

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการ  
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม



การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการ  
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม



การศึกษาเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
พ.ศ. 2552



© 2552

ปิยะพันธ์ สานศิลป์พงศ์  
สงวนสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)  
สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

ผู้วิจัย นายปิยะพันธ์ สวนศิลป์พงศ์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ สมจิตร ล้วนจำเริญ)

ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชา บุญภัทรگانต์)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(ดร.จิรพันธ์ สกุนา)

(ดร.สุดารัตน์ ดิษยวรรณนะ จันทราวัดฒนากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 17 เดือน มกราคม พ.ศ. 2552

ปิยะพันธ์ สวานศิลป์พงศ์. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มกราคม 2552 , บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม (153 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ สมจิตร ล้วนจำเริญ

### บทคัดย่อ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าและศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่เข้าใช้บริการในส่วนบริการลูกค้า ซึ่งสามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการในส่วนบริการลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด และกลับมาใช้บริการของธนาคารอีก

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

จากผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่งเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 – 30 ปี มีสถานภาพ โสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่ มีรายได้ประมาณ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน

ส่วนพฤติกรรมในการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เหตุผลที่ลูกค้าเลือกเข้ามาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม มากที่สุดคือ มีความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง สำหรับการเข้ารับบริการนั้นประเภทของบริการที่ลูกค้านิยมมาใช้มากที่สุดคือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก รองลงมาคือ บริการด้านบัตรเครดิต โดยส่วนใหญ่แล้วลูกค้าที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเข้ามา

ใช้บริการของธนาคารมากที่สุดในวันจันทร์ รองลงมาคือวันศุกร์ และเห็นว่าเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ควรมีการปรับปรุงมากที่สุด อยู่ในช่วงเวลา 12.01 – 13.00 น. รองลงมาคือ 08.30 – 10.00 น. ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของธนาคารส่วนใหญ่เป็นลูกค้าของธนาคารมาเป็นระยะเวลา 1-4 ปี และรองลงมาคือ 5 – 9 ปี

ผลการศึกษา สรุปได้ว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีความพอใจในบริการอยู่ในระดับพอใจมาก และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมความพึงพอใจในการใช้บริการ ส่วน อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคาร



## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเฉพาะบุคคล เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาของรองศาสตราจารย์ สมจิตร ล้วนจำเริญ โดยท่านได้ให้คำแนะนำและชี้แนะแนวทางในการทำการศึกษารวมถึงข้อคิดเห็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์อีกทั้งได้ติดตามความคืบหน้าของการจัดทำพร้อมทั้งตรวจทานตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่อง จึงทำให้รายงานฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์

ผู้ศึกษาขอขอบคุณในความกรุณาของเจ้าหน้าที่ในส่วนบริการลูกค้า ที่ให้การสนับสนุนส่งเสริมให้ความสะดวกในการทำการศึกษานี้ และเพื่อนพนักงานทุกคนที่ให้การสนับสนุนในการช่วยเหลือแจกแบบสอบถามแก่ลูกค้า รวมทั้งเจ้าหน้าที่ห้องสมุดธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่สีลม ที่ให้ความสะดวกในการค้นคว้าข้อมูล

สุดท้ายผู้เขียนต้องขอบพระคุณต่อคุณบิดา คุณมารดา และทุกๆ คนในครอบครัว ผู้ซึ่งได้ส่งเสริมและสนับสนุนในการศึกษานี้ในทุกๆ ด้านจนสามารถประสบผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาตลอดเวลาที่ผ่านมา ตลอดจน ครู อาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้หากคุณความดีอันพึงมีทั้งหลายในปรากฏในรายงานฉบับนี้ ผู้เขียนขอมอบให้แก่ บิดา มารดา ครูและอาจารย์ ส่วนข้อบกพร่องทั้งหลายที่เกิดขึ้น ผู้ศึกษาขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ปิยะพันธ์ สวานศิลป์พงศ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ท
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตการศึกษา	4
กรอบแนวความคิดในการศึกษา	5
สมมติฐานการศึกษา	6
นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 ตรวจสอบเอกสาร	8
ทฤษฎีการบริการ	8
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ	12
ทฤษฎีคุณภาพบริการ	13
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า	15
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค	16
ทฤษฎีด้านลูกค้าสัมพันธ์	16
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
บทที่ 3 วิธีการศึกษาและการรวบรวมข้อมูล	26
ประชากรที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง	26
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	26
การทดสอบแบบสอบถาม	28

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล	28
เกณฑ์การให้คะแนนและวัดระดับความพึงพอใจ	29
<b>บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>30</b>
<b>ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด</b> (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม	<b>30</b>
<b>ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด</b> (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม	<b>33</b>
<b>ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการให้บริการ</b> ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม	<b>37</b>
<b>ส่วนที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของพฤติกรรมในการใช้บริการจำแนกตามด้าน</b> <b>ประชากรศาสตร์</b>	<b>43</b>
<b>ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน</b>	<b>90</b>
<b>บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>147</b>
สรุปการศึกษา	147
สรุปการทดสอบสมมติฐาน	148
อภิปรายผล	149
ข้อจำกัดในการศึกษา	150
ข้อเสนอแนะ	150

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศ	30
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุ	30
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามสถานภาพ	31
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการศึกษา	31
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอาชีพ	32
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	32
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนก เหตุสำคัญที่ท่านเลือกใช้ บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม	33
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนก บริการด้านใดของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด	34
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนก ส่วนใหญ่ท่านเข้าใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด	34
ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนก ท่านได้ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรมีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด	35

## สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนก ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด	36
ตารางที่ 4.12	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามระดับความสำคัญ ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านอาคาร สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก	38
ตารางที่ 4.13	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามระดับความสำคัญ ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านความไว้วางใจในการปฏิบัติงาน	39
ตารางที่ 4.14	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามระดับความสำคัญ ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	40
ตารางที่ 4.15	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามระดับความสำคัญ ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านความน่าเชื่อมั่นในความรู้และอัธยาศัยไมตรี	41
ตารางที่ 4.16	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามระดับความสำคัญ ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านการเข้าใจถึงความรู้สึกและความต้องการของลูกค้า	42
ตารางที่ 4.17	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้ บริการธนาคารกรุงเทพเมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ	43
ตารางที่ 4.18	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเหตุสำคัญที่สุดที่ เลือกใช้ บริการธนาคารกรุงเทพเมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านอายุ	44

**สารบัญตาราง (ต่อ)**

	หน้า
ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้ บริการธนาคารกรุงเทพเมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านอายุ	45
ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้ บริการธนาคารกรุงเทพเมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้าน ระดับการศึกษา	46
ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้ บริการธนาคารกรุงเทพเมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้าน อาชีพ	48
ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้ บริการธนาคารกรุงเทพเมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้าน รายได้	49
ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามบริการที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ	50
ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามบริการที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านอายุ	51
ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามบริการที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านสถานภาพ	53

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามบริการที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา	54
ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามบริการที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านอาชีพ	55
ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามบริการที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านรายได้	57
ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ ในวันใดบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ	59
ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ ในวันใดบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านอายุ	60
ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ ในวันใดบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านสถานภาพ	61
ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ ในวันใดบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ ในวันใดบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านอาชีพ	64
ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ ในวันใดบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านรายได้	66
ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตาม ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุดเมื่อจำแนกตาม สถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ	68
ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตาม ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุดเมื่อจำแนกตาม สถานภาพส่วนบุคคลด้านอายุ	70
ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตาม ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุดเมื่อจำแนกตาม สถานภาพส่วนบุคคลด้านสถานภาพ	72
ตารางที่ 4.38 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตาม ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุดเมื่อจำแนกตาม สถานภาพส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา	74
ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตาม ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุดเมื่อจำแนกตาม สถานภาพส่วนบุคคลด้านอาชีพ	76

### สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4. 40 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตาม ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุดเมื่อจำแนกตาม สถานภาพส่วนบุคคลด้านรายได้	79
ตารางที่ 4. 41 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตาม ผู้ที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ เป็นลูกค้าธนาคารมาเป็นระยะเวลาเท่าใด เมื่อจำแนกตามสถานภาพ ส่วนบุคคลด้านเพศ	81
ตารางที่ 4. 42 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตาม ผู้ที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ เป็นลูกค้าธนาคารมาเป็นระยะเวลาเท่าใด เมื่อจำแนกตามสถานภาพ ส่วนบุคคลด้านอายุ	82
ตารางที่ 4. 43 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตาม ผู้ที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ เป็นลูกค้าธนาคารมาเป็นระยะเวลาเท่าใด เมื่อจำแนกตามสถานภาพ ส่วนบุคคลด้านสถานภาพ	84
ตารางที่ 4. 44 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตาม ผู้ที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ เป็นลูกค้าธนาคารมาเป็นระยะเวลาเท่าใด เมื่อจำแนกตามสถานภาพ ส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา	85
ตารางที่ 4. 45 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตาม ผู้ที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ เป็นลูกค้าธนาคารมาเป็นระยะเวลาเท่าใด เมื่อจำแนกตามสถานภาพ ส่วนบุคคลด้านอาชีพ	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตาม ผู้ที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ เป็นลูกค้าธนาคารมาเป็นระยะเวลาเท่าใด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านรายได้	88
ตารางที่ 4.47 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม	91
ตารางที่ 4.48 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับ พฤติกรรม เหตุสำคัญที่ลูกค้าเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ	91
ตารางที่ 4.49 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับ พฤติกรรมในการเลือกประเภทการให้บริการของธนาคาร	93
ตารางที่ 4.50 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับ พฤติกรรม ในวันเข้าใช้บริการของของธนาคาร	94
ตารางที่ 4.51 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับช่วงเวลา ที่ควรให้มีการปรับปรุงในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ	96
ตารางที่ 4.52 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับระยะเวลา ในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ	97

## สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.53	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ เหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ	99
ตารางที่ 4.54	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ ประเภทการให้บริการธนาคารกรุงเทพ	100
ตารางที่ 4.55	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับการ เลือกวันเข้ารับบริการธนาคารกรุงเทพ	102
ตารางที่ 4.56	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับการ เลือกช่วงเวลาที่เหมาะให้มีการปรับปรุงด้านบริการของธนาคารกรุงเทพ	104
ตารางที่ 4.57	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ	106
ตารางที่ 4.58	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ เหตุสำคัญที่ลูกค้าเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ	108
ตารางที่ 4.59	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ การเลือกประเภทการให้บริการธนาคารกรุงเทพ	110

## สารบัญตาราง (ต่อ)

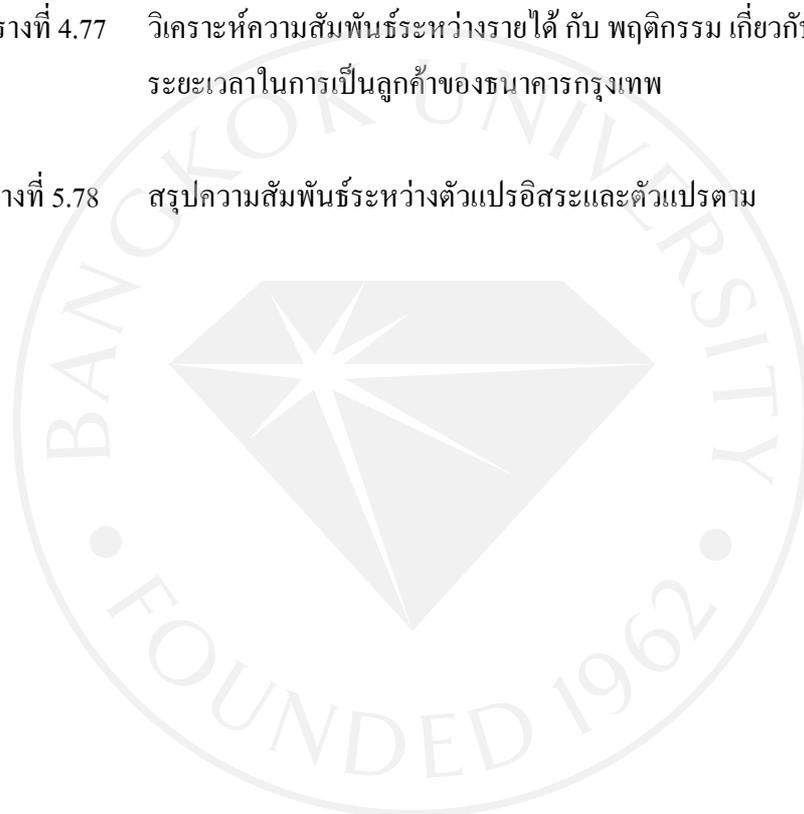
	หน้า
ตารางที่ 4.60 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับวันที่เข้ารับบริการธนาคารกรุงเทพ	111
ตารางที่ 4.61 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับช่วงเวลาที่เหมาะสมให้มีการปรับปรุงด้านการบริการของธนาคารกรุงเทพ	113
ตารางที่ 4.62 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ	115
ตารางที่ 4.63 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษา กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับเหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ	116
ตารางที่ 4.64 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษา กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับประเภทการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ	118
ตารางที่ 4.65 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษา กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับวันที่เข้ารับการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ	120
ตารางที่ 4.66 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษา กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับช่วงเวลาที่เหมาะสมในการปรับปรุงด้านการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ	122
ตารางที่ 4.67 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษา กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ	124

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.68	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ เหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ	126
ตารางที่ 4.69	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ ประเภทการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ	128
ตารางที่ 4.70	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ วันที่เข้ารับบริการของธนาคารกรุงเทพ	130
ตารางที่ 4.71	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ ช่วงเวลาที่ควรมีการปรับปรุงการบริการของธนาคารกรุงเทพ	132
ตารางที่ 4.72	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ	134
ตารางที่ 4.73	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ เหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ	136
ตารางที่ 4.74	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ ประเภทการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ	138
ตารางที่ 4.75	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ วันที่เข้ารับบริการของธนาคารกรุงเทพ	140

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.76 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ ช่วงเวลาที่ควรให้มีการปรับปรุงการให้บริการธนาคารกรุงเทพ	142
ตารางที่ 4.77 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ	145
ตารางที่ 5.78 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม	148



## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม	6



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญของการศึกษา

ปัจจุบันเศรษฐกิจและการเงินโลกได้พัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดย โนม์สู่ยุคการรวมตัวและการดำเนินธุรกิจแบบไร้พรมแดน ซึ่งในส่วนของระบบการเงิน หมายถึง การเปิดพรมแดนทางการเงิน การลดข้อกีดกันต่างๆ เพื่อเปิดให้บริการทางการเงินใหม่ๆ เข้ามาเจาะตลาดที่เคยถูกปิดกั้นมาก่อน กลุ่มธุรกิจธนาคารไทยที่เคยผูกขาดการให้บริการ และปล่อยละเลยเรื่องคุณภาพสินค้าและบริการ จำเป็นที่จะต้องหันกลับมามองตัวเองและเริ่มปรับปรุงอย่างจริงจังก่อนที่จะสูญเสียลูกค้า หรือส่วนแบ่งตลาดไปให้กับธนาคารคู่แข่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งธนาคารต่าง ชาติที่กำลังเข้ามาเปิดตลาดในเมืองไทย

กระแสการแข่งขันเสรีทางการเงินในปัจจุบัน ส่งผลให้ลูกค้ามีทางเลือกมากมายในการใช้บริการทางการเงิน ทั้งจากสถาบันการเงินภายในประเทศและระหว่างประเทศ นอกจากนี้ขอบเขต ของการให้บริการทางการเงินที่คาบเกี่ยวและซ้ำซ้อนกันมากขึ้นของสถาบันการเงินประเภทต่างๆ ทำให้กิจการธนาคาร ซึ่งเคยเป็นกลไกสำคัญในการให้บริการทางการเงิน เริ่มมีคู่แข่งมากขึ้นทั้งคู่แข่งขั้นทางตรงและโดยอ้อม และทั้งจากภายในประเทศและระหว่างประเทศ สถานการณ์ดังกล่าวเป็นแรงผลักดันให้ธนาคารเริ่มหันมาให้ความสนใจและใกล้ชิดกับลูกค้ามากขึ้น เพื่อที่จะสร้างและรักษาความพึงพอใจของลูกค้าไว้ให้ได้ในสภาพการดำเนินธุรกิจที่ถูกโหมกระหน่ำจากกระแสโลกาภิวัตน์ที่เข้ามามีบทบาทในทุกอุตสาหกรรมและทุกประเทศทั่วโลก

สำหรับในเรื่อง “บริการ” โดยเฉพาะ “พนักงานธนาคาร” จะต้องเข้าใจกระบวนการทำงานและรู้ถึงพฤติกรรมของลูกค้าของธนาคารเป็นอย่างดี (วรวัช จารุจินดา, 2540)

1. การหาลูกค้ารายใหม่ย่อมเสียค่าใช้จ่ายสูงกว่าการรักษาลูกค้าเดิมไว้ โดยส่วนมากต้นทุนด้านตลาดในการหาลูกค้าใหม่จะมากกว่า 2 ถึง 10 เท่า ของเงินลงทุนเพื่อรักษาลูกค้าที่มีอยู่จากการวิจัยโดย Sandy Corporation ในปี 1989 แสดงให้เห็นว่าความไม่พอใจของลูกค้า ทำให้เกิดความเสียหายโดยเฉลี่ยคิดเป็น 10% ของรายได้ต่อปี

2. ลูกค้าจะเลิกใช้บริการ เมื่อเกิดความไม่พอใจในการบริการ ผู้บริหารต่างตระหนักถึงความจริงที่ว่า ทุกๆขั้นตอนในการติดต่อกับลูกค้า สามารถสร้างและทำลายความประทับใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัทได้ อย่างไรก็ตามมักมองข้ามการรับรู้ไหลที่จะเกิดขึ้น จากการศึกษาบริษัทอุตสาหกรรมย่อย 3 แห่ง สามารถแสดงให้เห็นขอบเขตของปัญหาอย่างชัดเจน ลูกค้าบริษัทแห่งแรกเปลี่ยนใจไปทำธุรกิจกับคู่แข่ง ในจำนวนนี้ 42 % เป็นเพราะปัญหาด้านการบริการ ส่วนอีกบริษัทหนึ่ง 68% ของลูกค้าที่สูญเสียไปเพราะผู้ให้บริการเฉยเมยไม่ใส่ใจกับลูกค้า ส่วนบริษัทที่ 3 แสดงตัวเลข 68% เช่นเดียวกัน โดยบังเอิญ

3. ผลลัพธ์ที่คุณภาพสูง ไม่สามารถชดเชยการบริการที่ไม่ดี ตามปกติแล้วคุณภาพของสินค้าหรือหลักการบริการเป็นสิ่งสำคัญ อย่างไรก็ตามการศึกษาวิจัยบริษัทที่ 3 ที่กล่าวข้างต้นจำนวนลูกค้าที่ลดลงมีเพียง 14% เท่านั้น ที่เกิดขึ้นเพราะไม่พอใจสินค้า การสำรวจความคิดเห็นของลูกค้าโดยใช้ Customer Report Card ชี้ให้เห็นว่า ลูกค้าแต่ละคนที่มีรับบริการในแต่ละจุดจะให้ความสำคัญกับเรื่องนั้นไว้ใจ อย่างไรก็ตามเพียงสินค้าหรือบริการโดยลำพังย่อมไม่สามารถสร้างความรู้สึกที่มากกว่า “ความพอใจ” ให้ลูกค้าได้ ทำไม ทั้งนี้เพราะคู่แข่งตามทันตามพัฒนาและการริเริ่ม ความเปลี่ยนแปลงของเราได้อย่างรวดเร็ว และความคาดหวังของลูกค้าจะเพิ่มขึ้นตามกระแสการแข่งขัน ดังนั้นจึงยังเป็นไปไม่ได้ที่จะสร้างความพึงพอใจที่ “เกินกว่า” ความคาดหวังของลูกค้าด้วยตัวสินค้าหรือบริการเพียงอย่างเดียว

4. สำหรับการรักษาลูกค้าให้คงอยู่ สิ่งสำคัญในการให้บริการคือ “มนุษยสัมพันธ์” พฤติกรรมของผู้ให้บริการสามารถสร้างความประทับใจให้ลูกค้าหรือขับไล่ลูกค้าได้เช่นกัน จากการศึกษาวิจัยโดยสถาบัน TARP ได้แสดงให้เห็นว่า ปัญหาการสื่อสารระหว่างบุคคล ในระหว่างกระบวนการบริการเป็นสาเหตุที่ทำให้สูญเสียลูกค้ามากกว่าปัญหาที่จะมาจากการให้บริการโดยตรง การศึกษาวิจัยโดย Marketing Science Institute มหาวิทยาลัย Cambridge มลรัฐ Massachusetts ได้เปรียบเทียบองค์ประกอบของการให้บริการลูกค้าที่ไม่เกี่ยวกับราคา และให้ลูกค้าให้น้ำหนักความสำคัญขององค์ประกอบเหล่านั้น ความเชื่อถือในตัวสินค้าถูกจัดให้มีความสำคัญเป็นอันดับแรก แต่เมื่อผนวกเข้ากับ “มนุษยสัมพันธ์” ในแง่ของความเข้าใจ ความเชื่อถือและการตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าอย่างกระตือรือร้น จะส่งผลกระทบต่อผลรวมของความน่าเชื่อถือและตัวสินค้าในแง่ “ธุรกิจ” ถึง 32% ดังนั้นการให้บริการที่ดีที่สุดต้องประกอบด้วยสินค้าหรือบริการหลัก ซึ่งตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าบวกด้วยบริการที่เปี่ยมไปด้วยมิตรภาพ ความเอื้ออาทรซึ่งเกินกว่าที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ (Delight)

5. ความเป็นเลิศด้าน “มนุษยสัมพันธ์” ต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทั่วทั้งองค์กร โดยอาศัยทักษะการให้บริการ และกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ บริษัทที่จะประสบความสำเร็จในการแข่งขันระดับโลกได้ต้องสามารถหล่อหลอมองค์กรด้วยวัฒนธรรมการบริการให้ บริการที่รวดเร็วทันใจ กระฉับกระเฉง และพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ต้องอาศัยการบริหารกลยุทธ์ ซึ่งเน้นความพยายามในการสร้างคุณภาพภายใน โดยเน้นลูกค้าว่าสำคัญเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังต้องอาศัยการผสมผสานระหว่างความชำนาญในการบริการทั้งสำหรับพนักงานที่มีหน้าที่ติดต่อกับลูกค้า และพนักงานภายใน รวมทั้งความชำนาญที่ต้องใช้ไหวพริบซึ่งช่วยให้พนักงานได้มีการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง ผลที่ได้คือ มีการรายงานกิจกรรมที่ไม่ขาดตอนไปยังลูกค้าและจากลูกค้ามายังบริษัท สิ่งที่ลูกค้ามองเห็นคือ การบริการที่เป็นเลิศ และเปี่ยมด้วยคุณภาพทุกๆ ครั้งที่ได้รับการ

เป็นที่เห็นพ้องต้องกันว่า “ผู้บริหาร” หรือ “ลูกค้า” คือผู้กำหนดของธุรกิจที่แท้จริง เป็นผู้ทรงอำนาจสูงสุดที่จะตัดสินความอยู่รอดหรือความล้มเหลวของธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง การ “รู้จัก” และ “เข้าใจ” ลูกค้าย่อมจะเป็นหัวใจของการทำธุรกิจทั้งหมด สำหรับธุรกิจธนาคารนั้น การแข่งขันเพื่อเป็น “ผู้นำ” ไม่ได้เข้มข้นยิ่งหย่อนไปกว่าธุรกิจอื่นๆ กลุ่มลูกค้าเอง ล้วนแล้วแต่มีความรู้มากขึ้น และมีความต้องการที่สลับซับซ้อนมากขึ้น พวกเขาต้องการรับรู้ข้อเสนอที่ดีที่สุดจากทุกธนาคารเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจ ดังนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ธนาคารเองจะต้องปรับปรุงการบริการเพื่อให้ถูกใจลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ นอกจากจะเป็นการรักษาลูกค้าเก่าไว้แล้วยังดึงดูดใจให้ลูกค้าใหม่มาใช้บริการของธนาคารเพิ่มขึ้น

จากความสำคัญของปัญหาที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้ศึกษาซึ่งปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่อำนวยบริการ ส่วนบริการลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม จึงมีความต้องการที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนบริการลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ ซึ่งสามารถนำผลจากการศึกษามาใช้ในการปรับปรุงบริการของธนาคารให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าทั้งที่เป็นลูกค้าเก่า และที่จะเป็นลูกค้าใหม่ของธนาคาร รวมทั้งเพื่อก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในศักยภาพของธนาคารทำให้ธนาคารมีความได้เปรียบในเชิงแข่งขันทางธุรกิจด้านการให้บริการลูกค้า

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษามีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการบริการลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่เข้าใช้บริการในส่วนบริการลูกค้า ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารทำให้ทราบถึงคุณภาพบริการในด้านต่างๆ ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้า
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพในงานบริการ
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาบริการด้านอื่นๆ ของธนาคาร

### ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการในส่วนบริการลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม โดยนำเอาคุณภาพการบริการ (Quality Services) มาเป็นองค์ประกอบในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า โดยแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านอาคาร สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความน่าเชื่อถือในการปฏิบัติงาน ด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อมั่นในความรู้และอัธยาศัยไมตรี ด้านการเข้าใจถึงความรู้สึกและความต้องการของลูกค้า

2. ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มตัวอย่าง ศึกษาเฉพาะลูกค้าที่มาใช้บริการในส่วนบริการลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling)

3. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ทำการศึกษา เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม 2551 เป็นต้นไป และระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2551 ถึงเดือนธันวาคม 2551

### กรอบแนวความคิดในการศึกษา

จากการศึกษาถึงแนวความคิดเกี่ยวกับการบริการ แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ และทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น ได้แก่ ทฤษฎีการบริการและทฤษฎีคุณภาพบริการ รวมทั้งผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในบริการ ทำให้ผู้ศึกษานำมากำหนดกรอบแนวความคิดในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนบริการลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ดังนี้

#### ตัวแปรในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ ตัวแปรภูมิหลังของลูกค้าที่มาใช้บริการ ได้แก่

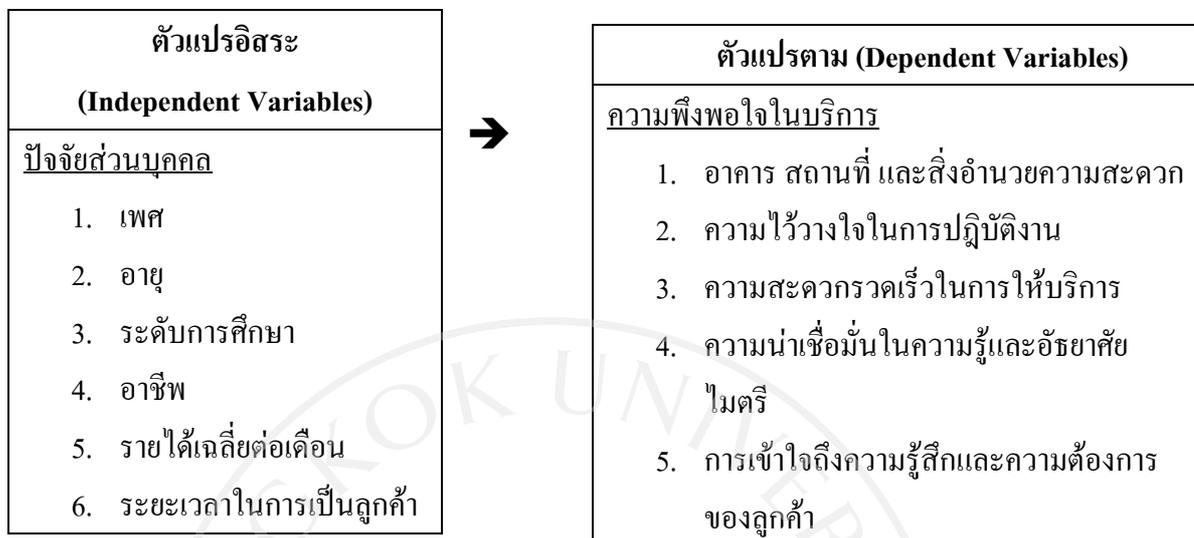
1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. อาชีพ
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือความพึงพอใจที่มีต่อส่วนบริการลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม โดยแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านอาคารสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก
2. ด้านความน่าเชื่อถือในการปฏิบัติงาน
3. ด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ
4. ด้านความน่าเชื่อมั่นในความรู้และอรรถาศัยไมตรี
5. ด้านการเข้าใจถึงความรู้สึกและความต้องการของลูกค้า

