

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายจึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อทางสถิติที่ใช้ดังนี้

สัญลักษณ์และอักษรย่อทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	หมายถึง	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
ตัวเลข	หมายถึง	ความถี่หรือค่าร้อยละ
\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
SD	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	หมายถึง	การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย
F	หมายถึง	การวิเคราะห์ความแปรปรวน
df	หมายถึง	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (degree of freedom)
L.S.D.	หมายถึง	การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่
*	หมายถึง	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	หมายถึง	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยใช้เกณฑ์ดังนี้ (Best, 1977, p.160) มีดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.50 – 5.00	มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก
2.50 – 3.49	มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.49	มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาสาขลา จังหวัดนครปฐม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาสาขลา จังหวัดนครปฐม

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ ของผู้ให้บริการ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	88	46.81
หญิง	100	53.19
รวม	188	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	55	29.26
30 – 40 ปี	53	28.19
41 – 50 ปี	49	26.06
50 ปีขึ้นไป	31	16.49
รวม	188	100.00
3. สถานภาพสมรส		
โสด	84	44.68
สมรส	74	39.36
หย่าหรือแยก	30	15.96
รวม	188	100.00
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	85	45.21
ปริญญาตรี	82	43.62
สูงกว่าปริญญาตรี	21	11.17
รวม	188	100.00

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพ		
นักเรียนหรือนักศึกษา	33	17.56
รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	62	33.98
รับจ้างหรือพนักงานบริษัท	56	29.79
ค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว	37	19.67
รวม	188	100.00
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	51	27.13
10,001 – 20,000 บาท	53	28.19
20,001 – 30,000 บาท	52	27.66
มากกว่า 30,000 บาท	32	17.02
รวม	188	100.00
7. ระยะเวลาที่ใช้บริการ		
น้อยกว่า 1 ปี	31	16.49
1 – 2 ปี	71	37.77
3 – 4 ปี	59	31.38
มากกว่า 4 ปี	27	14.36
รวม	188	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.19 อายุต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 29.26 รองลงมา อายุ 30 – 40 ปี ร้อยละ 28.19 และน้อยที่สุดอายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 16.49 สถานภาพโสด ร้อยละ 44.68 รองลงมาคือ สมรส ร้อยละ 39.36 และน้อยที่สุด หย่าหรือแยก ร้อยละ 15.96 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 45.21 รองลงมาคือ ปริญญาตรี ร้อยละ 43.62 และน้อยที่สุดสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 11.17 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 33.98 รองลงมาคือ รับจ้าง/พนักงานบริษัท ร้อยละ 29.79 และน้อยที่สุด นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 17.56 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 28.19 รองลงมาคือ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 27.66 และน้อยที่สุด มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 17.02 ระยะเวลาที่ใช้บริการ 1 - 2 ปี ร้อยละ 37.77 รองลงมาคือ 3 – 4 ปี ร้อยละ 31.38 และน้อยที่สุด มากกว่า 4 ปี ร้อยละ 14.36

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาสาธาณฯ จังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ
การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ

รายการ	ชาย		หญิง		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ						
1. มีบริการประเภทเงินฝากและสินเชื่อที่หลากหลาย	3.37	1.11	3.53	1.06	3.46	1.08
2. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และบัตรเครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน	3.59	1.00	3.50	0.98	3.54	0.99
3. มีบริการโอนเงินและชำระค่าบริการเกี่ยวกับสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ	3.38	0.89	3.23	0.95	3.30	0.92
4. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (การประกันชีวิต, กองทุนรวม, เจ้าซื้อสินค้า ฯลฯ) มีความเหมาะสม	3.10	0.95	3.06	0.99	3.08	0.97
5. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	3.65	1.02	3.64	1.03	3.64	1.02
รวม	3.42	0.73	3.39	0.83	3.40	0.78
ด้านราคา						
6. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น	3.33	1.04	3.47	0.93	3.40	0.98
7. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้	3.32	0.84	3.51	0.80	3.42	0.82
8. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ไม่สูงเกินไป	3.00	0.92	3.42	0.92	3.22	0.94
9. ค่าธรรมเนียมการโอนเงินในประเทศและต่างประเทศ มีความเหมาะสม	2.92	1.03	3.05	0.89	2.99	0.96
10. ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางธุรกิจ	3.00	0.97	3.32	0.95	3.17	0.97
รวม	3.11	0.73	3.35	0.72	3.24	0.73

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

รายการ	ชาย		หญิง		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย						
11. ท่าเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ	4.42	0.69	4.37	0.68	4.39	0.68
12. ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมาก รวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน	4.42	0.71	4.35	0.72	4.38	0.71
13. ธนาคารใช้ระบบ Online ในการเชื่อมโยงการให้บริการของต่างสาขารวมทั้งบริการฝากเงินไปยังต่างธนาคารได้	4.18	0.81	4.11	0.86	4.14	0.84
14. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30-16.30 น ทุกวัน	4.56	0.64	4.41	0.67	4.48	0.65
15. มีการใช้ระบบคิวในการให้บริการและมีที่นั่งขณะรอรับบริการเพียงพอ	3.93	0.80	4.02	0.79	3.98	0.79
รวม	4.30	0.512	4.25	0.52	4.28	0.51
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
16. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ	2.49	1.09	2.77	1.01	2.64	1.06
17. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ	2.61	0.99	2.71	1.17	2.66	1.08
18. มีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ยพิเศษพร้อมแจกของที่ระลึก	2.64	1.23	2.87	1.17	2.76	1.20
19. ของแถมในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีความเหมาะสมดึงดูดความสนใจ	2.73	1.13	2.93	1.14	2.84	1.14
20. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อชนวิภูอนุวัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุวัติ 7 วัน, เปิดบัญชีเสร็จภายใน 10 นาที	3.33	1.25	3.48	1.10	3.41	1.17
รวม	2.75	0.84	2.95	0.80	2.86	0.82

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

รายการ	ชาย		หญิง		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านบุคลากรของธนาคาร						
21. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.63	0.98	4.08	0.95	3.87	0.99
22. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ และ กระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	3.92	0.86	4.17	0.86	4.05	0.87
23. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช่การให้บริการแผนกของตนเอง	3.94	0.82	4.19	0.79	4.07	0.81
24. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการ โดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย	3.99	0.89	4.27	0.78	4.14	0.84
25. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียดรอบคอบ ผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้ใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า	4.18	0.85	4.39	0.71	4.29	0.78
รวม	3.93	0.70	4.22	0.68	4.09	0.71
ด้านกระบวนการให้บริการ						
26. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน	3.47	1.34	3.62	1.13	3.55	1.23
27. อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัย	3.15	1.21	3.34	1.85	3.25	1.15
28. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล	3.69	1.15	3.55	1.15	3.62	1.15
29. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว	3.53	1.30	3.69	1.01	3.62	1.20
30. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการ	3.59	1.25	3.77	1.00	3.69	1.13
รวม	3.49	1.40	3.59	0.88	3.54	0.96

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

รายการ	ชาย		หญิง		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ						
31. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี	4.08	0.96	4.20	0.84	4.14	0.90
32. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	4.08	0.98	4.13	0.92	4.11	0.95
33. ภายในอาคารสำนักงานมีความสะอาด แสงสว่างและอุณหภูมิที่เหมาะสม มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา	2.92	1.07	3.30	1.15	3.12	1.13
34. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย	3.86	1.36	3.78	1.20	3.82	1.27
35. ความสะดวกและความเป็นระเบียบของการจัดวางเอกสาร สลิป หรือใบคำขอต่าง ๆ	2.70	1.00	3.03	1.20	2.88	1.12
รวม	3.53	0.75	3.69	0.76	3.61	0.76
รวมทั้งหมด	3.51	0.41	3.64	0.42	3.58	0.42

จากตารางที่ 4.2 ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาสาขลา จังหวัดนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54 - 3.64$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2. บริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และบริการบัตรเครดิตมีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน
นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่ามีค่าสอดคล้องกับเพศชาย ยกเว้นเพศหญิง รายการ มีบริการประเภทเงินฝากและสินเชื่อที่หลากหลาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$)

ด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.99 - 3.42$) ทุกรายการ คือ

1. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิตอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้
2. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น
3. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าธรรมเนียมประเภทต่าง ๆ ไม่สูงเกินไป

4. ราคาสินค้าหรือบริการของบริษัทในเครือ มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
ชั้นนำธุรกิจ

5. ค่าธรรมเนียมในการโอนเงินในประเทศและต่างประเทศ มีความเหมาะสม

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย ยกเว้นเพศหญิง รายการ ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิตอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$)

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98 - 4.48$) ทุกรายการ คือ

1. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30 – 16.30 น.ทุกวัน

2. ทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ

3. ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมาก รวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน

4. ธนาคารใช้ระบบ Online ในการเชื่อมโยงการให้บริการของต่างสาขา รวมทั้งบริการฝากเงินไปยังต่างธนาคารได้

5. มีการใช้ระบบคิวในการให้บริการและมีที่นั่งขณะรอรับบริการเพียงพอ

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่ามีค่าสอดคล้องกับเพศหญิง ยกเว้นเพศชายรายการขยายเวลา เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30-16.30 น. ทุกวัน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.86$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.64 - 3.41$) ทุกรายการ คือ

1. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อชนวิภู อนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัย อนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชีเสร็จภายใน 10 นาที
2. ของแถมในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีความเหมาะสมดึงดูดความสนใจ
3. มีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ยพิเศษพร้อมแจกของที่ระลึก
4. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ
5. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่ามีค่าสอดคล้องกับเพศหญิง ยกเว้นเพศชายรายการมีการ โฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.49$)

ด้านบุคลากรของธนาคาร ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87 - 4.29$) ทุกรายการ คือ

1. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียดรอบคอบผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ รวมถึงการรักษาสภาพประโยชน์และความลับของลูกค้า
2. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการโดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย
3. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช่การให้บริการแผนกของตนเอง
4. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ และกระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ
5. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่ามีค่าสอดคล้องกับผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายและเพศหญิง

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55 - 3.69$) จำนวน 4 รายการ คือ

1. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการ
2. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล
3. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว

4. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน
นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศหญิง ยกเว้นเพศชายรายการ มีการ
บริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน อยู่ในระดับปานกลาง
($\bar{X} = 3.47$)

ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับ
มาก ($\bar{X} = 3.61$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82 - 4.14$) จำนวน 3
รายการ คือ

1. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี
2. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น
3. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย
นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอายุ

รายการ	ต่ำกว่า 30 ปี		30 ปี – 40 ปี		41 ปี – 50 ปี		50 ปีขึ้นไป		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ										
1. มีบริการประเภทเงินฝากและ สินเชื่อที่หลากหลาย	3.24	1.11	3.45	0.89	3.37	1.24	4.00	0.93	3.46	1.09
2. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และ บัตรเครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน	3.69	0.98	3.55	0.87	3.29	1.14	3.68	0.91	3.54	0.99
3. มีบริการโอนเงินและชำระค่าบริการเกี่ยวกับสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ	3.27	0.83	3.36	0.98	3.24	0.95	3.32	0.98	3.30	0.923
4. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (การประกันชีวิต, กองทุนรวม, เข้าซื้อสินค้า ฯลฯ) มีความเหมาะสม	2.93	0.96	3.06	0.89	3.10	1.01	3.35	1.05	3.08	0.97
5. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	3.56	1.07	3.74	0.88	3.43	1.12	3.97	0.95	3.64	1.02
รวม	3.34	0.71	3.43	0.70	3.29	0.92	3.66	0.77	3.40	0.78
ด้านราคา										
6. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น	3.22	0.94	3.47	0.87	3.31	1.00	3.77	1.12	3.40	0.98
7. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้	3.47	0.77	3.38	0.79	3.35	0.69	3.52	1.12	3.42	0.82
8. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ไม่สูงเกินไป	2.91	0.84	3.36	0.86	3.33	0.88	3.39	1.23	3.22	0.94
9. ค่าธรรมเนียมการโอนเงินใน ประเทศ และต่างประเทศ มีความเหมาะสม	2.82	0.88	3.21	0.84	3.02	1.01	2.87	1.15	2.99	0.96
10. ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ	2.96	1.04	3.36	0.90	3.16	0.85	3.23	1.12	3.17	0.97
รวม	3.08	0.61	3.35	0.70	3.23	0.65	3.35	1.02	0.73	0.53

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 30 ปี		30 ปี – 40 ปี		41 ปี – 50 ปี		50 ปีขึ้นไป		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย										
11. ทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ	4.35	0.73	4.26	0.71	4.47	0.65	4.58	0.56	4.39	0.68
12. ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมาก รวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน	4.42	0.79	4.28	0.74	4.43	0.65	4.42	0.62	4.38	0.71
13. ธนาคารใช้ระบบ Online ในการเชื่อมโยงการให้บริการของต่างสาขารวมทั้งบริการฝากเงินไปยังต่างธนาคารได้	4.18	1.09	4.08	0.81	4.29	0.58	3.97	0.71	4.14	0.84
14. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30-16.30 น ทุกวัน	4.31	0.69	4.45	0.72	4.63	0.57	4.58	0.56	4.48	0.66
15. มีการใช้ระบบคิวในการให้บริการและมีที่นั่ง ขณะรอรับบริการเพียงพอ	3.98	0.93	3.83	0.75	4.04	0.68	4.13	0.76	3.98	0.79
รวม	4.24	0.57	4.18	0.55	4.37	0.40	4.33	0.49	4.28	0.51
ด้านการส่งเสริมการตลาด										
16. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ	2.82	1.07	2.64	1.06	2.65	1.13	2.29	0.86	2.64	1.06
17. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ	3.00	1.22	2.77	1.07	2.49	0.96	2.16	0.82	2.66	1.08
18. มีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ย พิเศษพร้อมแจกของที่ระลึก	2.62	1.28	2.89	1.20	2.69	1.08	2.90	1.25	2.76	1.20
19. ของแถมในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีความเหมาะสม ดึงดูดความสนใจ	2.60	1.16	2.77	1.12	3.04	0.93	3.03	1.35	2.84	1.14
20. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อธนวัฏอนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชี เสร็จภายใน 10 นาที	3.16	1.24	3.53	1.14	3.41	1.15	3.65	1.08	3.41	1.17
รวม	2.84	0.94	2.92	0.78	2.86	0.72	2.81	0.86	2.86	0.82

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 30 ปี		30 ปี – 40 ปี		41 ปี – 50 ปี		50 ปีขึ้นไป		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านบุคลากรของธนาคาร										
21. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.75	1.13	3.98	0.91	4.00	0.93	3.68	0.91	3.87	0.99
22. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พูดยิ้มไพเราะ กระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	3.95	0.99	4.15	0.82	4.06	0.80	4.06	0.85	4.05	0.87
23. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช่การให้บริการของตนเอง	3.87	0.88	4.15	0.79	4.18	0.70	4.13	0.85	4.07	0.81
24. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการ โดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย	3.87	0.90	4.17	0.80	4.35	0.75	4.23	0.85	4.14	0.84
25. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียดรอบคอบ ผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้ใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า	4.18	0.84	4.21	0.86	4.37	0.70	4.52	0.63	4.29	0.78
รวม	3.92	0.82	4.13	0.67	4.19	0.59	4.12	0.70	4.09	0.71
ด้านกระบวนการให้บริการ										
26. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน	3.38	1.30	3.55	1.23	3.82	1.13	3.42	1.26	3.55	1.23
27. อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัย	3.35	1.21	3.23	1.10	3.31	1.18	3.03	1.08	3.25	1.15
28. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล	3.73	1.15	3.55	1.08	3.76	1.13	3.32	1.28	3.62	1.15
29. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว	3.56	1.27	3.57	1.08	3.65	1.20	3.74	1.29	3.62	1.20
30. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการให้บริการ	3.87	1.19	3.45	1.01	3.67	1.07	3.77	1.26	3.69	1.12
รวม	3.58	1.02	3.47	0.90	3.64	0.93	3.45	1.01	3.54	0.96

