในการใช้บริการ
ธนาคารออมสินสาขานบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็น
รายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านสถานที่ ไม่แตกต่าง
กัน ส่วนผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการและการ
ให้บริการ ด้านพนักงาน แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และเมื่อทดสอบว่า อาชีพคู่
ใดบ้างที่มีความพึงพอใจในด้านการกระบวนการและการให้บริการแตกต่างกัน และอาชีพคู่
ใดบ้างที่มีความพึงพอใจในด้านพนักงานแตกต่างกัน โดยใช้วิธี LSD พบว่า ผู้ใช้บริการคู่
ที่มีความพึงพอใจด้านการกระบวนการ และการให้บริการแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มค้าขาย/
เจ้าของกิจการ และกลุ่มเกษตรกร กลุ่มรับจ้าง/พนักงานเอกชน และ กลุ่มเกษตรกร
กลุ่มเกษตรกร และ กลุ่มอาชีพอื่น ๆ ส่วนผู้ให้บริการคู่ที่มีความพึงพอใจด้านพนักงาน
แตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และกลุ่มรับจ้าง/พนักงานเอกชน
กลุ่มค้าขาย/เจ้าของกิจการ และกลุ่มรับจ้าง/พนักงานเอกชน กลุ่มรับจ้าง/พนักงานเอกชน
และกลุ่มเกษตรกร กลุ่มรับจ้าง/พนักงานเอกชน และกลุ่มอาชีพอื่น ๆ

6. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการ
ใช้บริการธนาคารออมสินสาขานบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ไม่แตกต่างกัน และเมื่อ
พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึง
พอใจด้านการกระบวนการและการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ตรงตามสมมติฐาน ซึ่งสามารถอภิปรายผลโดยแยกประเด็นได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสินสาขานบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสินสาขานบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร โดยมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับวันที่ใช้บริการ

พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ เพียง 3 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีความสัมพันธ์กับวันที่ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เพศ จากการวิจัย พบว่า เพศหญิงมีแนวโน้มการมาใช้บริการ ด้วยความถี่สูงกว่าเพศชาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโดยส่วนใหญ่แล้ว หน้าที่ในการดูแลเรื่องการเงินของครอบครัวจะเป็นของฝ่ายหญิง

2. อาชีพ จากการวิจัย พบว่า อาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ มีแนวโน้มในการมาใช้บริการมากกว่าอาชีพอื่น ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้มีอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการนั้น มีความจำเป็นต้องติดต่อธุรกรรมด้านการเงินในการค้าขายสินค้าของตนเองมากกว่าอาชีพอื่น ๆ อีกทั้งผู้มีอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการนั้น มีอิสระในเรื่องของเวลาการทำงานมากกว่า จึงสามารถที่จะมาติดต่อธนาคารในวันใด ๆ ก็ได้

3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการวิจัยพบว่า ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท มีความถี่ในการมาติดต่อธนาคารในวันจันทร์มากที่สุด อาจเป็นเพราะผู้มีรายได้กลุ่มนี้มีรายได้ระดับปานกลางที่เป็นได้ทั้งกลุ่มผู้เก็บออมเงิน และกลุ่มผู้มีความต้องการใช้

บริการด้านสินเชื่อ ทำให้มีความจำเป็นที่อาจจะต้องมาติดต่อใช้บริการในทุก ๆ ประเภท
ของธนาคาร

ทั้งนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ด้านอายุ ด้านสถานภาพการสมรส และ
ด้านระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับวันที่ใช้บริการ

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการ

พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการด้านอาชีพเท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับ
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. อาชีพ จากการวิจัย พบว่า ทุก ๆ อาชีพมีแนวโน้มในการใช้บริการในช่วงเวลา
08.30-10.30 น. และ 10.31-11.30 น. มากกว่าช่วงเวลาอื่น ๆ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากทุก ๆ
อาชีพต้องการที่จะติดต่อธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารให้เสร็จเรียบร้อย ก่อนที่จะ
เดินทางไปทำงานของตนเอง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ แต่ละอาชีพมีความจำเป็นที่จะต้องทำ
ธุรกรรมที่มีความจำเป็นต่ออาชีพของตนให้เสร็จสิ้นในช่วงเวลาดังกล่าวเสียก่อน
มิเช่นนั้น อาจทำให้ไม่สามารถดำเนินธุรกิจของตนเองในวันนั้น ๆ ต่อไปได้

