

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สามารถแบ่งผลการศึกษาดังกล่าวออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

จำแนกตามเพศ อาชีพและระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก จำแนกตามเพศ อาชีพ และระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	148	41.1
หญิง	212	58.9
<b>รวม</b>	<b>360</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.9 เป็นชาย ร้อยละ 41.1

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	16	4.4
21-30 ปี	94	26.1
31-40 ปี	140	38.9
41-50 ปี	71	19.7
51-60 ปี	34	9.4
61 ปีขึ้นไป	5	1.4
<b>รวม</b>	<b>360</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 38.9 รองลงมา อายุ 21-30 ปี ร้อยละ 26.1 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 19.7 อายุ 51-60 ปี ร้อยละ 9.4 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ร้อยละ 4.4 และอายุ 61 ปีขึ้นไป ร้อยละ 1.4

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า	45	12.5
ปวส./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	50	13.9
ปริญญาตรี	204	56.7
สูงกว่าปริญญาตรี	61	16.9
<b>รวม</b>	<b>360</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรี ร้อยละ 56.7 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 16.9 ปวส./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 13.9 และต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า ร้อยละ 12.5

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	36	10.0
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	74	20.6
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	205	56.9
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	36	10.0
เกษียณอายุ/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	6	1.7
อื่นๆ	3	0.8
<b>รวม</b>	<b>360</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ทนาย (2 คน) วิศวกรอิสระ (1 คน)

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 56.9 รองลงมา พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน ร้อยละ 20.6 นักเรียน/นักศึกษา และประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย เท่ากัน ร้อยละ 10.0 เกษียณอายุ/พ่อบ้าน/แม่บ้าน ร้อยละ 1.7 และอื่นๆ ร้อยละ 0.8

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	53	14.7
10,001-20,000 บาท	135	37.5
20,001-30,000 บาท	68	18.9
30,001-50,000 บาท	69	19.2
50,001-100,000 บาท	29	8.1
สูงกว่า 100,000 บาท	6	1.7
<b>รวม</b>	<b>360</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 37.5 รองลงมา 30,001-50,000 บาท ร้อยละ 19.2 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 18.9 ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท ร้อยละ 14.7 50,001-100,000 บาท ร้อยละ 8.1 และสูงกว่า 100,000 บาท ร้อยละ 1.7

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นลูกค้ำของธนาคารกรุงไทย

ระยะเวลาในการเป็นลูกค้ำของธนาคารกรุงไทย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	20	5.6
1 - 5 ปี	113	31.4
6 - 10 ปี	83	23.1
มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	144	40.0
<b>รวม</b>	<b>360</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระยะเวลาในการเป็นลูกค้ำของธนาคารกรุงไทย คือมากกว่า 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 40.0 รองลงมา 1 - 5 ปี ร้อยละ 31.4 6 - 10 ปี ร้อยละ 23.1 และ ต่ำกว่า 1 ปี ร้อยละ 5.6



ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลสำคัญที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

เหตุผลสำคัญที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	จำนวน	ร้อยละ
ที่ทำงานโอนเงินเดือนผ่านธนาคาร	232	64.4
สถานศึกษา/หน่วยงานกำหนดให้ใช้เป็นธนาคารที่โอนเงิน	100	27.8
มีสาขาใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	195	54.2
มีจุดให้บริการมาก เช่น สาขาของธนาคาร/ตู้เอทีเอ็ม	104	28.9
เปิดให้บริการนอกเวลา-วันหยุด/มีสาขาเปิดทำการในห้างสรรพสินค้า	84	23.3
มีผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย/ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้	41	11.4
เป็นธนาคารที่มีความมั่นคง/มีชื่อเสียง	127	35.3
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี	78	21.7
มีกระบวนการให้บริการที่ดี รวดเร็ว	50	13.9
อัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมเป็นที่น่าพอใจ	46	12.8
มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ	28	7.8
อื่นๆ	7	1.9

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ตู้เงินธนาคาร (6 ราย) ซื่อ กองทุนรวม (1 ราย)

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เหตุผลสำคัญที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) คือ ที่ทำงานโอนเงินเดือนผ่านธนาคาร ร้อยละ 64.4 รองลงมา มีสาขาใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ร้อยละ 54.2 เป็นธนาคารที่มีความมั่นคง/มีชื่อเสียง ร้อยละ 35.3 มีจุดให้บริการมาก เช่น สาขาของธนาคาร/ตู้เอทีเอ็ม ร้อยละ 28.9 สถานศึกษา/หน่วยงานกำหนดให้ใช้เป็นธนาคารที่โอนเงิน ร้อยละ 27.8 เปิดให้บริการนอกเวลา-วันหยุด/มีสาขาเปิดทำการในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 23.3 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ร้อยละ 21.7 มีกระบวนการให้บริการที่ดี รวดเร็ว ร้อยละ 13.9 อัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมเป็นที่น่าพอใจ ร้อยละ 12.8 มีผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย/ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ร้อยละ 11.4 มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ร้อยละ 7.8 และ อื่นๆ ร้อยละ 1.9

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของลูกค้านาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคุ้นเคยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านรูปแบบสาขาที่ใช้บริการ