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 30 ปี		30 ปี – 40 ปี		41 ปี – 50 ปี		50 ปีขึ้นไป		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ										
31. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี	4.24	0.79	4.11	0.97	3.98	0.83	4.29	1.04	4.14	0.90
32. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	4.31	0.79	4.02	0.97	3.96	0.91	4.13	1.18	4.11	0.95
33. ภายในอาคารสำนักงานมีความสะอาด แสงสว่างและอุณหภูมิที่เหมาะสม มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา	3.33	1.19	3.38	1.02	2.69	0.98	3.00	1.24	3.12	1.13
34. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย	3.29	1.36	3.75	1.31	4.18	1.01	4.29	1.10	3.82	1.28
35. ความสะดวกและความเป็นระเบียบของการจัดวางเอกสาร สลิป หรือ ใบคำขอต่าง ๆ	3.05	1.11	3.08	1.12	2.53	1.08	2.77	1.09	2.88	1.12
รวม	3.64	0.75	3.67	0.77	3.47	0.60	3.70	0.95	3.61	0.76
รวมทั้งหมด	3.52	0.43	3.59	0.38	3.57	0.39	3.63	0.52	3.58	0.42

จากตารางที่ 4.3 ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาสาขลา จังหวัดนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56 - 3.69$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และบัตรเครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน
2. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของ

ลูกค้า

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มียุ 30-40 ปี และ 41-50 ปี ยกเว้น 2 รายการคือ มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และบัตรเครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$ และ 3.43 ตามลำดับ)

ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68 - 4.00$) จำนวน 3 รายการ คือ

1. มีบริการประเภทเงินฝากและ สินเชื่อที่หลากหลาย
2. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของ

ลูกค้า

3. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และบัตรเครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านราคา

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.82 - 3.47$) ทุกรายการ คือ

1. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้
2. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น
3. ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

ทางธุรกิจ

4. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ไม่

สูงเกินไป

5. ค่าธรรมเนียมการโอนเงินในประเทศและต่างประเทศ มีความเหมาะสม

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มียุ 30-40 ปี และ 41-50 ปี ยกเว้นผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป 2 รายการคือ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น และค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$ และ 3.52 ตามลำดับ)

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98 - 4.42$) ทุกรายการ คือ

1. ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมากรวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน
2. ทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ
3. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30 - 16.30 น. ทุกวัน
4. ธนาคารใช้ระบบ Online ในการเชื่อมโยงการให้บริการของต่างสาขารวมทั้งบริการฝากเงินไปยังต่างธนาคารได้
5. มีการใช้ระบบคิวในการให้บริการและมีที่นั่ง-ขณะรอรับบริการเพียงพอ

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มียุ 30-40 ปี ยกเว้นผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี รายการ ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30 - 16.30 น. ทุกวัน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$) และผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป รายการ ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30 - 16.30 น. ทุกวัน และทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.84$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.60 - 3.16$) ทุกรายการ คือ

1. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อชนวิภู อนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชี เสรีภายใน 10 นาที
2. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ
3. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ
4. มีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ย พิเศษพร้อมแจกของที่ระลึก
5. ของแถมในผลิตภัณฑ์ ต่าง ๆ มีความเหมาะสม ดึงดูดความสนใจ

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มียุ 30-40 ปี ยกเว้นรายการ มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อชนวิภู อนุมัติใน 5 วัน,

สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน,เปิดบัญชี เสร็จภายใน 10 นาที อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) อายุ 41-50 ปี ยกเว้นรายการ มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.49$) และอายุ 50 ปีขึ้นไป ยกเว้นรายการ มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอน ใน 3 นาที,สินเชื่อธนวัฏ อนุมัติใน 5 วัน,สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน,เปิดบัญชี เสร็จภายใน 10 นาที อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ และมีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.29$ และ 2.16 ตามลำดับ)

ด้านบุคลากรของธนาคาร

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75 - 4.18$) ทุกรายการ คือ

1. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียด รอบคอบ ผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้ใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า
2. พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาไพเราะ และกระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ
3. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช่การให้บริการแผนกของตนเอง
4. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการโดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย

5. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่อายุ 30-40 ปี และ 41-50 ปี ยกเว้นผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป รายการ พนักงานให้บริการด้วยความละเอียด รอบคอบ ผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์ และไว้ใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$)

ด้านการบวนการให้บริการ

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56 - 3.87$) จำนวน 3 รายการ คือ

1. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการให้บริการ
 2. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล
 3. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว
- นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มียุ 41-50 ปี ยกเว้นรายการ มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$)

ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 30-40 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55 - 3.57$) จำนวน 3 รายการ คือ

1. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว
 2. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน
 3. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล
- นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มียุ 50ปีขึ้นไป ยกเว้น 3 รายการคือ มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ และอธิบายเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานระดับสากล และ มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$ และ 3.42 ตามลำดับ)

ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24 - 4.31$) จำนวน 2 รายการคือ

1. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น
 2. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี
- นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30 - 40ปีและ 50 ปีขึ้นไป ยกเว้นรายการ บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$ และ 4.29 ตามลำดับ)

ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 41-50 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96 - 4.18$) จำนวน 3 รายการคือ

1. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย
 2. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี
 3. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น
- นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส

รายการ	โสด		สมรส		หย่า/แยก		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ								
1. มีบริการประเภทเงินฝากและ สินเชื่อที่หลากหลาย	3.35	0.99	3.46	1.15	3.77	1.14	3.46	1.08
2. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และ บัตรเครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน	3.74	0.87	3.27	1.09	3.67	0.92	3.54	0.99
3. มีบริการโอนเงินและชำระค่าบริการเกี่ยวกับสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ	3.26	0.91	3.34	0.93	3.30	0.99	3.30	0.92
4. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (การประกันชีวิต, กองทุนรวม, เช่าซื้อสินค้า ฯลฯ) มีความเหมาะสม	3.08	0.96	3.16	0.97	2.87	1.01	3.08	0.97
5. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	3.55	1.03	3.69	1.00	3.80	1.03	3.64	1.02
รวม	3.40	0.71	3.38	0.85	3.48	0.82	3.40	0.78
ด้านราคา								
6. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น	3.27	0.92	3.50	0.92	3.53	1.22	3.40	0.98
7. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้	3.48	0.75	3.39	0.72	3.33	1.18	3.42	0.82
8. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ไม่สูงเกินไป	3.18	0.88	3.27	0.90	3.23	1.22	3.22	0.94
9. ค่าธรรมเนียมการโอนเงินใน ประเทศ และ ต่างประเทศ มีความเหมาะสม	2.85	0.87	3.16	0.94	2.97	1.19	2.99	0.96
10. ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือ มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นนำธุรกิจ	3.01	1.00	3.31	0.84	3.27	1.14	3.17	0.97
รวม	3.16	0.64	3.33	0.70	3.27	1.01	3.24	0.73

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส (ต่อ)

รายการ	โสด		สมรส		หย่า/แยก		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย								
11. ทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและ สะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ	4.32	0.70	4.43	0.72	4.50	0.51	4.39	0.68
12. ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมาก รวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน	4.40	0.73	4.31	0.74	4.50	0.57	4.38	0.71
13. ธนาคารใช้ระบบ Online ในการเชื่อมโยงการให้บริการของต่างสาขารวมทั้ง บริการฝากเงินไปยังต่างธนาคารได้	4.13	0.97	4.12	0.76	4.23	0.63	4.14	0.84
14. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30- 16.30 น ทุกวัน	4.44	0.67	4.46	0.69	4.63	0.56	4.48	0.66
15. มีการใช้ระบบคิวในการให้บริการและมีที่นั่ง ขณะรอรับบริการเพียงพอ	3.98	0.88	3.93	0.76	4.10	0.61	3.98	0.79
รวม	4.25	0.55	4.25	0.52	4.39	0.38	4.28	0.51
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
16. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ	2.74	1.08	2.64	1.07	2.37	0.96	2.64	1.06
17. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ	2.83	1.14	2.64	1.07	2.27	0.87	2.66	1.08
18. มีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ยพิเศษพร้อมแจกของที่ระลึก	2.64	1.23	2.97	1.16	2.57	1.19	2.76	1.20
19. ของแถมในผลิตภัณฑ์ ต่าง ๆ มีความเหมาะสมดึงดูดความสนใจ	2.75	1.14	2.93	1.10	2.83	1.23	2.84	1.14
20. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่นบริการฝาก-ถอนใน 3 นาที, ลินเชื่อธนวิภูณุมัติใน 5 วัน, ลินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชี เสร็จภายใน 10 นาที	3.25	1.23	3.68	1.02	3.20	1.24	3.41	1.17
รวม	2.84	0.89	2.97	0.74	2.64	0.77	2.86	0.82

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส (ต่อ)

รายการ	โสด		สมรส		หย่า/แยก		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านบุคลากรของธนาคาร								
21. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.80	1.07	3.92	0.93	3.93	0.87	3.87	0.99
22. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พูดยาไพเราะ กระตือรือร้น เอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	4.02	0.89	4.03	0.89	4.20	0.76	4.05	0.87
23. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช้การให้บริการแผนกของตนเอง	3.96	0.87	4.18	0.77	4.13	0.73	4.07	0.81
24. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการ โดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย	4.02	0.85	4.24	0.87	4.20	0.71	4.14	0.84
25. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียดรอบคอบ ผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้ใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า	4.23	0.83	4.35	0.78	4.33	0.66	4.29	0.78
รวม	4.01	0.76	4.14	0.68	4.16	0.60	4.08	0.71
ด้านกระบวนการให้บริการ								
26. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน	3.57	1.22	3.61	1.25	3.33	1.27	3.55	1.23
27. อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัย	3.45	1.07	3.11	1.18	3.03	1.22	3.25	1.15
28. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบ รัดกุมตามมาตรฐานสากล	3.77	1.01	3.53	1.26	3.40	1.19	3.62	1.15
29. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว	3.71	1.18	3.58	1.20	3.43	1.25	3.62	1.20
30. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการ	3.87	0.94	3.53	1.23	3.57	1.28	3.69	1.13
รวม	3.68	0.86	3.47	1.03	3.35	1.01	3.54	0.96

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส (ต่อ)

รายการ	โสด		สมรส		หย่า/แยก		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ								
31. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี	4.10	0.87	4.20	0.84	4.13	1.10	4.14	0.90
32. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	4.14	0.88	4.08	0.92	4.07	1.20	4.11	0.95
33. ภายในอาคารสำนักงานมีความ สะอาด แสงสว่าง และอุณหภูมิที่เหมาะสม มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา	3.15	1.15	3.24	1.07	2.73	1.17	3.12	1.13
34. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย	3.50	1.31	4.07	1.19	4.10	1.21	3.82	1.27
35. ความสะดวกและความเป็นระเบียบ ของการจัดวางเอกสาร สลิป หรือ ใบคำขอต่าง ๆ	2.99	1.09	2.81	1.14	2.73	1.14	2.88	1.12
รวม	3.58	0.74	3.68	0.69	3.55	0.93	3.61	0.75
รวมทั้งหมด	3.56	0.40	3.60	0.41	3.55	0.50	3.58	0.42

จากตารางที่ 4.4 ผู้ใช้บริการที่เป็นโสด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ผู้ให้บริการที่เป็นโสด มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55 - 3.74$) จำนวน 2 รายการคือ

1. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และ บัตรเครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน
2. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของ

ลูกค้า

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพสมรส พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่สมรส ยกเว้นรายการบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และบัตรเครดิตมีเงินไม่ซับซ้อน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$) และผู้ให้บริการที่หย่า/แยก รายการ มีบริการประเภทเงินฝากและสินเชื่อที่หลากหลาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$)

ด้านราคา

ผู้ให้บริการที่เป็นโสด มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.16$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.85 - 3.48$) ทุกรายการ คือ

1. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้
2. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น
3. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ไม่

สูงเกินไป

4. ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น

ทางธุรกิจ

5. ค่าธรรมเนียมการโอนเงินในประเทศและต่างประเทศ มีความเหมาะสม

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพสมรส พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่สมรส และหย่า/แยก ยกเว้น รายการคือ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$ และ 3.53 ตามลำดับ)

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ผู้ให้บริการที่เป็นโสด มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98 - 4.44$) ทุกรายการ คือ

1. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30 - 16.30 น. ทุกวัน
2. ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมากรวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน
3. ทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ
4. ธนาคารใช้ระบบ Online ในการเชื่อมโยงการให้บริการของต่างสาขารวมทั้งบริการฝากเงินไปยังต่างธนาคารได้

5. มีการใช้ระบบคิวในการให้บริการและมีที่นั่ง ณะรอรับบริการเพียงพอ

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพสมรส พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่สมรส ยกเว้นหย่า/แยก 3 รายการ คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมากรวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน และมีการใช้ระบบคิวในการให้บริการและมีที่นั่ง ณะรอรับบริการเพียงพอ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$ 4.50 และ 4.63 ตามลำดับ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ให้บริการที่เป็น โสด มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.84$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.64 - 3.25$) ทุกรายการ คือ

1. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อชนวิภู อนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชี เสร็จภายใน 10 นาที
2. มีเอกสารหรือแผ่นพับ โฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ
3. ของแถมในผลิตภัณฑ์ ต่าง ๆ มีความเหมาะสม ดึงดูดความสนใจ
4. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ
5. มีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ย พิเศษพร้อมแจกของที่ระลึก

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพสมรส พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่สมรส ยกเว้นรายการ มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อชนวิภู อนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชี เสร็จภายใน 10 นาทีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) และผู้ที่หย่า/แยก รายการ มีเอกสารหรือแผ่นพับ โฆษณาแนะนำสินค้า และบริการ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.27$)

ด้านบุคลากรของธนาคาร

ผู้ให้บริการที่เป็น โสด มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80 - 4.23$) ทุกรายการ คือ

1. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียด รอบคอบ ผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้ใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า

2. พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาไพเราะ และกระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ
 3. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการโดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย
 4. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช่การให้บริการแผนกของตนเอง
 5. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย
- เมื่อพิจารณาตามสถานภาพสมรส พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่สมรส และผู้ที่หย่า/แยก
- ด้านการบวกรับบริการ**

ผู้ให้บริการที่เป็น โสด มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57 - 3.87$) จำนวน 4 รายการ คือ

1. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการให้บริการ
 2. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล
 3. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว
 4. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน
- นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพสมรส พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่สมรส ยกเว้นผู้ที่หย่า/แยก

3 รายการ คือ มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล และมีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33, 3.40$ และ 3.43 ตามลำดับ)

ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ผู้ให้บริการที่เป็น โสด มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50 - 4.14$) จำนวน 3 รายการคือ

1. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น
 2. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี
 3. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย
- นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพสมรส พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสและหย่า/แยก

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ								
1. มีบริการประเภทเงินฝากและ สินเชื่อที่หลากหลาย	3.36	1.22	3.59	0.94	3.33	0.97	3.46	1.08
2. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และ บัตรเครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน	3.67	1.07	3.51	0.91	3.14	0.85	3.54	0.99
3. มีบริการโอนเงินและชำระค่าบริการเกี่ยวกับสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ	3.13	0.86	3.48	0.94	3.29	1.01	3.30	0.92
4. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (การประกันชีวิต, กองทุนรวม, เช่าซื้อสินค้า ฯลฯ) มีความเหมาะสม	2.98	1.02	3.21	0.90	3.00	1.00	3.08	0.97
5. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	3.66	1.11	3.68	0.92	3.43	1.08	3.64	1.02
รวม	3.36	0.82	3.49	0.72	3.24	0.83	3.40	0.78
ด้านราคา								
6. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น	3.40	1.19	3.33	0.72	3.71	0.90	3.40	0.98
7. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้	3.55	0.85	3.27	0.74	3.48	0.93	3.42	0.82
8. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ไม่สูงเกินไป	3.21	1.04	3.17	0.77	3.48	1.17	3.22	0.94
9. ค่าธรรมเนียมการโอนเงินใน ประเทศ และต่างประเทศ มีความเหมาะสม	2.98	0.98	2.93	0.84	3.29	1.27	2.99	0.96
10. ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือ มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางธุรกิจ	3.09	1.01	3.16	0.81	3.52	1.33	3.17	0.97
รวม	3.25	0.79	3.17	0.57	3.49	0.99	3.24	0.73