ทั้งนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพการ
สมรส ด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลา
ที่ใช้บริการ

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ด้านระดับการศึกษา และด้านอาชีพ
มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ระดับการศึกษา และอาชีพ จากการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการในทุก ๆ ระดับ
การศึกษาและทุก ๆ อาชีพ มีแนวโน้มในการใช้บริการในจำนวน 1-3 ครั้งต่อเดือน
มากที่สุด สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ชูศรี วงศ์รัตนะ (2546) ซึ่งได้ศึกษาความพึงพอใจ
ของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา (มหาชน) สาขาคมนนโชตินา
จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการ 1-2

ครั้ง/เดือน และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมากร ระเบียบ (2550) ซึ่งศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสิน สาขา คอยเต่า (ธนาคารชุมชน) จังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ความถี่ในการมาใช้บริการ 1-2 ครั้ง/เดือน เช่นกัน ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจาก ผู้ใช้บริการต่างก็มาติดต่อในจำนวนน้อยครั้ง ต่อเดือน แต่ในการติดต่อแต่ละครั้งนั้นมักจะมีปริมาณเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินให้เพียงพอกับระยะเวลาที่จะต้องยาวนานพอสมควร เพื่อที่จะได้ไม่ต้องเสียเวลามาติดต่อธนาคารบ่อย ๆ อีกทั้งผู้ให้บริการบางราย อาจติดต่อธุรกรรม การถอนเงินสดผ่านทางตู้ ATM ซึ่งมีความสะดวกกว่า และไม่จำเป็นต้องมาติดต่อที่ สำนักงาน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สิริสา เขียรถาวร (2547) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเครื่อง ATM และศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตร ATM ของ ลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้ตู้ ATM ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องความถูกต้องของเงินที่ได้รับจากการถอนผ่านตู้ ATM รองลงมาคือ เรื่องความรวดเร็วในการทำรายการของ ATM และความสะดวกในการทำรายการผ่าน ATM เพราะความสะดวก

สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพการสมรส และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับประเภทบริการที่ติดต่อ

พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ด้านอายุ ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับประเภทบริการที่ติดต่อ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลทั้ง 3 ด้านนี้ ต่างมาใช้บริการประเภท ฝาก-ถอน มากที่สุด อาจเป็นเพราะ อำเภอบ้านแพ้วเป็นชุมชนเล็ก ๆ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม ทำให้ประชาชนในพื้นที่ไม่มีความจำเป็นนักในการติดต่อธุรกรรมในด้านอื่น ๆ จึงเป็นลักษณะของการติดต่อธุรกรรมด้าน ฝาก-ถอน เพื่อการเก็บออมเงิน หรือเพื่อเก็บไว้ใช้จ่ายเท่าที่จำเป็น

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ด้านเพศ ด้านสถานภาพการสมรส และด้านระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทบริการที่ติดต่อ

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการ

พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ด้านอายุ ด้านสถานภาพสมรสด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลทั้ง 4 ด้านนี้ ต่างมีเหตุผลในการมาใช้บริการ คือ อยู่ใกล้บ้าน/สะดวก มากกว่าเหตุผลอื่น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ให้บริการต่างก็ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทางมาติดต่อธนาคารมากกว่าการที่จะต้องเดินทางไปติดต่อยังสถาบันการเงินอื่น ๆ ที่อยู่ไกลออกไป ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมากร ระเบียง (2550) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสิน สาขาซอยเต่า (ธนาคารชุมชน) จังหวัดเชียงใหม่ ผลจากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้ามีเหตุผลที่เลือกเงินฝากกับธนาคารออมสินสาขาซอยเต่า คือ สะดวก ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน

สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ด้านเพศ และด้านระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการ

ผู้ให้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ที่ต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน

พบว่า ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพอใจโดยรวมในการใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ

0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการและการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความรู้สึกรู้สึกคิด การรับรู้ หรือระดับความคาดหวังในการใช้บริการธนาคาร ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction) ของ Phillip Kotler (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) ได้กล่าวไว้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ว่าเป็นความรู้สึกลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์มาจากการเปรียบเทียบ ระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวัง ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Gronroos (อ้างถึงใน วิชัย เชื้อมวราศาสตร์, 2546) กล่าวว่า การที่ลูกค้าจะสามารถรับรู้ได้ว่าคุณภาพของการบริการที่ดีหรือไม่นั้น เป็นผลมาจากคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวัง (expect quality) ตรงกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการ (experienced quality) เกิดเป็นภาพรวมของงานบริการที่มีคุณภาพ (total perceived service quality)

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน

พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านกระบวนการและการให้บริการ และ ด้านพนักงาน แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งอาจเป็นเพราะในแต่ละอาชีพนั้นต่างมีระดับความคาดหวังในการได้รับบริการที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ Gronroos (อ้างถึงใน วิชัย เชื้อมวราศาสตร์, 2546) กล่าวว่า การที่ลูกค้าจะสามารถรับรู้ได้ว่าคุณภาพของการบริการที่ดีหรือไม่นั้น เป็นผลมาจากคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวัง (expect quality) ตรงกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการ (experienced quality) เกิดเป็นภาพรวมของงานบริการที่มีคุณภาพ (total perceived service quality) ซึ่งสามารถสร้างให้เกิดขึ้นโดยอาศัยหลักการ 6 ประการดังนี้

1. การเป็นมืออาชีพและมีทักษะของผู้ให้บริการ (professionalism and skill) ลูกค้าสามารถรับรู้จากการที่ผู้ให้บริการมีความรู้ และทักษะในงานบริการสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีแบบแผน

2. ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (attitude and behavior) ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็นมิตร และช่วยแก้ไขปัญหาค้นพบ

3. การที่สามารถเข้าพบได้ง่ายและมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ (accessibility and flexibility) ลูกค้าจะตัดสินใจจากสถานที่ตั้งสำนักงาน และเวลาที่ให้บริการของพนักงาน และระบบการบริการที่จัดเตรียมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่

4. ความไว้วางใจ และความเชื่อถือได้ (reliability and trustworthiness) ลูกค้าสามารถรับรู้ได้จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หลังจากการที่ผู้ให้บริการปฏิบัติได้ตามที่ได้ตกลงกันไว้

5. การแก้ไขสถานการณ์ให้กลับสู่สภาพปกติ (recover) เมื่อใดก็ตามที่เหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นโดยไม่ได้คาดคิดไว้ล่วงหน้า หรือเหตุการณ์ที่ผิดไปจากปกติ และผู้ให้บริการนั้นสามารถที่จะแก้ไขสถานการณ์นั้น ๆ ได้ในทันทีที่สามารถกอบกู้สถานการณ์ให้กลับสู่สภาพปกติด้วยวิธีการที่เหมาะสม

6. ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือ (reputation and credibility) ลูกค้าจะเชื่อในชื่อเสียงของผู้ให้บริการจากการที่ผู้ให้บริการภายในขอบเขตของหน้าที่ทางการบริการ

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องของ คุณภาพการให้บริการ ซึ่งมีรายละเอียดว่า ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการ โดยการประเมินคุณภาพของการบริการ (ปัทมากร ระเบียบ, 2550) พบว่า ผู้บริโภคใช้ปัจจัย 10 ประการในการประเมินคุณภาพของการบริการ ซึ่งได้แก่

1 ความสะดวก (access) หมายถึง ความสะดวกในการเข้าพบ หรือติดต่อกับผู้ให้บริการครอบคลุมถึงเวลาที่เปิดดำเนินการ สถานที่ตั้ง และวิธีการที่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคในการเข้าพบ หรือติดต่อกับผู้ให้บริการ

