

คุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)  
สาขาเฟี้ยวเพลส ราชพฤกษ์

นางสาวรัชดาวัลย์ มาศรี



การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาการตลาด สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2558

Service Quality of Siam Commercial Bank Public Company Limited,  
Pure Place Ratchaphruek Branch

Miss Rachadawun Masri



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Business Administration in Marketing

School of Management Science

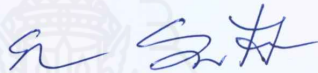
Sukhothai Thammathirat Open University

2015

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	คุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์
ชื่อและนามสกุล	นางสาวรัชดาวัลย์ มาศรี
แขนงวิชา	การตลาด
สาขาวิชา	วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ยุทธนา ธรรมเจริญ

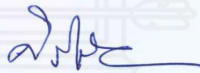
การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2559

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ



.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ยุทธนา ธรรมเจริญ)



.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ศิริชัย พงษ์วิชัย)



.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์ เข้มทอง)  
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

**ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ** คุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์

**ผู้ศึกษา** นางสาวรัชดาวัลย์ มาศรี **รหัสนักศึกษา** 2573000698

**ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

**อาจารย์ที่ปรึกษา** รองศาสตราจารย์ยุทธนา ธรรมเจริญ **ปีการศึกษา** 2558

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับคุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ และ (2) คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ จำนวน 6,000 ราย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรการคำนวณของทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ 380 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30 – 39 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท (1) ผู้มาใช้บริการของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านรูปลักษณ์อยู่ในระดับดีที่สุด รองลงมาเป็นด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ตามลำดับ และ (2) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ** คุณภาพการบริการ ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ราชพฤกษ์

**Independent Study title:** Service Quality of Siam Commercial Bank Public Company Limited, Pure Place Ratchaphruek Branch

**Author:** Miss Ruchadawun Masri; **ID:** 2573000698; **Degree:** Master of Business Administration (Marketing); **Independent Study advisor:** Yuttana Thamcharoen, Associate Professor; **Academic year:** 2015

### Abstract

The objectives of this independent study were: (1) to study service quality level of Siam Commercial Bank Public Company Limited, Pure Place Ratchaphruek Branch from customer's view; and (2) to compare service quality of Siam Commercial Bank Public Company Limited, Pure Place Ratchaphruek Branch by demographic characteristics of customers.

This study was a survey research. The population was 6,000 customers of Siam Commercial Bank Public Company Limited, Pure Place Ratchaphruek Branch. The sample size calculated by Taro Yamane Formula with reliability level of 95 percent were 380 samples. The samples were selected using convenience sampling. Data were collected by a questionnaire. Descriptive statistical analysis included frequency, percentage, mean; and standard deviation. Analysis of Inferential statistics included t-Test, and one-way ANOVA.

The result of this study showed that: the majority of the respondents were female, aged between 30-39 years old and graduated bachelor's degrees and were employees of private companies at the most. Their average income per month was THB 10,000 - 20,000. (1) The respondents of Siam Commercial Bank Public Company Limited, Pure Place Ratchaphruek Branch rated the overall service quality level at a high level. When considering each aspect of service quality, it was found that appearance was the highest level, followed by guarantee/confidence, customer responsiveness, reliability, and customer care, respectively. (2) The finding of hypothesis testing showed that differences in gender, age, occupation and average income per month affected service quality of Siam Commercial Bank Public Company Limited, Pure Place Ratchaphruek Branch differently, at the statistical significance level of 0.05.

**Keywords:** Service quality, Siam Commercial Bank Public Company Limited, Ratchaphruek Branch

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งของ รองศาสตราจารย์ยุทธนา ธรรมเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาครั้งนี้ ที่ได้ให้ความกรุณา แนะนำและติดตามการศึกษาครั้งนี้อย่างใกล้ชิดตลอดมา นับตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่ง สำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาธิราชทุกท่านที่กรุณาช่วยสั่งสอนและให้คำแนะนำกับผู้ศึกษาในการศึกษาในมหาวิทยาลัย มาตลอด ขอขอบคุณ คุณสายสุนีย์ สุวรรณโกศัย ผู้จัดการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ที่ได้กรุณาให้ผู้ศึกษาได้เข้าเก็บข้อมูลแบบสอบถามในพื้นที่ธนาคาร ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และทุกๆ คนในครอบครัว ที่คอยเป็นกำลังใจและคอยสนับสนุน ส่งเสริมและให้ความช่วยเหลือตลอดมา จนทำให้การศึกษาครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ ร่วมรุ่น STOU-MKT รุ่น 5 โดยเฉพาะ พี่เก้ พี่นิ พี่ส้ม พี่แอน ที่คอย เป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำ คอยช่วยเหลือในการศึกษาครั้งนี้ และขอขอบคุณลูกค้า ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ทุกท่าน ที่ได้กรุณาเสียสละเวลา และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามการศึกษาครั้งนี้ ตลอดจนทุกท่านที่ กรุณาให้ความช่วยเหลือในเรื่องของการเก็บรวบรวมข้อมูล

สุดท้ายนี้ หากมีข้อบกพร่องและเกิดความผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขอภัยเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้ และผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ ที่จะศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา เพียวเพลส ราชพฤกษ์ ต่อไป

รัชดาวัลย์ มาศรี

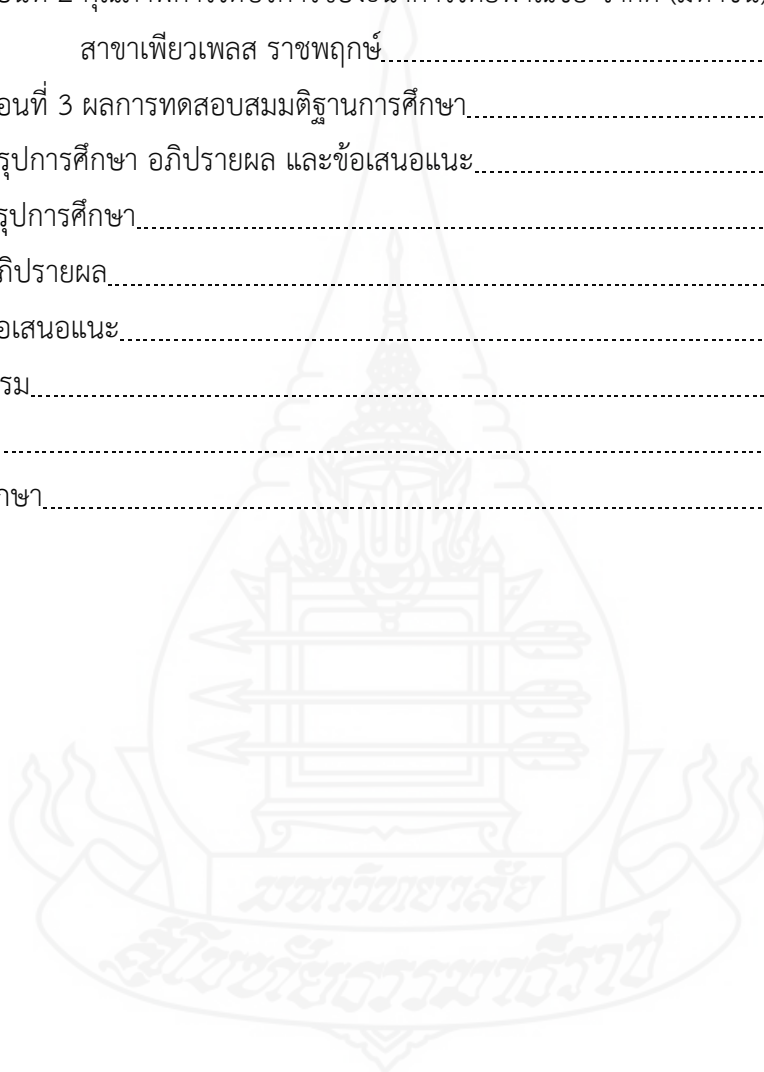
กันยายน 2559

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและที่มาของปัญหาการศึกษา.....	1
วัตถุประสงค์การศึกษา.....	3
กรอบแนวคิดการศึกษา.....	3
สมมติฐานการศึกษา.....	4
ขอบเขตของการศึกษา.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	12
ความเป็นมาของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน).....	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา.....	19
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	19
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	20
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	22
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	22
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	22

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	23
ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	24
ตอนที่ 2 คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์.....	28
ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษา.....	34
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	67
สรุปการศึกษา.....	68
อภิปรายผล.....	72
ข้อเสนอแนะ.....	74
บรรณานุกรม.....	76
ภาคผนวก.....	79
ประวัติผู้ศึกษา.....	86





สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1	จำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....24
ตารางที่ 4.2	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ โดยภาพรวม.....28
ตารางที่ 4.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ด้านรูปลักษณ์.....29
ตารางที่ 4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ.....30
ตารางที่ 4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ด้านการตอบสนองลูกค้า.....31
ตารางที่ 4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ด้านการรับประกันและความมั่นใจ.....32
ตารางที่ 4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า เป็นรายบุคคล..... 33
ตารางที่ 4.8	การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์..... 34
ตารางที่ 4.9	การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์.....36
ตารางที่ 4.10	การทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์.....38
ตารางที่ 4.11	การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์..... 42
ตารางที่ 4.12	การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านอาชีพ กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์.....45

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.13 การทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านอาชีพ กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์.....	48
ตารางที่ 4.14 การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์.....	52
ตารางที่ 4.15 การทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์.....	55
ตารางที่ 4.16 การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านช่วงเวลาที่ติดต่อธนาคาร กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์.....	57
ตารางที่ 4.17 การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านระยะเวลาในการทำ ธุรกรรม กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์.....	59
ตารางที่ 4.18 การทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านระยะเวลา การทำธุรกรรม กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์.....	61
ตารางที่ 4.19 การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านประเภทการทำธุรกรรม ธนาคาร กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์.....	64

## สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา.....	หน้า 4
------------------------------------	--------



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาการศึกษา

สถาบันการเงินมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ทำหน้าที่ระดมเงินออมให้กู้ยืมแก่ผู้ที่ต้องการนำเงินไปเพื่อการบริโภคและลงทุนในการดำเนินธุรกิจ เสถียรภาพและความมั่นคงของธนาคารเป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อระบบธุรกิจของประเทศ จึงได้รับการสอดส่องดูแลจากทางราชการคือ ธนาคารแห่งประเทศไทย และกระทรวงการคลังมากเป็นพิเศษ โดยบังคับหลักที่สำคัญคือ การให้ธนาคารดำรงเงินทุนสำรองไว้อย่างน้อย 8% ของสินทรัพย์เสี่ยง นอกจากนี้ปัจจุบันยังได้มีข้อกำหนดในด้านความเสี่ยง และเงินสำรองมากขึ้น และเข้มงวดขึ้นกว่าเดิมโดยเฉพาะอย่างยิ่งการ นำกฎของ Basel มาบังคับใช้กับธนาคาร จึงมีผลทำให้การประกอบกิจการของธนาคารพาณิชย์ มีความยากลำบากขึ้นเนื่องจากต้องปรับตัวให้สามารถปฏิบัติตามกฎข้อบังคับใหม่ๆ สำหรับการปรับตัวในช่วงที่ผ่านมา ธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่สามารถปรับปรุงตัวเองได้สำเร็จ โดยเฉพาะในด้านการบูรณะสถานภาพทางการเงิน ทำให้มีความแข็งแกร่งทางการเงินในระดับสูงทั้งในแง่ผลประกอบการของธนาคารโดยรวมก็จัดว่าดีขึ้นเช่นกัน แต่เมื่อมองไปในอนาคต ธนาคารพาณิชย์จะได้รับผลกระทบจากการเปิดการค้าเสรี สืบเนื่องจาก การที่ประเทศไทยทำสนธิสัญญาเปิดการค้าเสรีแบบทวิภาคี FTA (Free Trade Agreement) มากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันไม่เพียงเฉพาะการค้าเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงธุรกิจธนาคารด้วย (ชาติศิริ โสภณพานิช, 2557)

ปัจจุบันธุรกิจธนาคารไทยมีสภาพการแข่งขันมีความรุนแรงสูง โดยเฉพาะในเรื่องการอำนวยความสะดวก ธนาคารแต่ละแห่งต่างก็พัฒนา ปรับปรุงและออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้มากขึ้น รวมถึงการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ด้าน Internet Banking และด้าน Mobile เช่น บริการส่งข้อความแจ้งการรับจ่ายและยอดคงเหลือเงินในบัญชี การซื้อขายกองทุน และประกัน เป็นต้น อีกทั้งมีการปรับปรุงการให้บริการของแต่ละสาขาของธนาคารรวมถึงพนักงานที่ให้บริการ ทั้งนี้เพื่อให้การบริการที่สะดวกต่อลูกค้าของธนาคารมากยิ่งขึ้น และเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการกับทางธนาคาร นอกจากจะเป็นการรักษาฐานลูกค้าเก่าแล้ว ยังรวมถึงการดึงดูดลูกค้าใหม่ให้มาใช้บริการด้วย รวมทั้งการเพิ่มผลิตภัณฑ์และบริการด้านต่างๆ ให้แก่ลูกค้าอย่างครบวงจร แบบ One Stop Service เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เกินความคาดหมาย และสร้างความผูกพัน และจงรักภักดีต่อธนาคารและไม่คิดจะหันไปใช้บริการจากธนาคารคู่แข่ง อันจะ

นำมาซึ่งรายได้และกำไรของธนาคารที่จะเพิ่มขึ้นในที่สุด แต่ในขณะเดียวกันลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเอง ทั้งที่เป็นนิติบุคคล และลูกค้ารายย่อยต่างก็มีทางเลือกที่มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นธนาคารใหม่ๆ หรือสาขาต่างๆ ที่เพิ่มมากขึ้น เช่น ธนาคารเกียรตินาคิน ธนาคารทีสโก้ ธนาคารธนชาติ รวมไปถึงธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อย เช่น ธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อย ธนาคารแลนด์ แอ็น เฮาส์ เพื่อรายย่อย นอกจากนี้ยังมีธนาคารพาณิชย์ที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารต่างประเทศ และธนาคารสาขาของต่างประเทศอีกด้วย

ดังนั้น หากธนาคารใดไม่มีการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของตนเองก็จะต้องสูญเสียลูกค้า และสัดส่วนการตลาดให้กับธนาคารคู่แข่งอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารพาณิชย์แห่งแรกของไทย ก่อตั้งในปี 2449 ตามข้อมูลงบการเงิน ณ วันที่ 31 มีนาคม 2559 (งบการเงินรวม) ที่นำส่งธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารมีขนาดของสินทรัพย์ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของระบบธนาคารพาณิชย์

โดย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2559 ธนาคารมีสินทรัพย์รวม 2,843 พันล้านบาท มีเงินฝาก 1,951 พันล้านบาท และมีสินเชื่อ 1,839 พันล้านบาท ธนาคารจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2519 ปัจจุบันหุ้นของธนาคาร ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ประกอบด้วย หุ้นสามัญ (SCB, SCB-F) หุ้นบุริมสิทธิ (SCB-P, SCB-Q) ณ วันที่ 31 มีนาคม 2559 ธนาคารมีมูลค่าหุ้น ตามราคาตลาด (Market Capitalization) 479,281 ล้านบาท

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มีบริการทางด้าน การเงินครบวงจรให้แก่ลูกค้าทุกประเภท ทั้งที่เป็น บริษัทขนาดใหญ่ วิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม และลูกค้ารายย่อย ได้แก่ การรับฝากเงิน การโอนเงิน การให้กู้ยืมประเภทต่างๆ การรับซื้อลด คำประกัน บริการด้านปริวรรตเงินตรา บริการด้านการค้าต่างประเทศ บริการ Cash Management บริการด้านธุรกิจหลักทรัพย์ อาทิ บริการจำหน่ายหุ้นกู้ บริการนายทะเบียนหุ้นกู้ การรับประกันการจัดจำหน่ายตราสารหนี้ นายทะเบียนหลักทรัพย์ บริการรับฝากทรัพย์สิน การจัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และกองทุนส่วนบุคคล บัตรเครดิตและการรับฝากทรัพย์สินผ่านทางสำนักงานใหญ่ และเครือข่ายสาขาของธนาคาร

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ ตั้งอยู่ใน ศูนย์การค้า เพ็ญเพลส ซึ่งเป็นศูนย์การค้าท้องถิ่น บนถนนราชพฤกษ์จังหวัด นนทบุรีที่เต็มไปด้วยหมู่บ้านที่พักอาศัย ร้านค้าและร้านอาหาร ซึ่งในบริเวณศูนย์การค้ามีที่จอดรถและมีสินค้าให้เลือกจับจ่ายใช้สอยมากมาย ดังนั้นผู้ที่มิที่พักอาศัยอยู่บริเวณถนนราชพฤกษ์และบริเวณใกล้เคียงจึงนิยมมาใช้บริการ

ที่ห้างแห่งนี้ และในบริเวณเดียวกันนี้เองก็มีธนาคารคู่แข่งตั้งอยู่ด้วย ได้แก่ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารทหารไทย ธนาคารออมสิน และธนาคารอาคารสงเคราะห์ ด้วยสภาพแวดล้อมทางการตลาด และสภาพแวดล้อมทั่วไปเดียวกันนี้เองที่ทำให้ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา เพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ จะต้องทำการแข่งขัน และใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงลูกค้าให้มาใช้บริการ