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญตรี		ปริญญตรี		สูงกว่า ปริญญตรี		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย								
11. ทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและ สะดวกในการเดินทางมาติดต่อ	4.39	0.69	4.35	0.71	4.57	0.51	4.39	0.68
12. ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมาก รวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน	4.33	0.71	4.37	0.75	4.67	0.48	4.38	0.71
13. ธนาคารใช้ระบบ Online ในการเชื่อมโยงการให้บริการของต่างสาขารวมทั้ง บริการฝากเงินไปยังต่างธนาคารได้	4.06	0.97	4.22	0.72	4.19	0.68	4.14	0.84
14. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา8.30-16.30น ทุกวัน	4.45	0.66	4.45	0.69	4.71	0.46	4.48	0.66
15. มีการใช้ระบบคิวในการให้บริการและมีที่นั่ง ขณะรอรับบริการเพียงพอ	3.99	0.85	3.94	0.78	4.10	0.63	3.98	0.79
รวม	4.24	0.54	4.27	0.51	4.45	0.39	4.28	0.51
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
16. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ	2.62	1.06	2.80	1.02	2.05	1.02	2.64	1.06
17. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ	2.68	1.08	2.84	1.06	1.90	0.89	2.66	1.08
18. มีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ยพิเศษพร้อมแจกของที่ระลึก	2.74	1.24	2.88	1.14	2.38	1.24	2.76	1.20
19. ของแถมในผลิตภัณฑ์ ต่าง ๆ มีความเหมาะสมดึงดูดความสนใจ	2.79	1.25	2.90	0.96	2.76	1.33	2.84	1.14
20. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่นบริการฝาก-ถอนใน 3 นาที,สินเชื่อบัญชีออมทรัพย์ใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน,เปิดบัญชี เสร็จภายใน 10 นาที	3.18	1.28	3.66	0.92	3.38	1.40	3.41	1.17
รวม	2.80	0.92	3.02	0.67	2.49	0.88	2.86	0.82

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านบุคลากรของธนาคาร								
21. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.78	0.94	3.99	0.98	3.76	1.18	3.87	0.99
22. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ กระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	4.00	0.87	4.16	0.85	3.86	0.91	4.05	0.87
23. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความ ชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำ และแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช่การให้บริการ แผนกของตนเอง	3.96	0.78	4.21	0.77	4.00	1.05	4.07	0.81
24. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มี ความรับผิดชอบในงานบริการ โดยช่วยในการ ติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย	4.08	0.83	4.17	0.80	4.24	1.04	4.14	0.84
25. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียดรอบคอบ ผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้ใจได้ รวมถึงการ รักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า	4.29	0.75	4.26	0.84	4.43	0.68	4.29	0.78
รวม	4.02	0.68	4.15	0.68	4.06	0.88	4.09	0.71
ด้านกระบวนการให้บริการ								
26. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัย จากการปฏิบัติงานของพนักงาน	3.35	1.24	3.61	1.22	4.10	1.14	3.55	1.23
27. อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการ ของธนาคารมีความทันสมัย	3.29	1.24	3.16	1.04	3.43	1.17	3.25	1.14
28. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความ รอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล	3.55	1.18	3.60	1.12	3.95	1.12	3.62	1.15
29. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว	3.60	1.26	3.57	1.12	3.86	1.23	3.62	1.20
30. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการให้บริการ	3.75	1.17	3.67	1.08	3.48	1.12	3.69	1.12
รวม	3.51	1.02	3.52	0.89	3.76	0.97	3.54	0.96

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญตรี		ปริญญตรี		สูงกว่า ปริญญตรี		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ								
31. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี	4.20	0.90	4.09	0.89	4.14	0.96	4.14	0.90
32. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	4.19	0.96	4.02	0.93	4.10	1.00	4.11	0.95
33. ภายในอาคารสำนักงานมีความ สะอาด แสงสว่าง และอุณหภูมิที่เหมาะสม มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา	3.26	1.13	3.10	1.13	2.67	1.07	3.12	1.12
34. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย	3.65	1.33	3.77	1.24	4.17	0.72	3.82	1.28
35. ความสะดวกและความเป็นระเบียบ ของการจัดวางเอกสาร สลิป หรือ ใบคำขอต่าง ๆ	3.07	1.09	2.78	1.10	2.48	1.21	2.88	1.12
รวม	3.67	0.81	3.55	0.71	3.62	0.74	3.61	0.76
รวมทั้งหมด	3.55	0.48	3.60	0.36	3.59	0.40	3.58	0.42

จากตารางที่ 4.5 ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาสาขลา จังหวัดนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ผู้ให้บริการที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66 - 3.67$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และ บัตรเครดิต มีเงินใจไม่ซับซ้อน
2. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรี ยกเว้นรายการ มีบริการประเภทเงินฝากและสินเชื่อที่หลากหลาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) และผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี รายการบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และบัตรเครดิตมีเงินใจไม่ซับซ้อน และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$ และ 3.43 ตามลำดับ)

ด้านราคา

ผู้ให้บริการที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) จำนวน 1 รายการ คือ ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรี ยกเว้นรายการ ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$) และผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ยกเว้น 3 รายการ คือ ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$) อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น และราคาสินค้าหรือบริการของบริษัทในเครือมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$ และ 3.52 ตามลำดับ)

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาดำรงว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99 - 4.45$) ทุกรายการ คือ

1. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30 - 16.30 น. ทุกวัน
2. ทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ
3. ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมากรวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน
4. ธนาคารใช้ระบบ Online ในการเชื่อมโยงการให้บริการของต่างสาขารวมทั้งบริการฝากเงินไปยังต่างธนาคารได้

5. มีการใช้ระบบคิวในการให้บริการและมีที่นั่ง ขณะรอรับบริการเพียงพอ

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ใช้บริการปริญญาตรี ยกเว้นผู้ใช้บริการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี 3 รายการ คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมากรวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน และขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30 - 16.30 น. ทุกวัน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57, 4.67$ และ 4.71 ตามลำดับ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาดำรงว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.62 - 3.18$) ทุกรายการ คือ

1. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อชนวิภู อนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชี เสร็จภายใน 10 นาที
2. ของแถมในผลิตภัณฑ์ ต่าง ๆ มีความเหมาะสม ดึงดูดความสนใจ
3. มีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ย พิเศษพร้อมแจกของที่ระลึก
4. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ
5. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ใช้บริการปริญญาตรี ยกเว้นรายการ มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อชนวิภู อนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชี เสร็จภายใน 10 นาทีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$)

ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.49$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.76 - 3.38$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อชนวิภู อนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชี เสร็จภายใน 10 นาที
2. ของแถมในผลิตภัณฑ์ ต่าง ๆ มีความเหมาะสม ดึงดูดความสนใจ นอกนั้นอยู่ในระดับน้อย

ด้านบุคลากรของธนาคาร

ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78 - 4.29$) ทุกรายการ คือ

1. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียด รอบคอบ ผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้ใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า
 2. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการโดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย
 3. พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาไพเราะ และกระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ
 4. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช่การให้บริการแผนกของตนเอง
 5. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย
- เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี

ด้านการบวนการให้บริการ

ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55 - 3.75$) จำนวน 3 รายการ คือ

1. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการให้บริการ
 2. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว
 3. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล
- นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรี ยกเว้นรายการ มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) และสูงกว่าปริญญาตรี ยกเว้น 2 รายการ คือ มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจ

ในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) และมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$)

ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาดำรงปริญญาตรี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65 - 4.20$) จำนวน 3 รายการคือ

1. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี
 2. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น
 3. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย
- นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรี ยกเว้นผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี รายการ ความสะดวกและความเป็นระเบียบของการจัดวางเอกสาร สลิป หรือใบคำขอต่าง ๆ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.48$)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ

รายการ	นักเรียน/ นักศึกษา		รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		รับจ้าง/ พนักงานบริษัท		ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ										
1. มีบริการประเภทเงินฝากและ สินเชื่อที่หลากหลาย	2.97	0.92	3.68	1.04	3.27	1.18	3.81	0.94	3.46	1.08
2. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และ บัตรเครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน	4.09	0.81	3.47	1.05	3.30	1.03	3.54	0.83	3.54	0.99
3. มีบริการ โอนเงินและชำระค่าบริการเกี่ยวกับสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ	3.12	0.82	3.52	1.07	3.27	0.84	3.14	0.82	3.30	0.92
4. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (การประกันชีวิต, กองทุนรวม,เช่าซื้อสินค้า ฯลฯ)มีความเหมาะสม	2.70	0.95	3.21	1.03	3.07	0.95	3.22	0.85	3.08	0.97
5. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่ เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	3.67	1.05	3.79	0.97	3.50	0.97	3.59	1.14	3.64	1.02
รวม	3.31	0.55	3.53	0.89	3.28	0.81	3.45	0.68	3.40	0.78
ด้านราคา										
6. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	3.60	1.09	3.40	0.88	3.38	0.96	3.76	0.98	3.40	0.98
7. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็มบัตรเครดิตอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้	3.58	0.79	3.35	0.89	3.36	0.70	3.49	0.90	3.42	0.82
8. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ไม่สูงเกินไป	2.91	0.88	3.27	1.00	3.20	0.86	3.46	0.99	3.22	0.94
9. ค่าธรรมเนียมการโอนเงินใน ประเทศ และ ต่างประเทศ มีความเหมาะสม	2.61	0.93	2.90	1.00	3.21	0.87	3.14	0.95	2.99	0.96
10. ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือมีความ เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางธุรกิจ	2.79	1.08	3.18	1.02	3.29	0.85	3.32	0.92	3.17	0.97
รวม	2.99	0.56	3.22	0.77	3.28	0.68	3.43	0.82	3.24	0.73

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

รายการ	นักเรียน/ นักศึกษา		รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		รับจ้าง/ พนักงานบริษัท		ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย										
11. ท่าเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ	4.42	0.50	4.47	0.67	4.27	0.75	4.43	0.73	4.39	0.68
12. ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมาก รวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน	4.58	0.50	4.37	0.73	4.30	0.83	4.35	0.63	4.38	0.71
13. ธนาคารใช้ระบบ Online ในการเชื่อมโยงการให้บริการของต่างสาขารวมทั้งบริการฝากเงินไปยังต่าง ธนาคารได้	3.91	1.21	4.16	0.81	4.20	0.70	4.24	0.64	4.14	0.84
14. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30-16.30 น ทุกวัน	4.27	0.67	4.65	0.58	4.41	0.71	4.49	0.65	4.48	0.66
15. มีการใช้ระบบคิวในการให้บริการ และมีที่นั่ง ขณะรอรับบริการเพียงพอ	3.88	0.86	3.95	0.73	3.91	0.84	4.22	0.75	3.98	0.79
รวม	4.21	0.41	4.31	0.53	4.22	0.60	4.36	0.42	4.27	0.51
ด้านการส่งเสริมการตลาด										
16. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ	2.73	1.21	2.68	1.07	2.59	1.02	2.57	0.99	2.64	1.06
17. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ	3.15	1.09	2.74	1.14	2.55	1.01	2.27	0.93	2.66	1.08
18. มีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ยพิเศษ พร้อมแจกของที่ระลึก	2.45	1.44	2.92	1.16	2.63	1.05	2.97	1.21	2.76	1.20
19. ของแถมในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีความเหมาะสมดึงดูดความสนใจ	2.52	1.25	2.81	1.05	2.96	1.13	2.97	1.16	2.84	1.14
20. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อธนวัฏอนุวัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุวัติ 7 วัน, เปิดบัญชีเสร็จ ภายใน 10 นาที	3.18	1.24	3.68	0.94	3.32	1.28	3.30	1.24	3.41	1.17
รวม	2.81	1.01	2.96	0.76	2.81	0.80	2.81	0.79	2.86	0.82

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ให้บริการ จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

รายการ	นักเรียน/ นักศึกษา		รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		รับจ้าง/ พนักงานบริษัท		ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านบุคลากรของธนาคาร										
21. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.58	1.15	3.92	1.01	3.89	0.96	4.00	0.78	3.87	0.99
22. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ กระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	3.85	0.91	4.06	0.90	4.04	0.89	4.24	0.72	4.05	0.87
23. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช่การให้บริการแผนกของตนเอง	3.85	0.79	4.08	0.89	4.07	0.78	4.27	0.69	4.07	0.81
24. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการ โดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย	3.94	0.83	4.24	0.90	4.09	0.81	4.22	0.79	4.14	0.84
25. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียดรอบคอบผิดพลาดน้อย ชี้อัตว์และไว้ใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า	4.21	0.74	4.35	0.83	4.20	0.80	4.41	0.73	4.29	0.78
รวม	3.88	0.72	4.13	0.75	4.06	0.69	4.22	0.61	4.08	0.71
ด้านกระบวนการให้บริการ										
26. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน	3.70	1.26	3.89	1.22	3.34	1.21	3.16	1.14	3.55	1.23
27. อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัย	3.70	1.13	3.34	1.01	3.04	1.32	3.03	0.99	3.25	1.14
28. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล	4.06	0.93	3.76	1.13	3.39	1.22	3.32	1.13	3.62	1.15
29. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว	3.94	1.03	3.73	1.04	3.27	1.23	3.68	1.44	3.62	1.20
30. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการให้บริการ	4.18	0.77	3.68	0.94	3.57	1.28	3.43	1.32	3.69	1.12
รวม	3.91	0.77	3.68	0.86	3.32	1.07	3.32	0.98	3.54	0.96

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ให้บริการ จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

รายการ	นักเรียน/ นักศึกษา		รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		รับจ้าง/ พนักงานบริษัท		ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทาง กายภาพ										
31. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มี ชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี	4.12	0.78	4.08	0.87	4.30	0.83	4.03	1.12	4.14	0.90
32. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคง เมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	4.36	0.70	3.95	0.91	4.25	0.85	3.92	1.23	4.11	0.95
33. ภายในอาคารสำนักงานมีความ สะอาด แสงสว่าง และอุณหภูมิที่ เหมาะสม มีเจ้าหน้าที่รักษาความ ปลอดภัยตลอดเวลา	3.09	1.21	3.11	1.19	3.27	1.02	2.95	1.13	3.12	1.13
34. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย	3.21	1.32	4.10	1.16	3.93	1.23	3.73	1.35	3.82	1.28
35. ความสะดวกและความเป็นระเบียบ ของการจัดวางเอกสาร สลิป หรือ ใบคำขอต่าง ๆ	3.00	1.17	2.90	1.08	2.91	1.18	2.68	1.05	2.88	1.12
รวม	3.56	0.66	3.62	0.76	3.73	0.65	3.46	0.95	3.61	0.76
รวมทั้งหมด	3.52	0.32	3.64	0.43	3.53	0.43	3.58	0.47	3.58	0.42

จากตารางที่ 4.6 ผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67 - 4.09$) จำนวน 2 รายการคือ

1. บริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็มและบัตรเครดิต มีเงินไม่ซับซ้อน
2. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของ

ลูกค้า

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มิอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท ยกเว้นรายการ บริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และบัตรเครดิตมีเงินไม่ซับซ้อน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30$) และผู้ที่ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รายการคือ มีบริการประเภทเงินฝากและสินเชื่อที่หลากหลาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$)

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52 - 3.79$) จำนวน 3 รายการคือ

1. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของ
2. มีบริการประเภทเงินฝากและสินเชื่อที่หลากหลาย
3. มีบริการ โอนเงินและชำระค่าบริการเกี่ยวกับสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์

ฯลฯ

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านราคา

ผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.99$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58 - 3.60$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น
2. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มิอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท ยกเว้น 2 รายการคือ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสม

เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$ และ 3.38 ตามลำดับ) และรายการค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$ และ 3.36 ตามลำดับ) และผู้ใช้บริการที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รายการค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$)

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) จำนวน 1 รายการ คือ ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมากรวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน

นอกจากนี้อยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ยกเว้นรายการ ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30 - 16.30 น. ทุกวันอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$) และธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมากรวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$) ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทและอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รายการ ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมากรวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$ และ 4.35 ตามลำดับ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.52 - 3.18$) จำนวน 4 รายการ คือ

1. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อชนวิภู อนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชี เสร็จภายใน 10 นาที
2. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ
3. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ
4. ของแถมในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีความเหมาะสม ดึงดูดความสนใจ

นอกจากนี้อยู่ในระดับน้อย

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ใช้บริการรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ยกเว้นรายการ มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อชนวิภู อนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชี เสร็จภายใน 10 นาทีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) และรายการมีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ยพิเศษพร้อมแจกของขวัญใน

ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.92$) ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท รายการมีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ยพิเศษพร้อมแจกของที่ระลึก อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.63$) ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รายการมีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ยพิเศษพร้อมแจกของที่ระลึก อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.63$) และรายการมีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.27$)

ด้านบุคลากรของธนาคาร

ผู้ให้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58 - 4.21$) ทุกรายการ คือ

1. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียด รอบคอบ ผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า
 2. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการโดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย
 3. พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาไพเราะ และกระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ
 4. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช่การให้บริการแผนกของตนเอง
 5. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย
- เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ รับจ้าง/พนักงานบริษัท และค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

ด้านการบวนการให้บริการ

ผู้ให้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70 - 4.18$) ทุกรายการ คือ

1. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการให้บริการ
 2. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล
 3. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว
 4. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน
 5. อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการของธนาคารมีความทันสมัย
- เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ยกเว้นรายการอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการของธนาคารมีความทันสมัยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$)

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) จำนวน 1 รายการ คือ มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการใช้บริการ

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ใช้ที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ยกเว้น 2 รายการ คือ มีการจัดลำดับการใช้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) และมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.43$)

ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12 - 4.36$) จำนวน 2 รายการคือ

1. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น
2. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ใช้ที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจและรับจ้าง/พนักงานบริษัท ยกเว้นรายการ บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$ และ 3.93 ตามลำดับ)

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73 - 4.03$) จำนวน 3 รายการคือ

1. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี
2. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น
3. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายการ	ต่ำกว่า 10,000		10,000-20,000		20,001-30,000		มากกว่า 30,000		รวม	
	บาท		บาท		บาท		บาท			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ										
1. มีบริการประเภทเงินฝากและ สินเชื่อที่หลากหลาย	3.18	1.07	3.53	1.08	3.33	1.11	4.00	0.84	3.46	1.08
2. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และ บัตรเครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน	3.63	1.11	3.60	0.88	3.35	1.08	3.63	0.75	3.54	0.99
3. มีบริการ โอนเงินและชำระค่าบริการเกี่ยวกับสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ	3.14	0.96	3.45	0.95	3.15	0.83	3.53	0.91	3.30	0.92
4. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (การประกันชีวิต, กองทุนรวม, เช่าซื้อสินค้า ฯลฯ) มีความเหมาะสม	2.71	1.01	3.26	0.90	3.12	0.96	3.31	0.90	3.08	0.97
5. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่ เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	3.53	1.03	3.64	1.18	3.52	0.87	4.03	0.90	3.64	1.02
รวม	3.24	0.74	3.50	0.84	3.29	0.81	3.70	0.59	3.40	0.78
ด้านราคา										
6. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	3.29	0.88	3.34	1.06	3.35	1.03	3.78	0.87	3.40	0.98
7. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็มบัตรเครดิตอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้	3.29	0.86	3.45	0.72	3.37	0.89	3.66	0.79	3.42	0.82
8. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ไม่สูงเกินไป	2.94	0.84	3.28	0.93	3.31	1.00	3.44	0.98	3.22	0.94
9. ค่าธรรมเนียมการโอนเงินใน ประเทศ และ ต่างประเทศ มีความเหมาะสม	2.82	0.82	3.15	0.89	2.94	1.00	3.06	1.20	2.99	0.96
10. ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือมีความ เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางธุรกิจ	2.94	0.90	3.28	0.90	3.02	1.02	3.59	0.98	3.17	0.97
รวม	3.06	0.55	3.30	0.71	3.20	0.84	3.51	0.78	3.24	0.73

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 10,000		10,000-20,000		20,001-30,000		มากกว่า 30,000		รวม	
	บาท		บาท		บาท		บาท			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย										
11. ท่าเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ	4.47	0.58	4.21	0.79	4.44	0.67	4.50	0.62	4.39	0.68
12. ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมาก รวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน	4.55	0.54	4.19	0.90	4.37	0.65	4.47	0.62	4.38	0.71
13. ธนาคารใช้ระบบ Online ในการเชื่อมโยงการให้บริการของต่างสาขารวมทั้งบริการฝากเงินไปยังต่าง ธนาคารได้	4.29	0.76	4.08	1.03	4.08	0.79	4.13	0.67	4.14	0.84
14. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30-16.30 น ทุกวัน	4.33	0.68	4.51	0.75	4.58	0.53	4.50	0.62	4.48	0.66
15. มีการใช้ระบบคิวในการให้บริการ และมีที่นั่ง ขณะรอรับบริการเพียงพอ	4.00	0.78	3.94	0.97	3.94	0.70	4.06	0.67	3.98	0.79
รวม	4.33	0.38	4.18	0.72	4.28	0.40	4.33	0.45	4.27	0.51
ด้านการส่งเสริมการตลาด										
16. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ	2.69	1.14	2.83	1.05	2.60	1.02	2.31	0.96	2.64	1.06
17. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ	2.98	1.23	2.83	1.11	2.52	0.87	2.13	0.91	2.66	1.08
18. มีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ยพิเศษ พร้อมแจกของที่ระลึก	2.65	1.32	2.72	1.10	2.81	1.17	2.94	1.24	2.76	1.20
19. ของแถมในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีความเหมาะสมดึงดูดความสนใจ	2.63	1.31	2.75	1.11	3.00	1.03	3.03	1.33	2.84	1.14
20. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อธนวิญญูอนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชีเสร็จ ภายใน 10 นาที	3.12	1.19	3.34	1.19	3.69	1.09	3.53	1.13	3.41	1.17
รวม	2.81	0.90	2.89	0.86	2.92	0.75	2.78	0.78	2.86	0.82

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ผู้ให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 10,000		10,000-20,000		20,001-30,000		มากกว่า 30,000		รวม	
	บาท		บาท		บาท		บาท			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านบุคลากรของธนาคาร										
21. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.78	1.06	3.79	1.04	4.04	0.86	3.84	0.95	3.87	0.99
22. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ กระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	3.98	0.97	4.06	0.89	4.13	0.82	4.03	0.78	4.05	0.87
23. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช่การให้บริการแผนกของตนเอง	3.88	0.89	4.08	0.76	4.25	0.81	4.09	0.73	4.07	0.81
24. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการ โดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย	3.80	0.92	4.21	0.77	4.31	0.80	4.28	0.77	4.14	0.84
25. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียดรอบคอบผิดพลาดน้อย ชี้อัตว์และไว้วางใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า	3.92	0.89	4.36	0.74	4.44	0.64	4.53	0.72	4.29	0.78
รวม	3.87	0.80	4.10	0.66	4.23	0.66	4.15	0.64	4.09	0.71
ด้านกระบวนการให้บริการ										
26. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน	3.00	1.25	3.68	1.22	3.79	1.18	3.81	1.09	3.55	1.23
27. อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัย	2.92	1.21	3.40	1.11	3.35	1.10	3.38	1.10	3.25	1.14
28. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล	3.37	1.17	3.72	1.15	3.65	1.19	3.78	1.04	3.62	1.15
29. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว	3.31	1.26	3.60	1.10	3.79	1.27	3.84	1.08	3.62	1.20
30. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการให้บริการ	3.61	1.22	3.72	1.08	3.65	1.08	3.81	1.15	3.69	1.13
รวม	3.24	0.99	3.62	0.96	3.64	0.95	3.72	0.85	3.54	0.96

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 10,000		10,000-20,000		20,001-30,000		มากกว่า 30,000		รวม	
	บาท		บาท		บาท		บาท			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทาง										
กายภาพ										
31. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี	4.14	0.94	4.13	0.92	4.02	0.85	4.38	0.87	4.14	0.90
32. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	4.14	1.07	4.08	1.00	3.98	0.75	4.31	0.93	4.11	0.95
33. ภายในอาคารสำนักงานมีความสะอาด แสงสว่าง และอุณหภูมิที่เหมาะสม มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา	3.27	1.22	3.30	1.14	2.88	0.98	2.97	1.15	3.12	1.13
34. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย	3.31	1.45	3.64	1.27	4.08	1.10	4.50	0.80	3.82	1.27
35. ความสะดวกและความเป็นระเบียบของการจัดวางเอกสาร สลิป หรือใบคำขอต่าง ๆ	2.92	1.18	3.19	1.09	2.62	1.01	2.72	1.14	2.88	1.12
รวม	3.56	0.83	3.67	0.86	3.51	0.57	3.77	0.71	3.61	0.76
รวมทั้งหมด	3.44	0.40	3.61	0.48	3.58	0.39	3.71	0.35	3.58	0.42

จากตารางที่ 4.7 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.44$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53 - 3.63$) จำนวน 2 รายการคือ

1. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็มและบัตรเครดิต มีเงินใจไม่ซับซ้อน
2. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่ เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของ

ลูกค้า

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ใช้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ยกเว้นรายการ บริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และบัตรเครดิตมีเงินใจไม่ซับซ้อน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$)

ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53 - 3.64$) จำนวน 3 รายการ คือ

1. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของ

ลูกค้า

2. บริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็มและบัตรเครดิต มีเงินใจไม่ซับซ้อน

3. มีบริการประเภทเงินฝากและสินเชื่อที่หลากหลาย

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ใช้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ยกเว้นรายการ มีบริการโอนเงินและชำระค่าบริการเกี่ยวกับสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$)

ด้านราคา

ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.06$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.82 - 3.29$) ทุกรายการ คือ

1. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น

2. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้
3. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ไม่สูงเกินไป

4. ราคาสินค้าหรือบริการของบริษัทในเครือมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
ชั้นทางธุรกิจ

5. ค่าธรรมเนียมในการโอนเงินในประเทศและต่างประเทศ มีความเหมาะสม
เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
10,000-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ใน
ระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59 - 3.78$) จำนวน
3 รายการ คือ

1. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น
2. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้
3. ราคาสินค้าหรือบริการของบริษัทในเครือมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
ทางธุรกิจ

นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ใน
ระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$) จำนวน 1
รายการ คือ ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมาก รวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน
นอกจากนี้อยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท ยกเว้นรายการขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30-
16.30 น.ทุกวัน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$ และ 4.58 ตามลำดับ) และรายการธนาคารมีสาขา
เปิดให้บริการจำนวนมาก รวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$
และ 4.37 ตามลำดับ)

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} =$
4.33) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. ทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ
2. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30-16.30 น.ทุกวัน

นอกนั้นอยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.63 - 3.12$) ทุกรายการ คือ

1. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ผาก-ถอนใน 3 นาที, สิ้นเชื้อชนวัฏ อนุมัติใน 5 วัน, สิ้นเชื้อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชี เสร็จภายใน 10 นาที
2. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ
3. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ
4. มีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ย พิเศษพร้อมแจกของที่ระลึก
5. ของแถมในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีความเหมาะสม ดึงดูดความสนใจ

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ใช้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ยกเว้นผู้ใช้ที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท รายการ มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ผาก-ถอนใน 3 นาที, สิ้นเชื้อชนวัฏ อนุมัติใน 5 วัน, สิ้นเชื้อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชี เสร็จภายใน 10 นาที อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$ และ 3.53 ตามลำดับ)

ด้านบุคลากรของธนาคาร

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78 - 3.98$) ทุก รายการ คือ

1. พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาไพเราะ และกระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ
2. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียด รอบคอบ ผิดพลาดน้อย ช้อสัตย์และไว้วางใจได้ รวมถึงการรักษาสภาพประโยชน์และความลับของลูกค้า
3. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช่การให้บริการแผนกของตนเอง
4. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการโดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย
5. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ใช้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท ยกเว้นผู้ใช้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท

รายการ พนักงานให้บริการด้วยความละเอียด รอบคอบ ผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้ใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$)

ด้านการบวกรับบริการ

ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) จำนวน 1 รายการ คือ มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการให้บริการ

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60-3.72$) จำนวน 4 รายการคือ

1. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการให้บริการ
2. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล
3. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน
4. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท

ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น
2. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท ยกเว้นรายการ บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$ และ 4.08 ตามลำดับ) และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท รายการ บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$)

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ให้บริการ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ

รายการ	น้อยกว่า 1 ปี		1 – 2 ปี		3 – 4 ปี		มากกว่า 4 ปี		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ										
1. มีบริการประเภทเงินฝากและ สินเชื่อที่หลากหลาย	3.03	1.02	3.28	1.04	3.63	0.98	4.04	1.19	3.46	1.08
2. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และ บัตรเครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน	4.06	0.93	3.27	1.03	3.58	0.87	3.59	0.97	3.54	0.99
3. มีบริการโอนเงินและชำระค่าบริการเกี่ยวกับสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ	3.26	0.97	3.11	0.85	3.46	0.90	3.48	1.05	3.30	0.92
4. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (การประกันชีวิต, กองทุนรวม, เช่าซื้อสินค้า ฯลฯ) มีความเหมาะสม	2.52	0.89	3.04	0.93	3.32	0.92	3.30	1.03	3.08	0.97
5. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	3.45	1.06	3.45	1.04	3.78	0.95	4.07	0.96	3.64	1.02
รวม	3.26	0.66	3.23	0.79	3.55	0.74	3.70	.084	3.40	.078
ด้านราคา										
6. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	3.16	1.10	3.24	0.96	3.64	0.89	3.59	0.97	3.40	0.98
7. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็มบัตรเครดิตอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้	3.61	0.96	3.27	0.83	3.47	0.77	3.48	0.70	3.42	0.82
8. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ไม่สูงเกินไป	3.10	1.01	3.07	0.92	3.44	0.93	3.30	0.91	3.22	0.94
9. ค่าธรรมเนียมการโอนเงินใน ประเทศ และ ต่างประเทศ มีความเหมาะสม	3.00	0.78	2.92	0.94	3.17	0.98	2.78	1.12	2.99	0.96
10. ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือ มีความ เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ	3.16	0.93	2.89	1.03	3.42	0.93	3.37	0.74	3.17	0.97
รวม	3.21	0.62	3.08	0.74	3.43	0.77	3.30	0.69	3.24	0.73

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ให้บริการ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ (ต่อ)

รายการ	น้อยกว่า 1 ปี		1 – 2 ปี		3 – 4 ปี		มากกว่า 4 ปี		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย										
11. ทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ	4.39	0.67	4.35	0.66	4.42	0.72	4.44	0.70	4/39	0.68
12. ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมาก รวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน	4.55	0.81	4.42	0.60	4.27	0.76	4.33	0.73	4.38	0.71
13. ธนาคารใช้ระบบ Online ในการเชื่อมโยงการให้บริการของต่างสาขารวมทั้งบริการฝากเงินไปยังต่างธนาคารได้	4.03	0.98	4.27	0.76	4.07	0.89	4.11	0.75	4.14	0.83
14. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30-16.30 น ทุกวัน	4.13	0.81	4.54	0.58	4.58	0.65	4.52	0.58	4.48	0.66
15. มีการใช้ระบบคิวในการให้บริการ และมีที่นั่ง ขณะรอรับบริการเพียงพอ	3.94	0.93	3.99	0.76	3.95	0.80	4.07	0.73	3.98	0.79
รวม	4.21	0.62	4.31	0.43	4.26	0.58	4.30	0.41	4.27	0.51
ด้านการส่งเสริมการตลาด										
16. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่างๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ	2.71	1.01	2.58	1.10	2.63	1.06	2.74	1.02	2.64	1.06
17. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ	2.97	1.11	2.61	1.06	2.69	1.09	2.41	1.08	2.66	1.08
18. มีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ยพิเศษ พร้อมแจกของที่ระลึก	2.48	1.29	2.66	1.21	2.97	1.07	2.89	1.34	2.76	1.20
19. ของแถมในผลิตภัณฑ์ ต่าง ๆ มีความเหมาะสมดึงดูดความสนใจ	2.42	1.12	2.68	1.19	3.17	0.97	3.00	1.18	2.84	1.14
20. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อชนวิภู อนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชีเสร็จ ภายใน 10 นาที	2.84	1.29	3.32	1.23	3.66	1.03	3.74	0.90	3.41	1.17
รวม	2.68	0.88	2.77	0.87	3.02	0.73	2.96	0.78	2.86	0.82