2. การติดต่อสื่อสาร (communication) หมายถึง การสื่อสารและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย รวมทั้งรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ หรือคำติชมของลูกค้าในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการขององค์กร

3. ความสามารถ (competence) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถ และทักษะที่ปฏิบัติงานด้านบริการ ได้เป็นอย่างดี

4. ความสุภาพ (courtesy) หมายถึง การที่ผู้บริการมีความสุภาพเรียบร้อย มีความนับถือในตัวเอง ความรอบคอบ และเป็นมิตรต่อผู้บริโภค

5. ความน่าเชื่อถือ (credibility) หมายถึง ความเชื่อถือได้ ความซื่อสัตย์ขององค์กร รวมถึงบุคลากรผู้ให้บริการด้วย เช่น องค์กรมีชื่อเสียง มีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่น่าไว้วางใจ

6. ความคงเส้นคงวา (reliability) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้สัญญาไว้อย่างแน่นอนและแม่นยำ เช่น การให้บริการตามที่แจ้งไว้กับลูกค้า เป็นต้น

7. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจของผู้ให้บริการที่จะให้บริการอย่างรวดเร็ว

8. ความปลอดภัย (security) หมายถึง การให้บริการที่ปราศจากอันตราย ไม่มีความเสี่ยงหรือความเคลือบแคลงใด ๆ เช่น การใช้เครื่องมือที่สะอาด ปลอดภัย เป็นต้น

9. ลักษณะภายนอก (tangibles) หมายถึง ลักษณะภายนอกที่สามารถมองเห็นได้ของบุคลากร อุปกรณ์ที่ให้บริการ รวมไปถึงสื่อต่าง ๆ ที่เผยแพร่ออกไป ว่ามีความเหมาะสม สวยงาม และทันสมัยหรือไม่ เช่น ลักษณะตัวอาคารที่มีความโอ่โง่งสวยงาม เป็นต้น

10. ความเข้าใจลูกค้า (understanding customers) หมายถึง การพยายามรู้จักและเข้าใจถึงลูกค้า รวมทั้งความต้องการต่าง ๆ ของลูกค้า อาทิ เช่น การจดจำรายละเอียดต่าง ๆ ของผู้บริโภค การเพิ่มบริการต่าง ๆ ตามความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษา ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านกระบวนการและการให้บริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ หรือด้านการพัฒนาประเภทบริการหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับลูกค้าประเภทต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการที่ดีขึ้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านกระบวนการและการให้บริการ จากผลการวิจัย พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มักใช้บริการในวันจันทร์ ในช่วงเวลา 08.30-11.30 น. ฉะนั้น ธนาคารควรจัดพนักงานให้บริการที่เคาน์เตอร์ติดต่อฝาก-ถอน ให้เพียงพอกับจำนวนลูกค้า ซึ่งมีผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมากในวันจันทร์ และในช่วงเวลา 08.30-10.30 น. และ 10.31-11.30 น. ของแต่ละวัน เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ นอกจากนี้แล้ว ลูกค้าส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการประเภทฝาก-ถอน ฉะนั้น ธนาคารจึงควรเพิ่มจำนวนตู้ ATM ตามจุดต่าง ๆ ในพื้นที่ เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า และลดจำนวนลูกค้าที่จะเข้ามาติดต่อในสำนักงาน อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มโอกาสในการได้รับรายได้ค่าธรรมเนียมจากการทำบัตรและการใช้บริการบัตร ATM อีกด้วย นอกจากนี้ยังอาจเพิ่มสาขาย่อยไปยังจุดที่เพิ่มโอกาสจะมีลูกค้าเข้าถึงบริการของธนาคารเพิ่มขึ้น เช่น การเปิดให้บริการสาขาย่อยในห้างโลตัสตลาด ซึ่งอยู่ในพื้นที่อำเภอบ้านแพ้ว เป็นต้น และเป็นการช่วยเพิ่มระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าด้วย