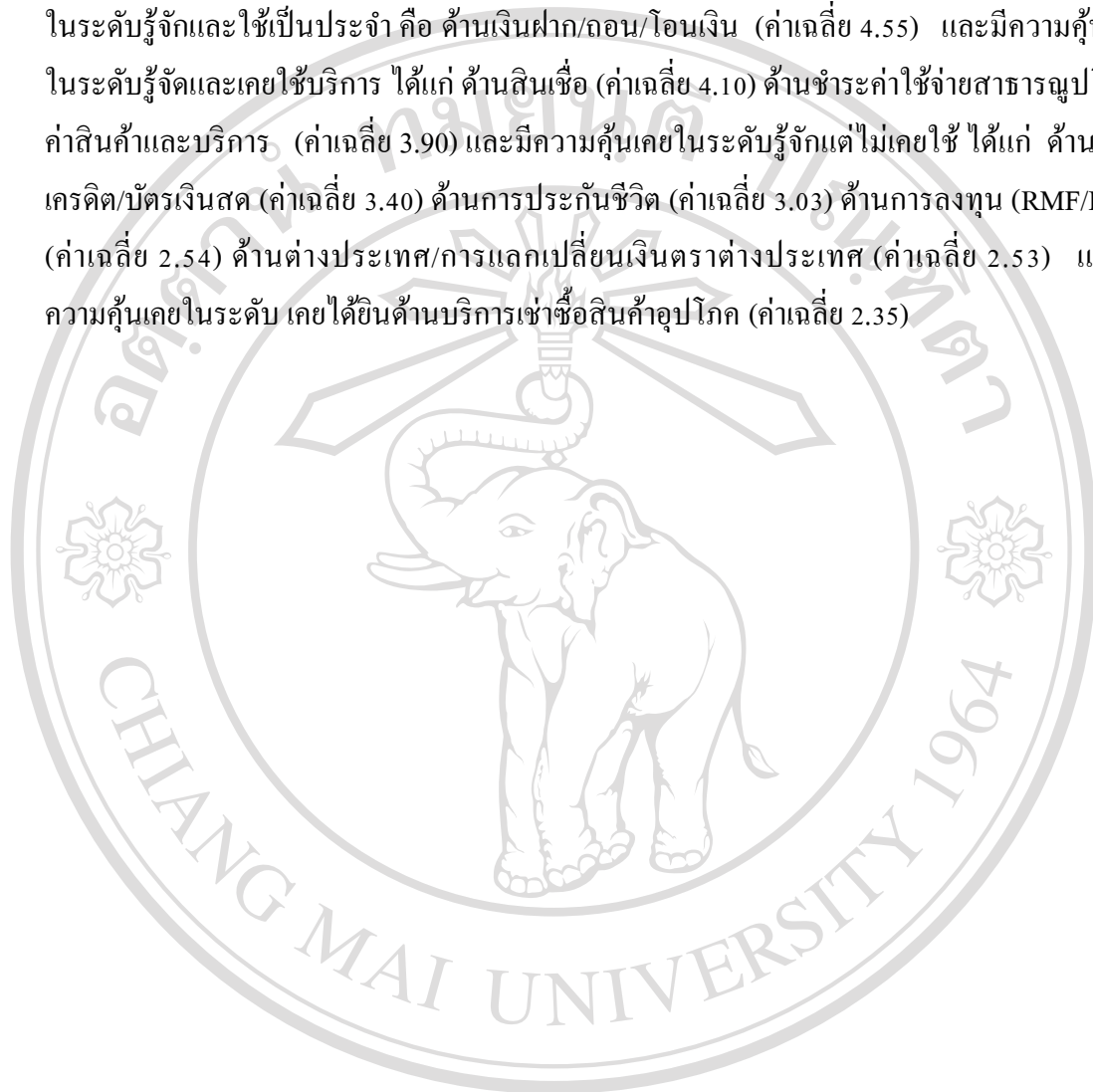
รูปแบบสาขาที่ใช้บริการ	ระดับความคุ้นเคย						ค่าเฉลี่ย (ระดับ คุ้นเคย)	ลำดับ ที่
	รู้จัก และใช้ เป็นประจำ	รู้จัก และเคย ใช้	รู้จักแต่ ไม่เคย ใช้	เคยได้ ยิน	ไม่เคย ได้ยิน มาก่อน	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สาขาบริการเต็มรูปแบบ (เปิดให้บริการจันทร์- ศุกร์)	111 (30.8)	214 (59.4)	35 (9.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.21 (รู้จักและ เคยใช้)	1
สาขาย่อยใน ห้างสรรพสินค้า/สาขาที่ เปิดให้บริการทุกวัน	99 (27.5)	200 (55.6)	61 (16.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.11 (รู้จักและ เคยใช้)	2
<b>ค่าเฉลี่ย (แปลผล)</b>							<b>4.16</b> (รู้จักและ เคยใช้)	

จากตารางที่ 8 พบว่าด้านรูปแบบสาขาที่ใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคุ้นเคยโดยรวมอยู่ในระดับรู้จักและเคยใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ในรายละเอียดพบว่ามีความคุ้นเคยอยู่ในระดับรู้จักและเคยใช้ คือ สาขาบริการเต็มรูปแบบ (เปิดให้บริการจันทร์-ศุกร์) (ค่าเฉลี่ย 4.21) และสาขาย่อยในห้างสรรพสินค้า/สาขาที่เปิดให้บริการทุกวัน (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคุ้นเคยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านประเภทบริการที่ใช้

ประเภทบริการที่ใช้	ระดับความคุ้นเคย						ค่าเฉลี่ย (ระดับ คุ้นเคย)	ลำดับ ที่
	รู้จัก และใช้ เป็นประจำ	รู้จัก และเคย ใช้	รู้จักแต่ ไม่เคย ใช้	ไม่เคย ได้ยิน ยิน	ไม่เคย ได้ยิน มาก่อน	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ด้านเงินฝาก/ถอน/โอน เงิน	219 (60.8)	119 (33.1)	22 (6.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.55 (รู้จักและ ใช้ประจำ)	1
ด้านสินเชื่อ	83 (23.1)	231 (64.2)	46 (12.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.10 (รู้จักและ เคยใช้)	2
ด้านชำระค่าใช้จ่าย สาธารณูปโภค/ค่าสินค้า และบริการ	34 (9.4)	259 (71.9)	67 (18.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.90 (รู้จักและ เคยใช้)	3
ด้านบัตรเครดิต/บัตรเงิน สด	61 (16.9)	87 (24.2)	169 (46.9)	20 (5.6)	23 (6.4)	360 (100.0)	3.40 (รู้จักแต่ไม่ เคยใช้)	4
ด้านการประกันชีวิต	23 (6.4)	42 (11.7)	232 (64.4)	50 (13.9)	13 (3.6)	360 (100.0)	3.03 (รู้จักแต่ไม่ เคยใช้)	5
ด้านการลงทุน (RMF/LTF)	11 (3.1)	7 (1.9)	187 (51.9)	115 (31.9)	40 (11.1)	360 (100.0)	2.54 (รู้จักแต่ไม่ เคยใช้)	6
ด้านบริการเช่าซื้อสินค้า อุปโภค	11 (3.1)	0 (0.0)	198 (55.0)	47 (13.1)	104 (28.9)	360 (100.0)	2.35 (เคยได้ยิน)	8
ด้านต่างประเทศการ แลกเปลี่ยนเงินตรา ต่างประเทศ	23 (6.4)	0 (0.0)	181 (50.3)	96 (26.7)	60 (16.7)	360 (100.0)	2.53 (รู้จักแต่ไม่ เคยใช้)	7
<b>ค่าเฉลี่ย (แปลผล)</b>							<b>3.30 (รู้จักแต่ไม่ เคยใช้)</b>	

จากตารางที่ 9 พบว่าด้านประเภทบริการที่ใช้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคุ้นเคย โดยรวมอยู่ในระดับ(รู้จักแต่ไม่เคยใช้) (ค่าเฉลี่ย 3.30) ในรายละเอียดพบว่า มีระดับความคุ้นเคยอยู่ในระดับรู้จักและใช้เป็นประจำ คือ ด้านเงินฝาก/ถอน/โอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.55) และมีความคุ้นเคยในระดับรู้จักและเคยใช้บริการ ได้แก่ ด้านสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ด้านชำระค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค/ค่าสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.90) และมีความคุ้นเคยในระดับรู้จักแต่ไม่เคยใช้ ได้แก่ ด้านบัตรเครดิต/บัตรเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.40) ด้านการประกันชีวิต (ค่าเฉลี่ย 3.03) ด้านการลงทุน (RMF/LTF) (ค่าเฉลี่ย 2.54) ด้านต่างประเทศ/การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 2.53) และมีความคุ้นเคยในระดับ เคยได้ยินด้านบริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค (ค่าเฉลี่ย 2.35)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคุ้นเคยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านช่องทางการใช้บริการ

