

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาในสังกัดเขต บางแค กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้ใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และนำมา วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นลูกค้าธนาคาร

ส่วนที่ 2 การรับรู้คุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการของธนาคาร

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปล ความหมาย จึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อทางสถิติที่ใช้ดังนี้

สัญลักษณ์และอักษรย่อทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	หมายถึง	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
ตัวเลข	หมายถึง	ความถี่หรือค่าร้อยละ
\bar{x}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย (Mean)
SD	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)
t	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-test
F	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-test (One Way ANOVA)
Sig	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
*	หมายถึง	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นลูกค้าธนาคาร

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
1. ชาย	156	39.00	2
2. หญิง	244	61.00	1
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 และเป็นเพศชายจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
1. 16-25 ปี	134	33.50	1
2. 26-35 ปี	89	22.25	2
3. 36-45 ปี	77	19.25	3
4. 46-55 ปี	60	15.00	4
5. ต่ำกว่า 16 ปี	21	5.25	5
6. 56 ปีขึ้นไป	19	4.75	6
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุอยู่ในช่วง 16-25 ปี มากที่สุด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมาคืออายุในช่วง 26-35 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 และน้อยที่สุดคือ ช่วงอายุ 56 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	64	16.00	4
2. มัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา/ปวช.	86	21.50	2
3. อนุปริญญา/ปวส	69	17.25	3
4. ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	181	45.25	1
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป มากที่สุด จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 รองลงมาคือระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา/ปวช. จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 และน้อยที่สุดคือ ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
1. นักเรียน/นักศึกษา	128	32.00	1
2. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	75	18.75	2
3. พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	46	11.50	4
4. กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	68	17.00	3
5. รับจ้างอิสระ	36	9.00	5
6. คนงาน/ลูกจ้าง	20	5.00	7
7. เกษตรกร	2	0.50	8
8. พ่อบ้าน/แม่บ้าน	25	6.25	6
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมาคืออาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 และน้อยที่สุดคืออาชีพเกษตรกร จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
1. ไม่เกิน 5,000 บาท	99	24.75	2
2. 5,001-15,000 บาท	157	39.25	1
3. 15,001-25,000 บาท	66	16.50	3
4. 25,001-35,000 บาท	46	11.50	4
5. 35,001 – 45,000 บาท	23	5.75	5
6. 45,001 บาท ขึ้นไป	9	2.25	6
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-15,000 บาท มากที่สุด จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 และน้อยที่สุดคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาทขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสาขาที่ใช้บริการ

สาขาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
1. บางแค	138	34.50	1
2. ตลาดพลู	86	21.50	4
3. ท่าพระ	94	23.50	3
4. จรัลสนิทวงศ์	97	24.25	2
5. วัดไทร	77	19.25	5
6. บางพลัด	50	12.50	8
7. คลิ่งชัน	53	13.25	7
8. หมู่บ้านเศรษฐกิจ	73	18.25	6

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ n = 400

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้บริการสาขาบางแค มากที่สุด จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาคือใช้บริการสาขาจรัลสนิทวงศ์ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 และน้อยที่สุดคือใช้บริการสาขาบางพลัด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสาขาที่ใช้บริการน้อยที่สุด

สาขาที่ใช้บริการน้อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
1. บางแค	89	22.25	1
2. ตลาดพลู	52	13.00	3
3. ท่าพระ	45	11.25	5
4. จรัลสนิทวงศ์	63	15.75	2
5. วัดไทร	51	12.75	4
6. บางพลัด	34	8.50	7
7. คลิ่งชัน	23	5.75	8
8. หมู่บ้านเศรษฐกิจ	43	10.75	6
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้บริการสาขาบางแคบ่อยที่สุด จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 รองลงมาคือใช้บริการสาขาจรัลสนิทวงศ์ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 และน้อยที่สุดคือใช้บริการสาขาตลิ่งชัน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนบัญชีเงินฝากธนาคาร

จำนวนบัญชีเงินฝากธนาคาร	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
1. 1 บัญชี	180	45.00	1
2. 2 บัญชี	127	31.75	2
3. 3 บัญชี	55	13.75	3
4. 4 บัญชี	15	3.75	4
5. 5 บัญชี	14	3.50	5
6. มากกว่า 5 บัญชี	9	2.25	6
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีจำนวนบัญชีเงินฝากธนาคาร จำนวน 1 บัญชีมากที่สุด คือ 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ มีจำนวน 2 บัญชี จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 และน้อยที่สุดคือ มีมากกว่า 5 บัญชี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทบัญชีเงินฝากธนาคาร

ประเภทบัญชีเงินฝากธนาคาร	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
1. กระแสรายวัน	37	9.25	5
2. เพื่อเรียก	301	75.25	1
3. เพื่อเรียกพิเศษ	70	17.50	3
4. ฝากประจำรายเดือน	42	10.50	4
5. ฝากประจำ 3 เดือน	35	8.75	6
6. ฝากประจำ 6 เดือน	18	4.50	7
7. ฝากประจำ 12 เดือน	17	4.25	8
8. สลากออมสินพิเศษ	102	25.50	2
9. สลากออมสินพิเศษรุ่นธนโชค	18	4.50	7
10. สงเคราะห์ชีวิต	42	10.50	4
11. อื่นๆ (36 เดือน)	3	0.75	9

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ n = 400

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีประเภทเงินฝากธนาคารเพื่อเรียกมากที่สุด จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.25 รองลงมาคือประเภทสลากออมสินพิเศษ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 และน้อยที่สุดคือ ประเภทอื่นๆ (36 เดือน) จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ

ระยะเวลาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
1. ต่ำกว่า 1 ปี	50	12.50	5
2. 1-2 ปี	118	29.50	1
3. 3-5 ปี	98	24.50	2
4. 6-10 ปี	55	13.75	3
5. 11- 15 ปี	54	13.50	4
6. 16 ปีขึ้นไป	25	6.25	6
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาที่ใช้บริการ 1-2 ปีมากที่สุด จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาคือระยะเวลาที่ใช้บริการ 3-5 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 และน้อยที่สุดคือ ระยะเวลาที่ใช้บริการ 16 ปีขึ้นไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

เหตุผลที่เลือกใช้บริการต่างๆ ของธนาคาร	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
1. นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ	52	13.00	11
2. มีสาขาใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	194	48.50	1
3. ความสะดวกในการเดินทาง	191	47.75	3
4. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูงกว่า	57	14.25	10
5. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่า	75	18.75	7
6. ความมั่นคงของธนาคาร	193	48.25	2
7. ความรวดเร็วในการให้บริการ	97	24.25	6
8. ภาพลักษณ์ชื่อเสียงของธนาคาร	101	25.25	5
9. ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ	64	16.00	8
10. จำนวนสาขามากครอบคลุมทุกพื้นที่	46	11.50	12
11. ค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่า	61	15.25	9
12. เป็นธนาคารที่รัฐบาลรับประกัน	177	44.25	4
13. อื่นๆ	8	2.00	13

