

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 - 2541 แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ออกเป็น 4 ส่วน โดยนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยายตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 - 2541

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ความสำคัญต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 - 2541

ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้บริโภคในการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 - 2541

ส่วนที่ 4 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 - 2541 จำแนกตามระดับการศึกษา และรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ความสำคัญต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 - 2541 จำแนกตามระดับการศึกษา และรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้บริโภคในการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 - 2541 จำแนกตามระดับการศึกษา และรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ตอนที่ 1

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 - 2541

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการเงินฝากในปัจจุบัน

รายชื่อธนาคารที่ใช้บริการในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	48	32.0
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	43	28.7
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	23	15.3
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	34	22.7
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	23	15.3
ธนาคารไทยทุน จำกัด (มหาชน)	19	12.7
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	17	11.3
ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)	26	17.3
ธนาคารศรีนคร จำกัด (มหาชน)	24	16.0
ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน)	19	12.7

หมายเหตุ อัตราร้อยละเทียบจากลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 คน

จากตารางที่ 1 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 32.0 ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) รองลงมา คือ ร้อยละ 28.7 ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และร้อยละ 22.7 ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์

ระยะเวลาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	6	4.0
1 - 2 ปี	87	58.0
มากกว่า 2 - 5 ปี	110	73.3
มากกว่า 5 - 10 ปี	59	39.3
มากกว่า 10 ปี	14	9.3

หมายเหตุ อัตราร้อยละเทียบจากลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 คน

จากตารางที่ 2 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 73.3 ใช้บริการมากกว่า 2 - 5 ปี รองลงมา คือ ร้อยละ 58.0 ใช้บริการ 1 - 2 ปี และร้อยละ 39.3 ใช้บริการมากกว่า 5 - 10 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามธนาคารพาณิชย์ที่ใช้ในปัจจุบัน และระยะเวลาในการใช้บริการ

รายชื่อธนาคาร	ระยะเวลาที่ใช้บริการ											
	ต่ำกว่า 1 ปี		1-2 ปี		มากกว่า 2-5 ปี		มากกว่า 5-10 ปี		มากกว่า 10 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	1	2.1	13	27.1	22	39.6	8	16.7	7	14.6	48	100.0
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	1	2.3	10	23.3	15	34.9	14	32.6	3	7.0	43	100.0
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	-	-	6	26.1	12	52.2	5	21.7	-	-	23	100.0
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	-	-	12	35.3	10	29.4	11	32.4	1	2.9	34	100.0
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	1	4.3	6	26.1	12	52.2	3	13.0	1	4.3	23	100.0
ธนาคารไทยทุน จำกัด (มหาชน)	1	5.3	4	21.1	11	57.9	3	15.8	-	-	19	100.0
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	-	-	9	52.9	5	29.4	3	17.6	-	-	17	100.0
ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)	1	3.8	8	30.8	6	23.1	9	34.6	2	7.7	26	100.0
ธนาคารศรีนคร จำกัด (มหาชน)	1	4.2	12	50.0	11	45.8	-	-	-	-	24	100.0
ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน)	-	-	7	36.8	9	47.4	3	15.8	-	-	19	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเงินฝากของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารไทยทุน จำกัด (มหาชน) และธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วง 2-5 ปี ส่วนลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเงินฝากของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารศรีนคร จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วง 1-2 ปี

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งที่เปลี่ยนธนาคารในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

จำนวนครั้งที่เปลี่ยนธนาคาร	จำนวน	ร้อยละ
เคยเปลี่ยน 1 - 2 ครั้ง	40	26.7
เคยเปลี่ยน 3 - 4 ครั้ง	10	6.7
เคยเปลี่ยนมากกว่า 4 ครั้ง	1	0.7
ไม่เคยเปลี่ยน	99	66.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 66.0 มีความซื่อสัตย์ต่อธนาคาร ไม่เคยเปลี่ยนธนาคารในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา รองลงมา คือ ร้อยละ 26.7 เคยเปลี่ยนธนาคาร 1 - 2 ครั้ง และ ร้อยละ 6.7 เคยเปลี่ยนธนาคาร 3 - 4 ครั้ง ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ายกุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสาเหตุการเปลี่ยนธนาคารในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

สาเหตุการเปลี่ยนธนาคาร	จำนวน	ร้อยละ
ระบบการให้บริการไม่ดี เช่น ล่าช้า ไม่สะดวก มี ความผิดพลาดบ่อย	10	6.7
ไม่มีบริการเสริมที่ต้องการ	12	8.0
อัตราดอกเบี้ยไม่เป็นที่พอใจ	37	24.7
ไม่เชื่อถือด้านความมั่นคงของธนาคาร	29	19.3
ธนาคารมีภาพพจน์ไม่ดี	7	4.7
พนักงานบริการไม่ดี เช่น ไม่มีความรู้ ไม่แนะนำ รายละเอียด พูดยาไม่สุภาพ	8	5.3
ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการติดต่อ เช่น ไม่มีที่จอดรถ อยู่ไกลบ้านหรือที่ทำงาน	16	10.7
การตกแต่งภายใน-นอกไม่สวยงาม ไม่ทันสมัย	0	0.0
สถานที่คับแคบ ไม่มีที่นั่งรอ ไม่เย็นสบาย	3	2.0
อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องมือไม่ทันสมัย	3	2.0

หมายเหตุ อัตราร้อยละเทียบจากลูกค้ายกุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 คน

จากตารางที่ 5 พบว่า ลูกค้ายกุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 24.7 มีการเปลี่ยนธนาคารในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา โดยมีสาเหตุมาจากอัตราดอกเบี้ยไม่เป็นที่พอใจ รองลงมาคือ ร้อยละ 19.3 ไม่เชื่อถือความมั่นคงของธนาคาร และร้อยละ 10.7 ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการติดต่อ เช่น ไม่มีที่จอดรถ อยู่ไกลบ้านหรือที่ทำงาน ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทบัญชีเงินฝากและจำนวนบัญชีที่มีอยู่

ประเภทบัญชี	1 บัญชี		2 - 3 บัญชี		มากกว่า 3 บัญชี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กระแสรายวัน/เดินสะพัด	56	77.8	15	20.8	1	1.4	72	100.0
ออมทรัพย์/สะสมทรัพย์/เพื่อเรียก	93	79.5	21	17.9	3	2.6	117	100.0
ออมทรัพย์แบบพิเศษ	14	87.5	2	12.5	0	0.0	16	100.0
ฝากประจำ(3,6,12 เดือน หรือมากกว่า)	73	88.0	9	10.8	1	1.2	83	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 78.0 ใช้บัญชีเงินฝากออมทรัพย์/สะสมทรัพย์/เพื่อเรียก โดยร้อยละ 79.5 มีจำนวน 1 บัญชี , ร้อยละ 17.9 มีจำนวน 2-3 บัญชี และร้อยละ 2.6 มีจำนวนมากกว่า 3 บัญชี ตามลำดับ

รองลงมาคือ ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 55.3 ใช้บัญชีเงินฝากประจำ (3,6,12 หรือมากกว่า) โดยร้อยละ 88.0 มีจำนวน 1 บัญชี , ร้อยละ 10.8 มีจำนวน 2 - 3 บัญชี และร้อยละ 1.2 มีจำนวนมากกว่า 3 บัญชี ตามลำดับ

และลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 48.0 ใช้บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน/เดินสะพัด โดยร้อยละ 77.8 มีจำนวน 1 บัญชี , ร้อยละ 20.8 มีจำนวน 2 - 3 บัญชี และร้อยละ 1.4 มีจำนวนมากกว่า 3 บัญชี ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้บริการเสริมนอกเหนือจากการฝากเงินปกติ

บริการเสริม	จำนวน	ร้อยละ
หักบัญชีเพื่อชำระหนี้เงินกู้	58	38.7
บริการ โอนเงิน	105	70.0
บริการหักบัญชีเพื่อชำระค่าสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า, โทรศัพท์ ฯลฯ	79	52.7
บริการเงินกู้เบิกเงินเกินบัญชี (O/D)	27	18.0
บริการฝาก-ถอน ผ่าน ATM. /เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ	112	74.7
บริการธนาคารทางโทรศัพท์	21	14.0
บริการสั่งเบิกจ่ายเงินโดยเช็ค	68	45.3
บริการบัตรเครดิต	6	4.0

หมายเหตุ อัตราร้อยละเทียบจากลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 คน

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มลูกค้าตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 74.7 ใช้บริการฝาก-ถอน ผ่าน ATM./เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ รองลงมาคือ ร้อยละ 70.0 ใช้บริการโอนเงิน และร้อยละ 52.7 ใช้บริการหักบัญชีเพื่อชำระค่าสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า, โทรศัพท์ ฯลฯ ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการด้านต่างๆ ของธนาคารพาณิชย์

ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน	92	61.3
2 - 3 ครั้งต่อเดือน	48	32.0
1 ครั้งต่อเดือน	6	4.0
2 - 3 เดือนต่อ 1 ครั้ง	1	0.7
2 - 3 ครั้งต่อปี	3	2.0
1 ครั้งต่อปี	0	0.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 61.3 ใช้บริการด้านต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์ มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน รองลงมาคือ ร้อยละ 32.0 ใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน และร้อยละ 4.0 ใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสื่อที่ได้รับทราบข้อมูลการให้บริการของธนาคารพาณิชย์

ประเภทของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร	9	6.0
โทรทัศน์	20	13.3
วิทยุ	4	2.7
เพื่อน / คนรู้จัก	9	6.0
แผ่นพับของธนาคาร	63	42.0
วารสารธนาคาร	5	3.3
โปสเตอร์ที่ติดในธนาคาร	38	25.3
พนักงานธนาคาร	2	1.3
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 42.0 ได้รับทราบข้อมูลการให้บริการของธนาคารพาณิชย์จากแผ่นพับของธนาคาร รองลงมาคือ ร้อยละ 25.3 ได้รับทราบข้อมูลจากโปสเตอร์ที่ติดในธนาคาร และร้อยละ 13.3 ได้รับทราบข้อมูลจากโทรทัศน์ ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 : ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ใน
อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 - 2541

ตารางที่ 10 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสินค้า ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านขบวนการให้บริการ และด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ
ด้านเงินฝาก

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย ระดับความ สำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	
ด้านสินค้า	134 10.1%	633 47.6%	330 24.8%	174 13.1%	59 4.4%	1,330 100.0%	3.45 ปานกลาง
ด้านราคา	60 13.4%	53 11.8%	198 44.2%	97 21.7%	40 8.9%	448 100.0%	2.99 ปานกลาง
ด้านสถานที่	123 8.3%	539 36.6%	591 40.1%	206 14.0%	15 1.0%	1,474 100.0%	3.37 ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	28 2.4%	213 17.9%	527 44.3%	387 32.5%	35 2.9%	1,189 100.0%	2.80 ปานกลาง
ด้านบุคลากร	87 8.4%	429 41.3%	437 42.1%	72 6.9%	14 1.3%	1,039 100.0%	3.48 ปานกลาง
ด้านขบวนการให้บริการ	169 10.4%	763 46.9%	592 36.4%	95 5.8%	8 0.5%	1,630 100.0%	3.61 มาก
ด้านอื่น ๆ	17 5.7%	20 6.7%	20 6.7%	82 27.5%	159 53.4%	298 100.0%	1.83 น้อย
						ค่าเฉลี่ย รวม	3.07 ปานกลาง

จากตารางที่ 10 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการด้านเงินฝากโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.07 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าปัจจัยด้านขบวนการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสินค้า ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านอื่น ๆ ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 11 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสินค้าน้ำดื่มที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝาก

ปัจจัยด้านสินค้า	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย ระดับความ สำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	
มีประเภทบัญชีเงินฝากตรงตามความต้องการของลูกค้า	13 8.8%	81 54.7%	47 31.8%	7 4.7%	0 0.0%	148 100.0%	3.67 มาก
รูปแบบของสมุดเงินฝากสวยงาม พกพาสะดวก	3 2.0%	61 41.5%	48 32.7%	33 22.4%	2 1.4%	147 100.0%	3.20 ปานกลาง
มีการให้บริการบัตรเครดิต	10 6.8%	55 37.4%	27 18.4%	35 23.8%	20 13.6%	147 100.0%	3.00 ปานกลาง
ให้บริการหักบัญชีระหว่างธนาคาร	10 6.8%	64 43.6%	34 23.1%	25 17.0%	14 9.5%	147 100.0%	3.21 ปานกลาง
มีบริการเงินกู้พิเศษ ถ้าเปิดบัญชีเงินฝาก	2 1.4%	36 24.7%	45 30.8%	43 29.4%	20 13.7%	146 100.0%	2.70 ปานกลาง
บริการแจ้งยอดคงเหลือในบัญชีสม่ำเสมอ	16 10.8%	74 50.0%	35 23.7%	20 13.5%	3 2.0%	148 100.0%	3.54 มาก
เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมานาน	28 18.7%	104 69.3%	17 11.3%	1 0.7%	0 0.0%	150 100.0%	4.06 มาก
เป็นธนาคารที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง	31 20.7%	96 64.0%	22 14.7%	1 0.7%	0 0.0%	150 100.0%	4.04 มาก
เป็นผู้นำด้านความทันสมัยในการ ให้บริการ	21 14.3%	62 42.2%	55 37.4%	9 6.1%	0 0.0%	147 100.0%	3.64 มาก
						รวม 1,330 100.0%	3.45 ปานกลาง