ด้านช่องทางการใช้บริการ	ระดับความคุ้นเคย						ค่าเฉลี่ย (ระดับ คุ้นเคย)	ลำดับ ที่
	รู้จัก และใช้ เป็นประจำ	รู้จัก และเคย ใช้	รู้จักแต่ ไม่เคย ใช้	เคยได้ ยิน	ไม่เคย ได้ยิน มาก่อน	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
เคาน์เตอร์	102 (28.3)	151 (41.9)	97 (26.9)	10 (2.8)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.96 (รู้จักและเคย ใช้)	3
อินเทอร์เน็ต	23 (6.4)	61 (16.9)	184 (51.1)	33 (9.2)	59 (16.4)	360 (100.0)	2.88 (รู้จักแต่ไม่ เคยใช้)	5
เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM)	253 (70.3)	82 (22.8)	25 (6.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.63 (รู้จักและใช้ เป็นประจำ)	1
เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ (ADM)	134 (37.2)	117 (32.5)	98 (27.2)	11 (3.1)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.04 (รู้จักและเคย ใช้)	2
เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ (PASSBOOK)	99 (27.5)	123 (34.2)	120 (33.3)	18 (5.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.84 (รู้จักและเคย ใช้)	4
โทรศัพท์มือถือ	11 (3.1)	22 (6.1)	242 (67.2)	59 (16.4)	26 (7.2)	360 (100.0)	2.81 (รู้จักแต่ไม่ เคยใช้)	7
ศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (Call center) 1551	11 (3.1)	45 (12.5)	199 (55.3)	92 (25.6)	13 (3.6)	360 (100.0)	2.86 (รู้จักแต่ไม่ เคยใช้)	6
<b>ค่าเฉลี่ย (แปลผล)</b>							<b>3.57 (รู้จักและเคย ใช้)</b>	

จากตารางที่ 9 พบว่าด้านช่องทางการใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคุ้นเคยโดยรวมอยู่ในระดับรู้จักและเคยใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ในรายละเอียดพบว่ามีความคุ้นเคยอยู่ในระดับรู้จักและใช้บริการเป็นประจำ คือเครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมาที่มีความคุ้นเคยในระดับรู้จักและเคยใช้ เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ (ADM) (ค่าเฉลี่ย 4.04) เคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.96) เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ (PASSBOOK) (ค่าเฉลี่ย 3.84) โทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และมีความคุ้นเคยในระดับรู้จักแต่ไม่เคยใช้ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.88) ศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (Call center) 1551 (ค่าเฉลี่ย 2.86)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระดับความชอบ						ค่าเฉลี่ย (ระดับ คุณภาพ)	ลำดับ ที่
	ชอบมาก	ค่อนข้าง ชอบ	รู้สึกเฉยๆ	ไม่ค่อย ชอบ	ไม่ชอบ เลย	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านการเงินฝากของธนาคาร กรุงไทยฯ	74 (20.6)	175 (48.6)	101 (28.1)	10 (2.8)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.87 (ค่อนข้าง ชอบ)	2
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงไทยฯ	23 (6.4)	69 (19.2)	258 (71.7)	10 (2.8)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.29 (รู้สึกเฉยๆ)	5
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านอื่น ๆ เช่น บัตรเครดิต (KTC) กองทุนรวม (KTAM) สินเชื่อเพื่อการอุปโภค/บริโภค (KTB Leasing) การประกันภัย (KPI/ทิพย์-ประกันภัย) การประกันชีวิต (AXA Insurance) เป็นต้น	36 (10.0)	142 (39.4)	159 (44.2)	23 (6.4)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.53 (ค่อนข้าง ชอบ)	4
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการที่ให้บริการผ่านเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (เช่น การชำระค่าสาธารณูปโภค, ชำระหนี้เงินกู้, เติมเงินมือถือ ฯลฯ)	109 (30.3)	140 (38.9)	101 (28.1)	10 (2.8)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.97 (ค่อนข้าง ชอบ)	1



ตารางที่ 11 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการ  
ใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ด้านผลิตภัณฑ์และ บริการ	ระดับความชอบ						ค่าเฉลี่ย (ระดับ คุณภาพ)	ลำดับ ที่
	ชอบ มาก	ค่อนข้าง ชอบ	รู้สึก เฉยๆ	ไม่ค่อย ชอบ	ไม่ชอบ เลย	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความหลากหลายของ การให้บริการใน อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (KTB Online) เทล แบงก์กิ้ง (1551)	109 (30.3)	140 (38.9)	101 (28.1)	10 (2.8)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.29 (รู้สึกเฉยๆ)	5
ความหลากหลายของ สินค้าและบริการที่รับ ชำระ	0 (0.0)	117 (32.5)	230 (63.9)	13 (3.6)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.53 (ค่อนข้าง ชอบ)	4
การให้บริการคำแนะนำ ทางการเงินหรือการ ลงทุนที่เหมาะสมตรง กับความต้องการ	24 (6.7)	152 (42.2)	184 (51.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.56 (ค่อนข้าง ชอบ)	3
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>							<b>3.58 (ค่อนข้าง ชอบ)</b>	

จากตารางที่ 11 พบว่าด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับ  
ความชอบโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ในรายละเอียดพบว่ามีระดับความชอบ  
อยู่ในระดับค่อนข้างชอบ คือ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการที่ให้บริการผ่านเครื่อง  
ฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (เช่น การชำระค่าสาธารณูปโภค ชำระหนี้เงินกู้ เดิมเงินมีมือถือฯ) (ค่าเฉลี่ย  
3.97) รองลงมา ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินฝากของธนาคาร กรุง  
ไทยฯ (ค่าเฉลี่ย 3.87) การให้บริการคำแนะนำทางการเงินหรือการลงทุนที่เหมาะสมตรงกับความ  
ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านอื่น ๆ เช่น บัตรเครดิต  
(KTC) กองทุนรวม (KTAM) สินเชื่อเพื่อการอุปโภค/บริโภค (KTB Leasing) การประกันภัย (KPI/  
ทิพย-ประกันภัย) การประกันชีวิต (AXA Insurance) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.53) ความหลากหลายของ

สินค้าและบริการที่รับชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.53) และมีระดับความชอบในระดับรู้สึกเฉยๆ ได้แก่ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงไทยฯ (ค่าเฉลี่ย 3.29) ความหลากหลายของการให้บริการในอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (KTB Online) เทเลแบงก์กิ้ง (1551) (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความชอบ						ค่าเฉลี่ย (ระดับ 5-คะแนน)	ลำดับที่
	ชอบมาก	ค่อนข้างชอบ	รู้สึกเฉยๆ	ไม่ค่อยชอบ	ไม่ชอบเลย	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก สะดวกและรวดเร็ว	119 (33.1)	216 (60.0)	25 (6.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.26 (ค่อนข้างชอบ)	3
มีการให้บริการที่รวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้า	81 (22.5)	217 (60.3)	62 (17.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.05 (ค่อนข้างชอบ)	5
กระบวนการบริการที่ได้รับถูกต้อง ครบถ้วนและน่าเชื่อถือ	133 (36.9)	192 (53.3)	35 (9.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.27 (ค่อนข้างชอบ)	2
มีอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ	131 (36.4)	187 (51.9)	42 (11.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.25 (ค่อนข้างชอบ)	4
มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ	156 (43.3)	169 (46.9)	35 (9.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.34 (ค่อนข้างชอบ)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)							4.23 (ค่อนข้างชอบ)	