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ n = 400

อื่นๆ ได้แก่ มีรายได้จากผลจากออมสิน (6) คู่กันเคยกับพนักงาน (2)

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลที่เลือกใช้บริการของธนาคารเพราะมีสาขาใกล้บ้านหรือที่ทำงานมากที่สุด จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมาคือ เหตุผลเพราะความมั่นคงของธนาคารจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 และน้อยที่สุดคือ เหตุผลเพราะอื่นๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามด้านที่เหนือกว่าธนาคารอื่น

ด้านที่เหนือกว่าธนาคารอื่น	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
1. นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ	54	13.50	11
2. มีสาขาใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	155	38.75	3
3. ความสะดวกในการเดินทาง	151	37.75	4
4. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูงกว่า	55	13.75	10
5. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่า	71	17.75	7
6. ความมั่นคงของธนาคาร	206	51.50	1
7. ความรวดเร็วในการให้บริการ	80	20.00	6
8. ภาพลักษณ์ชื่อเสียงของธนาคาร	109	27.25	5
9. ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ	57	14.25	8
10. จำนวนสาขามากครอบคลุมทุกพื้นที่	40	10.00	12
11. ค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำกว่า	56	14.00	9
12. เป็นธนาคารที่รัฐบาลรับประกัน	187	46.75	2
13. อื่นๆ	7	1.75	13

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ n = 400

อื่นๆ ได้แก่ เป็นธนาคารของคนจน (2) ช่วยประชาชน (1) ดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (4)

จากตารางที่ 13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าธนาคารออมสินเหนือกว่าธนาคารอื่นในด้านความมั่นคงของธนาคารมากที่สุด จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมาคือเห็นว่าเป็นธนาคารที่รัฐบาลรับประกัน จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 และน้อยที่สุดคือ ด้านอื่นๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

ส่วนที่ 2 การรับรู้คุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามคุณภาพด้านความสะดวกในการให้บริการ

ความสะดวกในการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพการบริการ	ลำดับที่
1. มีตัวอย่างการกรอกแบบฟอร์มที่ชัดเจนอย่างครบถ้วน	3.76	0.763	มาก	1
2. มีการเตรียมใบรายการต่างๆ และปากกาไว้อย่างเพียงพอ	3.71	0.797	มาก	2
3. มีการนำอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการ	3.51	0.861	มาก	3
4. สามารถใช้เครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ได้โดยสะดวก	3.44	0.937	มาก	4
5. มีหน่วยบริการรับฝากเงินนอกสถานที่ เช่น ในโรงเรียน ในตลาด	3.43	0.965	มาก	5
รวม	3.57	0.865	มาก	

จากตารางที่ 14 พบว่า ปัจจัยด้านความสะดวกในการพัฒนามีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องมีตัวอย่างการกรอกแบบฟอร์มที่ชัดเจนอย่างครบถ้วนมีระดับคุณภาพบริการสูงที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 3.76 รองลงมาคือเรื่องมีการเตรียมใบรายการต่างๆ และปากกาไว้อย่างเพียงพอมีค่าเฉลี่ย 3.71 และมีการรับรู้คุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือเรื่องมีหน่วยบริการรับฝากเงินนอกสถานที่ เช่น ในโรงเรียน ในตลาดมีค่าเฉลี่ย 3.43 ซึ่งทั้งสามเรื่องมีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามคุณภาพด้านการติดต่อสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์

การติดต่อสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ การบริการ	ลำดับที่
1. พนักงานกล่าวเชิญชวน ทักทาย และขอบคุณลูกค้าอย่างจริงใจ	3.78	0.853	มาก	2
2. แบบฟอร์มใบรายการต่างๆ มีความชัดเจนอ่านเข้าใจได้ง่าย	3.81	0.793	มาก	1
3. พนักงานรับฟังปัญหาและคำติชมของลูกค้าด้วยความเต็มใจ	3.77	0.764	มาก	3
4. การติดต่อธนาคารทางโทรศัพท์ทำได้โดยสะดวกไม่รอ สายนาน	3.63	0.837	มาก	5
5. ข้อมูลเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตมีความสมบูรณ์ถูกต้อง ทันสมัยสามารถใช้บริการตรวจรางวัลสลากออมสินคู่อัตราดอกเบี้ยได้	3.65	0.837	มาก	4
รวม	3.73	0.817	มาก	

จากตารางที่ 15 พบว่า ปัจจัยด้านความสะดวกในการติดต่อสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์มีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องแบบฟอร์มใบรายการต่างๆ มีความชัดเจนอ่านเข้าใจได้ง่าย มีระดับคุณภาพบริการสูงที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมาคือเรื่องพนักงานกล่าวเชิญชวน ทักทาย และขอบคุณลูกค้าอย่างจริงใจมีค่าเฉลี่ย 3.78 และมีการรับรู้คุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือ เรื่องการติดต่อธนาคารทางโทรศัพท์ทำได้โดยสะดวกไม่รอสายนานมีค่าเฉลี่ย 3.63 ซึ่งทั้งสามเรื่องมีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามคุณภาพด้านความรู้ความสามารถของบุคลากร

ความรู้ความสามารถของบุคลากร	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ การบริการ	ลำดับที่
1. พนักงานให้คำแนะนำอย่างมีหลักการและมีความชัดเจน	3.81	0.795	มาก	2
2. พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์เครื่องมือได้คล่องแคล่วว่องไว	3.78	0.804	มาก	4
3. พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ทุกประเด็น	3.81	0.769	มาก	1
4. พนักงานสามารถแก้ปัญหาของลูกค้าได้จนเป็นที่พอใจ	3.76	0.731	มาก	5
5. พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำ	3.81	0.796	มาก	3
รวม	3.79	0.779	มาก	

จากตารางที่ 16 พบว่า ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถของบุคลากรมีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเรื่อง พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ทุกประเด็นมีระดับคุณภาพบริการสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมาคือเรื่อง พนักงานให้คำแนะนำอย่างมีหลักการและมีความชัดเจนมีค่าเฉลี่ย 3.81 และมีการรับรู้คุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือเรื่องพนักงานสามารถแก้ปัญหาของลูกค้าได้จนเป็นที่พอใจมีค่าเฉลี่ย 3.76 ซึ่งทั้งสามเรื่องมีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามคุณภาพด้านความสุภาพเป็นมิตร
ของผู้ให้บริการ