เหนือคู่แข่ง ด้วยการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เกินความคาดหมาย และตอบโจทย์ของลูกค้าได้อย่างแท้จริง ไม่ว่าจะด้วยผลิตภัณฑ์และบริการของทางธนาคาร แต่การจะทำเช่นนั้นได้ทางธนาคารเองก็ต้องทราบความต้องการของลูกค้าว่าคืออะไร อะไรเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าพอใจ และอะไรเป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินใจ และกลับมาใช้บริการซ้ำในที่สุด ซึ่งเป็นการมองจากด้านนอกเข้ามาภายใน (Outside In) เพื่อสามารถกำหนดกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้ได้คุณภาพการบริการ (Service Quality) เป็นที่พึงพอใจของลูกค้าธนาคารและให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ในการนำข้อมูลไปปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการบริการของธนาคาร เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในบริการมากขึ้น

## 2. วัตถุประสงค์การศึกษา

2.1 เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา เพ็ญเพลส ราชพฤกษ์

2.2 เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

## 3. กรอบแนวคิดการศึกษา

ในการศึกษาคุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ ตามมุมมองของลูกค้า มีกรอบแนวคิดการศึกษา 2 ตัวแปร คือ ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้

### 3.1 ตัวแปรอิสระ

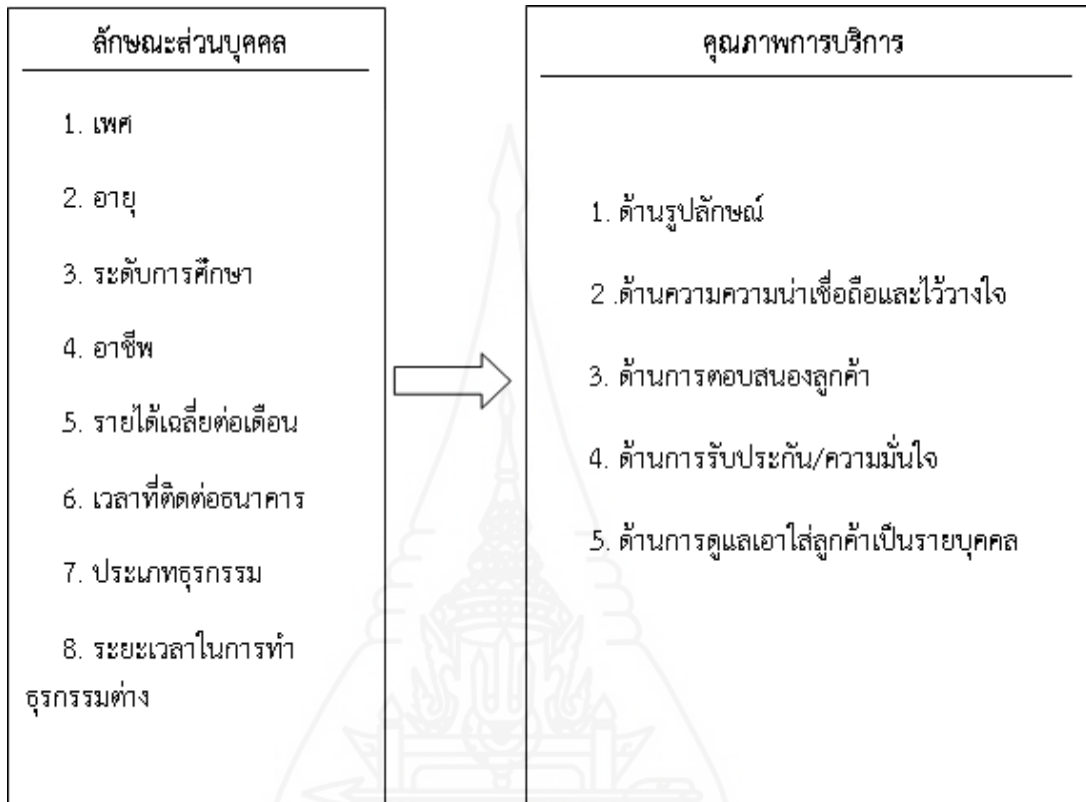
ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ประกอบด้วยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เวลาที่ติดต่อธนาคาร ประเภทธุรกรรม ระยะเวลา ในการทำธุรกรรมต่างๆ

### 3.2 ตัวแปรตาม

ตัวแปรตามในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ คุณภาพในการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำกัด สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ ซึ่งจำแนกออกเป็น 5 ด้าน ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล

ตัวแปรอิสระ  
(Independent Variables)

ตัวแปรตาม  
(Dependent Variables)



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

#### 4. สมมติฐานการศึกษา

ลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

## 5. ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ มีขอบเขตของการศึกษาในด้านต่างๆ ดังนี้

**5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่** การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาในพื้นที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ซึ่งครอบคลุมประชากรในพื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

**5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา** การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ โดยจำแนกการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการศึกษาข้อมูลทั่วไปของประชากรที่มารับบริการประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เวลาที่ติดต่อธนาคาร ประเภทธุรกรรม ระยะเวลาในการทำธุรกรรมต่างๆ ส่วนที่สอง ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ โดยจำแนกออกเป็น 5 ด้าน คือ

5.2.1 ด้านรูปลักษณ์

5.2.2 ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

5.2.3 ด้านการตอบสนองลูกค้า

5.2.4 ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ

5.2.5 ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

**5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา** การเก็บข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 เดือนเมษายน – สิงหาคม 2559

**5.4 ขอบเขตด้านประชากร** ประชากรในที่นี้คือ ลูกค้าธนาคารที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินทุกประเภทของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ซึ่งมีจำนวนการเข้าใช้บริการของลูกค้าเฉลี่ยวันละ 200 คนต่อวัน

## 6. นิยามศัพท์เฉพาะ

**6.1 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)** หมายถึง ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์

**6.2 ลูกค้า** หมายถึง ผู้มาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์

**6.3 พนักงาน** หมายถึง เจ้าหน้าที่ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับการให้บริการของธนาคาร



**6.4 ความคิดเห็น** หมายถึง ความรู้สึก ความคิดของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์

**6.5 คุณภาพการให้บริการ** หมายถึง การบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการจนลูกค้าเกิดความพึงพอใจและจงรักภักดีซึ่งเกิดจากการที่ลูกค้ารับรู้ได้จากพฤติกรรมการปฏิบัติที่ฝ่ายหนึ่งมอบให้อีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นสินค้าหรือบริการ (นพพร สะไบบาง, 2553)

**6.6 การให้บริการด้านรูปลักษณ์** หมายถึง การให้บริการแก่ลูกค้าด้านความสะดวกสบายทางด้านอุปกรณ์ ความทันสมัยของข้อมูลและเอกสารสามารถเปิดเผยข้อมูลได้อย่างถูกต้องชัดเจน รวมไปถึงภาพลักษณ์การแต่งกายของพนักงาน

**6.7 ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ** หมายถึง การที่พนักงานไม่ทำงานผิดพลาด และสามารถให้บริการตรงตามสัญญาไว้ สามารถเก็บความลับที่เป็นข้อมูลอันสำคัญของลูกค้า รวมไปถึงจำนวนพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการและการบำรุงรักษาอุปกรณ์การทำงานให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ

**6.8 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า** หมายถึง การที่พนักงานให้บริการที่รวดเร็ว ให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้ถูกต้องแม่นยำ พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการโดยสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที

**6.9 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า** หมายถึง พฤติกรรมของพนักงานที่สามารถแสดงทักษะความรู้อย่างถูกต้องแม่นยำ และพฤติกรรมของพนักงานที่สร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ รวมถึงความปลอดภัยในการเข้ามาใช้บริการของธนาคาร

**6.10 การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า** หมายถึง การที่พนักงานให้ความสนใจ เอาใจใส่ลูกค้าทุกคนอย่างทั่วถึง บริการเป็นกันเอง พนักงานให้ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญของธนาคารแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อผลประโยชน์ที่ดีแก่ลูกค้า

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในธุรกิจธนาคารพาณิชย์

7.2 ทำให้ทราบข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและแก้ไขงานบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มาใช้บริการ ตลอดจนเป็นข้อมูลในการนำไปพัฒนาระบบการให้บริการ ให้ผู้ที่ใช้บริการเกิดความประทับใจมากขึ้น

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “คุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา เพ็ชรเกษม ราชพฤกษ์” ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาจากเอกสารวิชาการ ผลการศึกษาที่เกี่ยวข้อง แนวคิด ทฤษฎี และแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
4. ความเป็นมาของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546: 26) ได้อธิบายถึงบริการ (Services) ว่า ธุรกิจบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible good) ของธุรกิจให้กับ ผู้รับบริการ โดยสิ่งที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ เช่น ตัวอย่าง เช่น โรงแรม โรงพยาบาล โรงเรียน ธนาคาร เป็นต้น ซึ่งหากพิจารณาความหมายที่สำคัญของคำต่างๆ ได้ ดังนี้

1. กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบ (Delivery activity) หมายถึง การดำเนินการหรือ การกระทำใดๆ ของธุรกิจบริการซึ่งเป็นผลให้ผู้รับบริการได้รับกาตอบสนองตรงตามความต้องการ
2. สินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible good) หมายถึง การบริการซึ่งเกิดจากกิจกรรม กระบวนการส่งมอบ
3. ความต้องการของผู้รับบริการ (Customer Need and Want) หมายถึง ความจำเป็น และความปรารถนาของผู้รับบริการที่คาดว่าจะได้รับจากการบริการนั้น
4. ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) หมายถึง การที่ผู้รับบริการได้รับบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการได้

### ลักษณะเฉพาะของการบริการ

ยุพาวรรณ วรณวณิช (2548: 10) ได้อธิบายถึงลักษณะเฉพาะของบริการว่า บริการมีลักษณะเฉพาะ 5 ประการ คือ

#### 1. ความไม่มีตัวตน (Intangible)

บริการนั้นไม่สามารถมองเห็น จับต้องและสัมผัสไม่ได้ โดยใช้สัมผัสทั้ง 5 บริการ ไม่สามารถแยกเป็นชิ้นส่วนได้เหมือนสินค้า การที่ลูกค้าจะทราบว่าบริการของธนาคารจะดีหรือไม่ดีนั้น อาจจะสามารถพิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ซึ่งหากนำมาใช้กับการศึกษาในครั้งนี้ อาจหมายถึง ความสุภาพและความมีน้ำใจของพนักงานให้บริการ พนักงานให้บริการลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ตลอดจนสถานที่ที่จัดเตรียมไว้สำหรับบริการลูกค้า

#### 2. ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ (Inseparability)

พนักงานธนาคารและลูกค้าไม่สามารถแยกออกจากกันได้ การผลิตและการบริโภค บริการจะเกิดขึ้นเวลาเดียวกัน ไม่เหมือนสินค้าที่สามารถผลิตสินค้าเก็บไว้เป็นสินค้าคงคลังได้ กล่าวคือ พนักงานธนาคารหนึ่งรายจะสามารถบริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย ซึ่งเนื่องจากการขายบริการเป็นการขายตรงจากพนักงานไปยังลูกค้า

#### 3. ไม่แน่นอน (Variability)

เป็นลักษณะสำคัญของการบริการ ซึ่งการบริการในแต่ละครั้ง จะมีความแตกต่างไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้ให้บริการและให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหน อย่างไร ตัวอย่างเช่น ลูกค้ามาใช้บริการรายหนึ่งจะรู้สึกว่าการบริการครั้งนี้บริการได้ดีน่าประทับใจ แต่พอมารู้สึกว่าใช้บริการในครั้งต่อไปซึ่งเป็นเวลาที่ลูกค้ามีจำนวนมากอาจจะได้รับการให้บริการที่ไม่ดีเท่าที่ควร

#### 4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability)

การบริการต้องอาศัยคนในการให้บริการเป็นสำคัญ ดังนั้น หากไม่มีลูกค้าเข้าใช้บริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง พนักงานธนาคารจะว่างงาน หรือการบริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ในคลังสินค้าเหมือนสินค้าอื่นได้ ถ้าความต้องการของธนาคารในการใช้บริการกับธนาคารมีสม่ำเสมอการให้บริการของธนาคารก็才不会เกิดปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหา

#### 5. ไม่สามารถเป็นเจ้าของได้ (Ownership)

ลูกค้าไม่สามารถเป็นเจ้าของได้ ราคาและค่าบริการที่จ่ายไปให้แก่ธนาคารเพื่อให้ได้มาซึ่งบริการนั้น เมื่อมารับบริการจากธนาคารเสร็จสิ้นก็ถือว่าเสร็จสิ้น ไม่อาจครอบครองบริการนั้นได้ตลอดไป ซึ่งเป็นข้อแตกต่างพื้นฐานระหว่างสินค้าและบริการ ซึ่งถ้าเป็นสินค้าเมื่อซื้อสินค้าแล้วสินค้านั้นก็จะเป็นกรรมสิทธิ์ของลูกค้าตลอดไป

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

### 2.1 ความหมายของคุณภาพการให้บริการ (Quality Service)

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2546: 51-57) ได้ให้คำจำกัดความของคุณภาพการบริการ (Quality Service) หมายถึง การบริการที่เลิศ (Excellent Service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้า จนทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer Royalty) คำว่าบริการที่เลิศตรงกับความต้องการของลูกค้า หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนอง ส่วนการบริการที่เกินความต้องการของลูกค้า หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่จนรู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นบริการที่พิเศษมาก ประทับใจ คุ่มค่าแก่การตัดสินใจ รวมทั้งคุ้มค่าเงิน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 142-146) ศึกษาพบว่า ผลลัพธ์ที่เกิดจากที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่เรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้าได้รับรู้” ซึ่งเกิดจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบบริการที่ได้รับรู้คือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการนั้นแล้ว ในการประเมินคุณภาพการบริการดังกล่าว ลูกค้ามักพิจารณาเกณฑ์ที่คิดว่าสำคัญ 10 ประการ ดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) การบริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า กล่าวคือ ไม่ให้ลูกค้าต้องรอนาน มีทำเล ที่ตั้งเหมาะสมอันแสดงถึงความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า
2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายที่ถูกต้องโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
3. ความสามารถ (Competence) พนักงานหรือบุคลากรที่ให้บริการต้องมีความรอบรู้และความชำนาญในงานที่ทำอยู่เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเพียงพอ
4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) พนักงานหรือบุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือมีความเป็นกันเองและมีวิจรรย์ญาณ
5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) พนักงานหรือบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า
6. ความไว้วางใจ (Reliability) การบริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) สามารถให้บริการและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามความต้องการ

8. ความปลอดภัย (Security) การบริการต้องปราศจากอันตราย ไม่มีความเสี่ยง และปัญหาต่างๆ เกิดขึ้น

9. ความเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding Knowing Customer) ธนาคารที่ให้บริการต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและเอาใจใส่ลูกค้า

10. สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibility) เตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับให้บริการ การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ การจัดสถานที่ให้สวยงาม สะอาด จนทำให้ลูกค้าสามารถคะเนถึงคุณภาพการบริการได้

Zeithaml, Parasuraman and Berry (1990) ได้ให้ความจำกัดความด้านความคิดของคุณภาพของการให้บริการและมุมมองตัวแปรหลัก 10 ตัวแปร จากการทำการวิจัยการศึกษาลูกค้า โดยเป็นการทำวิจัยเชิงปริมาณที่จะพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สำหรับวัดระดับคุณภาพการบริการ เพื่อวัดระดับการรับรู้ถึงการบริการลูกค้า ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 ด้าน โดยมีลักษณะ ดังนี้ (Zeithaml และคณะ, 1990: 25-26)

1. ความสะดวกสบายของรูปลักษณ์ภายนอก เครื่องมือ บุคคล และอุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร

2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้ใช้บริการ บริการให้บริการทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้องเหมาะสม และมีผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดบริการ ความสม่ำเสมอจะทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้

3. ตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงทีและผู้ใช้บริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย ได้รับความสะดวกในการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็ว

4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้มาใช้บริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของให้บริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และให้ความมั่นใจว่าผู้ใช้บริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

5. ความรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการความความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการแต่ละคน ประกอบด้วย

5.1 การเข้าถึงง่าย ไปมาหาได้สะดวก ง่ายต่อการติดต่อ

5.2 การสื่อสารแจ้งข่าวสารลูกค้ารับทราบในภาษาเข้าใจและรับฟังลูกค้า

Zeithaml, Parasuraman and Berry (1994) ยังได้กำหนดเครื่องมือในการวัด  
คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย 22 รายการ คือ

1. รูปลักษณ์ (Tangibles) ประกอบด้วย
  - 1.1 ความทันสมัยของอุปกรณ์
  - 1.2 สภาพแวดล้อมในสถานที่ให้บริการ
  - 1.3 การแต่งกายของพนักงาน
  - 1.4 เอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ
2. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) ประกอบด้วย
  - 2.1 ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้
  - 2.2 การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าและการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการแก่
  - 2.3 การทำงานมาติดตลาด
  - 2.4 การบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมให้บริการเสมอ
  - 2.5 การมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ
3. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ประกอบด้วย
  - 3.1 มีระบบการให้บริการที่ให้บริการได้รวดเร็ว
  - 3.2 ความพร้อมของพนักงานในการให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า
  - 3.3 ความรวดเร็วในการทำงานของพนักงาน
  - 3.4 ความพร้อมของพนักงานในการให้บริการลูกค้าทันทีที่ต้องการ
4. การรับประกัน/ความมั่นใจ (Assurance) ประกอบด้วย
  - 4.1 การความรู้ความสามารถของพนักงานในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการ
  - 4.2 การสร้างความปลอดภัยและความเชื่อมั่นในการรับบริการ
  - 4.3 ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน
  - 4.4 พฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการของธนาคาร
5. การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) ประกอบด้วย
  - 5.1 การให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละคนของพนักงานบริการ
  - 5.2 เวลาในการเปิดให้บริการและให้ความสะดวกแก่ลูกค้า
  - 5.3 โอกาสในการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆของธนาคาร
  - 5.4 ความสนใจลูกค้าอย่างแท้จริงของพนักงาน
  - 5.5 ความสามารถในการเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าชัดเจน