จากตารางที่ 11 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสินค้าที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.45 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าปัจจัยด้านการเป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมานานเป็นปัจจัยสำคัญอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รองลงมาได้แก่ เป็นธนาคารที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง มีประเภทบัญชีตรงความต้องการ เป็นผู้นำด้านความทันสมัยในการให้บริการ บริการแจ้งยอดคงเหลือในบัญชีสม่ำเสมอ ให้บริการหักบัญชีระหว่างธนาคาร รูปแบบของสมุดเงินฝาก สวยงามและพกพาสะดวก มีการให้บริการบัตรเครดิต และมีบริการเงินกู้พิเศษถ้าเปิดบัญชีเงินฝาก ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝาก

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย ระดับความ สำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	
อัตราดอกเบี้ยสูง	26 17.3%	23 15.3%	63 42.0%	30 20.0%	8 5.3%	150 100.0%	3.19 ปานกลาง
อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการต่ำ	16 10.7%	16 10.7%	86 57.3%	28 18.7%	4 2.7%	150 100.0%	3.08 ปานกลาง
ดอกเบี้ยที่ได้รับได้รับการยกเว้นภาษี	18 12.2%	14 9.4%	49 33.1%	39 26.4%	28 18.9%	148 100.0%	2.69 ปานกลาง
						รวม 448 100.0%	2.99 ปานกลาง

จากตารางที่ 12 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.99 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยสูงเป็นปัจจัยสำคัญอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 รองลงมาได้แก่ อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการต่ำ และดอกเบี้ยที่ได้รับได้รับการยกเว้นภาษี ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝาก

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ระดับความสำคัญ	
ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน	28	67	41	10	1	147	3.75	
ไป-มาสะดวก	19.0%	45.6%	27.9%	6.8%	0.7%	100.0%	มาก	
ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่ทำงาน	23	77	39	10	1	150	3.74	
ไป-มาสะดวก	15.3%	51.3%	26.0%	6.7%	0.7%	100.0%	มาก	
มีสาขาหลายแห่งทำให้ติดต่อได้สะดวก	18	80	42	7	0	147	3.74	
	12.2%	54.4%	28.6%	4.8%	0.0%	100.0%	มาก	
มีที่ให้นั่งรอระหว่างรอรับบริการ	9	53	61	21	3	147	3.29	
	6.1%	36.1%	41.5%	14.3%	2.0%	100.0%	ปานกลาง	
มีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ	18	38	29	58	4	147	3.05	
	12.2%	25.9%	19.7%	39.5%	2.7%	100.0%	ปานกลาง	
สถานที่ทำการกว้างขวาง	7	48	66	25	1	147	3.23	
	4.8%	32.6%	44.9%	17.0%	0.7%	100.0%	ปานกลาง	
สถานที่ทำการมีการตกแต่งภายใน-นอกทันสมัย	2	37	85	23	0	147	3.12	
	1.4%	25.2%	57.8%	15.6%	0.0%	100.0%	ปานกลาง	
อุปกรณ์และเครื่องมือทันสมัย สวยงาม	8	57	65	17	0	147	3.38	
	5.4%	38.8%	44.2%	11.6%	0.0%	100.0%	ปานกลาง	
บรรยากาศของสถานที่ดี เช่น มีเพลงไพเราะ	5	27	88	22	5	147	3.03	
มีทีวีให้ชม ไม่แออัดขัดเขียด เป็นต้น	3.4%	18.4%	59.8%	15.0%	3.4%	100.0%	ปานกลาง	
สถานที่สะอาดและสวยงาม	5	55	75	13	0	148	3.35	
	3.4%	37.1%	50.7%	8.8%	0.0%	100.0%	ปานกลาง	
						รวม	1,474	3.37
							100.0%	ปานกลาง

จากตารางที่ 13 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.37 และถ้าพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้านไป-มาสะดวกเป็นปัจจัยสำคัญอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 รองลงมาได้แก่ ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่ทำงานไป-มาสะดวก มีสาขาหลายแห่งติดต่อได้สะดวก อุปกรณ์เครื่องมือทันสมัย สวยงาม สถานที่สะอาดและสวยงาม มีที่ให้นั่งรอระหว่างรอรับบริการ สถานที่ทำการกว้างขวาง สถานที่ทำการมีการตกแต่งภายใน-นอกทันสมัย มีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ บรรยากาศของสถานที่ดี เช่น มีเพลงไพเราะ มีทีวีให้ชม ไม่แออัดยัดเยียด เป็นต้น ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย ระดับความ สำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	
มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ วิทยุและสิ่งพิมพ์ สม่่าเสมอ	1 0.7%	18 12.2%	73 49.3%	53 35.8%	3 2.0%	148 100.0%	2.73 ปานกลาง
มีการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ ไปสเคอร์ อย่างชัดเจน	0 0.0%	25 16.8%	73 50.0%	49 32.9%	2 1.3%	149 100.0%	2.81 ปานกลาง
มีป้ายแสดงการบริการด้านต่าง ๆ ชัดเจน	7 4.7%	37 24.9%	51 34.2%	52 34.9%	2 1.3%	149 100.0%	2.96 ปานกลาง
มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ	2 1.4%	18 12.2%	59 39.7%	63 42.6%	6 4.1%	148 100.0%	2.64 ปานกลาง
มีของขวัญ ของรางวัล แจก ใน โอกาส พิเศษ	1 0.7%	15 10.1%	68 45.6%	56 37.6%	9 6.1%	149 100.0%	2.61 ปานกลาง
มีการแจ้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝากชัดเจน	13 8.7%	29 19.5%	58 38.9%	45 30.2%	4 2.7%	149 100.0%	3.01 ปานกลาง
คำแนะนำจากบุคคลอื่น เช่น ญาติ เพื่อน ผู้ที่นับถือ	2 1.3%	39 26.2%	74 49.7%	33 22.1%	1 0.7%	149 100.0%	2.79 ปานกลาง
การจัด โครงการช่วยเหลือสังคมใน โอกาสต่าง ๆ	2 1.4%	32 21.6%	71 48.0%	36 24.3%	7 4.7%	148 100.0%	2.9 ปานกลาง
					รวม	1,189 100.0%	2.80 ปานกลาง

จากตารางที่ 14 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่าปัจจัยด้านมีการแจ้งอัตราดอกเบี้ยชัดเจนเป็นปัจจัยสำคัญอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 รองลงมาได้แก่ มีป้ายแสดงการบริการด้านต่าง ๆ ชัดเจน การจัดโครงการช่วยเหลือสังคมในโอกาสต่าง ๆ มีการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ โบรชัวร์ อย่างชัดเจน คำแนะนำจากบุคคลอื่น เช่นญาติ เพื่อน ผู้ที่นับถือ มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์สม่ำเสมอ มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ และมีของขวัญ ของชำร่วยแจกในโอกาสพิเศษ ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝาก

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย ระดับความ สำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	
พนักงานมีความรอบรู้ในสิ่งที่ให้บริการ และแนะนำได้เป็นอย่างดี	14 9.5%	61 41.2%	69 46.6%	4 2.7%	0 0.0%	148 100.0%	3.57 มาก
พนักงานมีความยินดีและเต็มใจที่จะให้ คำแนะนำ ปรึกษา	13 8.7%	67 45.0%	62 41.6%	7 4.7%	0 0.0%	149 100.0%	3.57 มาก
พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการ	14 9.4%	65 43.6%	63 42.3%	6 4.0%	1 0.7%	149 100.0%	3.57 มาก
พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ	14 9.5%	64 43.2%	60 40.5%	9 6.1%	1 0.7%	148 100.0%	3.54 มาก
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ และ ไว้ใจได้	15 10.1%	79 53.4%	52 35.1%	2 1.4%	0 0.0%	148 100.0%	3.72 มาก
รู้จักกับพนักงานเป็นการส่วนตัว	10 6.8%	37 25.0%	71 48.0%	19 12.8%	11 7.4%	148 100.0%	3.10 ปานกลาง
บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน	7 4.7%	56 37.6%	60 40.2%	25 16.8%	1 0.7%	149 100.0%	3.28 ปานกลาง
						รวม 1,039 100.0%	3.48 ปานกลาง

จากตารางที่ 15 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านพนักงานมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ และไว้ใจได้เป็นปัจจัยสำคัญอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 รองลงมาได้แก่ พนักงานมีความยินดีและเต็มใจที่จะให้คำแนะนำ ปรึกษา พนักงานมีความรอบรู้ในสิ่งที่ให้บริการ และแนะนำได้เป็นอย่างดี

พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พูดยาสุภาพ บุคลิกภาพและการแต่งกาย
ของพนักงาน และรู้จักกับพนักงานเป็นการส่วนตัว ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 16 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านขบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝาก

ปัจจัยด้านขบวนการให้บริการ	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย ระดับความ สำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	
มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี	16 10.8%	72 48.6%	51 34.5%	9 6.1%	0 0.0%	148 100.0%	3.64 มาก
มีความสะดวก รวดเร็วในการใช้บริการ ไม่ต้องรอนาน	18 12.1%	73 49.3%	55 37.2%	2 1.4%	0 0.0%	148 100.0%	3.72 มาก
การบริการมีความถูกต้อง เหมาะสม และเชื่อถือได้	19 12.8%	83 56.1%	41 27.7%	2 1.4%	0 0.0%	148 100.0%	3.82 มาก
ระบบการบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ทันสมัย และเชื่อถือได้	18 12.1%	89 59.7%	39 26.2%	2 1.3%	1 0.7%	149 100.0%	3.81 มาก
มีการพัฒนาระบบการให้บริการอย่าง ต่อเนื่องและทันสมัย	13 8.7%	67 45.0%	66 44.3%	2 1.3%	1 0.7%	149 100.0%	3.59 มาก
มีความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่จะให้บริการ	14 9.4%	74 50.0%	58 39.2%	2 1.4%	0 0.0%	148 100.0%	3.67 มาก
ระเบียบ ขั้นตอน ต่าง ๆ ไม่ยุ่งยาก	17 11.5%	67 45.3%	59 39.9%	5 3.3%	0 0.0%	148 100.0%	3.64 มาก
มีความเสมอภาคในการให้บริการแก่ ลูกค้าทุกคน	14 9.4%	57 38.2%	70 47.0%	7 4.7%	1 0.7%	149 100.0%	3.51 มาก
ให้บริการ ATM. ตลอด 24 ชั่วโมง	15 10.2%	62 42.2%	37 25.2%	31 21.1%	2 1.4%	147 100.0%	3.38 ปานกลาง
มีบริการตู้ ATM. ของธนาคารตามสถานที่ทั่วไป หรือหาตู้ ATM. ถอดเงินได้ง่ายและสะดวก	11 7.4%	69 46.6%	42 28.4%	24 16.2%	2 1.4%	148 100.0%	3.42 ปานกลาง
มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	14 9.4%	50 33.8%	74 50.0%	9 6.1%	1 0.7%	148 100.0%	3.45 ปานกลาง
						รวม 1,630 100.0%	3.61 มาก

จากตารางที่ 16 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าระดับความสำคัญของปัจจัยด้านขบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.61 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่าปัจจัยด้านการบริการมีความถูกต้อง เหมาะสม และเชื่อถือได้ เป็นปัจจัยสำคัญอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 รองลงมาได้แก่ ระบบการบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ทันสมัยและเชื่อถือได้ มีความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ ไม่ต้องรอนาน มีความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องมือที่จะให้บริการตลอดเวลา ระเบียบขั้นตอนต่าง ๆ ไม่ยุ่งยาก มีระบบรักษาความปลอดภัย มีการพัฒนาระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และทันสมัย มีความเสมอภาคในการให้บริการแก่ลูกค้าทุกคน มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ มีบริการตู้ ATM. ของธนาคารตามสถานที่ทั่วไป หรือหาตู้ ATM. ถอดเงินได้ง่ายและสะดวก และให้บริการ ATM. ตลอด 24 ชั่วโมง ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝาก

ปัจจัยด้านอื่น ๆ	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย ระดับความ สำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	
ใช้บริการด้านสินเชื่อกับธนาคารอยู่ก่อนแล้ว และธนาคารบังคับให้ต้องเปิดบัญชีเงินฝาก	10 6.7%	10 6.7%	9 6.0%	42 28.2%	78 52.4%	149 100.0%	1.87 น้อย
เงื่อนไขหน่วยงานบังคับ	7 4.7%	10 6.7%	11 7.4%	40 26.8%	81 54.4%	149 100.0%	1.80 น้อย
						รวม 298 100.0%	1.83 น้อย

จากตารางที่ 17 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าระดับความสำคัญของปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการใช้บริการด้านเงินฝากโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 1.83 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ปัจจัยด้านการใช้บริการด้านสินเชื่อกับธนาคารอยู่ก่อนแล้วและธนาคารบังคับให้ต้องเปิดบัญชีเงินฝากเป็นปัจจัยสำคัญอันดับ 1 รองลงมาคือ เงื่อนไขหน่วยงานบังคับ

ส่วนที่ 3 : ปัญหาของผู้บริโภคในการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัด
ลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540-2541
ตารางที่ 18 แสดงระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านสิน ค้า ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด
ด้านบุคลากร และด้านขบวนการให้บริการของธนาคารพาณิชย์

ปัจจัย	ระดับของปัญหา						ค่าเฉลี่ย ระดับ ปัญหา
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	
ด้านสินค้า	56 7.5%	461 61.5%	212 28.3%	21 2.8%	0 0.0%	750 100.0%	3.73 น้อย
ด้านราคา	2 0.7%	76 25.3%	78 26.0%	117 39.0%	27 9.0%	300 100.0%	2.69 ปานกลาง
ด้านสถานที่	43 4.8%	573 64.2%	149 16.6%	118 13.1%	12 1.3%	900 100.0%	3.58 น้อย
ด้านการส่งเสริมการตลาด	7 0.9%	165 22.1%	447 59.6%	115 15.3%	15 2.0%	750 100.0%	3.04 ปานกลาง
ด้านบุคลากร	5 0.5%	700 66.7%	270 25.7%	72 6.9%	3 0.3%	1,050 100.0%	3.60 น้อย
ด้านขบวนการให้บริการ	23 2.7%	655 51.3%	216 22.7%	152 22.7%	4 0.7%	1,050 100.0%	3.51 น้อย
						ค่าเฉลี่ย รวม	3.35 ปานกลาง