ความสุภาพเป็นมิตรของผู้ให้บริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ การบริการ	ลำดับที่
1. พนักงานแต่งกายสุภาพ เหมาะสมกับหน้าที่และ สถานที่	3.87	0.723	มาก	1
2. พนักงานให้บริการด้วยความอ่อนน้อม ใจกว้าง สุภาพ มีมารยาท	3.85	0.773	มาก	2
3. พนักงานสามารถเก็บกลิ่นอารมณ์ไว้ได้ดีกับ ลูกค้าที่จู้จุกจิก	3.75	0.780	มาก	3
4. พนักงานปฏิบัติเสถียรบริการลูกค้า ได้นุ่มนวล สุภาพ มีเหตุผล	3.73	0.786	มาก	4
รวม	3.80	0.765	มาก	

จากตารางที่ 17 พบว่า ปัจจัยด้านความสุภาพเป็นมิตรของผู้ให้บริการมีระดับคุณภาพ
บริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเรื่องพนักงานแต่งกายสุภาพ
เหมาะสมกับหน้าที่และสถานที่ที่มีระดับคุณภาพบริการสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมาคือเรื่อง
พนักงานให้บริการด้วยความอ่อนน้อม ใจกว้างสุภาพ มีมารยาท มีค่าเฉลี่ย 3.85 และมีการรับรู้
คุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือเรื่องพนักงานปฏิบัติเสถียรบริการลูกค้า ได้นุ่มนวล สุภาพ มีเหตุผล มี
ค่าเฉลี่ย 3.73 ซึ่งทั้งสามเรื่องมีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามคุณภาพด้านความน่าเชื่อถือ

ความน่าเชื่อถือ	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ การบริการ	ลำดับที่
1. พนักงานให้คำแนะนำและบริการไม่ผิดพลาด	3.75	0.717	มาก	4
2. พนักงานให้บริการตามที่ธนาคารได้ ประชาสัมพันธ์ไว้จริง	3.76	0.747	มาก	3
3. พนักงานให้บริการรวดเร็ว นับใจ	3.73	0.843	มาก	5
4. ธนาคารสร้างความเชื่อถือแก่ลูกค้าว่าจะได้รับ ประโยชน์สูงสุด	3.79	0.766	มาก	2
5. ธนาคารแสดงอัตราดอกเบี้ย/ค่าภาษีที่เกี่ยวข้อง ให้ลูกค้าทราบ	3.82	0.729	มาก	1
รวม	3.77	0.761	มาก	

จากตารางที่ 18 พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือมีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.77 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องธนาคารแสดงอัตราดอกเบี้ย/ค่าภาษีที่เกี่ยวข้องให้ลูกค้าทราบมีระดับคุณภาพบริการสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมาคือเรื่องธนาคารสร้างความเชื่อถือแก่ลูกค้าว่าจะได้รับประโยชน์สูงสุด มีค่าเฉลี่ย 3.79 และมีการรับรู้คุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือเรื่องพนักงานให้บริการรวดเร็ว นับใจ มีค่าเฉลี่ย 3.73 ซึ่งทั้งสามเรื่องมีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามคุณภาพด้านความคงเส้นคงวาในการให้บริการ

ความคงเส้นคงวาในการให้บริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ การบริการ	ลำดับที่
1. พนักงานให้บริการและปฏิบัติงานถูกต้องแม่นยำ ทุกครั้ง	3.79	0.758	มาก	3
2. พนักงานให้คำแนะนำช่วยเหลืออย่างเต็มใจทุกครั้ง	3.84	0.767	มาก	2
3. พนักงานให้บริการลูกค้าตามลำดับก่อนหลัง	3.90	0.755	มาก	1
รวม	3.84	0.760	มาก	

จากตารางที่ 19 พบว่า ปัจจัยด้านความคงเส้นคงวาในการให้บริการมีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องพนักงานให้บริการลูกค้าตามลำดับก่อนหลังมีระดับคุณภาพบริการสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมาคือ เรื่องพนักงานให้คำแนะนำช่วยเหลืออย่างเต็มใจทุกครั้ง มีค่าเฉลี่ย 3.84 และมีการรับรู้คุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือ เรื่องพนักงานให้บริการและปฏิบัติงานถูกต้องแม่นยำทุกครั้ง มีค่าเฉลี่ย 3.79 ซึ่งทั้งสามเรื่องมีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามคุณภาพด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว

การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ การบริการ	ลำดับที่
1. พนักงานให้บริการรวดเร็ว	3.78	0.817	มาก	3
2. พนักงานเต็มใจช่วยเหลือลูกค้าอย่างทันทีทันใด	3.81	0.787	มาก	1
3. พนักงานไม่ทำกิจกรรมอื่นขณะปฏิบัติงาน	3.80	0.789	มาก	2
รวม	3.80	0.798	มาก	

จากตารางที่ 20 พบว่า ปัจจัยด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว มีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องพนักงานเต็มใจช่วยเหลือลูกค้าอย่างทันทีทันใดมีระดับคุณภาพบริการสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมาคือ เรื่องพนักงานไม่ทำกิจกรรมอื่นขณะปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย 3.80 และมีการรับรู้คุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือ เรื่องพนักงานให้บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.78 ซึ่งทั้งสามเรื่องมีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามคุณภาพด้านความปลอดภัย

ความปลอดภัย	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ การบริการ	ลำดับที่
1. พนักงานเก็บความลับหรือข้อมูลลูกค้า	3.96	0.741	มาก	2
2. ธนาคารมีมาตรการและระบบจัดเก็บข้อมูลลูกค้าที่ดี	3.95	0.730	มาก	3
3. ธนาคารมีหลักฐานการให้บริการที่ชัดเจนแก่ลูกค้าทุกครั้ง (เช่น พิมพ์ยอดฝาก-ถอนเงินในสมุดบัญชี, มีสติ๊กเกอร์ฝาก-ถอน ATM)	3.97	0.726	มาก	1
รวม	3.96	0.733	มาก	

จากตารางที่ 21 พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องธนาคารมีหลักฐานการให้บริการที่ชัดเจนแก่ลูกค้าทุกครั้ง (เช่น พิมพ์ยอดฝาก-ถอนเงินในสมุดบัญชี, มีสติ๊กเกอร์ฝาก-ถอน ATM) มีระดับคุณภาพบริการสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมาคือ เรื่องพนักงานเก็บความลับหรือข้อมูลลูกค้ามีค่าเฉลี่ย 3.96 และมีการรับรู้คุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือ เรื่องธนาคารมีมาตรการและระบบจัดเก็บข้อมูลลูกค้าที่ดีมีค่าเฉลี่ย 3.95 ซึ่งทั้งสามเรื่องมีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามคุณภาพด้านความเข้าใจลูกค้า