จากตารางที่ 12 พบว่าด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความชอบโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ในรายละเอียดพบว่ามีความชอบอยู่ในระดับค่อนข้างชอบ คือมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.34) กระบวนการบริการที่ได้รับถูกต้อง ครบถ้วน และน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.27) ขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก สะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) และมีการให้บริการที่รวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ระดับความชอบ						ค่าเฉลี่ย (ระดับ คุณภาพ)	ลำดับ ที่
	ชอบ มาก	ค่อนข้าง ชอบ	รู้สึก เฉยๆ	ไม่ค่อย ชอบ	ไม่ชอบ เลย	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานมีความกระตือรือร้น และมีความใส่ใจในการให้บริการ	39 (10.8)	215 (59.7)	94 (26.1)	12 (3.3)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.78 (ค่อนข้างชอบ)	7
พนักงานมีความรอบรู้ในทุกผลิตภัณฑ์ สามารถชี้แจงและอธิบายบริการให้ทราบได้อย่างเข้าใจ	74 (20.6)	187 (51.9)	99 (27.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.93 (ค่อนข้างชอบ)	6
พนักงานสามารถชี้แจง แนะนำ หรือให้ข้อมูลที่ลูกค้าสอบถามได้อย่างชัดเจน	73 (20.3)	208 (57.8)	79 (21.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.98 (ค่อนข้างชอบ)	5
พนักงานสามารถให้บริการด้วยความรวดเร็วถูกต้องเชื่อถือได้	111 (30.8)	189 (52.5)	60 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.14 (ค่อนข้างชอบ)	4
พนักงานพูดจาสุภาพ มีอัธยาศัยดี เป็นมิตรกับคนทั่วไป	100 (27.8)	223 (61.9)	37 (10.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.18 (ค่อนข้างชอบ)	3
พนักงานมีการแต่งกายที่ทันสมัย แสดงให้เห็นถึงความคล่องแคล่วในการให้บริการ	123 (34.2)	189 (52.5)	48 (13.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.21 (ค่อนข้างชอบ)	2
พนักงานมีการแต่งกายที่สะอาด สุภาพและเรียบร้อย	147 (40.8)	178 (49.4)	35 (9.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.31 (ค่อนข้างชอบ)	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>							<b>4.08 (ค่อนข้างชอบ)</b>	

จากตารางที่ 13 พบว่าด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความชอบโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ในรายละเอียดพบว่ามีความชอบอยู่ในระดับค่อนข้างชอบ คือพนักงานมีการแต่งกายที่สะอาด สุภาพและเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา พนักงานมีการแต่งกายที่ทันสมัย แสดงให้เห็นถึงความคล่องแคล่วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) พนักงานพูดจาสุภาพ มีอัธยาศัยดี เป็นมิตรกับคนทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.18) พนักงานสามารถให้บริการด้วยความรวดเร็วถูกต้องเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.14) พนักงานสามารถชี้แจง แนะนำ หรือให้ข้อมูลที่ลูกค้าสอบถามได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.98) พนักงานมีความรอบรู้ในทุกผลิตภัณฑ์ สามารถชี้แจงและอธิบายบริการให้ทราบได้อย่างเข้าใจ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และพนักงานมีความกระตือรือร้น และมีความใส่ใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านช่องทางการให้บริการ

ด้านช่องทางการให้บริการ	ระดับความชอบ						ค่าเฉลี่ย (ระดับ 5 ระดับ)	ลำดับที่
	ชอบมาก	ค่อนข้างชอบ	รู้สึกเฉยๆ	ไม่ค่อยชอบ	ไม่ชอบเลย	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีสาขาหรือจุดบริการที่ทั่วถึงสามารถใช้บริการได้ง่ายและสะดวก	155 (43.1)	154 (42.8)	38 (10.6)	13 (3.6)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.25 (ค่อนข้างชอบ)	2
มีสาขาหรือจุดให้บริการที่เปิดให้บริการนอกเวลาปกติ	134 (37.2)	165 (45.8)	61 (16.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.20 (ค่อนข้างชอบ)	3
มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องฝาก/ถอนเงิน/ปรับสมุดเงินฝากอัตโนมัติ	197 (54.7)	108 (30.0)	42 (11.7)	13 (3.6)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.36 (ค่อนข้างชอบ)	1
การจัดวางอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องฝาก/ถอนเงิน/ปรับสมุดเงินฝากอัตโนมัติที่สะดวกต่อการใช้บริการ	132 (36.7)	186 (51.7)	42 (11.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.25 (ค่อนข้างชอบ)	2
มีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ เช่น อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (KTB online) / แอปพลิเคชัน (1551) / โทรศัพท์มือถือ (KTB online @ mobile)	88 (24.4)	136 (37.8)	136 (37.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.87 (ค่อนข้างชอบ)	7

ตารางที่ 14 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการ  
ใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านช่องทางการให้บริการ

ด้านช่องทางการ ให้บริการ	ระดับความชอบ						ค่าเฉลี่ย (ระดับ คุณภาพ)	ลำดับ ที่
	ชอบ มาก	ค่อนข้าง ชอบ	รู้สึก เฉยๆ	ไม่ค่อย ชอบ	ไม่ชอบ เลย	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การมี call center ใน การให้บริการ เช่น สอบถามข้อมูล ผลิตภัณฑ์และข้อมูล อื่นๆ การอัปเดตบัตร เอทีเอ็มหรือสมุดบัญชี เมื่อสูญหาย	100 (27.8)	115 (31.9)	145 (40.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.88 (ค่อนข้าง ชอบ)	6
การจัดตกแต่งสถานที่ ที่ทันสมัย และเป็น สัดส่วนในการ ให้บริการ	49 (13.6)	263 (73.1)	48 (13.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	4.00 (ค่อนข้าง ชอบ)	4
มีสิ่งอำนวยความสะดวก บริการเพียงพอ เช่น เก้าอี้ หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม	61 (16.9)	241 (66.9)	38 (10.6)	20 (5.6)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.95 (ค่อนข้าง ชอบ)	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>							<b>4.10 (ค่อนข้าง ชอบ)</b>	