ลูกค้า

บริการ

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

วรรณวิภา พีราวัชร (2549) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การบริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ เช่น ให้บริการหรือใช้บริการ เป็นต้น

คำว่า การบริการ SERVICE หมายความว่า เป็นการบริการที่ดี สามารถแยกได้ดังนี้

S = Service Mind คือ การมีใจใฝ่บริการ ประารถนาให้ผู้อื่นพึงพอใจและสุขใจใส่

E = Enthusiasm คือ การมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

R = Readiness คือ การมีความพร้อมทั้งบุคลากรและวัสดุอุปกรณ์ที่จะให้บริการ

V = Value คือ การตระหนักถึงคุณค่าในงานบริการที่ทำ ว่าเป็นงานที่มีประโยชน์ มีคุณค่า และสามารถสร้างความภาคภูมิใจให้กับชีวิตได้

I = Interested คือ มีความสนใจ ใส่ใจ ในงานบริการที่ทำด้วยความเต็มใจ

C = Cleanliness คือ ความสะอาด การบริการที่ดี อาคารสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ หรือพนักงานบริการต้องมีความสะอาด

E = Endurance คือ ความอดทน อดกลั้น งานบริการจะต้องพบเจอกับบุคคลหลายประเภท ทั้งประเภทเฉยๆ ขี้หงุดหงิด พุดจาหยาบคาย จุกจิกจู้จี้ขี้บ่น ผู้ให้บริการต้องมีความอดทน

S = Smile คือ การยิ้มแย้มแจ่มใส การมีมิตรภาพที่ดีผู้มารับบริการทุกคนไม่มีแบ่งชนชั้นวรรณะใดๆ ทั้งสิ้น

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539) ให้ความหมายของบริการ คือ พฤติกรรม กิจกรรม การกระทำ ที่บุคคลหนึ่งทำให้หรือส่งมอบอีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบอันนั้น

ไพโรพนา ศรีเสน (2544) กล่าวว่า การบริการ คือ กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข และความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะของตัวเอง ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปธรรมและไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจ ไมตรี เปี่ยมด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค

พงษ์เทพ สันติพันธ์ (2546) หลักของการให้บริการนั้นต้องสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ได้ แต่ขณะเดียวกันก็ต้องดำเนินการไปโดยอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเท่าเทียมกันทุกคน ทั้งยังให้ความสะดวกสบายไม่สิ้นเปลืองทรัพยากรและไม่สร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้ใช้บริการมากเกินไป โดยการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการมากที่สุด คือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ไม่มีความชอบพอ

#### 4. ความเป็นมาของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ช่วงปี พ.ศ.2449 - 2475 ก่อรากฐานการธนาคารไทย

ธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นสถาบันการเงินแห่งแรกของชาวสยาม เริ่มต้นขึ้นในนาม “บุคคัลลีย์” (Book Club) โดยพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหมื่นมหิศรราชหฤทัย ซึ่งขณะนั้นทรงดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงพระคลังมหาสมบัติในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงตั้งพระทัยอย่างแน่วแน่ที่จะให้มีสถาบันการเงินของสยาม เป็นฐานรองรับการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจการเงินของประเทศจากการที่โลกทางตะวันตกได้ขยายเส้นทางการค้าทางทะเลมาสู่ดินแดนสยามเป็นอย่างมาก ซึ่งในขั้นแรกจึงทรงริเริ่มดำเนินการกิจการธนาคารพาณิชย์เป็นการทดลองในนาม “บุคคัลลีย์” (Book Club)

ต่อมากิจการทดลองประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวจึงทรงมีพระบรมราชานุญาตให้ตั้งเป็นธนาคารในนาม “บริษัท แแบงก์สยาม กัมมาจล ทุนจำกัด” (Siam Commercial Bank, Limited) เมื่อวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2449 ประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์อย่างเป็นทางการ นับตั้งแต่นั้นมาและได้ กลายมาเป็น “ต้นแบบธนาคารไทย” โดยริเริ่มนำระบบและแนวคิดของการให้บริการ รับฝากเงินออมทรัพย์และบริการ บริการบัญชี กระแสรายวัน (Current Account) ถอนเงิน โดยใช้เช็คมาให้บริการแก่ประชาชน พร้อมทั้งจัดตั้งสาขาขึ้นทั้งในกรุงเทพฯ และภูมิภาคต่างๆ นอกจากนี้ธนาคารยังมีส่วนร่วมในการก่อกำเนิดและวางรากฐานสหกรณ์การเกษตรของประเทศ

ช่วงปี พ.ศ.2475 - 2500 มุ่งมั่นพัฒนาอุปสรรค

ประเทศต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ทั้งจากการเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครอง และจากสงครามโลกครั้งที่ 2 บริษัท แแบงก์สยามกัมมาจล ทุนจำกัด จึงได้เปลี่ยนชื่อตามนโยบาย “เชื้อชาตินิยม” ของรัฐบาลที่เปลี่ยนชื่อประเทศจาก “สยาม” เป็น “ไทย” โดยเปลี่ยนเป็น ธนาคารไทยพาณิชย์ พร้อมทั้งมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหารของธนาคารใหม่ให้ผู้บริหารชาวไทยที่มีความรู้ความสามารถได้ขึ้นเป็นผู้บริหารแทนที่จะเป็นชาวตะวันตกแบบเดิม โดยธนาคารยังคงยึดมั่นในนโยบายความมั่นคงของธนาคารเป็นสำคัญ ธนาคารมีบทบาทในการอำนวยความสะดวกด้านการเป็น



แหล่งเงินทุนและการเป็นตัวกลางด้านการเงินระหว่างประเทศให้กับพ่อค้าตลอดช่วงสงครามการให้กู้ยืมเงินเพื่อสร้างบ้านการส่งเสริม พ่อค้าคนไทยในการประกอบธุรกิจให้ได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งการตั้งบริษัทคลังสินค้าเพื่อสร้างความปลอดภัยในการเก็บรักษาสินค้าให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ธนาคารได้ถวายความจงรักภักดีแต่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และบำเพ็ญกุศลสาธารณประโยชน์ ด้วยการถวายผ้าพระกฐินการสร้าง ตึกโรงพยาบาลให้แก่โรงพยาบาลศิริราช เป็นต้น

ช่วงปี พ.ศ.2500 - 2516 หนุนเนื่องเมืองไทยพัฒนา

ธนาคารได้ปรับปรุงระบบงานของธนาคารให้ทันสมัยและมี ประสิทธิภาพพร้อมให้บริการลูกค้า ธนาคารเริ่มใช้เครื่องลงบัญชี Post-Tronic ซึ่งเป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัยในการลงบัญชีเดินสะพัดและอีกทั้งได้ทำการปรับปรุงโครงสร้าง การบริหารงาน พร้อมทั้งให้ความสำคัญแก่งานด้านทรัพยากรบุคคล ด้วยธนาคารตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญของบุคลากรภายในธนาคารจึงจัดให้มีการพัฒนาพนักงานทั้งด้านการบริการและปฏิบัติการ จัดสวัสดิการให้แก่พนักงาน รวมทั้งการทำกิจกรรมเพื่อสังคม

ช่วงปี พ.ศ.2516 - 2531 แผ่สาขาล้ำหน้านวัตกรรม

คำขวัญของธนาคาร “มั่นคงด้วยรากฐาน บริการด้วยน้ำใจ” เกิดขึ้นในยุคนี้ ซึ่งเป็นยุคที่ธนาคารก้าวไปข้างหน้าอย่างแข็งแกร่งด้วยรากฐานที่มั่นคง พร้อมการกับปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงหลายๆ อย่างเพื่อเข้าสู่ยุคธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งการปรับปรุงโครงสร้างการบริหาร การขยายเครือข่ายของธนาคารทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยธนาคารได้นำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาใช้ในงานด้านต่างๆ ของธนาคารทั้งในสำนักงานใหญ่ และสาขาต่างๆ เพื่อให้การบริการลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำ พร้อมทั้งสร้างมิติใหม่ของการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้วยการเปิดให้บริการ Auto-matic Teller Machine (ATM) หรือที่รู้จักกันดีตอนนั้นว่า “บริการเงินด่วน” เป็นธนาคารแรกในประเทศไทย รวมถึงการให้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ (Tele-Banking) แก่ลูกค้ารายบุคคล และอินโฟแบงกิ้ง ธนาคารเพื่อธุรกิจ (Info-Banking) แก่ลูกค้าองค์กร

ช่วงปี พ.ศ.2531 - 2540 ขยายธุรกิจสร้างพันธมิตรสู่สากล

เป็นยุคที่ธนาคารและระบบสถาบันการเงินอื่นๆ ในประเทศต่างก็เติบโตเคียงคู่ไปกับการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจและต้องเผชิญปัญหาเมื่อประเทศเผชิญกับภาวะวิกฤตใน พ.ศ. 2540 ซึ่งในยุคนี้ ผลการดำเนินงานของธนาคารในด้านต่างๆ ได้เติบโตอย่างรวดเร็วมีการขยายธุรกิจอย่างล้ำหน้า มั่นคง จนได้รับการยกย่องจากนิตยสารการเงินธนาคารให้เป็น “ธนาคารแห่งปี” (Bank of the Year) ถึง 4 ปีซ้อน คือ พ.ศ. 2532-2535 ในฐานะที่เป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีผลงานเด่นสุดของการธนาคารพาณิชย์ไทย อย่างรอบด้าน ซึ่งจากการขยายตัวของธนาคาร อีกทั้งเตรียมพร้อมรองรับ

ความเจริญในอนาคต ธนาคารจึงย้ายที่ทำการจากชิดลม ไปยังสำนักงานใหญ่ใหม่ที่ SCB Park Plaza ในปี พ.ศ. 2539 ซึ่งอาคารสำนักงานใหญ่แห่งใหม่ของธนาคารนับว่าเป็นอาคารอัจฉริยะแห่งหนึ่งของประเทศไทย

ช่วงปี พ.ศ.2541 - 2542 ก้าวกล้าฝ่ามรสุม

ปัญหาเศรษฐกิจฟองสบู่ ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย แม้แต่การดำเนินงานของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ ต่างได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาอย่างหนัก และจากการดำเนินมาตรการที่เข้มงวดตามกรอบของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์ ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงถือได้ว่ายุคนี้เป็นยุคที่วิกฤตของธนาคาร โดยมีปริมาณสินเชื่อต่อคุณภาพเพิ่มขึ้นตามลำดับ ธนาคารจึงมุ่งแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น โดยพยายามรักษาความพอเพียงของเงินกองทุนการปรับปรุง โครงสร้างหนี้ การปรับปรุงโครงสร้างองค์กร ของธนาคาร และการตัดทอนรายจ่ายต่างๆ ซึ่งได้รับความร่วมมือ ร่วมใจจากพนักงานของธนาคารอย่างยิ่ง พร้อมทั้งการแก้ปัญหาในระยะยาวของธนาคาร ด้วยการเพิ่มทุนที่สำเร็จลุล่วงด้วยดี ทั้งการเสนอขายหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม ผู้ลงทุนในต่างประเทศ และการออกหุ้นกู้ที่ถือเป็นการขายหุ้นเพิ่มทุนครั้งใหญ่ที่สุดของไทย ซึ่งได้รับการกล่าวถึงในฐานะ Equity Deal of the Year ในเอเชีย จากวารสารการเงินหลายฉบับ

ช่วงปี พ.ศ.2542 - ปัจจุบัน คุณภาพ คุณธรรม ส่องนำอนาคต

เราจะเป็นธนาคารที่ลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน และสังคมเลือก” (Bank of Choice for Our Customers, Shareholders, Employees and Community) คือ วิสัยทัศน์ของธนาคารในการดำเนินงานของศตวรรษใหม่ ที่จะมุ่งสู่การเป็นธนาคารที่ทุกคนเลือก พร้อมตระหนักถึงการเป็นสมาชิกที่ดีของสังคมมีการบริหารงาน ด้วยหลักธรรมาภิบาล จริยธรรม ตลอดจนการทำประโยชน์คืนแก่สังคมและเพื่อให้สามารถบรรลุถึงวิสัยทัศน์ที่ได้ตั้งไว้ ธนาคารจึงได้กำหนด พันธกิจไว้อย่างชัดเจนว่า จะมุ่งพัฒนาสู่การเป็นธนาคารครบวงจรชั้นนำของประเทศ (The Premier Universal Bank) ซึ่งหมายถึง ธนาคารที่ให้บริการทางการเงินอย่างครบวงจรเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าทั้งลูกค้ารายย่อย และลูกค้าธุรกิจ และเพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางเศรษฐกิจ และการดำเนินธุรกิจ ธนาคารจึงได้ดำเนิน “โครงการปรับปรุงธนาคาร” (Change Program) ซึ่งเป็นโครงการที่อยู่เบื้องหลังการเปลี่ยนแปลงและความสำเร็จของธนาคาร รวมทั้งการพัฒนาเครือข่ายในการให้บริการอย่างครบวงจร การพัฒนาบริการใหม่ๆ และการพัฒนาบุคลากรและการดำเนินกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง

### วิสัยทัศน์

ธนาคารมีวิสัยทัศน์ในการดำเนินงานที่มุ่งสู่การเป็น “ธนาคารที่ลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน และสังคมเลือก” โดยมีแนวทางที่จะทำให้บรรลุถึงวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ดังนี้ คือ

สำหรับลูกค้า : นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีในระดับมาตรฐานสากล

สำหรับผู้ถือหุ้น : สร้างผลตอบแทนระยะยาวที่ได้อย่างสม่ำเสมอ

สำหรับพนักงาน : รักษา ดึงดูด และสร้างความผูกพันของพนักงาน

สำหรับสังคม : ดำเนินงานอย่างมีธรรมาภิบาล และมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม และชุมชนอย่างเต็มที่

### พันธกิจ

ธนาคารกำหนดพันธกิจไว้อย่างชัดเจนว่า จะมุ่งพัฒนาสู่การเป็นธนาคารที่ให้บริการครบวงจรที่ดีที่สุดของประเทศ (The Best Universal Bank in Thailand) มุ่งเน้นการให้บริการในตลาดการเงินและกลุ่มลูกค้าหลักด้วยการใช้ประโยชน์อย่างสูงสุดจากเครือข่ายของกลุ่มธนาคาร และมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเต็มที่

### ค่านิยมหลัก

iSCB

I = innovation หรือนวัตกรรม นำหน้า

เราเปิดรับนวัตกรรมเพื่อก้าวหน้าในวงการ

S = Social Responsibility หรือสร้างคุณค่า สู่อสังคมนิยม

เรา ร่วมสร้างคุณภาพที่ดี ให้สังคมและสิ่งแวดล้อม

C = Customer Focus หรือลูกค้า ต้องมาก่อน

เรามุ่งสร้างสรรค์บริการเหนือความคาดหวังของลูกค้า

B = Building our People หรือสร้างองค์กร คือ สร้างคน

เราเห็นคุณค่าและใส่ใจดูแลพนักงานผู้สร้างอนาคตของเรา

## 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิงกานต์ จอมชัยแสงนภา และสุทธาวรรณ จีระพันธุ์ (2559) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาบึงสุขสวัสดิ์ จังหวัดสมุทรปราการ และศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ากับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาบึงชี สุขสวัสดิ์ จังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบึงชี สุขสวัสดิ์ จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 390

ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นผู้มีอายุ 21 – 30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ติดต่อธนาคารในช่วงเวลา 15.00 – 18.00 น. โดยส่วนใหญ่ มาติดต่อธนาคารเพื่อทำธุรกรรมการฝาก – ถอนเงิน (สลาก) ใช้เวลาในการทำธุรกรรมกับธนาคาร น้อยกว่า 15 นาที โดยผลการศึกษาปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ที่ส่งผลกับคุณภาพการให้บริการ ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาบึงสีสุขสวัสดิ์ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านรูปลักษณ์ โดยให้ความสำคัญกับความมีชื่อเสียงของธนาคารอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ให้ความสำคัญกับการที่พนักงานสามารถเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าเป็นความลับและมีการปรับปรุงข้อมูลของลูกค้าให้เป็นปัจจุบัน อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการตอบสนองลูกค้า ให้ความสำคัญกับความเร็วในการให้บริการของพนักงานอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ให้ความสำคัญกับธนาคารมีการสร้างความมั่นใจในการเป็นธนาคารของรัฐอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ให้ความสำคัญกับการที่พนักงานมีความยิ้มแย้ม แจ่มใส และให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด

ชลธิชา ศรีบำรุง (2557) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวพ่อ จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 370 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ผู้มาใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวพ่อ จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร และด้านลักษณะทางกายภาพ เรียงตามลำดับ ซึ่งผู้ที่ใช้บริการส่วนใหญ่มาทำธุรกรรมด้านการฝาก-ถอน โดยมีความถี่ในการมาใช้บริการ เดือนละ 2-3 ครั้ง วันที่มาใช้บริการเป็นส่วนใหญ่จะเป็นวันจันทร์-ศุกร์ ส่วนในช่วงเวลาที่มาใช้บริการมากที่สุดคือ ระหว่าง 13.01-16.30 น. ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวพ่อ จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวพ่อ จังหวัดชลบุรี ที่มีระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน วันที่มาติดต่อทำธุรกรรม และช่วงเวลามาติดต่อทำธุรกรรมต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน

ลติกา จองพาณิชย์เจริญ (2555) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงรายกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ได้จากการสุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย จากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ จำนวน 90 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส มีอายุระหว่าง 30-44 ปี มีระดับ

การศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และมีรายได้ส่วนตัวในช่วง 2,501-18,000 บาทต่อเดือน ผลการศึกษาการเข้าไปใช้บริการด้านต่างๆ ของธนาคารของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าเข้าใช้ฝาก-ถอนเงินสดมากที่สุด ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเฉลี่ยในการให้บริการทุกด้านในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านการให้บริการสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการให้บริการของบุคลากร และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมีความพึงพอใจในด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ(2555) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 400 คน จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนหรือลูกจ้าง รายได้ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน ส่วนมากติดต่อธนาคารในช่วงเช้าน้อยกว่า 11.00 น โดยทำธุรกรรมในด้านฝากเงิน-ถอนเงินมากที่สุด และในเวลาในการทำธุรกรรมกับธนาคารน้อยกว่า 15 นาที ความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้าใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านรูปลักษณะเป็นด้านที่ลูกค้าที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจสูงสุด รองลงมาเป็นด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ ด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล

หทัยรัตน์ บันลือ(2556) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาสวนจิตรลดา กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย คือ ลูกค้าของธนาคารออมสินสาขาสวนจิตรลดา มีขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 290 คน มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาสวนจิตรลดาและ (2) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการของธนาคารออมสินสาขาสวนจิตรลดา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการธนาคารออมสินสาขาสวนจิตรลดาเฉลี่ยต่อเดือน 4 ครั้งขึ้นไป ส่วนมากใช้บริการบริการฝาก-ถอนเงินด้านความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านการตอบสนองความต้องการ รองลงมา คือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ และด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ ตามลำดับ

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “คุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา เพียวเพลส ราชพฤกษ์ ตามมุมมองของลูกค้า” ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ลูกค้าที่เข้าใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ซึ่งครอบคลุมพื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ได้จากการสุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

ขนาดตัวอย่าง ใช้ขนาดตัวอย่างอิงตามสูตรของ ยามาเน (Yamane, 1997 ) โดยดูจากกลุ่มประชากรของจำนวนลูกค้าที่เข้าใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ โดยขนาดตัวอย่างถูกกำหนดที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และให้ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5%

โดยเฉลี่ยใน 1 วันมีจำนวนลูกค้าเข้าใช้บริการ 200 คน (ข้อมูลจากการสอบถามผู้จัดการสาขานาครไทยพาณิชย์ สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์) เก็บข้อมูลจำนวน 1 เดือน ( $200 \times 30 = 6,000$ ) ซึ่งคำนวณจากสูตร ได้ดังนี้

$$N = \frac{N}{1+ne^2}$$

โดย  $N$  = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$n$  = จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

$E$  = ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (การศึกษานี้กำหนดให้เท่ากับ 0.05)

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{6,000}{1+6,000(0.05)^2}$$

$$n = 375$$

จากการคำนวณข้างต้น จำนวนประชากรเท่ากับ 6,000 ขนาดของตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 375 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ จึงได้สำรองแบบสอบถามเพิ่มอีก 5 ชุด รวมแบบสอบถามทั้งหมด 380 ชุด

สุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามที่เตรียมไว้ แจกกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ทำการศึกษาในช่วง 30 วัน ในพื้นที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เพียวเพลส ราชพฤกษ์

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นอุปกรณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยสร้างขึ้นให้สอดคล้องครอบคลุมปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพด้านการให้บริการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ซึ่งประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เวลาที่ติดต่อธนาคาร ประเภทธุรกรรมที่ทำ และระยะเวลาในการทำธุรกรรม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามในส่วนคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า แสดงระดับคุณภาพการให้บริการ 5 ระดับ คือ

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

เกณฑ์ความหมายของค่าเฉลี่ย โดยการค่าพิสัยและอันตรภาคชั้นและนำผลต่างที่ได้มา กำหนดเกณฑ์วัดค่าเฉลี่ย โดยผู้ศึกษาได้กำหนดโดยใช้สูตรต่อไปนี้ (Best, 1977: 174)

### สูตรการกำหนดช่วงคะแนน

$$\begin{aligned} \text{ช่วงคะแนน (I)} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วง}} \\ I &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จะได้ช่วงคะแนนเฉลี่ยและระดับคุณภาพให้บริการ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	คุณภาพการให้บริการน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	คุณภาพการให้บริการน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	คุณภาพการให้บริการปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	คุณภาพการให้บริการมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	คุณภาพการให้บริการมากที่สุด

### วิธีทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เพื่อให้แบบสอบถามมีคุณภาพ ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามใน 2 ด้าน คือ ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่สร้างให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบเนื้อหา โครงสร้างแบบสอบถาม และปรับปรุงสำนวนภาษาที่ใช้ให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย เหมาะสมและสมบูรณ์ พร้อมปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ได้คำถามที่ตรงตามวัตถุประสงค์
2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ ผู้ศึกษานำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทำการทดสอบ โดยการทำสอบกับบุคคลที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง ก่อนจะนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดให้ระดับความน่าเชื่อถือไม่ต่ำกว่า 0.7 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) หากแบบสอบถามยังมีข้อบกพร่อง ผู้ศึกษาจะดำเนินการปรับปรุงและแก้ไขจนผ่านทุกขั้นตอน



### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

**3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิผ่านการออกแบบสอบถามสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ จำนวน 375 คน โดยดำเนินการเก็บข้อมูลและข้อความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ที่มาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์

**3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตและรายงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาในครั้งนี้

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

- 4.1 นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับมา ทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์
- 4.2 ทำการลงรหัสแบบสอบถามและบันทึกข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
- 4.3 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป

### 5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 5.1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา

5.1.1 วิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามด้วยความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

5.1.2 วิเคราะห์ระดับของคุณภาพการให้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการด้วยความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงมาตรฐาน (Standard Deviation)

#### 5.2 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน

5.2.1 วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการของธนาคาร สำหรับข้อมูลที่จำแนกเป็น 2 กลุ่ม โดยการทดสอบค่าที (t-test)

5.2.2 วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของคุณภาพการให้บริการของธนาคาร สำหรับข้อมูลที่จำแนกมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยหากพบที่มีความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา เพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้มาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ จำนวน 380 ตัวอย่าง

การวิเคราะห์ผลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายผลการศึกษา ได้แก่ การแจกแจงถ้อย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 ประชากรหรือกลุ่มโดย สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มเป็นอิสระต่อกันโดยใช้สถิติทดสอบแบบ Independent – Sample T-Test ทดสอบ ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปโดยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน ทางเดียวโดยใช้สถิติทดสอบแบบ One way analysis of variance (One way ANOVA) และทดสอบ ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparison) วิธีการทดสอบ Least Significant Difference (LSD) test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ประมวลผลข้อมูลจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์ สำเร็จรูปทางสถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้กำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

n	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t - test	แทน	ค่าสถิติในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มตัวอย่าง โดยสุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent – Sample T-Test)
F – test	แทน	ค่าสถิติในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปโดยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One way ANOVA )
sig.	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (probability) สำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	ผลทดสอบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
H0	แทน	สมมติฐานหลัก
H1	แทน	สมมติฐานรอง

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับ เป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์

ส่วนที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

### ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ช่วงเวลาที่ติดต่อธนาคาร ระยะเวลาในการทำธุรกรรม และประเภทการให้บริการ ผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	159	41.84
	หญิง	221	58.16
	รวม	380	100.00
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	39	10.26
	อายุ 20 - 29 ปี	97	25.53
	อายุ 30 - 39 ปี	112	29.47
	อายุ 40 - 49 ปี	72	18.95
	อายุ 50 - 59 ปี	44	11.58
	ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	16	4.21
	รวม	380	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	14	3.68
	ปวส./อนุปริญญา	15	3.95
	มัธยมศึกษาตอนต้น	27	7.11
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	56	14.74
	ปริญญาตรี	211	55.53
	สูงกว่าปริญญาตรี	57	15.00
	รวม	380	100.00
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	57	15.00
	เกษตรกร	11	2.89
	ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	78	20.53
	รับจ้างทั่วไป	17	4.47
	พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน	142	37.37
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	60	15.79
	เกษียณ/ว่างงาน	15	3.95
	รวม	380	100.00
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	70	18.42
	10,000 - 20,000 บาท	101	26.58
	20,001 - 30,000 บาท	74	19.47
	30,001 - 40,000 บาท	67	17.63
	40,001 - 50,000 บาท	22	5.79
	50,000 บาท ขึ้นไป	46	12.11
	รวม	380	100.00
ช่วงเวลาที่ติดต่อ ธนาคาร	ช่วงเวลา 11.01 น.- 14.00 น.	99	26.05
	ช่วงเวลา 14.01 น. - 17.00 น.	168	44.21
	ช่วงเวลา 17.01 น.- 19.00 น.	113	29.74
	รวม	380	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาในการทำ ธุรกรรม	น้อยกว่า 15 นาที	189	49.74
	15- 30 นาที	76	20.00
	31- 60 นาที	89	23.42
	มากกว่า 1 ชั่วโมง	26	6.84
	รวม	380	100.00
ประเภทการใช้บริการ (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)	การฝากเงิน – ถอนเงิน	240	34.99
	การลงทุนการออมทรัพย์รูปแบบอื่น	140	20.41
	การกู้เงิน	116	16.91
	การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	96	13.99
	การเปิดบัญชี / ทำบัตร ATM	94	13.70
	รวม	380	100.00

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 380 คน สามารถนำมาสรุปผลเป็นรายด้านได้ ดังนี้

ด้านเพศ พบว่า เป็นเพศหญิง มากกว่า เพศชาย โดยมีเพศหญิง จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 58.16 และเพศชาย จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 41.84

ด้านอายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 29.47 รองลงมา อายุ 20 – 29 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 25.53 อายุ 40 – 49 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.95 อายุ 50 - 59 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.58 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.26 โดยน้อยที่สุดคือ อายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.21

ด้านระดับการศึกษา พบว่า มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 55.53 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.74 น้อยที่สุด คือ มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.11 ระดับ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.95 ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.68 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ พบว่า เป็น พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน มากที่สุด จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 37.37 รองลงมา ค้าขาย/เจ้าของกิจการ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.53 และรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.79 เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 น้อยที่สุดคือ รับจ้างทั่วไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.47 เกษียณหรือว่างงาน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.95 เกษตรกร จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.89 ตามลำดับ

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 26.58 รองลงมา 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.47 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.42 และรายได้ 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.63 น้อยที่สุดคือ 50,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 12.11 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.79 ตามลำดับ

ด้านช่วงเวลาที่ติดต่อธนาคาร พบว่า ส่วนใหญ่ไปใช้บริการช่วงเวลา 14.01 น. - 17.00 น. จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 44.21 รองลงมา ช่วงเวลา 17.01 น.- 19.00 น. จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 29.74 และช่วงเวลา 11.01 น. - 14.00 น. จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 26.05

ด้านระยะเวลาในการทำธุรกรรม ส่วนใหญ่ใช้เวลาน้อยกว่า 15 นาที จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 49.74 รองลงมา 31- 60 นาที จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.42 และ 15- 30 นาที จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 น้อยสุด มากกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.84

ด้านประเภทการใช้บริการทำธุรกรรม พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการการฝากเงิน – ถอนเงิน มากที่สุด จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 34.99 รองลงมา การลงทุนการออมทรัพย์รูปแบบอื่น จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 20.41 การกู้เงิน จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 16.91 และการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 13.99 น้อยสุด การเปิดบัญชี / ทำบัตร ATM จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 13.70

## ส่วนที่ 2 คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญพลส ราชพฤกษ์

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญพลส ราชพฤกษ์ ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญพลส ราชพฤกษ์ โดยภาพรวม

คุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	$\bar{x}$	SD.	แปลค่า	อันดับ
ด้านรูปลักษณ์	3.90	0.54	มาก	1
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	3.81	0.65	มาก	4
ด้านการตอบสนองลูกค้า	3.85	0.68	มาก	3
ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ	3.88	0.54	มาก	2
ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	3.75	0.72	มาก	5
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.84</b>	<b>0.56</b>	<b>มาก</b>	

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญพลส ราชพฤกษ์ โดยภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความคิดเห็นสูงสุด คือ ด้านรูปลักษณ์ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ตามลำดับ สรุปผลรายด้านได้ดังตารางที่ 4.3 –4.7

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ด้านรูปลักษณ์

ด้านรูปลักษณ์	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	SD.	แปลค่า
ความมีชื่อเสียงของธนาคาร	4.26	0.55	มากที่สุด
วัสดุอุปกรณ์ภายในธนาคาร มีความทันสมัย สวยงาม	3.87	0.67	มาก
สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของธนาคารมีความเหมาะสม สะอาด กว้างขวาง ไม่แออัด	3.76	0.67	มาก
พนักงานธนาคารแต่งกายเรียบร้อย สุภาพ เหมาะสม	3.86	0.76	มาก
เอกสารสำหรับการให้ข้อมูลต่างๆของธนาคาร มีความละเอียด ชัดเจน เข้าใจง่าย	3.76	0.92	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.90</b>	<b>0.54</b>	<b>มาก</b>

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ด้านรูปลักษณ์ โดยภาพรวม พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ด้าน คือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 4.26 และมีความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 4 ด้าน เรียงอันดับได้แก่ วัสดุอุปกรณ์ภายในธนาคาร มีความทันสมัย สวยงาม ( $\bar{x} = 3.87$ ) พนักงานธนาคารแต่งกายเรียบร้อย สุภาพเหมาะสม ( $\bar{x} = 3.86$ ) สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของธนาคารมีความเหมาะสม สะอาด กว้างขวาง ไม่แออัด ( $\bar{x} = 3.76$ ) และเอกสารสำหรับการให้ข้อมูลต่างๆ ของธนาคาร มีความละเอียด ชัดเจน เข้าใจง่าย ( $\bar{x} = 3.76$ ) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า
พนักงานทำธุรกรรมของลูกค้าโดยไม่มีข้อผิดพลาด	3.65	0.77	มาก
ความน่าเชื่อถือของพนักงานผู้ให้บริการ	3.92	0.73	มาก
การรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า	4.06	0.74	มาก
พนักงานให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง	3.84	0.75	มาก
พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่แจ้งไว้กับลูกค้า	3.59	0.85	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.81</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ โดยภาพรวม พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก ทั้ง 5 ด้าน โดยสูงสุด คือ การรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมา ความน่าเชื่อถือของพนักงานผู้ให้บริการ ( $\bar{X} = 3.92$ ) พนักงานให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง ( $\bar{X} = 3.84$ ) พนักงานทำธุรกรรมของลูกค้าโดยไม่มีข้อผิดพลาด ( $\bar{X} = 3.65$ ) และพนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่แจ้งไว้กับลูกค้า ( $\bar{X} = 3.59$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ด้านการตอบสนองลูกค้า

ด้านการตอบสนองลูกค้า	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	SD.	แปลค่า
ระบบการทำงานของธนาคารมีความรวดเร็ว มีความเสถียร ไม่ขัดข้อง	4.00	0.74	มาก
พนักงานมีความรู้ ความพร้อมในการให้ข้อมูลและให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	3.77	0.75	มาก
ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน	3.89	0.83	มาก
พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทีที่ลูกค้าต้องการ	3.76	0.82	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.85</b>	<b>0.68</b>	<b>มาก</b>

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ด้านการตอบสนองลูกค้า โดยภาพรวม พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก ทั้ง 4 ด้าน โดยสูงสุด คือ ระบบการทำงานของธนาคารมีความรวดเร็ว มีความเสถียร ไม่ขัดข้อง มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน ( $\bar{x} = 3.89$ ) พนักงานมีความรู้ ความพร้อมในการให้ข้อมูลและให้คำแนะนำแก่ลูกค้า ( $\bar{x} = 3.77$ ) และพนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทีที่ลูกค้าต้องการ ( $\bar{x} = 3.76$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ด้านการรับประกันและความมั่นใจ

ด้านการรับประกันและความมั่นใจ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า
พนักงานสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารของธนาคารได้อย่างถูกต้อง	3.64	0.66	มาก
ธนาคารมีการสร้างความมั่นใจในเรื่องของความปลอดภัยให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ	3.96	0.60	มาก
พนักงานมีมารยาท มีความสุภาพ และพนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเสมอภาค	4.06	0.63	มาก
พฤติกรรมของพนักงานสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ	3.88	0.73	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.88</b>	<b>0.54</b>	<b>มาก</b>

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ด้านการรับประกันและความมั่นใจ โดยภาพรวม พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก ทั้ง 4 ด้าน โดยสูงสุด คือ พนักงานมีมารยาท มีความสุภาพ และพนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมา ธนาคารมีการสร้างความมั่นใจในเรื่องของความปลอดภัยให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ( $\bar{X} = 3.96$ ) พฤติกรรมของพนักงานสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ ( $\bar{X} = 3.88$ ) และพนักงานสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารของธนาคารได้อย่างถูกต้อง ( $\bar{X} = 3.64$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า
พนักงานให้ความสนใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และบริการเป็นกันเอง ต่อลูกค้าทุกคน	4.23	0.71	มากที่สุด
เวลาในการเปิดให้บริการของธนาคารมีความเหมาะสม สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี	3.67	0.87	มาก
ธนาคารมีช่องทางหลายช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารต่างๆให้ลูกค้าทราบ	3.41	0.95	มาก
พนักงานแสดงความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าอย่างจริงจัง ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าตนมีความสำคัญ	3.80	0.89	มาก
พนักงานธนาคาร มีความเข้าใจความต้องการเฉพาะ ของลูกค้าอย่างชัดเจน	3.67	0.95	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.75</b>	<b>0.72</b>	<b>มาก</b>