ผู้ศึกษาคาดว่าตัวแปรต่างๆ จะมีความสัมพันธ์กันดังต่อไปนี้

ภาพที่ 1 : กรอบแนวความคิดในการศึกษา



### สมมติฐานการศึกษา

สมมติฐานที่ 1 เพศมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการธนาคาร

กรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

สมมติฐานที่ 2 อายุมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการธนาคาร

กรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

สมมติฐานที่ 3 สถานภาพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการ

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

สมมติฐานที่ 4 การศึกษามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการธนาคาร

กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

สมมติฐานที่ 5 อาชีพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการธนาคาร

กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

สมมติฐานที่ 6 รายได้มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการธนาคาร

กรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

### นิยามศัพท์

1. ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนบริการลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน คือ

- 1.1 ด้านอาคาร สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Tangibles)
- 1.2 ด้านความน่าเชื่อถือในการปฏิบัติงาน (Reliability)
- 1.3 ด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (Responsiveness)
- 1.4 ด้านความน่าเชื่อมั่นในความรู้ และอภัยภัยไมตรี (Assurance)
- 1.5 ด้านเข้าใจถึงความรู้สึก และความต้องการของลูกค้า (Empathy)

2. ลูกค้า หมายถึง ประชาชนที่มาใช้บริการในส่วนบริการลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

3. ส่วนบริการลูกค้า หมายถึง ส่วนงานหน้าเคาน์เตอร์ที่ให้บริการฝาก – ถอนเงิน โอนเงิน บัญชีสะสมทรัพย์ บัญชีประจำ บัญชีเงินมีระยะ บัญชีกระแสรายวัน บัญชีเงินฝากขวัญบัว หลวง บริการถอนเงินด้วยเช็คต่างสาขา บริการรับชำระบัตรเครดิต บริการรับชำระค่าสินค้าและบริการ บริการรับชำระค่าโทรศัพท์ บริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค บริการขาย Cashier's Order

4. เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก หมายถึง พนักงานที่ทำหน้าที่ให้บริการลูกค้า ในส่วนบริการลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

5. ธนาคาร หมายถึง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

## บทที่ 2

### การตรวจเอกสาร

#### แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ที่จะใช้เป็นแนวทางในการ ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนบริการลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงาน ใหญ่สีลม มีรายละเอียดดังนี้

#### ทฤษฎีการบริหาร (Services)

##### ความหมายของธุรกิจบริการ

ความเจริญก้าวหน้าทางด้านวิชาการในปัจจุบัน กำลังดำเนินไปอย่างรวดเร็วพร้อมกับความเจริญทางเศรษฐกิจของประเทศ ในประเทศที่พัฒนาแล้วธุรกิจได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วจน อาจจะเรียกว่าเป็นอุตสาหกรรมการบริหาร (ยูพาวรรณ วรรณวานิช, 2541) ธุรกิจบริการคืออะไร จะ แยกพิจารณาเป็น 2 คำคือ คำว่า “ธุรกิจ” และ “บริการ” คำว่า “ธุรกิจ” ปกติหมายถึง “หน่วยงานหรือ องค์กร ซึ่งเอกชนจัดตั้งขึ้นมาเพื่อประกอบกิจกรรมเกี่ยวกับการค้า การขาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ แสวงหากำไร” ส่วนคำว่า “บริการ” จะหมายถึง “สิ่งที่เราจับต้องไม่ได้ แต่สามารถซื้อขายได้ เช่น บริการเช่าบ้าน บริการทางการแพทย์ บริการทางการศึกษา เป็นต้น” ดังนั้นเมื่อเราพูดถึงธุรกิจบริการ เราจึงหมายถึง “องค์กรหรือหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้หรือขายบริการ โดยปกติจะมีวัตถุประสงค์ เพื่อแสวงหากำไร ซึ่งการให้หรือขายบริการดังกล่าวอาจจะเป็นการให้หรือขายโดยตรงสู่ลูกค้าหรือ โดยทางอ้อมหรือโดยต่อเนื่องก็ได้”

##### ลักษณะของธุรกิจบริการ

ธุรกิจบริการแต่ละประเภทเป็นธุรกิจที่มีลักษณะเฉพาะ และมีลักษณะแตกต่างไป จากธุรกิจที่ผลิตสินค้า ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของบุคคล

โดยเฉพาะ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อันได้แก่ ความสะดวกสบาย ทัศนคติ มาตรการ ความสม่ำเสมอของการให้บริการ บรรยากาศภายในธุรกิจบริการ ตลอดจนบุคลากรผู้ให้บริการ

การขายบริการเป็นเรื่องของการตกลงกันโดยตรงระหว่างบุคคลสองฝ่าย คือ ฝ่ายผู้ขายบริการ (หรือผู้ให้บริการ) กับฝ่ายผู้ซื้อบริการ (หรือผู้รับบริการ) ข้อตกลงดังกล่าวอาจจะครอบคลุมในเรื่องต่างๆ ต่อไปนี้

1. ราคาค่าบริการ
2. รูปแบบของการบริการ
3. ระยะเวลาของการบริการ
4. การชำระค่าบริการ

ตัวอย่างเช่น การใช้บริการของโรงแรม เราจะต้องตกลงเกี่ยวกับค่าเช่าห้องพักว่าควรจะเป็นเท่าไร การบริการของโรงแรมมีอะไรบ้าง เช่น ห้องพักมีเครื่องปรับอากาศหรือไม่ มีน้ำอุ่นหรือไม่ เป็นห้องเดี่ยวหรือห้องคู่ มีตู้เย็นและโทรทัศน์ในห้องหรือไม่ เป็นต้น จากนั้นจึงตกลงกันเรื่องเวลาที่จะเข้าพักหรือออกจากห้องพัก ซึ่งปกติจะเข้าพักได้ตั้งแต่เที่ยง และจะต้องออกจากห้องพักก่อนเที่ยงของวันที่จะออกจากโรงแรม (ทั้งนี้ก็แล้วแต่ตกลงกัน) สุดท้ายก็ต้องตกลงเรื่องการชำระค่าห้องพักว่าจะชำระก่อนเข้าพักหรือหลังจากเข้าพักแล้ว และค่าห้องพักจะรวมภาษีด้วยหรือไม่ จากที่ได้กล่าวไปแล้วเราพอสรุปได้ว่าลักษณะของธุรกิจบริการควรมีดังนี้

1. ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่ใช้บุคลากรเป็นหลักในการประกอบธุรกิจ ธุรกิจบริการส่วนใหญ่จะใช้พนักงานผู้ให้บริการเป็นหลักในการเสนอขายบริการ (Labor Intensive) อาจจะมีเครื่องมือเป็นสิ่งสนับสนุนเพื่อให้การให้บริการสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น เช่น การให้บริการพันธุกรรมในการให้บริการต้องอาศัยทันตแพทย์เป็นผู้ให้บริการ เครื่องมือเป็นอุปกรณ์สนับสนุนเท่านั้น

2. ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่ต้องการคุณภาพมากกว่าปริมาณ ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่เน้นคุณภาพของการบริการมากกว่าปริมาณ เช่น บริการด้านสุขภาพ แพทย์ผู้ให้บริการไม่สามารถรักษาคนไข้ได้ทีละหลายๆคน เวลาที่ใช้ในการตรวจคนไข้แต่ละรายต้องเพียงพอกับอาการของโรค ถ้าน้อยเกินไปจะมีผลต่อคุณภาพในการรักษา บริการบางอย่างการเน้นเรื่องคุณภาพอาจน้อยลง เช่น บริการขนส่งสารสื่อสาร หรือการประกันภัย แต่ทั้งนี้มิได้หมายความว่าไม่สนใจในคุณภาพ สำหรับบริการลูกค้ายังคงสนใจในเรื่องการเกิดอุบัติเหตุสำหรับการโดยสารรถประจำทาง แต่อาจละเลยในเรื่องการบริการที่ไม่สุภาพ รวดแน่น หรือรอรถนาน เป็นต้น

3. ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่สนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย กล่าวคือ ธุรกิจบริการมีลักษณะเหมือนธุรกิจที่ต้องทำตามคำสั่งซื้อของลูกค้าแต่ละรายเหมือนสินค้าสั่งทำเสื้อสั่งตัด โรงพิมพ์สั่งพิมพ์ โรงพยาบาลรักษาคอนไซ้เฉพาะราย เราไม่สามารถจะใส่สูตรหรือส่วนผสมที่แน่นอน เพื่อให้บริการกับลูกค้าเหมือนกับการใส่สูตรส่วนผสมในการผลิตสินค้า เพราะความต้องการของลูกค้าแต่ละคนย่อมจะแตกต่างกัน เช่น บริการตัดแต่งทรงผม ช่างผมต้องเข้าใจลูกค้าแต่ละรายว่าชอบทรงผมแบบไหน เช่น ผมตัด ผมซอยสั้น ผมยาว และบริการตามที่ลูกค้าต้องการ

4. ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่มีขีดความสามารถจำกัด เนื่องจากต้องให้บริการลูกค้าแบบตัวต่อตัว ไม่สามารถจะเพิ่มการบริการตามที่ต้องการได้ คือ ไม่สามารถผลิตบริการแบบการผลิตขนาดใหญ่ เช่น รถโดยสารผู้โดยสารได้เท่าไรก็สามารถจะรับผู้โดยสารได้เท่านั้น โรงภาพยนตร์ผู้ดูเท่าไรก็จะรับผู้ดูได้เท่านั้น อาจขยายการบริการได้บ้าง เช่น เพิ่มรถโดยสารเสริมหรือเก้าอี้เสริมสำหรับโรงภาพยนตร์ แต่ไม่สามารถเพิ่มได้มากนัก

5. ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่ต้องการผู้ให้บริการและผู้บริหารและผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน หมายความว่าผู้ให้บริการ ผู้บริหารธุรกิจบริการ จะต้องมีความรู้ในตัวบริการนั้นเป็นอย่างดี มิฉะนั้นการดำเนินงานจะประสบความสำเร็จได้ยาก ตัวอย่าง เช่น ผู้บริหารโรงพยาบาลก็ควรจะสามารถศึกษาทางการแพทย์ เป็นแพทย์ที่มีชื่อเสียง หรือเจ้าของร้านตัดเสื้อจะต้องมีความรู้เรื่องการตัดเสื้อเป็นอย่างดี รู้จักชนิดของผ้าตัดเสื้อ วิธีการตัดเสื้อ แบบเสื้อ เป็นต้น

### ลักษณะของบริการ

บริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะ คือ ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) ไม่แน่นอน (Variability) และไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2539)

ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากการบริการที่จะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ สื่อในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

1. สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้เกิดขึ้นกับผู้ติดต่อ
2. บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกที่ดีหน้าตา ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย
3. เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพในการที่รวดเร็ว และให้ลูกค้าพอใจ
4. สื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร (Communication Material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า
5. สัญลักษณ์ (Symbol) ชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายสินค้าที่ใช้บริการควรมีลักษณะของการสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย
6. ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการควรเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

**ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability)** การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในเวลาเดียวกัน

**ไม่แน่นอน (Variability)** ลักษณะของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่า ผู้ขายเป็นใครจะให้บริการที่ไหน อย่างไร เมื่อไร ดังนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในการบริการและสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ ในแง่ของผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพการควบคุมคุณภาพทำได้ 2 ขั้นตอนคือ

1. ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ เน้นในด้านการฝึกอบรมในการให้บริการที่ดี
2. ต้องสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้ การรับฟังคำแนะนำ และข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้า และการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

**ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability)** บริการไม่สามารถผลิตและเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาคือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

### แนวความคิดเกี่ยวกับการบริการ

มีผู้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับการบริการ (Conceptual Frameworks) ไว้หลายท่านในที่นี้ ขอเสนอเพียง 3 ท่าน ดังนี้

Eiglier และ Langered (1990 อ้างในยุพาวรรณ วรรณวานิช, 2541, หน้า 98) เสนอ หลักพื้นฐาน 3 ข้อ เกี่ยวกับการบริการไว้ดังนี้

#### 1. จับต้องไม่ได้ (Intangible)

บริการเป็นสิ่งที่จับต้องหรือสัมผัสไม่ได้ด้วยประสาททั้งห้า ไม่ว่าจะก่อนซื้อหรือหลังซื้อ ดังนั้นปัญหาการขายบริการจึงขึ้นอยู่กับโปรแกรมการส่งเสริมการตลาดของกิจการ เช่น พนักงานขาย การจัดโฆษณาชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้จากบริการ

อนึ่งการขายบริการได้ตัดปัญหาหลายประการคือไม่ต้องคำนึงถึงการแจกจ่ายสินค้า ไม่ต้องเก็บรักษา ไม่ต้องควบคุมสินค้าคงคลัง และไม่มีปัญหาเกี่ยวกับสินค้าที่ชำรุดหรือเสียหาย

#### 2. เป็นความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างกิจการกับลูกค้า

#### 3. ลูกค้ามีส่วนร่วมในการผลิตบริการ

ลูกค้าจะต้องมีการแสดงออกคือ บอกความต้องการของตัวเองออกมา ผู้ขายจึงจะทราบว่า จะต้องหาอะไรมาสนองความต้องการของลูกค้า เป็นการสนองความต้องการของลูกค้า เฉพาะราย เนื่องจากลูกค้าแต่ละรายมีความต้องการแตกต่างกัน เช่น คนป่วยจะต้องบอกอาการของตนกับหมอ

Shostack (1990 อ้างในยุพาวรรณ วรรณวานิช, 2541, หน้า 100) เน้นความสำคัญของความจับต้องไม่ได้ ซึ่งเป็นลักษณะพื้นฐานของบริการ และได้กล่าวว่าธุรกิจสามารถเสนอผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดได้ในรูปของสินค้า บริการ หรือสินค้าและบริการร่วมกัน โดยแบ่งเป็นระดับได้ 4 ระดับด้วยกัน

1. ขายสินค้าที่มีลักษณะจับต้องได้ (A Pure Tangible Good) เช่น เกลือ ยาสีฟัน สบู่ มีบริการเข้ามาเกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์ในการขายจะขายตัวสินค้าที่จับต้องได้

2. ขายสินค้าที่จับต้องได้และมีบริการควบคู่ไปด้วย (Atangible Good with Accompanying Services) เช่น การขายคอมพิวเตอร์ พร้อมบริการติดตั้งและสาธิตวิธีการใช้ วัตถุประสงค์ในการขายยังเน้นการขายตัวสินค้า

3. ขายบริการเป็นหลัก ผลิตภัณฑ์ (สินค้าและบริการ) เป็นเพียงส่วนเสริม (A Service with Accompanying Good and Services) วัตถุประสงค์ในการขายเป็นการขายบริการที่จับต้องไม่ได้ มีบริการหรือสินค้าเป็นส่วนสนับสนุน เช่น ผู้โดยสารการบิน บริการที่ต้องการซื้อคือ

บริการขนส่ง ผู้โดยสาร ไม่ได้รับสิ่งที่มีตัวตนจากเงินที่จ่ายไป แต่จะได้รับอาหารพร้อมเครื่องดื่มระหว่างเดินทาง ซึ่งถือว่าเป็นสินค้าที่เข้ามาเสริมให้บริการสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. ขายบริการอย่างแท้จริง (A Pure Service) เช่น ทนายความ บริษัทจัดหางาน

### ทฤษฎีคุณภาพบริการ (Service Quality)

Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1990) ได้สร้างคำจำกัดความด้านความคิดของคุณภาพการบริการ และมุมมอง 10 มุมมอง จากการทบทวนวิจัยศึกษาลูกค้า โดยทำการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อที่จะพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สำหรับวัดคุณภาพการบริการ เรียกว่า SERVQUAL เพื่อวัดระดับการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการในตัวลูกค้า สามารถแบ่งเป็น 5 ด้าน โดยมีลักษณะดังนี้

1. ความสะดวกสบายของรูปลักษณะภายนอก, เครื่องมือ, ตัวบุคคล และอุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร (Tangibles)

2. ความสามารถในการให้บริการตามที่สัญญาไว้ได้อย่างน่าเชื่อถือ และทำได้อย่างถูกต้องแม่นยำ (Reliability)

3. ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือ และให้บริการลูกค้าโดยทันที ฉับพลัน (Responsiveness)

4. ความรู้ และความอ่อนน้อมถ่อมตนของผู้ให้บริการ และความสามารถในการสื่อสารถึงความมั่นใจ และความเชื่อมั่น ความรับผิดชอบ (Responsiveness) ประกอบด้วย

4.1 ทักษะ ความรู้ ความสามารถในการให้บริการ (Competence)

4.2 ความสุภาพ, น่านับถือ, น่าเคารพ, เป็นมิตรกับบุคคลที่มาติดต่อ (Courtesy)

4.3 ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ และความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ (Credibility)

4.4 อิสระจากอันตรายใดๆ ความเสี่ยง หรือข้อสงสัยต่างๆ (Security)

5. การดูแลใส่ใจให้บริการด้วยความตั้งใจที่บริษัทจัดหาให้แก่ลูกค้าของตน (Empathy) ประกอบด้วย

5.1 การเข้าถึงได้ ไปมาหาได้สะดวก ง่ายต่อการติดต่อ (Access)

5.2 การสื่อสาร แจ้งข่าวสารให้ลูกค้ารับทราบในภาษาที่เข้าใจ และรับฟังลูกค้า

(Communication)

5.3 เข้าใจลูกค้า รับรู้ถึงความต้องการของลูกค้า (Understanding the Customer)

วัดคุณภาพของบริการ โดยวัดที่ดัชนีความพึงพอใจ หรือ CSI (Customer Satisfaction Index) ของลูกค้าหลังจากได้รับบริการนั้นๆ ไปแล้ว ในการประเมินระดับคุณภาพของบริการนั้น เราอาจใช้ปัจจัย หรือองค์ประกอบของบริการในลักษณะต่างๆ ซึ่งสามารถตรวจสอบ/ตรวจวัด/ทดสอบ/ประเมินค่า หรือ เกรดหรือนับจำนวน หรือ ให้นำหน่วยคะแนน หรือ ระดับความรู้สึกพอใจ ในลักษณะที่ผู้อื่นส่วนมากยอมรับได้

ดังนั้น ในการประเมินคุณภาพของบริการของสถานบริการต่างๆ จึงต้องพิจารณาระดับความพึงพอใจ ที่ลูกค้าได้รับจากปัจจัยคุณภาพ (Service Characteristics and Attributes) ต่างๆ ตลอดระยะเวลาที่ใช้บริการอยู่นั้น จนเสร็จสิ้นกระบวนการรับบริการหนึ่งๆ หรือเสร็จวงจรบริการหนึ่งๆ (ที่เรียกว่า Service Cycle)

ปัจจัยคุณภาพบริการ ปัจจัยคุณภาพบริการ มักประกอบด้วยคำ 2 คำ มีความหมายแตกต่างกันเล็กน้อย กล่าวคือ

Characteristics of Service Quality หมายถึง ลักษณะจำเพาะทางคุณภาพของบริการ มุ่งเน้นที่บุคลิกภาพ หรือลักษณะพิเศษเฉพาะตัวของผู้ให้บริการ หรือตัวบริการนั้นๆ

Attributes of Service Quality หมายถึง คุณลักษณะทางคุณภาพของบริการ มุ่งเน้นถึงหน่วยวัด หรือประเด็นเปรียบเทียบ หรือมาตรวัดทั่วไป ที่ใช้วัดเปรียบเทียบระดับคุณภาพบริการของหน่วยงานบริการ 2 แห่ง อาทิ ความรวดเร็ว ความแม่นยำ ความสะอาด ฯลฯ ถือว่าเป็น Attribute Factor ของคุณภาพบริการ ในที่นี้ขอเรียกรวมๆ กันว่า ปัจจัยคุณภาพบริการ

การบริการคุณภาพในธุรกิจบริการ การให้บริการลูกค้าอาจจะมีประสิทธิผลหรือไม่ มีประสิทธิผลขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในทางบวกต่อการรับรู้ของลูกค้าในด้านคุณภาพการบริการมี 6 ปัจจัย คือ Longnecker (1997 อ้างใน ชาญ นกุลวุฒิโสภาส, 2542, หน้า 13)

1. มุ่งไปที่เป้าหมาย (Being on Target) กำหนดและสนองตอบความคาดหวังของลูกค้า ทำสิ่งที่ให้สัญญาไว้ ณ สถานที่และเวลาตามสัญญา ให้ลูกค้าได้ทราบถึงสิ่งที่ผู้ให้บริการได้ปฏิบัติ
2. เอาใจใส่และเป็นธุระให้ (Care and Concern) ให้ความเห็นอกเห็นใจ ปรับอารมณ์ให้อยู่ในสถานะการณ์ทางจิตใจและความต้องการของลูกค้าเอาใจใส่ดูแลและเต็มใจที่จะช่วยเหลือ
3. ปฏิบัติโดยทันที (Spontaneity) ให้อำนาจผู้ให้บริการในการคิดและสนองตอบอย่างรวดเร็ว ยินยอมให้ใช้ดุลพินิจและสติปัญญาในการตัดสินใจด้วยตนเองแทนที่ต้องรอคำสั่งหรือทำตามระเบียบ

4. การแก้ปัญหา (Problem solving) อบรมและส่งเสริมผู้ให้บริการเรื่องการแก้ปัญหา ผู้ให้บริการต้องให้ความสนใจอย่างเต็มที่เมื่อลูกค้ามีปัญหา ลูกค้าจะจดจำการตอบสนองที่ดีไปตลอด จึงควรใช้โอกาสนี้แสดงให้ลูกค้าเห็นถึงศักยภาพและความสามารถขององค์กร

5. การติดตามผล (Follow-up) การติดตามผลจะได้รับความสนใจจากลูกค้า และมักได้รับความนิยมนิยมชอบอย่างจริงจัง การติดตามผลสัมพันธ์กับการเอาใจใส่ และความเป็นมืออาชีพ จึงควรติดตามผลอย่างมีไหวพริบและสร้างชื่อเสียงให้เลื่องลือถึงคุณภาพของการให้บริการ

6. การกอบกู้ (Recovery) ลูกค้าที่ประสบกับปัญหามักตั้งความคาดหวังในการแก้ไขปัญหาไว้ต่ำ ดังนั้นลูกค้าจะประทับใจมากหากการแก้ไขเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว การแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยรักษาภาพลักษณ์ของการให้บริการที่มีคุณภาพสูงไว้อยู่ไปอย่างถาวร

### แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า

Jon (1986 อ้างใน มุกดา มงคลาคุง, 2543, หน้า 15-17) ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวเชื่อมระหว่างความสำเร็จระยะสั้น และการเจริญเติบโตของธุรกิจในระยะยาว ความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้าสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเครื่องมือทางกลยุทธ์ที่สำคัญในการเพิ่มส่วนครองตลาด และผลกำไร
2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นนโยบายสำคัญของผู้บริหารระดับสูง
3. ความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวพันกับทุกส่วนในองค์กร
4. ความพึงพอใจของลูกค้าสามารถวัดได้ และสืบรู้ได้
5. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นแนวทางในการจัดโครงสร้างองค์กรพื้นฐาน

ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสภาวะทางจิตใจของลูกค้าที่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ หรือมากกว่าในด้านความจำเป็น ความต้องการ และความคาดหวังในตัวสินค้าหรือบริการซึ่งส่งผลให้เกิดการซื้อซ้ำ และความภักดีในตราสินค้า สามารถแบ่งลูกค้าออกเป็น 3 กลุ่มตามระดับความพึงพอใจ คือกลุ่มลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ กลุ่มลูกค้าที่พึงพอใจ และกลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจมาก จากการวิจัยของแอนตันและเดอรอยเตอร์ในปี 1992 พบว่าพฤติกรรมในการตอบสนองต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งสามกลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยกลุ่มลูกค้าที่ไม่พึงพอใจจะมีการต่อว่าและพุดถึงบริษัทในทางไม่ดี กลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจจะมีพฤติกรรมในการซื้อซ้ำ และกลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจมากจะมีการบอกต่อถึงความดีเด่นของสินค้าหรือบริการนั้นๆ

## แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค (Major Factors Influencing Buying Behavior) ประกอบด้วย (Kotler, 1997)

1. วัฒนธรรม ซึ่งเป็นพื้นฐานของพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่ ค่านิยม ความชอบ เชื้อชาติ ศาสนา สภาพภูมิศาสตร์ และชนชั้นทางสังคม
2. สังคม ประกอบด้วยกลุ่มสังคม ครอบครัว บทบาท และสถานภาพทางสังคม
3. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ช่วงอายุ อาชีพ รายได้ การใช้จ่าย แบบแผนของดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวคิด
4. จิตวิทยา ได้แก่ แรงจูงใจ มุมมอง การเรียนรู้ ความเชื่อ และทัศนคติ

### ทฤษฎีด้านลูกค้าสัมพันธ์

เนื่องจากความสำคัญของสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่มีต่อยอดขาย การพัฒนาทางด้านลูกค้าสัมพันธ์ จึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการขายในระยะยาว การจะสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยเจตนาที่แน่วแน่ สัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างผู้ขายสินค้าหรือบริการและลูกค้าหรือผู้รับบริการนั้นถือว่าเป็นสิ่งที่มีค่าสูง ท้อง ทั้งนี้เพราะค่าของมันอยู่ที่การเสาะแสวงหาได้ยาก เมื่อได้มาแล้วก็ยากที่จะรักษาไว้ด้วยความสวยของดอกไม้ที่ไม่มีความคงทน นอกจากนี้ยังมีผู้กล่าวอีกว่า สัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างลูกค้ากับผู้ขาย มีพลังตั้งเครื่องยนตร์โบซึ่งยากที่จะสร้างขึ้นมาได้ (นิคม สอาดเอี่ยม, 2539) ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าหรือผู้ใช้บริการกับผู้ขาย หรือผู้รับบริการนั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือทุกฝ่าย แต่ผู้ประกอบการหรือพนักงานของบริษัทร้านค้าหรือองค์กรทางการขายต่างก็จะต้องได้รับการอบรม และชี้แจงให้ทราบถึงนโยบาย และแนวทางในการปฏิบัติให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งสถาบัน โฟว์ เม็นส์ได้ให้แนวทางการพัฒนาลูกค้าสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ และขณะเดียวกันก็จะต้องกระทำตนให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ขายหรือผู้บริการเช่นกัน การจะพูดอะไร ทำอะไร จะต้องทำด้วยความมั่นใจว่าจะไม่ก่อให้เกิดทัศนคติในทางลบขึ้นกับฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด ที่สำคัญ