จากตารางที่ 14 พบว่าด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับ  
ความชอบโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ในรายละเอียดพบว่ามีระดับความชอบ  
อยู่ในระดับค่อนข้างชอบ คือมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องฝาก/ถอนเงิน/ปรับ  
สมุดเงินฝากอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา มีสาขาหรือจุดบริการที่ทั่วถึงสามารถใช้บริการได้  
ง่ายและสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.25) การจัดวางอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องฝาก/ถอน  
เงิน/ปรับสมุดเงินฝากอัตโนมัติที่สะดวกต่อการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีสาขาหรือจุดให้บริการที่  
เปิดให้บริการนอกเวลาปกติ (ค่าเฉลี่ย 4.20) การจัดตกแต่งสถานที่ที่ทันสมัย และเป็นสัดส่วนในการ



ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับบริการเพียงพอ เช่น แก้ว  
หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.95) การมี call center ในการให้บริการ เช่น สอบถามข้อมูล  
ผลิตภัณฑ์และข้อมูลอื่นๆ การอัปเดตเว็บไซต์หรือสมุดบัญชีเมื่อสูญหาย (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีระบบ  
เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ เช่น อินเทอร์เน็ตแชนแนล (KTB online) / เทลแชนแนล  
(1551)/ โทรศัพท์มือถือ (KTB online @ mobile) (ค่าเฉลี่ย 3.87)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความชอบ						ค่าเฉลี่ย (ระดับ 5 ระดับ)	ลำดับที่
	ชอบมาก	ค่อนข้างชอบ	รู้สึกเฉยๆ	ไม่ค่อยชอบ	ไม่ชอบเลย	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การโฆษณาผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆของธนาคาร กรุงไทย ผ่านสื่อต่างๆสามารถดึงดูดความสนใจ	23 (6.4)	231 (64.2)	96 (26.7)	10 (2.8)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.74 (ค่อนข้างชอบ)	4
ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการด้านต่างๆ ครบถ้วนรวดเร็ว และเข้าใจง่าย	52 (14.4)	214 (59.4)	81 (22.5)	13 (3.6)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.85 (ค่อนข้างชอบ)	1
ประกาศแจ้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และค่าธรรมเนียมชัดเจน เข้าใจง่าย	35 (9.7)	211 (58.6)	114 (31.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.78 (ค่อนข้างชอบ)	3
อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก, สินเชื่อ และค่าธรรมเนียม เป็นที่น่าพอใจ	45 (12.5)	153 (42.5)	152 (42.2)	10 (2.8)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.62 (ค่อนข้างชอบ)	7
การเข้าร่วมโครงการส่วนลดพิเศษกับทางร้านค้าต่างๆ มีความน่าสนใจ	35 (9.7)	168 (46.7)	157 (43.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.66 (ค่อนข้างชอบ)	6
การมีโครงการให้ร่วมลุ้นรับรางวัล เมื่อมีการใช้บริการ	22 (6.1)	220 (61.1)	118 (32.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.73 (ค่อนข้างชอบ)	5
การมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน หรือการจัดโครงการช่วยเหลือสังคมในโอกาสต่างๆ	35 (9.7)	231 (64.2)	94 (26.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	360 (100.0)	3.84 (ค่อนข้างชอบ)	2
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>							<b>3.75</b> (ค่อนข้างชอบ)	

จากตารางที่ 15 พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความชอบโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ในรายละเอียดพบว่ามีความชอบอยู่ในระดับค่อนข้างชอบ คือข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการด้านต่างๆ ครบถ้วน รวดเร็ว และเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมา การมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน หรือการจัดโครงการช่วยเหลือสังคมในโอกาสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ประกาศแจ้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และค่าธรรมเนียมชัดเจน เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.78) การโฆษณาผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ของธนาคาร กรุงเทพฯ ผ่านสื่อต่างๆ สามารถดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.74) การมีโครงการให้ร่วมลุ้นรับรางวัล เมื่อมีการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.73) การเข้าร่วมโครงการส่วนลดพิเศษกับทางร้านค้าต่าง ๆ มีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก, สินเชื่อ และค่าธรรมเนียม เป็นที่น่าพอใจ (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์ประกอบ  
ภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

องค์ประกอบภาพลักษณ์การเป็นธนาคาร แสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความชอบ	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.58	ค่อนข้างชอบ	5
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.23	ค่อนข้างชอบ	1
ด้านบุคลากร	4.08	ค่อนข้างชอบ	3
ด้านช่องทางการให้บริการ	4.10	ค่อนข้างชอบ	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.75	ค่อนข้างชอบ	4

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความชอบต่อองค์ประกอบ  
ภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ลำดับแรกคือ ด้าน  
กระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา ด้านช่องทางการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ด้าน  
บุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.08) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.75) และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ  
(ค่าเฉลี่ย 3.58)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของลูกค้านาคกรของไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคุ้นเคยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อด้านรูปแบบสาขาที่ใช้บริการ จำแนกตามเพศ

ด้านรูปแบบสาขาที่ใช้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สาขาบริการเต็มรูปแบบ	4.16 (รู้จักและเคยใช้)	4.25 (รู้จักและเคยใช้)	4.21 (รู้จักและเคยใช้)
สาขาย่อยในห้างสรรพสินค้า/สาขาที่เปิดให้บริการทุกวัน	4.07 (รู้จักและเคยใช้)	4.13 (รู้จักและเคยใช้)	4.11 (รู้จักและเคยใช้)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.11 (รู้จักและเคยใช้)</b>	<b>4.19 (รู้จักและเคยใช้)</b>	<b>4.16 (รู้จักและเคยใช้)</b>

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีระดับความคุ้นเคยกับด้านรูปแบบสาขาที่ใช้บริการโดยรวมในระดับรู้จักและเคยใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.11) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ สาขาบริการเต็มรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.16) สาขาย่อยในห้างสรรพสินค้า/สาขาที่เปิดให้บริการทุกวัน (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีระดับความคุ้นเคยกับด้านรูปแบบสาขาที่ใช้บริการโดยรวมในระดับรู้จักและเคยใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ สาขาบริการเต็มรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.25) สาขาย่อยในห้างสรรพสินค้า/สาขาที่เปิดให้บริการทุกวัน (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคุ้นเคยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านประเภทบริการที่ใช้ จำแนกตามเพศ

ด้านประเภทบริการที่ใช้	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านเงินฝาก/ถอน/โอนเงิน	4.51 (รู้จักและใช้เป็น ประจำ)	4.57 (รู้จักและใช้เป็น ประจำ)	4.55 (รู้จักและใช้เป็น ประจำ)
ด้านสินเชื่อ	4.07 (รู้จักและเคยใช้)	4.12 (รู้จักและเคยใช้)	4.10 (รู้จักและเคยใช้)
ด้านชำระค่าใช้จ่าย สาธารณูปโภค/ค่าสินค้าและบริการ	3.91 (รู้จักและเคยใช้)	3.91 (รู้จักและเคยใช้)	3.91 (รู้จักและเคยใช้)
ด้านบัตรเครดิต/บัตรเงินสด	3.42 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)	3.38 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)	3.40 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)
ด้านการประกันชีวิต	3.02 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)	3.04 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)	3.03 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)
ด้านการลงทุน (RMF/LTF)	2.51 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)	2.56 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)	2.54 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)
ด้านบริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค	2.35 (เคยได้ยิน)	2.35 (เคยได้ยิน)	2.35 (เคยได้ยิน)
ด้านต่างประเทศ/การแลกเปลี่ยน เงินตราต่างประเทศ	2.45 (เคยได้ยิน)	2.58 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)	2.53 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.28 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)</b>	<b>3.32 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)</b>	<b>3.30 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)</b>