ความเข้าใจลูกค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพ การบริการ	ลำดับที่
1. พนักงานมีการสอบถามลูกค้าเพื่อให้เกิดความเข้าใจความต้องการของลูกค้า	3.83	0.772	มาก	1
2. พนักงานเอาใจใส่ในปัญหาของลูกค้าอย่างจริงจัง	3.78	0.768	มาก	2
3. ธนาคารมีกลองรับข้อคิดเห็นของลูกค้า เพื่อสำรวจความต้องการของลูกค้าซึ่งจะนำไปปรับปรุงด้านการบริการต่อไป	3.66	0.806	มาก	3
รวม	3.76	0.782	มาก	

จากตารางที่ 22 พบว่า ปัจจัยด้านความเข้าใจลูกค้ามีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องพนักงานมีการสอบถามลูกค้าเพื่อให้เกิดความเข้าใจความต้องการของลูกค้า มีระดับคุณภาพบริการสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.83 รองลงมาคือเรื่องพนักงานเอาใจใส่ในปัญหาของลูกค้าอย่างจริงจัง มีค่าเฉลี่ย 3.78 และมีการรับรู้คุณภาพการบริการต่ำที่สุด คือ เรื่องธนาคารมีกลองรับข้อคิดเห็นของลูกค้า เพื่อสำรวจความต้องการของลูกค้าซึ่งจะนำไปปรับปรุงด้านการบริการต่อไป มีค่าเฉลี่ย 3.66 ซึ่งทั้งสามเรื่องมีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามคุณภาพด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้

สิ่งที่สามารถสัมผัสได้	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ การบริการ	ลำดับที่
1. ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้งาน	3.66	0.872	มาก	4
2. ความสวยงามของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้งาน	3.68	0.881	มาก	3
3. บุคลิกภาพแบบมืออาชีพของผู้ให้บริการ	3.78	0.857	มาก	1
4. การจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาด	3.73	0.863	มาก	2
รวม	3.71	0.868	มาก	

จากตารางที่ 23 พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้มีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเรื่องบุคลิกภาพแบบมืออาชีพของผู้ให้บริการมีระดับคุณภาพบริการสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.78 รองลงมาคือ เรื่องการจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาดมีค่าเฉลี่ย 3.73 และมีการรับรู้คุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือ เรื่องความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 3.66 ซึ่งทั้งสามเรื่องมีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามการรับรู้คุณภาพการบริการของ
ธนาคารออมสิน

การรับรู้คุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ การบริการ	ลำดับที่
1. ความสะดวกในการให้บริการ	3.57	0.865	มาก	10
2. การติดต่อสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์	3.73	0.817	มาก	8
3. ความรู้ความสามารถของบุคลากร	3.79	0.779	มาก	5
4. ความสุภาพเป็นมิตรของผู้ให้บริการ	3.80	0.765	มาก	3
5. ความน่าเชื่อถือ	3.77	0.761	มาก	6
6. ความคงเส้นคงวาในการให้บริการ	3.84	0.760	มาก	2
7. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	3.80	0.798	มาก	4
8. ความปลอดภัย	3.96	0.733	มาก	1
9. ความเข้าใจลูกค้า	3.76	0.782	มาก	7
10. สิ่งที่สามารถสัมผัสได้	3.71	0.868	มาก	9
รวม	3.77	0.793	มาก	

จากตารางที่ 24 พบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณภาพการบริการของธนาคารออมสินมีระดับ
คุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.77 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าด้านความปลอดภัยมี
ระดับคุณภาพบริการสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาคือด้านความคงเส้นคงวาในการให้บริการมี
ค่าเฉลี่ย 3.84 และมีการรับรู้คุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือด้านความสะดวกในการให้บริการมี
ค่าเฉลี่ย 3.57 ซึ่งทั้งสามด้านมีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการบริการของธนาคาร

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ผลิตภัณฑ์หรือบริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับของปัญหา	ลำดับที่
1. รูปแบบการให้บริการทางด้านเงินฝาก	3.21	1.112	ปานกลาง	1
2. รูปแบบการให้บริการทางด้านสินเชื่อ	3.15	1.093	ปานกลาง	2
3. รูปแบบการให้บริการทางด้าน สงเคราะห์ชีวิต(ประกันชีวิต)	3.09	1.070	ปานกลาง	3
รวม	3.15	1.091	ปานกลาง	

จากตารางที่ 25 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเรื่องรูปแบบการให้บริการทางด้านเงินฝากมีระดับของปัญหาสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.21 รองลงมาคือเรื่องรูปแบบการให้บริการทางด้านสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.15 และมีระดับของปัญหาค่ำที่สุดคือเรื่องรูปแบบการให้บริการทางด้านสงเคราะห์ชีวิต (ประกันชีวิต) มีค่าเฉลี่ย 3.09 ซึ่งทั้งสามเรื่องมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามปัญหาด้านราคา

ราคา	\bar{x}	S.D.	ระดับของปัญหา	ลำดับที่
1. อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	3.16	1.051	ปานกลาง	2
2. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	3.18	1.033	ปานกลาง	1
3. ค่าธรรมเนียมการให้บริการ	3.13	1.035	ปานกลาง	3
รวม	3.16	1.040	ปานกลาง	

จากตารางที่ 26 พบว่า ปัจจัยด้านราคามีระดับของปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเรื่องอัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีระดับปัญหาสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.18 รองลงมาคือเรื่องอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก มีค่าเฉลี่ย 3.16 และมีระดับปัญหาค่ำที่สุดคือ เรื่องค่าธรรมเนียมการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.13 ซึ่งทั้งสามเรื่องมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่าย	\bar{x}	S.D.	ระดับของปัญหา	ลำดับที่
1. จำนวนสาขาที่ให้บริการ	3.23	1.090	ปานกลาง	1
2. ความสะดวก และปลอดภัยของที่จอดรถ	3.16	1.053	ปานกลาง	2
3. ทำเลที่ตั้งของธนาคาร	3.14	1.042	ปานกลาง	3
4. ทำเลที่ตั้งของเครื่องบริการฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ	3.09	1.095	ปานกลาง	5
5. ความเพียงพอจำนวนเครื่องบริการฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ	3.13	1.085	ปานกลาง	4
รวม	3.15	1.073	ปานกลาง	