ที่สุด พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของผู้ประกอบการจะต้องสร้างทัศนคติที่ดีขึ้นในตัวลูกค้าหรือผู้มารับบริการว่า บริษัทหรือองค์กรที่ลูกค้ามาทำธุรกิจนี้เป็นสถานที่ที่ดีที่สุด ให้บริการที่ดีที่สุด และน่าเชื่อถือมากที่สุด

2. พนักงานของบริษัทที่ประกอบธุรกิจต่างๆ จะต้องเป็นผู้มีความภูมิฐานมีบุคลิกภาพที่ดีมีการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อยดูมีสง่าราศรี ในทางปฏิบัติหรือในความเป็นจริงพนักงานที่ต้องพบลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจำเป็นที่จะต้องแต่งตัวให้เรียบร้อยดูสะอาดตามากกว่าพนักงานที่ทำงานในส่วนที่ไม่ต้องติดต่อกับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ

3. ในการติดต่อหรือให้บริการลูกค้านั้น เจ้าหน้าที่หรือพนักงานควรจะให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการทราบว่าตนเองทำอะไรบ้างจะต้องใช้เวลามากน้อยเพียงใด มีพนักงานคนอื่นหรือไม่ที่ลูกค้าจะต้องพบหรือติดต่อด้วย ในการติดต่อหรือให้บริการนั้น จะต้องสร้างความรู้สึกลูกค้าว่าเป็นบุคคลที่มีความพร้อมและตั้งใจที่จะช่วยเหลือให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่

4. เมื่อลูกค้าหรือผู้รับบริการเข้ามาติดต่อธุรกิจหรือขอรับบริการ พนักงานหรือผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญและความสนใจแก่ลูกค้าทันที แม้ว่าในขณะที่นั้นอาจจะกำลังทำงานอื่นอยู่ก็ตาม การให้ความสนใจนั้นยังจะต้องรวมไปถึงความพยายามที่จะให้ความช่วยเหลือหรือบริการทันที

5. อย่าพยายามพูดหรือเน้นในสิ่งที่เป็นจุดเด่นของสินค้าหรือบริการกับลูกค้าประจำ แต่จะต้องพูดถึง หรือกล่าวถึงความสำคัญของตัวลูกค้าประจำที่มีต่อบริษัทหรือธุรกิจที่ประกอบการอยู่

6. พยายามให้ความช่วยเหลือหรือบริการบางสิ่งบางอย่างที่สามารถแก้ไขปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าก็สามารถทำได้ การให้อะไรนอกเหนือจากสินค้าหรือบริการที่ได้รับตามปกติจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีระหว่างลูกค้า หรือผู้ใช้บริการกับบริษัทประกอบการ

7. ถ้าเกิดความล่าช้าในการส่งสินค้า หรือการให้บริการอันเนื่องมาจากเหตุขัดข้องบางประการที่มีได้คาดหมายนับว่าเป็นความสูญเสียในทางธุรกิจอย่างมาก ซึ่งในสถานการณ์เช่นนั้น

ความเสียหายต่างๆ ยกที่จะแก้ไขหรือทำให้ลดน้อยลง แต่หนทางเดียวที่จะป้องกันความรู้สึกที่ไม่ดีของลูกค้า หรือผู้ใช้บริการที่มีต่อบริษัทก็คือ การขอภัยและรับผิดชอบลูกค้า และอธิบายให้ทราบถึงสาเหตุให้ลูกค้าได้ทราบแต่ต้องไม่ลืมว่าทางบริษัทหรือผู้ประกอบการจำเป็นต้องป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์เช่นนี้อีกในอนาคต

8. ในยามที่ลูกค้า หรือผู้ใช้บริการมีความข้องใจหรือมีข้อสงสัยในเรื่องใด พนักงาน หรือผู้ให้บริการจะต้องให้ความสนใจ และตอบคำถามโดยไม่มีการรีรอ หรือล่าช้า

9. ตอบหรืออธิบายหรือแก้ไขข้อร้องเรียนของลูกค้าอย่างทันทีทันใด เช่นเดียวกับ การไม่รีรอในการตอบซักถามข้อข้องใจ การไม่รีบแก้ไขข้อร้องเรียนเป็นการสูญเสียทางธุรกิจอันเนื่องมาจากการสูญเสียความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

10. ในยามที่ไม่สามารถให้สินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการได้ อันเนื่องมาจากเหตุต่างๆ เช่น สินค้าหมด พนักงานของบริษัทผู้ประกอบการจะต้องให้ความช่วยเหลือลูกค้าให้ได้รับสินค้าหรือบริการจากที่อื่น ลูกค้าที่ได้รับความช่วยเหลือนี้อาจกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อไปในอนาคต การไม่ให้การช่วยเหลือจึงเป็นการสูญเสียลูกค้าไปจำนวนหนึ่ง

กรอบแนวคิดทฤษฎีที่กล่าวมานี้ เป็นกรอบแนวคิดที่มองความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ กับผู้ขายหรือผู้ให้บริการว่าเป็นตัวกำหนดความพึงพอใจในบริการ ที่ได้รับซึ่งแนวความคิดที่กล่าวมานี้เป็นแนวความคิดที่พัฒนามาตั้งแต่ 1960 และประมาณ 35 ปีที่ผ่านมา แนวความคิดนี้ได้รับการพัฒนาไปบ้างจากกฎเกณฑ์ในการสร้างความพึงพอใจโดยฝ่ายความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างฝ่ายผู้รับบริการกับฝ่ายผู้ให้บริการที่มีเพียง 10 ข้อ ได้พัฒนาเพิ่มเป็น 14 ข้อ ดังนี้ (นิคม สอาดเอี่ยม, 2539)

1. รักษาคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้าหรือผู้รับบริการในการประกอบธุรกิจใดๆ ก็ตามมักจะต้องมีการนัดหมายในการให้บริการต่างๆ เช่นบริการซ่อมหลังการขาย หรือบางครั้งถ้าสินค้าเป็นเรื่องของการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ ถ้าผู้รับบริการมีปัญหาใดก็ตาม องค์กรหรือผู้ประกอบการจะต้องให้ความสนใจในการให้บริการ เมื่อมีการนัดหมายจะให้บริการเมื่อใดก็ตามหรืออย่างไรก็ตาม องค์กรนั้นจะต้องทำตามการนัดหมาย หรือข้อตกลงนั้น โดยไม่บิดพลิ้วและควรให้บริการอย่างรวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างมีมิตรภาพด้วยสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส มีความ

มอบน้อมโดยไม่มีการบ่นถึงความเหนื่อยยาก หรือสิ่งเปลี่ยนใจต่างๆ การกระทำเช่นนี้ถือว่าเป็นกฎสำคัญข้อแรก ที่ผู้ให้บริการจะต้องถือปฏิบัติเป็นกฎเกณฑ์ในการให้บริการแก่ลูกค้า

2. ตอบรับโทรศัพท์ที่โทรเข้ามาอย่างรวดเร็วภายในไม่เกิน 5 วินาที การตอบรับโทรศัพท์ถือว่าเป็นการทำลายภาพพจน์และความน่าเชื่อถือของบริษัท ได้มีการวิจัยพบว่าเวลา 5 วินาที เป็นการที่ผู้โทรศัพท์จะมีความรู้สึกสามารถอดทนการรอคอยได้ดีที่สุด การปล่อยให้ลูกค้าที่ใช้บริการทางโทรศัพท์รอคอยเกิน 5 วินาที อาจมีผลทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกไม่ดีต่อบริษัทและบริษัทนั้นๆ หรือลูกค้าอาจจะเปลี่ยนใจไปใช้บริการที่อื่น แนวความคิดในข้อนี้เป็นแนวความคิดของการประกอบธุรกิจสมัยใหม่ที่ต้องใช้โทรศัพท์เป็นการสื่อสาร ซึ่งต่างจากแนวความคิดสมัยก่อน ซึ่งมีการใช้โทรศัพท์ในธุรกิจน้อย หรือ ไม่มีเลย

3. ตอบรับในเรื่องที่ได้รับเอกสารหรือหลักฐานต่างๆ ภายใน 2 วัน เอกสารบางอย่างที่ส่งมายังบริษัทอาจจะไม่จำเป็นต้องตอบ แต่เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการขอใช้บริการหรือสอบถามบริการ หรือข้อแนะนำต่างๆ ที่มีต่อองค์กร ควรจะได้รับการตอบรับทันที การตอบอาจจะตอบในรูปจดหมาย โทรศัพท์หรือบุคคลก็ได้ แต่ทั้งหมดนี้ควรจะแล้วเสร็จภายใน 2 วัน อาจจะมีเอกสารบางอย่างที่ไม่สามารถตอบได้ภายใน 2 วัน แต่ผู้ขายหรือผู้ให้บริการจะต้องมีการตั้งเป้าหมายที่แน่ชัดว่าจะทำให้แล้วเสร็จเมื่อใด ในการตอบเอกสารต่างๆ เหล่านี้เจ้าของหรือบุคคลที่อ้างถึงในจดหมายหรือเอกสารนั้น ควรจะเป็นผู้ตอบหรือมีลายเซ็นแสดงว่าได้ตอบ ไม่ใช่ให้ผู้อื่นตอบแทน

4. ไม่ควรให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรอก่อนนานเกิน 5 นาที การให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรอก่อนเป็นเวลานานก่อนที่จะมีผู้มาให้บริการ เป็นการสร้างความรู้สึกที่ไม่ดีต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการ หลักความจริงข้อหนึ่งที่ควรยึดถือ คือ “เวลาเป็นเงินเป็นทอง” ดังนั้น การปล่อยให้ลูกค้ารอก่อนเป็นเวลานานๆ เป็นการสูญเสียทางเศรษฐกิจของลูกค้า ลูกค้าก็จะมีความรู้สึกว่าบริการที่ตนได้รับนั้นมีราคาแพงต่างๆ ที่มองไม่เห็นตัวเงินที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นการที่ผู้ขายหรือผู้ให้บริการสามารถให้บริการโดยรวดเร็วจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการ

5. พนักงานทุกคนจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้าการติดต่อหรือทำธุรกิจกันทุกครั้ง พนักงานจะต้องทำแบบให้เกียรติแก่ลูกค้า แสดงกริยามารยาทเรียบร้อยอ่อนน้อมถ่อมตน มีความเป็นมิตรกับลูกค้าและต้องแสดงความสนใจในตัวลูกค้า มีผู้วิจัยพบว่ามีลูกค้าอยู่ประมาณ 1 เปอร์เซ็นต์ที่แสดงกริยามารยาทไม่เรียบร้อยหรือก้าวร้าวต่อพนักงานหรือผู้ให้บริการ ซึ่งจำนวนนี้จะถือว่าเล็กน้อย

เมื่อเทียบกับลูกค้าอีก 99 เปอร์เซ็นต์ ที่สุภาพเรียบร้อย นอบน้อม แต่ในกฎหรือแนวทางของการสร้างลูกค้าสัมพันธ์ที่ดีนั้น ลูกค้าจำนวน 1 เปอร์เซ็นต์นี้ ก็ควรจะได้รับการอย่างสุภาพและไม่ต้องแสดงอาการก้าวร้าวตอบ การมีทัศนคติที่ดีของพนักงานผู้ขาย หรือเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการนั้นจะสามารถเห็นได้จากรอยยิ้มบนใบหน้า คำพูดที่อ่อนหวานหรือราบรื่นหู ความสนใจที่ให้แก่ลูกค้าอาจผ่านสายตาที่มองดูลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ และคำพูดขอบคุณที่ให้แก่ลูกค้า สิ่งเหล่านี้เป็นเพียงสิ่งเล็กน้อยที่ผู้ให้บริการจะสามารถให้แก่ลูกค้าหรือผู้มารับบริการได้ แต่เมื่อให้ไปแล้วพบว่ามีความพึงพอใจอย่างมากในการดึงดูดตัวลูกค้าให้กลับมาใช้บริการอีก

6. เมื่อพบสิ่งบกพร่องเกิดขึ้น รีบไปหาลูกค้าหรือผู้บริการก่อนที่ผู้ซื้อสินค้า หรือผู้ให้บริการจะมาหา ความผิดพลาดหรือบกพร่องบางประการเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้เสมอ เช่น บริษัทได้ให้สัญญาแก่ลูกค้าว่าจะส่งมอบของให้ภายในเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือสัญญาว่าจะซ่อมสินค้าที่ซื้อไปให้เสร็จภายในเวลานัดหมาย แต่ไม่สามารถทำได้เนื่องจากเหตุสุดวิสัย เช่น พนักงานซ่อมหรือพนักงานส่งของไม่มาทำงาน อันเนื่องมาจากอุบัติเหตุ หรือเหตุสุดวิสัยต่างๆ ในสถานการณ์เช่นนี้จำเป็นต้องแจ้งที่ผู้ขายหรือผู้ให้บริการจะต้องรับผิดชอบและแจ้งให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการทราบก่อนที่เขาจะมาพบหรือทราบว่าท่านไม่สามารถทำตามที่เขาคาดหวังไว้ การกระทำเช่นนี้จะทำให้สถานการณ์ต่างๆ ไม่เลวลง และผู้ขายหรือผู้ให้บริการสามารถลดความรู้สึกที่ไม่ดีของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ ในปัจจุบันนี้ระบบการสื่อสารได้พัฒนาไปมาก การติดต่อกับลูกค้าหรือผู้บริการจึงเป็นสิ่งที่กระทำได้ง่ายโดยโทรศัพท์ หรือไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) หรือแม้กระทั่งโดยทางรถยนต์ จึงไม่มีเหตุผลอะไรที่จะไม่แจ้งให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการทราบล่วงหน้า

7. การติดต่อสื่อสารหรือเจรจาธุรกิจต่างๆ ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายบริการจะต้องดำเนินอยู่บนรากฐานของความซื่อสัตย์ต่อกันและกันอย่างเปิดเผย ตัวอย่างในเรื่องนี้ได้แก่ การที่จะให้ลูกค้าทราบว่ามีการซ่อม หรือรับประกันอะไรบ้างหลังจากการขายและจะต้องบอกด้วยว่าบริการนั้นมีข้อยกเว้นอะไรบ้าง มิใช่มุ่งพูดแต่ด้านดีเพียงเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือเลือกใช้บริการ

8. ระบบการทำงานจะต้องมีความน่าเชื่อถือ ในที่นี้หมายถึง ระบบการให้บริการต่างๆจะต้องอยู่ในสภาพดีทำงานได้ตลอดเวลา เช่น เครื่องรับโทรศัพท์ในห้องพักของโรงแรม หรือเครื่องทำนํ้าอุ่น หรือลิฟท์ของโรงแรม จะต้องทำงานได้ตลอดเวลา จะต้องมีการตรวจสอบตลอดเวลา ถ้าเสียหรือไม่สามารถทำงานได้จะต้องรีบจัดการแก้ไข ในการให้บริการด้านธนาคารก็อาจหมายถึงว่าระบบการส่งใบแจ้งยอดเงินไม่ว่าจะเป็นเงินฝากหรือเงินกู้จะต้องถึงมือผู้รับอย่างรวดเร็วไม่ช้าหรือจำ

หน้าที่อยู่ผิดพลาดหรือแจ้งยอดผิดพลาด เป็นต้น ถ้าภาวะการณ์ทางด้านลบเหล่านี้เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากความไม่น่าเชื่อถือของระบบ ก็ย่อมจะมีภาพพจน์ที่ไม่ดีต่อองค์กรหรือผู้ประกอบการ และที่สำคัญย่อมสร้างความไม่น่าพึงพอใจแก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ

9. การแก้ไขปัญหาหรือข้อผิดพลาดทุกด้านอย่างรวดเร็ว ข้อนี้หมายถึงว่า ไม่ควรให้มีความผิดพลาดในเรื่องเดียวกันเกิดขึ้นเป็นครั้งที่สอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับลูกค้าคนเดียวกันหรือผู้รับบริการรายเดียวกัน ตัวอย่างเช่น ลูกค้าแจ้งว่ายอดเงินฝากผิดพลาด หรือสะกดชื่อผิด หรือนามสกุลผิดพลาด ธนาคารก็ยังไม่ได้แก้ไขปัญหานั้นทันที ยังคงสะกดชื่อหรือนามสกุลลูกค้าผิดพลาดเหมือนเช่นเดิม

10. พนักงานทุกคนในที่ทำงานจะต้องเป็นผู้รู้ คือรู้ข้อมูลที่จำเป็น และสำคัญที่เกี่ยวกับงาน สินค้า และอื่นๆ “Freemantle” กล่าวว่า พนักงานทุกคนจะต้องรู้เรื่องดังต่อไปนี้

- 10.1 รู้เรื่องเกี่ยวกับสินค้าที่ตนขาย (Know The Product)
- 10.2 รู้เกี่ยวกับบริการที่ให้ (Know The Service)
- 10.3 รู้ข้อมูลหรือรู้จักองค์กรที่ตนทำงานอยู่ (Know The Organization)
- 10.4 รู้ว่าจะต้องทำงานอะไรบ้างให้สำเร็จลุล่วง (Know How To Get Thing

Done)

10.5 รู้จักวิธีแก้ไขปัญหา (Know How To Get Problems Resolved)

10.6 รู้จักชื่อของลูกค้าประจำ (Know Regular Customers By Their Name) พนักงานที่จ้องติดต่อกับงาน หรือให้บริการลูกค้าจะต้องเป็นผู้ที่สามารถตัดสินใจหรือตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า โดยไม่ต้องเกรงกลัวฝ่ายบริหารจะตำหนิ พนักงานที่ทำงานในลักษณะนี้จะต้องไม่ผลัดความรับผิดชอบไปให้ผู้อื่น หรือกล่าวว่าคุณเองไม่มีอำนาจในการวินิจฉัยตัดสินใจเรื่องนี้ขอไปถามผู้อื่นหรือผู้บริหาร นอกจากนี้ผู้ให้บริการที่ติดต่อกับลูกค้าจะต้องมีการเอาใจใส่ดูว่าลูกค้าที่ติดต่อกับตนได้รับการบริการ หรือตอบคำถามเป็นที่พอใจหรือยัง แม้ว่าบางครั้งตนจะไม่ใช่ผู้บริการหรือผู้ตอบโดยตรงก็ตาม ตัวอย่างเช่น พนักงานประชาสัมพันธ์ที่ลูกค้ามาติดต่อกับถามหาฝ่ายสินเชื่อ พนักงานประชาสัมพันธ์จะต้องสามารถพาไปหรือชี้ทางหรือแนะนำให้ไปหาบุคคลที่ลูกค้าต้องไปติดต่อกับ และจะต้องมีการติดตามหรือซักถามลูกค้าว่าได้รับการบริการที่ตนต้องการติดต่อแล้วหรือยัง ลักษณะเช่นนี้จะทำให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกว่าคุณพนักงานทุกคนมีความพยายามที่จะสนองตอบความต้องการของตนเอง

12. ในสิ่งเล็กๆ น้อยๆ หรือบริการพิเศษเล็กๆ น้อยๆ ซึ่งหลักข้อนี้พบว่าในปัจจุบันมีผู้เห็นความสำคัญและมีการนำไปใช้กันมากเพื่อมุ่งสร้างทั้งความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้า ตัวอย่างเช่น การแจกหรือแถมเมื่อซื้อสินค้าภายในวงเงินหนึ่ง บางครั้งก็มีการให้ส่วนลดเป็นคูปองเพื่อไปซื้อหรือแลกซื้อสินค้าอื่นๆ ดังที่เราเห็นกันตามศูนย์การค้าต่างๆ ในประเทศและหลายๆ ประเทศ คำอธิบายหรือเหตุที่อยู่เบื้องหลังหลักปฏิบัติข้อนี้คือ มนุษย์ทุกคนจะมีความพึงพอใจถ้าหากรู้ว่าตนเองได้รับสิทธิพิเศษเหนือคนอื่นหรือได้รับความสนใจเป็นพิเศษ การให้จะให้เล็กๆ น้อยๆ นอกเหนือจากที่ได้ตามปกติ ทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรู้สึกว่าเป็นบุคคลพิเศษกว่าคนอื่น

13. อย่างมองข้ามความสำคัญของรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ การมองข้ามสิ่งเล็กๆ น้อยๆ แม้ว่าส่วนสำคัญใหญ่ๆ จะสมบูรณ์ก็อาจทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความรู้สึกแปลกแยกหรือขาดความรู้สึกที่ดีต่อผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการได้เช่นกัน ตัวอย่างของการผิดพลาดเล็กๆ น้อยๆ เช่น การสะกดชื่อลูกค้าผิดพลาด การทำสมุดบัญชีหรือแฟ้มของลูกค้าหายไป หรือการขายสินค้าที่มีคุณภาพดีแต่ไม่ได้ตรวจตราความเรียบร้อยว่าสินค้ามีตำหนิ ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ตนเองได้รับสินค้าที่ไม่สมบูรณ์

14. พยายามจัดสำนักงานและทุกอย่างในสำนักงานให้มีความสง่า การแต่งกายของพนักงานก็อาจจะต้องให้ดูเรียบร้อยสวยงาม มีสง่า แต่ไม่ใช่แต่งตัวเหมือนกับประกวดแฟชั่นหรือสวแบบคารา หรือนักแสดง กล่าวคือต้องมีความเหมาะสม หลักการข้อนี้เป็นเรื่องทางจิตวิทยาพื้นฐานที่ว่า ผู้ใดก็ตามถ้ามองเห็นว่าสำนักงานนั้นไม่สวยงามก็จะตีความหรือมีความรู้สึกนึกคิดเอาว่าบริการที่นั่นคงจะมีคุณภาพไม่ดี ในทำนองเดียวกันถ้าเห็นพนักงานแต่งกายไม่สง่าก็จะนึกคิดไปเองว่าพนักงานผู้นั้นไม่มีความสามารถในการให้บริการที่ดี หรือมีคุณสมบัติด้อยอันเนื่องมาจากภูมิหลังที่ด้อย เป็นต้น

จากแนวคิด และทฤษฎีต่างๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่มีลักษณะเฉพาะ และมีลักษณะแตกต่างไปจากธุรกิจที่ผลิตสินค้า ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของบุคคล โดยเฉพาะความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อันได้แก่ ความสะดวกสบาย อรรถาศัยไมตรี ความสม่ำเสมอของการให้บริการ บรรยากาศ ตลอดจนบุคลากรผู้ให้ โดยได้กล่าวถึงทฤษฎีคุณภาพบริการ (Quality Services) ของ Parasuraman, Zeithaml and Berry ที่ได้ทำการวิจัยศึกษาลูกค้าเพื่อที่จะพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สำหรับวัดระดับคุณภาพการบริการ เรียกว่า SERVQUAL เพื่อวัดระดับการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการในตัวลูกค้า ดังนั้นการให้บริการที่มีคุณภาพจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเมื่อมาใช้บริการ ซึ่งจะมีผลต่อการรักษากรุณากลุ่มลูกค้าเดิมและขยาย

ฐานลูกค้าใหม่ รวมทั้งการบริการอย่างมีคุณภาพจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในศักยภาพขององค์กร นอกจากนี้การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการจะเป็นการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าด้วย ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้ศึกษาเกิดแรงจูงใจในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนบริการลูกค้า โดยนำเอาทฤษฎีคุณภาพบริการมาใช้เป็นพื้นฐานในการกำหนดตัวแปรที่ใช้วัดความพึงพอใจในการบริการ

### ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการตรวจสอบเอกสารงานผลวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคาร มีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

คณาธิป อัคราวัฒนา (2543) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดฉะเชิงเทรา สรุปผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดฉะเชิงเทราที่ศึกษาเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 41 ปีมากที่สุด ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป มีสถานภาพโสด ระดับรายได้ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต่ำกว่า 10,000 บาท และมีการใช้บริการธนาคารพาณิชย์ 3 อันดับแรก คือ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ตามลำดับ

พฤติกรรมการใช้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการด้านฝากเงินมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการโอนเงิน ส่วนการใช้บริการด้านธุรกิจต่างประเทศจะมีการใช้บริการน้อยที่สุด

การรับข่าวสารของธนาคารพาณิชย์พบว่า ได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคลที่รู้จักมากที่สุดรองลงมาคือ สื่อบุคคลที่เป็นพนักงานของธนาคาร โดยจะมีพฤติกรรมมาใช้บริการธนาคารแบบนานๆ ครั้ง ช่วงเวลาของการใช้บริการมากที่สุดคือ ช่วงเที่ยงวัน ปัญหาที่พบจากการไปใช้บริการมากที่สุดคือ เวลาในการให้บริการ และสถานที่จอดรถ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในด้านพนักงาน ด้านการให้บริการต่างๆ ด้านสถานที่ ด้านการฝากเงิน และด้านข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง

นรารัตน์ โกศลวิตร (2541) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพฯ พาณิชยการ จำกัด สาขาอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่หรือร้อยละ 57.5 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.5 มีอายุต่ำกว่า 36 ปี ร้อยละ 41.2 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 45.0 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 58.8 จบการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าขึ้นไป ร้อยละ 55.0 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,001 บาท ร้อยละ 82.5 มารับบริการทุกเดือน ร้อยละ 51.2 มารับบริการด้านฝาก-ถอน และร้อยละ 36.2 มีระยะเวลาของการเป็นลูกค้ามากกว่า 2 ปี

ความพึงพอใจของผู้รับบริการในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน พบว่า อยู่ในระดับสูงและเมื่อพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบของความพึงพอใจของผู้รับบริการ พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (อยู่ในระดับสูง) รองลงมาคือด้านสถานที่ให้บริการ (อยู่ในระดับสูง) และพึงพอใจต่ำสุดในด้านขั้นตอนการให้บริการและระยะเวลาในการดำเนินการ (อยู่ในระดับปานกลาง)

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร พบว่า ผู้รับบริการที่เป็นหญิง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในภาพรวมสูงกว่าผู้รับบริการที่เป็นชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และผู้รับบริการประเภทสินเชื่อ มีความพึงพอใจเฉพาะในด้านสถานที่ให้บริการต่ำกว่าผู้รับบริการประเภทฝาก – ถอน แต่ผู้รับบริการประเภทอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สำหรับข้อเสนอแนะของผู้รับบริการเพื่อปรับปรุงการบริการคือ ควรลดขั้นตอนและระยะเวลาในการให้บริการให้น้อยลง ควรจัดหาหนังสือพิมพ์ วารสาร น้ำดื่ม ไว้ให้ลูกค้าขณะรอรับบริการเพิ่มมากขึ้น ควรมีที่จอดรถให้เพียงพอ และควรจัดหาโทรศัพท์สาธารณะไว้บริการ

อนุพงษ์ ทรงมาลัย (2541) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากของธนาคารทหารไทย สาขาป้อมพระจุลจอมเกล้า ภายหลังจากปรับปรุงระบบการให้บริการ ผลการศึกษารูปว่า ลูกค้าเงินฝากของธนาคารส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอาชีพรับราชการ มีระดับการศึกษา ม.4 – อนุปริญญา มีรายได้เฉลี่ย 5,000 – 10,000 บาท และมาใช้บริการที่สาขา 1 – 2 ครั้งต่อเดือน โดยลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้บริการในรูปแบบใหม่อยู่ในระดับสูง และมากกว่าในรูปแบบ เดิม ผลการศึกษาไคสแควร์พบว่า ปัจจัยอาชีพของลูกค้า และความถี่ที่ลูกค้าใช้บริการมีความ สัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการในประเด็นต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยเพศ อายุ รายได้ของลูกค้า พบว่าไม่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ

วราพรรณ สันทัสนะ โชค (2540) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาพญาไท กรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจในด้านต่างๆ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านพนักงานและการต้อนรับมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านสถานที่ประกอบการ และด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ตามลำดับ เพศ อาชีพ สถานภาพสมรส ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า ประเภทที่ใช้บริการ ไม่มี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนระดับการศึกษา รายได้ และอายุของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการตรวจสอบเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการของธนาคาร พบว่า ผู้วิจัยส่วนใหญ่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าโดยแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 3 ด้านใหญ่ๆ คือ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านสถานที่ โดยทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์แต่ผู้ศึกษามีความเห็นว่าเป็นปัจจุบันคุณภาพของการบริการเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor) ปัจจัยหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ (Product) ต่างๆ ในสายตาของลูกค้า นับวันจะไม่แตกต่างกัน ดังนั้นลูกค้าจึงหันมาพิจารณาให้ความสำคัญกับคุณภาพของการให้บริการเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการควบคู่ไปด้วย ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงเห็นความสำคัญของคุณภาพการบริการและได้นำมาเป็นองค์ประกอบในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนบริการลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

### บทที่ 3

#### วิธีการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม โดยมีรายละเอียดการดำเนินการดังนี้

#### ประชากรที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการในส่วนบริการลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

#### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประกอบไปด้วย 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามในเรื่องเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล มีจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้โดยเฉลี่ย

ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนบริการลูกค้า โดยผู้ศึกษาได้สร้างแบบวัดความพึงพอใจในการบริการ โดยดัดแปลงมาจากทฤษฎีคุณภาพบริการ (Quality Service) ของ Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1990) ซึ่งแบบวัดที่สร้างขึ้นจะครอบคลุม 5 ด้านของความพึงพอใจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. ด้านอาคาร สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก (Tangible)

- 1.1 ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ
- 1.2 การตกแต่งสถานที่สะอาด สวยงาม ทันสมัย
- 1.3 มีระบบบริการที่ทันสมัย เช่น เครื่อง update อีที โนมัติ

- 1.4 มีการจัดเตรียมเอกสาร และอุปกรณ์ในการให้บริการดี
- 1.5 มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม ห้องน้ำ ที่จอดรถ

## 2. ด้านความน่าเชื่อถือในการปฏิบัติงาน (Reliability)

- 2.1 บุคลิกภาพของพนักงานมีความน่าเชื่อถือ
- 2.2 ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ
- 2.3 ความพร้อมในการให้บริการ
- 2.4 ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาด
- 2.5 มาตรฐานการให้บริการจากอดีตถึงปัจจุบัน

## 3. ด้านความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ (Responsiveness)

- 3.1 ความกระตือรือร้นในการให้บริการ
- 3.2 การให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อความต้องการของลูกค้า
- 3.3 การให้บริการอย่างต่อเนื่อง ไม่หยุดชะงัก
- 3.4 ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน
- 3.5 การจัดให้มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ

## 4. ด้านความน่าเชื่อมั่นในความรู้ และอักษยาศัยไมตรี (Assurance)

- 4.1 ความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในงาน
- 4.2 มารยาท อักษยาศัยไมตรีที่ดีในการให้บริการ
- 4.3 ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร
- 4.4 ความสุภาพเรียบร้อย สะอาด เหมาะสมในการแต่งกาย
- 4.5 ความปลอดภัยในการมาใช้บริการ

## 5. ด้านการเข้าใจถึงความรู้สึกและความต้องการของลูกค้า (Empathy)

- 5.1 การให้เกียรติ และความสำคัญต่อลูกค้า
- 5.2 การให้ความสนใจ และเอาใจใส่ต่อลูกค้า
- 5.3 การให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน
- 5.4 ความเต็มใจรับฟังคำร้องเรียนลูกค้า
- 5.5 ความเต็มใจของพนักงานที่จะให้ความช่วยเหลือ

### การทดสอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่สร้างขึ้น จะถูกนำไปทำ Pre-test กับลูกค้าจำนวน 30 ชุด ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการในส่วนโอนเงินภายในประเทศ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาส่งงานใหญ่สี่ลม และนำข้อมูลที่ได้มาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา  $\alpha$  และ ใช้โปรแกรม SPSS ในการประมวลผลได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา  $\alpha$  เท่ากับ 0.9539 สามารถอธิบายได้ว่า เมื่อนำแบบสอบถามชุดเดิมไปสอบถามกับบุคคลกลุ่มเดิม โอกาสที่จะได้ผลจากการทดสอบเหมือนเดิมมีถึง 95.39 % แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลทุติยภูมิที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ตำราเอกสารงานวิจัย และสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในแง่ของทฤษฎี และกำหนดขอบเขตในการศึกษา

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling) ในกรณีที่มีลูกค้ารายเดิมมาใช้บริการซ้ำ จะใช้วิธีการ replacement แทน โดยแจกแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการรายถัดไป และเพื่อให้เกิดการกระจายของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา จึงได้กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลคั้งนี้

1. กำหนดช่วงระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูล จำนวน 10 วัน คือวันที่ 10 – 14 และ 17 – 21 พฤศจิกายน 2551
2. จำนวนเคาน์เตอร์ที่ให้บริการมีจำนวน 40 เคาน์เตอร์ แต่จะสุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการทุกๆ 5 เคาน์เตอร์ คือ เคาน์เตอร์หมายเลข 5 10 15 20 25 30 35 และ 40 รวมทั้งหมด 8 เคาน์เตอร์
3. แจกแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์ตามหมายเลขคั้งกล่าวข้างต้น ในช่วงเวลา 9.30 – 15.30 น. โดยจะสุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการทุกๆ 1 ชั่วโมง จนกว่าจะครบ จำนวน 400 คน

### เกณฑ์การให้คะแนนและวัดระดับความพึงพอใจ

ในการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในบริการจะใช้วิธีการวัดแบบ Likert scales (อภินันท์ จันตะนี, 2538) ซึ่งในแต่ละข้อคำถามจะให้ทางเลือกในการตอบ 5 แบบ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด

#### 1.เกณฑ์การให้คะแนน

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

#### 2.เกณฑ์การวัดระดับความพึงพอใจ

น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	คะแนน
น้อย	ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	คะแนน
ปานกลาง	ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	คะแนน
มาก	ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	คะแนน
มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	คะแนน

## บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ของผู้ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

ตารางที่ 1: แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศ

**N=400**

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	185	46.2
หญิง	215	53.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 ด้านเพศ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 2: แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุ

**N=400**

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 25 ปี	55	13.8
25 – 30 ปี	128	32.0
31 – 35 ปี	89	22.2
36 – 40 ปี	44	11.0
41 – 45 ปี	46	11.5
45 ปี ขึ้นไป	38	9.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 ด้านอายุ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 25 - 30 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 , รองลงมาอายุ 31 - 35 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 , อายุ ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 , อายุ 41 – 45 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 , อายุ 36 – 40 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และ อายุ 45 ปี ขึ้นไป จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 3: แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามสถานภาพ

N=400

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
โสด	253	63.2
สมรส	136	34.0
หย่าร้าง	11	2.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 ด้านสถานภาพ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสดจำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 , รองลงมา สมรส จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 , และหย่าร้าง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4: แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการศึกษา

N=400

การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี	29	7.2
ปริญญาตรี	251	62.8
ปริญญาโท	112	28.0
ปริญญาเอก	8	2.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 ด้านการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 , รองลงมา การศึกษาปริญญาโท จำนวน 112 คน คิด

เป็นร้อยละ 28.0 , การศึกษามัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี. จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2, การศึกษาปริญญาเอกจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5: แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอาชีพ

N=400

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
นักเรียน / นักศึกษา	39	9.8
ธุรกิจส่วนตัว	92	23.0
พนักงานเอกชน	210	52.5
พนักงานรัฐบาล	38	9.5
รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	21	5.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 5 ด้านอาชีพ ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 , รองลงมา ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 , นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 , พนักงานรัฐบาล จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 , รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 6: แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

N=400

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ไม่เกิน 20,000 บาท	88	22.0
20,001 – 30,000 บาท	112	28.0
30,001 – 40,000 บาท	105	26.2
40,001 - 60,000 บาท	62	15.5
60,001 – 100,000 บาท	31	7.8
100,000 บาท ขึ้นไป	2	0.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 ด้านรายได้ต่อเดือน ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 , รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 , รายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 , รายได้ต่อเดือน 40,001 - 60,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 , รายได้ต่อเดือน 60,001 – 100,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 , รายได้ต่อเดือน 100,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

ตารางที่ 7: แสดงจำนวนและร้อยละจำแนก เหตุสำคัญที่ท่านเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

N=400		
เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม		
มีความน่าเชื่อถือ	155	38.8
การบริการของพนักงานธนาคาร	42	10.5
มีระบบการให้บริการที่ทันสมัยเต็ม รูปแบบ	80	20.0
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	99	24.8
มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย	24	6.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 7 ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่าเหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 , รองลงมา ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 , มีระบบการให้บริการที่ทันสมัยเต็มรูปแบบ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 , การบริการของพนักงานธนาคาร จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 , มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 8: แสดงจำนวนและร้อยละจำแนก บริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด

N=400

บริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่านเลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
บริการด้านบัญชีเงินฝาก	235	58.8
บริการด้านบัตรอิเล็กทรอนิกส์	82	20.5
บริการด้านการชำระค่าสินค้าบริการ	34	8.5
บริการด้านแลกเปลี่ยนเงินตรา	17	4.2
บริการด้านสินเชื่อ	32	8.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 8 ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่า ประเภทการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่ผู้ใช้บริการบ่อยครั้ง คือ บริการด้านบัญชีเงินฝากจำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 , รองลงมา บริการด้านบัตรอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 , บริการด้านการชำระค่าสินค้าบริการ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 , บริการด้านสินเชื่อ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 , บริการด้านแลกเปลี่ยนเงินตรา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 9: แสดงจำนวนและร้อยละจำแนก ส่วนใหญ่ท่านเข้าใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด

N=400

ส่วนใหญ่ท่านเข้าใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
จันทร์	141	35.2
อังคาร	79	19.8

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 9 (ต่อ) : แสดงจำนวนและร้อยละจำแนก ส่วนใหญ่ท่านเข้าใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด

N=400

ส่วนใหญ่ท่านเข้าใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
พุธ	68	17.0
พฤหัสบดี	25	6.2
ศุกร์	87	21.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 9 ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่า วันที่ผู้มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ตรงกับ วันจันทร์ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 , รองลงมา วันศุกร์ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 , วันอังคาร จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 , วันพุธ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 , วันพฤหัสบดี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 10: แสดงจำนวนและร้อยละจำแนก ท่านได้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด

N=400

ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
8.30 – 10.00 น.	73	18.2
10.01 – 11.00 น.	49	12.2

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 10(ต่อ): แสดงจำนวนและร้อยละจำแนก ท่านได้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด

N=400

ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
11.01 – 12.00 น.	42	10.5
12.01 – 13.00 น.	118	29.5
13.01 – 14.00 น.	47	11.8
14.01 – 15.00 น.	30	7.5
15.01 – 16.00 น.	17	4.2
16.01 – 17.00 น.	24	6.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 10 ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่าช่วงเวลาที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ เวลา 12.01 – 13.00 น. จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 , รองลงมา เวลา 8.30 – 10.00 น. จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 , เวลา 10.01 – 11.00 น. จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 , เวลา 13.01 – 14.00 น. จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 , เวลา 11.01 – 12.00 น. จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 , เวลา 14.01 – 15.00 น. จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 , เวลา 16.01 – 17.00 น. จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 , เวลา 15.01 – 16.00 น. จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 11: แสดงจำนวนและร้อยละจำแนก ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด

N=400

ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
น้อยกว่า 1 ปี	66	58.8
1 – 4 ปี	168	20.5
5 – 9 ปี	92	8.5
10 – 14 ปี	30	4.2
มากกว่า 15 ปี	44	8.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 11 ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม เป็นระยะเวลา 1 – 4 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 , รองลงมา 5 – 9 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 , น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็น 58.8 , มากกว่า 15 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 , 10 – 14 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 3** ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายจากค่าเฉลี่ยของคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.21 – 5.00	ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
3.41 – 4.20	ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ในระดับมาก
2.61 – 3.40	ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในระดับน้อย
1.00 – 1.80	ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 12: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามระดับความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านอาคาร สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก

ปัจจัยด้านอาคาร สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ	3.64	0.895	มาก
การตกแต่งสถานที่สะอาด สวยงาม ทันสมัย	3.62	0.783	มาก
มีระบบบริการที่ทันสมัย	3.64	0.786	มาก
มีการจัดเตรียมเอกสาร และอุปกรณ์ในการให้บริการดี	3.49	0.820	มาก
มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม ห้องน้ำ ที่จอดรถ	3.16	0.949	ปานกลาง
รวมด้านอาคาร สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก	<b>3.51</b>	<b>0.667</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 12 ผลการวิจัย พบว่า ระดับความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ด้านอาคาร สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ซึ่งจัดได้ว่า ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณารายข้อเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ข้อที่มีระดับระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 3.64 ซึ่งเท่ากับ มีระบบบริการที่ทันสมัย ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก , รองลงมา การตกแต่งสถานที่สะอาด สวยงาม ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.62 , มีการจัดเตรียมเอกสาร และอุปกรณ์ในการให้บริการดีมีค่าเฉลี่ย 3.49 , มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม ห้องน้ำ ที่จอดรถมีค่าเฉลี่ย 3.16 ตามลำดับ

ตารางที่ 13: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามระดับความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านความไว้วางใจในการปฏิบัติงาน

ปัจจัยด้านความไว้วางใจในการปฏิบัติงาน	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
บุคลิกภาพของพนักงานมีความน่าเชื่อถือ	3.52	0.742	มาก
ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ	3.63	0.738	มาก
ความพร้อมในการให้บริการ	3.56	0.764	มาก
ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาด	3.42	0.781	มาก
มาตรฐานการให้บริการจากอดีตถึงปัจจุบัน	3.47	0.765	มาก
<b>รวมด้านความไว้วางใจในการปฏิบัติงาน</b>	<b>3.52</b>	<b>0.636</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 13 ผลการวิจัย พบว่า ระดับความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ด้านความไว้วางใจในการปฏิบัติงาน โดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ซึ่งจัดได้ว่า ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณารายชื่อเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ชื่อที่มีระดับระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.63 , รองลงมา คือ ความพร้อมในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.56 , บุคคลิกภาพของพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 3.52 , มาตรฐานการให้บริการจากอดีตถึงปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 3.47 , ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาด มีค่าเฉลี่ย 3.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 14: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามระดับความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ

ปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล
ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.34	0.839	ปานกลาง
การให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อความต้องการของลูกค้า	3.32	0.877	ปานกลาง
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง ไม่หยุดชะงัก	3.30	0.853	ปานกลาง
ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	3.22	0.882	ปานกลาง
จัดให้มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	3.17	0.888	ปานกลาง
<b>รวมด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ</b>	<b>3.26</b>	<b>0.732</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 14 ผลการวิจัย พบว่า ระดับความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ซึ่งจัดได้ว่า ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณารายชื่อเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ชื่อที่มีระดับระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.34 , รองลงมา คือการให้บริการอย่าง

รวดเร็ว ทันต่อความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.32 , การให้บริการอย่างต่อเนื่อง ไม่หยุด ชะงัก ค่าเฉลี่ย 3.30 , ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 3.22 , จัดให้มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.17 ตามลำดับ

ตารางที่ 15: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามระดับความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านความน่าเชื่อมั่นในความรู้และอัธยาศัยไมตรี

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อมั่นในความรู้และอัธยาศัยไมตรี	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
ความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในงาน	3.65	0.730	มาก
มารยาท อัธยาศัยไมตรีที่ดีในการให้บริการ	3.56	0.812	มาก
ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร	3.54	0.731	มาก
ความสุภาพเรียบร้อย สะอาด เหมาะสมในการแต่งกาย	3.70	0.731	มาก
ความปลอดภัยในการมาใช้บริการ	3.60	0.785	มาก
<b>รวมด้านความน่าเชื่อมั่นในความรู้และอัธยาศัยไมตรี</b>	<b>3.61</b>	<b>0.627</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 15 ผลการวิจัย พบว่า ระดับความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ด้านความน่าเชื่อมั่นในความรู้และอัธยาศัยไมตรี โดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ซึ่งจัดได้ว่า ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณารายชื่อเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ข้อที่มีระดับระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความสุภาพเรียบร้อย สะอาด เหมาะสมในการแต่งกาย มีค่าเฉลี่ย 3.70 , รองลงมา คือ ความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในงาน มีค่าเฉลี่ย 3.65 , ความปลอดภัยในการมาใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.60 , มารยาท อัธยาศัยไมตรีที่ดีในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.56 , ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ย 3.54 ตามลำดับ

ตารางที่ 16: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามระดับความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจ ด้านการเข้าใจถึงความรู้สึกและความต้องการของลูกค้า

ปัจจัยด้านการเข้าใจถึงความรู้สึกและความต้องการของลูกค้า	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
การให้เกียรติ และความสำคัญต่อลูกค้า	3.34	0.839	ปานกลาง
การให้ความสนใจ และเอาใจใส่	3.32	0.877	ปานกลาง
การให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	3.30	0.853	ปานกลาง
ความเต็มใจรับฟังคำร้องเรียนจากลูกค้า	3.22	0.882	ปานกลาง
ความเต็มใจของพนักงานที่จะให้ความช่วยเหลือ	3.17	0.888	ปานกลาง
<b>รวมด้านการเข้าใจถึงความรู้สึกและความต้องการของลูกค้า</b>	<b>3.26</b>	<b>0.732</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง 16 ผลการวิจัย พบว่า ระดับความสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ด้านการเข้าใจถึงความรู้สึกและความต้องการของลูกค้า โดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ซึ่งจัดได้ว่า ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณารายข้อเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ข้อที่มีระดับระดับความ สำคัญมากที่สุด ได้แก่ การให้เกียรติ และความสำคัญต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.34 , รองลงมา คือ การให้ความสนใจ และเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ย 3.32 , การให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ค่าเฉลี่ย 3.30 , ความเต็มใจรับฟังคำร้องเรียนจากลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.22 , ความเต็มใจของพนักงานที่จะให้ความช่วยเหลือ มีค่าเฉลี่ย 3.17 ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของพฤติกรรมในการใช้บริการจำแนกตามด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 17: แสดงเหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ข้อมูลด้านเพศ Crosstabulation

เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการธนาคาร กรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
มีความน่าเชื่อถือ	Count	66	89	155
	% within เพศ	35.7%	41.4%	38.8%
การบริการของพนักงาน ธนาคาร	Count	22	20	42
	% within เพศ	11.9%	9.3%	10.5%
มีระบบการให้บริการที่ ทันสมัยเต็มรูปแบบ	Count	38	42	80
	% within เพศ	20.5%	19.5%	20.0%
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการ เดินทาง	Count	45	54	99
	% within เพศ	24.3%	25.1%	24.8%
มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย	Count	14	10	24
	% within เพศ	7.6%	4.7%	6.0%
Total	Count	185	215	400
	% within เพศ	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 17 ผลการวิจัยพบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ ปรากฏดังนี้

เพศชาย พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7

เพศหญิง พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4

ตารางที่ 18: แสดงเหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ข้อมูลด้านอายุ Crosstabulation

เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่ สีลม		อายุ						Total
		ต่ำกว่า 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	45 ปีขึ้นไป	
มีความน่าเชื่อถือ	Count	16	56	34	19	14	16	155
	% within อายุ	29.1%	43.8%	38.2%	43.2%	30.4%	42.1%	38.8%
การบริการของ พนักงานธนาคาร	Count	3	18	8	5	5	3	42
	% within อายุ	5.5%	14.1%	9.0%	11.4%	10.9%	7.9%	10.5%
มีระบบการให้ บริการที่ทันสมัยเต็มรูปแบบ	Count	13	21	20	5	12	9	80
	% within อายุ	23.6%	16.4%	22.5%	11.4%	26.1%	23.7%	20.0%
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อ การเดินทาง	Count	20	28	22	13	11	5	99
	% within อายุ	36.4%	21.9%	24.7%	29.5%	23.9%	13.2%	24.8%
มีที่จอดรถที่ สะดวกสบาย	Count	3	5	5	2	4	5	24
	% within อายุ	5.5%	3.9%	5.6%	4.5%	8.7%	13.2%	6.0%
Total	Count	55	128	89	44	46	38	400
	% within อายุ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 18 ผลการวิจัยพบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านอายุ ปรากฏดังนี้

-อายุต่ำกว่า 25 ปี พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ ทำเลที่ตั้งสะดวก จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4

-อายุ 25 – 30 ปี พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8

-อายุ 31-35 ปี พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2

-อายุ 36 - 40 ปี พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2

-อายุ 41 - 45 ปี พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4

- อายุ 45 ปีขึ้นไป พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1

ตารางที่ 19: แสดงเหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ข้อมูลด้านสถานภาพ Crosstabulation

เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม		สถานภาพ			Total
		โสด	สมรส	หย่าร้าง	
มีความน่าเชื่อถือ	Count	95	57	3	155
	% within สถานภาพ	37.5%	41.9%	27.3%	38.8%
การบริการของพนักงานธนาคาร	Count	22	17	3	42
	% within สถานภาพ	8.7%	12.5%	27.3%	10.5%
มีระบบการให้บริการที่ทันสมัย เต็มรูปแบบ	Count	50	29	1	80
	% within สถานภาพ	19.8%	21.3%	9.1%	20.0%
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	Count	74	23	2	99
	% within สถานภาพ	29.2%	16.9%	18.2%	24.8%
มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย	Count	12	10	2	24
	% within สถานภาพ	4.7%	7.4%	18.2%	6.0%
Total	Count	253	136	11	400
	% within สถานภาพ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 19 ผลการวิจัยพบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านสถานภาพ

- สถานภาพโสด พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด

(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5

- สถานภาพสมรส พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด

(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9

- สถานภาพหย่าร้าง พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด

(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และการบริการของพนักงานธนาคาร จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3

ตารางที่ 20: เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ข้อมูลด้านระดับการศึกษา Crosstabulation

เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพจำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม		ระดับการศึกษา				Total
		มัธยมหรือต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญา ตรี	ปริญญา โท	ปริญญา เอก	
มีความน่าเชื่อถือ	Count	7	103	44	1	155
	% within ระดับ การศึกษา	24.1%	41.0%	39.3%	12.5%	38.8%
การบริการของ พนักงานธนาคาร	Count	3	32	6	1	42
	% within ระดับ การศึกษา	10.3%	12.7%	5.4%	12.5%	10.5%
มีระบบการ ให้บริการที่ ทันสมัยเต็ม รูปแบบ	Count	9	43	22	6	80
	% within ระดับ การศึกษา	31.0%	17.1%	19.6%	75.0%	20.0%
ทำเลที่ตั้งสะดวก ต่อการเดินทาง	Count	7	60	32	0	99

ตารางที่ 20(ต่อ): เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขา  
สำนักงานใหญ่ สีลม ข้อมูลด้านระดับการศึกษา Crosstabulation

เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม		ระดับการศึกษา				Total
		มัธยมหรือต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	
ทำเลที่ตั้ง	% within					
สะดวกต่อการเดินทาง	ระดับการศึกษา	24.1%	23.9%	28.6%	.0%	24.8%
มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย	Count	3	13	8	0	24
	% within ระดับการศึกษา	10.3%	5.2%	7.1%	.0%	6.0%
Total	Count	29	251	112	8	400
	% within ระดับการศึกษา	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 20 ผลการวิจัยพบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา

- มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีระบบการให้บริการที่ทันสมัยเต็มรูปแบบ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0

- ปริญญาตรี พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0

- ปริญญาโท พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3

- ปริญญาเอก พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ บริการทันสมัย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0

ตารางที่ 21: เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ข้อมูลด้านอาชีพ Crosstabulation

เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพจำกัด(มหาชน)สาขา สำนักงานใหญ่สีลม		อาชีพ					Total
		นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	พนักงาน รัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ	
มีความน่าเชื่อถือ	Count	9	38	86	14	8	155
	% within อาชีพ	23.1%	41.3%	41.0%	36.8%	38.1%	38.8%
การบริการของ พนักงานธนาคาร	Count	3	9	22	8	0	42
	% within อาชีพ	7.7%	9.8%	10.5%	21.1%	.0%	10.5%
มีระบบการ ให้บริการที่ทันสมัย เต็มรูปแบบ	Count	13	19	36	3	9	80
	% within อาชีพ	33.3%	20.7%	17.1%	7.9%	42.9%	20.0%
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อ การเดินทาง	Count	11	21	59	6	2	99
	% within อาชีพ	28.2%	22.8%	28.1%	15.8%	9.5%	24.8%
มีที่จอดรถที่ สะดวกสบาย	Count	3	5	7	7	2	24
	% within อาชีพ	7.7%	5.4%	3.3%	18.4%	9.5%	6.0%
Total	Count	39	92	210	38	21	400
	% within อาชีพ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 21 ผลการวิจัยพบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านอาชีพ

- นักเรียน / นักศึกษา พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีระบบการให้บริการที่ทันสมัยเต็มรูปแบบ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

- ธุรกิจส่วนตัว พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3

- พนักงานเอกชน พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0



จากตารางที่ 22 ผลการวิจัยพบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านรายได้โดยเฉลี่ย

- รายได้ไม่เกิน 20,000 พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6
- รายได้ 20,001 – 30,000 พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 38.4
- รายได้ 30,001 – 40,000 พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9
- รายได้ 40,001 – 60,000 พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3
- รายได้ 60,001 – 100,000 พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2
- รายได้ 100,000 ขึ้นไป พบว่า เหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มีระบบการให้บริการที่ทันสมัยเต็มรูปแบบ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 23: แสดงบริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด ข้อมูลด้านเพศ Crosstabulation

บริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
บริการด้านบัญชีเงินฝาก	Count	102	133	235
	% within เพศ	55.1%	61.9%	58.8%
บริการด้านบัตรเครดิตทรอนิกส์	Count	36	46	82
	% within เพศ	19.5%	21.4%	20.5%
บริการด้านการชำระค่าสินค้าบริการ	Count	21	13	34

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 23(ต่อ): แสดงบริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม  
ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด ข้อมูลด้านเพศ Crosstabulation

บริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่ท่านเลือกใช้บริการ บ่อยครั้งที่สุด		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
บริการด้านการชำระค่า สินค้าบริการ	% within เพศ	11.4%	6.0%	8.5%
บริการด้านการ แลกเปลี่ยนเงินตรา	Count	10	7	17
	% within เพศ	5.4%	3.3%	4.2%
บริการด้านสินเชื่อ	Count	16	16	32
	% within เพศ	8.6%	7.4%	8.0%
Total	Count	185	215	400
	% within เพศ	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 23 ผลการวิจัยพบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)  
สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้าน  
เพศ

- เพศชาย พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงาน  
ใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ  
55.1

- เพศหญิง พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงาน  
ใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ  
61.9