2. ด้านพนักงาน พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมของความพึงพอใจในด้านพนักงานนี้อยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย ๆ แล้ว พบว่า ค่าเฉลี่ยเมื่อเรียงจากน้อยที่สุดไปหามาก 4 อันดับ คือ พนักงานมีความกระตือรือร้น พนักงานตรงต่อเวลา พนักงานใช้คำพูดเข้าใจง่าย และพนักงานให้คำปรึกษาถูกต้อง ฉะนั้น ธนาคารจึงควรเพิ่มการอบรมพนักงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และเพื่อให้พนักงานเกิดความใส่ใจในการให้บริการเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังควรกำหนดให้พนักงานศึกษารายละเอียดผลิตภัณฑ์

หรือบริการประเภทต่าง ๆ ของธนาคารให้่องแท้ เพื่อที่จะได้ให้รายละเอียดหรืออธิบาย
ลูกค้าให้เข้าใจได้ เมื่อลูกค้ามีความเข้าใจเป็นอย่างดีก็จะเพิ่มโอกาสในการที่ลูกค้าจะตก
ลงทำธุรกรรมต่าง ๆ กับธนาคารต่อไป

3. ด้านสถานที่ จากผลการวิจัย พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมของความพึงพอใจด้าน
สถานที่ที่อยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย ๆ พบว่า ค่าเฉลี่ยของสถานที่
จอดรถมีค่าน้อยที่สุด ธนาคารจึงควรขยายพื้นที่ของลานจอดรถให้เพียงพอต่อความ
ต้องการของลูกค้า

4. ด้านการพัฒนาประเภทบริการหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากผลการวิจัย พบว่า
ลูกค้าส่วนใหญ่จะมาใช้บริการประเภท ฝาก-ถอน ฉะนั้น ธนาคารอาจส่งเสริมให้ลูกค้าได้
ทำบัตร ATM เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และเป็นโอกาสในการเพิ่มรายได้
ค่าธรรมเนียมการใช้บัตร ATM อีกด้วย อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาเรื่องจำนวนลูกค้าที่เข้ามา
ใช้บริการเป็นจำนวนมากในเวลาเดียวกัน

นอกจากนี้แล้ว ยังพบว่า จากการที่ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการประเภท ฝาก-ถอน
ดังนั้นธนาคารอาจเพิ่มการประชาสัมพันธ์รายละเอียดผลิตภัณฑ์ประเภทสินเชื่อชีวิต
ให้ลูกค้าได้รับทราบ เนื่องจากธุรกิจสินเชื่อชีวิตก็มีลักษณะคล้ายการเก็บออมเงิน
เช่นกัน ซึ่งทั้งนี้ ธนาคารจะได้ประโยชน์จากการที่ลูกค้ามีการฝากส่งเงินประเภทนี้ใน
ระยะยาวอีกด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ อาจจะมีขอบเขตในการศึกษาที่จำกัดในหลาย ๆ ด้าน
ดังนั้น ถ้าหากมีโอกาสหรือมีผู้สนใจศึกษาวิจัยในลักษณะนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาวิจัย ปัจจัยในด้านอื่น ๆ ทั้งปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายในที่มี
อิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการ เพราะว่ามีปัจจัยหลายอย่างที่เป็นตัวกำหนด
ประสิทธิภาพในการให้บริการ เช่น อุปกรณ์สำนักงาน ความรอบรู้ในงาน เทคโนโลยี
 เป็นต้น

2. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาการให้บริการลูกค้าโดยภาพรวม จึงควรมี การศึกษาด้านอื่น ๆ ในเชิงลึกลงไปอีก เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการเพิ่มช่องทางการ ให้บริการ

3. ควรศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสินมากกว่าหนึ่ง สาขา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริงในภาพรวมของการให้บริการของธนาคารออมสินมาก ยิ่งขึ้น

4. ควรมีการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการแต่ละประเภทอย่างเป็นสัดส่วน และอาจเพิ่มการสัมภาษณ์ลูกค้ามาประกอบด้วยเพื่อให้ได้รับข้อมูลที่แท้จริงและ หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อจะได้ทราบข้อมูลและความต้องการของบริการแต่ละประเภท ที่ชัดเจนเพิ่มขึ้น