จากตารางที่ 27 พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีระดับของปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องจำนวนสาขาที่ให้บริการมีระดับของปัญหาสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.23 รองลงมาคือเรื่องความสะดวก และปลอดภัยของที่จอดรถมีค่าเฉลี่ย 3.16 และมีระดับของปัญหาต่ำที่สุดคือ เรื่องทำเลที่ตั้งของเครื่องบริการฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ย 3.09 ซึ่งทั้งสามเรื่องมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด	\bar{x}	S.D.	ระดับของปัญหา	ลำดับที่
1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการใหม่ ๆ	3.23	1.029	ปานกลาง	1
2. การส่งเสริมการขาย หลังการใช้บริการ เช่น หลังเปิดบัญชีใหม่	3.13	1.019	ปานกลาง	2
3. การให้พนักงานออกไปแนะนำลูกค้า หรือประชาสัมพันธ์	3.12	1.052	ปานกลาง	3
รวม	3.16	1.033	ปานกลาง	

จากตารางที่ 28 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับของปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการใหม่ ๆ มีระดับของปัญหาสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.23 รองลงมาคือเรื่องการส่งเสริมการขาย หลังการใช้บริการ เช่น หลังเปิดบัญชีใหม่มีค่าเฉลี่ย 3.13 และมีระดับของปัญหาค่ำที่สุดคือเรื่องการให้พนักงานออกไปแนะนำลูกค้า หรือประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.12 ซึ่งทั้งสามเรื่องมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร

บุคลากร	\bar{x}	S.D.	ระดับของ ปัญหา	ลำดับที่
1. ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานธนาคาร	3.23	1.100	ปานกลาง	1
2. บุคลิกภาพของพนักงาน	3.18	1.096	ปานกลาง	2
3. ทักษะและความแม่นยำในการให้บริการ	3.15	1.109	ปานกลาง	3
4. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน	3.14	1.125	ปานกลาง	4
5. ความรู้ ความเข้าใจ ในบริการต่าง ๆ ของธนาคารของพนักงาน	3.13	1.110	ปานกลาง	5
รวม	3.17	1.108	ปานกลาง	

จากตารางที่ 29 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีระดับของปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.17 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเรื่อง ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานธนาคาร มีระดับของปัญหาสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.23 รองลงมาคือเรื่องบุคลิกภาพของพนักงานมีค่าเฉลี่ย 3.18 และมีระดับของปัญหาค่ำที่สุดคือเรื่องความรู้ ความเข้าใจ ในบริการต่าง ๆ ของธนาคารของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.13 ซึ่งทั้งสามเรื่องมีระดับของปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ

กระบวนการให้บริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับของปัญหา	ลำดับที่
1. ความซับซ้อนของขั้นตอนการให้บริการ	3.12	1.030	ปานกลาง	3
2. ความถูกต้อง ครบถ้วน ของการให้บริการ	3.16	1.109	ปานกลาง	2
3. ความสะดวกรวดเร็ว ในการให้บริการ	3.18	1.102	ปานกลาง	1
รวม	3.15	1.080	ปานกลาง	

จากตารางที่ 30 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีระดับของปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเรื่องความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการมีระดับของปัญหาสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.18 รองลงมาคือเรื่องความถูกต้อง ครบถ้วน ของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.16 และมีระดับของปัญหาลำดับที่สามคือเรื่องความซับซ้อนของขั้นตอนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.12 ซึ่งทั้งสามเรื่องมีปัญหอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามปัญหาด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

องค์ประกอบทางกายภาพ	\bar{x}	S.D.	ระดับของปัญหา	ลำดับที่
1. ความเรียบร้อย ความสะอาดสภาพแวดล้อม ภายนอกอาคาร	3.12	1.030	ปานกลาง	2
2. เครื่องแบบการแต่งกายพนักงาน เฟอร์นิเจอร์ ความเรียบร้อยภายในอาคาร	3.16	1.109	ปานกลาง	1
รวม	3.14	1.069	ปานกลาง	

จากตารางที่ 31 พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบทางกายภาพมีระดับของปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องเครื่องแบบการแต่งกายพนักงาน เฟอร์นิเจอร์ ความเรียบร้อยภายในอาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.16 รองลงมาคือเรื่องความเรียบร้อย ความสะอาดสภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.12 ซึ่งทั้งสองเรื่องมีปัญหอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามปัญหาการใช้บริการธนาคารออมสิน

ปัญหาการใช้บริการธนาคารออมสิน	\bar{x}	S.D.	ระดับของปัญหา	ลำดับที่
1. ผลิตภัณฑ์หรือบริการ	3.15	1.091	ปานกลาง	6
2. ราคา	3.16	1.040	ปานกลาง	3
3. การจัดจำหน่าย	3.15	1.073	ปานกลาง	4
4. การส่งเสริมการตลาด	3.16	1.033	ปานกลาง	2
5. บุคลากร	3.17	1.108	ปานกลาง	1
6. กระบวนการให้บริการ	3.15	1.080	ปานกลาง	5
7. องค์ประกอบทางกายภาพ	3.14	1.069	ปานกลาง	7
รวม	3.15	1.071	ปานกลาง	

จากตารางที่ 32 พบว่า ปัญหาการใช้บริการธนาคารออมสินมีระดับของปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีระดับของปัญหาสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 3.17 รองลงมาคือด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.16 และมีระดับของปัญหาค่ำที่สุดคือด้านองค์ประกอบทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.14 ซึ่งทั้งสามด้านมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการปรับปรุงบริการของธนาคาร

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ควรเพิ่มเทคโนโลยีให้ทันสมัยมากขึ้น และเทคโนโลยีด้านบริการ ฝาก-ถอน ให้เร็วขึ้น
2. ควรมีระบบฝากเงิน-ถอนเงิน ทางไปรษณีย์

ด้านสถานที่

1. ควรที่จะให้ธนาคารออมสินเพิ่มสาขาย่อยๆหรือในห้างสรรพสินค้าให้มากขึ้น
2. ควรปรับปรุงสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้าให้มากเพียงพอขยายสาขาให้กว้างขวางมากกว่านี้ สะดวกในการให้บริการ
3. คิดว่าธนาคารมีมาตรฐานในการให้บริการที่ดีอยู่แล้วนอกจากเรื่องสถานที่และที่จอดรถของสาขาในบางแห่ง เช่น ตลิ่งชันมีที่จอดรถน้อยมาก น่าจะหาสถานที่ให้กว้างขวางมากกว่านี้
4. สาขาบางแห่งที่จอดรถน้อย
5. ยอยากให้บริการด้านสาขาเพิ่มขึ้น

