

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	3
1.4 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.2 แนวคิดการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน)	9
2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ขอบเขตการศึกษา	18
3.2 วิธีการศึกษา	19
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	21
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	21
3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล	23
3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการ	23

บทที่ 4 ผลการศึกษา	24
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	58
5.2 การอภิปรายผล	65
5.3 ข้อค้นพบ	70
5.4 ข้อเสนอแนะ	71
5.5 ข้อจำกัดของการวิจัย	73
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก หนังสืออนุญาตให้ทำการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ	78
ภาคผนวก ข หนังสือยินยอมให้ข้อมูลเพื่อการศึกษา และเผยแพร่การศึกษา	79
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม	80
ประวัติผู้เขียน	90

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	25
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	26
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	26
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	27
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	28
6 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้บริการกับธนาคารกรุงไทยต่อเดือน	29
7 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบสาขาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด	30
8 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย	30
9 แสดงจำนวนและร้อยละของช่องทางการบริการที่ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้	31
10 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทบริการที่ใช้ของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม	32
11 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ลูกค้าเลือกใช้บริการจากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	33
12 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของลูกค้าผู้ใช้บริการต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกด้านต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคารด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านบุคลากร	34
13 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร	35
14 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านช่องทางการให้บริการ	37
15 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน	39
16 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านบุคลากร	41

- 17 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อระดับความสำคัญของปัจจัย ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ หนา การช่องทางกรให้บริกร ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านบุคลากร ในการสะท้อนให้เห็นถึงการเป็น หนา การแสนสะดวกของหนา การกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 43
- 18 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ในการช่วยสะท้อนถึงการเป็น หนา การแสนสะดวกของหนา การกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 44
- 19 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านช่องทางกรให้บริกร ในการช่วยสะท้อนถึงการเป็น หนา การแสนสะดวกของหนา การกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 47
- 20 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ในการช่วยสะท้อนถึงการเป็น หนา การแสนสะดวกของหนา การกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 49
- 21 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านบุคลากร ในการช่วยสะท้อนถึงการเป็น หนา การแสนสะดวกของหนา การกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 52
- 22 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ควรมีการปรับปรุงเพื่อภาพลักษณ์ ในการเป็นหนา การแสนสะดวกของหนา การกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 55