บรรณานุกรม

- กัณฑ์พร ช่วงชิด. (2548). การศึกษาความคาดหวังของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนารูปแบบการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- โกวิท มั่นชัย. (2546). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จารุณีย์ ศรีสถาพร. (2549). กลยุทธ์การให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) กับความพึงพอใจของลูกค้า. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ธนาคารออมสิน. (2553). รายงานประจำปี 2553 ธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว. ธนาคารออมสิน: ผู้แต่ง.
- ปัทมากร ระเบียบ. (2550). ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธนาคารออมสิน สาขาคอยเต่า (ธนาคารชุมชน) จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภาสกร กุลชิด. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิชัย เชื้อมวราศาสตร์. (2546). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรักษาความสะอาดของบริษัท พรอพเพอร์ตี้ แคร่ เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญภักดี, องอาจ ปทะวานิช, เชาวลิท ประภวานนท์, พรพิมล วิริยกุล, รัชสรรค์ ประเสริฐศรี และคนอื่น ๆ. (2546). *การบริหารตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.

สรिता เขียวถาวร. (2547). *การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการเครื่องเอทีเอ็ม ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สุชีรา จิตภูมิเดชา. (2548). *การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของบริษัท โกลเด้น มายด์ เซอร์วิส จำกัด*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุทธาณี พรพัฒนานนท์. (2543). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรีและจังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระสาขาจิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุลิสสา พิษฐ์เลิศชาญ. (2546). *การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีขนส่งผู้โดยสารภายใต้การบริหารงานของกรมขนส่งทางบก บริษัท ขนส่ง จำกัด เทศบาลและเอกชน*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุวรรณ ตั้งชีวะสมบัติ. (2548). *การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรีและจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

David, C., Christopher, G., Hua Hwa Au Yong & Esther, C. (2006). Customer satisfaction: A study of bank customer relation in New Zealand. *Thesis*, Lincoln University: New Zealand.

Lin. C. Y. (2007). An examination of implementing customer relationship management by Chinese-Owned SMEs. *Thesis*, Lincoln University: New Zealand.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York:
Harper & Row.

ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

- | | |
|-------------------------------|---|
| 1. คุณประยูร สุกก้า | ผู้จัดการภาค ธนาคารออมสิน ภาค 4
จังหวัดสมุทรสาคร |
| 2. คุณสุรศักดิ์ ไรจน์ประดิษฐ์ | ผู้จัดการเขต ธนาคารออมสิน เขตสมุทรสาคร
จังหวัดสมุทรสาคร |
| 3. คุณบุญส่ง กรวิวงษ์ | ผู้จัดการสาขา ธนาคารออมสิน สาขากระทุ่มแบน
จังหวัดสมุทรสาคร |

ภาคผนวก ข

คะแนน IOC

คะแนน IOC

หัวข้อเรื่อง	ค่า IOC	ผลประเมิน
ส่วนที่ 1 รายละเอียดผู้ให้ข้อมูลส่วนบุคคล		
1. เพศ	1	สอดคล้อง
2. อายุ	1	สอดคล้อง
3. สถานภาพการสมรส	1	สอดคล้อง
4. การศึกษา	1	สอดคล้อง
5. อาชีพ	1	สอดคล้อง
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1	สอดคล้อง
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร ในปัจจุบัน		
7. วันที่ท่านมาใช้บริการกับธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาครของแต่ละสัปดาห์คือวันใด	0.67	สอดคล้อง
8. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ	1	สอดคล้อง
9. ท่านมาใช้บริการเดือนละกี่ครั้ง	1	สอดคล้อง
10. ส่วนใหญ่ท่านเข้ามาใช้บริการประเภทใดของธนาคาร	1	สอดคล้อง
11. เหตุผลที่ท่านมาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร	1	สอดคล้อง
ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา บ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร		
ด้านกระบวนการและการให้บริการ		
12. การให้บริการบัตรคิว	1	สอดคล้อง
13. การจัดลำดับในการให้บริการ	0.67	สอดคล้อง
14. จำนวนช่องบริการ / จำนวนพนักงานมีเพียงพอ	1	สอดคล้อง
15. ปริมาณเอกสารที่ใช้ในการติดต่อธุรกรรมกับธนาคาร	1	สอดคล้อง
16. ความรวดเร็วและความถูกต้องของการให้บริการ	1	สอดคล้อง
17. การเสนอขายผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ประกันชีวิต, บัตรเครดิต	0.67	สอดคล้อง