ตารางที่ 24: แสดงบริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด ข้อมูลด้านอายุ Crosstabulation

บริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด		อายุ						Total
		ต่ำกว่า 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	45 ปีขึ้นไป	
บริการด้านบัญชีเงินฝาก	Count	37	80	55	18	26	19	235
	% within อายุ	67.3%	62.5%	61.8%	40.9%	56.5%	50.0%	58.8%
บริการด้านบัตรเครดิตอิเล็กทรอนิกส์	Count	15	27	14	12	7	7	82
	% within อายุ	27.3%	21.1%	15.7%	27.3%	15.2%	18.4%	20.5%
บริการด้านการชำระค่าสินค้าบริการ	Count	1	9	9	4	6	5	34
	% within อายุ	1.8%	7.0%	10.1%	9.1%	13.0%	13.2%	8.5%
บริการด้านการแลกเปลี่ยนเงินตรา	Count	0	5	4	2	3	3	17
	% within อายุ	.0%	3.9%	4.5%	4.5%	6.5%	7.9%	4.2%
บริการด้านสินเชื่อ	Count	2	7	7	8	4	4	32
	% within อายุ	3.6%	5.5%	7.9%	18.2%	8.7%	10.5%	8.0%
Total	Count	55	128	89	44	46	38	400
	% within อายุ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 24 ผลการวิจัยพบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านอายุ

- อายุต่ำกว่า 25 ปี พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3

- อายุ 25 – 30 ปี พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5

- อายุ 31 – 35 ปี พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8

- อายุ 36 - 40 ปี พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9

- อายุ 41 – 45 ปี พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5

- อายุ 45 ปี ขึ้นไป พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 25: แสดงบริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด ข้อมูลด้านสถานภาพ Crosstabulation

บริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด		สถานภาพ			Total
		โสด	สมรส	หย่าร้าง	
บริการด้านบัญชีเงินฝาก	Count	159	71	5	235
	% within สถานภาพ	62.8%	52.2%	45.5%	58.8%
บริการด้านบัตรเครดิตอิเล็กทรอนิกส์	Count	50	30	2	82
	% within สถานภาพ	19.8%	22.1%	18.2%	20.5%
บริการด้านการชำระค่าสินค้าบริการ	Count	21	11	2	34
	% within สถานภาพ	8.3%	8.1%	18.2%	8.5%
บริการด้านการแลกเปลี่ยนเงินตรา	Count	9	8	0	17
	% within สถานภาพ	3.6%	5.9%	.0%	4.2%
บริการด้านสินเชื่อ	Count	14	16	2	32
	% within สถานภาพ	5.5%	11.8%	18.2%	8.0%
Total	Count	253	136	11	400
	% within สถานภาพ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 25 ผลการวิจัยพบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

- สถานภาพโสด พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8

- สถานภาพสมรส พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2

- สถานภาพหย่าร้าง พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5

ตารางที่ 26: แสดงบริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด ข้อมูลด้านระดับการศึกษา Crosstabulation

บริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลมที่ท่านเลือกใช้บริการ บ่อยครั้งที่สุด		ระดับการศึกษา				Total
		มัธยมหรือต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	
บริการด้านบัญชีเงินฝาก	Count	19	149	63	4	235
	% within ระดับการศึกษา	65.5%	59.4%	56.2%	50.0%	58.8%
บริการด้านบัตร อิเล็กทรอนิกส์	Count	6	54	20	2	82
	% within ระดับการศึกษา	20.7%	21.5%	17.9%	25.0%	20.5%
บริการด้านการชำระค่า สินค้าบริการ	Count	2	21	11	0	34
	% within ระดับการศึกษา	6.9%	8.4%	9.8%	.0%	8.5%
บริการด้านการ แลกเปลี่ยนเงินตรา	Count	0	7	8	2	17
	% within ระดับการศึกษา	.0%	2.8%	7.1%	25.0%	4.2%
บริการด้านสินเชื่อ	Count	2	20	10	0	32
	% within ระดับการศึกษา	6.9%	8.0%	8.9%	.0%	8.0%
Total	Count	29	251	112	8	400
	% within ระดับการศึกษา	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 26 ผลการวิจัยพบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา

- มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5

- ปริญญาตรี พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 59.4

- ปริญญาโท พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2

- ปริญญาเอก การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 27: แสดงบริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด ข้อมูลด้านอาชีพ Crosstabulation

บริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด		อาชีพ					Total
		นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	พนักงาน รัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ	
บริการด้านบัญชีเงินฝาก	Count	25	54	130	15	11	235
	% within อาชีพ	64.1%	58.7%	61.9%	39.5%	52.4%	58.8%
บริการด้านบัตร อิเล็กทรอนิกส์	Count	9	16	42	10	5	82
	% within อาชีพ	23.1%	17.4%	20.0%	26.3%	23.8%	20.5%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 27(ต่อ): แสดงบริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่  
 สีส้ม ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด ข้อมูลด้านอาชีพ Crosstabulation

บริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงาน ใหญ่สีส้มที่ท่านเลือกใช้บริการ บ่อยครั้งที่สุด		อาชีพ					Total
		นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	พนักงาน รัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ /ข้าราชการ	
บริการด้านการ ชำระค่าสินค้า บริการ	Count	2	9	18	2	3	34
	% within อาชีพ	5.1%	9.8%	8.6%	5.3%	14.3%	8.5%
บริการด้านการ แลกเปลี่ยนเงินตรา	Count	1	4	10	2	0	17
	% within อาชีพ	2.6%	4.3%	4.8%	5.3%	.0%	4.2%
บริการด้านสินเชื่อ	Count	2	9	10	9	2	32
	% within อาชีพ	5.1%	9.8%	4.8%	23.7%	9.5%	8.0%
Total	Count	39	92	210	38	21	400
	% within อาชีพ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 27 ผลการวิจัยพบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีส้ม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านอาชีพ

- นักเรียน / นักศึกษา พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีส้ม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 64.1

- ธุรกิจส่วนตัว พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีส้ม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7

- พนักงานเอกชน พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีส้ม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 61.9



จากตารางที่ 28 ผลการวิจัยพบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้าน รายได้โดยเฉลี่ย

- รายได้ไม่เกิน 20,000 พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2

- รายได้ 20,001 – 30,000 พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 58.9

- รายได้ 30,001 – 40,000 พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1

- รายได้ 40,001 – 60,000 พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5

- รายได้ 60,001 – 100,000 พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2

- รายได้ 100,000 ขึ้นไป พบว่า การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ บริการด้านการแลกเปลี่ยนเงินตรา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 29: แสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด ข้อมูลด้านเพศ Crosstabulation

ส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
จันทร์	Count	62	79	141
	% within เพศ	33.5%	36.7%	35.2%
อังคาร	Count	40	39	79
	% within เพศ	21.6%	18.1%	19.8%
พุธ	Count	32	36	68
	% within เพศ	17.3%	16.7%	17.0%
พฤหัสบดี	Count	12	13	25
	% within เพศ	6.5%	6.0%	6.2%
ศุกร์	Count	39	48	87
	% within เพศ	21.1%	22.3%	21.8%
Total	Count	185	215	400
	% within เพศ	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 29 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในวันใดบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้าน เพศ

- เพศชาย พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5

- เพศหญิง พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7

ตารางที่ 30: แสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่ ท่านใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด ข้อมูลด้านอายุ Crosstabulation

ส่วนใหญ่ท่านใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน)สาขาส่งงานใหญ่ สีลม ในวันใด		อายุ						Total
		ต่ำกว่า 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	45 ปีขึ้นไป	
จันทร์	Count	24	48	21	15	20	13	141
	% within อายุ	43.6%	37.5%	23.6%	34.1%	43.5%	34.2%	35.2%
อังคาร	Count	6	25	26	10	7	5	79
	% within อายุ	10.9%	19.5%	29.2%	22.7%	15.2%	13.2%	19.8%
พุธ	Count	6	24	18	6	4	10	68
	% within อายุ	10.9%	18.8%	20.2%	13.6%	8.7%	26.3%	17.0%
พฤหัสบดี	Count	2	5	6	3	6	3	25
	% within อายุ	3.6%	3.9%	6.7%	6.8%	13.0%	7.9%	6.2%
ศุกร์	Count	17	26	18	10	9	7	87
	% within อายุ	30.9%	20.3%	20.2%	22.7%	19.6%	18.4%	21.8%
Total	Count	55	128	89	44	46	38	400
	% within อายุ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0 %

จากตารางที่ 30 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในวันใดบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านอายุ

- อายุ ต่ำกว่า 25 ปี พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6

- อายุ 25 – 30 ปี พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5

- อายุ 31 – 35 ปี พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันอังคาร จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2

- อายุ 36 - 40 ปี พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1

- อายุ 41 - 45 ปี พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5

- อายุ 45 ปี ขึ้นไป พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2

ตารางที่ 31: แสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด ข้อมูลด้านสถานภาพ Crosstabulation

ส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ใน วันใด		สถานภาพ			Total
		โสด	สมรส	หย่าร้าง	
จันทร์	Count	83	54	4	141
	% within สถานภาพ	32.8%	39.7%	36.4%	35.2%
อังคาร	Count	49	27	3	79
	% within สถานภาพ	19.4%	19.9%	27.3%	19.8%
พุธ	Count	47	19	2	68

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 31(ต่อ): แสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด ข้อมูลด้านสถานภาพ Crosstabulation

ส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้ บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ใน วันใด		สถานภาพ			Total
		โสด	สมรส	หย่าร้าง	
บุรุษ	% within สถานภาพ	18.6%	14.0%	18.2%	17.0%
ผู้หญิง	Count	12	12	1	25
	% within สถานภาพ	4.7%	8.8%	9.1%	6.2%
สุกร์	Count	62	24	1	87
	% within สถานภาพ	24.5%	17.6%	9.1%	21.8%
Total	Count	253	136	11	400
	% within สถานภาพ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 31 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในวันใดบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านสถานภาพ

- สถานภาพโสด พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8
- สถานภาพสมรส พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7
- สถานภาพหย่าร้าง พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4

ตารางที่ 32: แสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด ข้อมูลด้านระดับการศึกษา Crosstabulation

ส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในวัน ใด		ระดับการศึกษา				Total
		มัธยมหรือต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	
จันทร์	Count	11	88	37	5	141
	% within ระดับ การศึกษา	37.9%	35.1%	33.0%	62.5%	35.2%
อังคาร	Count	5	56	17	1	79
	% within ระดับ การศึกษา	17.2%	22.3%	15.2%	12.5%	19.8%
พุธ	Count	3	41	24	0	68
	% within ระดับ การศึกษา	10.3%	16.3%	21.4%	.0%	17.0%
พฤหัสบดี	Count	2	13	10	0	25
	% within ระดับ การศึกษา	6.9%	5.2%	8.9%	.0%	6.2%
ศุกร์	Count	8	53	24	2	87
	% within ระดับ การศึกษา	27.6%	21.1%	21.4%	25.0%	21.8%
Total	Count	29	251	112	8	400
	% within ระดับ การศึกษา	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 32 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในวันใดบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา

- มัชฌิมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9
- ปริญญาตรี พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1
- ปริญญาโท พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0
- ปริญญาเอก พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5

ตารางที่ 33: แสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่ ท่านใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด ข้อมูลด้านอาชีพ Crosstabulation

ส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้ บริการธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด		อาชีพ					Total
		นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	พนักงาน รัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ	
จันทร์	Count	15	40	69	9	8	141
	% within อาชีพ	38.5%	43.5%	32.9%	23.7%	38.1%	35.2%
อังคาร	Count	7	21	38	11	2	79
	% within อาชีพ	17.9%	22.8%	18.1%	28.9%	9.5%	19.8%
พุธ	Count	4	11	48	3	2	68
	% within อาชีพ	10.3%	12.0%	22.9%	7.9%	9.5%	17.0%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 33(ต่อ): แสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด ข้อมูลด้านอาชีพ Crosstabulation

ส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้ บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ใน วันใด		อาชีพ					Total
		นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	พนักงาน รัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ	
พฤษภาคม	Count	2	5	12	5	1	25
	% within อาชีพ	5.1%	5.4%	5.7%	13.2%	4.8%	6.2%
ศุกร์	Count	11	15	43	10	8	87
	% within อาชีพ	28.2%	16.3%	20.5%	26.3%	38.1%	21.8 %
Total	Count	39	92	210	38	21	400
	% within อาชีพ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0 %

จากตารางที่ 33 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในวันใดบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านอาชีพ

- นักเรียน / นักเรียน พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5
- ธุรกิจส่วนตัว พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5
- พนักงานเอกชน พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9
- พนักงานรัฐบาล พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันอังคาร จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9
- รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 และ วันศุกร์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1

ตารางที่ 34: แสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด ข้อมูลด้านรายได้โดยเฉลี่ย Crosstabulation

ส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้ บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ใน วันใด		รายได้โดยเฉลี่ย						Total
		ไม่เกิน 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 60,000	60,001- 100,000	100,000 ขึ้นไป	
จันทร์	Count	33	40	37	17	12	2	141
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	37.5%	35.7%	35.2%	27.4%	38.7%	100.0%	35.2%
อังคาร	Count	16	25	20	10	8	0	79
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	18.2%	22.3%	19.0%	16.1%	25.8%	.0%	19.8%
พุธ	Count	9	18	21	18	2	0	68
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	10.2%	16.1%	20.0%	29.0%	6.5%	.0%	17.0%
พฤหัสบดี	Count	6	4	9	5	1	0	25
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	6.8%	3.6%	8.6%	8.1%	3.2%	.0%	6.2%
ศุกร์	Count	24	25	18	12	8	0	87

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 34(ต่อ): แสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด ข้อมูลด้านรายได้โดยเฉลี่ย Crosstabulation

ส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้ บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ใน วันใด		รายได้โดยเฉลี่ย						Total
		ไม่เกิน 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 60,000	60,001- 100,000	100,000 ขึ้นไป	
สุกร์	% within รายได้โดย เฉลี่ย	27.3%	22.3%	17.1%	19.4%	25.8%	.0%	21.8%
Total	Count	88	112	105	62	31	2	400
	% within รายได้โดย เฉลี่ย	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 34 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในวันใดบ่อยครั้งที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านรายได้โดยเฉลี่ย

- รายได้ ไม่เกิน 20,000 พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5
- รายได้ 20,001 – 30,000 พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7
- รายได้ 30,001 – 40,000 พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2
- รายได้ 40,001 – 60,000 พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันพุธ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0
- รายได้ 60,001 – 100,000 พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7
- รายได้ 100,000 ขึ้นไป พบว่า เข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม บ่อยครั้งที่สุด คือ วันจันทร์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 35: แสดงให้เห็นว่าตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในระยะเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด ข้อมูลด้านเพศ Crosstabulation

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าใน ช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุง ด้านการให้บริการมากที่สุด		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
8.30-10.00 น.	Count	31	42	73
	% within เพศ	16.8%	19.5%	18.2%
10.01-11.00 น.	Count	22	27	49
	% within เพศ	11.9%	12.6%	12.2%
11.01-12.00 น.	Count	15	27	42
	% within เพศ	8.1%	12.6%	10.5%
12.01-13.00 น.	Count	50	68	118
	% within เพศ	27.0%	31.6%	29.5%
13.01-14.00 น.	Count	29	18	47
	% within เพศ	15.7%	8.4%	11.8%
14.01-15.00 น.	Count	17	13	30
	% within เพศ	9.2%	6.0%	7.5%
15.01-16.00 น.	Count	6	11	17
	% within เพศ	3.2%	5.1%	4.2%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 35(ต่อ): แสดงให้เห็นว่าตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในระยะเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการ ให้บริการมากที่สุด ข้อมูลด้านเพศ Crosstabulation

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ท่านคิดว่าในระยะเวลาใด ที่ควรให้มีการปรับปรุงด้าน การให้บริการมากที่สุด	เพศ			Total
	ชาย	หญิง		
16.01-17.00 น.	Count	15	9	24
	% within เพศ	8.1%	4.2%	6.0%
Total	Count	185	215	400
	% within เพศ	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 35 ผลการวิจัยพบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการ ให้บริการมากที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ

- เพศชาย พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 12.01 – 13.00 น. จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0

- เพศหญิง พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 12.01 – 13.00 น. จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6

ตารางที่ 36: แสดงให้เห็นว่าตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในระยะเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด ข้อมูลด้านอายุ Crosstabulation

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ท่านคิดว่าในระยะเวลาใดที่ ควรให้มีการปรับปรุงด้านการ ให้บริการมากที่สุด		อายุ						Total
		ต่ำกว่า 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	45 ปีขึ้นไป	
8.30-10.00 น.	Count	11	22	9	6	14	11	73
	% within อายุ	20.0%	17.2%	10.1%	13.6%	30.4%	28.9%	18.2%
10.01-11.00 น.	Count	5	17	15	3	6	3	49
	% within อายุ	9.1%	13.3%	16.9%	6.8%	13.0%	7.9%	12.2%
11.01-12.00 น.	Count	3	15	12	4	3	5	42
	% within อายุ	5.5%	11.7%	13.5%	9.1%	6.5%	13.2%	10.5%
12.01-13.00 น.	Count	21	37	29	13	9	9	118
	% within อายุ	38.2%	28.9%	32.6%	29.5%	19.6%	23.7%	29.5%
13.01-14.00 น.	Count	6	12	13	8	3	5	47
	% within อายุ	10.9%	9.4%	14.6%	18.2%	6.5%	13.2%	11.8%
14.01-15.00 น.	Count	2	10	10	5	1	2	30
	% within อายุ	3.6%	7.8%	11.2%	11.4%	2.2%	5.3%	7.5%
15.01-16.00 น.	Count	3	7	1	3	2	1	17

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 36(ต่อ): แสดงให้เห็นว่าตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการ ให้บริการมากที่สุด ข้อมูลด้านอายุ Crosstabulation

ตามที่ท่านได้ใช้บริการ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ท่าน คิดว่าในช่วงเวลาใดที่ ควรให้มีการปรับปรุง ด้านการให้บริการมาก ที่สุด	อายุ						Total	
		ต่ำกว่า 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี		45 ปี ขึ้นไป
% within อายุ		5.5%	5.5%	1.1%	6.8%	4.3%	2.6%	4.2%
Count		4	8	0	2	8	2	24
16.01-17.00 น.	% within อายุ	7.3%	6.2%	.0%	4.5%	17.4%	5.3%	6.0%
Count		55	128	89	44	46	38	400
Total	% within อายุ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0 %	100.0 %

จากตารางที่ 36 ผลการวิจัยพบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านอายุ

- อายุ ต่ำกว่า 25 ปี พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 12.01 – 13.00 น. จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2

- อายุ 25 - 30 ปี พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 12.01 – 13.00 น. จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9

- อายุ 31 – 35 ปี พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 12.01 – 13.00 น. จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 32.6

- อายุ 36 – 40 ปี พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 12.01 – 13.00 น. จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5

- อายุ 41 – 45 ปี พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 8.30 – 10.00 น. จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4

- อายุ 45 ปี ขึ้นไป พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 8.30 – 10.00 น. จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9

ตารางที่ 37: แสดงให้เห็นว่าตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด ข้อมูลด้านสถานภาพ Crosstabulation

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด		สถานภาพ			Total
		โสด	สมรส	หย่าร้าง	
8.30-10.00 น.	Count	38	32	3	73
	% within สถานภาพ	15.0%	23.5%	27.3%	18.2%
10.01-11.00 น.	Count	33	13	3	49
	% within สถานภาพ	13.0%	9.6%	27.3%	12.2%
11.01-12.00 น.	Count	23	19	0	42
	% within สถานภาพ	9.1%	14.0%	.0%	10.5%
12.01-13.00 น.	Count	83	32	3	118

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 37(ต่อ): แสดงให้เห็นว่าตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการ ให้บริการมากที่สุด ข้อมูลด้านสถานภาพ Crosstabulation

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่า ในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการ ให้บริการมากที่สุด		สถานภาพ			Total
		โสด	สมรส	หย่าร้าง	
12.01-13.00 น.	% within สถานภาพ	32.8%	23.5%	27.3%	29.5%
13.01-14.00 น.	Count	31	15	1	47
	% within สถานภาพ	12.3%	11.0%	9.1%	11.8%
14.01-15.00 น.	Count	23	7	0	30
	% within สถานภาพ	9.1%	5.1%	.0%	7.5%
15.01-16.00 น.	Count	9	7	1	17
	% within สถานภาพ	3.6%	5.1%	9.1%	4.2%
16.01-17.00 น.	Count	13	11	0	24
	% within สถานภาพ	5.1%	8.1%	.0%	6.0%
Total	Count	253	136	11	400
	% within สถานภาพ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 37 ผลการวิจัยพบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการ ให้บริการมากที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านสถานภาพ

- สถานภาพโสด พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 12.01 – 13.00 น. จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8

- สถานภาพสมรส พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 8.30 – 10.00 น. จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 และ 12.01 – 13.00 น. จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5

- สถานภาพหย่าร้าง พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 8.30 – 10.00 น. จำนวน 3 คน คิดเป็น

ร้อยละ 27.3 , 10.01 – 11.00 น. จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และ 12.01 – 13.00 น. จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3

ตารางที่ 38: แสดงให้เห็นว่าตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด ข้อมูลด้านระดับการศึกษา Crosstabulation

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด		ระดับการศึกษา				Total
		มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	
8.30-10.00 น.	Count	7	47	15	4	73
	% within ระดับการศึกษา	24.1%	18.7%	13.4%	50.0%	18.2%
10.01-11.00 น.	Count	4	32	12	1	49
	% within ระดับการศึกษา	13.8%	12.7%	10.7%	12.5%	12.2%
11.01-12.00 น.	Count	1	25	16	0	42
	% within ระดับการศึกษา	3.4%	10.0%	14.3%	.0%	10.5%
12.01-13.00 น.	Count	6	78	33	1	118

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 38(ต่อ): แสดงให้เห็นว่าตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด ข้อมูลด้านระดับการศึกษา Crosstabulation

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด		ระดับการศึกษา				Total
		มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	
12.01-13.00 น.	% within ระดับการศึกษา	20.7%	31.1%	29.5%	12.5%	29.5%
	Count	4	25	17	1	47
13.01-14.00 น.	% within ระดับการศึกษา	13.8%	10.0%	15.2%	12.5%	11.8%
	Count	2	15	12	1	30
14.01-15.00 น.	% within ระดับการศึกษา	6.9%	6.0%	10.7%	12.5%	7.5%
	Count	3	10	4	0	17
15.01-16.00 น.	% within ระดับการศึกษา	10.3%	4.0%	3.6%	.0%	4.2%
	Count	2	19	3	0	24
16.01-17.00 น.	% within ระดับการศึกษา	6.9%	7.6%	2.7%	.0%	6.0%
	Count	29	251	112	8	400
Total	% within ระดับการศึกษา	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 38 ผลการวิจัยพบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลมควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา

- มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 08.30 – 10.00 น. จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1

- ปริญญาตรี พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 12.01 – 13.00 น. จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1

- ปริญญาโท พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 12.01 – 13.00 น. จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5

- ปริญญาเอก พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 08.30 – 10.00 น. จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 39: แสดงให้เห็นว่าตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด ข้อมูลด้านอาชีพ Crosstabulation

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด		อาชีพ					Total
		นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	พนักงาน รัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ /ข้าราชการ	
8.30-10.00 น.	Count	7	11	46	7	2	73
	% within อาชีพ	17.9%	12.0%	21.9%	18.4%	9.5%	18.2 %
10.01-11.00 น.	Count	4	13	25	5	2	49
	% within อาชีพ	10.3%	14.1%	11.9%	13.2%	9.5%	12.2 %

(ตารางมีต่อ)



จากตารางที่ 39 ผลการวิจัยพบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ควรจะให้มีการปรับปรุงในด้านการให้บริการลูกค้ามากที่สุด เมื่อจำแนกตาม สถานภาพส่วนบุคคลด้านอาชีพ ดังนี้

- นักเรียน / นักศึกษา พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงช่วงเวลาด้านการบริการลูกค้า คือ ช่วง 12.01 – 13.00 น. จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1

- ธุรกิจส่วนตัว พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงช่วงเวลาด้านการบริการลูกค้า คือ ช่วง 12.01 – 13.00 น. จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3

- พนักงานเอกชน พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงช่วงเวลาด้านการบริการ คือ ช่วง 12.01 – 13.00 น. จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4

- พนักงานรัฐบาล พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงช่วงเวลาด้านการบริการ คือ ช่วง 12.01 – 13.00 น. จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3

- รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงช่วงเวลาด้านการบริการ คือ ช่วง 12.01 – 13.00 น. จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

สรุปช่วงเวลาที่เหมาะสมให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการลูกค้ามากที่สุดของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม คือ ช่วง 12.01 – 13.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการมากที่สุด

ตารางที่ 40: แสดงให้เห็นว่าตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในระยะเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด ข้อมูลด้านรายได้โดยเฉลี่ย Crosstabulation

	% within รายได้โดย เฉลี่ย	4.5%	12.5%	4.8%	9.7%	3.2%	.0%	7.5%
15.01-16.00 น.	Count	5	2	8	1	1	0	17
	% within รายได้โดย เฉลี่ย	5.7%	1.8%	7.6%	1.6%	3.2%	.0%	4.2%
16.01-17.00 น.	Count	6	4	3	5	6	0	24
	เฉลี่ย							
10.01-11.00 น.	Count	7	22	16	2	2	0	49
	% within รายได้โดย เฉลี่ย	8.0%	19.6%	15.2%	3.2%	6.5%	.0%	12.2%
11.01-12.00 น.	Count	9	14	10	9	0	0	42
	% within รายได้โดย เฉลี่ย	10.2%	12.5%	9.5%	14.5%	.0%	.0%	10.5%
12.01-13.00 น.	Count	29	26	34	20	9	0	118
	% within รายได้โดย เฉลี่ย	33.0%	23.2%	32.4%	32.3%	29.0%	.0%	29.5%
13.01-14.00 น.	Count	8	12	15	9	3	0	47
	% within รายได้โดย เฉลี่ย	9.1%	10.7%	14.3%	14.5%	9.7%	.0%	11.8%
14.01-15.00 น.	Count	4	14	5	6	1	0	30

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 40(ต่อ): แสดงให้เห็นว่าตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในระยะเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการ ให้บริการมากที่สุด ข้อมูลด้านรายได้โดยเฉลี่ย Crosstabulation

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิด ว่าในช่วง ระยะเวลาใดที่ควรให้มีการ ปรับปรุงด้านการให้บริการมาก ที่สุด		รายได้โดยเฉลี่ย						Total
		ไม่เกิน 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 60,000	60,001- 100,000	100,000 ขึ้นไป	
16.01-17.00 น.	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	6.8%	3.6%	2.9%	8.1%	19.4%	.0%	6.0%
Total	Count	88	112	105	62	31	2	400
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0 %

จากตารางที่ 40 ผลการวิจัยพบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านรายได้โดยเฉลี่ย

- รายได้ ไม่เกิน 20,000 พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 12.01 – 13.00 น. จำนวน 29 คน คิด เป็นร้อยละ 33.0

- รายได้ 20,001 – 30,000 พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 12.01 – 13.00 น. จำนวน 26 คน คิด เป็นร้อยละ 23.2