จากตารางที่ 18 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาต่อปัจจัยด้านสินค้า ด้านราคา ด้านสถานที่
ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านขบวนการให้บริการ ของธนาคารโดยเฉลี่ยรวมอยู่ใน
ระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.35 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมี
ปัญหาต่อปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 รองลงมาได้แก่ ปัญหาต่อปัจจัยด้านการ
ส่งเสริมการตลาด ปัญหาต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการ ปัญหาต่อปัจจัยด้านสถานที่ปัญหาต่อปัจจัย
ด้านบุคลากร และปัญหาต่อปัจจัยด้านสินค้า ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านสินค้าของธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยด้านสินค้า	ระดับของปัญหา						ค่าเฉลี่ย
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	ระดับ ปัญหา
ประเภทของบัญชีเงินฝากไม่ตรงตามความต้องการ ของลูกค้า	5 3.3%	64 42.7%	72 48.0%	9 6.0%	0 0.0%	150 100.0%	3.43 ปานกลาง
รูปแบบของสมุดเงินฝาก	5 3.3%	65 43.3%	75 50.0%	5 3.3%	0 0.0%	150 100.0%	3.46 ปานกลาง
ความหลากหลายและครบถ้วนของบริการเสริมต่าง ๆ ตรงตามความต้องการ	6 4.0%	112 74.7%	27 18.0%	5 3.3%	0 0.0%	150 100.0%	3.79 น้อย
ภาพพจน์ และชื่อเสียงของธนาคาร	17 11.3%	117 78.0%	16 10.7%	0 0.0%	0 0.0%	150 100.0%	4.00 น้อย
ความมั่นคงปลอดภัยในการฝากเงิน	23 15.3%	103 68.7%	22 14.7%	2 1.3%	0 0.0%	150 100.0%	3.98 น้อย
						รวม 750 100.0%	3.73 น้อย

จากตารางที่ 19 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีปัญหาต่อปัจจัยด้านสินค้าของธนาคารพาณิชย์ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.73 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีปัญหาต่อประเภทบัญชีเงินฝากไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้าเป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 รองลงมาได้แก่ รูปแบบสมุดเงินฝาก ความหลากหลายและครบถ้วนของบริการเสริม ความมั่นคงปลอดภัยในการฝากเงิน และภาพพจน์และชื่อเสียงของธนาคาร ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านราคาของธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยด้านราคา	ระดับของปัญหา						ค่าเฉลี่ย ระดับ ปัญหา
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	
อัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่ได้รับค่า	2 1.3%	37 24.7%	25 16.7%	71 47.3%	15 10.0%	150 100.0%	2.6 ปานกลาง
อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการเสริมต่าง ๆ สูง	0 0.0%	39 26.0%	53 35.3%	46 30.7%	12 8.0%	150 100.0%	2.79 ปานกลาง
					รวม	300 100.0%	2.69 ปานกลาง

จากตารางที่ 20 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาต่อปัจจัยด้านราคาของธนาคาร โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.69 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาต่ออัตราดอกเบี้ยที่ได้รับค่าเป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60 รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการเสริมต่าง ๆ สูง

ตารางที่ 21 แสดงระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านสถานที่ของธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับของปัญหา						ค่าเฉลี่ย ระดับ ปัญหา
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	
ความเหมาะสมทำเลที่ตั้งของธนาคาร	11 7.3%	103 68.7%	15 10.0%	19 12.7%	2 1.3%	150 100.0%	3.68 น้อย
ความสะดวกสบายในการเดินทางเพื่อใช้บริการ	12 8.0%	108 72.0%	15 10.0%	15 10.0%	0 0.0%	150 100.0%	3.78 น้อย
ความสวยงามและความสะดวกของสถานที่	2 1.3%	102 68.0%	40 26.7%	6 4.0%	0 0.0%	150 100.0%	3.66 น้อย
ความทันสมัยของอุปกรณ์ เครื่องมือในการให้บริการ	6 4.0%	115 76.7%	25 16.7%	4 2.7%	0 0.0%	150 100.0%	3.82 น้อย
บรรยากาศและความเย็นสบายของสถานที่บริการ	8 5.3%	101 67.3%	36 24.0%	5 3.3%	0 0.0%	150 100.0%	3.74 น้อย
สถานที่จอดรถ	4 2.7%	49 32.7%	18 12.0%	69 46.0%	10 6.7%	150 100.0%	2.78 ปานกลาง
						รวม 900 100.0%	3.58 น้อย

จากตารางที่ 21 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาต่อปัจจัยด้านสถานที่ของธนาคารพาณิชย์ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.58 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาต่อสถานที่จอดรถเป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 รองลงมาได้แก่ ความสวยงามและสะดวกของสถานที่ ความเหมาะสมทำเลที่ตั้งของธนาคาร บรรยากาศและความเย็นสบายของสถานที่ให้บริการ ความสะดวกสบายในการเดินทางเพื่อใช้บริการ และความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับของปัญหา						ค่าเฉลี่ย ระดับ ปัญหา
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	
วิธีการและรูปแบบของการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์	1 7.0%	30 20.0%	108 72.0%	11 7.3%	0 0.0%	150 100.0%	3.14 ปานกลาง
รายละเอียดของบริการผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ไปสเตอร์ แผ่นพับ ชัดเจน	3 2.0%	39 26.0%	97 64.7%	10 6.7%	1 0.7%	150 100.0%	3.22 ปานกลาง
ความเหมาะสมของสื่อที่ใช้	1 0.7%	41 27.3%	100 66.7%	8 5.3%	0 0.0%	150 100.0%	3.23 ปานกลาง
มีพนักงานคอยให้บริการปรึกษา แนะนำ ในการให้ บริการ	2 1.3%	39 26.0%	74 49.3%	33 22.0%	2 1.3%	150 100.0%	3.04 ปานกลาง
การให้ของขวัญ ของชำร่วย แจกในโอกาสพิเศษต่าง ๆ	0 0.0%	17 11.3%	68 45.3%	53 35.3%	12 8.0%	150 100.0%	2.60 ปานกลาง
						รวม 750 100.0%	3.04 ปานกลาง

จากตารางที่ 22 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.04 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาต่อการให้ของขวัญ ของชำร่วย แจกในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 รองลงมาได้แก่ มีพนักงานคอยให้บริการปรึกษา แนะนำ วิธีการและรูปแบบของการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ รายละเอียดของบริการผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ไปสเตอร์ แผ่นพับชัดเจน และความเหมาะสมของสื่อที่ใช้ ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับของปัญหา						ค่าเฉลี่ย ระดับ ปัญหา
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	
ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน ธนาคาร	0 0.0%	102 68.0%	34 22.7%	14 9.3%	0 0.0%	150 100.0%	3.58 น้อย
ความสุภาพและวิธีการพูดจาของพนักงาน	0 0.0%	100 66.7%	32 21.3%	17 11.3%	1 0.7%	150 100.0%	3.54 น้อย
ความรู้ ความสามารถ และทักษะในการให้บริการ	0 0.0%	106 70.7%	37 24.7%	6 4.0%	1 0.7%	150 100.0%	3.65 น้อย
ความเอาใจใส่ต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ	0 0.0%	99 66.0%	34 22.7%	16 10.7%	1 0.7%	150 100.0%	3.54 น้อย
ความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ และไว้ใจได้ของพนักงาน	1 0.7%	116 77.3%	29 19.3%	4 2.7%	0 0.0%	150 100.0%	3.76 น้อย
ความพร้อมที่จะให้บริการ	2 1.3%	99 66.0%	38 25.3%	11 7.3%	0 0.0%	150 100.0%	3.61 น้อย
บุคลิกภาพ และการแต่งกายของพนักงาน	2 1.3%	78 52.0%	66 44.0%	4 2.7%	0 0.0%	150 100.0%	3.52 น้อย
					รวม	1,050 100.0%	3.60 น้อย

จากตารางที่ 23 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาต่อปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคารพาณิชย์ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.60 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาต่อบุคลิกภาพ และการแต่งกายของพนักงานเป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 รองลงมาได้แก่ ความสุภาพและวิธีการพูดจาของพนักงาน ความเอาใจใส่ต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ ความยินดี และเต็มใจในการให้บริการของพนักงานธนาคาร ความพร้อมที่จะให้บริการ ความรู้ ความสามารถ และ ทักษะในการให้บริการ และความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ และไว้ใจได้ของพนักงาน ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการของธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยด้านขบวนการให้บริการ	ระดับของปัญหา						ค่าเฉลี่ย ระดับ ปัญหา
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	
ความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ	1 0.7%	70 46.7%	45 30.0%	34 22.7%	0 0.0%	150 100.0%	3.25 ปานกลาง
ความรวดเร็วของบริการ	1 0.7%	91 60.7%	29 19.3%	28 18.7%	1 0.7%	150 100.0%	3.42 ปานกลาง
ความสะดวก สบายในการใช้บริการ	2 1.3%	99 66.0%	30 20.0%	19 12.7%	0 0.0%	150 100.0%	3.56 น้อย
ความทันสมัยของระบบวิธีการบริการ	4 2.7%	110 73.3%	30 20.0%	6 4.0%	0 0.0%	150 100.0%	3.74 น้อย
ความเสมอภาคในการให้บริการ	6 4.0%	85 56.7%	30 20.0%	28 18.7%	1 0.7%	150 100.0%	3.44 ปานกลาง
ระบบข้อมูลต่าง ๆ มีความถูกต้องและเชื่อถือได้	5 3.3%	123 82.0%	18 12.0%	3 2.0%	1 0.7%	150 100.0%	3.85 น้อย
มีระบบรักษาความปลอดภัย	4 2.7%	77 51.3%	34 22.7%	34 22.7%	1 0.7%	150 100.0%	3.32 ปานกลาง
					รวม	1,050 100.0%	3.51 น้อย

จากตารางที่ 24 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.51 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาต่อความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการเป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 รองลงมาได้แก่ มีระบบการรักษาความปลอดภัย ความรวดเร็วของบริการ ความเสมอภาคในการให้บริการ ความสะดวก สบายในการใช้บริการ ความทันสมัยของระบบวิธีการบริการ และระบบข้อมูลต่าง ๆ มีความถูกต้องและเชื่อถือได้ ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 : ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	81	54.0
หญิง	69	46.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 25 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 54.0 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 46.0

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	10	6.7
20 - 30 ปี	37	24.7
31 - 40 ปี	46	30.7
41 - 50 ปี	37	24.7
51 - 60 ปี	18	12.0
สูงกว่า 60 ปี	2	1.3
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 26 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 30.7 มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี รองลงมาคือ ร้อยละ 24.7 มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี และ 24.7 มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	61	40.7
สมรส	80	53.3
หม้าย/หย่าร้าง	9	6.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 27 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 53.3 มีสถานภาพสมรส รองลงมาคือ ร้อยละ 40.7 สถานภาพโสด และร้อยละ 6.0 สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้รับการศึกษา	0	0.0
ประถมศึกษา	5	3.3
มัธยมศึกษาตอนต้น	8	5.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย	26	17.3
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	33	22.0
ปริญญาตรี	64	42.7
สูงกว่าปริญญาตรี	8	5.3
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	6	4.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 28 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 42.7 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รองลงมา คือ ร้อยละ 22.0 ของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และร้อยละ 17.3 ของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

อาชีพปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	35	23.3
พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	30	20.0
เจ้าของกิจการส่วนตัว	54	36.0
เกษตรกร	1	0.7
นักเรียน/นักศึกษา	8	5.3
รับจ้างอิสระ	21	14.0
แม่บ้าน	1	0.7
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 29 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 36.0 มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการส่วนตัว รองลงมา คือ ร้อยละ 23.3 ของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และร้อยละ 20.0 ของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้าน ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

รายได้ของครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	12	8.0
5,000 - 10,000 บาท	15	10.0
10,001 - 20,000 บาท	27	18.0
20,001 - 40,000 บาท	39	26.0
40,001 - 60,000 บาท	31	20.7
60,001 - 100,000 บาท	13	8.7
สูงกว่า 100,000 บาท	13	8.7
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 30 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 26.0 มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001 - 40,000 บาท รองลงมา คือ ร้อยละ 20.7 ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง มีรายได้อยู่ระหว่าง 40,001 - 60,000 บาท และร้อยละ 18.0 ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท ตามลำดับ

ตอนที่ 2

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540-2541 จำนวนตามระดับการศึกษา และรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ตารางที่ 31 แสดงรายชื่อธนาคารพาณิชย์ที่ถูกกำกับดูแลอย่างใช้บริการในปัจจุบัน จำนวนตามระดับการศึกษา

รายชื่อธนาคาร	ระดับการศึกษา																	
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อนุปริญญาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		ประกาศนียบัตรวิชาชีพ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	0	0.0	2	25.0	2	7.7	9	16.7	10	16.4	18	16.8	4	33.3	3	37.5		
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	0	0.0	1	12.5	1	3.8	6	11.1	9	14.8	21	19.6	3	25.0	2	25.0		
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	0	0.0	0	0.0	2	7.7	5	9.3	6	9.8	9	8.4	0	0.0	1	12.5		
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	0	0.0	1	12.5	3	11.5	5	9.3	8	13.1	14	13.1	3	25.0	0	0.0		
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	0	0.0	0	0.0	5	19.2	6	11.1	4	6.6	6	5.6	0	0.0	2	25.0		
ธนาคารไทยธน จำกัด (มหาชน)	0	0.0	1	12.5	1	3.8	3	5.6	5	8.2	9	8.4	0	0.0	0	0.0		
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	3.7	1	1.6	14	13.1	0	0.0	0	0.0		
ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)	0	0.0	2	25.0	3	11.5	5	9.3	7	11.5	8	7.5	1	8.3	0	0.0		
ธนาคารศรีนคร จำกัด (มหาชน)	0	0.0	0	0.0	4	15.4	8	14.8	6	9.8	6	5.6	0	0.0	0	0.0		
ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน)	0	0.0	1	12.5	5	19.2	5	9.3	5	8.2	2	1.9	1	8.3	0	0.0		
รวม	0	0.0	8	100.0	26	100.0	54	100.0	61	100.0	107	100.0	12	100.0	8	100.0		