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ (ต่อ)

รายการ	น้อยกว่า 1 ปี		1 – 2 ปี		3 – 4 ปี		มากกว่า 4 ปี		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านบุคลากรของธนาคาร										
21. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.81	1.22	3.76	1.02	3.92	0.86	4.11	0.84	3.87	0.99
22. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ กระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	4.13	1.06	3.93	0.88	4.05	0.82	4.30	0.67	4.05	0.87
23. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช่งานให้บริการแผนกของตนเอง	3.87	0.88	3.99	0.84	4.17	0.75	4.33	0.73	4.07	0.81
24. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการ โดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย	3.90	1.04	4.10	0.85	4.17	0.77	4.44	0.64	4.14	0.84
25. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียดรอบคอบผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้ใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า	4.03	0.80	4.21	0.77	4.39	0.81	4.59	0.64	4.29	0.78
รวม	3.95	0.86	3.99	0.71	4.14	0.65	4.36	0.54	4.09	0.71
ด้านกระบวนการให้บริการ										
26. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน	3.35	1.33	3.31	1.26	3.68	1.24	4.11	0.80	3.55	1.23
27. อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัย	3.35	1.25	3.08	1.17	3.25	1.06	3.56	1.12	3.25	1.14
28. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล	3.65	1.14	3.51	1.21	3.66	1.12	3.78	1.09	3.62	1.15
29. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว	3.55	1.12	3.48	1.28	3.71	1.16	3.85	1.17	3.62	1.20
30. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการให้บริการ	3.81	1.08	3.56	1.18	3.63	1.08	4.00	1.11	3.69	1.12
รวม	3.54	0.96	3.39	1.00	3.59	0.95	3.86	0.82	3.54	0.96

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ (ต่อ)

รายการ	น้อยกว่า 1 ปี		1 – 2 ปี		3 – 4 ปี		มากกว่า 4 ปี		รวม	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทาง กายภาพ										
31. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มี ชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี	4.16	0.90	4.04	0.95	4.32	0.84	4.00	0.87	4.14	0.90
32. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคง เมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	4.32	1.05	3.99	1.02	4.22	0.79	3.93	0.92	4.11	0.95
33. ภายในอาคารสำนักงานมีความ สะอาด แสงสว่าง และอุณหภูมิที่ เหมาะสม มีเจ้าหน้าที่รักษาความ ปลอดภัยตลอดเวลา	3.45	1.34	3.04	1.01	3.12	1.18	2.96	1.06	3.12	1.13
34. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย	3.03	1.47	3.72	1.24	4.27	1.03	4.00	1.18	3.82	1.27
35. ความสะดวกและความเป็นระเบียบ ของการจัดวางเอกสาร สลิป หรือ ใบคำขอต่าง ๆ	3.00	1.24	2.85	1.02	2.95	1.18	2.67	1.11	2.88	1.12
รวม	3.59	0.84	3.53	0.74	3.78	0.75	3.51	0.67	3.61	0.76
รวมทั้งหมด	3.49	0.42	3.47	0.40	3.68	0.41	3.71	0.42	3.58	0.42

จากตารางที่ 4.8 ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ใน ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปาน กลาง ($\bar{X} = 3.26$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) จำนวน 1 รายการคือ บริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็มและบัตรเครดิต มีเงินไม่สะดุ้ง

นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามระยะเวลาที่ใช้บริการ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่ระยะเวลาที่ใช้ บริการ 1-2 ปี ยกเว้นรายการ บริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และบัตรเครดิตมีเงินไม่สะดุ้ง อยู่ใน ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$)

ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ 3-4 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58-3.78$) จำนวน 3 รายการคือ

1. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของ ลูกค้า

2. มีบริการประเภทเงินฝากและสินเชื่อที่หลากหลาย

3. บริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็มและบัตรเครดิต มีเงินไม่สะดุ้ง

นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามระยะเวลาที่ใช้บริการ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ระยะเวลาที่ใช้บริการมากกว่า 4 ปี

ด้านราคา

ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปาน กลาง ($\bar{X} = 3.21$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) จำนวน 1 รายการคือ ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามระยะเวลาที่ใช้บริการ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่ระยะเวลาที่ใช้ บริการ 1-2 ปี ยกเว้นรายการ ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ ยอมรับได้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$) และผู้ที่ระยะเวลาที่ใช้บริการ 3-4 ปีและมากกว่า 4 ปี รายการ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น อยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$ และ 3.59 ตามลำดับ)

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$) จำนวน 1 รายการคือ ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมาก รวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน

นอกจากนี้อยู่ในระดับมาก

ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาใช้บริการ 1-2 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$) จำนวน 1 รายการ คือ ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30-16.30 น.ทุกวัน

นอกจากนี้อยู่ในระดับมาก

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ 3-4 ปี และมากกว่า 4 ปี

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.71-2.97$) จำนวน 3 รายการคือ

1. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ
2. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อชนวิภู อนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชี เสร็จภายใน 10 นาที
3. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ

นอกจากนี้อยู่ในระดับน้อย

เมื่อพิจารณาตามระยะเวลาที่ใช้บริการ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ 1-2 ปี ยกเว้นรายการ ของแถมในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีความเหมาะสมดึงดูดความสนใจ และมีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ยพิเศษพร้อมแจกของที่ระลึก อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.68$ และ 2.66 ตามลำดับ)

ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ 3-4 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$) จำนวน 1 รายการคือ มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อชนวิภู อนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชี เสร็จภายใน 10 นาที

นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ใช้บริการ มากกว่า 4 ปี ยกเว้นรายการ มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.41$)

ด้านบุคลากรของธนาคาร

ผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81 - 4.13$) ทุกรายการ คือ

1. พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาไพเราะ และกระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ
2. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียด รอบคอบ ผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้ใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า
3. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการโดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย
4. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช่การให้บริการแผนกของตนเอง

5. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย

เมื่อพิจารณาตามระยะเวลาที่ใช้บริการ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ 1-2 ปี และ 3-4 ปี ยกเว้นผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการมากกว่า 4 ปี รายการพนักงานให้บริการด้วยความละเอียด รอบคอบ ผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้ใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$)

ด้านการบวนการให้บริการ

ผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55 - 3.81$) จำนวน 3 รายการ คือ

1. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการให้บริการ
2. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล
3. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว

นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามระยะเวลาที่ใช้บริการ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ 1-2 ปี ยกเว้นรายการ มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$) ผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ 3-4 ปี ยกเว้นรายการ มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) และผู้ที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการมากกว่า 4 ปี ยกเว้นรายการ มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน และอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$ และ 3.56 ตามลำดับ)

ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16 - 4.32$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น
2. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี
นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามระยะเวลาที่ใช้บริการ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ 1-2 ปี 3-4 ปี และมากกว่า 4 ปี ยกเว้นรายการ บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และ มีความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.7, 4.27$ และ 4.00 ตามลำดับ)

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของ ผู้ใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการของ ผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ

รายการ	ชาย		หญิง		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ					
1. มีบริการประเภทเงินฝากและสินเชื่อที่หลากหลาย	3.37	1.11	3.53	1.06	0.132
2. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และบัตรเครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน	3.59	1.00	3.50	0.98	0.012
3. มีบริการโอนเงินและชำระค่าบริการเกี่ยวกับ สาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ	3.38	0.89	3.23	0.95	0.144
4. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (การประกันชีวิต, กองทุนรวม,เช่าซื้อสินค้า ฯลฯ)มีความเหมาะสม	3.10	0.95	3.06	0.99	0.286
5. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่ เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	3.65	1.02	3.64	1.03	0.034
รวม	3.42	0.73	3.39	0.83	0.913
ด้านราคา					
6. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น	3.33	1.04	3.47	0.93	1.307
7. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม บัตร เครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้	3.32	0.84	3.51	0.80	0.065
8. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ไม่สูงเกินไป	3.00	0.92	3.42	0.92	4.408**
9. ค่าธรรมเนียมการโอนเงินในประเทศและต่าง ประเทศ มีความเหมาะสม	2.92	1.03	3.05	0.89	1.508
10. ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือมีความ เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางธุรกิจ	3.00	0.97	3.32	0.95	1.110
รวม	3.11	0.73	3.35	0.72	0.108

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

รายการ	ชาย		หญิง		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย					
11. ท่าเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ	4.42	0.69	4.37	0.68	0.084
12. ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมาก รวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน	4.42	0.71	4.35	0.72	0.009
13. ธนาคารใช้ระบบ Online ในการเชื่อมโยงการให้บริการของต่างสาขารวมทั้งบริการฝากเงินไปยังต่างธนาคารได้	4.18	0.81	4.11	0.86	0.014
14. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30-16.30 น ทุกวัน	4.56	0.64	4.41	0.67	0.625
15. มีการใช้ระบบคิวในการให้บริการและมีที่นั่งขณะรอรับบริการเพียงพอ	3.93	0.80	4.02	0.79	1.205
รวม	4.30	0.512	4.25	0.52	0.091
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
16. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่าง ๆ	2.49	1.09	2.77	1.01	1.201
17. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ	2.61	0.99	2.71	1.17	3.129**
18. มีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ยพิเศษพร้อมแจ็กของที่ระลึก	2.64	1.23	2.87	1.17	1.009
19. ของแถมในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีความเหมาะสมดึงดูดความสนใจ	2.73	1.13	2.93	1.14	0.274
20. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อธนวัฏอนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชีเสร็จภายใน 10 นาที	3.33	1.25	3.48	1.10	2.256*
รวม	2.75	0.84	2.95	0.80	1.586

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

รายการ	ชาย		หญิง		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านบุคลากรของธนาคาร					
21. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.63	0.98	4.08	0.95	0.949
22. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ และ กระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	3.92	0.86	4.17	0.86	0.264
23. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความ ชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำ แนะนำและแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช่การให้ บริการแผนกของตนเอง	3.94	0.82	4.19	0.79	0.154
24. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการโดยช่วยในการ ติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย	3.99	0.89	4.27	0.78	0.183
25. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียดรอบคอบ ผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้ใจได้ รวมถึงการ รักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า	4.18	0.85	4.39	0.71	1.558
รวม	3.93	0.70	4.22	0.68	0.005
ด้านกระบวนการให้บริการ					
26. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัย จากการปฏิบัติงานของพนักงาน	3.47	1.34	3.62	1.13	5.062**
27. อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการ ของธนาคารมีความทันสมัย	3.15	1.21	3.34	1.85	1.113
28. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบ คอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล	3.69	1.15	3.55	1.15	0.010
29. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว	3.53	1.30	3.69	1.01	5.031**
30. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการให้บริการ	3.59	1.25	3.77	1.00	8.687**
รวม	3.49	1.40	3.59	0.88	4.817**

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการของ ผู้ให้บริการ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

รายการ	ชาย		หญิง		t
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ					
31. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี	4.08	0.96	4.20	0.84	0.839
32. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับ ธนาคารอื่น	4.08	0.98	4.13	.092	0.044
33. ภายในอาคารสำนักงานมีความสะอาด แสง สว่างและอุณหภูมิที่เหมาะสม มีเจ้าหน้าที่ รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา	2.92	1.07	3.30	1.15	1.229
34. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และ มีความปลอดภัย	3.86	1.36	3.78	1.20	1.177
35. ความสะดวกและความเป็นระเบียบของการจัด วางเอกสาร สลิป หรือใบคำขอต่าง ๆ	2.70	1.00	3.03	1.20	2.125*
รวม	3.53	0.75	3.69	0.76	0.025
รวมทั้งหมด	3.51	0.41	3.64	0.42	2.136*

* $P \geq 0.05$

df = ∞

t = 1.960

** $P \geq 0.01$

df = ∞

t = 2.576

จากตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และ ด้านบุคลากรของธนาคาร

ผู้ใช้บริการเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านราคา

ผู้ตอบผู้ใช้บริการเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ไม่สูงเกินไป

นอกจากนี้ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ใช้บริการเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่นการบริการฝาก-ถอนใน 3 นาที,สินเชื่อบุคคลอนุมัติใน 5 วัน,สินเชื่อบุคคลอนุมัติ 7 วัน,เปิดบัญชีเสร็จภายใน 10 นาที

นอกจากนี้ไม่แตกต่างกัน

ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ใช้บริการเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 3 รายการ คือ

1. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน
2. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว
3. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการ

นอกจากนี้ไม่แตกต่างกัน

ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ผู้ให้บริการเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ความสะดวกและความเป็นระเบียบของการจัดวางเอกสาร สลิป หรือใบคำขอต่าง ๆ นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามอายุ

รายการ	ต่ำกว่า 30 ปี		30 ปี – 40 ปี		41 ปี – 50 ปี		50 ปีขึ้นไป		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ									
1. มีบริการประเภทเงินฝากและ สินเชื่อที่ หลากหลาย	3.24	1.11	3.45	0.89	3.37	1.24	4.00	0.93	3.63*
2. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และ บัตรเครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน	3.69	0.98	3.55	0.87	3.29	1.14	3.68	0.91	1.73
3. มีบริการโอนเงินและชำระค่าบริการ เกี่ยวกับสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ	3.27	0.83	3.36	0.98	3.24	0.95	3.32	0.98	0.15
4. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (การ ประกันชีวิต, กองทุนรวม,เช่าซื้อ สินค้า ฯลฯ)มีความเหมาะสม	2.93	0.96	3.06	0.89	3.10	1.01	3.35	1.05	1.31
5. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า	3.56	1.07	3.74	0.88	3.43	1.12	3.97	0.95	2.06
รวม	3.34	0.71	3.43	0.70	3.29	0.92	3.66	0.77	1.70
ด้านราคา									
6. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความ เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น	3.22	0.94	3.47	0.87	3.31	1.00	3.77	1.12	2.44
7. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.- เอ็ม บัตรเครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้	3.47	0.77	3.38	0.79	3.35	0.69	3.52	1.12	0.39
8. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่า สินค้าและบริการ รวมถึงค่า สาธารณูปโภคต่าง ๆ ไม่สูงเกินไป	2.91	0.84	3.36	0.86	3.33	0.88	3.39	1.23	2.99*
9. ค่าธรรมเนียมการโอนเงินใน ประเทศ และต่างประเทศ มีความเหมาะสม	2.82	0.88	3.21	0.84	3.02	1.01	2.87	1.15	1.69
10. ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือ มีความ เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับ คู่แข่งชั้นทางธุรกิจ	2.96	1.04	3.36	0.90	3.16	0.85	3.23	1.12	1.54
รวม	3.08	0.61	3.35	0.70	3.23	0.65	3.35	1.02	1.62