หัวข้อเรื่อง	IOC	ผลประเมิน
18. ความรวดเร็วในการทำรายการของเครื่องเอทีเอ็ม	1	สอดคล้อง
19. ความชัดเจนของข้อความในใบบันทึกรายการถอนเงินสดผ่านเครื่องเอทีเอ็ม	1	สอดคล้อง
20. ตู้เอทีเอ็มตั้งอยู่ในตำแหน่งที่มีความปลอดภัยในการใช้บริการ	1	สอดคล้อง
ด้านพนักงานที่ให้บริการ		
21. ความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน	1	สอดคล้อง
22. พนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้ม	1	สอดคล้อง
23. พนักงานสามารถให้คำปรึกษาแนะนำถูกต้อง	1	สอดคล้อง
24. พนักงานใช้คำพูดสื่อสารที่เข้าใจง่าย อธิบายชัดเจน	1	สอดคล้อง
25. พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	1	สอดคล้อง
26. พนักงานมีการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อย	1	สอดคล้อง
27. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	1	สอดคล้อง
28. การตรงเวลาของพนักงาน	1	สอดคล้อง
29. ผู้จัดการสาขามีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	0.67	สอดคล้อง
ด้านสถานที่		
30. สถานที่มีความสะอาดสวยงาม	1	สอดคล้อง
31. ความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการ	1	สอดคล้อง
32. มีป้ายแสดงจุดบริการตู้เอทีเอ็มให้เห็นอย่างชัดเจน	1	สอดคล้อง
33. การจัดสถานที่ภายในเป็นสัดส่วน มีระเบียบ	1	สอดคล้อง
34. ป้ายประชาสัมพันธ์ธุรกิจต่าง ๆ ให้ข้อมูลเพียงพอ	1	สอดคล้อง
35. มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ	1	สอดคล้อง
36. มีที่นั่งรอรับบริการเพียงพอกับจำนวนลูกค้า	1	สอดคล้อง
37. มีบริการน้ำดื่ม / ลูกอมแจกลูกค้าขณะนั่งรอรับบริการ	0.67	สอดคล้อง
38. ใบฝากเงิน-ถอนเงิน จัดวางสะดวกต่อการหยิบใช้	1	สอดคล้อง
39. มีหนังสือพิมพ์ / วารสารที่ทันสมัยขณะนั่งรอรับบริการ	1	สอดคล้อง

ภาคผนวก ค
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค
(Cronbach's Alpha coefficient)

```

DATASET ACTIVATE DataSet1.
DATASET CLOSE DataSet0.
SAVE OUTFILE='C:\Documents and Settings\HP\Desktop\Reliability.sav'
/COMPRESSED.
RELIABILITY
/VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

[DataSet1] C:\Documents and Settings\HP\Desktop\Reliability.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	31	77.5
	Excluded ^a	9	22.5
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.928	9

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
การให้บริการ	3.77	.920	31
การจัดลำดับ	3.65	.985	31
จำนวนช่องบริการ	3.32	.945	31
ปริมาณเอกสาร	3.58	.886	31
ความรวดเร็ว	3.74	.965	31
การเสนอขาย	3.35	1.018	31
ความรวดเร็วของไอทีเอ็ม	3.55	.961	31

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
ความชัดเจนของใบบันทึก รายการ	3.84	.688	31
คู่มือที่เอื้อมอยู่ในตำแหน่ง ปลอดภัย	3.65	.950	31

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
การให้บริการ	28.68	36.026	.674	.924
การจัดลำดับ	28.81	33.761	.838	.913
จำนวนช่องบริการ	29.13	33.649	.892	.910
ปริมาณเอกสาร	28.87	38.116	.496	.934
ความรวดเร็ว	28.71	36.346	.605	.928
การเสนอขาย	29.10	34.024	.780	.917
ความรวดเร็วของเอทีเอ็ม	28.90	33.690	.871	.911
ความชัดเจนของใบบันทึก รายการ	28.61	37.578	.744	.921
คู่มือที่เอื้อมอยู่ในตำแหน่ง ปลอดภัย	28.81	34.828	.766	.918

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
32.45	44.323	6.658	9

RELIABILITY