จากตารางที่ 31 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างใช้บริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์แตกต่างกันตามระดับการศึกษา คือ ในลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย อนุปริญญาหรือเทียบเท่า สูงกว่าปริญญาตรี และประกาศนียบัตรวิชาชีพ ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเงินฝากของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ส่วนลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเงินฝากของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ส่วนลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเงินฝากของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 32 แสดงรายชื่อธนาคารพาณิชย์ที่ถูกกำกับดูแลด้วยวิธีบริการในปัจจุบัน จำนวนตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

รายชื่อธนาคาร	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)													
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	2	14.3	5	18.5	3	7.3	13	18.1	17	25.4	4	15.4	4	13.8
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	1	7.1	4	14.8	11	26.8	14	19.4	9	13.4	3	11.5	1	3.4
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	2	14.3	2	7.4	4	9.8	6	8.3	3	4.5	2	7.7	4	13.8
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	1	7.1	4	14.8	2	4.9	7	9.7	9	13.4	6	23.1	5	17.2
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	0	0.0	4	14.8	2	4.9	6	8.3	4	6.0	2	7.7	5	17.2
ธนาคารไทยธน จำกัด (มหาชน)	2	14.3	0	0.0	6	14.6	5	6.9	4	6.0	2	7.7	0	0.0
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	1	7.1	1	3.7	4	9.8	4	5.6	4	6.0	3	11.5	0	0.0
ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)	3	21.4	3	11.1	3	7.3	6	8.3	6	9.0	1	3.8	4	13.8
ธนาคารศรีนคร จำกัด (มหาชน)	2	14.3	4	14.8	4	9.8	4	5.6	6	9.0	2	7.7	2	6.9
ธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน)	0	0.0	0	0.0	2	4.9	7	9.7	5	7.5	1	3.8	4	13.8
รวม	14	100.0	27	100.0	41	100.0	72	100.0	67	100.0	26	100.0	29	100.0

จากตารางที่ 32 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์แตกต่างกันตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน คือ ในลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 5,000 - 10,000 บาท และ 40,000 - 60,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ส่วนลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 10,001 - 20,000 บาท และ 20,000 - 40,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการเงินฝากของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ส่วนลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 60,001 - 100,000 บาท และ สูงกว่า 100,000 บาท ใช้บริการเงินฝากของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สำหรับลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการเงินฝากของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนครั้งที่ถูกคัดกลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนขนาดการในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา จำนวนตามระดับการศึกษา

การเปลี่ยนขนาดการในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา	ระดับการศึกษา															
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อนุปริญญาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคยเปลี่ยน 1-2 ครั้ง	0	0.0	0	0.0	4	50.0	8	30.8	7	21.2	16	25.0	3	37.5	2	33.3
เคยเปลี่ยน 3-4 ครั้ง	0	0.0	0	0.0	1	12.5	3	11.5	3	9.1	2	3.1	1	12.5	0	0.0
เคยเปลี่ยนมากกว่า 4 ครั้ง	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	3.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
ไม่เคยเปลี่ยน	0	0.0	5	100.0	3	37.5	14	53.8	23	69.7	46	71.9	4	50.0	4	66.7
รวม	0	0.0	5	100.0	8	100.0	26	100.0	33	100.0	64	100.0	8	100.0	6	100.0

จากตารางที่ 33 พบว่า ถูกคัดกลุ่มตัวอย่างมีการเปลี่ยนขนาดการในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาแตกต่างกันตามระดับการศึกษา คือ ในถูกคัดกลุ่มตัวอย่างเกือบทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ไม่เคยเปลี่ยนขนาดการในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ยกเว้นถูกคัดกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่เคยเปลี่ยนขนาดการ 1-2 ครั้ง ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนครั้งที่ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนแปลงสถานะการในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา จำนวนตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

การเปลี่ยนแปลงสถานะการในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)													
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคยเปลี่ยน 1-2 ครั้ง	1	8.3	2	13.3	7	25.9	15	38.5	8	25.8	4	30.8	3	23.1
เคยเปลี่ยน 3-4 ครั้ง	0	0.0	1	6.7	0	0.0	2	5.1	2	6.5	1	7.7	4	30.8
เคยเปลี่ยนมากกว่า 4 ครั้ง	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	7.7	0	0.0
ไม่เคยเปลี่ยน	11	91.7	12	80.0	20	74.1	22	56.4	21	67.7	7	53.8	6	46.2
รวม	12	100.0	15	100.0	27	100.0	39	100.0	31	100.0	13	100.0	13	100.0

จากตารางที่ 34 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีการเปลี่ยนแปลงสถานะการในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาไม่แตกต่างกันตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน คือ ในลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างทุกช่วงของรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่ไม่เคยเปลี่ยนแปลงสถานะการในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 35 แสดงสาเหตุที่ถูกคัดกลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนขนาดการในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามระดับการศึกษา

สาเหตุของการเปลี่ยนขนาดการ	ระดับการศึกษา															
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อนุปริญญาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ระบบการให้บริการไม่ดี เช่น ลำช้า ไม่สะดวก มีความผิดพลาดบ่อย	0	0.0	0	0.0	1	3.4	4	16.0	4	8.5	1	11.1	0	0.0	0	0.0
ไม่มีบริการที่ต้องการ	0	0.0	1	8.3	4	13.8	3	12.0	3	6.4	1	11.1	0	0.0	0	0.0
อัตราดอกเบี้ยไม่เป็นที่พอใจ	0	0.0	3	25.0	9	31.0	8	32.0	13	27.7	3	33.3	1	33.3	1	33.3
ไม่เชื่อถือด้านความมั่นคงของธนาคาร	0	0.0	5	41.7	8	27.6	4	16.0	10	21.3	2	22.2	0	0.0	0	0.0
ธนาคารมีภาพพจน์ไม่ดี	0	0.0	1	8.3	1	3.4	1	4.0	4	8.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0
พนักงานบริการไม่ดี เช่น ไม่มีความรู้ ไม่แนะนำรายละเอียด พูดยาไม่สุภาพ	0	0.0	0	0.0	3	10.3	2	8.0	3	6.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0
ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการติดต่อ เช่น ไม่มีที่จอดรถ อยู่ไกลบ้านหรือที่ทำงาน	0	0.0	1	8.3	3	10.3	1	4.0	8	17.0	2	22.2	1	33.3	1	33.3
การตกแต่งภายนอกและภายในไม่สวยงามไม่ทันสมัย	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
สถานที่คับแคบ ไม่มีที่นั่งรอ ไม่เย็นสบาย อุปกรณ์เครื่องไม้ เครื่องมือ ไม่ทันสมัย	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	4.0	1	2.1	0	0.0	1	33.3	1	33.3
รวม	0	0.0	12	100.0	29	100.0	25	100.0	47	100.0	9	100.0	3	100.0	3	100.0

จากตารางที่ 35 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีสาเหตุการเปลี่ยนธนาคารในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาแตกต่างกันตามระดับการศึกษา คือ ในลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างเกือบทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีสาเหตุการเปลี่ยนธนาคารอันเนื่องมาจากอัตราดอกเบี้ยไม่เป็นที่พอใจ ยกเว้นลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่มีสาเหตุอันเนื่องมาจากไม่เชื่อถือด้านความมั่นคงของธนาคาร

ตารางที่ 36 แสดงสาเหตุที่ถูกคัดค้านตัวอย่างเปลี่ยนขนาดารในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา จำนวนการยอมรับต่อเดือน

สาเหตุของการเปลี่ยนขนาด	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)															
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ระบบการให้บริการไม่ดี เช่น ถ้าเข้า ไม่สะดวก มีความผิดพลาดบ่อย	1	20.0	1	14.3	3	15.8	1	2.6	3	13.6	1	5.9	0	0.0		
ไม่มีบริการที่ต้องการ	1	20.0	0	0.0	0	0.0	4	10.3	0	0.0	4	23.5	3	18.8		
อัตราดอกเบี้ยไม่เป็นที่พอใจ	1	20.0	1	14.3	5	26.3	11	28.2	8	36.4	5	29.4	6	37.5		
ไม่เชื่อถือด้านความมั่นคงของธนาคาร	1	20.0	1	14.3	4	21.1	10	25.6	5	22.7	3	17.6	5	31.3		
ธนาคารมีภาพพจน์ไม่ดี	0	0.0	1	14.3	2	10.5	3	7.7	0	0.0	1	5.9	0	0.0		
พนักงานบริการไม่ดี เช่น ไม่มีความรู้ ไม่แนะนำรายละเอียด ขาดความรู้ไม่สุภาพ	1	20.0	0	0.0	2	10.5	2	5.1	1	4.5	1	5.9	1	6.3		
ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการติดต่อ เช่น ไม่มีที่จอดรถ อยู่ไกลบ้านหรือที่ทำงาน	0	0.0	2	28.6	3	15.8	5	12.8	3	13.6	2	11.8	1	6.3		
การตกแต่งภายในและภายนอกไม่สวยงาม ทันสมัย	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		
สถานที่คับแคบ ไม่มีที่นั่งรอ ไม่เย็นสบาย อุปกรณ์เครื่องไม้ เครื่องมือไม่ทันสมัย	0	0.0	1	14.3	0	0.0	1	2.6	1	4.5	0	0.0	0	0.0		
	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	5.1	1	4.5	0	0.0	0	0.0		
รวม	5	100.0	7	100.0	19	100.0	39	100.0	22	100.0	17	100.0	16	100.0		

จากตารางที่ 36 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีสาเหตุการเปลี่ยนธนาคารในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาแตกต่างกันตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน คือ ในลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างเกือบทุกช่วงของรายได้ ส่วนใหญ่มีสาเหตุการเปลี่ยนธนาคารในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา เนื่องมาจากอัตราดอกเบี้ยไม่เป็นที่พอใจ ยกเว้นลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 5,000 - 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีสาเหตุอันเนื่องมาจากทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการติดต่อ เช่น ไม่มีที่จอดรถ ทำเลที่ตั้งอยู่ไกลบ้านหรือที่ทำงาน

ตารางที่ 37 แสดงประเภทบัญชีเงินฝากที่ถูกหักกลุ่มตัวอย่างมีอยู่จำแนกตามระดับการศึกษา

ประเภทบัญชี	ระดับการศึกษา															
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อนุปริญญาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
กระแสเงินสด / เงินฝาก	0	0.0	3	30.0	6	30.0	16	29.6	11	19.3	31	25.8	4	21.1	1	12.5
ออมทรัพย์ / สะสมทรัพย์ / เศรษฐกิจ	0	0.0	5	50.0	7	35.0	18	33.3	27	47.4	50	41.7	5	26.3	5	62.5
ออมทรัพย์แบบพิเศษ	0	0.0	0	0.0	1	5.0	3	5.6	5	8.8	4	3.3	3	15.8	0	0.0
ประจำ (3,6,12 เดือน หรือมากกว่า)	0	0.0	2	20.0	6	30.0	17	31.5	14	24.6	35	29.2	7	36.8	2	25.0
รวม	0	0.0	10	100.0	20	100.0	54	100.0	57	100.0	120	100.0	19	100.0	8	100.0

จากรายการที่ 37 พบว่า ลูกหักกลุ่มตัวอย่างมีประเภทบัญชีเงินฝากแตกต่างกันตามระดับการศึกษา คือ ในลูกหักกลุ่มตัวอย่างเกือบทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์/สะสมทรัพย์/เศรษฐกิจ ยกเว้นลูกหักกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากประจำ (3,6,12 เดือน หรือ มากกว่า)

ตารางที่ 38 แสดงประเภทบัญชีเงินฝากที่ถูกหักกลุ่มตัวอย่างมีอยู่จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ประเภทบัญชี	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)													
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กระแสรายวัน / เงินสะพัด	2	14.3	3	13.6	7	14.6	20	23.3	19	30.6	10	37.0	11	37.9
ออมทรัพย์ / สะสมทรัพย์ / เพื่อเรียก	10	71.4	14	63.6	23	47.9	32	37.2	22	35.5	8	29.6	8	27.6
ออมทรัพย์แบบพิเศษ	0	0.0	1	4.5	3	6.3	5	5.8	4	6.5	1	3.7	2	6.9
ประจำ (3,6,12 เดือน หรือมากกว่า)	2	14.3	4	18.2	15	31.3	29	33.7	17	27.4	8	29.6	8	27.6
รวม	14	100.0	22	100.0	48	100.0	86	100.0	62	100.0	27	100.0	29	100.0

จากตารางที่ 38 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้อยู่ในปัจจุบันแตกต่างกันตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน คือ ในลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท, 5,000-10,000 บาท, 10,001-20,000 บาท, 20,000-40,000 บาท และ 40,0001-60,000 บาท ส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์/สะสมทรัพย์/เพื่อเรียก ส่วนลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีรายได้อยู่ในช่วง 60,001-100,000 บาท และสูงกว่า 100,000 บาท ส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน/เงินสะพัด