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล โดยภาพรวม พบว่ามีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่ามีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ด้าน คือ พนักงานให้ความสนใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และบริการเป็นกันเองต่อลูกค้าทุกคน มีค่าเฉลี่ย 4.23 และมีความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 4 ด้าน เรียงอันดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่ พนักงานแสดงความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าอย่างจริงจัง ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าตนมีความสำคัญ ( $\bar{X} = 3.80$ ) เวลาในการเปิดให้บริการของธนาคารมีความเหมาะสม สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ( $\bar{X} = 3.67$ ) พนักงานธนาคาร มีความเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าอย่างชัดเจน ( $\bar{X} = 3.67$ ) และธนาคารมีช่องทางหลายช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆให้ลูกค้าทราบ ( $\bar{X} = 3.41$ ) ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษา

สมมติฐานลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน

H0 = ลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ไม่แตกต่างกัน

H1 = ลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์แตกต่างกัน

สมมติฐาน 1 ลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์

คุณภาพการให้บริการของ						
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์	เพศ	N	$\bar{x}$	SD.	t.	Sig.
ด้านรูปลักษณ์	ชาย	159	3.86	0.50		
	หญิง	221	3.93	0.57		
	รวม	380	3.90	0.54	-1.393	0.165
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	ชาย	159	3.68	0.58		
	หญิง	221	3.91	0.68		
	รวม	380	3.81	0.65	-3.493	0.001*
ด้านการตอบสนองลูกค้า	ชาย	159	3.69	0.62		
	หญิง	221	3.98	0.70		
	รวม	380	3.85	0.68	-4.252	0.000*
ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ	ชาย	159	3.79	0.49		
	หญิง	221	3.95	0.57		
	รวม	380	3.88	0.54	-2.910	0.004*

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการของ						
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	เพศ	N	$\bar{x}$	SD.	t.	Sig.
สาขาเฟี้ยวเพลส ราชพฤกษ์						
ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	ชาย	159	3.60	0.61	-3.773	0.000*
	หญิง	221	3.87	0.77		
	รวม	380	3.75	0.72		
ภาพรวม	ชาย	159	3.72	0.48	-3.699	0.000*
	หญิง	221	3.93	0.59		
	รวม	380	3.84	0.56		

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.8 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเฟี้ยวเพลส ราชพฤกษ์ ใช้สถิติทดสอบแบบ T – Test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า คุณภาพการให้บริการมีค่า Sig. < 0.05 ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

ทดสอบโดยภาพรวม พบว่า ค่า t – test = -3.699, Sig. = 0.000 < 0.05 สรุปผลการทดสอบได้ว่า เป็นการยอมรับ H1 หรือลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเฟี้ยวเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน โดยผลการทดสอบพบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการเพศหญิงจะมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเฟี้ยวเพลส ราชพฤกษ์ สูงกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการเพศชาย อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐาน 2 ลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์

คุณภาพการให้บริการ						
ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์	ด้านอายุ	N	$\bar{x}$	SD.	F	Sig.
ด้านรูปลักษณ์	ต่ำกว่า 20 ปี	39	4.17	.611		
	อายุ 20 - 29 ปี	97	3.84	.486		
	อายุ 30 - 39 ปี	112	3.86	.494		
	อายุ 40 - 49 ปี	72	3.93	.600		
	อายุ 50 - 59 ปี	44	3.80	.526		
	ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	16	4.08	.665		
	รวม	380	3.90	.545	3.019	0.011*
ด้านความน่าเชื่อถือและ ไว้วางใจ	ต่ำกว่า 20 ปี	39	4.13	.664		
	อายุ 20 - 29 ปี	97	3.75	.600		
	อายุ 30 - 39 ปี	112	3.75	.614		
	อายุ 40 - 49 ปี	72	3.82	.640		
	อายุ 50 - 59 ปี	44	3.75	.709		
	ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	16	3.96	.840		
	รวม	380	3.81	.649	2.587	0.026*
ด้านการตอบสนองลูกค้า	ต่ำกว่า 20 ปี	39	4.12	.741		
	อายุ 20 - 29 ปี	97	3.71	.621		
	อายุ 30 - 39 ปี	112	3.76	.693		
	อายุ 40 - 49 ปี	72	3.91	.691		
	อายุ 50 - 59 ปี	44	3.93	.616		
	ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	16	4.30	.672		
	รวม	380	3.85	.684	4.146	0.001*

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์		ด้านอายุ	N	$\bar{x}$	SD.	F	Sig.
ด้านการรับประกันหรือ ความมั่นใจ	ต่ำกว่า 20 ปี	39	4.07	.623			
	อายุ 20 - 29 ปี	97	3.77	.497			
	อายุ 30 - 39 ปี	112	3.85	.477			
	อายุ 40 - 49 ปี	72	3.95	.537			
	อายุ 50 - 59 ปี	44	3.84	.617			
	ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	16	4.25	.639			
	รวม	380	3.88	.544	3.801	0.002*	
ด้านการดูแลเอาใจใส่ ลูกค้าเป็นรายบุคคล	ต่ำกว่า 20 ปี	39	4.04	.814			
	อายุ 20 - 29 ปี	97	3.58	.689			
	อายุ 30 - 39 ปี	112	3.69	.675			
	อายุ 40 - 49 ปี	72	3.86	.692			
	อายุ 50 - 59 ปี	44	3.73	.722			
	ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	16	4.13	.762			
	รวม	380	3.75	.719	3.768	0.002*	
ภาพรวม	ต่ำกว่า 20 ปี	39	4.10	.633	4.033	0.001*	
	อายุ 20 - 29 ปี	97	3.73	.500			
	อายุ 30 - 39 ปี	112	3.78	.528			
	อายุ 40 - 49 ปี	72	3.89	.538			
	อายุ 50 - 59 ปี	44	3.81	.577			
	ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	16	4.14	.666			
	รวม	380	3.84	.557	4.033	0.001*	

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



จากตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ ใช้สถิติทดสอบแบบ F – Test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า คุณภาพการให้บริการมีค่า Sig. < 0.05 ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกันและความมั่นใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

ทดสอบโดยภาพรวม พบว่า ค่า F –test = 4.033, Sig. = 0.001 < 0.05 สรุปผลการทดสอบได้ว่า เป็นการยอมรับ H1 หรือลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงนำมาทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparison) วิธีการทดสอบ Least Significant Difference (LSD) test ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 การทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์

ด้านอายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี	อายุ 20 - 29 ปี	อายุ 30 - 39 ปี	อายุ 40 - 49 ปี	อายุ 50 - 59 ปี	60 ปี ขึ้นไป
<b>ด้านรูปลักษณ์</b>		4.17	3.84	3.86	3.93	3.80	4.08
ต่ำกว่า 20 ปี	4.17		-0.33*	-0.31*	-0.24*	-0.36*	
อายุ 20 - 29 ปี	3.84						0.24*
อายุ 30 - 39 ปี	3.86						
อายุ 40 - 49 ปี	3.93						
อายุ 50 - 59 ปี	3.80						0.27*
ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	4.08						
<b>ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ</b>		4.13	3.75	3.75	3.82	3.75	3.96
ต่ำกว่า 20 ปี	4.13		-0.38*	-0.39*	-0.31*	-0.38*	
อายุ 20 - 29 ปี	3.75						
อายุ 30 - 39 ปี	3.75						
อายุ 40 - 49 ปี	3.82						
อายุ 50 - 59 ปี	3.75						
ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	3.96						

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ด้านอายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี	อายุ 20 - 29 ปี	อายุ 30 - 39 ปี	อายุ 40 - 49 ปี	อายุ 50 - 59 ปี	60 ปี ขึ้นไป
<b>ด้านการตอบสนองของลูกค้า</b>		4.12	3.71	3.76	3.91	3.93	4.30
ต่ำกว่า 20 ปี	4.12		-0.41*	-0.35*			
อายุ 20 - 29 ปี	3.71						0.59*
อายุ 30 - 39 ปี	3.76						0.53*
อายุ 40 - 49 ปี	3.91						0.38*
อายุ 50 - 59 ปี	3.93						0.37*
ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	4.30						
<b>ด้านการรับประกันและความมั่นใจ</b>		4.07	3.77	3.85	3.95	3.84	4.25
ต่ำกว่า 20 ปี	4.07		-0.31*	-0.22*		-0.24*	
อายุ 20 - 29 ปี	3.77						0.48*
อายุ 30 - 39 ปี	3.85						0.40*
อายุ 40 - 49 ปี	3.95						0.30*
อายุ 50 - 59 ปี	3.84						0.41*
ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	4.25						
<b>ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล</b>		4.04	3.58	3.69	3.86	3.73	4.13
ต่ำกว่า 20 ปี	4.04		-0.45*	-0.34*		-0.30*	
อายุ 20 - 29 ปี	3.58				0.28*		0.54*
อายุ 30 - 39 ปี	3.69						0.43*
อายุ 40 - 49 ปี	3.86						0.27*
อายุ 50 - 59 ปี	3.73						0.39*
ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	4.13						
<b>ภาพรวม</b>		4.10	3.73	3.78	3.89	3.81	4.14
ต่ำกว่า 20 ปี	4.10		-0.38*	-0.32*		-0.29*	
อายุ 20 - 29 ปี	3.73						0.41*
อายุ 30 - 39 ปี	3.78						0.36*
อายุ 40 - 49 ปี	3.89						0.25*
อายุ 50 - 59 ปี	3.81						0.33*
ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	4.14						

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สรุปผลเป็นรายด้านได้ดังนี้

ด้านรูปลักษณ์ พบว่า มีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับด้านอายุ จำนวน 3 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ให้บริการอายุต่ำกว่า 20 ปี จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านรูปลักษณ์ สูงกว่า กลุ่มผู้ให้บริการอายุ 20 - 29 ปี อายุ 30 - 39 ปี อายุ 40 - 49 ปี และอายุ 50 - 59 ปี 2) กลุ่มผู้ให้บริการอายุ 20 - 29 ปี จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านรูปลักษณ์ ต่ำกว่า กลุ่มผู้ให้บริการอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป และ 3) กลุ่มผู้ให้บริการอายุ 50 - 59 ปี จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านรูปลักษณ์ ต่ำกว่า กลุ่มผู้ให้บริการอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ พบว่า มีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับด้านอายุ จำนวน 1 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ให้บริการอายุต่ำกว่า 20 ปี จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ สูงกว่า กลุ่มผู้ให้บริการอายุ 20 - 29 ปี อายุ 30 - 39 ปี อายุ 40 - 49 ปี และอายุ 50 - 59 ปี

ด้านการตอบสนองลูกค้า พบว่า มีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับด้านอายุ จำนวน 5 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ให้บริการอายุต่ำกว่า 20 ปี จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านการตอบสนองลูกค้า สูงกว่า กลุ่มผู้ให้บริการอายุ 20 - 29 ปี และอายุ 30 - 39 ปี 2) กลุ่มผู้ให้บริการอายุ 20 - 29 ปี จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านการตอบสนองลูกค้า ต่ำกว่า กลุ่มผู้ให้บริการอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป 3) กลุ่มผู้ให้บริการอายุ 30 - 39 ปี จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านการตอบสนองลูกค้า ต่ำกว่า กลุ่มผู้ให้บริการอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป 4) กลุ่มผู้ให้บริการอายุ 40 - 49 ปี จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านการตอบสนองลูกค้า ต่ำกว่า กลุ่มผู้ให้บริการอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป และ 5) กลุ่มผู้ให้บริการอายุ 50 - 59 ปี จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านการตอบสนองลูกค้า ต่ำกว่า กลุ่มผู้ให้บริการอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป

ด้านการรับประกันและความมั่นใจ พบว่า มีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับด้านอายุ จำนวน 5 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ให้บริการอายุต่ำกว่า 20 ปี จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านการรับประกันและความมั่นใจ สูงกว่า กลุ่มผู้ให้บริการอายุ 20 - 29 ปี อายุ 30 - 39 ปี และอายุ 50 - 59 ปี 2) กลุ่มผู้ให้บริการอายุ 20 - 29 ปี จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านการรับประกันและความมั่นใจ ต่ำกว่า กลุ่มผู้ให้บริการอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป 3) กลุ่มผู้ให้บริการอายุ 30 - 39 ปี จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของ



สมมติฐาน 3 ลักษณะส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพ การให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเฟี้ยวเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 ทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา กับคุณภาพ การให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเฟี้ยวเพลส ราชพฤกษ์

คุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์						
จำกัด (มหาชน) สาขาเฟี้ยวเพลส ราชพฤกษ์	ด้านระดับการศึกษา	N	$\bar{x}$	SD.	F	Sig.
ด้านรูปลักษณ์	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	14	4.01	.708		
	ปวส./อนุปริญญา	15	3.79	.548		
	มัธยมศึกษาตอนต้น	27	3.83	.602		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	56	3.91	.500		
	ปริญญาตรี	211	3.91	.544		
	สูงกว่าปริญญาตรี	57	3.91	.533		
	รวม	380	3.90	.545	0.359	0.876
ด้านความน่าเชื่อถือและ ไว้วางใจ	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	14	3.91	.655		
	ปวส./อนุปริญญา	15	3.87	.649		
	มัธยมศึกษาตอนต้น	27	3.60	.555		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	56	3.83	.583		
	ปริญญาตรี	211	3.82	.676		
	สูงกว่าปริญญาตรี	57	3.84	.656		
	รวม	380	3.81	.649	0.689	0.632

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์							
	ด้านระดับการศึกษา	N	$\bar{x}$	SD.	F	Sig.	
ด้านการตอบสนองลูกค้า	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	14	3.77	.616			
	ปวส./อนุปริญญา	15	3.80	.649			
	มัธยมศึกษาตอนต้น	27	3.69	.648			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	56	3.75	.698			
	ปริญญาตรี	211	3.89	.694			
	สูงกว่าปริญญาตรี	57	3.96	.675			
	รวม	380	3.85	.684	0.985	0.427	
ด้านการรับประกัน หรือความมั่นใจ	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	14	3.79	.627			
	ปวส./อนุปริญญา	15	3.78	.516			
	มัธยมศึกษาตอนต้น	27	3.78	.520			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	56	3.80	.547			
	ปริญญาตรี	211	3.91	.535			
	สูงกว่าปริญญาตรี	57	3.98	.569			
	รวม	380	3.88	.544	1.094	0.363	
ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า เป็นรายบุคคล	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	14	3.61	.798			
	ปวส./อนุปริญญา	15	3.77	.654			
	มัธยมศึกษาตอนต้น	27	3.63	.614			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	56	3.59	.752			
	ปริญญาตรี	211	3.80	.722			
	สูงกว่าปริญญาตรี	57	3.82	.711			
	รวม	380	3.75	.719	1.162	0.327	

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์						
จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์	ด้านระดับการศึกษา	N	$\bar{x}$	SD.	F	Sig.
	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	14	3.82	.613		
	ปวส./อนุปริญญา	15	3.80	.523		
	มัธยมศึกษาตอนต้น	27	3.71	.527		
<b>ภาพรวม</b>	มัธยมศึกษาตอนปลาย	56	3.78	.563		
	ปริญญาตรี	211	3.86	.562		
	สูงกว่าปริญญาตรี	57	3.90	.551		
	รวม	380	3.84	.557	0.692	0.630

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ใช้สถิติทดสอบแบบ F – Test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า คุณภาพการให้บริการมีค่า Sig. > 0.05 ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกันและความมั่นใจ และ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

ทดสอบโดยภาพรวม พบว่า ค่า F –test = 0.692, Sig. = 0.630 > 0.05 สรุปผลการทดสอบได้ว่า เป็นการยอมรับ H0 หรือลักษณะส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐาน 4 ลักษณะส่วนบุคคล ด้านอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 ทดสอบความแตกต่างระหว่าง ลักษณะส่วนบุคคล ด้านอาชีพ กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์

คุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์	ด้านอาชีพ	N	$\bar{x}$	SD.	F	Sig.	
ด้านรูปลักษณ์	นักเรียน/นักศึกษา	57	4.05	.605			
	เกษตรกร	11	4.05	.795			
	ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	78	3.89	.509			
	รับจ้างทั่วไป	17	4.33	.663			
	พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	142	3.82	.475			
	รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	60	3.83	.522			
	เกษียณ/ว่างงาน	15	3.87	.584			
	รวม	380	3.90	.545	3.461	0.002*	
	ด้านความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจ	นักเรียน/นักศึกษา	57	4.02	.694		
		เกษตรกร	11	3.98	.874		
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ		78	3.82	.568			
รับจ้างทั่วไป		17	4.41	.554			
พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน		142	3.67	.564			
รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		60	3.79	.715			
เกษียณ/ว่างงาน		15	3.60	.741			
รวม		380	3.81	.649	5.303	0.000*	

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์							
	ด้านอาชีพ	N	$\bar{x}$	SD.	F	Sig.	
ด้านการตอบสนองลูกค้า	นักเรียน/นักศึกษา	57	4.10	.686			
	เกษตรกร	11	4.27	.666			
	ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	78	3.85	.654			
	รับจ้างทั่วไป	17	4.51	.555			
	พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	142	3.62	.598			
	รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	60	3.93	.719			
	เกษียณ/ว่างงาน	15	3.87	.700			
	รวม	380	3.85	.684	8.374	0.000*	
	ด้านการรับประกัน หรือความมั่นใจ	นักเรียน/นักศึกษา	57	3.99	.567		
		เกษตรกร	11	4.14	.692		
		ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	78	3.92	.533		
		รับจ้างทั่วไป	17	4.26	.583		
		พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	142	3.75	.487		
รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		60	3.88	.542			
เกษียณ/ว่างงาน		15	3.90	.596			
รวม		380	3.88	.544	3.738	0.001*	