- รายได้ 30,001 – 40,000 พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 12.01 – 13.00 น. จำนวน 34 คน คิด เป็นร้อยละ 32.4

- รายได้ 40,001 – 60,000 พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 12.01 – 13.00 น. จำนวน 20 คน คิด เป็นร้อยละ 32.3

- รายได้ 60,001 – 100,000 พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สيلم ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 08.30 – 10.00 น. จำนวน 9 คน คิดเป็น ร้อยละ 29.0 และ 12.01 – 13.00 น. จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0

- รายได้ 100,000 ขึ้นไป พบว่า ช่วงเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สيلم ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการ คือ 08.30 – 10.00 น. จำนวน 2 คน คิดเป็น ร้อยละ 100.0

ตารางที่ 41: แสดงให้เห็นว่าท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สيلم มาเป็นระยะเวลาเท่าใด ข้อมูลด้านเพศ Crosstabulation

ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคาร กรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สيلم มาเป็นระยะเวลา เท่าใด		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
น้อยกว่า 1 ปี	Count	28	38	66
	% within เพศ	15.1%	17.7%	16.5%
1-4 ปี	Count	77	91	168
	% within เพศ	41.6%	42.3%	42.0%
5-9 ปี	Count	44	48	92
	% within เพศ	23.8%	22.3%	23.0%
10-14 ปี	Count	13	17	30
	% within เพศ	7.0%	7.9%	7.5%
มากกว่า 15 ปี	Count	23	21	44
	% within เพศ	12.4%	9.8%	11.0%
Total	Count	185	215	400
	% within เพศ	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 41 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สيلم เป็นลูกค้าธนาคารมาเป็นระยะเวลาเท่าใด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ

- เพศชาย พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6

- เพศหญิง พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3

ตารางที่ 42: แสดงให้เห็นว่าท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด ข้อมูลด้านอายุ Crosstabulation

ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด		อายุ						Total
		ต่ำกว่า 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	45 ปีขึ้นไป	
น้อยกว่า 1 ปี	Count	20	25	12	5	2	2	66
	% within อายุ	36.4%	19.5%	13.5%	11.4%	4.3%	5.3%	16.5%
1-4 ปี	Count	27	72	37	15	12	5	168
	% within อายุ	49.1%	56.2%	41.6%	34.1%	26.1%	13.2%	42.0%
5-9 ปี	Count	6	21	26	11	24	4	92
	% within อายุ	10.9%	16.4%	29.2%	25.0%	52.2%	10.5%	23.0%
10-14 ปี	Count	2	7	8	6	1	6	30
	% within อายุ	3.6%	5.5%	9.0%	13.6%	2.2%	15.8%	7.5%
มากกว่า 15 ปี	Count	0	3	6	7	7	21	44

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 42(ต่อ): แสดงให้เห็นว่าท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขา  
สำนักงานใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด ข้อมูลด้านอายุ Crosstabulation

ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงาน ใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลา เท่าใด		อายุ					Total	
		ต่ำกว่า 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี		45 ปี ขึ้นไป
มากกว่า 15 ปี	% within อายุ	.0%	2.3%	6.7%	15.9%	15.2%	55.3%	11.0%
Total	Count	55	128	89	44	46	38	400
	% within อายุ	100.0%	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0%

จากตารางที่ 42 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม เป็นลูกค้าธนาคารมาเป็นระยะเวลาเท่าใด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านอายุ

- อายุ ต่ำกว่า 25 ปี พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1
- อายุ 25 – 30 ปี พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2
- อายุ 31 – 35 ปี พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6
- อายุ 36 - 40 ปี พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1
- อายุ 41 - 45 ปี พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 5 – 9 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2
- อายุ 45 ปี ขึ้นไป พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มากกว่า 15 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3

ตารางที่ 43: แสดงให้เห็นว่าท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด ข้อมูลด้านสถานภาพ Crosstabulation

ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคาร กรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลา เท่าใด		สถานภาพ			Total
		โสด	สมรส	หย่าร้าง	
น้อยกว่า 1 ปี	Count	49	16	1	66
	% within สถานภาพ	19.4%	11.8%	9.1%	16.5%
1-4 ปี	Count	116	45	7	168
	% within สถานภาพ	45.8%	33.1%	63.6%	42.0%
5-9 ปี	Count	55	34	3	92
	% within สถานภาพ	21.7%	25.0%	27.3%	23.0%
10-14 ปี	Count	19	11	0	30
	% within สถานภาพ	7.5%	8.1%	.0%	7.5%
มากกว่า 15 ปี	Count	14	30	0	44
	% within สถานภาพ	5.5%	22.1%	.0%	11.0%
Total	Count	253	136	11	400
	% within สถานภาพ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 43 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม เป็นลูกค้าธนาคารมาเป็นระยะเวลาเท่าใด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านสถานภาพ

- สถานภาพโสด พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8
- สถานภาพสมรส พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1
- สถานภาพหย่าร้าง พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 63.6

ตารางที่ 44: แสดงให้เห็นว่าท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขา  
สำนักงานใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด ข้อมูลด้านระดับการศึกษา

Crosstabulation

ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงาน ใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลา เท่าใด		ระดับการศึกษา				Total
		มัธยมหรือต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	
น้อยกว่า 1 ปี	Count	10	43	13	0	66
	% within ระดับ การศึกษา	34.5%	17.1%	11.6%	.0%	16.5%
1-4 ปี	Count	14	98	55	1	168
	% within ระดับ การศึกษา	48.3%	39.0%	49.1%	12.5%	42.0%
5-9 ปี	Count	4	53	31	4	92
	% within ระดับ การศึกษา	13.8%	21.1%	27.7%	50.0%	23.0%
10-14 ปี	Count	1	22	6	1	30
	% within ระดับ การศึกษา	3.4%	8.8%	5.4%	12.5%	7.5%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 44(ต่อ): แสดงให้เห็นว่าท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด ข้อมูลด้านระดับการศึกษา  
Crosstabulation

ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด		ระดับการศึกษา				Total
		มัธยมหรือต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	
มากกว่า 15 ปี	Count	0	35	7	2	44
	% within ระดับ การศึกษา	.0%	13.9%	6.2%	25.0%	11.0%
Total	Count	29	251	112	8	400
	% within ระดับ การศึกษา	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 44 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม เป็นลูกค้าธนาคารมาเป็นระยะเวลาเท่าใด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา

- มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3
- ปริญญาตรี พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0
- ปริญญาโท พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1
- ปริญญาเอก พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 5 - 9 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 45: แสดงให้เห็นว่าท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขา  
สำนักงานใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด ข้อมูลด้านอาชีพ Crosstabulation

ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงาน ใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด		อาชีพ					Total
		นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	พนักงาน รัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ	
น้อยกว่า 1 ปี	Count	13	8	38	4	3	66
	% within อาชีพ	33.3%	8.7%	18.1%	10.5%	14.3%	16.5%
1-4 ปี	Count	20	39	84	18	7	168
	% within อาชีพ	51.3%	42.4%	40.0%	47.4%	33.3%	42.0%
5-9 ปี	Count	5	28	40	11	8	92
	% within อาชีพ	12.8%	30.4%	19.0%	28.9%	38.1%	23.0%
10-14 ปี	Count	1	4	19	4	2	30
	% within อาชีพ	2.6%	4.3%	9.0%	10.5%	9.5%	7.5%
มากกว่า 15 ปี	Count	0	13	29	1	1	44
	% within อาชีพ	.0%	14.1%	13.8%	2.6%	4.8%	11.0%
Total	Count	39	92	210	38	21	400
	% within อาชีพ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 45 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม เป็นลูกค้าธนาคารมาเป็นระยะเวลาเท่าใด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านอาชีพ

- นักเรียน / นักศึกษา พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3
- ธุรกิจส่วนตัว พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4
- พนักงานเอกชน พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0
- พนักงานรัฐบาล พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4
- รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 5 – 9 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1

ตารางที่ 46: แสดงให้เห็นว่าท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด ข้อมูลด้านรายได้โดยเฉลี่ย Crosstabulation

ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด		รายได้โดยเฉลี่ย						Total
		ไม่เกิน 20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-60,000	60,001-100,000	100,000 ขึ้นไป	
น้อยกว่า 1 ปี	Count	29	18	6	9	4	0	66
	% within รายได้โดยเฉลี่ย	33.0%	16.1%	5.7%	14.5%	12.9%	.0%	16.5%
1-4 ปี	Count	39	55	52	11	11	0	168
	% within รายได้โดยเฉลี่ย	44.3%	49.1%	49.5%	17.7%	35.5%	.0%	42.0%
5-9 ปี	Count	12	19	28	23	10	0	92
	% within รายได้โดยเฉลี่ย	13.6%	17.0%	26.7%	37.1%	32.3%	.0%	23.0%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 46(ต่อ): แสดงให้เห็นว่าท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด ข้อมูลด้านรายได้โดยเฉลี่ย

Crosstabulation

ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงาน ใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด		รายได้โดยเฉลี่ย						Total
		ไม่เกิน 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 60,000	60,001- 100,000	100,000 ขึ้นไป	
10-14 ปี	Count	6	9	5	8	2	0	30
	% within รายได้โดย เฉลี่ย	6.8%	8.0%	4.8%	12.9%	6.5%	.0%	7.5%
มากกว่า 15 ปี	Count	2	11	14	11	4	2	44
	% within รายได้โดย เฉลี่ย	2.3%	9.8%	13.3%	17.7%	12.9%	100.0%	11.0%
Total	Count	88	112	105	62	31	2	400
	% within รายได้โดย เฉลี่ย	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 46 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม เป็นลูกค้าธนาคารมาเป็นระยะเวลาเท่าใด เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านรายได้โดยเฉลี่ย

- รายได้ ไม่เกิน 20,000 พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3
- รายได้ 20,001 – 30,000 พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1
- รายได้ 30,001 – 40,000 พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5

- รายได้ 40,001 – 60,000 พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 5 – 9 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1

- รายได้ 60,001 – 100,000 พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ 1 – 4 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5

- รายได้ 100,000 ขึ้นไป พบว่า เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม คือ มากกว่า 15 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

### ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 เพศมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

สมมติฐานที่ 2 อายุมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

สมมติฐานที่ 3 สถานภาพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

สมมติฐานที่ 4 การศึกษามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

สมมติฐานที่ 5 อาชีพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

สมมติฐานที่ 6 รายได้มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (ด้านเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน) กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม โดยใช้วิธี Chi-square

ตารางที่ 47: แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม : พฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม				
	เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการ	บริการประเภทที่ใช้บ่อยครั้งที่สุด	ใช้บริการในวันใด	ช่วงเวลาที่ต้องการให้ปรับปรุง	เป็นลูกค้าธนาคารเป็นระยะเวลา
เพศ	0.565	0.240	0.906	0.093	0.872
อายุ	0.355	0.163	0.124	0.052	0.000
สถานภาพ	0.054	0.206	0.444	0.175	0.000
การศึกษา	0.008	0.207	0.571	0.318	0.005
อาชีพ	0.001	0.112	0.073	0.198	0.005
รายได้	0.169	0.000	0.315	0.005	0.000

ตารางที่ 48: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างเพศ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับเหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

#### Crosstab

เหตุผลสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
มีความน่าเชื่อถือ	Count	66	89	155
	% within เพศ	35.7%	41.4%	38.8%
การบริการของพนักงานธนาคาร	Count	22	20	42

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 48(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างเพศ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับเหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้ บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
	% within เพศ	11.9%	9.3%	10.5%
	มีระบบการให้บริการที่ทันสมัย	Count	38	42
เต็มรูปแบบ	% within เพศ	20.5%	19.5%	20.0%
	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการ	Count	45	54
เดินทาง	% within เพศ	24.3%	25.1%	24.8%
	มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย	Count	14	10
	% within !เพศ	7.6%	4.7%	6.0%
	Total	Count	185	215
	% within !เพศ	100.0%	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	2.960
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.565

ที่ระดับนัยสำคัญ \* $P < 0.05$  จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับ พฤติกรรม เหตุสำคัญที่ถูกคัดเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม พบว่า เพศชาย และ เพศหญิง เลือกเหตุสำคัญที่สุดในการใช้บริการคือ ความน่าเชื่อถือ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 โดยแบ่งเป็น เพศชาย จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 เพศหญิง จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4

ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.565 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 49: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างเพศ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับประเภทการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

**Crosstab**

บริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
บริการด้านบัญชีเงินฝาก	Count	102	133	235
	% within เพศ	55.1%	61.9%	58.8%
บริการด้านบัตรอิเล็กทรอนิกส์	Count	36	46	82
	% within เพศ	19.5%	21.4%	20.5%
บริการด้านการชำระค่าสินค้าบริการ	Count	21	13	34
	% within เพศ	11.4%	6.0%	8.5%
บริการด้านการแลกเปลี่ยนเงินตรา	Count	10	7	17
	% within เพศ	5.4%	3.3%	4.2%
บริการด้านสินเชื่อ	Count	16	16	32
	% within เพศ	8.6%	7.4%	8.0%
Total	Count	185	215	400
	% within เพศ	100.0%	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	5.502
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.240

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 49 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับ พฤติกรรม ในการเลือกประเภทการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม พบว่า เพศชาย และ เพศหญิง เลือกประเภทการให้บริการ คือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 235 คน

คิดเป็นร้อยละ 58.8 โดยแบ่งเป็น เพศชาย จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 เพศหญิง จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 61.9 ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.240 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกประเภทการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 50 : แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างเพศ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับวันที่เข้าใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

**Crosstab**

ส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
จันทร์	Count	62	79	141
	% within เพศ	33.5%	36.7%	35.2%
อังคาร	Count	40	39	79
	% within เพศ	21.6%	18.1%	19.8%
พุธ	Count	32	36	68
	% within เพศ	17.3%	16.7%	17.0%
พฤหัสบดี	Count	12	13	25

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 50(ต่อ) : แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างเพศ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับวันที่เข้าใช้  
บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

ส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด	เพศ			Total
		ชาย	หญิง	
พฤษภาคม	% within เพศ	6.5%	6.0%	6.2%
ศุกร์	Count	39	48	87
	% within เพศ	21.1%	22.3%	21.8%
Total	Count	185	215	400
	% within เพศ	100.0%	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	1.024
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.906

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับ พฤติกรรม ในวันเข้า  
ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม พบว่า เพศชาย และ  
เพศหญิง เลือกวันที่เข้ารับบริการ คือ วันจันทร์ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 โดยแบ่งเป็น  
เพศชาย จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 เพศหญิง จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7

ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.906  
ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกวันที่เข้ารับ  
บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติ  
ฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 51: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างเพศ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับช่วงเวลาที่คุณ  
ให้มีการปรับปรุงในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงาน  
ใหญ่สีลม

**Crosstab**

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุง ด้านการให้บริการมากที่สุด		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
8.30-10.00 น.	Count	31	42	73
	% within เพศ	16.8%	19.5%	18.2%
10.01-11.00 น.	Count	22	27	49
	% within เพศ	11.9%	12.6%	12.2%
11.01-12.00 น.	Count	15	27	42
	% within เพศ	8.1%	12.6%	10.5%
12.01-13.00 น.	Count	50	68	118
	% within เพศ	27.0%	31.6%	29.5%
13.01-14.00 น.	Count	29	18	47
	% within เพศ	15.7%	8.4%	11.8%
14.01-15.00 น.	Count	17	13	30
	% within เพศ	9.2%	6.0%	7.5%
15.01-16.00 น.	Count	6	11	17
	% within เพศ	3.2%	5.1%	4.2%
16.01-17.00 น.	Count	15	9	24
	% within เพศ	8.1%	4.2%	6.0%
Total	Count	185	215	400
	% within เพศ	100.0%	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	12.239
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.093

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 51 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับช่วงเวลาที่ควรให้มีการปรับปรุงในการให้บริการของของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม พบว่าเพศชาย และ เพศหญิง เลือกช่วงเวลาที่ให้มีการปรับปรุง คือ 12.01 – 13.00 จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 โดยแบ่งเป็น เพศชาย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 เพศหญิง จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6

ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.093 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกช่วงเวลาที่ควรให้มีการปรับปรุงในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 52: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างเพศ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
น้อยกว่า 1 ปี	Count	28	38	66
	% within เพศ	15.1%	17.7%	16.5%
1-4 ปี	Count	77	91	168
	% within เพศ	41.6%	42.3%	42.0%
5-9 ปี	Count	44	48	92
	% within เพศ	23.8%	22.3%	23.0%
10-14 ปี	Count	13	17	30
	% within เพศ	7.0%	7.9%	7.5%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 52(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างเพศ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด		เพศ		Total
		ชาย	หญิง	
มากกว่า 15 ปี	Count	23	21	44
	% within เพศ	12.4%	9.8%	11.0%
Total	Count	185	215	400
	% within เพศ	100.0%	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	1.237
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.872

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม พบว่า เพศชาย และ เพศหญิง ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าของธนาคารมาเป็นระยะเวลา 1 – 4 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 โดยแบ่งเป็น เพศชาย จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6 เพศหญิง จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.872 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 53: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างอายุ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับเกี่ยวกับเหตุ  
สำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาส่งงานใหญ่ สีส้ม

**Crosstab**

เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่ สีส้ม		อายุ						Total
		ต่ำกว่า 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	45 ปีขึ้นไป	
มีความน่าเชื่อถือ	Count	16	56	34	19	14	16	155
	% within อายุ	29.1%	43.8%	38.2%	43.2%	30.4%	42.1%	38.8%
การบริการของพนักงาน ธนาคาร	Count	3	18	8	5	5	3	42
	% within อายุ	5.5%	14.1%	9.0%	11.4%	10.9%	7.9%	10.5%
มีระบบการให้บริการที่ ทันสมัยเต็มรูปแบบ	Count	13	21	20	5	12	9	80
	% within อายุ	23.6%	16.4%	22.5%	11.4%	26.1%	23.7%	20.0%
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการ เดินทาง	Count	20	28	22	13	11	5	99
	% within อายุ	36.4%	21.9%	24.7%	29.5%	23.9%	13.2%	24.8%
มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย	Count	3	5	5	2	4	5	24
	% within อายุ	5.5%	3.9%	5.6%	4.5%	8.7%	13.2%	6.0%
Total	Count	55	128	89	44	46	38	400
	% within อายุ	100.0%	100.0 %	100.0%	100.0 %	100.0 %	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	21.732
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.355

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 53 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับเกี่ยวกับเหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม พบว่าอายุต่ำกว่า 25 ปี 25 – 30 ปี 31 – 35 ปี 36 – 40 ปี 41 – 45 ปี 45 ปี ขึ้นไป เลือกใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ เพราะ ความน่าเชื่อถือ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 โดยแบ่งเป็น อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 อายุ 25 - 30 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 อายุ 31 - 35 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 อายุ 36 – 40 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2 อายุ 41 – 45 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 และ อายุ 45 ปี ขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็น 42.1

ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.355 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์ต่อเหตุที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 54: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างอายุ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับประเภทการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

#### Crosstab

บริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด		อายุ						Total
		ต่ำกว่า 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	45 ปีขึ้นไป	
บริการด้านบัญชีเงินฝาก	Count	37	80	55	18	26	19	235
	% within อายุ	67.3%	62.5%	61.8 %	40.9 %	56.5 %	50.0%	58.8 %
บริการด้านบัตรอิเล็กทรอนิกส์	Count	15	27	14	12	7	7	82

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 54(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับประเภทการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

บริการด้านใดของธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ที่ท่าน เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด		อายุ						Total
		ต่ำกว่า 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	45 ปี ขึ้นไป	
บริการด้านบัตร อิเล็กทรอนิกส์	% within อายุ	27.3%	21.1%	15.7 %	27.3 %	15.2 %	18.4%	20.5%
บริการด้านการ ชำระค่าสินค้า บริการ	Count	1	9	9	4	6	5	34
	% within อายุ	1.8%	7.0%	10.1 %	9.1%	13.0 %	13.2%	8.5%
บริการด้านการ แลกเปลี่ยน เงินตรา	Count	0	5	4	2	3	3	17
	% within อายุ	.0%	3.9%	4.5%	4.5%	6.5%	7.9%	4.2%
บริการด้าน สินเชื่อ	Count	2	7	7	8	4	4	32
	% within อายุ	3.6%	5.5%	7.9%	18.2 %	8.7%	10.5%	8.0%
Total	Count	55	128	89	44	46	38	400
	% within อายุ	100.0%	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	26.007
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.163

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 54 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับประเภทการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม พบว่า อายุ ต่ำกว่า

25 ปี 25 – 30 ปี 31 – 35 ปี 36 – 40 ปี 41 – 45 ปี 45 ปี ขึ้นไป เลือกใช้บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 โดยแบ่งเป็น อายุ ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 อายุ 25 - 30 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 อายุ 31 - 35 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 อายุ 36 – 40 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 อายุ 41 – 45 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 และ อายุ 45 ปี ขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็น 50.0

ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.163 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์ต่อเลือกประเภทการบริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 55: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่าง อายุ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับวันที่เข้ารับบริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีสลม

#### Crosstab

ส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่ สีสลม ในวันใด		อายุ						Total
		ต่ำกว่า 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	45 ปี ขึ้นไป	
จันทร์	Count	24	48	21	15	20	13	141
	% within อายุ	43.6%	37.5%	23.6%	34.1%	43.5%	34.2%	35.2%
อังคาร	Count	6	25	26	10	7	5	79
	% within อายุ	10.9%	19.5%	29.2%	22.7%	15.2%	13.2%	19.8%
พุธ	Count	6	24	18	6	4	10	68

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 55(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่าง อายุ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับวันที่เข้ารับ  
บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

ส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ในวันใด		อายุ						Total
		ต่ำกว่า 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	45 ปี ขึ้นไป	
พุธ	% within อายุ	10.9%	18.8%	20.2%	13.6%	8.7%	26.3%	17.0%
พฤหัสบดี	Count	2	5	6	3	6	3	25
	% within อายุ	3.6%	3.9%	6.7%	6.8%	13.0 %	7.9%	6.2%
ศุกร์	Count	17	26	18	10	9	7	87
	% within อายุ	30.9%	20.3%	20.2%	22.7%	19.6 %	18.4%	21.8%
Total	Count	55	128	89	44	46	38	400
	% within อายุ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	27.421
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.124

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 55 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ พฤติกรรม พบว่า อายุ  
ต่ำกว่า 25 ปี 25 – 30 ปี 31 – 35 ปี 36 – 40 ปี 41 – 45 ปี 45 ปีขึ้นไป เลือกวันเข้ารับบริการธนาคาร  
กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ คือ วันจันทร์ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 โดย  
แบ่งเป็น อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 อายุ 25 - 30 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 37.5 อายุ 31 - 35 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 อายุ 36 – 40 ปี จำนวน 15 คน คิด

เป็นร้อยละ 34.1 อายุ 41 – 45 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 และ อายุ 45 ปี ขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็น 34.2

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.124 ซึ่ง มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์ต่อวันที่เข้ารับบริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ที่ตั้งไว้

ตารางที่ 56: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างอายุ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับช่วงเวลาที่คุณ ให้อำนาจในการปรับปรุงในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงาน ใหญ่สีลม

#### Crosstab

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่คุณ ให้อำนาจในการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด		อายุ						Total
		ต่ำกว่า 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	45 ปีขึ้นไป	
8.30-10.00 น.	Count	11	22	9	6	14	11	73
	% within อายุ	20.0%	17.2%	10.1%	13.6%	30.4%	28.9%	18.2%
10.01-11.00 น.	Count	5	17	15	3	6	3	49
	% within อายุ	9.1%	13.3%	16.9%	6.8%	13.0%	7.9%	12.2%
11.01-12.00 น.	Count	3	15	12	4	3	5	42
	% within อายุ	5.5%	11.7%	13.5%	9.1%	6.5%	13.2%	10.5%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 56(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างอายุ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับช่วงเวลา  
 ควรให้มีการปรับปรุงในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขา  
 สำนักงานใหญ่สีลม

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าใน ช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุง ด้านการให้บริการมากที่สุด		อายุ						Total
		ต่ำกว่า 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	45 ปี ขึ้นไป	
12.01- 13.00 น.	Count	21	37	29	13	9	9	118
	% within อายุ	38.2%	28.9 %	32.6 %	29.5 %	19.6 %	23.7%	29.5%
13.01- 14.00 น.	Count	6	12	13	8	3	5	47
	% within อายุ	10.9%	9.4%	14.6 %	18.2 %	6.5%	13.2%	11.8%
14.01- 15.00 น.	Count	2	10	10	5	1	2	30
	% within อายุ	3.6%	7.8%	11.2 %	11.4 %	2.2%	5.3%	7.5%
15.01- 16.00 น.	Count	3	7	1	3	2	1	17
	% within อายุ	5.5%	5.5%	1.1%	6.8%	4.3%	2.6%	4.2%
16.01- 17.00 น.	Count	4	8	0	2	8	2	24
	% within อายุ	7.3%	6.2%	.0%	4.5%	17.4 %	5.3%	6.0%
Total	Count	55	128	89	44	46	38	400
	% within อายุ	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	49.619
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.052

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 56 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ พฤติกรรม พบว่า อายุต่ำกว่า 25 ปี 25 – 30 ปี 31 – 35 ปี 36 – 40 ปี 41 – 45 ปี 45 ปี ขึ้นไป เลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมให้มีการปรับปรุงด้านบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ คือ เวลา 12.01 – 13.00 น. จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 โดยแบ่งเป็น อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 อายุ 25 - 30 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 อายุ 31 - 35 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 32.6 อายุ 36 – 40 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 อายุ 41 – 45 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 และ อายุ 45 ปี ขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็น 23.7

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.052 ซึ่ง มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์ต่อช่วงเวลาให้มีการปรับปรุงด้านการบริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 57: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างอายุ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีสลม

#### Crosstab

ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีสลม มาเป็น ระยะเวลาเท่าใด		อายุ						Total
		ต่ำกว่า 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	45 ปี ขึ้นไป	
น้อยกว่า 1 ปี	Count	20	25	12	5	2	2	66
	% within อายุ	36.4%	19.5%	13.5%	11.4%	4.3%	5.3%	16.5 %
1-4 ปี	Count	27	72	37	15	12	5	168

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 57(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างอายุ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับระยะเวลา  
ในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงาน ใหญ่สีลม มาเป็น ระยะเวลาทำใด		อายุ						Total
		ต่ำกว่า 25 ปี	25-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	45 ปีขึ้นไป	
1-4 ปี	% within อายุ	49.1%	56.2%	41.6%	34.1%	26.1%	13.2%	42.0%
5-9 ปี	Count	6	21	26	11	24	4	92
	% within อายุ	10.9%	16.4%	29.2%	25.0%	52.2%	10.5%	23.0%
10-14 ปี	Count	2	7	8	6	1	6	30
	% within อายุ	3.6%	5.5%	9.0%	13.6%	2.2%	15.8%	7.5%
มากกว่า 15 ปี	Count	0	3	6	7	7	21	44
	% within อายุ	.0%	2.3%	6.7%	15.9%	15.2%	55.3%	11.0%
Total	Count	55	128	89	44	46	38	400
	% within อายุ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0 %

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	1.621
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.000*