ตารางที่ 39 แสดงการใช้บริการเสริมนอกเหนือจากการฝากเงินปกติของลูกค้าด้วยอย่าง จำนวนตามระดับการศึกษา

บริการเสริม	ระดับการศึกษา																	
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		ประกาศนียบัตรวิชาชีพ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
หักบัญชีเพื่อชำระสินู้	0	0.0	1	9.1	3	10.7	14	14.0	9	10.1	24	12.1	5	16.1	2	11.1		
บริการโอนเงิน	0	0.0	3	27.3	7	25.0	21	21.0	20	22.5	44	22.1	5	16.1	5	27.8		
บริการหักบัญชีเพื่อชำระค่าสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า โทรศัพท์ ฯลฯ	0	0.0	1	9.1	4	14.3	18	18.0	12	13.5	35	17.6	6	19.4	3	16.7		
บริการเงินกู้เบิกเงินเกินบัญชี (OD)	0	0.0	1	9.1	1	3.6	5	5.0	7	7.9	12	6.0	1	3.2	0	0.0		
บริการฝาก-ถอน ผ่าน ATM / เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ	0	0.0	2	18.2	4	14.3	20	20.0	24	27.0	50	25.1	6	19.4	6	33.3		
บริการธนาคารทางโทรศัพท์	0	0.0	0	0.0	1	3.6	5	5.0	3	3.4	11	5.5	0	0.0	1	5.6		
บริการสั่งเบิกจ่ายเงินโดยเช็ค	0	0.0	3	27.3	7	25.0	16	16.0	14	15.7	21	10.6	6	19.4	1	5.6		
ให้บริการบัตรเครดิต	0	0.0	0	0.0	1	3.6	1	1.0	0	0.0	2	1.0	2	6.5	0	0.0		
รวม	0	0.0	11	100.0	28	100.0	100	100.0	89	100.0	199	100.0	31	100.0	18	100.0		

จากตารางที่ 39 ลูกค้ายกตัวอย่างใช้บริการเสริมนอกเหนือจากการฝากเงินปกติแตกต่างกันตามระดับการศึกษา คือ ในส่วนลูกค้ายกตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่ใช้บริการโอนเงินเป็นบริการเสริมนอกเหนือจากการฝากเงินปกติ ส่วนลูกค้ายกตัวอย่างที่มีระดับการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า ปริญญาตรี และประกาศนียบัตรวิชาชีพ ส่วนใหญ่ใช้บริการฝาก-ถอน ผ่าน ATM. /เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ เป็นบริการเสริมนอกเหนือจากการฝากเงินปกติ

ตารางที่ 40 แสดงการใช้บริการเสริมนอกเหนือจากการฝากเงินประเภทของลูกค้าย่อยอย่าง จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

บริการเสริม	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)													
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หักบัญชีเพื่อชำระเงินผู้	0	0.0	6	15.4	8	11.6	16	12.4	12	10.3	8	15.4	8	14.8
บริการโอนเงิน	4	25.0	10	25.6	15	21.7	27	20.9	26	22.2	12	23.1	11	20.4
บริการหักบัญชีเพื่อชำระค่าสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า โทรศัพท์ ฯลฯ	1	6.3	7	17.9	11	15.9	25	19.4	19	16.2	8	15.4	8	14.8
บริการเงินกู้เบิกเงินเกินบัญชี (OD)	0	0.0	0	0.0	5	7.2	6	4.7	10	8.5	3	5.8	3	5.6
บริการฝาก-ถอน ผ่าน ATM / เครื่องถอน เงินสด โอนมัด	11	68.8	13	33.3	24	34.8	30	23.3	21	17.9	6	11.5	7	13.0
บริการธนาคารทางโทรศัพท์	0	0.0	3	7.7	4	5.8	4	3.1	5	4.3	2	3.8	3	5.6
บริการสั่งเบิกจ่ายเงินโดยเช็ค	0	0.0	0	0.0	2	2.9	17	13.2	23	19.7	13	25.0	13	24.1
ใช้บริการบัตรเครดิต	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	3.1	1	0.9	0	0.0	1	1.9
รวม	16	100.0	39	100.0	69	100.0	129	100.0	117	100.0	52	100.0	54	100.0

จากตารางที่ 40 ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างใช้บริการเสริมนอกเหนือจากการฝากเงินปกติแตกต่างกันตามระดับการศึกษา คือ ในส่วนลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท, 5,000 - 10,000 บาท 10,001 - 20,000 บาท และ 20,001 - 40,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการฝาก-ถอน ผ่าน ATM. /เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ เป็นบริการเสริมนอกเหนือจากการฝากเงินปกติ ส่วนลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 40,001 - 60,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการโอนเงิน ส่วนลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 60,000 - 100,000 บาท และสูงกว่า 100,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการสั่งเบิกจ่ายเงินโดยใช้เช็คเป็นบริการเสริมนอกเหนือจากการฝากเงินปกติ

ตารางที่ 41 แสดงความถี่ที่ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างใช้บริการด้านต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์ จำนวนตามระดับการศึกษา

ความถี่ในการใช้บริการ	ระดับการศึกษา															
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อนุปริญญาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน	0	0.0	3	60.0	6	75.0	21	80.8	20	60.6	33	51.6	6	75.0	3	50.0
2 - 3 ครั้งต่อเดือน	0	0.0	1	20.0	1	12.5	5	19.2	9	27.3	27	42.2	2	25.0	3	50.0
1 ครั้งต่อเดือน	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	12.1	2	3.1	0	0.0	0	0.0
2 - 3 เดือนต่อ 1 ครั้ง	0	0.0	0	0.0	1	12.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
2 - 3 ครั้งต่อปี	0	0.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	3.1	0	0.0	0	0.0
1 ครั้งต่อปี	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
รวม	0	0.0	5	100.0	8	100.0	26	100.0	33	100.0	64	100.0	8	100.0	6	100.0

จากตารางที่ 41 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้บริการด้านต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกันตามระดับการศึกษา คือ ในลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ใช้บริการด้านต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน

ตารางที่ 42 แสดงความถี่ที่ถูกคัดกลุ่มตัวอย่างใช้บริการด้านต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์ จำนวนตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ความถี่ในการใช้บริการ	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)													
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน	4	33.3	5	33.3	9	33.3	27	69.2	22	71.0	12	92.3	13	100.0
2 - 3 ครั้งต่อเดือน	7	58.3	7	46.7	14	51.9	11	28.2	8	25.8	1	7.7	0	0.0
1 ครั้งต่อเดือน	1	8.3	2	13.3	2	7.4	0	0.0	1	3.2	0	0.0	0	0.0
2 - 3 เดือนต่อ 1 ครั้ง	0	0.0	0	0.0	1	3.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
2 - 3 ครั้งต่อปี	0	0.0	1	6.7	1	3.7	1	2.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0
1 ครั้งต่อปี	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
รวม	12	100.0	15	100.0	27	100.0	39	100.0	31	100.0	13	100.0	13	100.0

จากตารางที่ 42 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้บริการด้านต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์แตกต่างกันตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน คือ ในลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท, 5,000-10,000 บาท, 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการด้านต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์ 2-3 ครั้งต่อเดือน ส่วนลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อยู่ในช่วง 20,001-40,000 บาท, 40,001-60,000 บาท, 60,001-100,000 บาท และสูงกว่า 100,000 บาท ใช้บริการด้านต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์ มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน

ตารางที่ 43 แสดงประเภทของสื่อที่ลูก้ากลุ่มตัวอย่างได้รับทราบข้อมูลการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ประเภทของสื่อ	ระดับการศึกษา																	
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อนุปริญญาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		ประกาศนียบัตรวิชาชีพ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร	0	0.0	0	0.0	2	33.3	2	10.0	3	13.0	1	1.8	1	16.7	0	0.0	0	0.0
โทรทัศน์	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	20.0	7	30.4	6	10.5	1	16.7	2	50.0	2	50.0
วิทยุ	0	0.0	1	20.0	1	16.7	1	5.0	1	4.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
เพื่อน / คนรู้จัก	0	0.0	0	0.0	1	16.7	1	5.0	1	4.3	5	8.8	0	0.0	1	25.0	1	25.0
แผนพับของธนาคาร	0	0.0	3	60.0	3	50.0	9	45.0	15	65.2	27	47.4	4	66.7	2	50.0	2	50.0
วารสารธนาคาร	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	5.0	0	0.0	4	7.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
โปสเตอร์ที่ติดตั้งในธนาคาร	0	0.0	0	0.0	1	16.7	8	40.0	6	26.1	20	35.1	2	33.3	1	25.0	1	25.0
พนักงานธนาคาร	0	0.0	1	20.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0
รวม	0	0.0	5	100.0	6	100.0	20	100.0	23	100.0	57	100.0	6	100.0	4	100.0	4	100.0

จากการางที่ 43 พบว่า ลูก้ากลุ่มตัวอย่างได้รับทราบข้อมูลการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกันตามระดับการศึกษา คือ ในลูก้ากลุ่มตัวอย่างทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ได้รับทราบข้อมูลการให้บริการของธนาคารพาณิชย์จากแผนพับของธนาคาร

ตารางที่ 44 แสดงประเภทของสื่อที่ถูกคัดกลุ่มตัวอย่างได้รับทราบข้อมูลการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ จำนวนตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ประเภทของสื่อ	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)													
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์/ นิตยสาร	1	8.3	0	0.0	2	9.5	2	6.1	1	4.0	1	9.1	2	22.2
โทรทัศน์	1	8.3	3	20.0	4	19.0	4	12.1	5	20.0	1	9.1	2	22.2
วิทยุ	1	8.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	4.0	0	0.0	2	22.2
เพื่อน / คนรู้จัก	1	8.3	2	13.3	1	4.8	3	9.1	2	8.0	0	0.0	0	0.0
ตัวแทนของธนาคาร	5	41.7	6	40.0	12	57.1	16	48.5	14	56.0	5	45.5	5	55.6
วารสารธนาคาร	0	0.0	0	0.0	2	9.5	3	9.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0
โปสเตอร์ที่ติดตั้งในธนาคาร	3	25.0	3	20.0	6	28.6	11	33.3	7	28.0	6	54.5	2	22.2
พนักงานธนาคาร	0	0.0	1	6.7	0	0.0	0	0.0	1	4.0	0	0.0	0	0.0
รวม	12	100.0	15	100.0	21	100.0	33	100.0	25	100.0	11	100.0	9	100.0

จากตารางที่ 44 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างได้รับทราบข้อมูลการให้บริการจากของธนาคารพาณิชย์ไม่แตกต่างกันตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน คือ ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างของรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่ได้รับทราบข้อมูลการให้บริการของธนาคารพาณิชย์จากแผ่นพับของธนาคาร

ส่วนที่ 2 : บัณฑิตที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในอันเนื่องมอง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540-2541
 จำแนกตามระดับการศึกษา และรายชื่อได้ของครอบครัวด้วย

ตารางที่ 45 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านสินค้า	ระดับการศึกษา																	
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อนุปริญญาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
มีประเภทบัญชีเงินฝากตรงตามความต้องการของลูกค้า	-	-	2.80	ปานกลาง	3.75	มาก	3.92	มาก	3.72	มาก	3.50	มาก	3.50	มาก	4.25	มาก	4.00	มาก
รูปแบบของสมุดเงินฝากสวยงาม พกพาสะดวก	-	-	2.40	ปานกลาง	3.50	มาก	3.40	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง	3.62	มาก	3.62	มาก	3.66	มาก
มีการให้บริการบัตรเดบิต	-	-	2.00	น้อย	3.00	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง	3.04	ปานกลาง	3.50	มาก	3.16	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง
ให้บริการหักบัญชีระหว่างธนาคาร	-	-	2.40	ปานกลาง	3.62	มาก	3.36	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง	3.75	มาก	3.16	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง
มีบริการเงินกู้พิเศษ สำหรับบัญชีเงินฝาก	-	-	2.20	น้อย	2.62	ปานกลาง	2.88	ปานกลาง	2.56	ปานกลาง	2.64	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง
บริการแจ้งยอดคงเหลือในบัญชีมีสำเนาเสมอ	-	-	3.00	ปานกลาง	3.87	มาก	3.80	มาก	3.54	มาก	3.41	ปานกลาง	3.87	มาก	3.33	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง
เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมานาน	-	-	4.20	มาก	4.12	มาก	4.11	มาก	3.96	มาก	4.01	มาก	4.37	มาก	4.16	มาก	4.16	มาก
เป็นธนาคารที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง	-	-	4.20	มาก	4.25	มาก	4.11	มาก	4.00	มาก	3.96	มาก	4.25	มาก	4.16	มาก	4.16	มาก
เป็นผู้นำด้านความทันสมัยในการให้บริการ	-	-	3.40	ปานกลาง	4.00	มาก	3.88	ปานกลาง	3.60	มาก	3.43	ปานกลาง	4.25	มาก	4.00	มาก	4.00	มาก
รวม	-	-	2.95	ปานกลาง	3.63	มาก	3.61	มาก	3.38	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.88	มาก	3.60	มาก	3.60	มาก