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์		ด้านอาชีพ	N	$\bar{x}$	SD.	F	Sig.	
ด้านการดูแลเอาใจใส่ ลูกค้าเป็นรายบุคคล	นักเรียน/นักศึกษา	57	3.96	.790				
	เกษตรกร	11	4.02	.827				
	ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	78	3.79	.676				
	รับจ้างทั่วไป	17	4.38	.648				
	พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	142	3.57	.651				
	รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	60	3.74	.706				
	เกษียณ/ว่างงาน	15	3.75	.769				
	รวม	380	3.75	.719	5.069	0.000*		
	ภาพรวม	นักเรียน/นักศึกษา	57	4.02	.613			
		เกษตรกร	11	4.09	.709			
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ		78	3.85	.510				
รับจ้างทั่วไป		17	4.38	.543				
พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน		142	3.69	.475				
รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		60	3.83	.562				
เกษียณ/ว่างงาน		15	3.80	.623				
รวม		380	3.84	.557	6.422	0.000*		

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านอาชีพ กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ ใช้สถิติทดสอบแบบ F – Test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า คุณภาพการให้บริการมีค่า Sig. < 0.05 ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกันและความมั่นใจ และ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

ทดสอบโดยภาพรวม พบว่า ค่า F –test = 6.422, Sig. = 0.001 < 0.05 สรุปผลการทดสอบได้ว่าเป็นการยอมรับ H1 หรือลักษณะส่วนบุคคล ด้านอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงนำมาทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparison) วิธีการทดสอบ Least Significant Difference (LSD) test ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 4.13 การทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านอาชีพ กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์

ด้านอาชีพ	$\bar{x}$	นักเรียน/ นักศึกษา	เกษตรกร	ค้าขาย/ เจ้าของ กิจการ	รับจ้าง ทั่วไป	พนักงาน บริษัท เอกชน/ ห้างร้าน	รับ ราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	เกษียณ/ ว่างงาน
<b>ด้านรูปลักษณ์</b>		4.05	4.05	3.89	4.33	3.82	3.83	3.87
นักเรียน/นักศึกษา	4.05				0.28*			
เกษตรกร	4.05				0.27*			
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	3.89				0.44*			
รับจ้างทั่วไป	4.33					-0.51*	-0.50*	-0.46*
พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน	3.82							
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.83							
เกษียณ/ว่างงาน	3.87							
<b>ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ</b>		4.02	3.98	3.82	4.41	3.67	3.79	3.60
นักเรียน/นักศึกษา	4.02				0.39*	-0.35*		-0.42*
เกษตรกร	3.98				0.43*	-0.31*		-0.38*
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	3.82				0.60*			
รับจ้างทั่วไป	4.41					-0.74*	-0.62*	-0.81*
พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน	3.67							
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.79							
เกษียณ/ว่างงาน	3.60							

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ด้านอาชีพ	$\bar{x}$	นักเรียน/ นักศึกษา	เกษตรกร	ค้าขาย/ เจ้าของ กิจการ	รับจ้าง ทั่วไป	พนักงาน บริษัท เอกชน/ ห้างร้าน	รับ ราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	เกษียณ/ ว่างงาน
<b>ด้านการตอบสนองลูกค้า</b>		4.10	4.27	3.85	4.51	3.62	3.93	3.87
นักเรียน/นักศึกษา	4.10				0.42*	-0.48*		
เกษตรกร	4.27			-0.42*		-0.66*	-0.34*	-0.41*
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	3.85				0.67*			
รับจ้างทั่วไป	4.51					-0.90*	-0.59*	-0.65*
พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน	3.62						0.31*	
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.93							
เกษียณ/ว่างงาน	3.87							
<b>ด้านการรับประกันและความมั่นใจ</b>		3.99	4.14	3.92	4.26	3.75	3.88	3.90
นักเรียน/นักศึกษา	3.99				0.27*	-0.24*		
เกษตรกร	4.14			-0.21*		-0.38*	-0.26*	-0.24*
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	3.92				0.34*			
รับจ้างทั่วไป	4.26					-0.51*	-0.39*	-0.36*
พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน	3.75							
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.88							
เกษียณ/ว่างงาน	3.90							
<b>ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล</b>		3.96	4.02	3.79	4.38	3.57	3.74	3.75
นักเรียน/นักศึกษา	3.96				0.42*	-0.39*		
เกษตรกร	4.02			-0.23*	0.36*	-0.45*	-0.28*	-0.27*
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	3.79				0.59*			
รับจ้างทั่วไป	4.38					-0.81*	-0.64*	-0.63*
พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน	3.57							
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.74							
เกษียณ/ว่างงาน	3.75							
<b>ภาพรวม</b>		4.02	4.09	3.85	4.38	3.69	3.83	3.80
นักเรียน/นักศึกษา	4.02				0.35*	-0.34*		-0.23*
เกษตรกร	4.09			-0.24*	0.29*	-0.41*	-0.26*	-0.30*
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	3.85				0.53*			
รับจ้างทั่วไป	4.38					-0.69*	-0.55*	-0.58*
พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน	3.69							
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.83							
เกษียณ/ว่างงาน	3.80							

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านอาชีพ กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สรุปผลเป็นรายด้านได้ดังนี้

ด้านรูปลักษณ์ พบว่า มีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับด้านอาชีพ จำนวน 4 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการนักเรียน/นักศึกษาจะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านรูปลักษณ์ ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการอาชีพรับจ้างทั่วไป 2) กลุ่มผู้ใช้บริการอาชีพเกษตรกรจะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านรูปลักษณ์ ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการอาชีพรับจ้างทั่วไป 3) กลุ่มผู้ใช้บริการอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการจะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านรูปลักษณ์ ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการอาชีพรับจ้างทั่วไป และ 4) กลุ่มผู้ใช้บริการอาชีพรับจ้างทั่วไปจะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านรูปลักษณ์ สูงกว่า กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษียณ/ว่างงาน

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ พบว่า มีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับด้านอาชีพ จำนวน 4 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการนักเรียน/นักศึกษาจะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการอาชีพรับจ้างทั่วไป และสูงกว่า กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้านและเกษียณ/ว่างงาน 2) กลุ่มผู้ใช้บริการอาชีพเกษตรกรจะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการอาชีพรับจ้างทั่วไป และสูงกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้านและเกษียณ/ว่างงาน 3) กลุ่มผู้ใช้บริการอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการจะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการอาชีพรับจ้างทั่วไป และ 4) กลุ่มผู้ใช้บริการอาชีพรับจ้างทั่วไปจะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ สูงกว่า กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษียณ/ว่างงาน

ด้านการตอบสนองลูกค้า พบว่า มีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับด้านอาชีพ จำนวน 5 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการนักเรียน/นักศึกษาจะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านการตอบสนองลูกค้า ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการรับจ้างทั่วไป และสูงกว่ากลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน 2) กลุ่มผู้ใช้บริการอาชีพเกษตรกรจะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านการตอบสนองลูกค้า สูงกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ, พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน, รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษียณ/ว่างงาน 3) กลุ่มผู้ใช้บริการอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการจะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านการตอบสนองลูกค้า ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการรับจ้างทั่วไป 4) กลุ่มผู้ใช้บริการอาชีพ



สรุปผลการทดสอบโดยภาพรวม พบว่า มีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับด้านอาชีพ จำนวน 4 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการนักเรียน/นักศึกษาจะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารโดยภาพรวม ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการรับจ้างทั่วไป และสูงกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน และ เกษียณ/ว่างงาน 2) กลุ่มผู้ใช้บริการเกษตรกรจะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารโดยภาพรวม ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการรับจ้างทั่วไป และ สูงกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ เกษียณ/ว่างงาน 3) กลุ่มผู้ใช้บริการค้าขาย/เจ้าของกิจการจะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารโดยภาพรวม ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการรับจ้างทั่วไป และ 4) กลุ่มผู้ใช้บริการรับจ้างทั่วไปจะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารโดยภาพรวม สูงกว่า กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษียณ/ว่างงาน

สมมติฐาน 5 ลักษณะส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่าง

ตารางที่ 4.14 การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์

คุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์	ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	N	$\bar{x}$	SD.	F	Sig.
ด้านรูปลักษณะ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	70	4.11	.629		
	10,000 - 20,000 บาท	101	3.89	.544		
	20,001 - 30,000 บาท	74	3.75	.521		
	30,001 - 40,000 บาท	67	3.90	.466		
	40,001 - 50,000 บาท	22	3.93	.526		
	50,001 บาท ขึ้นไป	46	3.88	.491		
	รวม		380	3.90	.545	3.275

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์	ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	N	$\bar{x}$	SD.	F	Sig.
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	70	4.09	.697	3.568	0.004*
	10,000 - 20,000 บาท	101	3.78	.631		
	20,001 - 30,000 บาท	74	3.68	.649		
	30,001 - 40,000 บาท	67	3.79	.606		
	40,001 - 50,000 บาท	22	3.77	.685		
	50,001 บาท ขึ้นไป	46	3.74	.562		
	รวม	380	3.81	.649		
ด้านการตอบสนองลูกค้า	ต่ำกว่า 10,000 บาท	70	4.15	.683	3.787	0.002*
	10,000 - 20,000 บาท	101	3.82	.685		
	20,001 - 30,000 บาท	74	3.80	.674		
	30,001 - 40,000 บาท	67	3.71	.675		
	40,001 - 50,000 บาท	22	3.93	.655		
	50,001 บาท ขึ้นไป	46	3.74	.626		
	รวม	380	3.85	.684		
ด้านการรับประกันหรือความ มั่นใจ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	70	4.04	.605	1.966	0.083
	10,000 - 20,000 บาท	101	3.88	.570		
	20,001 - 30,000 บาท	74	3.77	.472		
	30,001 - 40,000 บาท	67	3.87	.508		
	40,001 - 50,000 บาท	22	3.91	.590		
	50,001 บาท ขึ้นไป	46	3.85	.493		
	รวม	380	3.88	.544		



ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์	ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	N	$\bar{x}$	SD.	F	Sig.
ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า เป็นรายบุคคล	ต่ำกว่า 10,000 บาท	70	4.03	.804		
	10,000 - 20,000 บาท	101	3.69	.721		
	20,001 - 30,000 บาท	74	3.68	.685		
	30,001 - 40,000 บาท	67	3.72	.650		
	40,001 - 50,000 บาท	22	3.80	.735		
	50,001 บาท ขึ้นไป	46	3.63	.640		
	รวม	380	3.75	.719	2.876	0.015*
ภาพรวม	ต่ำกว่า 10,000 บาท	70	4.08	.630		
	10,000 - 20,000 บาท	101	3.81	.555		
	20,001 - 30,000 บาท	74	3.73	.525		
	30,001 - 40,000 บาท	67	3.80	.495		
	40,001 - 50,000 บาท	22	3.87	.591		
	50,001 บาท ขึ้นไป	46	3.77	.480		
	รวม	380	3.84	.557	3.675	0.003*

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ใช้สถิติทดสอบแบบ F – Test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า คุณภาพการให้บริการมีค่า Sig. < 0.05 จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า และ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

ทดสอบโดยภาพรวม พบว่า ค่า  $F$ -test = 3.675, Sig. = 0.003 < 0.05 สรุปผลการทดสอบได้ว่า เป็นการยอมรับ  $H_1$  หรือลักษณะส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงนำมาทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparison) วิธีการทดสอบ Least Significant Difference (LSD) test ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 4.15 การทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{x}$	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	30,001 -	40,001 -	50,000
		10,000	20,000	30,000	40,000	50,000	บาท
		บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	ขึ้นไป
<b>ด้านรูปลักษณ์</b>		4.11	3.89	3.75	3.90	3.93	3.88
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.11		-0.22*	-0.36*	-0.21*		-0.23*
10,000 - 20,000 บาท	3.89						
20,001 - 30,000 บาท	3.75						
30,001 - 40,000 บาท	3.90						
40,001 - 50,000 บาท	3.93						
50,000 บาท ขึ้นไป	3.88						
<b>ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ</b>		4.09	3.78	3.68	3.79	3.77	3.74
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.09		-0.32*	-0.42*	-0.31*	-0.32*	-0.35*
10,000 - 20,000 บาท	3.78						
20,001 - 30,000 บาท	3.68						
30,001 - 40,000 บาท	3.79						
40,001 - 50,000 บาท	3.77						
50,000 บาท ขึ้นไป	3.74						
<b>ด้านการตอบสนองลูกค้า</b>		4.15	3.82	3.80	3.71	3.93	3.74
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.15		-0.33*	-0.35*	-0.44*		-0.41*
10,000 - 20,000 บาท	3.82						
20,001 - 30,000 บาท	3.80						
30,001 - 40,000 บาท	3.71						
40,001 - 50,000 บาท	3.93						
50,000 บาท ขึ้นไป	3.74						

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{x}$	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	30,001 -	40,001 -	50,000
		10,000	20,000	30,000	40,000	50,000	บาท ขึ้นไป
<b>ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล</b>		4.03	3.69	3.68	3.72	3.80	3.63
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.03		-0.35*	-0.35*	-0.31*		-0.41*
10,000 - 20,000 บาท	3.69						
20,001 - 30,000 บาท	3.68						
30,001 - 40,000 บาท	3.72						
40,001 - 50,000 บาท	3.80						
50,000 บาท ขึ้นไป	3.63						
<b>ภาพรวม</b>		4.08	3.81	3.73	3.80	3.87	3.77
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.08		-0.28*	-0.35*	-0.29*		-0.32*
10,000 - 20,000 บาท	3.81						
20,001 - 30,000 บาท	3.73						
30,001 - 40,000 บาท	3.80						
40,001 - 50,000 บาท	3.87						
50,000 บาท ขึ้นไป	3.77						

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สรุปผลเป็นรายด้านได้ดังนี้

ด้านรูปลักษณ์ พบว่า มีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านรูปลักษณ์ ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท 30,001 - 40,000 บาท และ 50,000 บาท ขึ้นไป

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ พบว่า มีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท 30,001 - 40,000 บาท 40,001 - 50,000 บาท และ 50,000 บาท ขึ้นไป

ด้านการตอบสนองลูกค้า พบว่า มีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านการตอบสนองลูกค้า ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท 30,001 - 40,000 บาท และ 50,000 บาท ขึ้นไป

ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล พบว่า มีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท 30,001 - 40,000 บาท และ 50,000 บาท ขึ้นไป

สรุปผลการทดสอบโดยภาพรวม พบว่า มีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารโดยภาพรวม ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท 30,001 - 40,000 บาท และ 50,000 บาท ขึ้นไป

สมมติฐาน 6 ลักษณะส่วนบุคคล ด้านช่วงเวลาที่ติดต่อธนาคาร ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านช่วงเวลาที่ติดต่อธนาคาร กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์

คุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์	ด้านช่วงเวลาที่ติดต่อธนาคาร	n	$\bar{x}$	SD.	F	Sig.
ด้านรูปลักษณ์	ช่วงเวลา 11.01 น.- 14.00 น.	99	3.89	.542		
	ช่วงเวลา 14.01 น.-17.00 น.	168	3.90	.527		
	ช่วงเวลา 17.01 น.- 19.00 น.	113	3.92	.576		
	รวม	380	3.90	.545	0.063	0.939
ด้านความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจ	ช่วงเวลา 11.01 น.- 14.00 น.	99	3.79	.643		
	ช่วงเวลา 14.01 น.-17.00 น.	168	3.84	.643		
	ช่วงเวลา 17.01 น.- 19.00 น.	113	3.79	.666		
	รวม	380	3.81	.649	0.313	0.731

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์	ด้านช่วงเวลาที่ติดต่อธนาคาร	n	$\bar{x}$	SD.	F	Sig.
ด้านการตอบสนองลูกค้า	ช่วงเวลา 11.01 น.- 14.00 น.	99	3.87	.644	0.039	0.961
	ช่วงเวลา 14.01 น. -17.00 น.	168	3.84	.700		
	ช่วงเวลา 17.01 น.- 19.00 น.	113	3.86	.701		
	รวม	380	3.85	.684		
ด้านการรับประกันหรือ ความมั่นใจ	ช่วงเวลา 11.01 น.- 14.00 น.	99	3.85	.580	1.028	0.359
	ช่วงเวลา 14.01 น. -17.00 น.	168	3.86	.522		
	ช่วงเวลา 17.01 น.- 19.00 น.	113	3.94	.544		
	รวม	380	3.88	.544		
ด้านการดูแลเอาใจใส่ ลูกค้าเป็นรายบุคคล	ช่วงเวลา 11.01 น.- 14.00 น.	99	3.73	.709	0.157	0.855
	ช่วงเวลา 14.01 น. -17.00 น.	168	3.75	.746		
	ช่วงเวลา 17.01 น.- 19.00 น.	113	3.78	.691		
	รวม	380	3.75	.719		
ภาพรวม	ช่วงเวลา 11.01 น.- 14.00 น.	99	3.82	.556	0.104	0.901
	ช่วงเวลา 14.01 น. -17.00 น.	168	3.84	.562		
	ช่วงเวลา 17.01 น.- 19.00 น.	113	3.86	.555		
	รวม	380	3.84	.557		

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านช่วงเวลาที่ติดต่อธนาคาร กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ ใช้สถิติทดสอบแบบ F – Test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า คุณภาพการให้บริการมีค่า Sig. > 0.05 ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกันและความมั่นใจ และ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