ด้านพนักงาน

1. บางครั้งเข้าใจอะไรยาก ต้องอธิบายให้เข้าใจอีกสักนิด
2. ปรับปรุงเครื่องแต่งกายพนักงาน
3. พนักงานเจ้าหน้าที่พูดจาไม่สุภาพ พูดจาไม่ดี เฉพาะบางคน

ด้านกระบวนการ

1. มีเครื่องกดบัตรคิว และคอมที่ทันสมัย
2. ให้บริการดี มีนักศึกษาฝึกงานดูแล ช่วยให้บริการดี บริการดี

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าธนาคารออมสินในสังกัดเขตบางแคแตกต่างกัน

ตารางที่ 33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพการบริการ จำแนกตามเพศ

การรับรู้คุณภาพการบริการ	เพศ		t	Sig. (2-tailed)	
	ชาย	หญิง			
ความสะดวกในการให้บริการ	\bar{x}	3.61	3.50	1.238	.217
	SD	.869	.905		
การติดต่อสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์	\bar{x}	3.82	3.77	.582	.561
	SD	.791	.868		
ความรู้ความสามารถของบุคลากร	\bar{x}	3.85	3.82	.370	.712
	SD	.788	.818		
ความสุภาพเป็นมิตรของผู้ให้บริการ	\bar{x}	3.99	3.93	.814	.416
	SD	.775	.828		
ความน่าเชื่อถือ	\bar{x}	3.80	3.86	-.683	.495
	SD	.815	.748		
ความคงเส้นคงวาในการให้บริการ	\bar{x}	3.97	3.93	.464	.643
	SD	.807	.780		
การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	\bar{x}	3.87	3.90	-.423	.672
	SD	.866	.816		
ความปลอดภัย	\bar{x}	4.06	4.07	-.069	.945
	SD	.809	.769		
ความเข้าใจลูกค้า	\bar{x}	3.85	3.84	.147	.883
	SD	.802	.838		
สิ่งที่สามารถสัมผัสได้	\bar{x}	3.90	3.81	.936	.350
	SD	.945	.934		

* ที่ระดับนัยสำคัญ .05

จากตารางที่ 33 พบว่า เพศต่างกันมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 34 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพการบริการ จำแนกตามอายุ

การรับรู้คุณภาพการบริการ		อายุ (ปี)						F	Sig.
		ต่ำกว่า 16	16 - 25	26 - 35	36 - 45	46 - 55	56 ขึ้นไป		
ความสะดวกในการให้บริการ	\bar{X}	3.86	3.44	3.60	3.64	3.53	3.26	1.491	.192
	SD	.727	.922	.808	.945	.873	.991		
การติดต่อสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์	\bar{X}	4.00	3.70	3.81	3.90	3.82	3.58	1.072	.375
	SD	.707	.850	.721	.981	.833	.769		
ความรู้ความสามารถของบุคลากร	\bar{X}	4.00	3.75	3.85	3.96	3.70	3.95	1.296	.265
	SD	.894	.838	.762	.818	.766	.705		
ความสุภาพเป็นมิตรของผู้ให้บริการ	\bar{X}	4.00	3.89	3.96	4.12	3.85	4.00	1.031	.399
	SD	.837	.820	.796	.858	.732	.745		
ความน่าเชื่อถือ	\bar{X}	3.71	3.81	3.87	3.96	3.72	3.84	.837	.524
	SD	.717	.758	.786	.768	.846	.688		
ความคงเส้นคงวาในการให้บริการ	\bar{X}	3.95	3.88	3.94	4.10	3.85	4.05	1.047	.390
	SD	.805	.814	.713	.821	.799	.780		
การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	\bar{X}	3.90	3.81	3.93	3.99	3.93	3.68	.788	.559
	SD	1.044	.863	.766	.769	.800	1.057		
ความปลอดภัย	\bar{X}	4.00	4.09	3.96	4.13	4.10	4.16	.584	.712
	SD	.837	.780	.722	.848	.775	.834		
ความเข้าใจลูกค้า	\bar{X}	4.05	3.77	3.84	3.86	3.92	3.89	.590	.708
	SD	.805	.840	.796	.806	.809	.994		
สิ่งที่สามารถสัมผัสได้	\bar{X}	4.10	3.85	3.80	3.79	3.90	3.74	.482	.790
	SD	.995	.897	.979	.937	.915	1.098		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 34 พบว่า อายุต่างกันมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 35 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพการบริการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

การรับรู้คุณภาพการบริการ		ระดับการศึกษาสูงสุด				F	Sig.
		ต่ำกว่าม.ต้น	ม.ปลาย/อาชีว/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป		
ความสะดวกในการให้บริการ	\bar{X}	3.59	3.69	3.48	3.48	1.278	.281
	SD	1.019	.844	.917	.854		
การติดต่อสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์	\bar{X}	3.75	3.84	3.77	3.79	.154	.927
	SD	.992	.780	.942	.767		
ความรู้ความสามารถของบุคลากร	\bar{X}	3.86	3.87	3.81	3.80	.194	.901
	SD	.906	.837	.772	.770		
ความสุภาพเป็นมิตรของผู้ให้บริการ	\bar{X}	3.92	3.98	3.94	3.96	.061	.980
	SD	.948	.719	.802	.802		
ความน่าเชื่อถือ	\bar{X}	3.81	3.88	3.81	3.83	.156	.926
	SD	.871	.742	.791	.752		
ความคงเส้นคงวาในการให้บริการ	\bar{X}	3.98	4.02	3.93	3.90	.535	.658
	SD	.917	.650	.810	.797		
การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	\bar{X}	3.91	3.90	3.83	3.90	.152	.929
	SD	.886	.826	.890	.803		
ความปลอดภัย	\bar{X}	4.14	4.09	4.04	4.04	.318	.813
	SD	.906	.697	.794	.777		
ความเข้าใจลูกค้า	\bar{X}	3.95	3.85	3.77	3.83	.578	.630
	SD	.881	.805	.860	.799		
สิ่งที่สามารถสัมผัสได้	\bar{X}	3.94	3.88	3.77	3.82	.459	.711
	SD	1.052	.900	.910	.928		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 35 พบว่า ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 36 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพการบริการ จำแนกตามอาชีพ