\*ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 57 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ พฤติกรรม พบว่า อายุต่ำกว่า 25 ปี 25 – 30 ปี 31 – 35 ปี 36 – 40 ปี 41 – 45 ปี 45 ปี ขึ้นไป มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ คือ ระยะเวลา 1 – 4 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 โดยแบ่งเป็น อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 อายุ 25 - 30 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 อายุ 31 - 35 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6 อายุ 36 – 40 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 อายุ 41 – 45 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 และ อายุ 45 ปี ขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็น 13.2

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.000\* ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า อายุมีความสัมพันธ์ต่อระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ ดังนั้นจึงเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 58: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างสถานภาพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับเหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีส้ม

#### Crosstab

เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีส้ม		สถานภาพ			Total
		โสด	สมรส	หย่าร้าง	
มีความน่าเชื่อถือ	Count	95	57	3	155
	% within สถานภาพ	37.5%	41.9%	27.3%	38.8%
การบริการของพนักงานธนาคาร	Count	22	17	3	42
	% within สถานภาพ	8.7%	12.5%	27.3%	10.5%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 58(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างสถานภาพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับเหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม		สถานภาพ			Total
		โสด	สมรส	หย่าร้าง	
มีระบบการให้บริการที่ทันสมัยเต็มรูปแบบ	Count	50	29	1	80
	% within สถานภาพ	19.8%	21.3%	9.1%	20.0%
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	Count	74	23	2	99
	% within สถานภาพ	29.2%	16.9%	18.2%	24.8%
มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย	Count	12	10	2	24
	% within สถานภาพ	4.7%	7.4%	18.2%	6.0%
Total	Count	253	136	11	400
	% within สถานภาพ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	15.288
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.054

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 58 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ กับ พฤติกรรม เหตุสำคัญที่ถูกคัดเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม พบว่า สถานภาพโสด สมรส หย่าร้าง เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม เพราะ มีความน่าเชื่อถือ รวม จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 โดยแบ่งเป็น สถานภาพโสด จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 สถานภาพสมรส จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3

ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.054 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม ในการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 59: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างสถานภาพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับประเภท การให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

#### Crosstab

บริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด		สถานภาพ			Total
		โสด	สมรส	หย่าร้าง	
บริการด้านบัญชีเงินฝาก	Count	159	71	5	235
	% within สถานภาพ	62.8%	52.2%	45.5%	58.8%
บริการด้านบัตรเครดิตทรอนิกส์	Count	50	30	2	82
	% within สถานภาพ	19.8%	22.1%	18.2%	20.5%
บริการด้านการชำระค่าสินค้าบริการ	Count	21	11	2	34
	% within สถานภาพ	8.3%	8.1%	18.2%	8.5%
บริการด้านการแลกเปลี่ยนเงินตรา	Count	9	8	0	17
	% within สถานภาพ	3.6%	5.9%	.0%	4.2%
บริการด้านสินเชื่อ	Count	14	16	2	32
	% within สถานภาพ	5.5%	11.8%	18.2%	8.0%
Total	Count	253	136	11	400
	% within สถานภาพ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	10.918
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.206

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 59 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับการเลือกประเภทการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม พบว่า สถานภาพโสด สมรส หย่าร้าง ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการด้านบัญชีเงินฝาก รวม จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 โดยแบ่งเป็น สถานภาพโสด จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 สถานภาพสมรส จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5

ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.206 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม ในการเลือกประเภทการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 60: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างสถานภาพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับวันที่เข้ารับบริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

**Crosstab**

ส่วนใหญ่ ท่านเข้ารับบริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในวันที่		สถานภาพ			Total
		โสด	สมรส	หย่าร้าง	
จันทร์	Count	83	54	4	141
	% within สถานภาพ	32.8%	39.7%	36.4%	35.2%
อังคาร	Count	49	27	3	79
	% within สถานภาพ	19.4%	19.9%	27.3%	19.8%
พุธ	Count	47	19	2	68

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 60 (ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างสถานภาพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับวันที่  
เข้ารับบริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

ส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงาน ใหญ่สีลม ในวันใด		สถานภาพ			Total
		โสด	สมรส	หย่าร้าง	
พุทธ	% within สถานภาพ	18.6%	14.0%	18.2%	17.0%
	Count	12	12	1	25
พหุสัมบัติ	% within สถานภาพ	4.7%	8.8%	9.1%	6.2%
	Count	62	24	1	87
ศุกดิ์	% within สถานภาพ	24.5%	17.6%	9.1%	21.8%
	Count	253	136	11	400
Total	% within สถานภาพ	100.0 %	100.0%	100.0%	100.0 %

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	7.896
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.444

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 60 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ กับ พฤติกรรม  
เกี่ยวกับวันที่เข้ารับบริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม พบว่า  
สถานภาพ โสด สมรส หย่าร้าง ส่วนใหญ่เลือก เข้าบริการในวันจันทร์ รวม จำนวน 141 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 35.2 โดยแบ่งเป็น สถานภาพโสด จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 สถานภาพสมรส  
จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.444  
ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม ใน

การเข้าใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 61: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างสถานภาพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับช่วงเวลา ที่ควรให้มีการปรับปรุงในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่ สีลม

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าใน ช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด		สถานภาพ			Total
		โสด	สมรส	หย่าร้าง	
8.30-10.00 น.	Count	38	32	3	73
	% within สถานภาพ	15.0%	23.5%	27.3%	18.2%
10.01-11.00 น.	Count	33	13	3	49
	% within สถานภาพ	13.0%	9.6%	27.3%	12.2%
11.01-12.00 น.	Count	23	19	0	42
	% within สถานภาพ	9.1%	14.0%	.0%	10.5%
12.01-13.00 น.	Count	83	32	3	118
	% within สถานภาพ	32.8%	23.5%	27.3%	29.5%
13.01-14.00 น.	Count	31	15	1	47
	% within สถานภาพ	12.3%	11.0%	9.1%	11.8%
14.01-15.00 น.	Count	23	7	0	30
	% within สถานภาพ	9.1%	5.1%	.0%	7.5%
15.01-16.00 น.	Count	9	7	1	17

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 61(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างสถานภาพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ  
 ช่วงเวลาที่ควรให้มีการปรับปรุงในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด  
 (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่าน คิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้าน การให้บริการมากที่สุด		สถานภาพ			Total
		โสด	สมรส	หย่าร้าง	
15.01-16.00 น.	% within สถานภาพ	3.6%	5.1%	9.1%	4.2%
	Count	13	11	0	24
16.01-17.00 น.	% within สถานภาพ	5.1%	8.1%	.0%	6.0%
	Count	253	136	11	400
Total	% within สถานภาพ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	18.743
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.175

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 61 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ กับ พฤติกรรม  
 เกี่ยวกับช่วงเวลาที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขา  
 สำนักงานใหญ่ สีลม พบว่า สถานภาพโสด สมรส หย่าร้าง ส่วนใหญ่เลือก ช่วงเวลา 12.01 – 13.00  
 น. จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 โดยแบ่งเป็น สถานภาพโสด จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ  
 32.8 สถานภาพสมรส จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 3 คน คิดเป็น  
 ร้อยละ 27.3

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.175  
 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม

ช่วงเวลาที่เห็นควรมีการปรับปรุงด้านการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 62: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างสถานภาพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

**Crosstab**

ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด		สถานภาพ			Total
		โสด	สมรส	หย่าร้าง	
น้อยกว่า 1 ปี	Count	49	16	1	66
	% within สถานภาพ	19.4%	11.8%	9.1%	16.5%
1-4 ปี	Count	116	45	7	168
	% within สถานภาพ	45.8%	33.1%	63.6%	42.0%
5-9 ปี	Count	55	34	3	92
	% within สถานภาพ	21.7%	25.0%	27.3%	23.0%
10-14 ปี	Count	19	11	0	30
	% within สถานภาพ	7.5%	8.1%	.0%	7.5%
มากกว่า 15 ปี	Count	14	30	0	44
	% within สถานภาพ	5.5%	22.1%	.0%	11.0%
Total	Count	253	136	11	400
	% within สถานภาพ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	32.755
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.000*

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 62 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม พบว่า สถานภาพโสด สมรส หย่าร้าง ส่วนใหญ่ เป็นลูกค้าเป็นระยะเวลา 1 – 4 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 โดยแบ่งเป็น สถานภาพโสด จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 สถานภาพสมรส จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 63.6

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.000\* ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม ด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 63: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับการศึกษา กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับเหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

#### Crosstab

เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม		ระดับการศึกษา				Total
		มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	
มีความน่าเชื่อถือ	Count	7	103	44	1	155
	% within ระดับการศึกษา	24.1%	41.0%	39.3%	12.5%	38.8%
การบริการของพนักงานธนาคาร	Count	3	32	6	1	42

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 63(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับการศึกษา กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ  
 เหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่  
 สีลม

เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่ สีลม		ระดับการศึกษา				Total
		มัธยมหรือต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	
การบริการของ พนักงานธนาคาร	% within ระดับ การศึกษา	10.3%	12.7%	5.4%	12.5%	10.5%
มีระบบการ ให้บริการที่ทันสมัย เต็มรูปแบบ	Count	9	43	22	6	80
	% within ระดับ การศึกษา	31.0%	17.1%	19.6%	75.0%	20.0%
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อ การเดินทาง	Count	7	60	32	0	99
	% within ระดับ การศึกษา	24.1%	23.9%	28.6%	.0%	24.8%
มีที่จอดรถที่ สะดวกสบาย	Count	3	13	8	0	24
	% within ระดับ การศึกษา	10.3%	5.2%	7.1%	.0%	6.0%
Total	Count	29	251	112	8	400
	% within ระดับ การศึกษา	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	26.970
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.008*

\*ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 63 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับ พฤติกรรมเกี่ยวกับเหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม พบว่ามัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก ส่วนใหญ่เลือกว่าธนาคารมีความน่าเชื่อถือ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 โดยแบ่งเป็น มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 ปริญญาตรี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 ปริญญาโท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 ปริญญาเอก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.008\* ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า การศึกษามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 64: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับการศึกษา กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

#### Crosstab

บริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด		ระดับการศึกษา				Total
		มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	
บริการด้านบัญชีเงินฝาก	Count	19	149	63	4	235
	% within ระดับการศึกษา	65.5%	59.4%	56.2%	50.0%	58.8%
บริการด้านบัตรอิเล็กทรอนิกส์	Count	6	54	20	2	82

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 64(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับการศึกษา กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ  
ประเภทการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

บริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด		ระดับการศึกษา				Total
		มัธยมหรือ ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญา ตรี	ปริญญา โท	ปริญญา เอก	
บริการด้านบัตร อิเล็กทรอนิกส์	% within ระดับ การศึกษา	20.7%	21.5%	17.9%	25.0%	20.5%
บริการด้านการชำระค่า สินค้าบริการ	Count	2	21	11	0	34
	% within ระดับ การศึกษา	6.9%	8.4%	9.8%	.0%	8.5%
บริการด้านการ แลกเปลี่ยนเงินตรา	Count	0	7	8	2	17
	% within ระดับ การศึกษา	.0%	2.8%	7.1%	25.0%	4.2%
บริการด้านสินเชื่อ	Count	2	20	10	0	32
	% within ระดับ การศึกษา	6.9%	8.0%	8.9%	.0%	8.0%
Total	Count	29	251	112	8	400
	% within ระดับ การศึกษา	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	15.664
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.207

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 64 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับ พฤติกรรมเกี่ยวกับประเภทการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม พบว่ามัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก ส่วนใหญ่เลือกบริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 โดยแบ่งเป็น มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 ปริญญาตรี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 59.4 ปริญญาโท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 ปริญญาเอก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.207 ซึ่งมีค่าสูงกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมเกี่ยวกับประเภทการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 65: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับการศึกษา กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับวันที่เข้ารับบริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

#### Crosstab

ส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด		ระดับการศึกษา				Total
		มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	
จันทร์	Count	11	88	37	5	141
	% within ระดับการศึกษา	37.9%	35.1%	33.0%	62.5%	35.2%
อังคาร	Count	5	56	17	1	79

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 65(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับการศึกษา กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ วันที่เข้ารับบริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

ส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงาน ใหญ่สีลม ในวันใด		ระดับการศึกษา				Total
		มัธยมหรือต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	
อังคาร	% within ระดับ การศึกษา	17.2%	22.3%	15.2%	12.5%	19.8%
	Count	3	41	24	0	68
พุธ	% within ระดับ การศึกษา	10.3%	16.3%	21.4%	.0%	17.0%
	Count	2	13	10	0	25
พฤหัสบดี	% within ระดับ การศึกษา	6.9%	5.2%	8.9%	.0%	6.2%
	Count	8	53	24	2	87
ศุกร์	% within ระดับ การศึกษา	27.6%	21.1%	21.4%	25.0%	21.8%
	Count	29	251	112	8	400
Total	% within ระดับ การศึกษา	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	Count	29	251	112	8	400

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	10.510
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.571

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 65 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับ พฤติกรรมเกี่ยวกับวันที่เข้ารับบริการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม พบว่า มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก ส่วนใหญ่เลือกเข้ารับบริการวันจันทร์ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 โดยแบ่งเป็น มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 ปริญญาตรี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 ปริญญาโท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 ปริญญาเอก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5

ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.571 ซึ่งมีค่าสูงกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมเกี่ยวกับวันที่เข้ารับบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 66: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับการศึกษา กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับช่วงเวลาที่คุณคิดว่าสมควรให้มีการปรับปรุงในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

#### Crosstab

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในระยะเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด		ระดับการศึกษา				Total
		มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	
8.30-10.00 น.	Count	7	47	15	4	73
	% within ระดับการศึกษา	24.1%	18.7%	13.4%	50.0%	18.2%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 66(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับการศึกษา กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ  
 ช่วงเวลาที่ควรให้มีการปรับปรุงในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด  
 (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่าน คิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุง ด้านการให้บริการมากที่สุด		ระดับการศึกษา				Total
		มัธยมหรือต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	
10.01-11.00 น.	Count	4	32	12	1	49
	% within ระดับ การศึกษา	13.8%	12.7%	10.7%	12.5%	12.2%
11.01-12.00 น.	Count	1	25	16	0	42
	% within ระดับ การศึกษา	3.4%	10.0%	14.3%	.0%	10.5%
12.01-13.00 น.	Count	6	78	33	1	118
	% within ระดับ การศึกษา	20.7%	31.1%	29.5%	12.5%	29.5%
13.01-14.00 น.	Count	4	25	17	1	47
	% within ระดับ การศึกษา	13.8%	10.0%	15.2%	12.5%	11.8%
14.01-15.00 น.	Count	2	15	12	1	30
	% within ระดับ การศึกษา	6.9%	6.0%	10.7%	12.5%	7.5%
15.01-16.00 น.	Count	3	10	4	0	17
	% within ระดับ การศึกษา	10.3%	4.0%	3.6%	.0%	4.2%
16.01-17.00 น.	Count	2	19	3	0	24
	% within ระดับ การศึกษา	6.9%	7.6%	2.7%	.0%	6.0%
Total	Count	29	251	112	8	400
	% within ระดับ การศึกษา	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	23.501
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.318

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 67 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับ พฤติกรรม

เกี่ยวกับช่วงเวลาที่ควรมีการปรับปรุงด้านการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่ สีลม พบว่า มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก ส่วนใหญ่ เลือก ให้มีการปรับปรุงช่วง 12.01 – 13.00 น. จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 โดยแบ่งเป็น มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 ปริญญาตรี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 ปริญญาโท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ปริญญาเอก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.318 ซึ่งมีค่าสูงกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมเกี่ยวกับช่วงเวลาที่ควรมีการปรับปรุงการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 67: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับการศึกษา กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

#### Crosstab

ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด		ระดับการศึกษา				Total
		มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	
น้อยกว่า 1 ปี	Count	10	43	13	0	66
	% within ระดับการศึกษา	34.5%	17.1%	11.6%	.0%	16.5%
1-4 ปี	Count	14	98	55	1	168

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 67(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับการศึกษา กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ

ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคาร กรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม มาเป็น ระยะเวลาเท่าใด		ระดับการศึกษา				Total
		มัธยมหรือต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	
1-4 ปี	% within ระดับ การศึกษา	48.3%	39.0%	49.1%	12.5%	42.0%
5-9 ปี	Count	4	53	31	4	92
	% within ระดับ การศึกษา	13.8%	21.1%	27.7%	50.0%	23.0%
10-14 ปี	Count	1	22	6	1	30
	% within ระดับ การศึกษา	3.4%	8.8%	5.4%	12.5%	7.5%
มากกว่า 15 ปี	Count	0	35	7	2	44
	% within ระดับ การศึกษา	.0%	13.9%	6.2%	25.0%	11.0%
Total	Count	29	251	112	8	400
	% within ระดับ การศึกษา	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	28.559
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.005*

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 67 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับ พฤติกรรมเกี่ยวกับระยะเวลาการเป็นลูกจ้างของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม พบว่ามัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก ส่วนใหญ่ เป็นลูกจ้างเป็นระยะเวลา 1 – 4 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 โดยแบ่งเป็น มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 ปริญญาตรี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 ปริญญาโท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 ปริญญาเอก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.005\* ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า การศึกษามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมเกี่ยวกับระยะเวลาการเป็นลูกจ้างของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 68: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับเหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

#### Crosstab

เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้ บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม		อาชีพ					Total
		นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	พนักงาน รัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ	
มีความน่าเชื่อถือ	Count	9	38	86	14	8	155
	% within อาชีพ	23.1%	41.3%	41.0%	36.8%	38.1%	38.8%
การบริการของ พนักงานธนาคาร	Count	3	9	22	8	0	42
	% within อาชีพ	7.7%	9.8%	10.5%	21.1%	.0%	10.5%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 68(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับเหตุสำคัญ  
ที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีสลม

เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้ บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงาน ใหญ่ สีสลม		อาชีพ					Total
		นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	พนักงาน รัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ	
มีระบบการ ให้บริการที่ ทันสมัยเต็ม รูปแบบ	Count	13	19	36	3	9	80
	% within อาชีพ	33.3%	20.7%	17.1%	7.9%	42.9%	20.0%
ทำเลที่ตั้ง สะดวกต่อการ เดินทาง	Count	11	21	59	6	2	99
	% within อาชีพ	28.2%	22.8%	28.1%	15.8%	9.5%	24.8%
มีที่จอดรถที่ สะดวกสบาย	Count	3	5	7	7	2	24
	% within อาชีพ	7.7%	5.4%	3.3%	18.4%	9.5%	6.0%
Total	Count	39	92	210	38	21	400
	% within อาชีพ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0 %

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	39.519
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.001*

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 68 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ  
เหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีสลม พบว่า

นักเรียน / นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัว พนักงานเอกชน พนักงานรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ ส่วนใหญ่เลือก ใช้บริการเพราะมีความน่าเชื่อถือ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 โดยแบ่งเป็น นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 พนักงานเอกชน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 พนักงานรัฐบาล จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1

ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.001\* ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า อาชีพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม เกี่ยวกับเหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 69: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับการอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับประเภทการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

Crosstab							
บริการด้านใดของธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ที่ท่าน เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด		อาชีพ					Total
		นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	พนักงาน รัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ	
บริการด้านบัญชี เงินฝาก	Count	25	54	130	15	11	235
	% within อาชีพ	64.1%	58.7%	61.9%	39.5%	52.4%	58.8%
บริการด้านบัตร อิเล็กทรอนิกส์	Count	9	16	42	10	5	82
	% within อาชีพ	23.1%	17.4%	20.0%	26.3%	23.8%	20.5%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 69(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับการอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ  
ประเภทการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

บริการด้านใดของธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ที่ท่าน เลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด		อาชีพ					Total
		นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	พนักงาน รัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ	
บริการด้านการ ชำระค่าสินค้า บริการ	Count	2	9	18	2	3	34
	% within อาชีพ	5.1%	9.8%	8.6%	5.3%	14.3%	8.5%
บริการด้านการ แลกเปลี่ยน เงินตรา	Count	1	4	10	2	0	17
	% within อาชีพ	2.6%	4.3%	4.8%	5.3%	.0%	4.2%
บริการด้าน สินเชื่อ	Count	2	9	10	9	2	32
	% within อาชีพ	5.1%	9.8%	4.8%	23.7%	9.5%	8.0%
Total	Count	39	92	210	38	21	400
	% within อาชีพ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	23.058
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.112

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 69 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับประเภทการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม พบว่า นักเรียน / นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัว พนักงานเอกชน พนักงานรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการประเภทด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 โดยแบ่งเป็น นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 64.1 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7 พนักงานเอกชน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 61.9 พนักงานรัฐบาล จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 52.4

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.112 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม เกี่ยวกับประเภทการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 70: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับวันที่เข้ารับบริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

#### Crosstab

ส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงาน ใหญ่สีลม ในวันใด		อาชีพ					Total
		นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	พนักงาน รัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ /ข้าราชการ	
จันทร์	Count	15	40	69	9	8	141
	% within อาชีพ	38.5%	43.5%	32.9%	23.7%	38.1%	35.2%
อังคาร	Count	7	21	38	11	2	79
	% within อาชีพ	17.9%	22.8%	18.1%	28.9%	9.5%	19.8%
พุธ	Count	4	11	48	3	2	68
	% within อาชีพ	10.3%	12.0%	22.9%	7.9%	9.5%	17.0%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 70(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับวันที่เข้ารับ  
บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

ส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงาน ใหญ่สีลม ในวันใด		อาชีพ					
		นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	พนักงาน รัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ	Total
พฤษภาคม	Count	2	5	12	5	1	25
	% within อาชีพ	5.1%	5.4%	5.7%	13.2%	4.8%	6.2%
ศุกร์	Count	11	15	43	10	8	87
	% within อาชีพ	28.2%	16.3%	20.5%	26.3%	38.1%	21.8%
Total	Count	39	92	210	38	21	400
	% within อาชีพ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	24.800
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.073

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 70 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับวันที่เข้ารับบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม พบว่า นักเรียน / นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัว พนักงานเอกชน พนักงานรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการของธนาคารในวันจันทร์ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 โดยแบ่งเป็น นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 พนักงานเอกชน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 พนักงานรัฐบาล จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1

ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.073 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม เกี่ยวกับวันที่เข้ารับบริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 71: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับช่วงเวลาที่ต้องการให้มีการปรับปรุงในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

#### Crosstab

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด		อาชีพ					Total
		นักเรียน/นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงานเอกชน	พนักงานรัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	
8.30-10.00 น.	Count	7	11	46	7	2	73
	% within อาชีพ	17.9%	12.0%	21.9%	18.4%	9.5%	18.2%
10.01-11.00 น.	Count	4	13	25	5	2	49
	% within อาชีพ	10.3%	14.1%	11.9%	13.2%	9.5%	12.2%
11.01-12.00 น.	Count	1	10	24	4	3	42
	% within อาชีพ	2.6%	10.9%	11.4%	10.5%	14.3%	10.5%
12.01-13.00 น.	Count	9	26	66	10	7	118

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 71(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับช่วงเวลา  
 ที่ควรให้มีการปรับปรุงในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขา  
 สำนักงานใหญ่ สีลม

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าใน ช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุง ด้านการให้บริการมากที่สุด		อาชีพ					Total
		นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	พนักงาน รัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ	
12.01-13.00 น.	% within อาชีพ	23.1%	28.3%	31.4%	26.3%	33.3%	29.5%
13.01-14.00 น.	Count	6	17	19	3	2	47
	% within อาชีพ	15.4%	18.5%	9.0%	7.9%	9.5%	11.8%
14.01-15.00 น.	Count	4	5	18	1	2	30
	% within อาชีพ	10.3%	5.4%	8.6%	2.6%	9.5%	7.5%
15.01-16.00 น.	Count	3	5	5	4	0	17
	% within อาชีพ	7.7%	5.4%	2.4%	10.5%	.0%	4.2%
16.01-17.00 น.	Count	5	5	7	4	3	24
	% within อาชีพ	12.8%	5.4%	3.3%	10.5%	14.3%	6.0%
Total	Count	39	92	210	38	21	400
	% within อาชีพ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	34.088
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.198

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 71 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับช่วงเวลาที่ควรให้มีการปรับปรุงการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม พบว่า นักเรียน / นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัว พนักงานเอกชน พนักงานรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ ส่วนใหญ่เลือกให้มีการปรับปรุงในช่วงเวลา 12.01 – 13.00 น. จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 โดยแบ่งเป็น นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 พนักงานเอกชน จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 พนักงานรัฐบาล จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.198 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม เกี่ยวกับช่วงเวลาที่ควรให้มีการปรับปรุงการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 72: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

#### Crosstab

ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด		อาชีพ					Total
		นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	พนักงาน รัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ /ข้าราชการ	
น้อยกว่า 1 ปี	Count	13	8	38	4	3	66
	% within อาชีพ	33.3%	8.7%	18.1%	10.5%	14.3%	16.5%
1-4 ปี	Count	20	39	84	18	7	168

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 72(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ  
ระยะเวลาในการเป็นลูกจ้างของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงาน  
ใหญ่สี่ลม

ท่านเป็นลูกจ้างที่ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงาน ใหญ่สี่ลม มาเป็นระยะเวลา เท่าใด		อาชีพ					Total
		นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	พนักงาน รัฐบาล	รัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ	
1-4 ปี	% within อาชีพ	51.3%	42.4%	40.0%	47.4%	33.3%	42.0%
5-9 ปี	Count	5	28	40	11	8	92
	% within อาชีพ	12.8%	30.4%	19.0%	28.9%	38.1%	23.0%
10-14 ปี	Count	1	4	19	4	2	30
	% within อาชีพ	2.6%	4.3%	9.0%	10.5%	9.5%	7.5%
มากกว่า 15 ปี	Count	0	13	29	1	1	44
	% within อาชีพ	.0%	14.1%	13.8%	2.6%	4.8%	11.0%
Total	Count	39	92	210	38	21	400
	% within อาชีพ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	34.515
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.005*

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 72 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม พบว่านักเรียน / นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัว พนักงานเอกชน พนักงานรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ ส่วนใหญ่ เป็นลูกค้าธนาคารเป็นระยะเวลา 1 – 4 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 โดยแบ่งเป็นนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 พนักงานเอกชน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 พนักงานรัฐบาล จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.005\* ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า อาชีพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม เกี่ยวกับระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 73: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างรายได้ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับเหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

#### Crosstab

เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการ		รายได้โดยเฉลี่ย						Total
		ไม่เกิน 20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-60,000	60,001-100,000	100,000 ขึ้นไป	
มีความน่าเชื่อถือ	Count	34	43	44	20	14	0	155
	% within รายได้โดยเฉลี่ย	38.6%	38.4%	41.9%	32.3%	45.2%	.0%	38.8%
การบริการของพนักงานธนาคาร	Count	6	14	12	7	3	0	42
	% within รายได้โดยเฉลี่ย	6.8%	12.5%	11.4%	11.3%	9.7%	.0%	10.5%
มีระบบการให้บริการที่ทันสมัยเต็มรูปแบบ	Count	21	22	16	12	7	2	80
	% within รายได้โดยเฉลี่ย	23.9%	19.6%	15.2%	19.4%	22.6%	100.0%	20.0%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 73(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างรายได้ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับเหตุ  
สำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาส่งงานใหญ่สี่ลม