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามอายุ (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 30 ปี		30 ปี – 40 ปี		41 ปี – 50 ปี		50 ปีขึ้นไป		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย									
11. ทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ	4.35	0.73	4.26	0.71	4.47	0.65	4.58	0.56	1.73
12. ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมาก รวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน	4.42	0.79	4.28	0.74	4.43	0.65	4.42	0.62	0.49
13. ธนาคารใช้ระบบ Online ในการเชื่อมโยง การให้บริการของต่างสาขา รวมทั้งบริการฝากเงิน ไปยังต่างธนาคารได้	4.18	1.09	4.08	0.81	4.29	0.58	3.97	0.71	1.08
14. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30-16.30 น ทุกวัน	4.31	0.69	4.45	0.72	4.63	0.57	4.58	0.56	2.44
15. มีการใช้ระบบคิวในการให้บริการและมีที่นั่ง ขณะรอรับบริการเพียงพอ	3.98	0.93	3.83	0.75	4.04	0.68	4.13	0.76	1.09
รวม	4.24	0.57	4.18	0.55	4.37	0.40	4.33	0.49	1.37
ด้านการส่งเสริมการตลาด									
16. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่างๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ	2.82	1.07	2.64	1.06	2.65	1.13	2.29	0.86	1.67
17. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ	3.00	1.22	2.77	1.07	2.49	0.96	2.16	0.82	4.87**
18. มีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ย พิเศษพร้อมแจกของที่ระลึก	2.62	1.28	2.89	1.20	2.69	1.08	2.90	1.25	0.64
19. ของแถมในผลิตภัณฑ์ ต่าง ๆ มีความเหมาะสม ดึงดูดความสนใจ	2.60	1.16	2.77	1.12	3.04	0.93	3.03	1.35	1.70
20. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อ ธนวิภูอนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัย อนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชี เสร็จภายใน 10 นาที	3.16	1.24	3.53	1.14	3.41	1.15	3.65	1.08	1.42
รวม	2.84	0.94	2.92	0.78	2.86	0.72	2.81	0.86	0.15

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามอายุ (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 30 ปี		30 ปี – 40 ปี		41 ปี – 50 ปี		50 ปีขึ้นไป		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านบุคลากรของธนาคาร									
21. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.75	1.13	3.98	0.91	4.00	0.93	3.68	0.91	1.20
22. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ กระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	3.95	0.99	4.15	0.82	4.06	0.80	4.06	0.85	0.50
23. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช่การให้บริการแผนกของตนเอง	3.87	0.88	4.15	0.79	4.18	0.70	4.13	0.85	1.65
24. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการ โดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย	3.87	0.90	4.17	0.80	4.35	0.75	4.23	0.85	3.07*
25. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียดรอบคอบ ผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า	4.18	0.84	4.21	0.86	4.37	0.70	4.52	0.63	1.58
รวม	3.92	0.82	4.13	0.67	4.19	0.59	4.12	0.70	1.45
ด้านกระบวนการให้บริการ									
26. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน	3.38	1.30	3.55	1.23	3.82	1.13	3.42	1.26	1.22
27. อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัย	3.35	1.21	3.23	1.10	3.31	1.18	3.03	1.08	0.54
28. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล	3.73	1.15	3.55	1.08	3.76	1.13	3.32	1.28	1.15
29. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว	3.56	1.27	3.57	1.08	3.65	1.20	3.74	1.29	0.19
30. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการให้บริการ	3.87	1.19	3.45	1.01	3.67	1.07	3.77	1.26	1.34
รวม	3.58	1.02	3.47	0.90	3.64	0.93	3.45	1.01	0.38

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามอายุ (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 30 ปี		30 ปี – 40 ปี		41 ปี – 50 ปี		50 ปีขึ้นไป		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ									
31. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี	4.24	0.79	4.11	0.97	3.98	0.83	4.29	1.04	1.04
32. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	4.31	0.79	4.02	0.97	3.96	0.91	4.13	1.18	1.40
33. ภายในอาคารสำนักงานมีความสะอาด แสงสว่างและอุณหภูมิที่เหมาะสม มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา	3.33	1.19	3.38	1.02	2.69	0.98	3.00	1.24	4.19**
34. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย	3.29	1.36	3.75	1.31	4.18	1.01	4.29	1.10	6.46**
35. ความสะดวกและความเป็นระเบียบของการจัดวางเอกสาร สลิป หรือใบคำขอต่าง ๆ	3.05	1.11	3.08	1.12	2.53	1.08	2.77	1.09	2.74*
รวม	3.64	0.75	3.67	0.77	3.47	0.60	3.70	0.95	0.83
รวมทั้งหมด	3.52	0.43	3.59	0.38	3.57	0.39	3.63	0.52	0.54

* $P \geq 0.05$ $df_1 = 3$ $df_2 = \infty$ $F = 2.60$

** $P \geq 0.01$ $df_1 = 3$ $df_2 = \infty$ $F = 3.78$

จากตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ให้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีบริการประเภทเงินฝากและสินเชื่อที่หลากหลาย

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านราคา

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ไม่สูงเกินไป

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และ ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมและพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านบุคลากรของธนาคาร

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการ โดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ภายในอาคารสำนักงานมีความสะอาด แสงสว่างและอุณหภูมิที่เหมาะสม มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา
2. บริเวณที่สถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ความสะดวกและความเป็นระเบียบของการจัดวางเอกสาร สลิป หรือใบคำขอต่าง ๆ นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายคู่ ดังนี้

1. มีบริการประเภทเงินฝากและสินเชื่อที่หลากหลาย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญแตกต่างกับอายุ ต่ำกว่า 30 ปี และอายุ 41-50 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และต่างจากอายุ 30-40 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
2. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าธรรมเนียมประเภทต่าง ๆ ไม่สูงเกินไป ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับอายุ 30-40 ปี 41-50 ปี และ 50 ปี ขึ้นไป ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
3. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับอายุ 50 ปี ขึ้นไป ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับ อายุ 41-50 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-40 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับอายุ 50 ปี ขึ้นไป ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
4. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการโดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมายผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับอายุ 41-50 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

5. ภายในอาคารสำนักงานมีความสะอาด แสงสว่างและอุณหภูมิที่เหมาะสม มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับอายุ ต่ำกว่า 30 ปี และ 30-40 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

6. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับอายุ 41-50 ปี และ อายุ 50 ปี ขึ้นไป ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

7. ความสะดวกและความเป็นระเบียบของการจัดวางเอกสาร สลิป หรือใบคำขอต่าง ๆ มีตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 541-50 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับอายุ ต่ำกว่า 30 ปี และ อายุ 30-40 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามสถานภาพสมรส

รายการ	โสด		สมรส		หย่า/แยก		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ							
1. มีบริการประเภทเงินฝากและ สินเชื่อที่หลากหลาย	3.35	0.99	3.46	1.15	3.77	1.14	1.69
2. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และ บัตรเครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน	3.74	0.87	3.27	1.09	3.67	0.92	4.88**
3. มีบริการโอนเงินและชำระค่าบริการเกี่ยวกับสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ	3.26	0.91	3.34	0.93	3.30	0.99	0.13
4. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (การประกันชีวิต, กองทุนรวม, เช่าซื้อสินค้า ฯลฯ) มีความเหมาะสม	3.08	0.96	3.16	0.97	2.87	1.01	0.99
5. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	3.55	1.03	3.69	1.00	3.80	1.03	0.79
รวม	3.40	0.71	3.38	0.85	3.48	0.82	0.17
ด้านราคา							
6. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น	3.27	0.92	3.50	0.92	3.53	1.22	1.37
7. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้	3.48	0.75	3.39	0.72	3.33	1.18	0.41
8. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ไม่สูงเกินไป	3.18	0.88	3.27	0.90	3.23	1.22	0.19
9. ค่าธรรมเนียมการโอนเงินใน ประเทศ และ ต่างประเทศ มีความเหมาะสม	2.85	0.87	3.16	0.94	2.97	1.19	2.19
10. ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือ มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางธุรกิจ	3.01	1.00	3.31	0.84	3.27	1.14	2.06
รวม	3.16	0.64	3.33	0.70	3.27	1.01	1.08

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามสถานภาพสมรส (ต่อ)

รายการ	โสด		สมรส		หย่า/แยก		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย							
11. ทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและ สะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ	4.32	0.70	4.43	0.72	4.50	0.51	0.96
12. ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมาก รวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน	4.40	0.73	4.31	0.74	4.50	0.57	0.83
13. ธนาคารใช้ระบบ Online ในการเชื่อมโยงการให้บริการของต่างสาขารวมทั้ง บริการฝากเงินไปยังต่างธนาคารได้	4.13	0.97	4.12	0.76	4.23	0.63	0.21
14. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30- 16.30น ทุกวัน	4.44	0.67	4.46	0.69	4.63	0.56	1.00
15. มีการใช้ระบบคิวในการให้บริการและมีที่นั่ง ขณะรอรับบริการเพียงพอ	3.98	0.88	3.93	0.76	4.10	0.61	0.47
รวม	4.25	0.55	4.25	0.52	4.39	0.38	0.94
ด้านการส่งเสริมการตลาด							
16. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ	2.74	1.08	2.64	1.07	2.37	0.96	1.37
17. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ	2.83	1.14	2.64	1.07	2.27	0.87	3.13*
18. มีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ยพิเศษพร้อมแจกของที่ระลึก	2.64	1.23	2.97	1.16	2.57	1.19	1.97
19. ของแถมในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีความเหมาะสมดึงดูดความสนใจ	2.75	1.14	2.93	1.10	2.83	1.23	0.50
20. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่นบริการฝาก-ถอนใน 3 นาที,สินเชื่อบัญชีออมทรัพย์ใน 5 วัน,สินเชื่อบัญชีออมทรัพย์ 7 วัน,เปิดบัญชี เสรีภายใน 10 นาที	3.25	1.23	3.68	1.02	3.20	1.24	3.26*
รวม	2.84	0.89	2.97	0.74	2.64	0.77	1.70

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามสถานภาพสมรส (ต่อ)

รายการ	โสด		สมรส		หย่า/แยก		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านบุคลากรของธนาคาร							
21. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.80	1.07	3.92	0.93	3.93	0.87	0.38
22. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ กระตือรือร้น เอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	4.02	0.89	4.03	0.89	4.20	0.76	0.51
23. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช่การให้บริการแผนกของตนเอง	3.96	0.87	4.18	0.77	4.13	0.73	1.44
24. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการโดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย	4.02	0.85	4.24	0.87	4.20	0.71	1.44
25. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียดรอบคอบ ผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้ใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า	4.23	0.83	4.35	0.78	4.33	0.66	0.55
รวม	4.01	0.76	4.14	0.68	4.16	0.60	0.93
ด้านกระบวนการให้บริการ							
26. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน	3.57	1.22	3.61	1.25	3.33	1.27	0.56
27. อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัย	3.45	1.07	3.11	1.18	3.03	1.22	2.45
28. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล	3.77	1.01	3.53	1.26	3.40	1.19	1.56
29. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวกรวดเร็ว	3.71	1.18	3.58	1.20	3.43	1.25	0.66
30. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการ	3.87	0.94	3.53	1.23	3.57	1.28	2.04
รวม	3.68	0.86	3.47	1.03	3.35	1.01	1.62

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามสถานภาพสมรส (ต่อ)

รายการ	โสด		สมรส		หย่า/แยก		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ							
31. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี	4.10	0.87	4.20	0.84	4.13	1.10	0.28
32. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	4.14	0.88	4.08	0.92	4.07	1.20	0.11
33. ภายในอาคารสำนักงานมีความ สะอาด แสงสว่าง และอุณหภูมิที่เหมาะสม มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา	3.15	1.15	3.24	1.07	2.73	1.17	2.27
34. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย	3.50	1.31	4.07	1.19	4.10	1.21	4.97**
35. ความสะดวกและความเป็นระเบียบ ของการจัดวางเอกสาร สลิป หรือ ใบคำขอต่าง ๆ	2.99	1.09	2.81	1.14	2.73	1.14	0.79
รวม	3.58	0.74	3.68	0.69	3.55	0.93	0.49
รวมทั้งหมด	3.56	0.40	3.60	0.41	3.55	0.50	0.29

* $P \geq 0.05$ $df_1 = 2$ $df_2 = \infty$ $F = 3.00$

** $P \geq 0.01$ $df_1 = 2$ $df_2 = \infty$ $F = 4.61$

จากตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ ผู้ใช้บริการจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่าผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และ บัตรเครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรของธนาคารและ ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีเอกสารหรือแผนพับ โฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ
2. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่นบริการ ผาก-ถอนใน 3 นาที,สินเชื่อบัญชีอนุมัติใน 5 วัน,สินเชื่อบัญชีอนุมัติ 7 วัน,เปิดบัญชีเสร็จ ภายใน 10 นาที

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ บริเวณที่สถานีที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายคู่ ดังนี้

1. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และ บัตรเครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญแตกต่างกับ สถานภาพสมรส ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

2. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญแตกต่างกับ สถานภาพหย่า/แยก ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่นบริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที,สินเชื่อบัตรเครดิตใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน,เปิดบัญชี เสร็จ ภายใน 10 นาที ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส ให้ความสำคัญแตกต่างกับ สถานภาพโสด ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญแตกต่างกับ สถานภาพสมรส ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับสถานภาพหย่า/แยก ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามระดับการศึกษา

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ							
1. มีบริการประเภทเงินฝากและ สินเชื่อที่หลากหลาย	3.36	1.22	3.59	0.94	3.33	0.97	1.03
2. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และ บัตรเครดิต มี เงื่อนไขไม่ซับซ้อน	3.67	1.07	3.51	0.91	3.14	0.85	2.51
3. มีบริการโอนเงินและชำระค่าบริการเกี่ยวกับ สาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ	3.13	0.86	3.48	0.94	3.29	1.01	3.00*
4. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (การประกันชีวิต, กองทุนรวม,เช่าซื้อสินค้า ฯลฯ)มีความเหมาะสม	2.98	1.02	3.21	0.90	3.00	1.00	1.27
5. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่ เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	3.66	1.11	3.68	0.92	3.43	1.08	0.53
รวม	3.36	0.82	3.49	0.72	3.24	0.83	1.14
ด้านราคา							
6. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น	3.40	1.19	3.33	0.72	3.71	0.90	1.30
7. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตร เอ.ที.เอ็ม บัตร เครดิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้	3.55	0.85	3.27	0.74	3.48	0.93	2.61
8. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและ บริการ รวมถึงค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ไม่สูง เกินไป	3.21	1.04	3.17	0.77	3.48	1.17	0.89
9. ค่าธรรมเนียมการโอนเงินใน ประเทศ และ ต่างประเทศ มีความเหมาะสม	2.98	0.98	2.93	0.84	3.29	1.27	1.19
10. ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือ มีความ เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ	3.09	1.01	3.16	0.81	3.52	1.33	1.67
รวม	3.25	0.79	3.17	0.57	3.49	0.99	1.66

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย							
11. ท่าเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและ สะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ	4.39	0.69	4.35	0.71	4.57	0.51	0.86
12. ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมาก รวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน	4.33	0.71	4.37	0.75	4.67	0.48	1.96
13. ธนาคารใช้ระบบ Online ในการเชื่อมโยงการให้บริการของต่างสาขารวมทั้ง บริการฝากเงินไปยังต่างธนาคารได้	4.06	0.97	4.22	0.72	4.19	0.68	0.80
14. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา8.30-16.30น ทุกวัน	4.45	0.66	4.45	0.69	4.71	0.46	1.53
15. มีการใช้ระบบคิวในการให้บริการและมีที่นั่งขณะรอรับบริการเพียงพอ	3.99	0.85	3.94	0.78	4.10	0.63	0.33
รวม	4.24	0.54	4.27	0.51	4.45	0.39	1.38
ด้านการส่งเสริมการตลาด							
16. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ	2.62	1.06	2.80	1.02	2.05	1.02	4.45*
17. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ	2.68	1.08	2.84	1.06	1.90	0.89	6.64**
18. มีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ยพิเศษพร้อมแจกของที่ระลึก	2.74	1.24	2.88	1.14	2.38	1.24	1.46
19. ของแถมในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีความเหมาะสมดึงดูดความสนใจ	2.79	1.25	2.90	0.96	2.76	1.33	0.26
20. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่นบริการฝาก-ถอนใน 3 นาที,สินเชื่อบัญชีอนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน,เปิดบัญชี เสร็จภายใน 10 นาที	3.18	1.28	3.66	0.92	3.38	1.40	3.66*
รวม	2.80	0.92	3.02	0.67	2.49	0.88	3.87*