การรับรู้คุณภาพการบริการ	อาชีพ									F	Sig.
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พณิชยการ/ห้างร้าน	กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	รับจ้างอิสระ	คนงาน/ลูกจ้าง	เกษตรกร	พ่อบ้าน/แม่บ้าน			
ความสะดวกในการให้บริการ	\bar{X}	3.49	3.56	3.57	3.49	3.64	3.80	4.00	3.44	.522	.818
	SD	.922	.858	.860	.954	.762	.768	1.414	1.003		
การติดต่อสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์	\bar{X}	3.75	3.85	3.89	3.69	3.92	4.10	3.50	3.48	1.374	.215
	SD	.842	.800	.795	.918	.770	.788	.707	.872		
ความรู้ความสามารถของบุคลากร	\bar{X}	3.80	3.76	3.87	3.81	3.89	4.15	4.50	3.72	.861	.538
	SD	.870	.803	.687	.797	.708	.587	.707	.980		
ความสุภาพเป็นมิตรของผู้ให้บริการ	\bar{X}	3.88	3.99	4.11	3.96	3.83	4.15	4.00	3.92	.688	.683
	SD	.810	.814	.823	.800	.775	.587	1.414	.954		
ความน่าเชื่อถือ	\bar{X}	3.77	3.76	3.98	3.81	3.86	4.15	4.00	3.88	.956	.463
	SD	.776	.819	.745	.718	.798	.671	1.414	.833		
ความคงเส้นคงวาในการให้บริการ	\bar{X}	3.89	3.85	4.02	4.01	3.89	4.25	4.50	3.96	.963	.458
	SD	.806	.783	.683	.872	.747	.639	.707	.841		
การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	\bar{X}	3.79	3.84	4.09	3.91	3.83	4.20	4.00	3.92	1.107	.357
	SD	.866	.754	.812	.859	.910	.616	.000	.909		
ความปลอดภัย	\bar{X}	4.10	4.00	4.00	4.03	4.06	4.20	4.50	4.20	.453	.868
	SD	.772	.735	.816	.880	.791	.616	.707	.816		
ความเข้าใจลูกค้า	\bar{X}	3.81	3.81	3.96	3.78	3.94	3.90	4.00	3.88	.327	.948
	SD	.839	.881	.729	.895	.674	.718	1.414	.833		
สิ่งที่สามารถสัมผัสได้	\bar{X}	3.91	3.69	3.91	3.76	3.72	4.05	4.00	4.00	.812	.578
	SD	.888	1.000	.915	.994	1.085	.686	1.414	.816		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 36 พบว่า อาชีพต่างกันมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 37 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพการบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การรับรู้คุณภาพการบริการ		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						F	Sig.
		ไม่เกิน 5,000	5,001-15,000	15,001-25,000	25,001-35,000	35,001-45,000	45,001 บาทขึ้นไป		
ความสะดวกในการให้บริการ	\bar{X}	3.58	3.52	3.65	3.52	3.39	3.11	.797	.553
	SD	.834	.931	.690	.937	1.033	1.453		
การติดต่อสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์	\bar{X}	3.75	3.78	3.70	3.96	4.00	3.67	.905	.478
	SD	.825	.872	.723	.815	.853	1.225		
ความรู้ความสามารถของบุคลากร	\bar{X}	3.83	3.87	3.64	3.91	4.00	3.56	1.367	.236
	SD	.904	.774	.715	.755	.674	1.236		
ความสุภาพเป็นมิตรของผู้ให้บริการ	\bar{X}	3.93	3.95	3.88	4.17	4.04	3.44	1.602	.158
	SD	.786	.830	.775	.709	.767	1.236		
ความน่าเชื่อถือ	\bar{X}	3.79	3.89	3.64	3.96	4.04	3.67	1.773	.117
	SD	.773	.756	.777	.729	.706	1.225		
ความคงเส้นคงวาในการให้บริการ	\bar{X}	3.91	3.96	3.83	4.13	3.91	4.00	.841	.521
	SD	.809	.784	.776	.718	.900	.866		
การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	\bar{X}	3.80	3.95	3.65	4.11	4.13	3.78	2.570	.026*
	SD	.880	.823	.813	.767	.694	.972		
ความปลอดภัย	\bar{X}	4.05	4.11	3.89	4.13	4.13	4.22	.928	.462
	SD	.800	.800	.767	.749	.694	.833		
ความเข้าใจลูกค้า	\bar{X}	3.88	3.83	3.70	3.89	4.13	3.78	1.060	.382
	SD	.786	.839	.723	.900	.920	.972		
สิ่งที่สามารถสัมผัสได้	\bar{X}	3.99	3.87	3.55	3.85	3.96	3.56	2.111	.063
	SD	.827	.939	.931	1.032	.928	1.333		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 37 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยกลุ่มที่มีรายได้ 35,001-45,000 บาท มีการรับรู้คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วแตกต่างกันมากที่สุด

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพการบริการด้านการ
ตอบสนองอย่างรวดเร็ว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ด้านการตอบสนอง อย่างรวดเร็ว	(I) 5.รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	(J) 5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Mean Difference	Sig.
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 15,000 บาท	-.15	.712
		15,001 - 25,000 บาท	.15	.875
		25,001 - 35,000 บาท	-.31	.286
		35,001 - 45,000 บาท	-.33	.508
		45,001 บาทขึ้นไป	-.02	1.000
	5,001 - 15,000 บาท	ไม่เกิน 5,000 บาท	.15	.712
		15,001 - 25,000 บาท	.30	.141
		25,001 - 35,000 บาท	-.16	.859
		35,001 - 45,000 บาท	-.18	.923
		45,001 บาทขึ้นไป	.17	.991
	15,001 - 25,000 บาท	ไม่เกิน 5,000 บาท	-.15	.875
		5,001 - 15,000 บาท	-.30	.141
		25,001 - 35,000 บาท	-.46*	.048*
		35,001 - 45,000 บาท	-.48	.161
		45,001 บาทขึ้นไป	-.13	.998
	25,001 - 35,000 บาท	ไม่เกิน 5,000 บาท	.31	.286
		5,001 - 15,000 บาท	.16	.859
		15,001 - 25,000 บาท	.46*	.048*
		35,001 - 45,000 บาท	-.02	1.000
		45,001 บาทขึ้นไป	.33	.882
	35,001 - 45,000 บาท	ไม่เกิน 5,000 บาท	.33	.508
		5,001 - 15,000 บาท	.18	.923
		15,001 - 25,000 บาท	.48	.161
		25,001 - 35,000 บาท	.02	1.000
		45,001 บาทขึ้นไป	.35	.887
	45,001 บาทขึ้นไป	ไม่เกิน 5,000 บาท	-.02	1.000
		5,001 - 15,000 บาท	-.17	.991
		15,001 - 25,000 บาท	.13	.998
		25,001 - 35,000 บาท	-.33	.882
		35,001 - 45,000 บาท	-.35	.887