จากตารางที่ 45 พบว่า ถูกคัดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านสินค้าที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นถูกคัดกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือเทียบเท่า และปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านสินค้าโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อรูปแบบของสมุดเงินฝากสวยงาม พกพาสะดวก มีการให้บริการบัตรเดบิต ให้บริการหักบัญชีระหว่างธนาคาร และมีบริการเงินกู้พิเศษถ้าเป็นพิเศษถ้าเป็นบัญชีเงินฝาก ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 46 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสินทรัพย์ที่มีผลต่อผู้บริโภคที่ใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ปัจจัยด้านสินค้า	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)													
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
มีประเภทบัญชีเงินฝากตรงตามความต้องการของลูกค้า	3.91	มาก	3.85	มาก	3.51	มาก	3.64	มาก	3.63	มาก	3.53	มาก	3.92	มาก
รูปแบบของสมุดเงินฝากสวยงาม พกพาสะดวก	3.50	มาก	3.50	มาก	3.00	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง
มีการให้บริการบัตรเครดิต	3.33	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง	2.69	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง
ให้บริการหักบัญชีระหว่างธนาคาร	3.08	ปานกลาง	3.57	มาก	2.92	ปานกลาง	2.89	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง	3.76	มาก
มีบริการเงินกู้พิเศษ ถ้าเปิดบัญชีเงินฝาก	2.66	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง	2.55	ปานกลาง	2.44	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง	2.69	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง
บริการแจ้งยอดคงเหลือในบัญชีสม่ำเสมอ	3.58	มาก	3.71	มาก	3.33	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง	3.63	มาก	3.69	มาก	3.84	มาก
เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมานาน	4.08	มาก	4.16	มาก	3.85	มาก	4.10	มาก	4.03	มาก	4.00	มาก	4.23	มาก
เป็นธนาคารที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง	4.00	มาก	4.33	มาก	3.81	มาก	4.07	มาก	4.06	มาก	3.92	มาก	4.23	มาก
เป็นผู้มีด้านความทันสมัยในการให้บริการ	3.83	มาก	4.07	มาก	3.44	มาก	3.57	มาก	3.60	มาก	3.53	มาก	3.84	มาก
รวม	3.55	มาก	3.73	มาก	3.27	ปานกลาง	3.34	ปานกลาง	3.44	ปานกลาง	3.41	ปานกลาง	3.78	มาก

จากตารางที่ 46 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสินทรัพย์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงิน

ฝากของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท , 5,000-10,000 บาท และ สูงกว่า 100,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสินทรัพย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการมีประเภทบัญชีเงินฝากตรงตามความต้องการของลูกค้า บริการแจ้งยอดคงเหลือในบัญชีสม่ำเสมอ เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมานาน เป็นธนาคารที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง และเป็นผู้นำด้านความทันสมัยในการให้บริการ ในระดับมาก

ตารางที่ 47 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษา															
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อนุปริญญาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
อัตราดอกเบี้ยสูง	-	-	2.80	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	3.50	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง
อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำ	-	-	1.80	น้อย	2.87	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.50	ปานกลาง	2.60	ปานกลาง	3.25	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง
ดอกเบี้ยที่ได้รับในการยกเว้นภาษี	-	-	2.80	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
รวม	-	-	2.46	น้อย	3.20	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง

จากตารางที่ 47 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างเกือบทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังยด้านราคาโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 48 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

อัตราดอกเบี้ยสูง	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)													
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
อัตราค่าธรรมเนียบในการใช้บริการต่ำ	3.41	ปานกลาง	3.53	มาก	3.14	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	3.19	ปานกลาง	2.76	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
ดอกเบี้ยที่ได้รับได้รับการยกเว้นภาษี	3.08	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง	2.59	ปานกลาง	2.56	ปานกลาง	2.48	น้อย	2.30	น้อย	2.92	ปานกลาง
รวม	3.41	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง
	3.30	ปานกลาง	3.44	ปานกลาง	2.88	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง	2.66	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ถูกศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 49 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อผู้บริหารโลกในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับการศึกษา															
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี			
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ		
ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้านไป-มาสะดวก	-	-	3.60	มาก	3.50	มาก	4.04	มาก	3.69	มาก	3.64	มาก	4.37	มาก	3.66	มาก
ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่ทำงาน ไป-มาสะดวก	-	-	3.60	มาก	3.50	มาก	3.96	มาก	3.69	มาก	3.73	มาก	4.00	มาก	3.16	ปานกลาง
มีสาขาหลายแห่งทำให้ติดต่อได้สะดวก	-	-	3.20	ปานกลาง	3.50	มาก	3.92	มาก	3.72	มาก	3.69	มาก	4.25	มาก	3.66	มาก
มีที่ให้บริการระหว่างรอรับบริการ	-	-	2.40	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.44	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง	3.75	มาก	3.33	ปานกลาง
มีสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ	-	-	1.80	น้อย	2.87	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	2.83	ปานกลาง
สถานที่ทำการกว้างขวาง	-	-	2.40	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	3.44	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง	3.62	มาก	3.16	ปานกลาง
สถานที่ทำการมีการตกแต่งภายใน-นอก ทันสมัย	-	-	2.60	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	3.28	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง	3.50	มาก	3.16	ปานกลาง
อุปกรณ์และเครื่องมือทันสมัย สวยงาม	-	-	2.80	ปานกลาง	3.25	ปานกลาง	3.56	มาก	3.36	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.87	มาก	3.66	มาก
บรรยากาศของสถานที่ เช่น มีต้นไม้เพราะ มีสีเขียว ไม่แออัดคับแคบ เป็นหับ	-	-	2.00	น้อย	2.75	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	2.98	ปานกลาง	3.75	มาก	2.83	ปานกลาง
สถานที่สะอาดและสวยงาม	-	-	2.60	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.56	มาก	3.42	ปานกลาง	3.20	มาก	3.87	มาก	3.50	มาก
รวม	-	-	2.70	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	3.55	มาก	3.40	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.83	มาก	3.30	ปานกลาง

จากตารางที่ 49 พบว่า ลูกค้ายกย่องอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นลูกค้ายกย่องอย่างที่มีระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังด้านสถานที่โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน ไป-มา สะดวก ทำเลที่ตั้งของธนาคาร ใกล้ที่ทำงาน ไป-มา สะดวก และมีสาขาหลายแห่งทำให้ติดต่อได้สะดวก ในระดับมาก

ตารางที่ 50 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)													
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้านไป-มาสะดวก	4.00	มาก	3.78	มาก	3.59	มาก	3.63	มาก	3.83	มาก	3.84	มาก	3.92	มาก
ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่ทำงาน ไป-มาสะดวก	3.91	มาก	3.53	มาก	3.59	มาก	3.66	มาก	3.87	มาก	3.76	มาก	4.00	มาก
มีสาขาหลายแห่งทำให้ติดต่อได้สะดวก	3.91	มาก	3.71	มาก	3.59	มาก	3.73	มาก	3.76	มาก	3.69	มาก	3.92	มาก
มีที่ให้บริการระหว่างรอรับบริการ	3.58	มาก	3.42	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง
มีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ	3.50	มาก	3.57	มาก	3.03	ปานกลาง	2.89	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.69	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง
สถานที่ทำการกว้างขวาง	3.25	ปานกลาง	3.57	มาก	3.18	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	2.84	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง
สถานที่ทำการมีการตกแต่งภายใน-นอก ทันสมัย	3.08	ปานกลาง	3.50	มาก	3.03	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง
อุปกรณ์และเครื่องมือทันสมัย สวยงาม	3.58	มาก	3.85	มาก	3.14	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	3.53	มาก
บรรยากาศของสถานที่ดี เช่น มีเพลง มีทีวีให้ชม มีแอร์อัตโนมัติ เป็นต้น	3.41	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	2.88	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง	2.84	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
สถานที่สะอาดและสวยงาม	3.50	มาก	3.78	มาก	3.18	ปานกลาง	3.41	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง
รวม	3.57	มาก	3.59	มาก	3.24	ปานกลาง	3.31	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง	3.49	ปานกลาง

จากตารางที่ 50 พบว่า ถูกคัดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และ 5,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังยต่อปัจจัยด้านสถานที่โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังยต่อทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน ไป-มา สะดวก ทำเลที่ตั้งของธนาคาร ใกล้ที่ทำงาน ไป-มา สะดวก และมีสาขาหลายแห่งทำให้ติดต่อได้สะดวก ในระดับมาก

ตารางที่ 51 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา															
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อนุปริญญาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ วิทยุและสิ่งพิมพ์เสมอ	-	-	2.00	น้อย	2.50	ปานกลาง	2.73	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง
มีการให้ข้อมูลข่าวสารสิ่งต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ ไปรษณีย์ อย่างชัดเจน	-	-	2.00	น้อย	2.37	น้อย	2.88	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	2.90	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง
มีป้ายแสดงการบริการที่ต่าง ๆ ชัดเจน	-	-	1.80	น้อย	2.75	ปานกลาง	2.23	น้อย	2.93	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ	-	-	1.80	น้อย	2.50	ปานกลาง	2.80	ปานกลาง	2.54	ปานกลาง	2.64	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
มีของขวัญ ของรางวัล แจก ในโอกาสพิเศษ	-	-	2.00	น้อย	2.12	น้อย	2.73	ปานกลาง	2.63	ปานกลาง	2.55	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง
มีการแจ้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝากชัดเจน	-	-	1.60	น้อย	3.00	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	3.25	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
คำแนะนำจากบุคคลอื่น เช่น ญาติ เพื่อน ผู้ที่นับถือ	-	-	2.00	น้อย	2.12	น้อย	2.76	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง	2.77	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.50	ปานกลาง
การจัดโครงการช่วยเหลือสังคมในโอกาสต่าง ๆ	-	-	2.40	น้อย	2.37	น้อย	2.92	ปานกลาง	2.90	ปานกลาง	2.93	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง
รวม	-	-	1.95	น้อย	2.46	น้อย	2.91	ปานกลาง	2.79	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง

จากตารางที่ 51 พบว่า ลูกค้ายุคใหม่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการศึกษา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับปานกลาง ยกเว้นลูกค้ายุคใหม่ที่มิใช่ระดับการศึกษาประถมศึกษา และมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับน้อย

ตารางที่ 52 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)													
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์วิทยุและสิ่งพิมพ์เสมอ	3.00	ปานกลาง	2.80	ปานกลาง	2.74	ปานกลาง	2.60	ปานกลาง	2.66	ปานกลาง	2.76	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง
มีการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ โบสถ์อย่างชัดเจน	2.91	ปานกลาง	2.93	ปานกลาง	2.85	ปานกลาง	2.76	ปานกลาง	2.66	ปานกลาง	2.76	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
มีป้ายแสดงการบริการด้านต่าง ๆ ชัดเจน	3.00	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง	2.85	ปานกลาง	3.05	ปานกลาง	2.80	ปานกลาง	2.84	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง
มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ	2.33	มาก	2.66	ปานกลาง	2.48	มาก	2.71	ปานกลาง	2.70	ปานกลาง	2.76	ปานกลาง	2.76	ปานกลาง
มีของขวัญ ของขวัญ แจก ในโอกาสพิเศษ	2.25	มาก	2.93	ปานกลาง	2.55	ปานกลาง	2.64	ปานกลาง	2.60	ปานกลาง	2.61	ปานกลาง	2.69	ปานกลาง
มีการแจ้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝากชัดเจน	3.00	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	2.90	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง
คำแนะนำจากบุคคลอื่น เช่นญาติ เพื่อน ผู้ที่นับถือ	3.16	ปานกลาง	2.73	ปานกลาง	2.77	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	2.73	ปานกลาง	2.61	ปานกลาง	2.69	ปานกลาง
การจัดโครงการช่วยเหลือสังคมในโอกาสต่าง ๆ	3.08	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง	2.76	ปานกลาง	2.76	ปานกลาง	2.84	ปานกลาง
รวม	2.84	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง	2.72	ปานกลาง	2.76	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง

จากตารางที่ 52 พบว่า ลูกค้ายุคใหม่ตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 53 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับการศึกษา															
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		ภาคเหนือหรือศรีสะเกษ	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
พนักงานมีความรอบรู้ในสิ่งที่ให้บริการและแนะนำได้เป็นอย่างดี	-	-	3.00	ปานกลาง	3.87	มาก	3.73	มาก	3.51	มาก	3.51	มาก	3.75	มาก	3.66	มาก
พนักงานมีความยินดีและเต็มใจที่จะให้คำแนะนำ บริการ	-	-	3.20	ปานกลาง	4.00	มาก	3.69	มาก	3.54	มาก	3.44	ปานกลาง	3.87	มาก	4.00	มาก
พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการ	-	-	3.40	ปานกลาง	3.87	มาก	3.69	มาก	3.48	ปานกลาง	3.49	ปานกลาง	3.87	มาก	3.66	มาก
พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาสุภาพ	-	-	3.20	ปานกลาง	3.87	มาก	3.69	มาก	3.51	มาก	3.41	ปานกลาง	4.00	มาก	3.66	มาก
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ชื่อสัตย์ และไว้ใจได้	-	-	3.40	ปานกลาง	4.12	มาก	3.80	มาก	3.69	มาก	3.62	มาก	4.00	มาก	3.83	มาก
รู้จักกับพนักงานเป็นการส่วนตัว	-	-	2.60	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.50	มาก
บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน	-	-	3.20	ปานกลาง	3.50	มาก	3.46	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	3.50	มาก	3.83	มาก
รวม	-	-	3.14	ปานกลาง	3.75	มาก	3.60	มาก	3.42	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง	3.76	มาก	3.73	มาก

จากตารางที่ 53 พบว่า ถูกคัดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นถูกคัดกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือเทียบเท่า และปริญญาตรี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการรู้จักพนักงานเป็นการส่วนตัว และบุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 54 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้บริหารเลือกในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)													
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
พนักงานมีความรอบรู้ในสิ่งที่ให้บริการและแนะนำได้เป็นอย่างดี	3.75	มาก	3.66	มาก	3.46	ปานกลาง	3.56	มาก	3.50	มาก	3.53	มาก	3.76	มาก
พนักงานมีความยินดีและเต็มใจที่จะให้คำแนะนำ บริการ	3.66	มาก	3.73	มาก	3.25	ปานกลาง	3.56	มาก	3.56	มาก	3.84	มาก	3.76	มาก
พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการ	3.75	มาก	3.80	มาก	3.29	ปานกลาง	3.53	มาก	3.50	มาก	3.76	มาก	3.76	มาก
พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ	3.83	มาก	3.66	มาก	3.30	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง	3.76	มาก	3.84	มาก
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ และไว้ใจได้	3.83	มาก	3.93	มาก	3.46	ปานกลาง	3.74	มาก	3.63	มาก	3.84	มาก	3.92	มาก
ผู้กำกับพนักงานเป็นกรส่วนตัว	3.16	ปานกลาง	2.93	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง	2.93	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง
บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน	3.41	ปานกลาง	3.86	มาก	3.14	ปานกลาง	3.25	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	3.53	มาก
รวม	3.63	มาก	3.65	มาก	3.30	ปานกลาง	3.47	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง	3.59	มาก	3.69	มาก

จากตารางที่ 54 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท, 20,001-40,000 บาท และ 40,001-60,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการรู้จักพนักงานเป็นการส่วนตัว และบุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 55 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านขบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านขบวนการให้บริการ	ระดับการศึกษา															
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี	-	-	3.00	ปานกลาง	4.12	มาก	3.80	มาก	3.66	มาก	3.45	ปานกลาง	4.12	มาก	4.00	มาก
มีความสะดวก รวดเร็วในการใช้บริการ ไม่ต้องรอนาน	-	-	3.20	ปานกลาง	4.00	มาก	3.80	มาก	3.84	มาก	3.56	มาก	4.25	มาก	3.66	มาก
การบริการมีความถูกต้อง เหมาะสม และเชื่อถือได้	-	-	3.60	มาก	4.12	มาก	3.92	มาก	3.93	มาก	3.66	มาก	4.25	มาก	3.66	มาก
ระบบการบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ทันสมัยและเชื่อถือได้	-	-	3.60	มาก	4.12	มาก	4.00	มาก	3.90	มาก	3.60	มาก	4.12	มาก	4.00	มาก
มีการพัฒนาระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และทันสมัย	-	-	3.20	ปานกลาง	4.12	มาก	3.73	มาก	3.57	มาก	3.41	ปานกลาง	4.12	มาก	4.00	มาก
มีความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่จะให้บริการตลอดเวลา	-	-	3.20	ปานกลาง	4.25	มาก	3.88	มาก	3.75	มาก	3.41	ปานกลาง	4.12	มาก	4.00	มาก
ระเบียบ ขั้นตอนต่าง ๆ ไม่ยุ่งยาก	-	-	3.40	ปานกลาง	4.12	มาก	3.96	มาก	3.63	มาก	3.41	ปานกลาง	4.25	มาก	3.50	มาก
มีความเหมาะสมภาคในการให้บริการแก่ลูกค้าทุกคน	-	-	2.80	ปานกลาง	3.75	มาก	3.76	มาก	3.45	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง	4.00	มาก	3.66	มาก
ให้บริการ ATM. ตลอด 24 ชั่วโมง	-	-	2.20	น้อย	4.00	มาก	3.68	มาก	3.45	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง	4.00	มาก	4.00	มาก
มีบริการตู้ ATM. ของธนาคารตามสถานที่ทั่วไปหรือตู้ ATM. กดเงินได้ง่ายและสะดวก	-	-	2.00	น้อย	3.75	มาก	3.68	มาก	3.42	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง	4.12	มาก	4.33	มาก
มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	-	-	2.80	ปานกลาง	3.75	มาก	3.44	ปานกลาง	3.51	มาก	3.36	ปานกลาง	3.75	มาก	3.83	มาก
รวม	-	-	3.00	ปานกลาง	4.00	มาก	3.79	มาก	3.65	มาก	3.42	ปานกลาง	4.10	มาก	3.87	มาก

จากตารางที่ 55 พบว่า ถูกคัดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา และปริญญาตรี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการให้บริการ ATM. ตลอด 24 ชั่วโมง และมีบริการตู้ ATM. ของธนาคารตามสถานที่ทั่วไป หรือตู้ ATM. กดเงินได้ง่ายและสะดวก ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 56 แสดงระดับความถี่ของปัจจัยด้านขบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้บริโภคริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ จำกัดของนครศรีธรรมราช

ปัจจัยด้านขบวนการให้บริการ	รายได้ของนครศรีธรรมราช (บาท)													
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี	3.75	มาก	4.13	มาก	3.38	ปานกลาง	3.64	มาก	3.40	ปานกลาง	3.69	มาก	4.00	มาก
มีความสะดวก รวดเร็วในการใช้บริการ ไม่ต้องรอนาน	3.83	มาก	4.00	มาก	3.50	มาก	3.71	มาก	3.56	มาก	3.92	มาก	3.92	มาก
การบริการมีความถูกต้อง เหมาะสม และเชื่อถือได้	3.83	มาก	4.06	มาก	3.53	มาก	3.82	มาก	3.80	มาก	3.92	มาก	4.07	มาก
ระบบการบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ทันสมัยและเชื่อถือได้	3.66	มาก	4.13	มาก	3.40	ปานกลาง	3.84	มาก	3.83	มาก	4.00	มาก	4.07	มาก
มีการพัฒนาระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และทันสมัย	3.33	ปานกลาง	3.86	มาก	3.29	ปานกลาง	3.61	มาก	3.60	มาก	3.61	มาก	4.07	มาก
มีความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่จะให้บริการตลอดเวลา	3.50	มาก	3.86	มาก	3.38	ปานกลาง	3.64	มาก	3.63	มาก	3.84	มาก	4.23	มาก
ระเบียบ ขั้นตอน ต่าง ๆ ไม่ยุ่งยาก	3.41	ปานกลาง	3.86	มาก	3.34	ปานกลาง	3.64	มาก	3.63	มาก	3.76	มาก	4.15	มาก
มีความเสมอภาคในการให้บริการแก่ลูกค้าทุกคน	3.41	ปานกลาง	3.80	มาก	3.25	ปานกลาง	3.61	มาก	3.33	ปานกลาง	3.61	มาก	3.76	มาก
ให้บริการ ATM. ตลอด 24 ชั่วโมง	3.33	ปานกลาง	3.66	มาก	3.29	ปานกลาง	3.34	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	3.91	มาก
มีบริการตู้ ATM. ของธนาคารตามสถานที่ทั่วไปหรือหาตู้ ATM. กดเงินได้ง่ายและสะดวก	3.50	มาก	3.73	มาก	3.48	ปานกลาง	3.41	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	3.75	มาก
มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	3.50	มาก	3.66	มาก	3.44	ปานกลาง	3.41	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	3.61	มาก	3.66	มาก
รวม	3.55	มาก	3.89	มาก	3.40	ปานกลาง	3.60	มาก	3.49	ปานกลาง	3.68	มาก	3.99	มาก

จากตารางที่ 56 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังด้านขบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 10,001-20,000 บาท และ 40,001-60,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังด้านขบวนการให้บริการในรายละเอียดแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังการให้บริการ ATM. ตลอด 24 ชั่วโมง และมีบริการตู้ ATM. ของธนาคารตามสถานที่ทั่วไปหรือหาตู้ ATM. กดเงินได้ง่ายและสะดวก ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 57 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านอื่น ๆ	ระดับการศึกษา																	
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		ประกาศนียบัตรวิชาชีพ			
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ		
ใช้บริการด้านสินเชื่อกับธนาคารอยู่ก่อนแล้ว และธนาคาร	-	-	2.40	น้อย	2.25	น้อย	1.73	น้อย	2.18	น้อย	1.69	น้อย	1.75	น้อย	1.83	น้อย		
บังคับให้ต้องมีบัญชีเงินฝาก	-	-	2.00	น้อย	1.62	น้อย	1.50	น้อย	2.09	น้อย	1.76	น้อย	1.87	น้อย	2.00	น้อย		
ส่งมอบให้หน่วยงานบังคับ	-	-	2.20	น้อย	1.93	น้อย	1.61	น้อย	2.13	น้อย	1.73	น้อย	1.81	น้อย	1.91	น้อย		
รวม	-	-																

จากการางที่ 57 พบว่า ลูกค้กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 58 แสดงระดับความสำคัญของผู้วิจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อผู้บริโภครในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ปัจจัยด้านอื่น ๆ	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)													
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
ใช้บริการด้านสินเชื่อกับธนาคารอยู่ก่อนแล้ว และธนาคาร บังคับให้ต้องเปิดบัญชีเงินฝาก	1.33	น้อยที่สุด	1.80	น้อย	1.55	น้อย	1.89	น้อย	2.16	น้อย	1.92	น้อย	2.30	น้อย
เลื่อนใจหน่วยงานบังคับ	1.41	น้อยที่สุด	2.40	น้อย	2.14	น้อย	1.82	น้อย	1.70	น้อย	1.38	น้อยที่สุด	1.38	น้อยที่สุด
รวม	1.37	น้อยที่สุด	2.10	น้อย	1.85	น้อย	1.85	น้อย	1.93	น้อย	1.65	น้อย	1.84	น้อย

จากตารางที่ 58 พบว่า ถูกคัดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นถูกคัดกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านอื่น ๆ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 : ปัญหาของผู้บริโภคในการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540-2541 จำแนกตามระดับการศึกษา และรายได้ของครอบครัวต่อเนื่อง

ตารางที่ 59 แสดงระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านสินค้าของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านสินค้า	ระดับการศึกษา															
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อนุปริญญาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
ประเภทของบัญชีเงินฝากไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า	-	-	3.00	ปานกลาง	3.62	น้อย	3.46	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	3.45	ปานกลาง	3.50	น้อย	3.83	น้อย
รูปแบบของสมุดเงินฝาก	-	-	3.40	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.50	น้อย	3.45	ปานกลาง	3.70	น้อย	3.37	ปานกลาง	3.50	น้อย
ความหลากหลายและครบถ้วนของบริการ	-	-	3.40	ปานกลาง	3.62	น้อย	4.00	น้อย	3.87	ปานกลาง	3.95	น้อย	4.00	น้อย	3.66	น้อย
เสริมต่าง ๆ ตรงตามความต้องการ	-	-	4.00	น้อย	4.00	น้อย	3.96	น้อย	4.06	น้อย	3.92	น้อย	4.12	น้อย	4.33	น้อย
ภาพพจน์ และชื่อเสียงของธนาคาร	-	-	4.20	น้อย	4.00	น้อย	3.96	น้อย	4.09	น้อย	3.75	น้อย	3.75	น้อย	4.16	น้อย
ความมั่นคงปลอดภัยในการฝากเงิน	-	-	3.60	น้อย	3.72	น้อย	3.77	น้อย	3.75	น้อย	3.70	น้อย	3.75	น้อย	3.90	น้อย
รวม	-	-														

จากตารางที่ 59 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีปัญหาด้อยปัจจัยด้านสินค้าของธนาคารพาณิชย์ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อประเภทบัญชีเงินฝาก ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า และรูปแบบของสมุดบัญชีเงินฝาก ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 60 แสดงระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านสินค้านักลงทุนรายหัวของครอบครัวต่อเดือน

ปัจจัยด้านสินค้า	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)																	
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000					
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ				
ประเภทของบัญชีเงินฝากไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า	3.33	ปานกลาง	3.66	น้อย	3.55	น้อย	3.35	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง	3.53	น้อย				
รูปแบบของสมุดเงินฝาก	3.66	น้อย	3.13	ปานกลาง	3.59	น้อย	3.46	ปานกลาง	3.45	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง	3.53	น้อย				
ความหลากหลายและระดับของบริการเสริมต่าง ๆ ตรงตามความต้องการ	3.75	น้อย	3.80	น้อย	3.74	น้อย	3.76	น้อย	3.74	น้อย	3.76	น้อย	4.15	น้อย				
ภาพพจน์ และชื่อเสียงของธนาคาร	3.83	น้อย	3.93	น้อย	3.92	น้อย	4.02	น้อย	4.06	น้อย	4.15	น้อย	4.07	น้อย				
ความมั่นคงปลอดภัยในการฝากเงิน	3.83	น้อย	3.93	น้อย	3.85	น้อย	3.94	น้อย	4.09	น้อย	4.15	น้อย	4.07	น้อย				
รวม	3.68	น้อย	3.69	น้อย	3.73	น้อย	3.71	น้อย	3.73	น้อย	3.76	น้อย	3.87	น้อย				

จากตารางที่ 60 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านสินค้านักลงทุนรายหัวของครอบครัวโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านประเภทบัญชีเงินฝากไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า และรูปแบบของสมุดเงินฝากอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 61 แสดงระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านราคาของขนาดการพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษา															
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อนุบาลหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
อัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่ได้รับค่า	-	-	3.20	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	2.26	มาก	2.54	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง	1.87	มาก	2.16	มาก
อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการเสริมต่าง ๆ สูง	-	-	2.40	ปานกลาง	2.62	ปานกลาง	2.69	ปานกลาง	2.69	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.50	ปานกลาง	2.50	ปานกลาง
รวม	-	-	2.80	ปานกลาง	2.68	ปานกลาง	2.48	มาก	2.62	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง	2.18	มาก	2.33	มาก

จากตารางที่ 61 พบว่า ลูกก้ากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีปัญหาค่าใช้จ่ายด้านราคาของขนาดการพาณิชย์ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นลูกก้ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย สูงกว่าปริญญาตรี และประกาศนียบัตรวิชาชีพ ส่วนใหญ่มีปัญหาค่าใช้จ่ายด้านราคาของขนาดการพาณิชย์ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 62 แสดงระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านราคาของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)													
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
อัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่ได้รับต่ำ	2.91	ปานกลาง	2.66	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง	2.74	ปานกลาง	2.19	มาก	2.76	ปานกลาง	2.15	มาก
อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการเสริมต่าง ๆ สูง	3.08	ปานกลาง	2.46	มาก	3.07	ปานกลาง	2.97	ปานกลาง	2.58	ปานกลาง	2.53	ปานกลาง	2.53	ปานกลาง
รวม	3.00	ปานกลาง	2.56	ปานกลาง	2.94	ปานกลาง	2.85	ปานกลาง	2.38	มาก	2.65	ปานกลาง	2.34	มาก