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีระดับความคุ้นเคยกับด้านประเภทบริการที่ใช้ โดยรวมในระดับรู้จักแต่ไม่เคยใช้ (ค่าเฉลี่ย 2.97) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านเงินฝาก/ถอน/โอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.51) รองลงมา ด้านสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และ ด้านชำระค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค/ค่าสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีระดับความคุ้นเคยกับด้านประเภทบริการที่ใช้ โดยรวมในระดับรู้จักแต่ไม่เคยใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านเงิน

ฝาก/ถอน/โอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมา ด้านสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ ด้านชำระค่าใช้จ่าย  
สาธารณูปโภค/ค่าสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคุ้นเคยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อด้านช่องทางการใช้  
บริการ จำแนกตามเพศ

ด้านช่องทางการใช้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เคาน์เตอร์	3.96 (รู้จักและเคยใช้)	3.96 (รู้จักและเคยใช้)	3.96 (รู้จักและเคยใช้)
อินเทอร์เน็ต	2.89 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)	2.87 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)	2.88 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)
เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM)	4.59 (รู้จักและใช้เป็น ประจำ)	4.66 (รู้จักและใช้เป็น ประจำ)	4.63 (รู้จักและใช้เป็น ประจำ)
เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ (ADM)	3.99 (รู้จักและเคยใช้)	4.08 (รู้จักและเคยใช้)	4.04 (รู้จักและเคยใช้)
เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ (PASSBOOK)	3.85 (รู้จักและเคยใช้)	3.83 (รู้จักและเคยใช้)	3.84 (รู้จักและเคยใช้)
โทรศัพท์มือถือ	2.74 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)	2.87 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)	2.81 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)
ศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (Call center) 1551	2.74 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)	2.94 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)	2.86 (รู้จักแต่ไม่เคยใช้)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.54 (รู้จักและเคยใช้)</b>	<b>3.60 (รู้จักและเคยใช้)</b>	<b>3.57 (รู้จักและเคยใช้)</b>

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีระดับความคุ้นเคยกับด้านช่องทางการ  
ใช้บริการโดยรวมในระดับรู้จักแต่ไม่เคยใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3



ลำดับแรกคือ เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมา เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ (ADM) (ค่าเฉลี่ย 3.99) และเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีระดับความคุ้นเคยกับด้านประเภทบริการที่ใช้ โดยรวมในระดับรู้จักแต่ไม่เคยใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) (ค่าเฉลี่ย 4.66) รองลงมา เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ (ADM) (ค่าเฉลี่ย 4.08) และเคาน์เตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.96)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อด้านผลิตภัณฑ์และบริการ  
จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการ ทางด้านการเงินฝากของธนาคาร กรุงเทพฯ	3.75 (ค่อนข้างชอบ)	3.95 (ค่อนข้างชอบ)	3.87 (ค่อนข้างชอบ)
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการ ทางด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพฯ	3.30 (รู้สึกเฉยๆ)	3.29 (รู้สึกเฉยๆ)	3.29 (รู้สึกเฉยๆ)
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการ ทางด้านอื่น ๆ เช่น บัตรเครดิต (KTC) กองทุนรวม (KTAM) สินเชื่อเพื่อการอุปโภค/ บริโภค (KTB Leasing) การประกันภัย (KPI/ทิพย์-ประกันภัย) การประกันชีวิต (AXA Insurance) เป็นต้น	3.57 (ค่อนข้างชอบ)	3.50 (ค่อนข้างชอบ)	3.53 (ค่อนข้างชอบ)
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการที่ ให้บริการผ่านเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (เช่น การชำระค่าสาธารณูปโภค, ชำระหนี้ เงินกู้, เติมเงินมือถือฯ)	3.92 (ค่อนข้างชอบ)	4.00 (ค่อนข้างชอบ)	3.97 (ค่อนข้างชอบ)
ความหลากหลายของการให้บริการใน อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (KTB Online) เทล แบงก์กิ้ง (1551)	3.28 (รู้สึกเฉยๆ)	3.29 (รู้สึกเฉยๆ)	3.29 (รู้สึกเฉยๆ)
ความหลากหลายของสินค้าและบริการที่รับ ชำระ	3.50 (ค่อนข้างชอบ)	3.55 (ค่อนข้างชอบ)	3.53 (ค่อนข้างชอบ)
การให้บริการคำแนะนำทางการเงินหรือการ ลงทุนที่เหมาะสมตรงกับความต้องการ	3.51 (ค่อนข้างชอบ)	3.59 (ค่อนข้างชอบ)	3.56 (ค่อนข้างชอบ)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.55 (ค่อนข้างชอบ)</b>	<b>3.60 (ค่อนข้างชอบ)</b>	<b>3.58 (ค่อนข้างชอบ)</b>

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีระดับความชอบกับด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมในระดับค่อนข้างชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการที่ให้บริการผ่านเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (เช่น การชำระค่าสาธารณูปโภค, ชำระหนี้เงินกู้, เดิมเงินมือถือฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมา ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินฝากของธนาคาร กรุงไทยฯ (ค่าเฉลี่ย 3.75) และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านอื่น ๆ เช่น บัตรเครดิต (KTC) กองทุนรวม (KTAM) สินเชื่อเพื่อการอุปโภค/บริโภค (KTB Leasing) การประกันภัย (KPI/ทิพย-ประกันภัย) การประกันชีวิต (AXA Insurance) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีระดับความชอบกับด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับค่อนข้างชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการที่ให้บริการผ่านเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (เช่น การชำระค่าสาธารณูปโภค, ชำระหนี้เงินกู้, เดิมเงินมือถือฯ) (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินฝากของธนาคาร กรุงไทยฯ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และการให้บริการคำแนะนำทางการเงินหรือการลงทุนที่เหมาะสมตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อด้านกระบวนการให้บริการ  
จำแนกตามเพศ

ด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก สะดวกและรวดเร็ว	4.22 (ค่อนข้างชอบ)	4.29 (ค่อนข้างชอบ)	4.26 (ค่อนข้างชอบ)
มีการให้บริการที่รวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้า	4.00 (ค่อนข้างชอบ)	4.09 (ค่อนข้างชอบ)	4.05 (ค่อนข้างชอบ)
กระบวนการบริการที่ได้รับ ถูกต้อง ครบถ้วน และน่าเชื่อถือ	4.22 (ค่อนข้างชอบ)	4.31 (ค่อนข้างชอบ)	4.27 (ค่อนข้างชอบ)
มีอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ	4.19 (ค่อนข้างชอบ)	4.29 (ค่อนข้างชอบ)	4.25 (ค่อนข้างชอบ)
มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ	4.29 (ค่อนข้างชอบ)	4.37 (ค่อนข้างชอบ)	4.34 (ค่อนข้างชอบ)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.18 (ค่อนข้างชอบ)</b>	<b>4.27 (ค่อนข้างชอบ)</b>	<b>4.23 (ค่อนข้างชอบ)</b>