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านบุคลากรของธนาคาร							
21. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.78	0.94	3.99	0.98	3.76	1.18	1.10
22. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ กระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	4.00	0.87	4.16	0.85	3.86	0.91	1.30
23. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญ ในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำและแก้ไข ปัญหาแม้จะไม่ใช่การให้บริการแผนกของตนเอง	3.96	0.78	4.21	0.77	4.00	1.05	1.99
24. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มี ความรับผิดชอบในงานบริการ โดยช่วยในการ ติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย	4.08	0.83	4.17	0.80	4.24	1.04	0.39
25. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียดรอบคอบ ผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้ใจได้ รวมถึงการ รักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า	4.29	0.75	4.26	0.84	4.43	0.68	0.40
รวม	4.02	0.68	4.15	0.68	4.06	0.88	0.75
ด้านกระบวนการให้บริการ							
26. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัย จากการปฏิบัติงานของพนักงาน	3.35	1.24	3.61	1.22	4.10	1.14	3.31*
27. อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการ ของธนาคารมีความทันสมัย	3.29	1.24	3.16	1.04	3.43	1.17	0.57
28. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความ รอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล	3.55	1.18	3.60	1.12	3.95	1.12	1.04
29. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว	3.60	1.26	3.57	1.12	3.86	1.23	0.48
30. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการให้บริการ	3.75	1.17	3.67	1.08	3.48	1.12	0.52
รวม	3.51	1.02	3.52	0.89	3.76	0.97	0.61

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ							
31. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี	4.20	0.90	4.09	0.89	4.14	0.96	0.34
32. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	4.19	0.96	4.02	0.93	4.10	1.00	0.62
33. ภายในอาคารสำนักงานมีความ สะอาด แสงสว่าง และอุณหภูมิที่เหมาะสม มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา	3.26	1.13	3.10	1.13	2.67	1.07	2.39
34. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย	3.65	1.33	3.77	1.24	4.17	0.72	6.36**
35. ความสะดวกและความเป็นระเบียบ ของการจัดวางเอกสาร สลิป หรือ ใบคำขอต่าง ๆ	3.07	1.09	2.78	1.10	2.48	1.21	2.99
รวม	3.67	0.81	3.55	0.71	3.62	0.74	0.54
รวมทั้งหมด	3.55	0.48	3.60	0.36	3.59	0.40	0.25

* $P \geq 0.05$ $df_1 = 2$ $df_2 = \infty$ $F = 3.00$

** $P \geq 0.01$ $df_1 = 2$ $df_2 = \infty$ $F = 4.61$

จากตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ ผู้ใช้บริการจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีบริการโอนเงินและชำระค่าบริการเกี่ยวกับ สาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ

นอกจากนี้ไม่แตกต่างกัน

ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านบุคลากรของธนาคาร

ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ
2. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อชนวิภู อนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชีเสร็จ ภายใน 10 นาที

นอกจากนี้ไม่แตกต่างกัน

ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน

นอกจากนี้ไม่แตกต่างกัน

ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน รายการ คือ บริเวณที่สถานีที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายคู่ ดังนี้

1. มีบริการโอนเงินและชำระค่าบริการเกี่ยวกับสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกับ ต่ำกว่าปริญญาตรี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกับ ปริญญาตรี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกับ ปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

4. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่นบริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที,สินเชื่อบัตรเครดิต ใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน,เปิดบัญชี เสร็จภายใน 10 นาที ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกับ ต่ำกว่าปริญญาตรี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

5. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกับ ต่ำกว่าปริญญาตรี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6. บริเวณสถานีที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกับ ต่ำกว่าปริญญาตรี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามอาชีพ

รายการ	นักเรียน/ นักศึกษา		รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		รับจ้าง/ พนักงานบริษัท		ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ									
1. มีบริการประเภทเงินฝากและ สินเชื่อ ที่หลากหลาย	2.97	0.92	3.68	1.04	3.27	1.18	3.81	0.94	5.33**
2. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และ บัตร เครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน	4.09	0.81	3.47	1.05	3.30	1.03	3.54	0.83	4.88**
3. มีบริการโอนเงินและชำระค่าบริการ เกี่ยวกับสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ	3.12	0.82	3.52	1.07	3.27	0.84	3.14	0.82	1.99
4. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (การ ประกันชีวิต, กองทุนรวม, เช่าซื้อ สินค้า ฯลฯ) มีความเหมาะสม	2.70	0.95	3.21	1.03	3.07	0.95	3.22	0.85	2.38
5. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ ใหม่ ๆ อยู่ เสมอเพื่อตอบสนองความ ต้องการของลูกค้า	3.67	1.05	3.79	0.97	3.50	0.97	3.59	1.14	0.83
รวม	3.31	0.55	3.53	0.89	3.28	0.81	3.45	0.68	1.25
ด้านราคา									
6. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความ เหมาะสมเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	3.60	1.09	3.40	0.88	3.38	0.96	3.76	0.98	3.07*
7. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิตอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้	3.58	0.79	3.35	0.89	3.36	0.70	3.49	0.90	0.71
8. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่า สินค้าและบริการ รวมถึงค่าสาธารณ สาธารณูปโภคต่าง ๆ ไม่สูงเกินไป	2.91	0.88	3.27	1.00	3.20	0.86	3.46	0.99	2.10
9. ค่าธรรมเนียมการ โอนเงินใน ประเทศ และ ต่างประเทศ มีความเหมาะสม	2.61	0.93	2.90	1.00	3.21	0.87	3.14	0.95	3.36*
10. ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือ มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับ คู่แข่งชั้นทางธุรกิจ	2.79	1.08	3.18	1.02	3.29	0.85	3.32	0.92	2.33
รวม	2.99	0.56	3.22	0.77	3.28	0.68	3.43	0.82	2.29

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

รายการ	นักเรียน/ นักศึกษา		รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		รับจ้าง/ พนักงานบริษัท		ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย									
11. ท่าเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ	4.42	0.50	4.47	0.67	4.27	0.75	4.43	0.73	0.94
12. ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมาก รวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน	4.58	0.50	4.37	0.73	4.30	0.83	4.35	0.63	1.07
13. ธนาคารใช้ระบบ Online ในการเชื่อมโยงการให้บริการของต่างสาขารวมทั้งบริการฝากเงินไปยังต่างธนาคารได้	3.91	1.21	4.16	0.81	4.20	0.70	4.24	0.64	1.12
14. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30-16.30 น ทุกวัน	4.27	0.67	4.65	0.58	4.41	0.71	4.49	0.65	2.67*
15. มีการใช้ระบบคิวในการให้บริการ และมีที่นั่ง ขณะรอรับบริการเพียงพอ	3.88	0.86	3.95	0.73	3.91	0.84	4.22	0.75	1.45
รวม	4.21	0.41	4.31	0.53	4.22	0.60	4.36	0.42	0.79
ด้านการส่งเสริมการตลาด									
16. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงกรให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ	2.73	1.21	2.68	1.07	2.59	1.02	2.57	0.99	0.20
17. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ	3.15	1.09	2.74	1.14	2.55	1.01	2.27	0.93	4.37**
18. มีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ยพิเศษ พร้อมแจกของที่ระลึก	2.45	1.44	2.92	1.16	2.63	1.05	2.97	1.21	1.72
19. ของแถมในผลิตภัณฑ์ ต่าง ๆ มีความเหมาะสมดึงดูดความสนใจ	2.52	1.25	2.81	1.05	2.96	1.13	2.97	1.16	1.31
20. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อธนวิญญูอนุมัติใน 5 วัน,สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน,เปิดบัญชีเสร็จ ภายใน 10 นาที	3.18	1.24	3.68	0.94	3.32	1.28	3.30	1.24	1.74
รวม	2.81	1.01	2.96	0.76	2.81	0.80	2.81	0.79	0.48

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำกัดตามอาชีพ (ต่อ)

รายการ	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		รับจ้าง/ พนักงานบริษัท		ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านบุคลากรของธนาคาร									
21. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.58	1.15	3.92	1.01	3.89	0.96	4.00	0.78	1.26
22. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พูจาไพเราะ กระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	3.85	0.91	4.06	0.90	4.04	0.89	4.24	0.72	1.21
23. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช่การให้บริการแผนกของตนเอง	3.85	0.79	4.08	0.89	4.07	0.78	4.27	0.69	1.59
24. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการ โดยช่วยในการติดต่อประสาน งานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย	3.94	0.83	4.24	0.90	4.09	0.81	4.22	0.79	1.10
25. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียดรอบคอบ ผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้ใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า	4.21	0.74	4.35	0.83	4.20	0.80	4.41	0.73	0.78
รวม	3.88	0.72	4.13	0.75	4.06	0.69	4.22	0.61	1.52
ด้านกระบวนการให้บริการ									
26. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน	3.70	1.26	3.89	1.22	3.34	1.21	3.16	1.14	3.61*
27. อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัย	3.70	1.13	3.34	1.01	3.04	1.32	3.03	0.99	3.02*
28. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล	4.06	0.93	3.76	1.13	3.39	1.22	3.32	1.13	3.61*
29. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว	3.94	1.03	3.73	1.04	3.27	1.23	3.68	1.44	2.65*
30. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการให้บริการ	4.18	0.77	3.68	0.94	3.57	1.28	3.43	1.32	3.06*
รวม	3.91	0.77	3.68	0.86	3.32	1.07	3.32	0.98	3.88**

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำกัดตามอาชีพ (ต่อ)

รายการ	นักเรียน/ นักศึกษา		รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		รับจ้าง/ พนักงานบริษัท		ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ									
31. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี	4.12	0.78	4.08	0.87	4.30	0.83	4.03	1.12	0.91
32. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	4.36	0.70	3.95	0.91	4.25	0.85	3.92	1.23	2.32
33. ภายในอาคารสำนักงานมีความสะอาด แสงสว่าง และอุณหภูมิที่เหมาะสม มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา	3.09	1.21	3.11	1.19	3.27	1.02	2.95	1.13	0.62
34. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย	3.21	1.32	4.10	1.16	3.93	1.23	3.73	1.35	3.84**
35. ความสะดวกและความเป็นระเบียบของการจัดวางเอกสาร สลิป หรือใบคำขอต่าง ๆ	3.00	1.17	2.90	1.08	2.91	1.18	2.68	1.05	0.56
รวม	3.56	0.66	3.62	0.76	3.73	0.65	3.46	0.95	1.04
รวมทั้งหมด	3.52	0.32	3.64	0.43	3.53	0.43	3.58	0.47	0.86

$$*P \geq 0.05 \quad df_1 = 3 \quad df_2 = \infty \quad F = 2.60$$

$$**P \geq 0.01 \quad df_1 = 3 \quad df_2 = \infty \quad F = 3.78$$

จากตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีบริการประเภทเงินฝากและสินเชื่อที่หลากหลาย
2. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และบัตรเครดิตมีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน
นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านราคา

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าธรรมเนียมประเภทต่าง ๆ ไม่สูงเกินไป
2. ค่าธรรมเนียมโอนเงินในประเทศและต่างประเทศ มีความเหมาะสม
นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30-16.30 น. ทุกวัน

นอกนั้นไม่แตกต่าง

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านบุคลากรของธนาคาร

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกรายการ คือ

1. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน
2. อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัย
3. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล
4. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว
5. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการ

ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ บริเวณที่สถานีจอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายคู่ ดังนี้

1. มีบริการประเภทเงินฝากและ สินเชื่อที่หลากหลาย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญแตกต่างกับอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ รับจ้าง/พนักงานบริษัท ให้ความสำคัญแตกต่างกับอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และ บัตรเครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน หลากหลาย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญแตกต่างกับอาชีพ รับจ้าง/พนักงานบริษัท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่ มีอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญแตกต่างกับอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. ค่าธรรมเนียมการโอนเงินในประเทศและต่างประเทศ มีความเหมาะสม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญแตกต่างกับอาชีพ รับจ้าง/พนักงานบริษัท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30- 16.30 น ทุกวัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญแตกต่างกับอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

6. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญแตกต่างกับอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญแตกต่างกับอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

7. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญแตกต่างกับอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

8. อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญแตกต่างกับอาชีพ รับจ้าง/พนักงานบริษัท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

9. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญแตกต่างกับอาชีพ รับจ้าง/พนักงานบริษัท และอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

10. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท ให้ความสำคัญแตกต่างกับอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาที่ระดับความมี

นัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

11. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับขั้นตอนการใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญแตกต่างกับอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจและรับจ้าง/พนักงานบริษัท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

12. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญแตกต่างกับอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจและรับจ้าง/พนักงานบริษัท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายการ	ต่ำกว่า 10,000		10,000-20,000		20,001-30,000		มากกว่า 30,000		F
	บาท		บาท		บาท		บาท		
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ									
1. มีบริการประเภทเงินฝากและ สินเชื่อ ที่หลากหลาย	3.18	1.07	3.53	1.08	3.33	1.11	4.00	0.84	4.39**
2. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และ บัตร เครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน	3.63	1.11	3.60	0.88	3.35	1.08	3.63	0.75	0.95
3. มีบริการโอนเงินและชำระค่าบริการ เกี่ยวกับสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ	3.14	0.96	3.45	0.95	3.15	0.83	3.53	0.91	2.14
4. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (การ ประกันชีวิต, กองทุนรวม, เช่าซื้อ สินค้า ฯลฯ) มีความเหมาะสม	2.71	1.01	3.26	0.90	3.12	0.96	3.31	0.90	3.99**
5. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ อยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการ ของลูกค้า	3.53	1.03	3.64	1.18	3.52	0.87	4.03	0.90	2.04
รวม	3.24	0.74	3.50	0.84	3.29	0.81	3.70	0.59	3.05*
ด้านราคา									
6. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความ เหมาะสมเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	3.29	0.88	3.34	1.06	3.35	1.03	3.78	0.87	1.96
7. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที- เอ็มบัตรเครดิตอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้	3.29	0.86	3.45	0.72	3.37	0.89	3.66	0.79	1.40
8. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่า สินค้าและบริการ รวมถึงค่าสาธารณ สาธารณูปโภคต่าง ๆ ไม่สูงเกินไป	2.94	0.84	3.28	0.93	3.31	1.00	3.44	0.98	2.33
9. ค่าธรรมเนียมการ โอนเงินใน ประเทศ และ ต่างประเทศ มีความเหมาะสม	2.82	0.82	3.15	0.89	2.94	1.00	3.06	1.20	1.12
10. ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือ มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับ คู่แข่งชั้นทางธุรกิจ	2.94	0.90	3.28	0.90	3.02	1.02	3.59	0.98	3.79**
รวม	3.06	0.55	3.30	0.71	3.20	0.84	3.51	0.78	2.71*

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 10,000		10,000-20,000		20,001-30,000		มากกว่า 30,000		F
	บาท		บาท		บาท		บาท		
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย									
11. ทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ	4.47	0.58	4.21	0.79	4.44	0.67	4.50	0.62	1.91
12. ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมาก รวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน	4.55	0.54	4.19	0.90	4.37	0.65	4.47	0.62	2.47
13. ธนาคารใช้ระบบ Online ในการเชื่อมโยงการให้บริการของต่างสาขารวมทั้งบริการฝากเงินไปยังต่างธนาคารได้	4.29	0.76	4.08	1.03	4.08	0.79	4.13	0.67	0.78
14. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30-16.30 น ทุกวัน	4.33	0.68	4.51	0.75	4.58	0.53	4.50	0.62	1.27
15. มีการใช้ระบบคิวในการให้บริการ และมีที่นั่ง ขณะรอรับบริการเพียงพอ	4.00	0.78	3.94	0.97	3.94	0.70	4.06	0.67	0.20
รวม	4.33	0.38	4.18	0.72	4.28	0.40	4.33	0.45	0.87
ด้านการส่งเสริมการตลาด									
16. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ	2.69	1.14	2.83	1.05	2.60	1.02	2.31	0.96	1.67
17. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ	2.98	1.23	2.83	1.11	2.52	0.87	2.13	0.91	5.13**
18. มีการจัดตัดบัตรเครดิต มอบอัตราดอกเบี้ยพิเศษ พร้อมแจกของที่ระลึก	2.65	1.32	2.72	1.10	2.81	1.17	2.94	1.24	0.43
19. ของแถมในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีความเหมาะสมดึงดูดความสนใจ	2.63	1.31	2.75	1.11	3.00	1.03	3.03	1.33	1.34
20. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อชนวิภู อนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชีเสร็จ ภายใน 10 นาที	3.12	1.19	3.34	1.19	3.69	1.09	3.53	1.13	2.30
รวม	2.81	0.90	2.89	0.86	2.92	0.75	2.78	0.78	0.27