```

/VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6 P7 P8 P9
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

[DataSet1] C:\Documents and Settings\HP\Desktop\Realibility.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	39	97.5

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Case Processing Summary

	N	%
Cases Excluded ^a	1	2.5
Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.942	9

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
ความเอาใจใส่ของพนักงาน	4.23	.872	39
พนักงานต้อนรับอ่อนน้อม	4.23	.842	39
พนักงานให้คำปรึกษาถูกต้อง	4.18	.914	39
พนักงานใช้คำพูดเข้าใจง่าย	4.21	.801	39
พนักงานมีความซื่อสัตย์	4.31	.694	39
พนักงานแต่งกายสะอาด	4.38	.782	39
พนักงานมีความกระตือรือร้น	4.00	1.000	39
พนักงานตรงต่อเวลา	4.00	1.000	39
ผู้จัดการมีความน่าเชื่อถือ	4.31	.863	39

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ความเอาใจใส่ของพนักงาน	33.62	32.822	.813	.933
พนักงานต้อนรับอ่อนน้อม	33.62	32.822	.848	.931
พนักงานให้คำปรึกษาถูกต้อง	33.67	32.018	.857	.931
พนักงานใช้คำพูดเข้าใจง่าย	33.64	32.920	.887	.930
พนักงานมีความซื่อสัตย์	33.54	34.360	.844	.933
พนักงานแต่งกายสะอาด	33.46	33.360	.857	.931
พนักงานมีความกระตือรือร้น	33.85	32.870	.684	.942
พนักงานตรงต่อเวลา	33.85	33.344	.638	.945
ผู้จัดการมีความน่าเชื่อถือ	33.54	34.255	.664	.941

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
37.85	41.713	6.459	9

RELIABILITY

```

/VARIABLES=PLACE1 PLACE2 PLACE3 PLACE4 PLACE5 PLACE6 PLACE7 PLACE8 PLACE9 PLACE10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA

```

```

/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

[DataSet1] C:\Documents and Settings\HP\Desktop\Reliability.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	36	90.0
	Excluded ^a	4	10.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.957	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
สถานที่สะอาดสวยงาม	3.97	.878	36
ความทันสมัยของอุปกรณ์	3.75	.874	36
ป้ายแสดงจุดบริการชัดเจน	3.75	.874	36
จัดสถานที่เป็นสัดส่วน	3.72	.849	36
ป้ายประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพียงพอ	3.72	.815	36
มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	3.08	1.079	36
มีที่นั่งรอเพียงพอ	3.67	.986	36
มีบริการนำดื่ม	3.36	.931	36
ใบฝากถอนจัดวางสะดวกต่อการใช้	3.92	.906	36
มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน	3.83	.971	36

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
สถานที่สะอาดสวยงาม	32.81	49.933	.819	.952
ความทันสมัยของอุปกรณ์	33.03	48.885	.917	.948
ป้ายแสดงจุดบริการชัดเจน	33.03	51.971	.645	.959

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
จัดสถานที่เป็นสัดส่วน	33.06	50.854	.767	.954
ป้ายประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพียงพอ	33.06	50.568	.831	.952
มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	33.69	47.647	.809	.953
มีที่นั่งรอเพียงพอ	33.11	48.673	.816	.952
มีบริการน้ำดื่ม	33.42	50.021	.758	.954
ใบฝากถอนจัดวางสะดวกต่อการใช้	32.86	48.580	.907	.948
มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน	32.94	48.225	.867	.950

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
36.78	60.863	7.802	10