หมายเหตุ: วิธี Post Hoc ที่ใช้คือ Tukey

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ≤ 0.05

จากตารางที่ 38 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) เมื่อพิจารณารายคู่ที่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท และกลุ่มรายได้ 25,001-35,000 บาท มีการรับรู้คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่ากลุ่มรายได้ 25,001-35,000 บาท มีคะแนนค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพการบริการมากกว่ากลุ่มรายได้ 15,001-25,000 บาท เท่ากับ 4.11 ส่วนกลุ่มรายได้กลุ่มรายได้ 15,001-25,000 บาท มีค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพการบริการเท่ากับ 3.65

สมมติฐานที่ 2 ลูกค้าที่มีจำนวนบัญชีเงินฝาก และระยะที่ใช้บริการเงินฝากธนาคารออมสินแตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าธนาคารออมสินในสังกัดเขตบางแคแตกต่างกัน

ตารางที่ 39 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพการบริการจำแนกตามจำนวน
บัญชีเงินฝาก

การรับรู้คุณภาพการ บริการ	จำนวนบัญชีเงินฝาก						F	Sig.
	1 บัญชี	2 บัญชี	3 บัญชี	4 บัญชี	5 บัญชี	มากกว่า 5 บัญชี		
ความสะดวกในการ ให้บริการ	\bar{X} SD	3.52 .912	3.56 .832	3.55 .899	3.60 .986	3.79 1.051	3.22 .972	.488 .785
การติดต่อสื่อสารหรือ การประชาสัมพันธ์	\bar{X} SD	3.75 .838	3.83 .824	3.80 .890	3.80 .941	4.00 .555	3.56 1.014	.469 .799
ความรู้ความสามารถ ของบุคลากร	\bar{X} SD	3.89 .829	3.72 .763	3.82 .884	3.93 .704	3.86 .663	3.78 .833	.726 .605
ความสุภาพเป็นมิตร ของผู้ให้บริการ	\bar{X} SD	3.96 .768	3.91 .826	3.96 .922	4.13 .834	4.00 .784	4.00 .707	.226 .951
ความน่าเชื่อถือ	\bar{X} SD	3.84 .771	3.82 .728	3.75 .886	4.13 .743	4.00 .877	3.78 .667	.739 .594
ความคงเส้นคงวาใน การให้บริการ	\bar{X} SD	3.92 .829	3.96 .771	3.93 .766	4.00 .756	4.14 .770	3.89 .601	.243 .943
การตอบสนองอย่าง รวดเร็ว	\bar{X} SD	3.88 .873	3.88 .813	3.87 .771	3.87 .990	4.00 .877	4.00 .500	.090 .994
ความปลอดภัย	\bar{X} SD	4.06 .806	4.04 .781	4.13 .747	4.13 .834	4.00 .784	4.22 .667	.209 .959
ความเข้าใจลูกค้า	\bar{X} SD	3.82 .820	3.82 .830	3.82 .863	4.00 .845	4.14 .663	4.11 .782	.723 .606
สิ่งที่สามารถสัมผัสได้	\bar{X} SD	3.87 .918	3.77 1.009	3.89 .875	3.80 1.014	4.00 .877	3.89 .782	.285 .921

* ที่ระดับนัยสำคัญ .05

จากตารางที่ 39 พบว่า จำนวนบัญชีเงินฝากต่างกันมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการ
บริการไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 40 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพการบริการ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ

การรับรู้คุณภาพการบริการ		ระยะเวลาที่ใช้บริการ						F	Sig.
		ต่ำกว่า 1 ปี	1-2 ปี	3-5 ปี	6-10 ปี	11-15 ปี	16 ปีขึ้นไป		
ความสะดวกในการให้บริการ	\bar{X}	3.68	3.65	3.55	3.40	3.44	3.20	1.764	.119
	SD	.891	.890	.887	.710	.965	1.041		
การติดต่อสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์	\bar{X}	3.82	3.83	3.83	3.73	3.76	3.60	.435	.824
	SD	.774	.870	.774	.804	.989	.816		
ความรู้ความสามารถของบุคลากร	\bar{X}	3.90	3.84	3.89	3.64	3.81	3.84	.816	.539
	SD	.735	.886	.702	.778	.826	.943		
ความสุภาพเป็นมิตรของผู้ให้บริการ	\bar{X}	3.96	3.97	3.97	3.84	3.89	4.20	.778	.566
	SD	.807	.805	.779	.714	.883	.957		
ความน่าเชื่อถือ	\bar{X}	3.84	3.88	3.87	3.64	3.91	3.76	.985	.427
	SD	.681	.797	.768	.754	.784	.879		
ความคงเส้นคงวาในการให้บริการ	\bar{X}	3.88	3.97	3.98	3.89	3.93	4.00	.202	.961
	SD	.824	.867	.732	.658	.866	.707		
การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	\bar{X}	3.94	3.92	3.92	3.78	3.85	3.80	.359	.876
	SD	.913	.859	.808	.686	.899	.866		
ความปลอดภัย	\bar{X}	4.14	4.00	4.12	3.95	4.17	4.08	.796	.553
	SD	.700	.837	.777	.780	.746	.812		
ความเข้าใจลูกค้า	\bar{X}	3.84	3.87	3.84	3.78	3.93	3.72	.311	.906
	SD	.866	.873	.821	.712	.696	1.021		
สิ่งที่สามารถสัมผัสได้	\bar{X}	3.94	3.92	3.90	3.62	3.72	3.80	1.173	.322
	SD	.998	.917	.831	.850	1.123	1.041		

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 40 พบว่า ระยะเวลาที่ใช้บริการที่ต่างกันมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 41 สรุปการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพการบริการ จำแนกตามจำนวนบัญชีเงินฝากและระยะเวลาที่ใช้บริการ

การรับรู้คุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน	จำนวนบัญชีเงินฝาก (Sig.)	ระยะเวลาที่ใช้บริการเงินฝาก (Sig.)
ความสะดวกในการให้บริการ	.785	.119
การติดต่อสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์	.799	.824
ความรู้ความสามารถของบุคลากร	.605	.539
ความสุภาพเป็นมิตรของผู้ให้บริการ	.951	.566
ความน่าเชื่อถือ	.594	.427
ความคงเส้นคงวาในการให้บริการ	.943	.961
การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	.994	.876
ความปลอดภัย	.959	.553
ความเข้าใจลูกค้า	.606	.906
สิ่งที่สามารถสัมผัสได้	.921	.322

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 41 พบว่า จำนวนบัญชีเงินฝากธนาคารและระยะเวลาที่ใช้บริการที่ต่างกันมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05