เหตุสำคัญข้อใดที่ท่าน เลือกใช้บริการธนาคาร กรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาส่งงานใหญ่ สี่ลม		รายได้โดยเฉลี่ย						Total
		ไม่เกิน 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 60,000	60,001- 100,000	100,000 ขึ้นไป	
ทำเลที่ตั้ง สะดวกต่อการ เดินทาง	Count	21	27	30	19	2	0	99
	% within รายได้ โดย เฉลี่ย	23.9%	24.1%	28.6%	30.6%	6.5%	.0%	24.8 %
มีที่จอดรถที่ สะดวกสบาย	Count	6	6	3	4	5	0	24
	% within รายได้ โดย เฉลี่ย	6.8%	5.4%	2.9%	6.5%	16.1%	.0%	6.0%
Total	Count	88	112	105	62	31	2	400
	% within รายได้ โดย เฉลี่ย	100.0 %	100.0%	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	25.910
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.169

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 73 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ เหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม พบว่า รายได้ ไม่เกิน 20,000 รายได้ 20,001 – 30,000 รายได้ 30,001 – 40,000 รายได้ 40,001 – 60,000 รายได้ 60,001 – 100,000 รายได้ 100,000 ขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือก เหตุที่ใช้บริการเพราะความน่าเชื่อถือ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 โดยแบ่งเป็น รายได้ไม่เกิน 20,000 จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 รายได้ 20,001 – 30,000 จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 38.4 รายได้ 30,001 – 40,000 จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 รายได้ 40,001 – 60,000 จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รายได้ 60,001 – 100,000 จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2

ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.169 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม เกี่ยวกับเหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 74: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับรายได้ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับประเภท การให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

#### Crosstab

บริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อย ครั้ง ที่สุด		รายได้โดยเฉลี่ย						Total
		ไม่เกิน 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 60,000	60,001- 100,000	100,000 ขึ้นไป	
บริการด้านบัญชีเงินฝาก	Count	60	66	60	35	14	0	235
	% within รายได้โดยเฉลี่ย	68.2%	58.9%	57.1%	56.5%	45.2%	.0%	58.8%
บริการด้านบัตรอิเล็กทรอนิกส์	Count	18	31	18	11	4	0	82
	% within รายได้โดยเฉลี่ย	20.5%	27.7%	17.1%	17.7%	12.9%	.0%	20.5%
บริการด้านการชำระค่าสินค้าบริการ	Count	3	9	10	7	5	0	34

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 74(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับรายได้ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ  
ประเภทการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

บริการด้านใดของธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่ ท่านเลือกใช้บริการบ่อย ครั้ง ที่สุด		รายได้โดยเฉลี่ย						Total
		ไม่เกิน 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 60,000	60,001- 100,000	100,000 ขึ้นไป	
บริการด้าน การชำระค่า สินค้าบริการ	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	3.4%	8.0%	9.5%	11.3%	16.1%	.0%	8.5%
บริการด้าน การ แลกเปลี่ยน เงินตรา	Count	2	2	6	3	2	2	17
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	2.3%	1.8%	5.7%	4.8%	6.5%	100.0 %	4.2%
บริการด้าน สินเชื่อ	Count	5	4	11	6	6	0	32
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	5.7%	3.6%	10.5%	9.7%	19.4%	.0%	8.0%
Total	Count	88	112	105	62	31	2	400
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	70.195
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.000*

ที่ระดับนัยสำคัญ \* $P < 0.05$

จากตาราง 74 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ  
ประเภทการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม พบว่า รายได้  
ไม่เกิน 20,000 รายได้ 20,001 – 30,000 รายได้ 30,001 – 40,000 รายได้ 40,001 – 60,000 รายได้

60,001 – 100,000 รายได้ 100,000 ขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือก บริการด้านบัญชีเงินฝาก จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 โดยแบ่งเป็น รายได้ไม่เกิน 20,000 จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 รายได้ 20,001 – 30,000 จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 58.9 รายได้ 30,001 – 40,000 จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 รายได้ 40,001 – 60,000 จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รายได้ 60,001 – 100,000 จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2

ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.000\* ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า รายได้มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม เกี่ยวกับประเภทการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นที่ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 75: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างรายได้ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับวันที่เข้ารับบริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

#### Crosstab

ส่วนใหญ่ ท่านใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงาน ใหญ่สีลม ในวันใด		รายได้โดยเฉลี่ย						Total
		ไม่เกิน 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 60,000	60,001- 100,000	100,000 ขึ้นไป	
จันทร์	Count	33	40	37	17	12	2	141
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	37.5%	35.7%	35.2%	27.4%	38.7%	100.0%	35.2%
อังคาร	Count	16	25	20	10	8	0	79
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	18.2%	22.3%	19.0%	16.1%	25.8%	.0%	19.8%
พุธ	Count	9	18	21	18	2	0	68

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 75(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างรายได้ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับวันที่เข้ารับบริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

ส่วนใหญ่ ท่านเข้าใจ บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ใน วันใด		รายได้โดยเฉลี่ย						Total
		ไม่เกิน 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 60,000	60,001- 100,000	100,000 ขึ้นไป	
พุธ	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	10.2%	16.1%	20.0%	29.0%	6.5%	.0%	17.0%
พฤหัสบดี	Count	6	4	9	5	1	0	25
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	6.8%	3.6%	8.6%	8.1%	3.2%	.0%	6.2%
ศุกร์	Count	24	25	18	12	8	0	87
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	27.3%	22.3%	17.1%	19.4%	25.8%	.0%	21.8%
Total	Count	88	112	105	62	31	2	400
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	22.475
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.315

ที่ระดับนัยสำคัญ \* $P < 0.05$

จากตาราง 75 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับวันที่เข้ารับบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม พบว่า รายได้ไม่เกิน 20,000 รายได้ 20,001 – 30,000 รายได้ 30,001 – 40,000 รายได้ 40,001 – 60,000 รายได้ 60,001 – 100,000 รายได้ 100,000 ขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือก เข้าใช้บริการในวันจันทร์ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 โดยแบ่งเป็น รายได้ไม่เกิน 20,000 จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รายได้ 20,001 – 30,000 จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 รายได้ 30,001 – 40,000 จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 รายได้ 40,001 – 60,000 จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 รายได้ 60,001 – 100,000 จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 รายได้ 100,000 ขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.315 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม เกี่ยวกับวันที่เข้ารับบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 76: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างรายได้ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับช่วงเวลาที่เหมาะสมให้มีการปรับปรุงในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

#### Crosstab

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด		รายได้โดยเฉลี่ย						Total
		ไม่เกิน 20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-60,000	60,001-100,000	100,000 ขึ้นไป	
8.30-10.00 น.	Count	20	18	14	10	9	2	73
	% within รายได้โดยเฉลี่ย	22.7%	16.1%	13.3%	16.1%	29.0%	100.0%	18.2%
10.01-11.00 น.	Count	7	22	16	2	2	0	49

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 76(ต่อ): แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างรายได้ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับช่วงเวลา  
ที่ควรให้มีการปรับปรุงในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขา  
สำนักงานใหญ่สีลม

ตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการ ปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด		รายได้โดยเฉลี่ย						Total
		ไม่เกิน 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 60,000	60,001- 100,000	100,000 ขึ้นไป	
10.01-11.00 น.	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	8.0%	19.6%	15.2%	3.2%	6.5%	.0%	12.2%
11.01-.12.00 น.	Count	9	14	10	9	0	0	42
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	10.2%	12.5%	9.5%	14.5%	.0%	.0%	10.5%
12.01-13.00 น.	Count	29	26	34	20	9	0	118
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	33.0%	23.2%	32.4%	32.3%	29.0%	.0%	29.5%
13.01-14.00 น.	Count	8	12	15	9	3	0	47
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	9.1%	10.7%	14.3%	14.5%	9.7%	.0%	11.8%
14.01-15.00 น.	Count	4	14	5	6	1	0	30
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	4.5%	12.5%	4.8%	9.7%	3.2%	.0%	7.5%
15.01-16.00 น.	Count	5	2	8	1	1	0	17
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	5.7%	1.8%	7.6%	1.6%	3.2%	.0%	4.2%
16.01-17.00 น.	Count	6	4	3	5	6	0	24
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	6.8%	3.6%	2.9%	8.1%	19.4%	.0%	6.0%
Total	Count	88	112	105	62	31	2	400
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	60.025
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.005*

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 76 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับช่วงเวลาที่ควรให้มีการปรับปรุงการให้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม

พบว่า รายได้ไม่เกิน 20,000 รายได้ 20,001 – 30,000 รายได้ 30,001 – 40,000 รายได้ 40,001 – 60,000 รายได้ 60,001 – 100,000 รายได้ 100,000 ขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือก ช่วงเวลา 12.01 – 13.00 น. จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 โดยแบ่งเป็น รายได้ไม่เกิน 20,000 จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รายได้ 20,001 – 30,000 จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 รายได้ 30,001 – 40,000 จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 รายได้ 40,001 – 60,000 จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รายได้ 60,001 – 100,000 จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0

ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.005\* ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05

แสดงว่า รายได้มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม เกี่ยวกับช่วงเวลาที่ควรให้มีการปรับปรุงของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตารางที่ 77: แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างระดับรายได้ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับ  
ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่  
สีลม

### Crosstab

ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคาร กรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงาน ใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด		รายได้โดยเฉลี่ย						Total
		ไม่เกิน 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 60,000	60,001- 100,000	100,000 ขึ้น ไป	
น้อยกว่า 1 ปี	Count	29	18	6	9	4	0	66
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	33.0%	16.1%	5.7%	14.5%	12.9%	.0%	16.5%
1-4 ปี	Count	39	55	52	11	11	0	168
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	44.3%	49.1%	49.5%	17.7%	35.5%	.0%	42.0%
5-9 ปี	Count	12	19	28	23	10	0	92
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	13.6%	17.0%	26.7%	37.1%	32.3%	.0%	23.0%
10-14 ปี	Count	6	9	5	8	2	0	30
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	6.8%	8.0%	4.8%	12.9%	6.5%	.0%	7.5%
มากกว่า 15 ปี	Count	2	11	14	11	4	2	44
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	2.3%	9.8%	13.3%	17.7%	12.9%	100.0%	11.0%
Total	Count	88	112	105	62	31	2	400
	% within รายได้ โดยเฉลี่ย	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ค่าสถิติจากการคำนวณ ( $\chi^2$ )	75.582
ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)	0.000*

ที่ระดับนัยสำคัญ \*P<0.05

จากตาราง 77 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับ พฤติกรรม เกี่ยวกับระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม พบว่ารายได้ไม่เกิน 20,000 รายได้ 20,001 – 30,000 รายได้ 30,001 – 40,000 รายได้ 40,001 – 60,000 รายได้ 60,001 – 100,000 รายได้ 100,000 ขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็นลูกค้ามาเป็นระยะเวลา 1 – 4 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 โดยแบ่งเป็น รายได้ไม่เกิน 20,000 จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 รายได้ 20,001 – 30,000 จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 รายได้ 30,001 – 40,000 จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รายได้ 40,001 – 60,000 จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 รายได้ 60,001 – 100,000 จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5

ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่าได้ค่านัยสำคัญ 0.000\* ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 แสดงว่า รายได้มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม เกี่ยวกับระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม ดังนั้นจึงเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการบริการลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม โดยมีวัตถุประสงค์อยู่ 2 ประการ คือ 1. เพื่อการศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนบริการลูกค้า ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่เข้าใช้บริการในส่วนบริการลูกค้า ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของ ปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ซึ่งการศึกษจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหาร ทำให้ทราบถึงคุณภาพการบริการ ในด้านต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### สรุปการศึกษา

จากผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย ซึ่งเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 – 30 ปี มีสถานภาพ โสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่ มี รายได้ประมาณ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน

ส่วนพฤติกรรมในการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เหตุผลที่ลูกค้าเลือกเข้ามาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม มากที่สุดคือ มีความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทาง สำหรับการเข้ารับบริการนั้นประเภทของบริการที่ลูกค้านิยมมาใช้มากที่สุดคือ บริการด้านบัญชีเงินฝาก รองลงมาคือ บริการด้านบัตรเครดิตทรอนิกส์ โดยส่วนใหญ่แล้วลูกค้าที่เป็น กลุ่มตัวอย่างเข้ามาใช้บริการของธนาคารมากที่สุดในวันจันทร์ รองลงมาคือวันศุกร์ และเห็นว่าเวลาที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ควรมีการปรับปรุงมากที่สุด อยู่ในช่วง เวลา 12.01 – 13.00 น. รองลงมาคือ 08.30 – 10.00 น. ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของธนาคารส่วนใหญ่ เป็นลูกค้าของธนาคารมาเป็นระยะเวลา 1-4 ปี และรองลงมาคือ 5 – 9 ปี

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างพบว่าปัจจัยสำคัญ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ ได้รับบริการ ในด้านของอาคาร สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนใหญ่ให้ความพึงพอใจ

เกี่ยวกับระบบบริการที่ทันสมัย และ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ ในด้านความไว้วางใจ ในการปฏิบัติงาน ลูกค้าให้ความเห็นว่าธนาคารกรุงเทพมีการให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ และ มีความพร้อมในการให้บริการต่างๆ ความรวดเร็วในการให้บริการเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจโดยให้ความเห็นว่าพนักงานธนาคารกรุงเทพมีความกระตือรือร้น และมีการบริการที่รวดเร็ว ทันต่อความต้องการของลูกค้า ในส่วนของความน่าเชื่อถือกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นในเรื่องความสุภาพเรียบร้อย ในการแต่งกาย รวมถึงความรู้ความสามารถและความชำนาญ การให้เกียรติ และความสนใจเอาใจใส่ ลูกค้า เป็นปัจจัยทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ

### สรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานในการวิจัยนี้คือ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ตัวแปรอิสระได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ผลการวิจัยสรุปได้ดังตาราง

ตารางที่ 78 :สรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม : พฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม				
	เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการ	บริการประเภทที่ใช้บ่อยครั้งที่สุด	ใช้บริการในวันใด	ช่วงเวลาที่ต้องการให้ปรับปรุง	เป็นลูกค้าธนาคารเป็นระยะเวลา
เพศ	X 0.565	X 0.240	X 0.906	X 0.093	X 0.872
อายุ	X 0.355	X 0.163	X 0.124	X 0.052	<input type="checkbox"/> 0.000
สถานภาพ	X 0.054	X 0.206	X 0.444	X 0.175	<input type="checkbox"/> 0.000
การศึกษา	<input type="checkbox"/> 0.008	X 0.207	X 0.571	X 0.318	<input type="checkbox"/> 0.005
อาชีพ	<input type="checkbox"/> 0.001	X 0.112	X 0.073	X 0.198	<input type="checkbox"/> 0.005
รายได้	X 0.169	<input type="checkbox"/> 0.000	X 0.315	<input type="checkbox"/> 0.005	<input type="checkbox"/> 0.000

จากตารางเห็นว่าค่าที่อยู่ในตารางคือค่านัยสำคัญตามที่กำหนดไว้ในบทที่ 3 หาก 0.05 จะปฏิเสธ สมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ที่ว่าข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

### อภิปรายผล

เพศ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากการเข้าใช้บริการกับสถาบันการเงิน ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพศ แต่ขึ้นอยู่กับตัวสถาบันการเงินว่ามีความน่าเชื่อถือและมีระบบการทำงานต่างๆไว้รองรับการให้บริการที่เต็มรูปแบบเพียงใด รวมถึงการให้บริการของพนักงานเป็นสำคัญ

อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ เนื่องมาจากการแบ่งกลุ่มส่วนใหญ่จะใช้อายุเป็นเกณฑ์ ลูกค้าชั้นดีของธนาคารส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการมานาน ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้มีความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารมาโดยตลอดตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน สำหรับกลุ่มที่เป็นลูกค้าใหม่ธนาคารก็ต้องให้ความดูแลให้เกียรติและให้ความสำคัญต่อลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและพึงพอใจในการให้บริการ จนกลายเป็นลูกค้าประจำ

สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากธนาคารกรุงเทพ มุ่งเน้นสร้างภาพลักษณ์ในลักษณะของครอบครัว มีการนำเสนอ Product ใหม่ ที่ออกมาสนับสนุนการสร้างครอบครัวให้มีความมั่นคงเป็นหลัก

ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากผู้ที่จบการศึกษาสูงมีความสนใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน และมองถึงการให้บริการที่สะดวกสบายและความมั่นคงเป็นหลัก

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม เนื่องจากในแต่ละอาชีพมีความต้องการในตัวของ Product และ จุดประสงค์ในการเข้ารับบริการที่แตกต่างกัน

รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคาร กรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ทั้งนี้ เนื่องจากลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกัน จะเลือกใช้บริการที่ต่างกันด้วย เช่น ผู้ที่มีรายได้สูงอาจมีการ ใช้บริการบัตรเครดิต บริการ โอนเงินระหว่างประเทศ บริการแลกเปลี่ยนเงินตรา ทั้งนี้ธนาคารต้องมิ ให้การบริการกับลูกค้าอย่างทั่วถึง

### ข้อจำกัดในการศึกษา

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม นั้น มีข้อจำกัดในการศึกษาคือ สภาพแวดล้อมของธนาคาร อยู่ในย่านธุรกิจของถนนสีลม ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ของธนาคารอยู่ในบริเวณใกล้เคียงโดยจบ การศึกษาในระดับปริญญาตรี และทำงานในบริษัทเอกชนส่วนใหญ่ จึงทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่แคบ และนำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาด้านการให้บริการของธนาคารได้ไม่ครอบคลุมในทุกกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงช่วงเวลาในการกรอกแบบสอบถามบางส่วนเป็นเวลาเร่งรีบ ลูกค้าจึงขาดความละเอียดในการ อ่านและกรอกแบบสอบถาม

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้

จากผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในการบริการทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับ ปานกลาง - มาก แต่ในด้านของความสะดวกรวดเร็วและการเข้าใจถึงความรู้สึกของลูกค้า ซึ่งมีระดับ คะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นสิ่งที่ธนาคารต้องให้ความสำคัญ เพราะ ตามทฤษฎีลูกค้าสัมพันธ์การให้บริการอย่างรวดเร็วและการเข้าใจลูกค้าเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า ดังนั้นเมื่อความพอใจลดลงจะส่งผลให้ลูกค้าไม่กลับมาใช้บริการของ ธนาคารอีก จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงการให้บริการให้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยการเพิ่มจำนวน

เคาน์เตอร์ให้บริการและนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการให้บริการ รวมทั้งเพิ่มช่องทางใหม่ๆ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความต้องการ

### ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีขนาดใหญ่กว่านี้ เพราะผลการศึกษาที่ได้สามารถจะนำไปใช้ได้อย่างถูกต้องและแม่นยำมากกว่านี้
2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรครอบคลุมกรอบแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการมากกว่านี้ เช่น ตัวแปรด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ สิ่งที่จะศึกษาเพิ่มเติมคือ การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการให้บริการ และเพิ่มช่องทางการให้บริการ
3. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจในการบริการกับสาขา หรือหน่วยงานอื่นๆ ของ

ธนาคาร



## บรรณานุกรม

### หนังสือ

ยุพาวรรณ วรรณวานิช. (2541). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์  
พัฒนศึกษา.

### บทความ

อภิรักษ์ จันตะนี. (2538). วิจัยวิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ วิ เจ พรินติ้ง.

### วิทยานิพนธ์

คณาธิป อัคราสวัฒนา. (2543). ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัด  
ฉะเชิงเทรา. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชา การบริหารการจัดการ  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชาญ นุกุลวุฒิโอภาส. (2542). การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการวิทยุติดตามตัว.  
การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการวิจัยตลาด  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มุกดา มังคลาดุง. (2543). กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำเร็จรูป  
: กรณีศึกษา บริษัทแมกซ์ เซฟวิ่งส์ (ประเทศไทย) จำกัด. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง.  
ปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นภารัตน์ โกศลวิตร. (2541) . ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของธนาคาร  
กรุงเทพพาณิชย์การ จำกัด สาขาอุบลราชธานี. ภาคนิพนธ์, พัฒนบริหารศาสตร์มหา  
บัณฑิตสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

นิคม สอาดเอี่ยม. (2539) . ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ  
จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาซีคอนสแควร์. ภาคนิพนธ์, พัฒนบริหาร  
ศาสตร์มหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

วรชัช จารุจินดา. (2540) . ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่อำนวยการ  
บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่.  
ภาคนิพนธ์. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ) สาขาวิชาการตลาด  
มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

วราพรรณ สันตสนะโชค. (2540) . ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารทหาร  
ไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาพญาไท กรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์.  
พัฒนบริหารศาสตร์มหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) สาขาวิชาการตลาด  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อนุพงษ์ ทรงมาลัย. (2541) . การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากของธนาคารไทย  
สาขาป้อมพระจุลจอมเกล้า ภายหลังจากปรับปรุงระบบการให้บริการ. การศึกษาค้น  
คว้าด้วยตนเอง. ปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการบริหาร  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

### **Book**

Kotler,P. (1997). Marketing manangement analysi,planing,implementation, and  
control. (9 Edition) : Prentice Hall.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ  
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม



แบบสอบถามฉบับที่ 

--	--	--

**แบบสอบถามเพื่อการทำวิจัย**  
**เรื่อง**

**ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม**

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ซึ่งผู้วิจัยจะนำข้อมูลไปใช้วิเคราะห์เพื่อประกอบการทำรายงาน ในรายวิชาการศึกษาเฉพาะบุคคล (Independent Study) บธ.615 ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ (การตลาด) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

**คำชี้แจงของแบบสอบถาม : แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน**

- ส่วนที่ 1** เพื่อสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม
- ส่วนที่ 2** เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม
- ส่วนที่ 3** เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามชุดนี้ และขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

**ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม** (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าข้อที่ตรงกับสภาพ

ความเป็นจริงของท่าน (ให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

สำหรับเจ้าหน้าที่

V1

2. อายุ

1) ต่ำกว่า 25 ปี

2) 25-30 ปี

V2

3) 31-35 ปี

4) 36-40 ปี

5) 41-45 ปี

6) 45 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

1) โสด

2) สมรส

V3

3) หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

1) มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี

2) ปริญญาตรี

V4

3) ปริญญาโท

4) ปริญญาเอก

5. อาชีพ

1) นักเรียน / นักศึกษา

2) ธุรกิจส่วนตัว

3) พนักงานเอกชน

4) พนักงานรัฐบาล

5) รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ

V5

6. รายได้โดยเฉลี่ย

1) ไม่เกิน 20,000

2) 20,001-30,000

3) 30,001-40,000

4) 40,001-60,000

5) 60,001-100,000

6) 100,000 ขึ้นไป

V6

ส่วนที่ 2 : เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักงานใหญ่สีลม กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องที่ท่านคิดว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. อาคาร สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ		ระดับที่มีผลต่อความพึงพอใจ					สำหรับ เจ้าหน้าที่
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
1	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ						<input type="checkbox"/> V7
2	การตกแต่งสถานที่สะอาด สวยงาม ทันสมัย						<input type="checkbox"/> V8
3	มีระบบบริการที่ทันสมัย						<input type="checkbox"/> V9
4	มีการจัดเตรียมเอกสาร และอุปกรณ์ในการให้บริการดี						<input type="checkbox"/> V10
5	มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม ห้องน้ำ ที่จอดรถ						<input type="checkbox"/> V11

2. ความไว้วางใจในการปฏิบัติงาน

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ		ระดับที่มีผลต่อความพึงพอใจ					สำหรับ เจ้าหน้าที่
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
1	บุคลิกภาพของพนักงานมีความน่าเชื่อถือ						<input type="checkbox"/> V12
2	ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ						<input type="checkbox"/> V13
3	ความพร้อมในการให้บริการ						<input type="checkbox"/> V14
4	ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาด						<input type="checkbox"/> V15
5	มาตรฐานการให้บริการจากอดีตถึงปัจจุบัน						<input type="checkbox"/> V16

3. ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ		ระดับที่มีผลต่อความพึงพอใจ					สำหรับ เจ้าหน้าที่
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
1	ความกระตือรือร้นในการให้บริการ						<input type="checkbox"/> V17
2	การให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อความต้องการของลูกค้า						<input type="checkbox"/> V18
3	การให้บริการอย่างต่อเนื่อง ไม่หยุดชะงัก						<input type="checkbox"/> V19
4	ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน						<input type="checkbox"/> V20
5	จัดให้มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ						<input type="checkbox"/> V21

4. ความน่าเชื่อมั่นในความรู้อัตโนมัติ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ		ระดับที่มีผลต่อความพึงพอใจ					สำหรับ เจ้าหน้าที่
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
1	ความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในงาน						<input type="checkbox"/> V22
2	มารยาท อัตโนมัติที่ดีในการให้บริการ						<input type="checkbox"/> V23
3	ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร						<input type="checkbox"/> V24
4	ความสุภาพเรียบร้อย สะอาด เหมาะสมในการแต่งกาย						<input type="checkbox"/> V25
5	ความปลอดภัยในการมาใช้บริการ						<input type="checkbox"/> V26

5. การเข้าใจถึงความรู้สึกและความต้องการของลูกค้า

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ		ระดับที่มีผลต่อความพึงพอใจ					สำหรับ เจ้าหน้าที่
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
1	การให้เกียรติ และความสำคัญต่อลูกค้า						<input type="checkbox"/> V27
2	การให้ความสนใจ และเอาใจใส่ต่อลูกค้า						<input type="checkbox"/> V28
3	การให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน						<input type="checkbox"/> V29
4	ความเต็มใจรับฟังคำร้องเรียนจากลูกค้า						<input type="checkbox"/> V30
5	ความเต็มใจของพนักงานที่จะให้ความช่วยเหลือ						<input type="checkbox"/> V31

**ส่วนที่ 3 : เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม**

(กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าข้อที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่าน (ให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

1. เหตุสำคัญข้อใดที่ท่านเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม สำหรับเจ้าหน้าที่
- 1) มีความน่าเชื่อถือ  2) การบริการของพนักงานธนาคาร  
 3) มีระบบการให้บริการที่ทันสมัยเต็มรูปแบบ  4) ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง  
 5) มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย  V32
2. บริการด้านใดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด
- 1) บริการด้านบัญชีเงินฝาก  2) บริการด้านบัตรเครดิตทรานซิส  
 3) บริการด้านการชำระค่าสินค้าบริการ  4) บริการด้านการแลกเปลี่ยนเงินตรา  
 5) บริการด้านสินเชื่อ  V33
3. ส่วนใหญ่ ท่านเข้าใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ในวันใด
- 1) จันทร์  2) อังคาร  3) พุธ  
 4) พฤหัสบดี  5) ศุกร์  V34
4. ตามที่ท่านได้ใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ท่านคิดว่าในช่วงเวลาใดที่ควรให้มีการปรับปรุงด้านการให้บริการมากที่สุด
- 1) 8.30-10.00 น.  2) 10.01-11.00 น.  3) 11.01-12.00 น.  
 4) 12.01-13.00 น.  5) 13.01-14.00 น.  6) 14.01-15.00 น.  
 7) 15.01-16.00 น.  8) 16.01-17.00 น.  V35
5. ท่านเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม มาเป็นระยะเวลาเท่าใด
- 1) น้อยกว่า 1 ปี  2) 1 – 4 ปี  
 3) 5 – 9 ปี  4) 10 – 14 ปี  
 5) มากกว่า 15 ปี  V36