ทดสอบโดยภาพรวม พบว่า ค่า  $F$ -test = 0.104, Sig. = 0.901 > 0.05 สรุปผลการทดสอบได้ว่า เป็นการยอมรับ  $H_0$  หรือลักษณะส่วนบุคคล ด้านช่วงเวลาที่ติดต่อธนาคาร ต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐาน 7 ลักษณะส่วนบุคคล ด้านระยะเวลาการทำธุรกรรมต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านระยะเวลาการทำธุรกรรม กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์

คุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์	ด้านระยะเวลา การทำธุรกรรม	N	$\bar{x}$	SD.	F	Sig.
ด้านรูปลักษณ์	น้อยกว่า 15 นาที	189	4.08	.534	18.634	0.000*
	15- 30 นาที	76	3.88	.532		
	31- 60 นาที	89	3.65	.454		
	มากกว่า 1 ชั่วโมง	26	3.55	.447		
	รวม	380	3.90	.545		
ด้านความน่าเชื่อถือและ ไว้วางใจ	น้อยกว่า 15 นาที	189	4.03	.657	31.877	0.000*
	15- 30 นาที	76	3.92	.629		
	31- 60 นาที	89	3.42	.385		
	มากกว่า 1 ชั่วโมง	26	3.25	.368		
	รวม	380	3.81	.649		
ด้านการตอบสนองลูกค้า	น้อยกว่า 15 นาที	189	4.06	.728	18.928	0.000*
	15- 30 นาที	76	3.88	.729		
	31- 60 นาที	89	3.47	.345		
	มากกว่า 1 ชั่วโมง	26	3.59	.418		
	รวม	380	3.85	.684		

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์	ด้านระยะเวลา การทำธุรกรรม	N	$\bar{x}$	SD.	F	Sig.
ด้านการรับประกันหรือความมั่นใจ	น้อยกว่า 15 นาที	189	4.04	.581		
	15- 30 นาที	76	3.95	.549		
	31- 60 นาที	89	3.60	.306		
	มากกว่า 1 ชั่วโมง	26	3.51	.296		
	รวม	380	3.88	.544	20.494	0.000*
ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า เป็นรายบุคคล	น้อยกว่า 15 นาที	189	3.96	.736		
	15- 30 นาที	76	3.94	.742		
	31- 60 นาที	89	3.31	.422		
	มากกว่า 1 ชั่วโมง	26	3.26	.329		
	รวม	380	3.75	.719	26.533	0.000*
ภาพรวม	น้อยกว่า 15 นาที	189	4.03	.579		
	15- 30 นาที	76	3.91	.563		
	31- 60 นาที	89	3.49	.272		
	มากกว่า 1 ชั่วโมง	26	3.43	.257		
	รวม	380	3.84	.557	30.035	0.000*

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านระยะเวลาการทำธุรกรรม กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ใช้สถิติทดสอบแบบ F – Test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า คุณภาพการให้บริการมีค่า Sig. < 0.05 ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกันหรือความมั่นใจ และ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

ทดสอบโดยภาพรวม พบว่า ค่า F -test = 30.035, Sig. = 0.000 < 0.05 สรุปผลการทดสอบได้ว่า เป็นการยอมรับ H1 หรือลักษณะส่วนบุคคล ด้านระยะเวลาการทำธุรกรรม แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงนำมาทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparison) วิธีการทดสอบ Least Significant Difference (LSD) test ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 การทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านระยะเวลาการทำธุรกรรม กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์

ด้านระยะเวลาการทำธุรกรรม	$\bar{x}$	น้อยกว่า 15 นาที	15- 30 นาที	31- 60 นาที	มากกว่า 1 ชั่วโมง
<b>ด้านรูปลักษณ์</b>		4.08	3.88	3.65	3.55
น้อยกว่า 15 นาที	4.08			-0.42*	-0.52*
15- 30 นาที	3.88			-0.22*	-0.32*
31- 60 นาที	3.65				
มากกว่า 1 ชั่วโมง	3.55				
<b>ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ</b>		4.03	3.92	3.42	3.25
น้อยกว่า 15 นาที	4.03			-0.62*	-0.79*
15- 30 นาที	3.92			-0.51*	-0.68*
31- 60 นาที	3.42				
มากกว่า 1 ชั่วโมง	3.25				
<b>ด้านการตอบสนองลูกค้า</b>		4.06	3.88	3.47	3.59
น้อยกว่า 15 นาที	4.06		-0.18*	-0.59*	-0.48*
15- 30 นาที	3.88			-0.41*	-0.30*
31- 60 นาที	3.47				
มากกว่า 1 ชั่วโมง	3.59				



ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ด้านระยะเวลาการทำธุรกรรม	$\bar{x}$	น้อยกว่า 15 นาที	15- 30 นาที	31- 60 นาที	มากกว่า 1 ชั่วโมง
<b>ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ</b>		4.04	3.95	3.60	3.51
น้อยกว่า 15 นาที	4.04			-0.44*	-0.53*
15- 30 นาที	3.95			-0.35*	-0.44*
31- 60 นาที	3.60				
มากกว่า 1 ชั่วโมง	3.51				
<b>ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล</b>		3.96	3.94	3.31	3.26
น้อยกว่า 15 นาที	3.96			-0.65*	-0.69*
15- 30 นาที	3.94			-0.63*	-0.68*
31- 60 นาที	3.31				
มากกว่า 1 ชั่วโมง	3.26				
<b>ภาพรวม</b>		4.03	3.91	3.49	3.43
น้อยกว่า 15 นาที	4.03			-0.54*	-0.60*
15- 30 นาที	3.91			-0.42*	-0.48*
31- 60 นาที	3.49				
มากกว่า 1 ชั่วโมง	3.43				

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านระยะเวลาการทำธุรกรรม กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สรุปผลเป็นรายด้านได้ดังนี้

ด้านรูปลักษณ์ พบว่า มีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับด้านระยะเวลาการทำธุรกรรม จำนวน 2 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการระยะเวลาการทำธุรกรรม น้อยกว่า 15 นาที จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านรูปลักษณ์ สูงกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการระยะเวลาการทำธุรกรรม 31- 60 นาที และมากกว่า 1 ชั่วโมง และ 2) กลุ่มผู้ใช้บริการระยะเวลาการทำธุรกรรม 15- 30 นาที จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านรูปลักษณ์ สูงกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการระยะเวลาการทำธุรกรรม 31- 60 นาที และมากกว่า 1 ชั่วโมง



สรุปผลการทดสอบโดยภาพรวม พบว่า มีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับด้านระยะเวลาการทำธุรกรรม จำนวน 2 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการระยะเวลาการทำธุรกรรม น้อยกว่า 15 นาที จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารโดยภาพรวม สูงกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการระยะเวลาการทำธุรกรรม จำนวน 31- 60 นาที และมากกว่า 1 ชั่วโมง และ 2) กลุ่มผู้ใช้บริการระยะเวลาการทำธุรกรรม จำนวน 15- 30 นาที จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารโดยภาพรวม สูงกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการระยะเวลาการทำธุรกรรม จำนวน 31- 60 นาที และมากกว่า 1 ชั่วโมง

สมมติฐาน 8 ลักษณะส่วนบุคคล ด้านประเภทการทำธุรกรรมธนาคารต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านประเภทการทำธุรกรรมธนาคาร กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์

คุณภาพการให้บริการของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์	ด้านประเภทการทำ ธุรกรรมกับธนาคาร	n	$\bar{x}$	SD.	F	Sig.
ด้านรูปลักษณะ	การฝากเงิน – ถอนเงิน	133	4.10	.533		
	การลงทุนการออมทรัพย์ รูปแบบอื่น	78	3.80	.511		
	การกู้เงิน	64	3.91	.504		
	การแลกเปลี่ยนเงินตรา ต่างประเทศ	53	3.83	.521		
	การเปิดบัญชี / ทำบัตร ATM	52	3.62	.535		
	รวม	380	3.90	.545	1.671	0.173

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์		ด้านประเภทการทำ ธุรกรรมกับธนาคาร	n	$\bar{x}$	SD.	F	Sig.
<b>ด้านความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจ</b>	การฝากเงิน – ถอนเงิน	133	4.06	.622			
	การลงทุนการออมทรัพย์ รูปแบบอื่น	78	3.81	.643			
	การกู้เงิน	64	3.70	.611			
	การแลกเปลี่ยนเงินตรา ต่างประเทศ	53	3.64	.597			
	การเปิดบัญชี / ทำบัตร ATM	52	3.49	.604			
	รวม	380	3.81	.649	0.810	0.489	
<b>ด้านการตอบสนองลูกค้า</b>	การฝากเงิน – ถอนเงิน	133	4.06	.702			
	การลงทุนการออมทรัพย์ รูปแบบอื่น	78	3.89	.702			
	การกู้เงิน	64	3.71	.690			
	การแลกเปลี่ยนเงินตรา ต่างประเทศ	53	3.76	.583			
	การเปิดบัญชี / ทำบัตร ATM	52	3.53	.522			
	รวม	380	3.85	.684	2.230	0.084	
<b>ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า เป็นรายบุคคล</b>	การฝากเงิน – ถอนเงิน	133	4.00	.529			
	การลงทุนการออมทรัพย์ รูปแบบอื่น	78	3.93	.573			
	การกู้เงิน	64	3.85	.556			
	การแลกเปลี่ยนเงินตรา ต่างประเทศ	53	3.80	.522			
	การเปิดบัญชี / ทำบัตร ATM	52	3.65	.468			
	รวม	380	3.88	.544	2.146	0.094	

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์	ด้านประเภทการทำ ธุรกรรมกับธนาคาร	n	$\bar{x}$	SD.	F	Sig.
ภาพรวม	การฝากเงิน – ถอนเงิน	133	3.97	.704	1.418	0.237
	การลงทุนการออมทรัพย์ รูปแบบอื่น	78	3.79	.764		
	การกู้เงิน	64	3.65	.722		
	การแลกเปลี่ยนเงินตรา ต่างประเทศ	53	3.64	.619		
	การเปิดบัญชี / ทำบัตร ATM	52	3.39	.593		
	รวม	380	3.75	.719		

\* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ด้านประเภทการทำธุรกรรมธนาคาร กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ใช้สถิติทดสอบแบบ F – Test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า คุณภาพการให้บริการมีค่า Sig. > 0.05 ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรับประกันและความมั่นใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

ทดสอบโดยภาพรวม พบว่า ค่า F –test = 1.418, Sig. = 0.237 > 0.05 สรุปผลการทดสอบได้ว่า เป็นการยอมรับ H0 หรือลักษณะส่วนบุคคล ด้านประเภทการทำธุรกรรมธนาคาร ต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

## บทที่ 5

### สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์

2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ระเบียบวิธีศึกษาเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ จำนวน 380 ตัวอย่าง ทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ตามแนวคิดของครอนบัท (Cronbach Alpha Formula) จำนวน 30 ตัวอย่าง ทดสอบความน่าเชื่อถือเครื่องมือว่ามีความเชื่อถือในระดับสูงมีค่าการทดสอบที่ 0.800

การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากการค้นคว้าและรวบรวมจากเอกสารหนังสือต่างๆ รายงานต่างๆ ตลอดจนการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องหรือใกล้เคียงกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ แนวความคิดเกี่ยวกับธุรกิจการให้บริการ ข้อมูลปฐมภูมิ ทำการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยให้กลุ่มตัวอย่างทำการตอบแบบสอบถามด้วยการกรอกด้วยตนเอง และรวบรวมแบบสอบถามแล้วนำมาลงรหัส หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผล โดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำหรับการศึกษา โดยสถานที่ในการแจกแบบสอบถาม คือ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์

สถิติการวิเคราะห์ผลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายผลการศึกษา ได้แก่ การแจกความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 ประชากรหรือกลุ่ม โดยสุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มเป็นอิสระต่อกันโดยใช้สถิติทดสอบแบบ Independent – Sample T-Test ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปโดยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว โดยใช้สถิติทดสอบแบบ One way analysis of variance (One way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparison) วิธีการทดสอบ

Least Significant Difference (LSD) test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ประมวลผลข้อมูลจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย สรุปผลการศึกษาดังนี้

## 1. สรุปการศึกษา

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาสามารถนำมาสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

**1.1 ผลการศึกษาลักษณะส่วนบุคคล** พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.16 มากกว่าเพศชาย ร้อยละ 41.84 ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 30 – 39 ปี ร้อยละ 29.47 รองลงมา อายุ 20 – 29 ปี ร้อยละ 25.53 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด ร้อยละ 55.53 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 15.00 พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน มากที่สุด ร้อยละ 37.37 รองลงมา ค้าขาย/เจ้าของกิจการ ร้อยละ 20.53 และรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 15.79 มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 26.58 รองลงมา 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 19.47 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ร้อยละ 18.42

**1.2 ผลการวิเคราะห์การใช้บริการธนาคาร** พบว่า ส่วนใหญ่ไปใช้บริการช่วงเวลา 14.01 - 17.00 น. ร้อยละ 44.21 รองลงมา ช่วงเวลา 17.01 - 19.00 น. ร้อยละ 29.74 ใช้ระยะเวลาทำธุรกรรม น้อยกว่า 15 นาที ร้อยละ 49.74 รองลงมา จำนวน 31- 60 นาที ร้อยละ 23.42 ประเภทการใช้บริการทำธุรกรรม มากที่สุด ใช้บริการการฝากเงิน – ถอนเงิน ร้อยละ 34.99 รองลงมา การลงทุนการออมทรัพย์รูปแบบอื่น ร้อยละ 20.41 การกู้เงิน ร้อยละ 16.91 การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ร้อยละ 13.99 และการเปิดบัญชี/ทำบัตร ATM ร้อยละ 13.70 ตามลำดับ

**1.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์** ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 สูงสุด ด้านรูปลักษณ์ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

**1.3.1 ด้านรูปลักษณ์** ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54 ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ความมีชื่อเสียงของธนาคาร และให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ วัสดุอุปกรณ์ภายในธนาคาร มีความทันสมัยสวยงาม พนักงานธนาคารแต่งกายเรียบร้อย สุภาพ เหมาะสม สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของธนาคารมีความเหมาะสม สะอาด กว้างขวาง ไม่แออัด และเอกสารสำหรับการให้ข้อมูลต่างๆของธนาคาร มีความละเอียด ชัดเจนเข้าใจง่าย ตามลำดับ

### 1.3.2 ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย

3.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 โดยสูงสุด การรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า รองลงมา ความน่าเชื่อถือของพนักงานผู้ให้บริการ พนักงานให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง พนักงานทำธุรกรรมของลูกค้าโดยไม่มีข้อผิดพลาด และพนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่แจ้งไว้กับลูกค้า ตามลำดับ

### 1.3.3 ด้านการตอบสนองลูกค้า ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 ส่วน

เบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 โดยสูงสุด ระบบการทำงานของธนาคารมีความรวดเร็ว มีความเสถียร ไม่ขัดข้อง รองลงมา ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน พนักงานมีความรู้ ความพร้อมในการให้ข้อมูลและให้คำแนะนำแก่ลูกค้า และพนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทีที่ลูกค้าต้องการ ตามลำดับ

### 1.3.4 ด้านการรับประกันและความมั่นใจ ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย

3.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54 โดยสูงสุด พนักงานมีมารยาท มีความสุภาพ และพนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเสมอภาค รองลงมา ธนาคารมีการสร้างความมั่นใจในเรื่องของความปลอดภัยให้แก่ลูกค้าที่มารับบริการ พฤติกรรมของพนักงานสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ และพนักงานสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารของธนาคารได้อย่างถูกต้อง ตามลำดับ

### 1.3.5 ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ให้ความสำคัญในระดับมาก มี

ค่าเฉลี่ย 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด พนักงานให้ความสนใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และบริการเป็นกันเองต่อลูกค้าทุกคน ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ พนักงานแสดงความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าอย่างจริงใจ ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณมีความสำคัญ เวลาในการเปิดให้บริการของธนาคารมีความเหมาะสม สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี พนักงานธนาคารมีความเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าอย่างชัดเจน และธนาคารมีช่องทางหลายช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้ลูกค้าทราบ ตามลำดับ

## 1.4 การทดสอบสมมติฐาน นำมาสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษา มีรายละเอียด

ดังนี้

### 1.4.1 สมมติฐาน 1 ลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพ

การให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ ยอมรับ H1 หรือลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้ใช้บริการเพศหญิงจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ สูงกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการเพศชาย อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



**1.4.2 สมมติฐาน 2 ลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ** ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ ยอมรับ H1 หรือลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับด้านอายุ จำนวน 5 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร สูงกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการอายุ 20 - 29 ปี อายุ 30 - 39 ปี และอายุ 50 - 59 ปี 2) กลุ่มผู้ใช้บริการอายุ 20 - 29 ปี จะให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป 3) กลุ่มผู้ใช้บริการอายุ 30 - 39 ปี ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ต่ำกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป 4) กลุ่มผู้ใช้บริการอายุ 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ต่ำกว่า ผู้ใช้บริการอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป และ 5) กลุ่มผู้ใช้บริการอายุ 50 - 59 ปี ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ต่ำกว่า ผู้ใช้บริการอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป

**1.4.3 สมมติฐาน 3 ลักษณะส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา** ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ ยอมรับ H0 หรือลักษณะส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**1.4.4 สมมติฐาน 4 ลักษณะส่วนบุคคล ด้านอาชีพ** ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบยอมรับ H1 หรือลักษณะส่วนบุคคล ด้านอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับด้านอาชีพ จำนวน 4 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการนักเรียน/นักศึกษาจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการรับจ้างทั่วไป และสูงกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน และเกษียณ/ว่างงาน 2) กลุ่มผู้ใช้บริการเกษตรกรจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการรับจ้างทั่วไป และสูงกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษียณ/ว่างงาน 3) กลุ่มผู้ใช้บริการค้าขาย/เจ้าของกิจการจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการ

รับจ้างทั่วไป และ 4) กลุ่มผู้ใช้บริการรับจ้างทั่วไปจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร สูงกว่า กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษียณ/ว่างงาน

**1.4.5 สมมติฐาน 5 ลักษณะส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน** ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ ยอมรับ H1 หรือลักษณะส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท 30,001 - 40,000 บาท และ 50,000 บาท ขึ้นไป

**1.4.6 สมมติฐาน 6 ลักษณะส่วนบุคคล ด้านช่วงเวลาที่ติดต่อธนาคาร** ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ ยอมรับ H0 หรือ ลักษณะส่วนบุคคล ด้านช่วงเวลาที่ติดต่อธนาคาร ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**1.4.7 สมมติฐาน 7 ลักษณะส่วนบุคคล ด้านระยะเวลาการทำธุรกรรม** ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ ยอมรับ H1 หรือ ลักษณะส่วนบุคคล ด้านระยะเวลาการทำธุรกรรม ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างกับด้านระยะเวลาการทำธุรกรรม จำนวน 2 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการระยะเวลาการทำธุรกรรม น้อยกว่า 15 นาที จะให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร สูงกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการระยะเวลาการทำธุรกรรม จำนวน 31- 60 นาที และมากกว่า 1 ชั่วโมง และ 2) กลุ่มผู้ใช้บริการระยะเวลาการทำธุรกรรม จำนวน 15- 30 นาที จะให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร สูงกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการระยะเวลาการทำธุรกรรม จำนวน 31- 60 นาที และมากกว่า 1 ชั่วโมง

#### 1.4.8 สมมติฐาน 8 ลักษณะส่วนบุคคล ด้านประเภทการทำธุรกรรมธนาคาร

ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ ยอมรับ H0 หรือ ลักษณะส่วนบุคคล ด้านประเภทการทำธุรกรรมธนาคาร ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

## 2. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาครั้งนี้ สามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

**2.1 ผลการศึกษาระดับคุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์** พบว่า ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ โดยสูงสุด ด้านรูปลักษณ์ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ตามลำดับ สอดคล้องกับแนวคิด ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543) ที่กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการคือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการให้บริการที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งผลการศึกษาในรายด้านพบว่า ในด้านรูปลักษณ์ ให้ความสำคัญสูงสุด ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ให้ความสำคัญสูงสุด การรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า ด้านการตอบสนองลูกค้า ให้ความสำคัญสูงสุด ระบบการทำงานของธนาคารมีความรวดเร็ว มีความเสถียร ไม่ขัดข้อง ด้านการรับประกันและความมั่นใจ ให้ความสำคัญสูงสุด พนักงานมีมารยาท มีความสุภาพ และพนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเสมอภาค และด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ให้ความสำคัญสูงสุด พนักงานให้ความสนใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และบริการเป็นกันเองต่อลูกค้าทุกคน

**2.2 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล** พบว่า ความแตกต่างในด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Stanton and Futrell (1987: 664) ที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ โดยปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันส่งผลเป็นสิ่งสำคัญที่มีความคิดเห็นให้พฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกัน

โดยผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการเพศหญิงจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ สูงกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการเพศชาย ด้านอายุ พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร สูงกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการอายุ 20 - 29 ปี อายุ 30 - 39 ปี และอายุ 50 - 59 ปี กลุ่มผู้ใช้บริการอายุ 20 - 29 ปี จะให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ต่ำกว่า กลุ่มอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป อายุ 30 - 39 ปี อายุ 40 - 49 ปี และอายุ 50 - 59 ปี ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ต่ำกว่า ผู้ใช้บริการอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ใช้บริการนักเรียน/นักศึกษาจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ต่ำกว่า กลุ่มรับจ้างทั่วไป และสูงกว่ากลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน และเกษียณ/ว่างงาน กลุ่มผู้ใช้บริการเกษตรกรจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ต่ำกว่า กลุ่มผู้รับจ้างทั่วไป และสูงกว่ากลุ่มอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษียณ/ว่างงาน กลุ่มค้าขาย/เจ้าของกิจการจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ต่ำกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการรับจ้างทั่วไป และกลุ่มผู้รับจ้างทั่วไปจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร สูงกว่า กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเกษียณ/ว่างงาน และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ต่ำกว่า กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท, 20,001 - 30,000 บาท, 30,001 - 40,000 บาท และ 50,000 บาท ขึ้นไป

**2.3 ผลการวิเคราะห์การใช้บริการธนาคาร** พบว่า ส่วนใหญ่ไปใช้บริการช่วงเวลา 14.01 - 17.00 น. ใช้ระยะเวลาทำธุรกรรม น้อยกว่า 15 นาที ประเภทการใช้บริการทำธุรกรรม มากสุด ใช้บริการการฝากเงิน - ถอนเงิน รองลงมา การลงทุนการออมทรัพย์รูปแบบอื่น และการกู้เงิน และเมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระยะเวลาการทำธุรกรรม ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้ใช้บริการระยะเวลาการทำธุรกรรม น้อยกว่า 15 นาที และจำนวน 15- 30 นาที จะให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร สูงกว่า กลุ่มผู้ใช้บริการระยะเวลาการทำธุรกรรม จำนวน 31- 60 นาที และมากกว่า 1 ชั่วโมง

### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาในครั้งนี้

3.1.1 จากผลการศึกษาผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ ด้านรูปลักษณ์ ดังนั้น ธนาคารจึงควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงรูปลักษณ์และสภาพแวดล้อมในการให้บริการที่เหมาะสมกับรูปแบบการให้บริการและควรมีรูปแบบการให้บริการให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าให้ความสำคัญกับสะดวกในการใช้บริการและมีความรวดเร็ว ตลอดจนควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการที่มีการเข้าถึงได้ง่ายมีบริการที่มีขั้นตอนไม่ซับซ้อน

3.1.2 จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในคุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลสูงสุด ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมทักษะและความสามารถในการให้บริการต่อพนักงาน พนักงานควรให้ความสนใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และบริการเป็นกันเองต่อลูกค้าทุกคน พนักงานควรแสดงความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าอย่างจริงจังทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณมีความสำคัญ ตลอดจนพนักงานให้บริการทุกขั้นตอนมีความสำนึกรับผิดชอบในการให้บริการลูกค้าถูกต้องและตรงเวลา ควรมีความรู้ สามารถตอบคำถามและให้คำแนะนำได้เป็นอย่างดี พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี มีความเป็นกันเองและใส่ใจ ลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาค พนักงานมีความรอบรู้ในเรื่องการบริการของธนาคารเป็นอย่างดี ควรมีความเต็มใจให้บริการ มีความเป็นกันเอง มีความกระตือรือร้นในการให้บริการและหน้าตา ยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นมิตรกับลูกค้า ตลอดจนพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี และพนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและชัดเจน สามารถเข้าถึงการให้บริการที่สะดวกสบายและให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นต้น

3.1.3 จากผลการศึกษาพบว่า ความแตกต่างในระยะเวลาการให้บริการ มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ แตกต่างกัน ดังนั้นธนาคารจึงควรเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ ควรคำนึงถึงประโยชน์ที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจะได้รับประโยชน์เป็นสิ่งสำคัญ ควรนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินควรมีประสิทธิภาพให้แก่ผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มที่มีความต้องการแตกต่างกันไป ควรให้ความสำคัญกับความสามารถในรักษฐานลูกค้าเดิมและการเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ ตลอดจนส่งเสริมให้ลูกค้าแต่ละรายมาใช้บริการของธนาคารให้มากขึ้น ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาการให้บริการ เพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการทำธุรกรรม ควรพัฒนาการบริการชำระสินค้าค่าสาธารณูปโภคให้ครอบคลุมและมีการนำเสนอรูปแบบการให้บริการธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบใหม่ที่มีความทันสมัยในการให้บริการ

3.1.4 จากผลการศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในการใช้บริการธนาคาร ควรเพิ่มมาตรฐานบริการของธนาคารให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมั่นเชื่อถือและความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคาร โดยควรมีการนำเสนอบริการที่ดีที่สุดโดยควรทำความพยายามเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้ตรงต่อความต้องการมากที่สุด ตลอดจนควรมีการติดต่อได้อย่างรวดเร็ว และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็ว และตรงต่อความต้องการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่การที่ผู้ใช้บริการเปิดใจยอมรับในคุณภาพการให้บริการของธนาคารที่ต่างกันออกไป และนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของธนาคารมากยิ่งขึ้น

### 3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปผู้ศึกษาขอแนะนำเสนอข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป ดังนี้

3.2.1 การศึกษาในครั้งต่อไปผู้ศึกษาขอแนะนำเสนอให้ศึกษาเชิงเปรียบเทียบหรือคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ จำแนกตามลักษณะหรือกลุ่มประเภทการให้บริการ เพื่อผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงคุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการที่มีสภาวะการณ์ หรือสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน จะมีผลต่อคุณภาพการให้บริการต่างกันหรือไม่ เพื่อผลการศึกษาจะนำไปพัฒนาระบบการให้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ และสาขาอื่นให้เกิดประสิทธิภาพการให้บริการมากยิ่งขึ้น

3.2.2 การศึกษาครั้งต่อไป ผู้ศึกษาขอแนะนำเสนอให้ศึกษาถึงพฤติกรรมความพึงพอใจ และทัศนคติต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์ เพื่อผลการศึกษาจะทำให้ทราบพฤติกรรม ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพื่อผลการศึกษาจะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแก้ไข และปรับปรุงการคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าในอนาคตต่อไป

บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- กึ่งกานต์ จอมชัยแสงนภา และสุทธาวรรณ จีระพันธุ์. (2559). พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาบึงกุ่ม สุขสวัสดิ์ จังหวัดสมุทรปราการ. (การศึกษาค้นคว้าอิสระบัณฑิตวิทยาลัยบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพมหานคร.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2546). การจัดการและการตลาด. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เนท.
- ชลธิชา ศรีบำรุง. (2557). คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาคอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี. (งานนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น
- ทิพชญาณ์ อัครพงศ์โสภณ. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- นพพร สะไบบาง. (2553). คุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาแม่โจ้. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- น้ำทิพย์ พุทธาพิพัฒน์. (2551). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ในรูปแบบสาขาสบายใหม่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- ยุภาวรรณ วรรณวาณิชย์. (2548). การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ลติกา จองพาณิชย์เจริญ. (2555). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- วัชรารณณ์ จันทร์สุวรรณ. (2555). ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ต. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.



- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *ลักษณะของการบริการ*. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- สมโชค ศรีจันทร์. (2546). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- หทัยรัตน์ บรรลือ. (2556). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา*. (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพมหานคร.
- \_\_\_\_\_. Posted by Maitree Pongsapan. (2554). *ความหมายความพึงพอใจ* [ระบบออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2559 จาก <http://maitree3.blogspot.com/2011/03/blog-post>.
- \_\_\_\_\_. *ก่อนรากฐานการธนาคารไทย | ธนาคารไทยพาณิชย์*. [ระบบออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2559 จาก <http://www.scb.co.th/th/about-scb/our-history/foundation-of-thai-banking>.



ภาคผนวก



**แบบสอบถาม****เรื่อง คุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)****สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์****คำชี้แจง**

แบบสอบถามนี้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ข้อมูลที่ได้ทั้งหมดจะใช้ในการศึกษาและเป็นประโยชน์ต่อธนาคาร ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บไว้เป็นความลับ ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามจริง เพราะความความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งที่จะช่วยให้งานชิ้นนี้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ โดยผู้ศึกษาขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

**คำแนะนำในการตอบแบบสอบถาม**

- แบบสอบถามนี้ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด มี 3 ส่วน ประกอบดังนี้ คือ
- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ส่วนที่ 2 คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเพียวเพลส ราชพฤกษ์
  - ส่วนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

นางสาวรัชดาวัลย์ มาศรี

ผู้ศึกษา

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

## ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่อง [ ] ที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ [ ] 1.ชาย [ ] 2.หญิง
2. อายุ [ ] 1. ต่ำกว่า 20 ปี [ ] 2. 20-29 ปี  
 [ ] 3. 30- 39 ปี [ ] 4. 40-49 ปี  
 [ ] 5. 50-59 ปี [ ] 6. 60 ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา  
 [ ] 1. ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า [ ] 2. ปวส./อนุปริญญา  
 [ ] 3. มัธยมศึกษาตอนต้น [ ] 4. มัธยมศึกษาตอนปลาย  
 [ ] 5. ปริญญาตรี [ ] 6. สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ  
 [ ] 1. นักเรียน/นักศึกษา [ ] 2. เกษตรกร  
 [ ] 3. ค้าขาย/เจ้าของกิจการ [ ] 4. รับจ้างทั่วไป  
 [ ] 5. พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน [ ] 6. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 [ ] 7. เกษียณ/ว่างงาน [ ] 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....
5. รายได้ต่อเดือน  
 [ ] 1. ต่ำกว่า10,000 บาท [ ] 2. 10,000 - 20,000 บาท  
 [ ] 3. 20,001 - 30,000 บาท [ ] 4. 30,001 – 40,000 บาท  
 [ ] 5. 40,001 – 50,000 บาท [ ] 6. 50,001 บาทขึ้นไป

### 6. เวลาที่ท่านสะดวกติดต่อธนาคาร

- [ ] ช่วงเวลา 11.01 น.- 14.00 น.                      [ ] ช่วงเวลา 14.01 น. - 17.00 น.  
 [ ] ช่วงเวลา 17.01 น.- 19.00 น.

### 7. ประเภทของธุรกิจที่ท่านทำที่ธนาคาร (ท่านสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- [ ] การฝากเงิน - ถอนเงิน                              [ ] การลงทุนการออมทรัพย์รูปแบบอื่น  
 [ ] การกู้เงิน    [ ] การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ  
 [ ] การเปิดบัญชี / ทำบัตร ATM                      [ ] อื่น ๆ ระบุ.....

### 8. ระยะเวลาในการทำธุรกรรมต่างๆ

- [ ] น้อยกว่า 15 นาที                                      [ ] 15- 30 นาที  
 [ ] 31- 60 นาที    [ ] มากกว่า 1 ชั่วโมง

### ส่วนที่ 2 คุณภาพของการให้บริการของธนาคาร

**คำชี้แจง** กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อพัฒนานาปรับปรุง  
 แก้ไขการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพ็ญเพลส ราชพฤกษ์  
 ระดับคุณภาพการให้บริการ โดยมีการแปลผล ดังนี้

มากที่สุด	หมายถึง	ระดับคุณภาพมากที่สุด
มาก	หมายถึง	ระดับคุณภาพมาก
ปานกลาง	หมายถึง	ระดับคุณภาพปานกลาง
น้อย	หมายถึง	ระดับคุณภาพน้อย
น้อยที่สุด	หมายถึง	ระดับคุณภาพน้อยที่สุด

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>1. ด้านรูปลักษณ์</b>					
1.1 ความมีชื่อเสียงของธนาคาร					
1.2 วัสดุอุปกรณ์ภายในธนาคาร มีความทันสมัยสวยงาม					
1.3 สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของธนาคาร มีความเหมาะสม สะอาด กว้างขวาง ไม่แออัด					
1.4 พนักงานธนาคารแต่งกายเรียบร้อย สุภาพเหมาะสม					
1.5 เอกสารสำหรับการให้ข้อมูลต่างๆ ของธนาคาร มีความละเอียด ชัดเจน เข้าใจง่าย					
<b>2. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ</b>					
2.1 พนักงานทำธุรกรรมของลูกค้าโดยไม่มีข้อผิดพลาด					
2.2 ความน่าเชื่อถือของพนักงานผู้ให้บริการ					
2.3 การรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า					
2.4 พนักงานให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง					
2.5 พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่แจ้งไว้กับลูกค้า					
<b>3. ด้านการตอบสนองลูกค้า</b>					
3.1 ระบบการทำงานของธนาคารมีความรวดเร็ว มีความเสถียร ไม่ขัดข้อง					
3.2 พนักงานมีความรู้ ความพร้อมในการให้ข้อมูล และให้คำแนะนำแก่ลูกค้า					
3.3 ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน					
3.4 พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทีที่ลูกค้าต้องการ					

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>4. ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ</b>					
4.1 พนักงานสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารของธนาคารได้อย่างถูกต้อง					
4.2 ธนาคารมีการสร้างความมั่นใจในเรื่องของความปลอดภัยให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ					
4.3 พนักงานมีมารยาท มีความสุภาพ และพนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเสมอภาค					
4.4 พฤติกรรมของพนักงานสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ					
<b>5. ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล</b>					
5.1 พนักงานให้ความสนใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และบริการเป็นกันเองต่อลูกค้าทุกคน					
5.2 เวลาในการเปิดให้บริการของธนาคารมีความเหมาะสม สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี					
5.3 ธนาคารมีช่องทางหลายช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้ลูกค้าทราบ					
5.4 พนักงานแสดงความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าอย่างจริงใจ ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณมีความสำคัญ					
5.5 พนักงานธนาคาร มีความเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าอย่างชัดเจน					





## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสาวรัชดาวัลย์ มาศรี
วัน เดือน ปีเกิด	5 พฤศจิกายน 2533
สถานที่เกิด	อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี
ประวัติการศึกษา	บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต พ.ศ. 2555
สถานที่ทำงาน	ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลพลาซา เวสต์เกต
ตำแหน่ง	พนักงานธนกิจระดับ 3