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีระดับความชอบกับด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับค่อนข้างชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.18) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา ขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก สะดวกและรวดเร็ว กระบวนการบริการที่ได้รับถูกต้อง ครบถ้วน และน่าเชื่อถือ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.22) และมีอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีระดับความชอบกับด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับค่อนข้างชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมา กระบวนการบริการที่ได้รับถูกต้อง ครบถ้วน และน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.31) และขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก สะดวก และรวดเร็ว มีอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ

ด้านบุคลากร	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีความกระตือรือร้น และมีความใส่ใจในการให้บริการ	3.72 (ค่อนข้างชอบ)	3.82 (ค่อนข้างชอบ)	3.78 (ค่อนข้างชอบ)
พนักงานมีความรอบรู้ในทุก ผลิตภัณฑ์ สามารถชี้แจงและ อธิบายบริการให้ทราบได้อย่าง เข้าใจ	3.92 (ค่อนข้างชอบ)	3.94 (ค่อนข้างชอบ)	3.93 (ค่อนข้างชอบ)
พนักงานสามารถชี้แจง แนะนำ หรือให้ข้อมูลที่ถูกต้องสามารถ ได้อย่างชัดเจน	3.93 (ค่อนข้างชอบ)	4.02 (ค่อนข้างชอบ)	3.98 (ค่อนข้างชอบ)
พนักงานสามารถให้บริการด้วย ความรวดเร็วถูกต้องเชื่อถือได้	4.06 (ค่อนข้างชอบ)	4.20 (ค่อนข้างชอบ)	4.14 (ค่อนข้างชอบ)
พนักงานพูดจาสุภาพ มีอัธยาศัยดี เป็นมิตรกับคนทั่วไป	4.11 (ค่อนข้างชอบ)	4.22 (ค่อนข้างชอบ)	4.18 (ค่อนข้างชอบ)
พนักงานมีการแต่งกายที่ทันสมัย แสดงให้เห็นถึงความคล่องแคล่ว ในการให้บริการ	4.14 (ค่อนข้างชอบ)	4.26 (ค่อนข้างชอบ)	4.21 (ค่อนข้างชอบ)
พนักงานมีการแต่งกายที่สะอาด สุภาพและเรียบร้อย	4.23 (ค่อนข้างชอบ)	4.37 (ค่อนข้างชอบ)	4.31 (ค่อนข้างชอบ)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.02 (ค่อนข้างชอบ)</b>	<b>4.12 (ค่อนข้างชอบ)</b>	<b>4.08 (ค่อนข้างชอบ)</b>

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีระดับความชอบกับด้านบุคลากร โดยรวมในระดับค่อนข้างชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.02) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีการแต่งกายที่สะอาด สุภาพและเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา พนักงานมีการแต่งกายที่ทันสมัย แสดงให้เห็นถึงความคล่องแคล่วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และพนักงานพูดจาสุภาพ มีอัธยาศัยดี เป็นมิตรกับคนทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีระดับความชอบกับด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับค่อนข้างชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.12) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีการแต่งกายที่สะอาด สุภาพและเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมา พนักงานมีการแต่งกายที่ทันสมัย แสดงให้เห็นถึงความคล่องแคล่วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) และพนักงานพูดจาสุภาพ มีอัธยาศัยดี เป็นมิตรกับคนทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.22)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อด้านช่องทางการให้บริการ  
จำแนกตามเพศ

ด้านช่องทางการให้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีสาขาหรือจุดบริการที่ทั่วถึง สามารถใช้บริการได้ง่ายและ สะดวก	4.22 (ค่อนข้างชอบ)	4.27 (ค่อนข้างชอบ)	4.25 (ค่อนข้างชอบ)
มีสาขาหรือจุดให้บริการที่เปิด ให้บริการนอกเวลาปกติ	4.16 (ค่อนข้างชอบ)	4.23 (ค่อนข้างชอบ)	4.20 (ค่อนข้างชอบ)
มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการ ให้บริการ ได้แก่เครื่องฝาก/ถอน เงิน/ปรับสมุดเงินฝากอัตโนมัติ	4.28 (ค่อนข้างชอบ)	4.41 (ค่อนข้างชอบ)	4.36 (ค่อนข้างชอบ)
การจัดวางอุปกรณ์ที่ทันสมัยใน การให้บริการ ได้แก่เครื่องฝาก/ ถอนเงิน/ปรับสมุดเงินฝาก อัตโนมัติที่สะดวกต่อการใ้ บริการ	4.18 (ค่อนข้างชอบ)	4.30 (ค่อนข้างชอบ)	4.25 (ค่อนข้างชอบ)
มีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยใน การให้บริการ เช่น อินเทอร์เน็ต แบงก์กิ้ง (KTB online) / เทล แบงก์กิ้ง (1551)/โทรศัพท์มือถือ (KTB online @ mobile)	3.76 (ค่อนข้างชอบ)	3.94 (ค่อนข้างชอบ)	3.87 (ค่อนข้างชอบ)
การมี call center ในการให้บริการ เช่น สอบถามข้อมูลผลิตภัณฑ์ และข้อมูลอื่นๆ การอายัดบัตร เอทีเอ็มหรือสมุดบัญชีเมื่อสูญหาย	3.87 (ค่อนข้างชอบ)	3.88 (ค่อนข้างชอบ)	3.88 (ค่อนข้างชอบ)
การจัดตกแต่งสถานที่ที่ทันสมัย และเป็นสัดส่วนในการให้บริการ	3.93 (ค่อนข้างชอบ)	4.05 (ค่อนข้างชอบ)	4.00 (ค่อนข้างชอบ)
มีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอ รับบริการเพียงพอ เช่น เก้าอี้ หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม	3.89 (ค่อนข้างชอบ)	4.00 (ค่อนข้างชอบ)	3.95 (ค่อนข้างชอบ)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.04 (ค่อนข้างชอบ)</b>	<b>4.14 (ค่อนข้างชอบ)</b>	<b>4.10 (ค่อนข้างชอบ)</b>



จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีระดับความชอบกับด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวมในระดับค่อนข้างชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องฝาก/ถอนเงิน/ปรับสมุดเงินฝากอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา มีสาขาหรือจุดบริการที่ทั่วถึงสามารถใช้บริการได้ง่ายและสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.22) และการจัดวางอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องฝาก/ถอนเงิน/ปรับสมุดเงินฝากอัตโนมัติที่สะดวกต่อการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีระดับความชอบกับด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับค่อนข้างชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.14) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องฝาก/ถอนเงิน/ปรับสมุดเงินฝากอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมา มีสาขาหรือจุดบริการที่ทั่วถึงสามารถใช้บริการได้ง่ายและสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.27) และมีสาขาหรือจุดให้บริการที่เปิดให้บริการนอกเวลาปกติ (ค่าเฉลี่ย 4.23)