จากตารางที่ 62 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านราคาของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 40,001-60,000 บาท และ สูงกว่า 100,000 บาท ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านราคาของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 63 แสดงระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านสถานที่ของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับการศึกษา																	
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อนุบาลหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		ประกาศนียบัตรวิชาชีพ			
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ		
ความเหมาะสมทำเลที่ตั้งของธนาคาร	-	-	3.40	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง	3.53	น้อย	3.60	น้อย	3.82	น้อย	3.75	น้อย	4.00	น้อย
ความสะดวกสบายในการเดินทางเพื่อใช้บริการ	-	-	3.40	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	3.73	น้อย	3.78	น้อย	3.90	น้อย	3.50	น้อย	4.16	น้อย
ความสวยงามและความสะอาดของสถานที่	-	-	3.60	น้อย	3.50	น้อย	3.50	น้อย	3.73	น้อย	3.69	น้อย	3.59	น้อย	3.75	น้อย	4.16	น้อย
ความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ	-	-	3.60	น้อย	3.62	น้อย	3.62	น้อย	3.80	น้อย	4.00	น้อย	3.78	น้อย	3.62	น้อย	4.00	น้อย
บรรยากาศและความเย็นสบายของสถานที่บริการ	-	-	3.80	น้อย	3.62	น้อย	3.62	น้อย	3.69	น้อย	3.90	น้อย	3.68	น้อย	3.62	น้อย	4.00	น้อย
สถานที่จอดรถ	-	-	2.00	มาก	2.00	มาก	2.00	ปานกลาง	2.76	ปานกลาง	2.66	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	3.66	น้อย
รวม	-	-	3.30	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง	3.16	น้อย	3.54	น้อย	3.61	น้อย	3.61	น้อย	3.52	น้อย	4.00	น้อย

จากตารางที่ 63 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีปัญหาคือปัจจัยด้านสถานที่ของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านสถานที่ของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อสถานที่จอดรถในระดับปานกลาง

ตารางที่ 64 แสดงระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านสถานที่ของธนาคารพาณิชย์จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)													
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
ความเหมาะสมทำเลที่ตั้งของธนาคาร	3.66	น้อย	3.33	ปานกลาง	3.74	น้อย	3.74	น้อย	3.70	น้อย	3.61	น้อย	3.76	น้อย
ความสะดวกสบายในการเดินทางเพื่อใช้บริการ	3.83	น้อย	3.46	ปานกลาง	3.77	น้อย	3.79	น้อย	3.80	น้อย	3.92	น้อย	3.84	น้อย
ความสวยงามและความสะอาดของสถานที่	3.58	น้อย	3.60	น้อย	3.66	น้อย	3.69	น้อย	3.67	น้อย	3.61	น้อย	3.76	น้อย
ความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการ	3.83	น้อย	3.93	น้อย	3.70	น้อย	3.92	น้อย	3.77	น้อย	3.69	น้อย	3.84	น้อย
บรรยากาศและความเย็นสบายของสถานที่บริการ	3.91	น้อย	3.80	น้อย	3.59	น้อย	3.84	น้อย	3.61	น้อย	3.84	น้อย	3.76	น้อย
สถานที่จอดรถ	3.16	ปานกลาง	2.53	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง	2.82	น้อย	2.67	ปานกลาง	2.30	มาก	2.84	ปานกลาง
รวม	3.66	น้อย	3.44	ปานกลาง	3.58	น้อย	3.63	น้อย	3.54	น้อย	3.50	น้อย	3.64	น้อย

จากตารางที่ 64 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่งจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่มีปัญหาคือปัจจัยด้านสถานที่ของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นลูกค้ำกลุ่มตัวอย่งที่มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่มีปัญหาคือปัจจัยด้านสถานที่ของธนาคารพาณิชย์ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาคือสถานที่จอดรถ ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 65 แสดงระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านการตลาดของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา															
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อนุปริญญาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
วิธีการและรูปแบบของการโฆษณาประชาสัมพันธ์	-	-	3.00	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	3.50	น้อย
รายละเอียดของบริการผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ไซโตเตอร์ แผ่นพับ วัสดุ	-	-	2.800	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	3.25	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง
ความเหมาะสมของสื่อที่ใช้	-	-	3.20	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง
มีพนักงานคอยให้บริการปรึกษา แนะนำในการให้บริการ	-	-	3.20	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.19	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	2.84	ปานกลาง	3.66	น้อย	3.66	น้อย
การให้ของขวัญ ของชำร่วย แจกใบไถ่กาสพิเศษต่าง ๆ	-	-	2.40	มาก	2.75	ปานกลาง	2.57	ปานกลาง	2.60	ปานกลาง	2.59	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	2.50	ปานกลาง
รวม	-	-	2.90	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง

จากตารางที่ 65 พบว่า ลูกค้านักออมตัวอย่างทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีปัญหาคือปัจจัยด้านการตลาดของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 66 แสดงระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)													
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
วิธีการและรูปแบบของการโฆษณาประชาสัมพันธ์	3.33	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง
รายละเอียดของบริการผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โมโตเตอร์ แผ่นพับ ชัดเจน	3.16	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง
ความเหมาะสมของสื่อที่ใช้	3.16	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง	3.28	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง
มีพนักงานคอยให้บริการปรึกษา แนะนำในการให้บริการ	2.83	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง	2.77	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง
การให้ของขวัญ ของรางวัล แจกใบโอกาสพิเศษต่าง ๆ	2.41	มาก	2.46	มาก	2.48	มาก	2.53	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	2.76	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
รวม	2.98	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.97	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง

จากตารางที่ 66 พบว่า ถูกคัดกลุ่มตัวอย่างของรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของธนาคารพาณิชย์ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 67 แสดงระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับการศึกษา																	
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อนุปริญญาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		ประกาศนียบัตรวิชาชีพ			
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ		
ความเอื้อ心和เต็มใจในการให้บริการของพนักงานธนาคาร	-	-	3.60	น้อย	3.25	ปานกลาง	3.76	น้อย	3.54	น้อย	3.57	น้อย	3.50	น้อย	3.66	น้อย		
ความรู้ ความสามารถ และทักษะในการให้บริการ	-	-	3.60	น้อย	3.25	ปานกลาง	3.80	น้อย	3.39	ปานกลาง	3.51	น้อย	3.50	น้อย	3.83	น้อย		
ความเอาใจใส่ต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ	-	-	3.60	น้อย	3.50	3.50	3.80	น้อย	3.54	น้อย	3.67	น้อย	3.62	น้อย	3.66	น้อย		
ความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ และไว้ใจ ได้ของพนักงาน	-	-	4.00	น้อย	3.75	น้อย	3.73	น้อย	3.45	ปานกลาง	3.48	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.83	น้อย		
ความพร้อมที่จะให้บริการ	-	-	4.00	น้อย	3.50	น้อย	3.88	น้อย	3.72	น้อย	3.75	น้อย	3.62	น้อย	3.83	น้อย		
บุคลิกภาพ และการแต่งกายของพนักงาน	-	-	3.60	น้อย	3.37	ปานกลาง	3.73	น้อย	3.39	ปานกลาง	3.53	น้อย	3.50	น้อย	3.33	3.33		
รวม	-	-	3.77	น้อย	3.39	ปานกลาง	3.78	น้อย	3.53	น้อย	3.57	น้อย	3.50	น้อย	3.71	น้อย		

จากตารางที่ 67 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 68 แสดงระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคารพาณิชย์ จำนวนตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)													
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
ความยินดีและเต็มใจในการให้บริการของพนักงานธนาคาร	3.75	น้อย	3.80	น้อย	3.37	ปานกลาง	3.53	น้อย	3.58	น้อย	3.61	น้อย	3.76	น้อย
ความสุภาพและวิธีการพูดจาของพนักงาน	3.66	น้อย	3.53	น้อย	3.29	ปานกลาง	3.58	น้อย	3.48	ปานกลาง	3.69	น้อย	3.76	น้อย
ความรู้ ความสามารถ และทักษะในการให้บริการ	3.58	น้อย	3.66	น้อย	3.55	น้อย	3.66	น้อย	3.64	น้อย	3.76	น้อย	3.76	น้อย
ความเอาใจใส่ต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ	3.66	น้อย	3.66	น้อย	3.25	ปานกลาง	3.53	น้อย	3.51	น้อย	3.76	น้อย	3.69	น้อย
ความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ของพนักงาน	3.75	น้อย	3.80	น้อย	3.66	น้อย	3.69	น้อย	3.83	น้อย	3.84	น้อย	3.84	น้อย
ความพร้อมที่จะให้บริการ	3.83	น้อย	3.80	น้อย	3.33	ปานกลาง	3.53	น้อย	3.64	น้อย	3.84	น้อย	3.69	น้อย
บุคลิกภาพ และการแต่งกายของพนักงาน	3.66	น้อย	3.53	น้อย	3.55	น้อย	3.41	ปานกลาง	3.45	ปานกลาง	3.53	น้อย	3.76	น้อย
รวม	3.70	น้อย	3.68	น้อย	3.43	ปานกลาง	3.56	น้อย	3.59	น้อย	3.72	น้อย	3.75	น้อย

จากตารางที่ 68 พบว่า ลูกค้านักกลุ่มตัวอย่างเกือบทุกช่วงรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่มีปัญหาด้อยปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นลูกค้านักกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีปัญหาด้อยปัจจัยด้านบุคลากร โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 69 แสดงระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านขบวนการให้บริการ	ระดับการศึกษา																	
	ไม่ได้รับการศึกษา		ประถมศึกษา		ประถมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อนุปริญญาหรือเทียบเท่า		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		ประกาศนียบัตรวิชาชีพ			
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
ความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ	-	-	3.60	น้อย	2.87	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	3.28	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.66	น้อย		
ความรวดเร็วของบริการ	-	-	3.40	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง	3.48	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	4.00	น้อย		
ความสะดวกสบายในการใช้บริการ	-	-	3.60	น้อย	3.62	น้อย	3.61	น้อย	3.60	น้อย	3.48	น้อย	3.50	น้อย	3.83	น้อย		
ความทันสมัยของระบบบริการ	-	-	3.40	ปานกลาง	3.75	น้อย	3.88	น้อย	3.78	น้อย	3.71	น้อย	3.25	ปานกลาง	4.16	4.16		
ความเสมอภาคในการให้บริการ	-	-	3.40	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง	3.54	น้อย	3.37	ปานกลาง	3.87	น้อย	3.16	ปานกลาง		
ระบบข้อมูลต่าง ๆ มีความถูกต้องและเชื่อถือได้	-	-	4.00	น้อย	4.00	น้อย	3.96	น้อย	3.90	น้อย	3.79	น้อย	3.75	น้อย	3.50	น้อย		
มีระบบรักษาความปลอดภัย	-	-	3.40	ปานกลาง	3.50	น้อย	3.30	ปานกลาง	3.45	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	3.25	ปานกลาง	3.66	น้อย		
รวม	-	-	3.54	น้อย	3.44	ปานกลาง	3.55	น้อย	3.57	น้อย	3.46	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง	3.71	น้อย		

จากตารางที่ 69 พบว่า ลูกค้ายกเว้นกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีปัญหาคือปัจจัยด้านขบวนการให้บริการของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นลูกค้ายกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาคือความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ ความรวดเร็วของบริการ ความเสมอภาคในการให้บริการ และการมีระบบรักษาความปลอดภัยในระดับปานกลาง

ตารางที่ 70 แสดงระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ปัจจัยด้านขบวนการให้บริการ	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)																	
	ต่ำกว่า 5,000		5,000-10,000		10,001-20,000		20,001-40,000		40,001-60,000		60,001-100,000		สูงกว่า 100,000					
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ				
ความพึงพอใจของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ	3.41	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง				
ความรวดเร็วของบริการ	3.66	น้อย	3.60	น้อย	3.29	ปานกลาง	3.25	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.69	น้อย	3.76	น้อย				
ความสะอาด สบายในการใช้บริการ	3.75	น้อย	3.80	น้อย	3.48	ปานกลาง	3.48	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง	3.76	น้อย	3.69	น้อย				
ความทันสมัยของระบบวิธีการบริการ	3.91	น้อย	3.93	น้อย	3.74	น้อย	3.58	น้อย	3.77	น้อย	3.76	น้อย	3.76	น้อย				
ความเสมอภาคในการให้บริการ	3.91	น้อย	3.73	น้อย	3.40	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง	3.53	น้อย	3.61	น้อย				
ระบบข้อมูลต่าง ๆ มีความถูกต้องและเชื่อถือได้	3.91	น้อย	3.86	น้อย	3.81	น้อย	3.79	น้อย	3.83	น้อย	4.00	น้อย	3.92	น้อย				
มีระบบรักษาความปลอดภัย	3.33	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.53	น้อย	3.61	3.61				
รวม	3.70	น้อย	3.67	น้อย	3.44	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง	3.68	น้อย	3.64	3.64				

จากตารางที่ 70 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านขบวนการให้บริการของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมในระดับน้อย ยกเว้นลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท, 20,001-40,000 บาท และ 40,001-60,000 บาท ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านปัจจัยด้านขบวนการให้บริการโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านความพึงพอใจของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ และมีระบบรักษาความปลอดภัย ในระดับปานกลาง