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 10,000		10,000-20,000		20,001-30,000		มากกว่า 30,000		F
	บาท		บาท		บาท		บาท		
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านบุคลากรของธนาคาร									
21. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.78	1.06	3.79	1.04	4.04	0.86	3.84	0.95	0.75
22. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พูดยิ้มเพราะกระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	3.98	0.97	4.06	0.89	4.13	0.82	4.03	0.78	0.28
23. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช่การให้บริการแผนกของตนเอง	3.88	0.89	4.08	0.76	4.25	0.81	4.09	0.73	1.80
24. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการ โดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย	3.80	0.92	4.21	0.77	4.31	0.80	4.28	0.77	4.00**
25. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียดรอบคอบผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้ใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า	3.92	0.89	4.36	0.74	4.44	0.64	4.53	0.72	6.00**
รวม	3.87	0.80	4.10	0.66	4.23	0.66	4.15	0.64	2.47
ด้านกระบวนการให้บริการ									
26. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน	3.00	1.25	3.68	1.22	3.79	1.18	3.81	1.09	5.01**
27. อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัย	2.92	1.21	3.40	1.11	3.35	1.10	3.38	1.10	1.97
28. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล	3.37	1.17	3.72	1.15	3.65	1.19	3.78	1.04	1.14
29. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว	3.31	1.26	3.60	1.10	3.79	1.27	3.84	1.08	1.85
30. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการให้บริการ	3.61	1.22	3.72	1.08	3.65	1.08	3.81	1.15	0.24
รวม	3.24	0.99	3.62	0.96	3.64	0.95	3.72	0.85	2.42

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 10,000		10,000-20,000		20,001-30,000		มากกว่า 30,000		F
	บาท		บาท		บาท		บาท		
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ									
31. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี	4.14	0.94	4.13	0.92	4.02	0.85	4.38	0.87	1.04
32. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	4.14	1.07	4.08	1.00	3.98	0.75	4.31	0.93	0.84
33. ภายในอาคารสำนักงานมีความสะอาด แสงสว่าง และอุณหภูมิที่เหมาะสม มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา	3.27	1.22	3.30	1.14	2.88	0.98	2.97	1.15	1.74
34. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย	3.31	1.45	3.64	1.27	4.08	1.10	4.50	0.80	7.47**
35. ความสะดวกและความเป็นระเบียบของการจัดวางเอกสาร สลิป หรือใบคำขอต่าง ๆ	2.92	1.18	3.19	1.09	2.62	1.01	2.72	1.14	2.63*
รวม	3.56	0.83	3.67	0.86	3.51	0.57	3.77	0.71	0.97
รวมทั้งหมด	3.44	0.40	3.61	0.48	3.58	0.39	3.71	0.35	2.99*

* $P \geq 0.05$ $df_1 = 3$ $df_2 = \infty$ $F = 2.60$

** $P \geq 0.01$ $df_1 = 3$ $df_2 = \infty$ $F = 3.78$

จากตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีบริการประเภทเงินฝากและสินเชื่อที่หลากหลาย
2. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (การประกันชีวิต, กองทุนรวม, เจ้าซื้อสินค้า ฯลฯ) มีความเหมาะสม

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านราคา

ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางธุรกิจ

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวมและพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านบุคลากรของธนาคาร

ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการโดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย

2. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียดรอบคอบ ผิดพลาดน้อย ชี้อัตถ์และไว้ใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ บริเวณที่สถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ความสะอาดและความเป็นระเบียบของการจัดวางเอกสาร สลิป หรือใบคำขอต่าง ๆ

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายคู่ ดังนี้

1. มีบริการประเภทเงินฝากและ สินเชื่อที่หลากหลาย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกับผู้มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาทและ 20,001 – 30,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (การประกันชีวิต, กองทุนรวม, เช่าซื้อสินค้า ฯลฯ) มีความเหมาะสม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ แบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

4. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการ โดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียดรอบคอบพิศพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้ใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

7. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

8. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกับผู้มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

9. ความสะดวกและความเป็นระเบียบของการจัดวางเอกสาร สถิติ หรือใบคำขอต่าง ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้ 20,001-30000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ

รายการ	น้อยกว่า 1 ปี		1 – 2 ปี		3 – 4 ปี		มากกว่า 4 ปี		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ									
1. มีบริการประเภทเงินฝากและ สินเชื่อที่หลากหลาย	3.03	1.02	3.28	1.04	3.63	0.98	4.04	1.19	5.69**
2. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และ บัตรเครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน	4.06	0.93	3.27	1.03	3.58	0.87	3.59	0.97	5.07**
3. มีบริการโอนเงินและชำระค่าบริการเกี่ยวกับสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ	3.26	0.97	3.11	0.85	3.46	0.90	3.48	1.05	1.95
4. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (การประกันชีวิต, กองทุนรวม, เช่าซื้อสินค้า ฯลฯ) มีความเหมาะสม	2.52	0.89	3.04	0.93	3.32	0.92	3.30	1.03	5.59**
5. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่ เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	3.45	1.06	3.45	1.04	3.78	0.95	4.07	0.96	3.27*
รวม	3.26	0.66	3.23	0.79	3.55	0.74	3.70	0.84	3.62*
ด้านราคา									
6. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	3.16	1.10	3.24	0.96	3.64	0.89	3.59	0.97	2.91*
7. ค่าธรรมเนียมในการจัดทำบัตรเอ.ที.เอ็ม บัตรเครดิตอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้	3.61	0.96	3.27	0.83	3.47	0.77	3.48	0.70	1.54
8. อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ไม่สูงเกินไป	3.10	1.01	3.07	0.92	3.44	0.93	3.30	0.91	1.93
9. ค่าธรรมเนียมการโอนเงินใน ประเทศ และ ต่างประเทศ มีความเหมาะสม	3.00	0.78	2.92	0.94	3.17	0.98	2.78	1.12	1.28
10. ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ	3.16	0.93	2.89	1.03	3.42	0.93	3.37	0.74	3.90**
รวม	3.21	0.62	3.08	0.74	3.43	0.77	3.30	0.69	2.68*

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ (ต่อ)

รายการ	น้อยกว่า 1 ปี		1 – 2 ปี		3 – 4 ปี		มากกว่า 4 ปี		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย									
11. ทำเลที่ตั้งของธนาคารเหมาะสมและสะดวกในการเดินทางมาติดต่อใช้บริการ	4.39	0.67	4.35	0.66	4.42	0.72	4.44	0.70	0.18
12. ธนาคารมีสาขาเปิดให้บริการจำนวนมาก รวมทั้งในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน	4.55	0.81	4.42	0.60	4.27	0.76	4.33	0.73	1.17
13. ธนาคารใช้ระบบ Online ในการเชื่อมโยงการให้บริการของต่างสาขารวมทั้งบริการฝากเงินไปยังต่าง ธนาคารได้	4.03	0.98	4.27	0.76	4.07	0.89	4.11	0.75	0.88
14. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30-16.30 น ทุกวัน	4.13	0.81	4.54	0.58	4.58	0.65	4.52	0.58	3.72*
15. มีการใช้ระบบคิวในการให้บริการ และมีที่นั่ง ขณะรอรับบริการเพียงพอ	3.94	0.93	3.99	0.76	3.95	0.80	4.07	0.73	0.19
รวม	4.21	0.62	4.31	0.43	4.26	0.58	4.30	0.41	0.35
ด้านการส่งเสริมการตลาด									
16. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆ	2.71	1.01	2.58	1.10	2.63	1.06	2.74	1.02	0.21
17. มีเอกสารหรือแผ่นพับโฆษณาแนะนำสินค้าและบริการ	2.97	1.11	2.61	1.06	2.69	1.09	2.41	1.08	1.41
18. มีการจัดสัปดาห์เงินฝาก มอบอัตราดอกเบี้ยพิเศษ พร้อมแจกของที่ระลึก	2.48	1.29	2.66	1.21	2.97	1.07	2.89	1.34	1.39
19. ของแถมในผลิตภัณฑ์ ต่าง ๆ มีความเหมาะสมดึงดูดความสนใจ	2.42	1.12	2.68	1.19	3.17	0.97	3.00	1.18	3.91**
20. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อชนวิภู อนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชี เสรีจ ภายใน 10 นาที	2.84	1.29	3.32	1.23	3.66	1.03	3.74	0.90	4.46**
รวม	2.68	0.88	2.77	0.87	3.02	0.73	2.96	0.78	1.68

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ (ต่อ)

รายการ	น้อยกว่า 1 ปี		1 – 2 ปี		3 – 4 ปี		มากกว่า 4 ปี		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านบุคลากรของธนาคาร									
21. พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.81	1.22	3.76	1.02	3.92	0.86	4.11	0.84	0.91
22. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ กระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	4.13	1.06	3.93	0.88	4.05	0.82	4.30	0.67	1.27
23. พนักงานมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงานบริการ พร้อมเต็มใจให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาแม้จะไม่ใช่งานให้บริการแผนกของตนเอง	3.87	0.88	3.99	0.84	4.17	0.75	4.33	0.73	2.16
24. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีความรับผิดชอบในงานบริการโดยช่วยในการติดต่อประสานงานจนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย	3.90	1.04	4.10	0.85	4.17	0.77	4.44	0.64	2.12
25. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียดรอบคอบผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้ใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า	4.03	0.80	4.21	0.77	4.39	0.81	4.59	0.64	3.12*
รวม	3.95	0.86	3.99	0.71	4.14	0.65	4.36	0.54	2.24
ด้านกระบวนการให้บริการ									
26. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน	3.35	1.33	3.31	1.26	3.68	1.24	4.11	0.80	3.35*
27. อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัย	3.35	1.25	3.08	1.17	3.25	1.06	3.56	1.12	1.23
28. ระบบการให้บริการของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุมตามมาตรฐานสากล	3.65	1.14	3.51	1.21	3.66	1.12	3.78	1.09	0.43
29. มีการจัดลำดับการให้บริการเป็นขั้นตอน สะดวก รวดเร็ว	3.55	1.12	3.48	1.28	3.71	1.16	3.85	1.17	0.82
30. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับ ขั้นตอนการให้บริการ	3.81	1.08	3.56	1.18	3.63	1.08	4.00	1.11	1.16
รวม	3.54	0.96	3.39	1.00	3.59	0.95	3.86	0.82	1.65

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ (ต่อ)

รายการ	น้อยกว่า 1 ปี		1 – 2 ปี		3 – 4 ปี		มากกว่า 4 ปี		F
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	
ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ									
31. เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี	4.16	0.90	4.04	0.95	4.32	0.84	4.00	0.87	1.32
32. ธนาคารมีฐานะทางการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	4.32	1.05	3.99	1.02	4.22	0.79	3.93	0.92	1.55
33. ภายในอาคารสำนักงานมีความสะอาด แสงสว่าง และอุณหภูมิที่เหมาะสม มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวลา	3.45	1.34	3.04	1.01	3.12	1.18	2.96	1.06	1.82
34. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย	3.03	1.47	3.72	1.24	4.27	1.03	4.00	1.18	7.44**
35. ความสะดวกและความเป็นระเบียบของการจัดวางเอกสาร สลิป หรือใบคำขอต่าง ๆ	3.00	1.24	2.85	1.02	2.95	1.18	2.67	1.11	0.54
รวม	3.59	0.84	3.53	0.74	3.78	0.75	3.51	0.67	1.41
รวมทั้งหมด	3.49	0.42	3.47	0.40	3.68	0.41	3.71	0.42	4.22**

$$*P \geq 0.05 \quad df_1 = 3 \quad df_2 = \infty \quad F = 2.60$$

$$**P \geq 0.01 \quad df_1 = 3 \quad df_2 = \infty \quad F = 3.78$$

จากตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ ผู้ใช้บริการจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ พบว่าผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 3 รายการ คือ

1. มีบริการประเภทเงินฝากและสินเชื่อที่หลากหลาย
2. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และบัตรเครดิตมีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน
3. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (การประกันชีวิต, กองทุนรวม, เช่าซื้อสินค้า ฯลฯ) มีความเหมาะสม

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านราคา

ผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30-16.30 น. ทุกวัน

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ของแถมในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีความเหมาะสม ดึงดูดความสนใจ
 2. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่นบริการ ผัก-ถอนใน 3 นาที,สินเชื่อชนวิภูอนุมัติใน5 วัน,สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน,เปิดบัญชี เสร็จ ภายใน 10 นาที
- นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านบุคลากรของธนาคาร

ผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ พนักงานให้บริการด้วยความละเอียดรอบคอบ ผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ บริเวณที่สถานีที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายคู่ ดังนี้

1. มีบริการประเภทเงินฝากและ สินเชื่อที่หลากหลาย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับระยะเวลา มากกว่า 4 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ แตกต่างกับระยะเวลา 3-4 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ 1-2 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับระยะเวลา มากกว่า 4 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01
2. มีบริการด้านบัตร เอ.ที.เอ็ม และ บัตรเครดิต มีเงื่อนไขไม่ซับซ้อน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับระยะเวลา 1-2 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับระยะเวลา 3-4 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
3. ผลិតภัณฑ์ของบริษัทในเครือ (การประกันชีวิต, กองทุนรวม, เช่าซื้อสินค้า ฯลฯ) มีความเหมาะสม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับระยะเวลา 1-2 ปี ระยะเวลา 3-4 และระยะเวลา มากกว่า 4 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01
4. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อยู่ เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการมากกว่า 4 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับระยะเวลา น้อยกว่า 1 ปี และระยะเวลา 1-2 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01
5. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือเงินกู้มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ 3-4 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับ ระยะเวลา น้อยกว่า 1 ปี และ ระยะเวลา 1-2 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
6. ราคาสินค้า/บริการของบริษัทในเครือ มีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ 1-2 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับระยะเวลา 3-4 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับระยะเวลามากกว่า 4 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
7. ขยายเวลาเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30- 16.30 น ทุกวัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับระยะเวลา 1-2 ปี และระยะเวลา 3-4 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับระยะเวลา มากกว่า 4 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
8. ของแถมในผลิตภัณฑ์ ต่าง ๆ มีความเหมาะสมดึงดูดความสนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับระยะเวลา 3-4 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับระยะเวลา มากกว่า 4 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ 1-2 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับระยะเวลา 3-4 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

9. มีการประกันคุณภาพการให้บริการ เช่น บริการ ฝาก-ถอนใน 3 นาที, สินเชื่อธนวิญ อนุมัติใน 5 วัน, สินเชื่อที่อยู่อาศัยอนุมัติ 7 วัน, เปิดบัญชีเสร็จภายใน 10 นาที ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับระยะเวลา 3-4 ปี และระยะเวลา มากกว่า 4 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับระยะเวลา 1-2 ปี ที่ระดับความ มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

10. พนักงานให้บริการด้วยความละเอียดรอบคอบผิดพลาดน้อย ซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ รวมถึงการรักษาผลประโยชน์และความลับของลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ น้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับระยะเวลา มากกว่า 4 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับระยะเวลา 3-4 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

11. มีการบริหารจัดการที่ดี มั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน ผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการมากกว่า 4 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับระยะเวลา 1-2 ปี ที่ ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และแตกต่างกับระยะน้อยกว่า 1 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.05

12. บริเวณสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง และมีความปลอดภัย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ มีระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับระยะเวลา 1-2 ปี ระยะเวลา 3-4 ปี และระยะเวลามากกว่า 4 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ใช้บริการ 1-2 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับระยะเวลา 3-4 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01