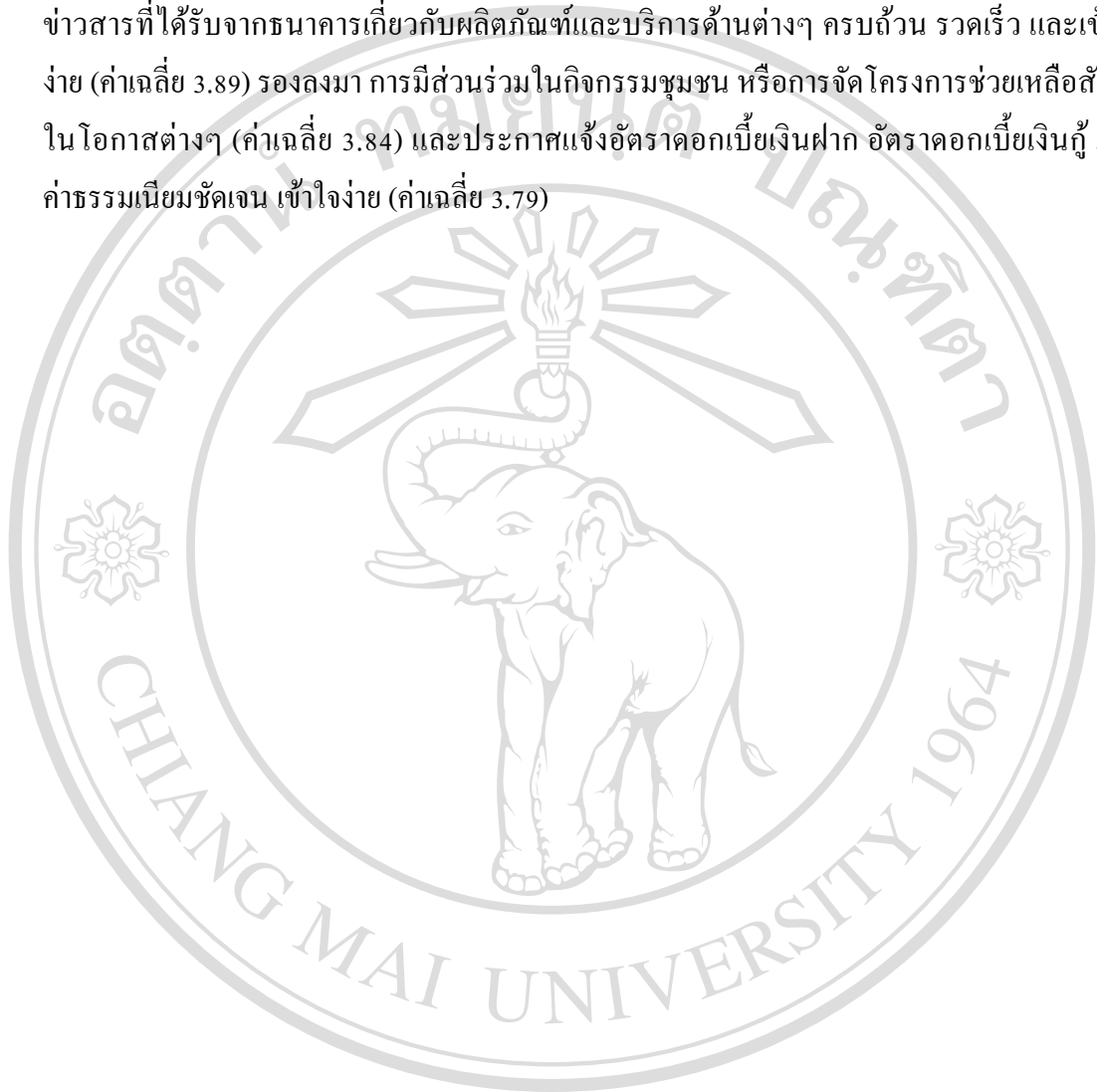
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อด้านการส่งเสริมการตลาด  
จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผลิตภัณฑ์และบริการ ต่างๆของธนาคาร กรุงไทย ผ่าน สื่อต่างๆ สามารถดึงดูดความ สนใจ	3.72 (ค่อนข้างชอบ)	3.75 (ค่อนข้างชอบ)	3.74 (ค่อนข้างชอบ)
ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการด้าน ต่างๆ ครบถ้วน รวดเร็ว และ เข้าใจง่าย	3.78 (ค่อนข้างชอบ)	3.89 (ค่อนข้างชอบ)	3.85 (ค่อนข้างชอบ)
ประกาศแจ้งอัตราดอกเบี้ยเงิน ฝาก อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และ ค่าธรรมเนียมชัดเจน เข้าใจง่าย	3.77 (ค่อนข้างชอบ)	3.79 (ค่อนข้างชอบ)	3.78 (ค่อนข้างชอบ)
อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก, สินเชื่อ และค่าธรรมเนียม เป็นที่น่าพอใจ	3.66 (ค่อนข้างชอบ)	3.59 (ค่อนข้างชอบ)	3.62 (ค่อนข้างชอบ)
การเข้าร่วมโครงการส่วนลด พิเศษกับทางร้านค้าต่างๆ มีความ น่าสนใจ	3.68 (ค่อนข้างชอบ)	3.65 (ค่อนข้างชอบ)	3.66 (ค่อนข้างชอบ)
การมีโครงการให้ร่วมลุ้นรับ รางวัล เมื่อมีการใช้บริการ	3.76 (ค่อนข้างชอบ)	3.72 (ค่อนข้างชอบ)	3.73 (ค่อนข้างชอบ)
การมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน หรือการจัดโครงการช่วยเหลือ สังคมในโอกาสต่างๆ	3.83 (ค่อนข้างชอบ)	3.84 (ค่อนข้างชอบ)	3.84 (ค่อนข้างชอบ)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.74 (ค่อนข้างชอบ)</b>	<b>3.75 (ค่อนข้างชอบ)</b>	<b>3.75 (ค่อนข้างชอบ)</b>

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีระดับความชอบกับด้านการ  
ส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับค่อนข้างชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3  
ลำดับแรกคือ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน หรือการจัดโครงการช่วยเหลือสังคมในโอกาสต่างๆ  
(ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมา ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการด้านต่างๆ  
ครบถ้วน รวดเร็ว และเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.78) และประกาศแจ้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก อัตรา  
ดอกเบี้ยเงินกู้ และค่าธรรมเนียมชัดเจน เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีระดับความชอบกับด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับค่อนข้างชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการด้านต่างๆ ครบถ้วน รวดเร็ว และเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมา การมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน หรือการจัดโครงการช่วยเหลือสังคม ในโอกาสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.84) และประกาศแจ้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และค่าธรรมเนียมขัณฑ์เงิน เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.79)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved