# พฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงิน : กรณีศึกษา ธนาคารออมสินในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

# CUSTOMER BEHEAVIORS AFFECTING THE USAGE OF FINANCIALTRANSACTION SERVICE : A CASE STUDY OF GOVERNMENT SAVINGS BANK, LAM LUK KA DISTRICT BRANCH, PATHUM THANI PROVINCE

ทัศนีย์ สระสำราญ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

# พฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงิน : กรณีศึกษา ธนาคารออมสินในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

ทัศนีย์ สระสำราญ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

| | |
|---|---|
| **หัวข้อการค้นคว้าอิสระ** | พฤติกรรมของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงิน : กรณีศึกษา ธนาคารออมสินสาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี<br>Customer Behaviors Affecting the Usage of Financial Transaction Service: A Case Study of Government Savings Bank, Lam Luk Ka District Branch, Pathum Thani Province |
| **ชื่อ - สกุล** | นางสาวทัศนีย์ สระสำราญ |
| **วิชาเอก** | การจัดการทั่วไป |
| **อาจารย์ที่ปรึกษา** | รองศาสตราจารย์อภิรดา สุทธิสานนท์, บธ.ม. |
| **ปีการศึกษา** | 2555 |

**คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ**

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิสิษฐ์ จันทร์วราสุทธิ์, Ph.D.)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารณี พิมพ์ช่างทอง, D.B.A.)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์อภิรดา สุทธิสานนท์, บธ.ม.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

.....คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(รองศาสตราจารย์ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร, D.B.A.)
วันที่ 10 เดือน มีนาคม พ.ศ.2556

| | |
|---|---|
| **หัวข้อการค้นคว้าอิสระ** | พฤติกรรมของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร : กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี |
| **ชื่อ-นามสกุล** | นางสาวทัศนีย์ สระสำราญ |
| **วิชาเอก** | การจัดการทั่วไป |
| **อาจารย์ที่ปรึกษา** | รองศาสตราจารย์อภิรดา สุทธิสานนท์, บธ.ม. |
| **ปีการศึกษา** | 2555 |

# บทคัดย่อ


การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงิน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานีจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานประกอบด้วย Independent Samples t - test, One - way ANOVA และ LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่าการใช้บริการธุรกรรมการเงินของทางธนาคาร ด้านความน่าเชื่อถือมั่นคง ด้านความซื่อสัตย์ และด้านความเข้าใจ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการตอบสนอง ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านความสุภาพอ่อนโยน และด้านการสื่อสาร มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินด้านการสื่อสาร และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินในภาพรวม ส่วนพฤติกรรมของลูกค้า ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงิน ด้านความน่าเชื่อถือมั่นคง และด้านการตอบสนอง



**คำสำคัญ** : ธนาคาร ธุรกรรมการเงิน พฤติกรรม

| | |
|---|---|
| **Independent Study Title** | Customer Behaviors Affecting the Usage of Financial Transaction Service: A Case Study of Government Savings Bank, Lam Luk Ka District Branch, Pathum Thani Province |
| **Name - Surname** | Miss Thassanee Srasamran |
| **Major Subject** | General Management |
| **Independent Study Advisor** | Associate Professor Apirada Suthisanont, M.B.A. |
| **Academic Year** | 2012 |

# ABSTRACT

This study aimed to explore demographic factors and customer behaviors that affected the usage of financial transaction service. The sample group was 400 customers of Government Savings Bank, Lam Luk Ka District Branch, Pathum Thani Province. Questionnaires were used to collect data. Data were analyzed using descriptive statistics including Percentage, Mean, and Standard Deviation; and inferential statistics including Independent Samples t - test, One - way ANOVA, and LSD at the statistical significance level of 0.05.

The study results found that the usage of financial transaction service in the aspects of reliability, credibility, and understanding were in the highest level of importance. The aspects of responsiveness, access, courtesy, and communication were in the high level of importance.

The hypothesis results found that differences in occupation and monthly income affected the usage of financial transaction service in the aspect of communication. The differences in monthly income affected the usage of financial transaction service in the total aspect. The customer behaviors in the aspect of differences in usage time period affected the usage of financial transaction service in the aspects of reliability and responsiveness.

**Keywords**: bank, financial transaction, behavior

# กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ด้วยดี กราบขอบพระคุณอย่างสูงต่อ รองศาสตราจารย์อภิรดา สุทธิสานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาของการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ที่ได้คอยช่วยเหลือให้คำปรึกษา ตลอดจนแก้ไขตรวจทานข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และด้วยความกรุณาอย่างสูงจากท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิสิษฐ์ จันทร์วราสุทธิ์ ประธานกรรมการ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดารณี พิมพ์ช่างทอง ที่ให้ความกรุณาเป็นกรรมการในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ พร้อมกันให้คำแนะนำข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ที่มีคุณค่า และเป็นประโยชน์ยิ่ง ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ที่เกิดประโยชน์ และความดี มีคุณค่า เกิดจากการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ ขอบูชาแด่พระคุณของบิดา มารดา ที่ได้อบรมสั่งสอน ปลูกฝังความดี ขยันหมั่นเพียร มานะ อดทน สนับสนุนการศึกษา และคอยเป็นกำลังใจ ช่วยเหลือลูกในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ตลอดจนคณาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อันเป็นพื้นฐานให้เกิดผลสำเร็จในการทำการค้นคว้าอิสระ

ทัศนีย์ สระสำราญ

# สารบัญ


หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ค

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... ง

กิตติกรรมประกาศ ..... จ

สารบัญ ..... ฉ

สารบัญตาราง ..... ซ

สารบัญภาพ ..... ฌ

บทที่

1. บทนำ ..... 1

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ..... 1

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย ..... 2

1.3 สมมติฐานการวิจัย ..... 2

1.4 ขอบเขตของการวิจัย ..... 2

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย ..... 3

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย ..... 4

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ..... 5

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ..... 6

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ ..... 6

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ..... 8

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ ..... 13

2.4 ความหมายของธุรกรรมการเงิน ..... 15

2.5 ความเป็นมาของธนาคารออมสิน ..... 15

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ..... 17

3. วิธีดำเนินการวิจัย ..... 20

3.1ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ..... 20

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ..... 21

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ..... 22

# สารบัญ (ต่อ)


| บทที่ | หน้า |
|---|---|
| 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล | 23 |
| 4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | 24 |
| 4.1 ผลการวิเคราะห์ | 25 |
| 5. สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ | 60 |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย | 60 |
| 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย | 61 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย | 62 |
| 5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวเนื่องในอนาคต | 63 |
| บรรณานุกรม | 63 |
| ภาคผนวก | 65 |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถาม | 66 |
| ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ | 73 |
| ประวัติผู้เขียน | 108 |

# สารบัญตาราง


ตารางที่ หน้า

4.1 จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ จำแนกปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ 25

4.2 จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม 27

4.3 จำนวน (ความถี่) ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านความน่าเชื่อถือและความมั่นคง 29

4.4 จำนวน (ความถี่) ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการตอบสนอง 30

4.5 จำนวน (ความถี่) ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการการเข้าถึงบริการ 31

4.6 จำนวน (ความถี่) ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านความสุภาพอ่อนโยน 31

4.7 จำนวน (ความถี่) ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการสื่อสาร 32

4.8 จำนวน (ความถี่) ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านความซื่อสัตย์ 33

4.9 จำนวน (ความถี่) ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านความเข้าใจ 34

4.10 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ การแปรผลระดับความสำคัญของการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินโดยรวม 35

4.11 แสดงเปรียบเทียบความแตกต่าง การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินในด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อเพศที่แตกต่างกัน 36

4.12 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้บริการธุรกรรมการเงินในด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสินจำแนกตามอายุ 37

4.13 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้บริการธุรกรรมการเงินในด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสินจำแนกตามสถานภาพ 39

# สารบัญตาราง (ต่อ)


ตารางที่ หน้า

4.14 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้บริการธุรกรรมการเงินในด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสิน จำแนกตามระดับการศึกษา 40

4.15 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้บริการธุรกรรมการเงินในด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสิน จำแนกตามอาชีพ 42

4.16 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ด้านการสื่อสาร จำแนกตามอาชีพ 44

4.17 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้บริการธุรกรรมการเงินในด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสิน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 45

4.18 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ด้านการสื่อสาร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 47

4.19 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ด้านต่าง ๆ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 48

4.20 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรม การเงินในด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสิน จำแนกตามความต้องการใช้บริการ 49

4.21 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรม การเงินในด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสิน จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการ 51

4.22 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรม การเงินในด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสิน จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ 53

4.23 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ด้านความน่าเชื่อถือมั่นคง จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ 54

4.24 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ด้านการตอบสนองจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ 55

4.25 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรม การเงินในด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสิน จำแนกตามสถานที่ที่ใช้บริการ 57

# สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ หน้า

4.26 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ..... 58

4.27 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานที่ 2พฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ..... 59

# สารบัญภาพ

ภาพที่ หน้า

1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย ..... 4
2.1 รูปแบบพฤติกรรมการซื้อ ..... 12

# บทที่ 1

# บทนำ

**1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา**

ในสถานการณ์ปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรง ในธุรกิจการเงินของประเทศ แต่เนื่องจากรัฐบาลในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญในการสนับสนุนการส่งเสริมในการลงทุนที่เปิดกว้าง ยังรวมถึงธุรกรรมทางการเงินและด้านการใช้บริการ จึงต้องพยายามสร้างแรงผลักดันในการสร้างกลยุทธ์ ในการแข่งขันของคู่แข่งขัน เพื่อที่จะได้ทำให้เสถียรภาพของบริษัท ได้เปรียบคู่แข่งและยังสร้างความมั่นใจความน่าเชื่อถือต่อการใช้บริการของลูกค้า ทั้งนี้ยังเป็นที่ยอมรับของทางสังคมและธนาคารออมสินยังพร้อมทั้งศักยภาพของสถาบันการเงินและการธนาคารของประเทศไทยในปัจจุบัน มีช่องทางหลากหลายในการทำธุรกรรม ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับรูปแบบการทำธุรกรรมที่ต่าง ๆ กัน ทำให้ระบบธนาคารไทยมีการจัดการระบบที่ทันสมัยให้มากขึ้น จึงปรับตัวทั้งภายในและภายนอก จึงทำให้ธนาคารพาณิชย์และธนาคารเอกชน แข่งขันกันอย่างรุนแรงในการให้บริการ เพื่อต้องการให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ธนาคารจึงนำเสนอบริการที่หลากหลาย เพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ และรักษาส่วนแบ่งลูกค้า และรักษาสัดส่วนการครองตลาดไว้ ธนาคารออมสินคือ สถาบันการเงินที่มีฐานะเป็นนิติบุคคลทำธุรกิจภายใต้ “พระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พ.ศ.2489” สังกัดกระทรวงการคลัง มีคณะกรรมการเป็นผู้ดูแลที่ได้รับการแต่งตั้งจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ธนาคารออมสินได้ดำเนินธุรกิจธนาคารตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2490 เป็นต้นมา ธนาคารออมสินในระยะเวลาที่ผ่านมามีจุดยืนตามวิสัยทัศน์ของธนาคารออมสิน “ เป็นสถาบันการเงินที่มั่นคงเพื่อการออมและเป็นผู้นำในการสนับสนุนเศรษฐกิจฐานรากและลูกค้ารายย่อยด้วยการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและธรรมาภิบาล” ธนาคารต้องการสร้างเศรษฐกิจของประเทศให้เกิดความเข้มแข็งและทำให้ระดับคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น ธนาคารได้ให้บริการอย่างดีปรับตัวให้ทันยุคทันสมัย ในการรักษาฐานลูกค้ามีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ ในการให้บริการที่ครบวงจรทันสมัย เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อภายนอก ในกลุ่มลูกค้า ทุกวัย ทุกอาชีพ ต้องการให้บริการที่ครอบคลุม กับทุกบริการอย่างประทับใจ จุดเด่นของธนาคารที่ทำให้ลูกค้าคงอยู่ และก้าวไปพร้อมกับธนาคาร เพราะธนาคารเป็นหน่วยงานของรัฐที่ให้ความช่วยเหลือ ตอบสนองนโยบายของรัฐอย่างแท้จริง จึงทำให้ธนาคารสามารถอยู่ได้ ใน

สภาวการณ์แข่งขันที่รุนแรง ในปัจจุบันอีกทั้งการให้ความสำคัญกับพฤติกรรมของลูกค้าที่ในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างที่คาดเดาได้ยาก

ดังนั้นการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินเพื่อนำผลที่ได้ไปพัฒนาหรือวางแผนสายงานของผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารและวางกลยุทธ์ในการทำแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่นได้เพราะจะได้มองเห็นความต้องการของลูกค้าเป้าหมายของลูกค้าในการทำธุรกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถจะได้ทำให้ธนาคารได้เปรียบในการทำธุรกรรมการเงินอย่างแท้จริง

**1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย**

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินสาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน สาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

**1.3 สมมติฐานการวิจัย**

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

2. พฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

**1.4 ขอบเขตของการวิจัย**

ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินธนาคารออมสิน มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาอาชีพ และ รายได้ต่อเดือน

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ พฤติกรรมของลูกค้า ประกอบด้วย ผู้บริโภคต้องการใช้บริการอะไร (What) วัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคใช้บริการ (Why) ผู้บริโภคใช้บริการเมื่อใด (When) ผู้บริโภคใช้บริการที่ไหน (Where)

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร ประกอบด้วยความน่าเชื่อถือ มั่นคง การตอบสนอง การเข้าถึงบริการ ความสุภาพอ่อนโยน การสื่อสารความซื่อสัตย์ ความเข้าใจ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา เป็นลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากร กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาได้มาจาก สูตรของ ทาโร ยามาเน่ ได้ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

ช่วงเวลาที่ทำการศึกษาระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา คือ ตั่งแต่เดือนพฤศจิกายน ถึง เดือนธันวาคม 2555

**1.5 คำจำกัดความในการวิจัย**

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ให้ความหมายของคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาดังนี้

1. ธนาคาร หมายถึง ธนาคารออมสิน

2. ลูกค้า หมายถึง ผู้มาใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน

3.พฤติกรรมของลูกค้า หมายถึง การกระทำของบุคคลที่แสดงออกต่าง ๆ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจที่เราแสดงออก เลือกหรือไม่เลือก ต้องการหรือไม่ต้องการผู้บริโภคต้องการใช้บริการอะไร (What) วัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคใช้บริการ (Why) ผู้บริโภคใช้บริการเมื่อใด (When) ผู้บริโภคใช้บริการที่ไหน (Where)

4. การใช้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารออมสิน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ มั่นคง การตอบสนอง การเข้าถึงบริการ ความสุภาพอ่อนโยนการสื่อสาร ความซื่อสัตย์ ความเข้าใจ

5. ธุรกรรมการเงิน หมายถึง การใช้บริการด้านเงินฝาก และ สลากออมสิน ด้านสินเชื่อ ด้านธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และด้านเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ของธนาคาร

6. เงินฝาก หมายถึง ธนาคารออมสินรับฝากเงินฝากประเภท เผื่อเรียก เผื่อเรียกพิเศษ เงินฝากประจำ เงินฝากสลากออมสิน ให้กับบุคคลทั่วไปและนิติบุคคล

7. เงินฝากสลากออมสิน หมายถึง เงินฝากประเภทหนึ่งของธนาคารที่ฝากแล้วได้รับดอกเบี้ยและสามารถลุ้นรางวัลได้

8. สินเชื่อ หมายถึง ธนาคารออมสินให้ลูกค้าสามารถยื่นกู้ยืมเงิน ให้เช่าซื้อ ให้ยืม หลักทรัพย์ หรือวงเงินที่ให้กู้ยืม หรือ ค้ำประกัน รับรางวัล เป็นเจ้าหนี้เนื่องจากธนาคารได้สั่งจ่ายเงินเพื่อประโยชน์ของลูกค้า

9. ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ธนาคารออมสินได้ให้ลูกค้าใช้บริการประเภทการชำระสินค้าและค่าบริการออนไลน์ ตู้ฝาก - ถอน โอนเงินผ่านเครื่องอัตโนมัติ (ATM) และการทำธุรกรรมผ่านอินเตอร์เน็ต

10. เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต หมายถึง เงินฝากที่ลูกค้าทำมาฝากกับธนาคารบางส่วนธนาคารเองได้ให้ความคุ้มครองชีวิตกับลูกค้าตามจำนวนเงินที่กำหนดไว้ ตามเงื่อนไขของกรมธรรม์

**1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย**

**ภาพที่ 1.1** แสดงกรอบแนวคิด

**1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าได้รับ**

1. เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาธุรกรรมของธนาคารให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

2. เพื่อนำแนวคิดจากทฤษฎีและการศึกษาครั้งนี้ไปเป็นตัวแบบหรือสร้างรูปแบบของธุรกรรมการเงินแบบใหม่ที่ลูกค้าต้องการ

3. เพื่อนำผลของการศึกษาที่ได้ ไปวางแผนการบริการ กับลูกค้าเพื่อใช้สร้างความได้เปรียบในการทำธุรกรรมการเงินต่อไป

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

# บทที่ 2

# เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานเรื่องพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินธนาคารออมสินในครั้งนี้ได้อาศัยแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษามีดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

2.4 ความหมายของธุรกรรมการเงิน

2.5 ความเป็นมาของธนาคารออมสิน

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์**

ด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) จะมีลักษณะได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ จะใช้เป็นเกณฑ์ที่ใช้วัดค่าสถิติและลักษณะของประชากรที่สำคัญ ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์มีประสิทธิผลต่อการวัดการกำหนดเป้าหมายของตลาด ตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ที่ใช้มีความสำคัญดังต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538 : 53-55)

ด้านเพศ (Sex) ตัวแปรทางด้านเพศมีความสำคัญในการแบ่งส่วนตลาด สำหรับนักการตลาดต้องทำการใช้ตัวแปรนี้อย่างรอบคอบ เพราะการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรนี้ในปัจจุบันมีผลกับพฤติกรรมการบริโภคอย่างเช่น ผู้หญิงในปัจจุบันทำงานมีมากขึ้น ทำให้ส่งผลต่อการทำงานของสินค้ากลุ่มนี้มาก ผู้หญิงส่วนมากที่ต้องทำงานไม่มีเวลาให้กับตัวเอง ไม่มีเวลาไป ช๊อปปิ้ง หรือ ดูโทรทัศน์ บริษัทโฆษณาเองอาจใช้นิตยสาร หรือสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อเข้าถึงตลาดในกลุ่มนี้ พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป คือ พวกผู้ชายที่หันไปซื้อของ ในห้างสรรพสินค้าแทน

ด้านอายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปร ด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างของส่วนตลาดนักการตลาดได้ค้นหาความต้องการของส่วนตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้น

ด้านสถานภาพ (Marital Status) สถานภาพในปัจจุบันเป็นเป้าหมายที่สำคัญกับหน่วยผู้บริโภค จำนวนและสถานภาพในครอบครัวเป็นที่สนใจของตลาด ในการซื้อสินค้า และการใช้สินค้าต้องอาศัยความพยายามทางการตลาดในการพิจารณาด้านประชากรศาสตร์ ในการพัฒนากลยุทธ์ให้เหมาะสมกับการตลาด จึงเน้นโครงสร้างด้านสื่อ ที่จะเกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจในครอบครัว

ด้านการศึกษา อาชีพ และรายได้ (Education Occupation And Income) ตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนตลาด เรามักจะมองแต่ผู้บริโภคที่มีฐานะดี แต่อย่างไรผู้บริโภคที่มีฐานะปานกลางและฐานะต่ำจะครองส่วนแบ่งตลาดขนาดใหญ่ ปัญหาที่สำคัญในการแบ่งส่วนครองตลาดคือการยึดเอาแต่เกณฑ์จากรายได้เพียงอย่างเดียว เพราะรายได้จะบ่งบอกได้ถึงความสามารถในการบริโภคซื้อหรือไม่ซื้อสินค้า ในขณะเดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจถือเกณฑ์ รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ค่านิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ ถึงแม้เราจะใช้ตัวแปรจากรายได้บ่อยครั้ง ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของตลาดเราจะต้องใช้เกณฑ์รายได้มารวมโยงกับตัวแปรอื่น ๆ ทางด้านประชากรศาสตร์ เช่น กลุ่มรายได้สูงที่มีอายุต่าง ๆ ถือว่าใช้เกณฑ์รายได้ร่วมกับเกณฑ์อายุ เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้กันมากขึ้น เกณฑ์รายได้อาจจะเกี่ยวข้องกับอายุและอาชีพร่วมกัน เช่น กลุ่มผู้บริหารธุรกิจที่มั่งคั่งรุ่นเยาว์ (Yuppies) ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลสูงการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีแนวโน้มความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล ในแต่ละระดับจะสามารถผลิตในราคาสูง และส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาสูงด้วย บุคคลที่มีการศึกษาต่ำโอกาสที่จะหางานระดับสูงยาก จึงทำให้มีรายได้ต่ำ เนื่องจากความสัมพันธ์ ระหว่าง 3 ลักษณะคือ รายได้ การศึกษา และ อาชีพ (อดุลย์ จาตุรงคกุล, 2541 : 38 - 39) ได้มองว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์ (Demand) จะหมายถึง อายุ เพศ วงจรชีวิตของครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น

ในการเกิดขึ้นของตลาดใหม่ เพราะสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มีการเปลี่ยนแปลงตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ จึงทำให้ตลาดอื่นหมดความสำคัญ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญได้แก่

1. อายุ ความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงของอายุ ของประชากรเป็นสิ่งที่สำคัญ

2. เพศ ผู้หญิงที่มีสถานภาพโสดหรือสมรส ในปัจจุบันหันมาทำงานนอกบ้านเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ซื้อรายใหญ่กลายเป็นผู้หญิงแทนพวกผู้ชาย และ บทบาทของผู้หญิง และ ผู้ชายที่เท่ากัน

3. วงจรชีวิตของครอบครัว พฤติกรรมของครอบครัวที่สำคัญได้มาจากขั้นตอนของวงจรชีวิตครอบครัว

4. การศึกษาและรายได้การศึกษามีอิทธิพลต่อรายได้เป็นอย่างมาก การรู้ว่าอะไรเกิดขึ้นกับการศึกษาและรายได้เป็นสิ่งที่สำคัญเพราะแบบแผนการใช้จ่ายขึ้นอยู่กับรายได้ที่ได้รับ

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องนี้ ได้นำแนวคิดนี้มาเป็นคำตอบของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินหรือไม่ อย่างไร

**2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค**

ผู้บริโภคคือ บุคคลที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับกระบวนการบริโภค หรือผู้ใช้สินค้าหรือบริการสุดท้าย (Ultimate Users) ของกระบวนการผลิตและแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน อาจจะเป็นผู้ที่มีบทบาทครบทุกด้านในเรื่องของพฤติกรรมผู้บริโภค หรือบางบทบาท เช่น ผู้ต้องการใช้ ผู้แสวงหาหรือผู้จ่ายเงินซื้อ (สุภาภรณ์ พลนิกร, 2548 : 5)

ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลต่าง ๆ ที่มีความสมบูรณ์ในการซื้อ (Ability to buy) หรือทุกคนที่มีเงิน นอกจากนั้นในทัศนะของนักการตลาด ผู้บริโภคจะต้องมีความเต็มใจในการซื้อสินค้าหรือบริการด้วยลักษณะอื่น ๆ ของผู้บริโภค ก็คือ ผู้บริโภคบางคนซื้อสินค้าไปเพื่อประโยชน์ส่วนตัว ผู้บริโภคบางคนซื้อ เพื่อไปใช้เป็นส่วนผลิต หรือ เพื่อเป็นการ เก็งกำไร และบริการที่ผลิตได้ (อดุลย์ จาตุรงคกุล, 2543 : 7)

ผู้บริโภค คือ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542 : 30) ผู้ที่มีความต้องการซื้อ มีอำนาจซื้อทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อและพฤติกรรมการใช้

**ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค**

พฤติกรรมผู้บริโภค (Belch & Belch, 1993 : 103) หมายถึง กิจกรรมและกระบวนการแสดงออกที่บุคคล ต้องการตอบสนอง ความปรารถนาความต้องการของตนเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ บุคคลต้องการแสวงหา เพื่อเลือก เพื่อซื้อ เพื่อใช้ เพื่อประเมินผล และการให้บริการหลังการใช้ และการกำจัดผลิตภัณฑ์

พฤติกรรมผู้บริโภค (Engel, Blackwell, & Miniard, 1993 : 4) หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนและหลังการกระทำกิจกรรมดังกล่าว ในการได้รับบริการหลังการใช้ การกำจัดผลิตภัณฑ์ และการบริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค (สุภาภรณ์ พลนิกร, 2548 : 4) หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับแต่ละบุคคล กลุ่ม หรือองค์กร และกระบวนการที่กลุ่มดังกล่าวใช้ในการเลือก การได้มา การใช้ และการกำจัด ผลิตภัณฑ์/บริการ หรือประสบการณ์ (Experience) หรือแนวคิดรวบยอด (Concepts) ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความจำเป็น (Needs) และศึกษาผลกระทบของการะบวนการดังกล่าวที่มีต่อผู้บริโภคและสังคม

พฤติกรรมผู้บริโภค (องอาจ ปทะวงนิช ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภร เสรีรัตน์, 2543 : 7) หมายถึง การตัดสินใจและกิจกรรมทางกายภาพที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องเมื่อมีการประเมินการได้มา การใช้หรือการจับจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการ และเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า

พฤติกรรมผู้บริโภค (ปริญ ลักษิตานนท์, 2536 : 27) หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการใช้ผลิตภัณฑ์ และการจัดหา ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อนและมีส่วนกำหนดให้เกิดการกระทำ

พฤติกรรมผู้บริโภค (อดุลย์ จาตุรงคกุล, 2536 : 5) คือ กระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจที่เกิดขึ้นเป็นตัวกำหนด ปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการทางเศรษฐกิจ เกิดขึ้นโดยตรงกับการใช้สินค้าและการได้รับ

พฤติกรรมผู้บริโภค (ธงชัย สันติวงษ์, 2540 : 29) หมายถึง การกระทำของบุคคล บุคคลหนึ่งที่ซึ่งเกี่ยวข้องกับการบริการ การได้มา การจัดหา และการใช้สินค้า และส่วนที่ใช้กำหนดให้เกิดการกระทำนั่นคือ กระบวนการตัดสินใจที่มีมาก่อนหน้านี้

ดังนั้น จากความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่แสดงออกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจที่เราแสดงออก เลือกไม่เลือก เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย เป็นต้น ในงานวิจัยนี้ ได้แก่ พฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมการธนาคารออมสินในเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการ

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Customer Behavior) ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ผู้วิจัยจะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค เพื่อ โดยคำถามในการค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ 6Ws + 1H และค้นหาคำตอบ 7Os ได้ดังนี้ (ปริญ ลักษิตานนท์ และคณะ, 2541 : 124)

Who is the target market? = ใครที่อยู่ในเป้าหมายของตลาด ศึกษาเพื่อให้รู้ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทั้งทางพฤติกรรมศาสตร์ จิตวิทยา ภูมิศาสตร์ และด้านประชากรศาสตร์

What does the consumer buy? = ผู้บริโภคซื้ออะไร โดยการพิจารณาว่าผู้บริโภคมีความต้องการที่จะซื้ออะไร (Objects) เช่น คุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product components)

Why does the consumer buy? = ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ เพื่อให้ทราบจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ของผู้บริโภค จึงจำเป็นต้องศึกษา ปัจจัยเฉพาะบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา

Who participates in the buying? = ใครมีส่วนในการตัดสินใจซื้อ เพื่อให้ทราบจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Organization) ที่มีอิทธิพลหรือมีส่วนร่วมในการช่วยตัดสินใจซื้อ ซึ่งประกอบด้วย ผู้บริโภค ผู้ซื้อ ผู้ริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ และผู้มีอิทธิพล

When does the consumer buy? = ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด เพื่อให้รับรู้ว่าโอกาสในการตัดสินใจที่จะซื้อ (Occasions) อยู่ในช่วงไหน เช่น ช่วงเวลาใดในวัน ช่วงวันใดในเดือน ช่วงเดือนใดของปี

Where does the consumer buy? = ผู้บริโภคซื้อที่ไหน เพื่อให้ทราบถึงสถานที่ที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านค้า เป็นต้น

How does the consumer buy? = ผู้บริโภคซื้ออย่างไร จะประกอบด้วยการประเมินผลการตัดสินใจซื้อ การค้นหาข้อมูล ความรู้สึกภายหลังการซื้อ และการรับรู้ปัญหา เป็นขั้นตอนที่เราต้องทราบในการตัดสินใจซื้อ (Operations)

**โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค**

พฤติกรรมผู้บริโภค กล่าวถึง โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค การตัดสินใจซื้อเป็นเหตุผลในการศึกษาหาสิ่งจูงใจ โดยมีสิ่งกระตุ้นเป็นจุดเริ่มต้น ที่ทำให้สิ่งกระตุ้นที่มีผลกับความรู้สึกความคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้ความคิดของผู้ซื้อจะมีผลกับลักษณะต่าง ๆ ของอิทธิที่มีต่อผู้ซื้อ จึงทำให้เกิดการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) การรับรู้ตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) โมเดลพฤติกรรมของผู้บริโภคนี้จะมีตัวเริ่มต้น คือ สิ่งกระตุ้น เราเรียกโมเดลนี้ว่า S - R Theory ทำให้เกิดความต้องการ เพื่อที่จะได้รับการตอบสนอง จำแนกทฤษฎีนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) หมายถึง สิ่งที่เราได้รับเกิดขึ้นจากภายนอกสิ่งกระตุ้น (Outside Stimulus) และ สิ่งกระตุ้นที่เราได้รับเกิดขึ้นภายในร่างกาย (Inside Stimulus) บรรดานักการตลาดได้ให้ความสำคัญและใส่ใจกับการจัดการสิ่งกระตุ้นจากภายนอก เพราะสิ่งกระตุ้นจากภายนอกนี้เองจะเป็นสิ่งที่ ทำให้ลูกค้ามีเหตุจูงใจในความต้องการ อยากได้ผลิตภัณฑ์ โดยมีเหตุจูงใจ (อารมณ์) ด้านจิตวิทยา และ เหตุผลในการซื้อ สิ่งกระตุ้นภายนอก จะประกอบด้วย ทางการตลาด (Marketing stimulus) และ สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus)

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาดจะหมายถึงสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นสิ่งที่นักการตลาดต้องจัดการให้มีขึ้น ต้องสามารถควบคุมได้ จะแบ่งออกเป็น

- สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในการกำหนดราคาสินค้าให้มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

- สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution / Place) กระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภค โดยการจัดช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย เพียงพอกับความต้องการของลูกค้าทำให้ลูกค้าสะดวกสบายมากขึ้น

- สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) กระตุ้นความต้องการซื้อในรูปแบบของการโฆษณา ให้ทั่วถึงกับกลุ่มลูกค้า พยายามให้พนักงานสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในการขาย

- สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีการกระตุ้นความต้องการให้เกิดแรงจูงใจ ตัวอย่างเช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ ให้มีความสวยงานทันสมัยน่าจับต้อง

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ หมายถึง สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ที่อยู่ภายนอก ที่ผู้บริโภคได้รับ เป็นสิ่งกระตุ้นที่ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการเกิดขึ้น ยกตัวอย่าง เช่น

- สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) หมายถึง สิ่งที่ทำให้มีผลต่อความต้องการของบุคคล ได้แก่ รายได้ของผู้บริโภค ภาวะทางเศรษฐกิจ

- สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological)

- สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law And Political) เช่น เมื่อกฎหมายให้เพิ่มหรือลดภาษีจะส่งผลต่อราคาสินค้า จึงทำให้สินค้าบางชนิดมีอิทธิพลกับความต้องการของผู้บริโภค

- สิ่งกระตุ้นวัฒนธรรม (Culture) หมายถึง การกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภคในช่วงเทศกาลนั้น ตามขนบธรรมเนียมประเพณีไทย

2. กล่องดำ (Black Box) หรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ หมายถึง ความรู้สึกของผู้ซื้อ ความคิดของผู้ซื้อ ที่ผู้ขายนั้นจะได้สามารถรู้ได้ว่าผู้ซื้อนั้นรู้สึกอย่างไร ผู้ขายจึงต้องพยายามค้นหากระบวนการตัดสินใจและความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ที่เปรียบได้กับกล่องดำ (Buyer's Black Box)

- ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ผู้ซื้อจะได้รับแรงจูงใจจากปัจจัยต่อไปนี้ ด้านจิตวิทยา ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านวัฒนธรรม

- กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Response) มี 6 ขั้นตอนคือ 1.การค้นหาข้อมูล 2.ความต้องการ 3.การรับรู้ 4.การตัดสินใจซื้อ 5.พฤติกรรมภายหลัง 6.การประเมินผลทางเลือก

3. การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buyer's Purchase Decisions) หรือ การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) โดยมีการตัดสินใจซื้อในหลักต่อไปนี้

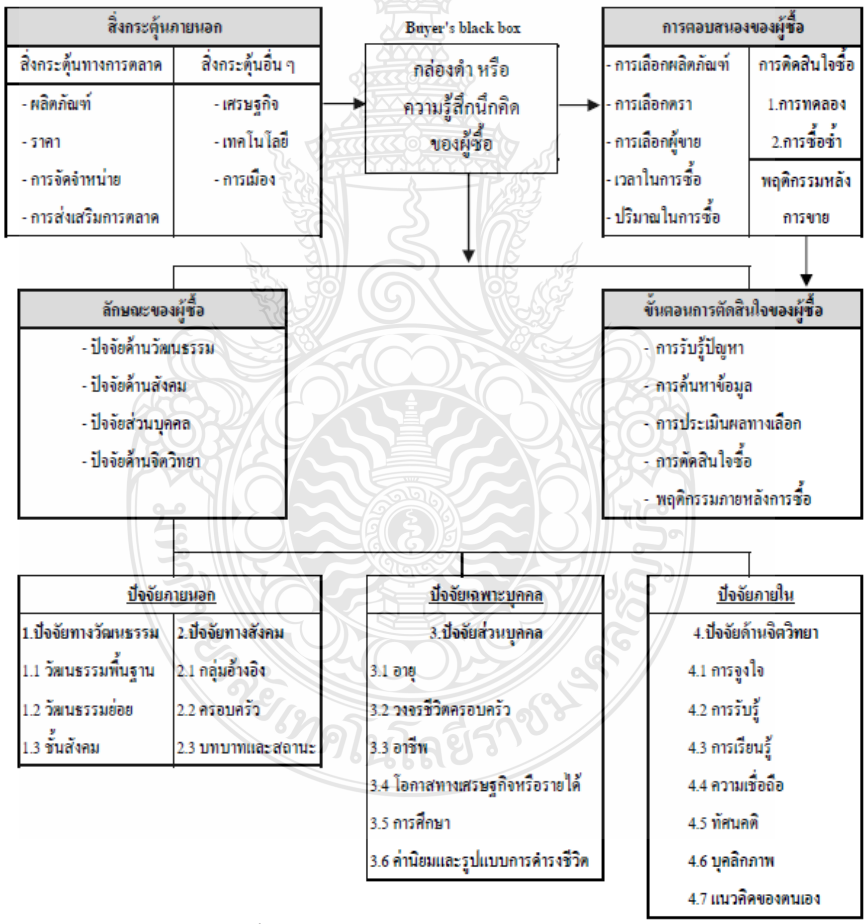
- การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) ผู้บริโภคนั้น จะเลือกตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตามประเภทของผลิตภัณฑ์

- การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) ผู้บริโภคนั้น จะเลือกตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตามตราสินค้าของผลิตภัณฑ์

- การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) ผู้บริโภคนั้น จะเลือกตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยจะนึกถึงการบริการ สถานที่ของผู้ขายก่อน

- การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing) ผู้บริโภคนั้น จะเลือกตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตามระยะเวลา ในตอนเช้า ตอนกลางวัน ตอนเย็นในการเลือกซื้อ

- การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount) ผู้บริโภคนั้น จะเลือกตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตามปริมาณสินค้าที่ต้องการซื้อ เช่น หนึ่งแพ็ค ครึ่งโหล หนึ่งกล่อง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546 : 196 - 199)




**ภาพที่ 2.1** รูปแบบพฤติกรรมการซื้อ (ผู้บริโภค) (Model of Buyer Consumer Behavior) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผู้บริโภค (Factors Influencing Consumer's Buying Behavior) (Kotler, 2003 : 184 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546 : 198)

**2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ**

คำว่าบริการ จะกล่าวถึงสิ่งที่จับต้องไม้ได้ เป็นกิจกรรมหลากหลาย หรือกิจกรรมโดยทั่วไป เกิดจากความสัมพันธ์ ระหว่างพนักงานที่ให้บริการกับลูกค้าที่ใช้บริการ หรือบริษัทกับลูกค้า หรือระบบการให้บริการที่ลูกค้ามาใช้บริการ ในความหมายของการบริการ คือผลประโยชน์หรือการได้รับความพึงพอใจของลูกค้า ในการตอบสนองลักษณะการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ หรืออาจจะเกี่ยวข้องกับการขายหรือไม่ก็ได้ และ สินค้าที่มีอยู่แต่จะไม่เกี่ยวข้องกับเจ้าของสินค้า (สุนันท์ บุญ-วโรดม, 2543 : P.22 - 23)

การบริการ (Service) หมายถึงสิ่งที่สัมผัสจับต้องได้ยากและสูญสลายหายไปได้ง่าย การบริการสามารถสร้างขึ้นโดยผู้ให้บริการทำเพื่อส่งมอบการบริการหนึ่ง ๆ ให้แก่ผู้รับบริการ การบริโภค หรือการใช้บริการจะเกิดขึ้นทันทีที่มีการให้บริการนั้น ๆ หรือเกือบจะทันทีทันใดที่มีการให้บริการเกิดขึ้น (วิฑูรย์ สิมาโชคดี, 2543 : 202 - 203) การบริการโดยทั่วไป จึงมีคุณลักษณะที่สำคัญอยู่ 4 ประการ

1. การบริการเป็นเรื่องที่สัมผัสจับต้องได้ยาก

2. การบริการเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการต่อเนื่องของกิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้ให้บริการกระทำเพื่อส่งมอบแก่ผู้รับบริการ

3. การบริการเกิดขึ้นและถูกบริโภคในขณะเดียวกันเลยหรือเกือบจะในเวลาเดียวกันเลย

4. ลูกค้าหรือผู้รับบริโภคให้ความสำคัญกับ “กิจกรรม” หรือ “กระบวนการบริการ” หรือ “พฤติกรรม” ของผู้ให้บริการมากกว่าสิ่งอื่น ๆ และรับรู้ด้วยความรู้สึกทางใจมากกว่า

การบริการ (Parasuraman, รัชยา และคณะ : 14 - 15) คุณสมบัติที่จำทำให้การบริการประสบความสำเร็จประกอบด้วย

1.1 ความน่าเชื่อถือ ได้แก่ ความพึ่งพาได้และความสม่ำเสมอ

1.2 การตอบสนอง ได้แก่ มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง ความพร้อมที่จะให้บริการและอุทิศเวลา ความเต็มใจที่จะให้บริการ และ การปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดีและมีมาตรฐาน

1.3 ความสามารถ ได้แก่ ความสามารถในการสื่อสาร ความสามารถในการให้บริการ ความสามารถในความรู้วิชาการที่ให้บริการ

1.4 การเข้าถึงบริการ ได้แก่ ผู้ให้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวกระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายจนซับซ้อนเกินไป ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ อยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้สะดวก

1.5 ความสุภาพอ่อนโยน ได้แก่ ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี ให้การต้อนรับที่เหมาะสม การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ

1.6 การสื่อสาร ได้แก่ มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริหาร

1.7 ความซื่อสัตย์ ได้แก่ คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรง น่านับถือ

1.8 ความมั่นคง ได้แก่ ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์

1.9 ความเข้าใจ ได้แก่ การให้ความสนใจแก่ผู้ใช้บริการ การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ การให้คำแนะนำและเอาใจใส่แก่ผู้ใช้บริการ

1.10 การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ ได้แก่ การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับให้บริการ การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

งานบริการ (จรวยพร กุลอำนวยชัย, 2538: 44) เป็นงานที่การบริโภคและการผลิตเกิดขึ้นพร้อมกัน ขึ้นอยู่กับว่าผู้ใช้บริการต้องการอะไร เมื่อใด ไม่สามารถควบคุมหรือกำหนดได้ การมาใช้บริการหรือไม่ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของผู้ใช้บริการ งานบริการเป็นงานที่ไม่สามารถกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าได้ นอกการการคาดคะเนความน่าจะเป็น

ดังนั้น งานบริการเป็นงานที่ต้องการ การตอบสนองในทันที ผู้ใช้บริการต้องการให้ลงมือปฏิบัติในทันที ผู้ใช้บริการจะพร้อมที่จะตอบสนองตลอดเวลา ผู้บริการจะต้องทำหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ ด้วยความเต็มใจ เพื่อตอบสนองต่อ ความต้องการได้มากกว่าเวลา และค่าใช้จ่ายที่บริการเสียไป

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Difference Theory) เป็นทฤษฎีที่บ่งบอกความแตกต่างกันของผู้รับบริการในด้านต่าง ๆ โดยมีพื้นฐานตามทฤษฎีดังนี้

1. มนุษย์นั้นมีความแตกต่างในส่วนของจิตวิทยาส่วนบุคคลมากความแตกต่างนี้ได้มาจากความแตกต่างจากลักษณะทางชีวภาพ หรือ ร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ความแตกต่างนั้นส่วนใหญ่เกิดจากการเรียนรู้

2. มนุษย์ที่เติบโตมาจากสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ก็จะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันตามการเลี้ยงดูไปด้วย

3. การเรียนรู้จากสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวจะทำให้มีลักษณะทางด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันออกไป เช่น ค่านิยม ทัศนคติ ความเชื่อ สภาวะเงื่อนไข (Condition) ความแตกต่างของลักษณะบุคลิกภาพของบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ

**2.4 ความหมายของธุรกรรมการเงิน**

คำว่า ธุรกรรม (Transaction) จะหมายถึง กิจกรรมอย่างหนึ่งที่เกี่ยงข้องกับการดำเนินการ การทำนิติกรรม การทำสัญญากับผู้อื่น แต่การทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหรือการเงิน จะหมายถึง ธุรกรรมการเงิน โดยการทำธุรกรรมทางการเงินจะเป็นข้อตกลง เป็นการสื่อสารกันมีการดำเนินการระหว่างผู้ขาย และผู้ซื้อ จะมีการแลกเปลี่ยนทรัพย์สิน เงิน ธุรกิจ สำหรับการชำระเงิน ล้วนเป็นธุรกรรมทั้งสิ้น จะเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสถานะทางการเงินระหว่างธุรกิจหรือบุคคล เป็นการแลกเปลี่ยนสินค้า เงิน หรือบริการ เป็นรายการแลกสินค้าครั้งหนึ่งและเงินครั้งหนึ่ง ทั้งสองส่วนจะทำธุรกรรมส่วนหนึ่งจะได้สินค้า อีกส่วนจะได้เงิน ยกตัวอย่างเช่น การชำระสินค้าและบริการโดยหักเงินจากบัตรเครดิตหรือบัญชี การฝาก-ถอนเงินในธนาคารหรือบนอินเตอร์เน็ต ในปัจจุบันการทำธุรกรรมการเงิน มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการดำเนินชีวิต ทำให้ผู้คนรู้จักและเข้าใจความหมายของมันมากขึ้น

**2.5 ความเป็นมาของธนาคารออมสิน**

พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 6) ได้ทำการศึกษาลักษณะนิสัย ของคนไทยส่วนใหญ่ในการเก็บเงิน ออมเงิน พระองค์จึงดำริว่า ประชาชนของพระองค์จะทำอย่างไรให้คนไทยเห็นคุณค่า ความสำคัญของการออมเงิน และพระองค์ทรงเห็นว่า การออมเงินมีประโยชน์เป็นอย่างมาก ทำให้ประชาชนของท่านมีการเก็บเงิน เก็บเงินออม รู้จักประหยัดพระองค์จึงต้องการให้มีที่ที่เก็บรักษาเงินทองของประชาชนไว้ ในการเก็บทรัพย์สินพระองค์จึงได้ทำการทดลองจัดตั้ง “คลังออมสิน” ขึ้นในปี 2450 โดยได้รับพระราชทานชื่อว่า แบงค์ “ลีฟอเทีย”

**เริ่มกำเนิดธนาคารออมสิน**

ช่วงเริ่มต้นของยุคที่ 1 พระองค์ได้ประกาศในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ.2456 ได้จัดตั้ง “คลังออมสิน” ขึ้นใน สังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติ กระทรวงพระคลังมหาสมบัติ ได้พระราชทานพระบรมราชานุญาติประกาศใช้ “ พระราชบัญญัติคลังออมสิน พ.ศ.2456 ” ขึ้นโดยจะได้ทำให้คลังออม-สินเป็นประโยชน์ให้แก่ราษฎรทุกคน เกื้อกูลกับราษฎรธนาคารออมสินเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงของยุคที่ 2 ยุคแห่งความก้าวหน้าของการคลังออมสินแห่งประเทศไทยในระยะ ช่วงนี้กิจการมีการเติบโตอย่างมากในช่วงปี พ.ศ.2472 จึงทำให้พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 7) ได้ทรงมีพระราชดำริให้กิจการของ คลังออมสิน ไปอยู่ในความดูแลและรับผิดชอบ ของกรมไปรษณีย์ และโทรเลข กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม พ.ศ.2472 - 2489

ต่อมาในช่วงยุคที่ 3 ของธนาคารออมสินเป็น ยุครากฐานความมั่นคง เมื่อหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่ได้มีการยุติลง คลังออมสินได้มีการเปลี่ยนชื่อมาเป็น ธนาคารออมสิน รัฐบาลได้มองเห็นถึงความสำคัญของการออม เห็นถึงคุณประโยชน์ของการออม และคลังออมสินที่มีต่อการพัฒนาประเทศให้ก้าวหน้า รัฐบาลได้ยกฐานะของคลังออมสินขึ้น โดยให้เป็นองค์การของรัฐมีฐานะเป็นนิติบุคคล โดยได้ดำเนินธุรกิจของรัฐ ภายใต้ “พระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พ.ศ.2489” โดยให้อยู่ภายใต้การควบคุม ของคณะกรรมการ ซึ่งคณะกรรมการจะเป็นบุคคลที่ได้รับการแต่งตั้งจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ได้รับการบริหารงานอย่างอิสระและได้ดำเนินธุรกิจธนาคาร

นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา (พ.ศ.2490 - ปัจจุบัน) และในปัจจุบันเองธนาคารออมสินได้ยกฐานะเป็นนิติบุคคล เป็นรัฐวิสาหกิจ โดยเป็นสถาบันการเงินที่มีรัฐบาลเป็นประกัน ธนาคารออมสินได้ครบรอบ 99 ปีที่ผ่านมา เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2555

วิสัยทัศน์ : Vision “เป็นสถาบันการเงินที่มั่นคงเพื่อการออมและเป็นผู้นำในการสนับสนุนเศรษฐกิจฐานรากและลูกค้ารายย่อยด้วยการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและธรรมาภิบาล”

พันธกิจ : Mission “เป็นสถานบันเพื่อการออม เป็นสถาบันเพื่อการลงทุนและพัฒนา เป็นสถาบันเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก เป็นสถาบันที่รับผิดชอบต่อสังคม”

**ค่านิยม : Core Value**

มุ่งมั่นในวิสัยทัศน์ (Vision Focus) ธนาคารต้องการที่จะต้องบรรลุ เป้าหมายที่วางเอาไว้ให้สอดคล้องกับ พันธกิจ และวิสัยทัศน์ของธนาคาร ธนาคารได้ทำงานที่ได้รับมอบหมายตามหน้าที่อย่างเป็นรูปธรรม

การรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social Responsibility) ธนาคารต้องการให้พนักงานของเราทำงานอย่างเป็นเสมือนครอบครัวเดียวกัน สร้างความสำคัญที่ดีให้กับชุมชนและสังคม ช่วยเหลือชุมชน ทำหน้าที่ของธนาคารและพนักงานตอบแทนชุมชนและสังคม

ยึดมั่นในคุณธรรม (Integrity) พนักงานและองค์กรต้องมีความซื่อสัตย์กับลูกค้ากับเพื่อนร่วมงานหรือ กับคู่ค้า ปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด ทำตัวให้เป็นประโยชน์ทำหน้าที่อย่างเป็นธรรม รักษาประโยชน์ของสังคมและองค์กร

เชี่ยวชาญงานบริการ (Professionalism) พนักงานขององค์กรต้องหมั่นศึกษาหาความรู้ขวนขวายพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ ให้ตัวเองมีความสามารถเชี่ยวชาญในงานที่ทำรักษามาตรฐานของตัวเอง ต้องพร้อมกับทุกสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลง

**2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

วรลักษณ์ พลสยม และ ปุณญนัศ ยศกันโท ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ (2551) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลอันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และจานวนครั้งของการใช้บริการ ที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริการสายการบินนกแอร์ในด้านต่าง ๆ 4 ด้าน ได้แก่ การให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product) การให้บริการด้านราคา (Price) ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) พบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าระดับความพึงพอใจสูงสุด หากพิจารณาความพึงพอใจเป็นรายประเด็น พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกประเด็น ได้แก่ เครื่องบินมีมาตรฐานความปลอดภัยในการบิน การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ความสะอาดของห้องผู้โดยสารและห้องน้ำ มีการส่งเสริมการขายตามเทศกาลต่าง ๆ และสนามบินที่ให้บริการมีความเหมาะสมกับการเดินทาง

ดวงกมล กรมาทิตย์สุข (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการต่อพฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาปัจจัยด้านภาพลักษณ์ประกอบด้วย ด้านความมั่นคงด้านตราสินค้า ด้านการให้บริการ และด้านอาคารสถานที่ สาหรับคุณภาพการให้บริการประกอบด้วยลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ และความเห็นอกเห็นใจของพนักงาน และจากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการ ด้านช่วงเวลาของวันที่ใช้บริการ จะมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ทั้ง 4 ด้าน พฤติกรรมด้านประเภทของบริการที่มาใช้ จะมี ความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ด้านความมั่นคง ตราสินค้า และอาคารสถานที่ ในขณะที่พฤติกรรมด้านช่วงวันของเดือนที่มาใช้บริการ จะมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การให้บริการ ส่วนพฤติกรรมด้านช่วงเวลา และวันของเดือนที่มาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการทุกด้าน และพฤติกรรมด้านประเภทของบริการที่มาใช้จะมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการด้านตอบสนองและด้านความเห็นอกเห็นใจของพนักงาน ส่วนพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการจะมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการทุกด้านยกเว้นด้านกายภาพ

พรชัย อนันบุญทริก (2547) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ธนาคารพาณิชย์ของลูกค้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้ใช้การวัดค่า ตามแบบมาตราส่วนประเมินค่าลิเคิทสเกล สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ธนาคารพาณิชย์ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ด้านสถานที่ ด้านความมั่นคงปลอดภัย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านอุปกรณ์

เครื่องมือเครื่องใช้ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านสังคม ผลการศึกษา จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการ พบว่า ในกลุ่มประชาชนทั่วไปผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์เอกชนไทย กลุ่มผู้ประกอบการผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์ของรัฐบาล กลุ่มข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์เอกชนไทยและธนาคารพาณิชย์ของรัฐบาล จะคำนึงถึงปัจจัยด้านความมั่นคงปลอดภัยมากที่สุด ในส่วนของความปลอดภัยที่สูง ธนาคารมีฐานะที่มั่นคง ส่วนกลุ่มประชาชนทั่วไปผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์ของรัฐบาล จะคำนึงถึงปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน มากที่สุด ในประเด็นที่เจ้าหน้าที่มีการแต่งกาย สุภาพเรียบร้อย สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์เอกชนไทย จะคำนึงถึงปัจจัยด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์มาก ในประเด็นระบบการบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ที่ทันสมัยและเชื่อถือได้ และความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการให้บริการสำหรับปัญหาในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ที่เป็นปัญหาอันดับแรกในด้านต่าง ๆ คือ ในด้านการบริการ พบว่ามีปัญหาที่มีเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอในการให้บริการ ในด้านเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานพบว่า ที่จอดรถมีไม่เพียงพอ ในด้านราคาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เห็นว่า อัตราดอกเบี้ยเงินฝากต่ำ ในด้านความมั่นคงปลอดภัย พบว่าการรักษาความปลอดภัยของธนาคารยังมีไม่เพียงพอ ทำให้ผู้ใช้บริการขาดความเชื่อมั่น ในด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าส่วนใหญ่ลูกค้าเห็นว่า ไม่ค่อยแจ้งข่าวสารให้ลูกค้ารับรู้ หรือ พนักงานออกไม่ออกไปให้บริการใหม่ ๆ ในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าเงื่อนไขในการให้บริการไม่ยืดหยุ่น หรือมีขั้นตอนยุ่งยาก ในด้านอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ พบว่าส่วนใหญ่ ลูกค้าเห็นว่าตู้ ATM มีไม่เพียงพอ ในด้านสังคม พบว่าส่วนใหญ่ การไม่รู้จักผู้บริหารหรือพนักงานธนาคาร ทำให้การใช้บริการไม่ได้รับความสะดวก

ภรรคพล อุตระทอง (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์บริการ บริษัท ไทยซัมซุง อิเล็กทรอนิกส์ จากัดในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีทั้งหมด 5 สาขา ได้แก่ สาขาสีลม สาขาพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า สาขาเซียร์รังสิต สาขามาบุญครอง และสาขาศรีนครินทร์ ผลการศึกษาพบว่า ด้านของข้อมูลทั่วไป ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เพศหญิง ที่สถานภาพ คือโสด มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี มีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี และ ได้รับรายได้ต่อเดือน 5,000 - 14,999 บาท ด้านข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการใช้ศูนย์บริการ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสินค้าที่นำมารับบริการ ที่ระดับราคา 2,000 - 11,999 บาท ลูกค้าส่วนใหญ่มาใช้บริการเป็นครั้งแรก ประเภทของสินค้าที่เข้ารับบริการคือโทรศัพท์เคลื่อนที่มีอายุการใช้งานของสินค้านับจากวันที่ซื้อถึงวันที่ส่งซ่อมน้อยกว่า 1 ปี และเหตุผลของการเลือกเข้ารับบริการ คือเป็นศูนย์บริการมาตรฐานและอยู่ใกล้และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับมาก ทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านพนักงาน ด้านสถานที่

ประกอบการ ด้านความสะดวกและรวดเร็ว ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านราคาค่าใช้จ่าย ด้านคุณภาพการบริการและด้านการประสานงานการบริการ

กฤชติน ศิริตันตราภรณ์ และคณะ (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติต่อการใช้ธนาคารทางอินเตอร์เน็ต ของคนกรุงเทพ โดยได้ทำการศึกษาตามหลักการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า กลุ่มผู้ใช้ Internet Banking จะอยู่ในช่วงอายุ 21 - 35 ปี ในด้านแนวโน้มของผู้ใช้งาน Internet Banking ผู้ที่ศึกษาต่ำกว่าในระดับปริญญาตรีจะมีแนวโน้มในการใช้งาน Internet Banking ต่ำ ผู้ใช้งาน Internet Banking โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ทันสมัย ติดตามข้อมูลข่าวสารทางด้านเทคโนโลยี และความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมบนอินเตอร์เน็ต เหตุผลที่กลุ่มเป้าหมายใช้บริการ Internet Banking คือความสะดวกสบายรวดเร็ว (Convenience) ไม่ต้องเดินทางไปธนาคาร (Anywhere) และสามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (Anytime) ด้านธุรกรรมส่วนใหญ่ที่ใช้บริการบน Internet Banking ได้แก่ ชำระสินค้าและบริการ และสาธารณูปโภคต่าง ๆ เช็คยอดเงินคงเหลือในบัญชี เช็ครายการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต โอนเงินระหว่างบัญชี ซื้อขายกองทุน ผลที่ได้จากการศึกษาการวิจัยทัศนคติในการใช้บริการ Internet Banking และนำไปประยุกต์ใช้เชิงธุรกิจ การประชาสัมพันธ์ และการปรับปรุงทางด้านความปลอดภัยเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้น สามารถนำความรู้ที่ได้ มาใช้ในการอ้างอิง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนด กรอบแนวความคิด และแบบสอบถาม เพื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้ในงานศึกษาครั้งนี้

# บทที่ 3

# วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินธนาคารออมสิน : กรณีศึกษา ธนาคารออมสินสาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานีซึ่งเป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

**3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกรรมการเงิน กับทางธนาคารออมสินในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 4 สาขาได้แก่ สาขาลำลูกกา คลอง 2 สาขาบิ๊กซีลำลูกกา 2 สาขาลำลูกกา สาขาลำไทร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นลูกค้าของธนาคารออมสินที่เข้ามาใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร ทั้ง 4 สาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี เนื่องจากไม่ทราบจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกรรม จึงคำนวณจากสูตร (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2546 : 26)

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

n หมายถึง จำนวนของกลุ่มตัวอย่างของลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

e หมายถึง ค่าเปอร์เซ็นต์แสดงความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

Z หมายถึง ค่าแสดงระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ ถ้าระดับความเชื่อมั่นมีค่าเท่ากับ 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า Z มีค่าเท่ากับ 1.96 และถ้าระดับความเชื่อมั่นมีค่าเท่ากับ 99% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ค่า Z มีค่าเท่ากับ 2.58 สำหรับการศึกษาจะต้องอาศัยระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

แปลว่านั่นย่อมให้เกิดความคลาดเคลื่อนสำหรับตัวอย่างได้ 5% (0.05) แทนค่าสูตรในตัวอย่างได้ขนาดตัวอย่างดังต่อไปนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4} = 384.16 \quad \text{หรือ} \quad 385 \quad \text{คน}$$

โดยแบบสอบถามเผื่อการสูญเสียจำนวน 15 ตัวอย่าง ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จึงเท่ากับ 400 ตัวอย่าง ในการสุ่มแบบสอบถามตัวอย่างครั้งนี้เรียกว่าการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) กับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธุรกรรมการเงินธนาคารออมสินในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ใช้สาขาละ 100 ตัวอย่าง ได้แก่ สาขาลำลูกกา คลอง2 สาขาบิ๊กซี ลำลูกกา 2 สาขาลำลูกกา สาขาลำไทร

**3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

การศึกษาครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบแบบสอบถาม (Questionnaire) จัดถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินธนาคารออมสินซึ่งได้ทำการศึกษาค้นคว้าจาก ตำรา เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้นำมาประยุกต์ในการสร้างคำถามเพื่อจัดทำแบบสอบถามขึ้นมาโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

**ส่วนที่ 1 :** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้า เป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed ended question) โดยคำตอบจะเป็นลักษณะแบบหลายตัวเลือก (Multiple choice question)

**ส่วนที่ 2** : การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของลูกค้า ในการใช้บริการธุรกรรมการเงินเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed ended question) โดยคำตอบจะเป็นลักษณะแบบหลายตัวเลือก (Multiple choice question)

**ส่วนที่ 3** : การวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับ การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบมาตราอันตรภาคประมาณค่า (Interval Rating-Scale) โดยนำแนวทางการวัดทัศนคติแบบ Likert Scale มาใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินค่าระดับการยอมรับตามความเป็นจริง 5 ระดับคือ

5 หมายความว่า ระดับมากที่สุด

4 หมายความว่า ระดับมาก

3 หมายความว่า ระดับปานกลาง

2 หมายความว่า ระดับน้อย

1 หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด

สำหรับเกณฑ์เฉลี่ยการแปลความหมายเพื่อจัดระดับการยอมรับของผู้ตอบแบบสอบถามใช้เกณฑ์ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553 : 75)

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50 - 5.00 หมายถึง มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50 - 4.49 หมายถึง มีความสำคัญในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50 - 3.49 หมายถึง มีความสำคัญในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50 - 2.49 หมายถึง มีความสำคัญในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.49 หมายถึง มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

**ส่วนที่ 4** : การวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินธนาคารออมสิน คำตอบเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

**การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ**

การศึกษาในครั้งนี้ ได้ทำชุดคำถามแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด (Try - Out) ตามสูตร Cronbach's Alpha โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ได้เท่ากับ 0.856 ซึ่งมากกว่า 0.07 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้ได้

**3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล**

การรวบรวมข้อมูล ในการเก็บแบบสอบถามได้ทำการเก็บข้อมูลแบบ (Convenience Sampling) ตามความสะดวก ได้ทำการแบ่งลักษณะของการเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำการศึกษา 2 แหล่ง ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้ทำการรับตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกจำนวน 400 ตัวอย่าง ได้มีลำดับขั้นตอน โดยการแจกแจงแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกรรมการเงินในธนาคารจำนวน 400 คน ในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2555 เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เชิงสถิติต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้ทำการค้นคว้าจาก ตำรา งานวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง เอกสารวิชาการ นำมาสังเกตประเด็นที่สำคัญเกี่ยวกับการใช้บริการ และพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการทำการศึกษาในเรื่องที่ศึกษา

**3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล**

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. เน้นข้อมูลที่ใช้เนื้อหาในวิธีการสรุปประเด็นและการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

2.ใช้การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ในการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและความถูกต้องของแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการแยกแบบสอบถามที่ไม่มีความสมบูรณ์

3.การลงรหัส (Coding) แบบสอบถามที่เรียงความถูกต้องแล้วทำการลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ก่อนหน้านี้

4.การประมวลผลของข้อมูล ได้ใช้ ข้อมูลที่ทำการลงรหัสแล้ว นำมาบันทึกและ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ การประมวลผลข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้หาค่าเฉลี่ย หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ ด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมของลูกค้า

2.สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อวิเคราะห์ในการทดสอบสมมติฐาน งานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินธนาคารออมสินแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์สถิติแบบ Independent Sample t - test และ One - way ANOVA

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมการเงินของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์สถิติแบบ One - way ANOVA

# บทที่ 4

# ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง “พฤติกรรมของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน” โดยใช้แบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 ฉบับ ได้รับกลับคืนทั้งหมด 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 โดยได้ทำการสรุปผลการศึกษา และ กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

| | | |
|---|---|---|
| N | แทน | ขนาดตัวอย่าง |
| $\overline{X}$ | แทน | ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) |
| S.D. | แทน | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) |
| t | แทน | ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงแบบที (T-Distribution) |
| F | แทน | ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงแบบเอฟ (F-Distribution) |
| df | แทน | ค่าองศาแห่งความเป็นอิสระ (Degree of freedom) |
| SS | แทน | ค่าผลรวมของคะแนนกำลังสอง (Sum of squares) |
| MS | แทน | ค่าเฉลี่ยของผลรวมของคะแนนยกกำลังสอง (Mean of squares) |
| Sig. | แทน | ค่าระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบ (Significance) |
| e | แทน | ค่าความผิดพลาดหรือค่าความคลาดเคลื่อน |
| * | แทน | ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (95 เปอร์เซ็นต์) |

**4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล**

แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา ได้นำไปสำรวจ กับลูกค้าของธนาคารออมสินที่เข้ามาใช้บริการธุรกรรมการเงิน กับทางธนาคารออมสินในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานีทั้ง 4 สาขาได้แก่ สาขาลำลูกกา คลอง 2 สาขาบิ๊กซีลำลูกกา 2 สาขาลำลูกกา สาขาลำไทร จำนวน 400 ชุด โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ตามลำดับดังนี้

**ส่วนที่ 1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ แสดงจำนวนค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

**ส่วนที่ 2** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า แสดงจำนวนค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ได้แก่ ผู้บริโภคต้องการใช้บริการอะไร (What) วัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคใช้บริการ (Why) ผู้บริโภคใช้บริการเมื่อใด (When) ผู้บริโภคใช้บริการที่ไหน (Where)

**ส่วนที่ 3** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกรรมการเงิน ของธนาคารแสดงจำนวนค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ได้แก่ ความน่าเชื่อถือมั่นคง การตอบสนอง การเข้าถึงบริการ ความสุภาพอ่อนโยน การสื่อสาร ความซื่อสัตย์ ความเข้าใจ

**ส่วนที่ 4** ผลการทดสอบสมมติฐาน

**4.2 ผลการวิเคราะห์**

**ส่วนที่ 1** ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

**ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มาใช้บริการปรากฏดังตารางที่ 4.1**

**ตารางที่ 4.1** จำนวน (ความถี่) และ ค่าร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

| เพศ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| หญิง | 211 | 52.8 |
| ชาย | 189 | 47.3 |
| อายุ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 68 | 17 |
| 20 - 25 ปี | 64 | 16 |
| 25 - 30 ปี | 92 | 23 |
| 31 - 40 ปี | 120 | 30 |
| สูงกว่า 50 ปี | 56 | 14 |

**ตารางที่ 4.1** (ต่อ)

| สถานภาพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| โสด | 187 | 46.8 |
| สมรส | 193 | 48.3 |
| หม้าย / หย่าร้าง | 20 | 5 |
| **ระดับการศึกษา** | **จำนวน (คน)** | **ร้อยละ** |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 116 | 29 |
| ปริญญาตรี | 245 | 61.3 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 39 | 9.8 |
| **อาชีพ** | **จำนวน (คน)** | **ร้อยละ** |
| ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | 115 | 28.8 |
| พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | 61 | 15.3 |
| พนักงานและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐวิสาหกิจ | 63 | 15.8 |
| รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | 39 | 9.8 |
| ธุรกิจส่วนตัว | 56 | 14 |
| อื่น ๆ | 66 | 16.5 |
| **รายได้ต่อเดือน** | **จำนวน (คน)** | **ร้อยละ** |
| ต่ำกว่า 10,000 บาท | 76 | 19 |
| 10,000 - 20,000 บาท | 103 | 25.8 |
| 20,001 - 30,000 บาท | 129 | 32.3 |
| 30,001 - 40,000 บาท | 69 | 17.3 |
| 40,001 - 50,000 บาท | 7 | 1.8 |
| มากกว่า 50,000 บาท | 16 | 4 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยจำแนกตามปัจจัย

ส่วนบุคคลได้ดังนี้ โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 และเป็นเพศชาย จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 โดยส่วนใหญ่อายุ 31-40 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ อายุ 25 - 30 ปี มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23 มีสถานภาพสมรส จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือ สถานภาพโสด จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29 ประกอบอาชีพข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมาคือ อาชีพอื่น ๆ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และโดยส่วนใหญ่ รายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8

**ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ ปรากฏดังตารางที่ 4.2

**ตารางที่ 4.2** จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ผู้บริโภคต้องการใช้บริการอะไร (What) | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| เงินฝากและสลากออมสิน | 129 | 32.3 |
| สินเชื่อบุคคลและสินเชื่อธุรกิจ | 180 | 45 |
| ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ | 18 | 4.5 |
| เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต | 73 | 18.3 |
| **วัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคใช้บริการ (Why)** | **จำนวน (คน)** | **ร้อยละ** |
| ฝากเงินเพื่อการออม | 49 | 12.3 |
| ฝากเงินเพื่อได้รับดอกเบี้ย | 38 | 9.5 |
| เพื่อลุ้นรางวัล | 42 | 10.5 |

**ตารางที่ 4.2** (ต่อ)

| วัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคใช้บริการ (Why) | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| เพื่อใช้ชำระสินค้าและบริการ | 37 | 9.3 |
| เพื่อใช้เงินลงทุนหมุนเวียน | 77 | 19.3 |
| ต้องการเงินเพื่อไปชำระหนี้สิน | 84 | 21 |
| ฝากเพื่อความคุ้มครองชีวิต | 59 | 14.8 |
| อื่น ๆ | 14 | 3.5 |
| ผู้บริโภคใช้บริการเมื่อใด (When) | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | 224 | 56 |
| ช่วงระหว่างวันที่ 11-20 ของเดือน | 117 | 29.3 |
| ช่วงระหว่างวันที่ 21-31 ของเดือน | 10 | 2.5 |
| ไม่แน่นอน | 49 | 12.3 |
| ผู้บริโภคใช้บริการที่ไหน (Where) | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| สาขาลำลูกกา คลอง 2 | 100 | 25 |
| สาขาบิ๊กซี ลำลูกกา 2 | 100 | 25 |
| สาขาลำลูกกา(คลอง7) | 100 | 25 |
| สาขาลำไทร(คลอง13) | 100 | 25 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยจำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามได้ดังนี้ โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคต้องการใช้บริการด้านสินเชื่อบุคคลและสินเชื่อธุรกิจเป็นจำนวนมาก ถึง 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมา คือ ด้านเงินฝากและสลากออมสิน จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคใช้บริการ เพื่อต้องการเงินเพื่อไปชำระหนี้สิน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21 รองลงมาคือ เพื่อใช้เงินลงทุนหมุนเวียน จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคใช้บริการ ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือนมากที่สุด จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมาคือ ช่วงระหว่างวันที่ 11-20 ของเดือน จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 และ

ผู้บริโภคใช้บริการทั้ง 4 สาขา ได้แก่ สาขาลำลูกกา คลอง 2 สาขาบิ๊กซี ลำลูกกา 2 สาขาลำลูกกา คลอง 7 สาขาลำไทร คลอง 13 เป็นจำนวนที่เท่ากัน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25

**ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารปรากฏดังตารางที่ 4.3 - 4.10

**ตารางที่ 4.3** จำนวน (ความถี่) ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามด้านความน่าเชื่อถือและความมั่นคง

| ความน่าเชื่อถือและความมั่นคง | ระดับความสำคัญ | | | | | ค่าเฉลี่ย | S.D. | แปลผล | อันดับ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | | | |
| 1.มีความสม่ำเสมอในการบริการ | 240 (60) | 25 (6.3) | 135 (33.8) | 0 (0.00) | 0 (0.00) | 4.26 | 0.933 | มาก | (2) |
| 2.มีความปลอดภัยในการบริการ | 324 (81) | 76 (19) | 0 (0.00) | 0 (0.00) | 0 (0.00) | 4.81 | 0.393 | มากที่สุด | (1) |
| 3.มีความพึ่งพาได้ | 194 (48.5) | 62 (15.5) | 120 (30) | 10 (2.5) | 14 (3.5) | 4.03 | 1.096 | มาก | (3) |
| รวม | | | | | | 4.36 | 0.80 | มาก | |

จากตารางที่ 4.3 แสดงถึงการวิเคราะห์การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญระดับมาก โดยจำแนกตาม ความน่าเชื่อถือและความมั่นคง มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.36 (S.D. = 0.80) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอันดับที่ 1 คือ ด้านมีความปลอดภัยในการบริการ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 (S.D. = 0.393) รองลงมาคือ ด้านมีความสม่ำเสมอในการบริการ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 (S.D. = 0.933)

**ตารางที่ 4.4** จำนวน (ความถี่) ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการตอบสนอง

| การตอบสนอง | ระดับความสำคัญ | | | | | ค่าเฉลี่ย | S.D. | แปลผล | อันดับ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | | | |
| 4. มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง | 193 (48.3) | 60 (15) | 120 (30) | 10 (2.5) | 17 (4.3) | 4.01 | 1.126 | มาก | (3) |
| 5. มีความพร้อมในการบริการ | 217 (54.3) | 83 (20.8) | 100 (25) | 0 (0.00) | 0 (0.00) | 4.29 | 0.842 | มาก | (1) |
| 6. อุทิศเวลาความเต็มใจในบริการ | 173 (43.3) | 58 (14.5) | 138 (34.5) | 31 (7.8) | 0 (0.00) | 3.86 | 1.207 | มาก | (4) |
| 7.ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดีมีมาตรฐาน | 230 (57.5) | 50 (12.5) | 114 (28.5) | 6 (1.5) | 0 (0.00) | 4.25 | 0.968 | มาก | (2) |
| รวม | | | | | | 4.102 | 1.381 | มาก | |

จากตารางที่ 4.4 แสดงถึงการวิเคราะห์การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญระดับมาก โดยจำแนกตาม การตอบสนอง มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.102 (S.D. = 1.381) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ ด้านมีความพร้อมในการบริการ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 (S.D. = 0.842) รองลงมาคือ ด้านปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดีมีมาตรฐาน มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (S.D. = 0.968)

**ตารางที่ 4.5** จำนวน (ความถี่) ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการเข้าถึงบริการ

| การเข้าถึงบริการ | ระดับความสำคัญ | | | | | ค่าเฉลี่ย | S.D. | แปลผล | อันดับ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | | | |
| 8. สามารถใช้บริการได้สะดวก | 194 (48.5) | 62 (15.5) | 120 (30) | 10 (2.5) | 14 (3.5) | 4.03 | 1.096 | มาก | (3) |
| 9. มีขั้นตอนในการใช้บริการที่ดี | 242 (60.5 | 56 (14) | 72 (18) | 15 (3.8) | 15 (3.8) | 4.24 | 1.104 | มาก | (1) |
| 10.การใช้บริการใช้เวลารอน้อย | 205 (51.3) | 52 (13) | 143 (35.8) | 0 (0.00) | 0 (0.00) | 4.15 | 0.921 | มาก | (2) |
| รวม | | | | | | 4.14 | 1.040 | มาก | |

จากตารางที่ 4.5 แสดงถึงการวิเคราะห์การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญระดับมาก โดยจำแนกตาม การเข้าถึงบริการ มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.14 (S.D. = 1.040) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ ด้านมีขั้นตอนในการใช้บริการที่ดี มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 (S.D. = 1.104) รองลงมาคือ ด้านการใช้บริการใช้เวลารอน้อย มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 (S.D. = 0.921)

**ตารางที่ 4.6** จำนวน(ความถี่) ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านความสุภาพอ่อนโยน

| ความสุภาพอ่อนโยน | ระดับความสำคัญ | | | | | ค่าเฉลี่ย | S.D. | แปลผล | อันดับ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | | | |
| 11. ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี | 194 (48.5) | 60 (15) | 120 (30) | 15 (3.8) | 11 (2.8) | 4.03 | 1.088 | มาก | (3) |
| 12.ให้การต้อนรับที่เหมาะสม | 233 (58.3) | 95 (23.8) | 72 (18) | 0 (0.00) | 0 (0.00) | 4.40 | 0.776 | มาก | (1) |

**ตารางที่ 4.6** (ต่อ)

| ความสุภาพอ่อนโยน | ระดับความสำคัญ | | | | | ค่าเฉลี่ย | S.D. | แปลผล | อันดับ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | | | |
| 13.ผู้ให้บริการแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ | 224 | 44 | 132 | 0 | 0 | 4.23 | 0.916 | มาก | (2) |
| | (56) | (11) | (33) | (0.00) | (0.00) | | | | |
| รวม | | | | | | 4.22 | 0.926 | มาก | |

จากตารางที่ 4.6 แสดงถึงการวิเคราะห์การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญระดับมาก โดยจำแนกตาม ความสุภาพอ่อนโยน มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.22 (S.D. = 0.926) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ ด้านให้การต้อนรับที่เหมาะสม มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 (S.D. = 0.776) รองลงมาคือ ด้านผู้ให้บริการแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 (S.D. = 0.916)

**ตารางที่ 4.7** จำนวน (ความถี่) ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการสื่อสาร

| การสื่อสาร | ระดับความสำคัญ | | | | | ค่าเฉลี่ย | S.D. | แปลผล | อันดับ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | | | |
| 14. มีการอธิบายขั้นตอนในการใช้บริการ | 164 | 107 | 115 | 14 | 0 | 4.05 | 0.915 | มาก | (2) |
| | (41) | (26.8) | (28.8) | (3.5) | (0.00) | | | | |
| 15.มีการสื่อสารให้เข้าใจลักษณะงาน | 186 | 60 | 154 | 0 | 0 | 4.08 | 0.920 | มาก | (1) |
| | (46.5) | (15) | (38.5) | (0.00) | (0.00) | | | | |
| 16. มีการชี้แจงขอบเขตลักษณะงาน | 194 | 60 | 120 | 12 | 14 | 4.02 | 1.106 | มาก | (3) |
| | (48.5) | (15) | (30) | (3) | (3.5) | | | | |
| รวม | | | | | | 4.05 | 0.980 | มาก | |

จากตารางที่ 4.7 แสดงถึงการวิเคราะห์การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญระดับมาก โดยจำแนกตาม การสื่อสาร มีค่า

คะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05 (S.D. = 0.980) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ ด้านมีการสื่อสารให้เข้าใจลักษณะงาน มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (S.D. = 0.920) การอธิบายขั้นตอนในการใช้บริการมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 (S.D. = 0.915)

**ตารางที่ 4.8** จำนวน (ความถี่) ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านความซื่อสัตย์

| ความซื่อสัตย์ | ระดับความสำคัญ | | | | | ค่าเฉลี่ย | S.D. | แปลผล | อันดับ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | | | |
| 17. ผู้ใช้บริการสามารถไว้วางใจได้ | 273 (68.3) | 57 (14.3) | 70 (17.5) | 0 (0.00) | 0 (0.00) | 4.51 | 0.776 | มากที่สุด | (3) |
| 18. คุณภาพของบริการมีความเที่ยงตรง | 232 (58) | 140 (35) | 28 (7) | 0 (0.00) | 0 (0.00) | 4.51 | 0.625 | มากที่สุด | (2) |
| 19.ผู้ให้บริการมีลักษณะน่านับถือ | 284 (71) | 70 (17.5) | 46 (11.5) | 0 (0.00) | 0 (0.00) | 4.60 | 0.687 | มากที่สุด | (1) |
| รวม | | | | | | 4.540 | 0.696 | มากที่สุด | |

จากตารางที่ 4.8 แสดงถึงการวิเคราะห์การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญระดับมากที่สุด โดยจำแนกตาม ความซื่อสัตย์ มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.540 (S.D. = 0.696) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ มีผู้ให้บริการมีลักษณะน่านับถือ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 (S.D. = 0.687) รองลงมาคือ ด้านผู้ใช้บริการสามารถไว้วางใจได้ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 (S.D. = 0.776)

**ตารางที่ 4.9** จำนวน (ความถี่) ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านความเข้าใจ

| ความเข้าใจ | ระดับความสำคัญ | | | | | ค่าเฉลี่ย | S.D. | แปลผล | อันดับ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | | | |
| 20. การให้ความสนใจแก่ผู้ใช้บริการ | 327 (81.8) | 52 (13) | 21 (5.3) | 0 (0.00) | 0 (0.00) | 4.77 | 0.534 | มากที่สุด | (1) |
| 21.มีการให้คำแนะนำและเอาใจใส่ | 321 (80.3) | 49 (12.3) | 30 (7.5) | 0 (0.00) | 0 (0.00) | 4.73 | 0.591 | มากที่สุด | (2) |
| 22. มีความเอาใจใส่ผู้มาใช้บริการ | 216 (54) | 139 (34.8) | 45 (11.3) | 0 (0.00) | 0 (0.00) | 4.43 | 0.686 | มาก | (3) |
| รวม | | | | | | 4.643 | 0.604 | มากที่สุด | |

จากตารางที่ 4.9 แสดงถึงการวิเคราะห์การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญระดับมากที่สุด โดยจำแนกตาม ความเข้าใจ มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.643 (S.D. = 0.604) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ มีการให้ความสนใจแก่ผู้ใช้บริการ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 (S.D. = 0.534) รองลงมาคือ ด้านมีการให้คำแนะนำและเอาใจใส่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 (S.D. = 0.591) และ ด้านมีความเอาใจใส่ผู้มาใช้บริการ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (S.D. = 0.686)

**ตารางที่ 4.10** แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ การแปลผลระดับความสำคัญของการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินโดยรวม

| การใช้บริการธุรกรรมการเงิน | ค่าเฉลี่ย | S.D. | แปลผล | อันดับ |
|---|---|---|---|---|
| 1.ความน่าเชื่อถือ มั่นคง | 4.63 | 0.449 | มากที่สุด | (3) |
| 2.การตอบสนอง | 4.10 | 0.567 | มาก | (6) |
| 3.การเข้าถึงบริการ | 4.14 | 0.709 | มาก | (5) |
| 4.ความสุภาพอ่อนโยน | 4.22 | 0.582 | มาก | (4) |
| 5.การสื่อสาร | 4.05 | 0.610 | มาก | (7) |
| 6.ความซื่อสัตย์ | 4.54 | 0.412 | มากที่สุด | (2) |
| 7.ความเข้าใจ | 4.64 | 0.438 | มากที่สุด | (1) |
| รวม | 4.33 | 0.335 | มาก | |

จากตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ การแปรผลระดับความสำคัญของการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินโดยรวม การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 โดยที่การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารด้านความเข้าใจ อยู่ในอันดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 (S.D. = 0.438) รองลงมาคือ การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารด้านความซื่อสัตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 (S.D. = 0.412)

**ส่วนที่ 4** ผลการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.1** เพศแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

$H_0$ : เพศแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : เพศแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติ Independent Samples t - test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม

**ตารางที่ 4.11** แสดงเปรียบเทียบความแตกต่าง การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินในด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อเพศที่แตกต่างกัน

| การใช้บริการธุรกรรมการเงิน | t - test for Equality of Means | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | เพศ | Mean | S.D. | t | df | Sig |
| 1.ความน่าเชื่อถือ มั่นคง | ชาย | 4.65 | 0.425 | 0.912 | 397.97 | 0.363 |
| | หญิง | 4.61 | 0.471 | | | |
| 2.การตอบสนอง | ชาย | 4.13 | 0.542 | 1.187 | 398 | 0.236 |
| | หญิง | 4.07 | 0.587 | | | |
| 3.การเข้าถึงบริการ | ชาย | 4.15 | 0.712 | 0.289 | 398 | 0.773 |
| | หญิง | 4.13 | 0.708 | | | |
| 4.ความสุภาพอ่อนโยน | ชาย | 4.23 | 0.566 | 0.358 | 398 | 0.720 |
| | หญิง | 4.21 | 0.598 | | | |
| 5.การสื่อสาร | ชาย | 4.02 | 0.609 | -0.811 | 398 | 0.418 |
| | หญิง | 4.07 | 0.611 | | | |
| 6.ความซื่อสัตย์ | ชาย | 4.53 | 0.429 | -0.467 | 398 | 0.641 |
| | หญิง | 4.55 | 0.396 | | | |
| 7.ความเข้าใจ | ชาย | 4.64 | 0.427 | 0.085 | 398 | 0.932 |
| | หญิง | 4.64 | 0.449 | | | |
| รวม | ชาย | 4.34 | 0.317 | 0.360 | 398 | 0.719 |
| | หญิง | 4.33 | 0.351 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า Independent Samples t - test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า เพศแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ในภาพรวมไม่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.719

สรุปได้ว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.2** อายุแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

$H_0$ : อายุแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อายุแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติ F - test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มโดยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก $H_0$ เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

**ตารางที่ 4.12** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้บริการธุรกรรมการเงินในด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสินจำแนกตามอายุ

| การใช้บริการธุรกรรมการเงิน | แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F-Ratio | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1.ความน่าเชื่อถือ มั่นคง | ระหว่างกลุ่ม | 0.172 | 4 | 0.043 | 0.211 | 0.932 |
| | ภายในกลุ่ม | 80.437 | 395 | 0.204 | | |
| | รวม | 80.609 | 399 | | | |
| 2.การตอบสนอง | ระหว่างกลุ่ม | 0.478 | 4 | 0.119 | 0.369 | 0.831 |
| | ภายในกลุ่ม | 127.760 | 395 | 0.323 | | |
| | รวม | 128.237 | 399 | | | |
| 3.การเข้าถึงบริการ | ระหว่างกลุ่ม | 1.270 | 4 | 0.317 | 0.630 | 0.642 |
| | ภายในกลุ่ม | 199.130 | 395 | 0.504 | | |
| | รวม | 200.400 | 399 | | | |
| 4.ความสุภาพอ่อนโยน | ระหว่างกลุ่ม | 1.043 | 4 | 0.261 | 0.767 | 0.547 |
| | ภายในกลุ่ม | 134.264 | 395 | 0.340 | | |
| | รวม | 135.307 | 399 | | | |
| 5.การสื่อสาร | ระหว่างกลุ่ม | 1.051 | 4 | 0.263 | 0.704 | 0.589 |
| | ภายในกลุ่ม | 147.360 | 395 | 0.373 | | |
| | รวม | 148.411 | 399 | | | |
| 6.ความซื่อสัตย์ | ระหว่างกลุ่ม | 0.294 | 4 | 0.073 | 0.431 | 0.786 |
| | ภายในกลุ่ม | 67.366 | 395 | 0.171 | | |
| | รวม | 67.660 | 399 | | | |

**ตารางที่ 4.12** (ต่อ)

| การใช้บริการธุรกรรมการเงิน | แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F-Ratio | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 7.ความเข้าใจ | ระหว่างกลุ่ม | 0.413 | 4 | 0.103 | 0.536 | 0.709 |
| | ภายในกลุ่ม | 76.191 | 395 | 0.193 | | |
| | รวม | 76.604 | 399 | | | |
| ภาพรวม | ระหว่างกลุ่ม | 0.353 | 4 | 0.088 | 0.786 | 0.535 |
| | ภายในกลุ่ม | 44.399 | 395 | 0.112 | | |
| | รวม | 44.752 | 399 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F - test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าในด้านภาพรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.535 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับ $H_0$ ปฏิเสธ $H_1$ แสดงว่า อายุแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

เมื่อทดสอบรายด้าน พบว่า การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินรายด้าน มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.3** สถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

$H_0$ : สถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : สถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติ F - test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มโดยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก $H_0$ เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

**ตารางที่ 4.13** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้บริการธุรกรรมการเงินในด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสิน จำแนกตามสถานภาพ

| การใช้บริการธุรกรรมการเงิน | แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F-Ratio | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1.ความน่าเชื่อถือ มั่นคง | ระหว่างกลุ่ม | 0.136 | 2 | 0.068 | 0.336 | 0.715 |
| | ภายในกลุ่ม | 80.472 | 397 | 0.203 | | |
| | รวม | 80.609 | 399 | | | |
| 2.การตอบสนอง | ระหว่างกลุ่ม | 1.107 | 2 | 0.553 | 1.728 | 0.179 |
| | ภายในกลุ่ม | 127.131 | 397 | 0.32 | | |
| | รวม | 128.237 | 399 | | | |
| 3.การเข้าถึงบริการ | ระหว่างกลุ่ม | 2.271 | 2 | 1.135 | 2.275 | 0.104 |
| | ภายในกลุ่ม | 198.129 | 397 | 0.499 | | |
| | รวม | 200.4 | 399 | | | |
| 4.ความสุภาพอ่อนโยน | ระหว่างกลุ่ม | 0.673 | 2 | 0.337 | 0.992 | 0.372 |
| | ภายในกลุ่ม | 134.634 | 397 | 0.339 | | |
| | รวม | 135.307 | 399 | | | |
| 5.การสื่อสาร | ระหว่างกลุ่ม | 0.94 | 2 | 0.47 | 1.265 | 0.283 |
| | ภายในกลุ่ม | 147.471 | 397 | 0.371 | | |
| | รวม | 148.411 | 399 | | | |
| 6.ความซื่อสัตย์ | ระหว่างกลุ่ม | 0.765 | 2 | 0.382 | 2.269 | 0.105 |
| | ภายในกลุ่ม | 66.895 | 397 | 0.169 | | |
| | รวม | 67.66 | 399 | | | |
| 7.ความเข้าใจ | ระหว่างกลุ่ม | 0.206 | 2 | 0.103 | 0.535 | 0.586 |
| | ภายในกลุ่ม | 76.399 | 397 | 0.192 | | |
| | รวม | 76.604 | 399 | | | |
| ภาพรวม | ระหว่างกลุ่ม | 0.319 | 2 | 0.16 | 1.426 | 0.241 |
| | ภายในกลุ่ม | 44.433 | 397 | 0.112 | | |
| | รวม | 44.752 | 399 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F - test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าในด้านภาพรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.241 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับ $H_0$ ปฏิเสธ $H_1$ แสดงว่า สถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

เมื่อทดสอบรายด้าน พบว่า การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินรายด้าน มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.4** ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

$H_0$ : ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติ F - test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มโดยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก $H_0$ เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

**ตารางที่ 4.14** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้บริการธุรกรรมการเงินในด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสิน จำแนกตามระดับการศึกษา

| การใช้บริการธุรกรรมการเงิน | แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F-Ratio | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1.ความน่าเชื่อถือ มั่นคง | ระหว่างกลุ่ม | 0.991 | 2 | 0.495 | 2.47 | 0.086 |
| | ภายในกลุ่ม | 79.618 | 397 | 0.201 | | |
| | รวม | 80.609 | 399 | | | |
| 2.การตอบสนอง | ระหว่างกลุ่ม | 1.084 | 2 | 0.542 | 1.692 | 0.186 |
| | ภายในกลุ่ม | 127.154 | 397 | 0.32 | | |
| | รวม | 128.237 | 399 | | | |
| 3.การเข้าถึงบริการ | ระหว่างกลุ่ม | 0.344 | 2 | 0.172 | 0.341 | 0.711 |
| | ภายในกลุ่ม | 200.056 | 397 | 0.504 | | |
| | รวม | 200.4 | 399 | | | |

**ตารางที่ 4.14** (ต่อ)

| การใช้บริการธุรกรรมการเงิน | แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F-Ratio | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 4.ความสุภาพอ่อนโยน | ระหว่างกลุ่ม | 0.099 | 2 | 0.049 | 0.145 | 0.865 |
| | ภายในกลุ่ม | 135.208 | 397 | 0.341 | | |
| | รวม | 135.307 | 399 | | | |
| 5.การสื่อสาร | ระหว่างกลุ่ม | 1.373 | 2 | 0.686 | 1.853 | 0.158 |
| | ภายในกลุ่ม | 147.038 | 397 | 0.37 | | |
| | รวม | 148.411 | 399 | | | |
| 6.ความซื่อสัตย์ | ระหว่างกลุ่ม | 0.065 | 2 | 0.033 | 0.191 | 0.826 |
| | ภายในกลุ่ม | 67.595 | 397 | 0.17 | | |
| | รวม | 67.66 | 399 | | | |
| 7.ความเข้าใจ | ระหว่างกลุ่ม | 0.536 | 2 | 0.268 | 1.399 | 0.248 |
| | ภายในกลุ่ม | 76.068 | 397 | 0.192 | | |
| | รวม | 76.604 | 399 | | | |
| ภาพรวม | ระหว่างกลุ่ม | 0.041 | 2 | 0.021 | 0.184 | 0.832 |
| | ภายในกลุ่ม | 44.711 | 397 | 0.113 | | |
| | รวม | 44.752 | 399 | | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F - test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าในด้านภาพรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.832 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับ $H_0$ ปฏิเสธ $H_1$ แสดงว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

เมื่อทดสอบรายด้าน พบว่า การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินรายด้าน มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.5** อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

$H_0$ : อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติ F - test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มโดยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก $H_0$ เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

**ตารางที่ 4.15** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้บริการธุรกรรมการเงินในด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสินจำแนกตามอาชีพ

| การใช้บริการธุรกรรมการเงิน | แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F-Ratio | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1.ความน่าเชื่อถือ มั่นคง | ระหว่างกลุ่ม | 0.452 | 5 | 0.09 | 0.444 | 0.817 |
| | ภายในกลุ่ม | 80.157 | 394 | 0.203 | | |
| | รวม | 80.609 | 399 | | | |
| 2.การตอบสนอง | ระหว่างกลุ่ม | 2.558 | 5 | 0.512 | 1.604 | 0.158 |
| | ภายในกลุ่ม | 125.679 | 394 | 0.319 | | |
| | รวม | 128.237 | 399 | | | |
| 3.การเข้าถึงบริการ | ระหว่างกลุ่ม | 1.908 | 5 | 0.382 | 0.757 | 0.581 |
| | ภายในกลุ่ม | 198.492 | 394 | 0.504 | | |
| | รวม | 200.4 | 399 | | | |
| 4.ความสุภาพอ่อนโยน | ระหว่างกลุ่ม | 2.242 | 5 | 0.448 | 1.328 | 0.251 |
| | ภายในกลุ่ม | 133.065 | 394 | 0.338 | | |
| | รวม | 135.307 | 399 | | | |
| 5.การสื่อสาร | ระหว่างกลุ่ม | 4.23 | 5 | 0.846 | 2.312 | **0.043*** |
| | ภายในกลุ่ม | 144.181 | 394 | 0.366 | | |
| | รวม | 148.411 | 399 | | | |

**ตารางที่ 4.15** (ต่อ)

| การใช้บริการธุรกรรมการเงิน | แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F-Ratio | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 6.ความซื่อสัตย์ | ระหว่างกลุ่ม | 0.285 | 5 | 0.057 | 0.333 | 0.893 |
| | ภายในกลุ่ม | 67.375 | 394 | 0.171 | | |
| | รวม | 67.66 | 399 | | | |
| 7.ความเข้าใจ | ระหว่างกลุ่ม | 0.672 | 5 | 0.134 | 0.698 | 0.625 |
| | ภายในกลุ่ม | 75.932 | 394 | 0.193 | | |
| | รวม | 76.604 | 399 | | | |
| ภาพรวม | ระหว่างกลุ่ม | 0.6 | 5 | 0.12 | 1.071 | 0.376 |
| | ภายในกลุ่ม | 44.152 | 394 | 0.112 | | |
| | รวม | 44.752 | 399 | | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F - test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าในด้านภาพรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.376 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึง ยอมรับ $H_0$ ปฏิเสธ $H_1$ แสดงว่า อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า ในด้านการสื่อสาร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.043 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึง ปฏิเสธ$H_0$ ยอมรับ $H_1$ แสดงว่า อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ในด้านการสื่อสาร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Significant Difference)

**ตารางที่ 4.16** แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่การใช้บริการธุรกรรมการเงิน ด้านการสื่อสาร จำแนกตามอาชีพ

LSD

ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)

| อาชีพ | | กลุ่ม J | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | ธุรกิจส่วนตัว | อื่น ๆ |
| กลุ่ม I | Mean | 4.14 | 3.86 | 4.05 | 4.15 | 3.95 | 4.09 |
| ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | 4.14 | - | 0.279 | 0.089 | -0.012 | 0.196 | 0.051 |
| | | - | **(0.004*)** | (-3.48) | (-0.916) | **(0.048*)** | (-0.585) |
| พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | 3.86 | - | - | (-0.19 | -0.29 | -0.083 | -0.228 |
| | | - | - | (-0.082 | **(0.020*)** | (-0.459) | **(0.035*)** |
| พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | 4.05 | - | - | - | -0.1010 | 0.106 | -0.038 |
| | | - | - | - | (-0.413) | (-0.338) | (-0.722) |
| รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | 4.15 | - | - | - | - | 0.207 | 0.063 |
| | | - | - | - | - | (-0.101) | (-0.607) |
| ธุรกิจส่วนตัว | 3.95 | - | - | - | - | - | -0.144 |
| | | - | - | - | - | - | (-0.189) |
| อื่น ๆ | 4.09 | - | - | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่าผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ด้านการสื่อสาร จำแนกตามอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าพนักงานและลูกจ้างในบริษัทและธุรกิจส่วนตัว โดยมีค่า Sig ที่ 0.004 และ 0.048 มีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.279 และ 0.196 ส่วนพนักงานและลูกจ้างในบริษัท มีค่าเฉลี่ย

น้อยกว่ารับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน และ อาชีพอื่น ๆ โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.020 และ 0.035 มีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.29 และ 0.228

**สมมติฐานที่ 1.6** รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

$H_0$ : รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติ F - test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มโดยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก $H_0$ เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

**ตารางที่ 4.17** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้บริการธุรกรรมการเงินในด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสิน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| การใช้บริการธุรกรรมการเงิน | แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F-Ratio | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1.ความน่าเชื่อถือ มั่นคง | ระหว่างกลุ่ม | 0.761 | 5 | 0.152 | 0.751 | 0.586 |
| | ภายในกลุ่ม | 79.848 | 394 | 0.203 | | |
| | รวม | 80.609 | 399 | | | |
| 2.การตอบสนอง | ระหว่างกลุ่ม | 2.86 | 5 | 0.572 | 1.798 | 0.112 |
| | ภายในกลุ่ม | 125.377 | 394 | 0.318 | | |
| | รวม | 128.237 | 399 | | | |
| 3.การเข้าถึงบริการ | ระหว่างกลุ่ม | 4.382 | 5 | 0.876 | 1.761 | 0.12 |
| | ภายในกลุ่ม | 196.018 | 394 | 0.498 | | |
| | รวม | 200.4 | 399 | | | |
| 4.ความสุภาพอ่อนโยน | ระหว่างกลุ่ม | 3.55 | 5 | 0.71 | 2.123 | 0.062 |
| | ภายในกลุ่ม | 131.757 | 394 | 0.334 | | |
| | รวม | 135.307 | 399 | | | |

**ตารางที่ 4.17** (ต่อ)

| การใช้บริการธุรกรรมการเงิน | แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F-Ratio | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 5.การสื่อสาร | ระหว่างกลุ่ม | 5.015 | 5 | 1.003 | 2.756 | **0.018*** |
| | ภายในกลุ่ม | 143.396 | 394 | 0.364 | | |
| | รวม | 148.411 | 399 | | | |
| 6.ความซื่อสัตย์ | ระหว่างกลุ่ม | 0.549 | 5 | 0.11 | 0.645 | 0.666 |
| | ภายในกลุ่ม | 67.11 | 394 | 0.17 | | |
| | รวม | 67.66 | 399 | | | |
| 7.ความเข้าใจ | ระหว่างกลุ่ม | 1.34 | 5 | 0.268 | 1.403 | 0.222 |
| | ภายในกลุ่ม | 75.264 | 394 | 0.191 | | |
| | รวม | 76.604 | 399 | | | |
| ภาพรวม | ระหว่างกลุ่ม | 1.32 | 5 | 0.264 | 2.395 | **0.037*** |
| | ภายในกลุ่ม | 43.432 | 394 | 0.11 | | |
| | รวม | 44.752 | 399 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F - test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าในด้านภาพรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธ $H_0$ ยอมรับ$H_1$ แสดงว่า รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ในด้านภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบรายด้าน พบว่า การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ด้านการสื่อสาร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธ $H_0$ ยอมรับ $H_1$ แสดงว่า รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ในด้านภาพรวมแตกต่างกันในด้านการสื่อสารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Significant Difference)

**ตารางที่ 4.18** แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินด้านการสื่อสาร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

LSD

| รายได้ต่อเดือน | | ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J) | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | กลุ่ม J | | | | | |
| | | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000 - 20,000 บาท | 20,00 - 30,000 บาท | 30,001 - 40,000 บาท | 40,001 - 50,000 บาท | มากกว่า 50,000 บาท |
| กลุ่ม I | Mean | 4.19 | 4.14 | 3.99 | 3.87 | 4.14 | 4.06 |
| ต่ำกว่า 10,000 บาท | 4.19 | - | 0.057 | 0.206 | 0.319 | 0.05 | 0.13 |
| | | - | (0.532) | **(0.019*)** | **(0.002*)** | (0.833) | (0.432) |
| 10,000 - 20,000 บาท | 4.14 | - | - | 0.149 | 0.262 | -0.007 | 0.073 |
| | | - | - | (0.063) | **(0.006*)** | (0.977) | (0.651) |
| 20,001 - 30,000 บาท | 3.99 | - | - | - | 0.113 | -0.156 | -0.075 |
| | | - | - | - | (0.211) | (0.506) | (0.6370 |
| 30,001 - 40,000 บาท | 3.87 | - | - | - | - | -0.268 | -0.188 |
| | | - | - | - | - | (0.263) | (0.262) |
| 40,000 - 50,000 บาท | 4.14 | - | - | - | - | - | 0.08 |
| | | - | - | - | - | - | (0.769) |
| มากกว่า 50,000 บาท | 4.06 | - | - | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่าผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ด้านการสื่อสาร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า 20,001 - 30,000 บาท, 30,001 - 40,000 บาท โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.019 และ 0.002 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.206 และ 0.319 ส่วนรายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า 30,001 - 40,000 บาท โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.262

**ตารางที่ 4.19** แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ด้านต่าง ๆ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

LSD

| ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J) | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | กลุ่ม J | | | | | |
| รายได้ต่อเดือน | | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000 - 20,000 บาท | 20,001 - 30,000 บาท | 30,001 - 40,000 บาท | 40,001 - 50,000 บาท | มากกว่า 50,000 บาท |
| กลุ่ม I | Mean | 4.42 | 4.35 | 4.31 | 4.25 | 4.45 | 4.29 |
| ต่ำกว่า 10,000 บาท | 4.42 | - | 0.064 | 0.112 | 0.171 | -0.028 | 0.123 |
| | | - | (0.206) | **(0.02*)** | **(0.002*)** | (0.83) | (0.179) |
| 10,000 - 20,000 บาท | 4.35 | - | - | 0.049 | 0.108 | -0.092 | 0.059 |
| | | - | - | (0.267) | **(0.037*)** | (0.48) | (0.089) |
| 20,001 - 30,000 บาท | 4.31 | - | - | - | 0.059 | -0.14 | 0.01 |
| | | - | - | - | (0.234) | (0.276) | (0.906) |
| 30,001 - 40,000 บาท | 4.25 | - | - | - | - | -0.2 | -0.049 |
| | | - | - | - | - | (0.131) | (0.598) |
| 40,001 - 50,000 บาท | 4.45 | - | - | - | - | - | 0.151 |
| | | - | - | - | - | - | (0.316) |
| มากกว่า 50,000 บาท | 4.29 | - | - | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่าผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ด้านต่าง ๆ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า 20,001 - 30,000 บาท , 30,001 - 40,000 บาท โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.02 และ 0.002 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.112 และ 0.171 ส่วนรายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า 30,001 - 40,000 บาท โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.037 มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.108

**สมมติฐานที่ 2** พฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2.1** ความต้องการใช้บริการของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน

$H_0$ : ความต้องการใช้บริการของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของ.ธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ความต้องการใช้บริการของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติ F - test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มโดยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก $H_0$ เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

**ตารางที่ 4.20** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินในด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสินจำแนกตามความต้องการใช้บริการ

| การใช้บริการธุรกรรมการเงิน | แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F-Ratio | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1.ความน่าเชื่อถือ มั่นคง | ระหว่างกลุ่ม | 0.098 | 3 | 0.033 | 0.161 | 0.923 |
| | ภายในกลุ่ม | 80.511 | 396 | 0.203 | | |
| | รวม | 80.609 | 399 | | | |
| 2.การตอบสนอง | ระหว่างกลุ่ม | 0.103 | 3 | 0.034 | 0.106 | 0.957 |
| | ภายในกลุ่ม | 128.134 | 396 | 0.324 | | |
| | รวม | 128.237 | 399 | | | |
| 3.การเข้าถึงบริการ | ระหว่างกลุ่ม | 1.126 | 3 | 0.375 | 0.746 | 0.525 |
| | ภายในกลุ่ม | 199.273 | 396 | 0.503 | | |
| | รวม | 200.4 | 399 | | | |
| 4.ความสุภาพอ่อนโยน | ระหว่างกลุ่ม | 1.953 | 3 | 0.651 | 1.933 | 0.124 |
| | ภายในกลุ่ม | 133.354 | 396 | 0.337 | | |
| | รวม | 135.307 | 399 | | | |

**ตารางที่ 4.20** (ต่อ)

| การใช้บริการธุรกรรมการเงิน | แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F-Ratio | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 5.การสื่อสาร | ระหว่างกลุ่ม | 1.814 | 3 | 0.605 | 1.633 | 0.181 |
| | ภายในกลุ่ม | 146.597 | 396 | 0.37 | | |
| | รวม | 148.411 | 399 | | | |
| 6.ความซื่อสัตย์ | ระหว่างกลุ่ม | 0.33 | 3 | 0.11 | 0.648 | 0.585 |
| | ภายในกลุ่ม | 67.329 | 396 | 0.17 | | |
| | รวม | 67.66 | 399 | | | |
| 7.ความเข้าใจ | ระหว่างกลุ่ม | 0.038 | 3 | 0.013 | 0.065 | 0.978 |
| | ภายในกลุ่ม | 76.566 | 396 | 0.193 | | |
| | รวม | 76.604 | 399 | | | |
| ภาพรวม | ระหว่างกลุ่ม | 0.352 | 3 | 0.117 | 1.046 | 0.372 |
| | ภายในกลุ่ม | 44.4 | 396 | 0.112 | | |
| | รวม | 44.752 | 399 | | | |

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F - test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าในด้านภาพรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.372 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับ $H_0$ ปฏิเสธ $H_1$ แสดงว่า ความต้องการใช้บริการของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

เมื่อทดสอบรายด้าน พบว่า พฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินรายด้าน ของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2.2** วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

$H_0$ : วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของ.ธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติ F - test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มโดยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก $H_0$ เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

**ตารางที่ 4.21** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินในด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสิน จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการ

| การใช้บริการธุรกรรมการเงิน | แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F-Ratio | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1.ความน่าเชื่อถือ มั่นคง | ระหว่างกลุ่ม | 2.677 | 7 | 0.382 | 1.923 | 0.065 |
| | ภายในกลุ่ม | 77.932 | 392 | 0.199 | | |
| | รวม | 80.609 | 399 | | | |
| 2.การตอบสนอง | ระหว่างกลุ่ม | 1.708 | 7 | 0.244 | 0.756 | 0.625 |
| | ภายในกลุ่ม | 126.529 | 392 | 0.323 | | |
| | รวม | 128.237 | 399 | | | |
| 3.การเข้าถึงบริการ | ระหว่างกลุ่ม | 2.35 | 7 | 0.336 | 0.664 | 0.702 |
| | ภายในกลุ่ม | 198.05 | 392 | 0.505 | | |
| | รวม | 200.4 | 399 | | | |
| 4.ความสุภาพอ่อนโยน | ระหว่างกลุ่ม | 3.085 | 7 | 0.441 | 1.307 | 0.246 |
| | ภายในกลุ่ม | 132.222 | 392 | 0.337 | | |
| | รวม | 135.307 | 399 | | | |
| 5.การสื่อสาร | ระหว่างกลุ่ม | 2.257 | 7 | 0.322 | 0.865 | 0.534 |
| | ภายในกลุ่ม | 146.154 | 392 | 0.373 | | |
| | รวม | 148.411 | 399 | | | |
| 6.ความซื่อสัตย์ | ระหว่างกลุ่ม | 0.539 | 7 | 0.077 | 0.45 | 0.87 |
| | ภายในกลุ่ม | 67.121 | 392 | 0.171 | | |
| | รวม | 67.66 | 399 | | | |
| 7.ความเข้าใจ | ระหว่างกลุ่ม | 0.522 | 7 | 0.075 | 0.384 | 0.911 |
| | ภายในกลุ่ม | 76.082 | 392 | 0.194 | | |
| | รวม | 76.604 | 399 | | | |

**ตารางที่ 4.21** (ต่อ)

| การใช้บริการธุรกรรมการเงิน | แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F-Ratio | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ภาพรวม | ระหว่างกลุ่ม | 0.535 | 7 | 0.076 | 0.678 | 0.691 |
| | ภายในกลุ่ม | 44.217 | 392 | 0.113 | | |
| | รวม | 44.752 | 399 | | | |

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F - test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าในด้านภาพรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.691 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับ $H_0$ ปฏิเสธ $H_1$ แสดงว่า ความต้องการใช้บริการของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน

เมื่อทดสอบรายด้าน พบว่า พฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินรายด้าน ของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2.3** ช่วงเวลาที่ใช้บริการของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

$H_0$ : ช่วงเวลาที่ใช้บริการของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ช่วงเวลาที่ใช้บริการของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติ F - test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มโดยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก $H_0$ เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

**ตารางที่ 4.22** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินในด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสิน จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ

| การใช้บริการธุรกรรมการเงิน | แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F-Ratio | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1.ความน่าเชื่อถือ มั่นคง | ระหว่างกลุ่ม | 1.581 | 3 | 0.527 | 2.64 | **0.049*** |
| | ภายในกลุ่ม | 79.028 | 396 | 0.2 | | |
| | รวม | 80.609 | 399 | | | |
| 2.การตอบสนอง | ระหว่างกลุ่ม | 3.178 | 3 | 1.059 | 3.354 | **0.019*** |
| | ภายในกลุ่ม | 125.059 | 396 | 0.316 | | |
| | รวม | 128.237 | 399 | | | |
| 3.การเข้าถึงบริการ | ระหว่างกลุ่ม | 2.134 | 3 | 0.711 | 1.42 | 0.236 |
| | ภายในกลุ่ม | 198.266 | 396 | 0.501 | | |
| | รวม | 200.4 | 399 | | | |
| 4.ความสุภาพอ่อนโยน | ระหว่างกลุ่ม | 1.505 | 3 | 0.502 | 1.485 | 0.218 |
| | ภายในกลุ่ม | 133.802 | 396 | 0.338 | | |
| | รวม | 135.307 | 399 | | | |
| 5.การสื่อสาร | ระหว่างกลุ่ม | 1.878 | 3 | 0.626 | 1.691 | 0.168 |
| | ภายในกลุ่ม | 146.533 | 396 | 0.37 | | |
| | รวม | 148.411 | 399 | | | |
| 6.ความซื่อสัตย์ | ระหว่างกลุ่ม | 0.28 | 3 | 0.093 | 0.548 | 0.65 |
| | ภายในกลุ่ม | 67.38 | 396 | 0.17 | | |
| | รวม | 67.66 | 399 | | | |
| 7.ความเข้าใจ | ระหว่างกลุ่ม | 0.116 | 3 | 0.039 | 0.2 | 0.897 |
| | ภายในกลุ่ม | 76.489 | 396 | 0.193 | | |
| | รวม | 76.604 | 399 | | | |
| ภาพรวม | ระหว่างกลุ่ม | 0.721 | 3 | 0.24 | 2.162 | 0.092 |
| | ภายในกลุ่ม | 44.031 | 396 | 0.111 | | |
| | รวม | 44.752 | 399 | | | |

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F - test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าในด้านภาพรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.092 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับ $H_0$ ปฏิเสธ $H_1$ แสดงว่า ช่วงเวลาที่ใช้บริการของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินในด้านภาพรวมแตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบรายด้าน พบว่า การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ด้านความน่าเชื่อถือ มั่นคง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.049 ด้านการตอบสนอง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธ $H_0$ ยอมรับ $H_1$ แสดงว่า ช่วงเวลาที่ใช้บริการของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ด้านความน่าเชื่อถือ มั่นคง ด้านการตอบสนอง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Significant Difference)

**ตารางที่ 4.23** แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ด้านความน่าเชื่อถือ มั่นคง จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ

LSD

| ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J) | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | กลุ่ม J | | | |
| ช่วงเวลาที่ใช้บริการ | | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | ไม่แน่นอน |
| กลุ่ม I | Mean | 4.56 | 4.71 | 4.65 | 4.5 |
| ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | 4.56 | - | -0.147 | -0.093 | 0.06 |
| | | - | **(0.012*)** | (-0.078) | (-0.654) |
| ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | 4.71 | - | - | 0.055 | 0.207 |
| | | - | - | (-0.35) | (-0.13) |

**ตารางที่ 4.23** (ต่อ)

| ช่วงเวลาที่ใช้บริการ | Mean | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | ไม่แน่นอน |
|---|---|---|---|---|---|
| ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | 4.65 | - | - | - | 0.153 |
| | | - | - | - | (-0.256) |
| ไม่แน่นอน | 4.5 | - | - | - | |
| | | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ด้านความน่าเชื่อถือ มั่นคง จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการช่วงเวลาระหว่างวันที่ 1 - 10 ของเดือน มีค่าเฉลี่ย น้อยกว่า ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน ผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.147 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.012

**ตารางที่ 4.24** แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ด้านการตอบสนอง จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ

LSD

| ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J) | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | กลุ่ม J | | | |
| ช่วงเวลาที่ใช้บริการ | | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | ไม่แน่นอน |
| กลุ่ม I | Mean | 4.11 | 4.22 | 3.99 | 4.17 |
| ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | 4.11 | - | -0.112 | 0.117 | -0.054 |
| | | - | (0.126) | (0.076) | (0.747) |
| ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | 4.22 | - | - | 0.23 | 0.058 |

**ตารางที่ 4.24** (ต่อ)

| ช่วงเวลาที่ใช้บริการ | | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | ไม่แน่นอน |
|---|---|---|---|---|---|
| | | - | - | **(0.002*)** | (0.737) |
| ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | 3.99 | - | - | - | -0.172 |
| | | - | - | - | (0.309) |
| ไม่แน่นอน | 4.17 | - | - | - | - |
| | | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ด้านการตอบสนอง จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน น้อยกว่า ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน ผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.23 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.002

**สมมติฐานที่ 2.3** สถานที่ที่ใช้บริการของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน

$H_0$ : สถานที่ที่ใช้บริการของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : สถานที่ที่ใช้บริการของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติ F - test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มโดยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก $H_0$ เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

**ตารางที่ 4.25** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินในด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสิน จำแนกตามสถานที่ที่ใช้บริการ

| การใช้บริการธุรกรรมการเงิน | แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F-Ratio | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1.ความน่าเชื่อถือ มั่นคง | ระหว่างกลุ่ม | 1.005 | 3 | 0.335 | 1.667 | 0.174 |
| | ภายในกลุ่ม | 79.603 | 396 | 0.201 | | |
| | รวม | 80.609 | 399 | | | |
| 2.การตอบสนอง | ระหว่างกลุ่ม | 0.122 | 3 | 0.041 | 0.125 | 0.945 |
| | ภายในกลุ่ม | 128.116 | 396 | 0.324 | | |
| | รวม | 128.237 | 399 | | | |
| 3.การเข้าถึงบริการ | ระหว่างกลุ่ม | 3.37 | 3 | 1.123 | 2.258 | 0.081 |
| | ภายในกลุ่ม | 197.03 | 396 | 0.498 | | |
| | รวม | 200.4 | 399 | | | |
| 4.ความสุภาพอ่อนโยน | ระหว่างกลุ่ม | 1.416 | 3 | 0.472 | 1.396 | 0.244 |
| | ภายในกลุ่ม | 133.891 | 396 | 0.338 | | |
| | รวม | 135.307 | 399 | | | |
| 5.การสื่อสาร | ระหว่างกลุ่ม | 1.161 | 3 | 0.387 | 1.041 | 0.374 |
| | ภายในกลุ่ม | 147.25 | 396 | 0.372 | | |
| | รวม | 148.411 | 399 | | | |
| 6.ความซื่อสัตย์ | ระหว่างกลุ่ม | 0.348 | 3 | 0.116 | 0.681 | 0.564 |
| | ภายในกลุ่ม | 67.312 | 396 | 0.17 | | |
| | รวม | 67.66 | 399 | | | |
| 7.ความเข้าใจ | ระหว่างกลุ่ม | 0.167 | 3 | 0.056 | 0.288 | 0.834 |
| | ภายในกลุ่ม | 76.438 | 396 | 0.193 | | |
| | รวม | 76.604 | 399 | | | |
| | ระหว่างกลุ่ม | 0.086 | 3 | 0.029 | 0.255 | 0.858 |
| ภาพรวม | ภายในกลุ่ม | 44.666 | 396 | 0.113 | | |
| | รวม | 44.752 | 399 | | | |

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F - test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าในด้านภาพรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.858 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับ $H_0$ ปฏิเสธ $H_1$ แสดงว่า สถานที่ที่ใช้บริการของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

เมื่อทดสอบรายด้าน พบว่า พฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินรายด้าน ของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.26** แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ดังนี้

| | ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| การใช้บริการธุรกรรมการเงิน | เพศ | อายุ | สถานภาพ | ระดับการศึกษา | อาชีพ | รายได้ต่อเดือน |
| 1.ความน่าเชื่อถือ มั่นคง | - | - | - | - | - | - |
| 2.การตอบสนอง | - | - | - | - | - | - |
| 3.การเข้าถึงบริการ | - | - | - | - | - | - |
| 4.ความสุภาพอ่อนโยน | - | - | - | - | - | - |
| 5.การสื่อสาร | - | - | - | - | √ | √ |
| 6.ความซื่อสัตย์ | - | - | - | - | - | - |
| 7.ความเข้าใจ | - | - | - | - | - | - |
| ภาพรวม | - | - | - | - | - | √ |

√ คือ มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- คือ ไม่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.27** แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ดังนี้

| | พฤติกรรมของลูกค้า | | | |
|---|---|---|---|---|
| การใช้บริการธุรกรรมการเงิน | ความต้องการ (What) | วัตถุประสงค์ (Why) | ช่วงเวลา (When) | สถานที่ (Where) |
| 1.ความน่าเชื่อถือ มั่นคง | - | - | √ | - |
| 2.การตอบสนอง | - | - | √ | - |
| 3.การเข้าถึงบริการ | - | - | - | - |
| 4.ความสุภาพอ่อนโยน | - | - | - | - |
| 5.การสื่อสาร | - | - | - | - |
| 6.ความซื่อสัตย์ | - | - | - | - |
| 7.ความเข้าใจ | - | - | - | - |
| ภาพรวม | - | - | - | - |

√ คือ มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- คือ ไม่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

# บทที่ 5

# สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินและเพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกันโดยจำแนกเป็น 7 ด้าน คือ ความน่าเชื่อถือมั่นคง การตอบสนอง การเข้าถึงบริการ ความสุภาพอ่อนโยน การสื่อสาร ความซื่อสัตย์ ความเข้าใจทั้งนี้ผลการศึกษาที่ได้ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงข้อมูลพื้นฐานเพื่อสืบค้นสำหรับผู้ที่สนใจศึกษาใน เรื่องเกี่ยวกับการการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร ซึ่งสรุปผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

**ส่วนที่ 1** ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี มีสถานภาพ สมรส มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ และมีรายได้ อยู่ในระดับ 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน

**ส่วนที่ 2** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรม การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ในครั้งนี้ส่วนใหญ่ มีความต้องการใช้บริการ สินเชื่อบุคคลและสินเชื่อธุรกิจ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อต้องการเงินเพื่อไปชำระหนี้สิน มีช่วงเวลาในการใช้บริการในช่วงเวลาระหว่างวันที่ 1 - 10 ของเดือน

**ส่วนที่ 3** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร พบว่าการใช้บริการธุรกรรมการเงินของทางธนาคาร ด้านความน่าเชื่อถือมั่นคง ด้านความซื่อสัตย์ และด้านความเข้าใจ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการตอบสนอง ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านความสุภาพอ่อนโยน และด้านการสื่อสาร มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

**ส่วนที่ 4** การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินด้านการสื่อสาร และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินในภาพรวม ส่วนพฤติกรรมของลูกค้าด้านช่วงเวลาในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงิน ด้านความน่าเชื่อถือมั่นคง และด้านการตอบสนอง

**5.2 การอภิปรายผลการวิจัย**

ผลการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน กรณีศึกษาธนาคารออมสิน สาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

จากการศึกษาพบว่า การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน กรณีศึกษาธนาคารออมสิน สาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี การใช้บริการธุรกรรมการเงินของทางธนาคาร ด้านความน่าเชื่อถือมั่นคง ด้านความซื่อสัตย์ และด้านความเข้าใจ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการตอบสนอง ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านความสุภาพอ่อนโยน และด้านการสื่อสาร มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก และผลจากการทดสอบสมมติฐาน อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินด้านการสื่อสาร และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินในภาพรวม ส่วนพฤติกรรมของลูกค้าด้านช่วงเวลาในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงิน ด้านความน่าเชื่อถือมั่นคง และด้านการตอบสนอง ซึ่งทางธนาคารมีการใช้บริการธุรกรรมการเงินของทางธนาคาร ที่ง่ายสะดวก รวดเร็ว มีความน่าเชื่อถือ มีความมั่นคงให้กับลูกค้า เนื่องจาก พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ มีการสื่อสารกับลูกค้าอย่างเข้าถึง ทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจ และลูกค้ามีการได้รับตอบสนองอย่างดี ธนาคารมีฐานะมั่นคง พรชัย อนันบุญทริก (2547) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ธนาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ธนาคารพาณิชย์ประกอบด้วยปัจจัยด้านการบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ด้านสถานที่ ด้านความมั่นคงปลอดภัย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านสังคม ผลการศึกษา จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการ พบว่า ในกลุ่มประชาชนทั่วไปผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์เอกชนไทย กลุ่มผู้ประกอบการผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์ของรัฐบาล กลุ่มข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์เอกชนไทยและธนาคารพาณิชย์ของรัฐบาล จะคำนึงถึงปัจจัยด้านความมั่นคงปลอดภัยมากที่สุด ในส่วนของความปลอดภัยที่สูง ธนาคารมีฐานะที่มั่นคง ส่วนกลุ่มประชาชนทั่วไปผู้ใช้ธนาคาร

พาณิชย์ของรัฐบาล จะคำนึงถึงปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน มากที่สุด ในประเด็นที่เจ้าหน้าที่มีการแต่งกาย สุภาพ เรียบร้อย สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์เอกชนไทย จะคำนึงถึงปัจจัยด้าน เครื่องมือเครื่องใช้อุปกรณ์มากในประเด็นระบบการบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ที่ทันสมัยและเชื่อถือได้ และความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการให้บริการและจากการศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาข้อมูลที่ได้ศึกษานำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ในกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน เช่น ในอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว และผู้ที่รับจ้างทั่วไปและใช้แรงงาน โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มที่แตกต่าง และ ผู้ที่มีรายได้ในกลุ่ม 40,001 ขึ้นไปด้วย พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในช่วง วันที่ 1 - 10 ของเดือน จึงควรเพิ่มพนักงานและวิธีการให้มีความเหมาะสมในการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร และได้นำเอาผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาธุรกรรมของธนาคารให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และนำแนวคิดจากทฤษฎี งานวิจัยนี้ไปเป็นตัวแบบหรือสร้างรูปแบบของธุรกรรมการเงินแบบใหม่ที่ลูกค้าต้องการ และเพื่อนำผลของการศึกษาที่นี้ไปวางแผนการบริการ กับลูกค้าเพื่อใช้สร้างความได้เปรียบในการทำธุรกรรมการเงินต่อไป

**5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย**

การศึกษาครั้งนี้มีประเด็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป มีรายละเอียดดังนี้

1.ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ซึ่ง ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน พบว่า ปัจจัยของด้านอาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินมีความแตกต่างกัน ในด้านการสื่อสาร และด้านภาพรวม แสดงว่า ธนาคารออมสิน ควรใส่ใจในการบริการช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า ปรับปรุงวิธีการและขั้นตอนที่ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าใจได้ง่าย โดยอาจจะมีการอธิบายขั้นของลักษณะของการทำธุรกรรมการเงินให้ลูกค้าได้ทราบ ชี้แจงขอบเขตลักษณะงานเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับลูกค้าได้ง่าย เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าสามารถสื่อสารกับทางธนาคาร ได้อย่างสะดวกสบาย ผู้ที่เข้ามาใช้บริการจะได้เกิดความประทับใจ และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร

2.พฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อ การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน พบว่า พฤติกรรมของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินในด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ในด้านความน่าเชื่อถือ มั่นคง และ ด้านการตอบสนอง แสดงในเห็นว่า พฤติกรรมของลูกค้าในด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ มีความสำคัญในการใช้บริการธุรกรรมการเงินที่ ลูกค้าจะให้ความน่าเชื่อถือ

มั่นคง และให้การตอบสนองกับธนาคารออมสิน ควรสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นคงให้กับลูกค้า โดยมีความสม่ำเสมอในการให้บริการ สร้างความปลอดภัยในการบริการ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่า สามารถพึ่งพา และเป็นส่วนหนึ่งกับธนาคาร และให้การตอบสนองในการบริการ มีความพร้อมในการบริการ มีความความเต็มใจในบริการ และมีการติดต่อกับลูกค้า อย่างต่อเนื่อง อุทิศเวลาให้ โดยให้ความสำคัญต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดีมีมาตรฐาน ทำให้ลูกค้าเชื่อถือและไว้วางใจให้กับธนาคารออมสิน

**5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวเนื่องในอนาคต**

1. ในการทำการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ เพื่อทำการเปรียบเทียบการใช้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพ เช่น การบริการด้านเงินฝาก ด้านสินเชื่อ การให้บริการชำระสินค้าและบริการต่าง ๆ

2. ในการทำการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับประเด็นปัญหาในการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน กรณีศึกษาธนาคารออมสิน สาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี เพื่อทราบปัญหาในการดำเนินงานและเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ความล่าช้าในการใช้บริการ ความยุ่งยากในการขอรับบริการ เป็นต้น

# บรรณานุกรม


กัลยา วาณิชย์ปัญชา และคนอื่น ๆ . 2546. **ทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อผู้ถือบัตรชำระเงินของธนาคารไทยในการซื้อสินค้าและบริการผ่านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.**

แก้วตา ฮวดใหม่. 2553. **ความคาดหวัง การรับรู้จริง และแนวโน้มการใช้บริการซ้ำของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาอโศก**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการทั่วไป : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

จรวยพร กุลอำนวยชัย. 2538. **ความพึงพอใจของผู้รับบริการสังคมสงเคราะห.** วิทยานิพนธ - ปริญญาโท. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จริยา เรือนแก้ว. 2550. **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ ของนักศึกษาสายสังคมศาสตร์ระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่**. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ดวงกมล กรมาทิตย์สุข. 2550. **ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการต่อพฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร.** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ธงชัย สันติวงษ์. 2540. **การวางแผนการบริหารการจัดการ.** กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนพานิช.

นภาศิริ สะดา. 2550. **ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำกัด**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. การจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ปริญ ลักษิตานนท์. 2541. **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ.

พจนีย์ สุขหน้าไม้. 2553. **คุณภาพการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ กรณีศึกษาสาขาสุขสวัสดิ์**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. การจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

พรชัย อนันบุญทริก. 2547**. ปจจัยที่มีผลตอการเลือกใชบริการธนาคารพาณิชยของลูกคา ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่.** การคนควาแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

# บรรณานุกรม (ต่อ)

ภรรคพล อุตระทอง. 2552. **ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์บริการบริษัท ไทยซัมซุง อิเล็กทรอนิกส์ จำกัดในเขตกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. การจัดการวิศวกรรมธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สุพัตรา มานุเด็น. 2550. **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพ - มหานคร : กรณีศึกษา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)**. การค้นคว้าอิสรบริหารธุรกิจ-มหาบัณฑิต. ระบบสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

เสรี วงษมณฑา. 2542. **กลยุทธ : การวางแผนการตลาด.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพธีระฟลม์ และไซเท็กซ์.

อดุลย จาตุรงค์กุล. 2541. **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อภิชาติ เทศสวัสดิ์วงศ์. 2553. **ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Belch, G.E. ; and Belch. M.A. 2004. **Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective**. 6th ed. Boston : McGraw-Hill.

Engel, James F., Blackwell, Roger D, 1993. **Consumer Behavior**. 7th ed. Fort Worth : The Dryden Press, Inc. Miniard Paul W.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L.1988. **SERVQUAL : A Multi-item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality**. Journal of Retailing 64 (1), 12-40.

# ภาคผนวก

**ภาคผนวก ก**

แบบสอบถาม

# แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

## เรื่อง พฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน

## กรณีศึกษา : ธนาคารออมสินสาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

**คำชี้แจง**

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาในหลักสูตรปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาที่ได้ไม่มีผลกระทบกับลูกค้าหรือผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น จึงขอให้ท่านแสดงความคิดเห็นตอบคำถามให้มีความเป็นจริงมากที่สุดโดยแบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

**ส่วนที่1** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานเป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ส่วนที่2** แบบสอบถามเกี่ยวข้องกับข้อมูล พฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน

**ส่วนที่3** แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร

**ส่วนที่4** คำถามทำเป็นแบบคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นทั่วไปและข้อเสนอแนะ

**ขอขอบคุณท่านเป็นอย่างยิ่งที่สละเวลาให้กับแบบสอบถามชุดนี้**

นางสาวทัศนีย์ สระสำราญ

นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

# แบบสอบถามงานวิจัย

**<u>ส่วนที่ 1</u> ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม**

คำแนะนำ โปรดทำเครื่องหมาย √ ลงใน☐ ที่ตรงกับข้อเท็จจริงของท่าน

**1.เพศ**

☐ 1.ชาย ☐ 2.หญิง

**2. อายุ**

☐ 1.ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 2. 20 - 30 ปี ☐3. 31 - 40 ปี

☐ 4. 41 - 50 ปี ☐ 5.สูงกว่า 50 ปี

**3. สถานภาพ**

☐ 1.โสด ☐ 2.สมรส ☐ 3.หย่าร้าง/หม้าย

**4. ระดับการศึกษา**

☐ 1.ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐2.ปริญญาตรี ☐3.สูงกว่าปริญญาตรี

**5. อาชีพ**

☐1.ข้าราชการและลูกจ้าง ในหน่วยงานของรัฐ ☐ 2.พนักงานและลูกจ้างในบริษัท

☐3.พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ ☐4.รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน

☐ 5.ธุรกิจส่วนตัว ☐ 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

**6. รายได้ต่อเดือน**

☐ 1.ต่ำกว่า 10,000 บาท ☐ 2.10,000 - 20,000 บาท

☐ 3. 20,001 - 30,000 บาท ☐ 4. 30,001 - 40,000 บาท

☐ 5. 40,001 - 50,000 บาท ☐ 6. มากกว่า 50,000 บาท

**<u>ส่วนที่ 2</u> ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร**

คำแนะนำ โปรดทำเครื่องหมาย √ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อเท็จจริงของท่าน

**1. ท่านคิดว่าต้องการที่ใช้บริการอะไร (What)**

☐ 1.เงินฝากและสลากออมสิน ☐ 2.สินเชื่อบุคคลและสินเชื่อธุรกิจ

☐ 3.ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ☐ 4.เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

**2. วัตถุประสงค์ที่ท่านใช้บริการ (Why)**

☐ 1.ฝากเงินเพื่อการออม ☐ 2.ฝากเงินเพื่อได้รับดอกเบี้ย

☐ 3.เพื่อลุ้นรางวัล ☐ 4.เพื่อใช้ชำระสินค้าและบริการ

☐5.เพื่อใช้เงินลงทุนหมุนเวียน ☐6.ต้องการเงินเพื่อไปชำระหนี้สิน

☐7.ฝากเพื่อความคุ้มครองชีวิต ☐8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

**3. ท่านใช้บริการบ่อยที่สุดเมื่อใด(When)**

☐ 1.ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน ☐2.ช่วงระหว่างวันที่11-20ของเดือน

☐3.ช่วงระหว่างวันที่ 21-31 ของเดือน ☐ 4.ไม่แน่นอน

**2.4 ท่านเลือกใช้บริการที่ไหนเป็นประจำ(Where)**

☐ 1.สาขาลำลูกกา คลอง 2 ☐ 2.สาขาบิ๊กซี ลำลูกกา 2

☐ 3.สาขาลำลูกกา(คลอง7) ☐ 4.สาขาลำไทร(คลอง13)

**<u>ส่วนที่ 3</u> เกี่ยวกับความคิดเห็นของท่านในการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารในหัวข้อต่อไปนี้ในระดับใด**

คำแนะนำ โปรดทำเครื่องหมาย √ ลงใน ☐ในช่องซึ่งแสดงถึงระดับความสำคัญในแต่ละข้อ

| การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร | ระดับความสำคัญ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| **ความน่าเชื่อถือและความมั่นคง** | | | | | |
| 1. มีความสม่ำเสมอในการบริการ | | | | | |
| 2.มีความปลอดภัยในการบริการ | | | | | |
| 3.มีความพึ่งพาได้ | | | | | |
| **การตอบสนอง** | | | | | |
| 4. มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง | | | | | |
| 5. มีความพร้อมในการบริการ | | | | | |
| 6. อุทิศเวลาความเต็มใจในบริการ | | | | | |
| 7.ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดีมีมาตรฐาน | | | | | |
| **การเข้าถึงบริการ** | | | | | |
| 8. สามารถใช้บริการได้สะดวก | | | | | |
| 9. มีขั้นตอนในการใช้บริการที่ดี | | | | | |
| 10.การใช้บริการใช้เวลารอน้อย | | | | | |

| การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร | ระดับความสำคัญ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| **ความสุภาพอ่อนโยน** | | | | | |
| 11. ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี | | | | | |
| 12.ให้การต้อนรับที่เหมาะสม | | | | | |
| 13.ผู้ให้บริการแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ | | | | | |
| **การสื่อสาร** | | | | | |
| 14. มีการอธิบายขั้นตอนในการใช้บริการ | | | | | |
| 15.มีการสื่อสารให้เข้าใจลักษณะงาน | | | | | |
| 16. มีการชี้แจงขอบเขตลักษณะงาน | | | | | |
| **ความซื่อสัตย์** | | | | | |
| 17. ผู้ใช้บริการสามารถไว้วางใจได้ | | | | | |
| 18. คุณภาพของบริการมีความเที่ยงตรง | | | | | |
| 19.ผู้ให้บริการมีลักษณะน่านับถือ | | | | | |
| **ความเข้าใจ** | | | | | |
| 20. การให้ความสนใจแก่ผู้ใช้บริการ | | | | | |
| 21.มีการให้คำแนะนำและเอาใจใส่ | | | | | |
| 22. มีความเอาใจใส่ผู้มาใช้บริการ | | | | | |

**<u>ส่วนที่4</u> ข้อเสนอแนะอื่นๆ**

.....

.....

.....

**************ขอขอบคุณท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถามค่ะ***********

**ภาคผนวก ข**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

# Reliability

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .856 | 30 |

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| มีความสม่ำเสมอในการบริการ | 400 | 3 | 5 | 4.26 | .933 |
| มีความปลอดภัยในการบริการ | 400 | 4 | 5 | 4.81 | .393 |
| มีความพึ่งพาได้ | 400 | 1 | 5 | 4.03 | 1.096 |
| มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง | 400 | 1 | 5 | 4.01 | 1.126 |
| มีความพร้อมในการบริการ | 400 | 3 | 5 | 4.29 | .842 |
| อุทิศเวลาความเต็มใจในบริการ | 400 | 1 | 5 | 3.86 | 1.207 |
| ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดีมีมาตรฐาน | 400 | 1 | 5 | 4.25 | .968 |
| สามารถใช้บริการได้สะดวก | 400 | 1 | 5 | 4.03 | 1.096 |
| มีขั้นตอนในการใช้บริการที่ดี | 400 | 1 | 5 | 4.24 | 1.104 |
| การใช้บริการใช้เวลารอน้อย | 400 | 3 | 5 | 4.15 | .921 |
| ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี | 400 | 1 | 5 | 4.03 | 1.088 |
| ให้การต้อนรับที่เหมาะสม | 400 | 3 | 5 | 4.40 | .776 |
| ผู้ให้บริการแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ | 400 | 3 | 5 | 4.23 | .916 |
| มีการอธิบายขั้นตอนในการใช้บริการ | 400 | 2 | 5 | 4.05 | .915 |
| มีการสื่อสารให้เข้าใจลักษณะงาน | 400 | 3 | 5 | 4.08 | .920 |
| มีการชี้แจงขอบเขตลักษณะงาน | 400 | 1 | 5 | 4.02 | 1.106 |
| ผู้ใช้บริการสามารถไว้วางใจได้ | 400 | 3 | 5 | 4.51 | .776 |
| คุณภาพของบริการมีความเที่ยงตรง | 400 | 3 | 5 | 4.51 | .625 |
| ผู้ให้บริการมีลักษณะน่านับถือ | 400 | 3 | 5 | 4.60 | .687 |
| การให้ความสนใจแก่ผู้ใช้บริการ | 400 | 3 | 5 | 4.77 | .534 |

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| มีการให้คำแนะนำและเอาใจใส่ | 400 | 3 | 5 | 4.73 | .591 |
| มีความเอาใจใส่ผู้มาใช้บริการ | 400 | 3 | 5 | 4.43 | .686 |
| ผลรวมความน่าเชื่อถือและความมั่นคง | 400 | 4 | 5 | 4.63 | .449 |
| ผลรวมการตอบสนอง | 400 | 3 | 5 | 4.10 | .567 |
| ผลรวมการเข้าถึงบริการ | 400 | 2 | 5 | 4.14 | .709 |
| ผลรวมความสุภาพอ่อนโยน | 400 | 3 | 5 | 4.22 | .582 |
| ผลรวมการสื่อสาร | 400 | 2 | 5 | 4.05 | .610 |
| ผลรวมความซื่อสัตย์ | 400 | 4 | 5 | 4.54 | .412 |
| ผลรวมความเข้าใจ | 400 | 3 | 5 | 4.64 | .438 |
| ผลรวมทั้งหมด | 400 | 3 | 5 | 4.33 | .335 |
| Valid N (listwise) | 400 | | | | |

**T-Test**

**Group Statistics**

| | เพศ | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|---|---|---|---|---|
| ผลรวมความน่าเชื่อถือและความมั่นคง | ชาย | 189 | 4.65 | .425 | .031 |
| | หญิง | 211 | 4.61 | .471 | .032 |
| ผลรวมการตอบสนอง | ชาย | 189 | 4.13 | .542 | .039 |
| | หญิง | 211 | 4.07 | .587 | .040 |
| ผลรวมการเข้าถึงบริการ | ชาย | 189 | 4.15 | .712 | .052 |
| | หญิง | 211 | 4.13 | .708 | .049 |
| ผลรวมความสุภาพอ่อนโยน | ชาย | 189 | 4.23 | .566 | .041 |
| | หญิง | 211 | 4.21 | .598 | .041 |
| ผลรวมการสื่อสาร | ชาย | 189 | 4.02 | .609 | .044 |
| | หญิง | 211 | 4.07 | .611 | .042 |
| ผลรวมความซื่อสัตย์ | ชาย | 189 | 4.53 | .429 | .031 |
| | หญิง | 211 | 4.55 | .396 | .027 |

| | เพศ | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|---|---|---|---|---|
| ผลรวมความเข้าใจ | ชาย | 189 | 4.64 | .427 | .031 |
| | หญิง | 211 | 4.64 | .449 | .031 |
| ผลรวมทั้งหมด | ชาย | 189 | 4.34 | .317 | .023 |
| | หญิง | 211 | 4.33 | .351 | .024 |

**Independent Samples Test**

| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | | | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | Lower | Upper |
| ผลรวมความน่าเชื่อถือและความมั่นคง | Equal variances assumed | 4.255 | .040 | .906 | 398 | .365 | .041 | .045 | -.048 | .129 |
| | Equal variances not assumed | | | .912 | 397.973 | .363 | .041 | .045 | -.047 | .129 |
| ผลรวมการตอบสนอง | Equal variances assumed | .327 | .568 | 1.187 | 398 | .236 | .067 | .057 | -.044 | .179 |
| | Equal variances not assumed | | | 1.193 | 397.628 | .234 | .067 | .056 | -.044 | .178 |
| ผลรวมการเข้าถึงบริการ | Equal variances assumed | .125 | .723 | .289 | 398 | .773 | .021 | .071 | -.119 | .160 |
| | Equal variances not assumed | | | .289 | 392.706 | .773 | .021 | .071 | -.119 | .160 |
| ผลรวมความสุภาพอ่อนโยน | Equal variances assumed | .957 | .328 | .358 | 398 | .720 | .021 | .058 | -.094 | .136 |
| | Equal variances not assumed | | | .360 | 396.752 | .719 | .021 | .058 | -.094 | .135 |

| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | | | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | Lower | Upper |
| ผลรวมการสื่อสาร | Equal variances assumed | .003 | .959 | -.811 | 398 | .418 | -.050 | .061 | -.170 | .071 |
| | Equal variances not assumed | | | -.811 | 393.574 | .418 | -.050 | .061 | -.170 | .071 |
| ผลรวมความซื่อสัตย์ | Equal variances assumed | 1.724 | .190 | -.467 | 398 | .641 | -.019 | .041 | -.100 | .062 |
| | Equal variances not assumed | | | -.465 | 384.082 | .642 | -.019 | .041 | -.101 | .062 |
| ผลรวมความเข้าใจ | Equal variances assumed | .018 | .893 | .085 | 398 | .932 | .004 | .044 | -.083 | .090 |
| | Equal variances not assumed | | | .085 | 396.492 | .932 | .004 | .044 | -.082 | .090 |
| ผลรวมทั้งหมด | Equal variances assumed | 2.262 | .133 | .360 | 398 | .719 | .012 | .034 | -.054 | .078 |
| | Equal variances not assumed | | | .362 | 397.976 | .718 | .012 | .033 | -.054 | .078 |

**ANOVA**

| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ผลรวมความน่าเชื่อถือและความมั่นคง | Between Groups | .452 | 5 | .090 | .444 | .817 |
| | Within Groups | 80.157 | 394 | .203 | | |
| | Total | 80.609 | 399 | | | |
| ผลรวมการตอบสนอง | Between Groups | 2.558 | 5 | .512 | 1.604 | .158 |
| | Within Groups | 125.679 | 394 | .319 | | |
| | Total | 128.237 | 399 | | | |
| ผลรวมการเข้าถึงบริการ | Between Groups | 1.908 | 5 | .382 | .757 | .581 |
| | Within Groups | 198.492 | 394 | .504 | | |
| | Total | 200.400 | 399 | | | |
| ผลรวมความสุภาพอ่อนโยน | Between Groups | 2.242 | 5 | .448 | 1.328 | .251 |
| | Within Groups | 133.065 | 394 | .338 | | |
| | Total | 135.307 | 399 | | | |
| ผลรวมการสื่อสาร | Between Groups | 4.230 | 5 | .846 | 2.312 | .043 |
| | Within Groups | 144.181 | 394 | .366 | | |
| | Total | 148.411 | 399 | | | |
| ผลรวมความซื่อสัตย์ | Between Groups | .285 | 5 | .057 | .333 | .893 |
| | Within Groups | 67.375 | 394 | .171 | | |
| | Total | 67.660 | 399 | | | |
| ผลรวมความเข้าใจ | Between Groups | .672 | 5 | .134 | .698 | .625 |
| | Within Groups | 75.932 | 394 | .193 | | |
| | Total | 76.604 | 399 | | | |
| ผลรวมทั้งหมด | Between Groups | .600 | 5 | .120 | 1.071 | .376 |
| | Within Groups | 44.152 | 394 | .112 | | |
| | Total | 44.752 | 399 | | | |

## Post Hoc Tests

**Multiple Comparisons**

LSD

| Dependent Variable | (I) อาชีพ | (J) อาชีพ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| ผลรวมความน่าเชื่อถือและความมั่นคง | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | -.030 | .071 | .672 | -.17 | .11 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.020 | .071 | .773 | -.16 | .12 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.009 | .084 | .910 | -.17 | .15 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .049 | .073 | .505 | -.10 | .19 |
| | | อื่นๆ | -.067 | .070 | .334 | -.20 | .07 |
| | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .030 | .071 | .672 | -.11 | .17 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | .010 | .081 | .903 | -.15 | .17 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | .021 | .092 | .822 | -.16 | .20 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .079 | .083 | .343 | -.08 | .24 |
| | | อื่นๆ | -.037 | .080 | .644 | -.19 | .12 |
| | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .020 | .071 | .773 | -.12 | .16 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | -.010 | .081 | .903 | -.17 | .15 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | .011 | .092 | .905 | -.17 | .19 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .069 | .083 | .402 | -.09 | .23 |
| | | อื่นๆ | -.047 | .079 | .555 | -.20 | .11 |
| | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .009 | .084 | .910 | -.15 | .17 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | -.021 | .092 | .822 | -.20 | .16 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.011 | .092 | .905 | -.19 | .17 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .058 | .094 | .535 | -.13 | .24 |
| | | อื่นๆ | -.058 | .091 | .526 | -.24 | .12 |

| | (I) อาชีพ | (J) อาชีพ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| | ธุรกิจส่วนตัว | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | -.049 | .073 | .505 | -.19 | .10 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | -.079 | .083 | .343 | -.24 | .08 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.069 | .083 | .402 | -.23 | .09 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.058 | .094 | .535 | -.24 | .13 |
| | | อื่นๆ | -.116 | .082 | .156 | -.28 | .04 |
| | อื่นๆ | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .067 | .070 | .334 | -.07 | .20 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | .047 | .079 | .555 | -.11 | .20 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | .058 | .091 | .526 | -.12 | .24 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .116 | .082 | .156 | -.04 | .28 |
| ผลรวมการตอบสนอง | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .080 | .089 | .371 | -.10 | .26 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.025 | .089 | .778 | -.20 | .15 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | .056 | .105 | .593 | -.15 | .26 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .226* | .092 | .014 | .05 | .41 |
| | | อื่นๆ | .006 | .087 | .950 | -.17 | .18 |
| | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | -.080 | .089 | .371 | -.26 | .10 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.105 | .101 | .301 | -.30 | .09 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.024 | .116 | .835 | -.25 | .20 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .146 | .105 | .163 | -.06 | .35 |
| | | อื่นๆ | -.075 | .100 | .458 | -.27 | .12 |
| | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .025 | .089 | .778 | -.15 | .20 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .105 | .101 | .301 | -.09 | .30 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | .081 | .115 | .483 | -.15 | .31 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .251* | .104 | .016 | .05 | .45 |
| | | อื่นๆ | .030 | .099 | .759 | -.17 | .23 |

| | (I) อาชีพ | (J) อาชีพ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | -.056 | .105 | .593 | -.26 | .15 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .024 | .116 | .835 | -.20 | .25 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.081 | .115 | .483 | -.31 | .15 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .170 | .118 | .150 | -.06 | .40 |
| | | อื่นๆ | -.050 | .114 | .659 | -.27 | .17 |
| | ธุรกิจส่วนตัว | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | -.226* | .092 | .014 | -.41 | -.05 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | -.146 | .105 | .163 | -.35 | .06 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.251* | .104 | .016 | -.45 | -.05 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.170 | .118 | .150 | -.40 | .06 |
| | | อื่นๆ | -.221* | .103 | .032 | -.42 | -.02 |
| | อื่นๆ | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | -.006 | .087 | .950 | -.18 | .17 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.030 | .099 | .759 | -.23 | .17 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | .050 | .114 | .659 | -.17 | .27 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .221* | .103 | .032 | .02 | .42 |
| ผลรวมการเข้าถึงบริการ | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .152 | .112 | .178 | -.07 | .37 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | .009 | .111 | .933 | -.21 | .23 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.003 | .132 | .983 | -.26 | .26 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .097 | .116 | .404 | -.13 | .32 |
| | | อื่นๆ | -.064 | .110 | .558 | -.28 | .15 |
| | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | -.152 | .112 | .178 | -.37 | .07 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.142 | .127 | .265 | -.39 | .11 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.155 | .146 | .289 | -.44 | .13 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | -.055 | .131 | .675 | -.31 | .20 |
| | | อื่นๆ | -.216 | .126 | .088 | -.46 | .03 |

| | (I) อาชีพ | (J) อาชีพ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | -.009 | .111 | .933 | -.23 | .21 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .142 | .127 | .265 | -.11 | .39 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.012 | .145 | .933 | -.30 | .27 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .087 | .130 | .503 | -.17 | .34 |
| | | อื่นๆ | -.074 | .125 | .556 | -.32 | .17 |
| | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .003 | .132 | .983 | -.26 | .26 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .155 | .146 | .289 | -.13 | .44 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | .012 | .145 | .933 | -.27 | .30 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .100 | .148 | .502 | -.19 | .39 |
| | | อื่นๆ | -.061 | .143 | .669 | -.34 | .22 |
| | ธุรกิจส่วนตัว | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | -.097 | .116 | .404 | -.32 | .13 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .055 | .131 | .675 | -.20 | .31 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.087 | .130 | .503 | -.34 | .17 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.100 | .148 | .502 | -.39 | .19 |
| | | อื่นๆ | -.161 | .129 | .213 | -.41 | .09 |
| | อื่นๆ | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .064 | .110 | .558 | -.15 | .28 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | .074 | .125 | .556 | -.17 | .32 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | .061 | .143 | .669 | -.22 | .34 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .161 | .129 | .213 | -.09 | .41 |
| ผลรวมความสุภาพอ่อนโยน | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .045 | .092 | .625 | -.14 | .23 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.115 | .091 | .207 | -.29 | .06 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.031 | .108 | .771 | -.24 | .18 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | -.079 | .095 | .406 | -.27 | .11 |
| | | อื่นๆ | -.178* | .090 | .048 | -.35 | .00 |

| (I) อาชีพ | (J) อาชีพ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | -.045 | .092 | .625 | -.23 | .14 |
| | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.160 | .104 | .126 | -.37 | .05 |
| | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.076 | .119 | .522 | -.31 | .16 |
| | ธุรกิจส่วนตัว | -.124 | .108 | .250 | -.34 | .09 |
| | อื่นๆ | -.223* | .103 | .031 | -.43 | -.02 |
| พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .115 | .091 | .207 | -.06 | .29 |
| | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .160 | .104 | .126 | -.05 | .37 |
| | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | .084 | .118 | .479 | -.15 | .32 |
| | ธุรกิจส่วนตัว | .036 | .107 | .733 | -.17 | .25 |
| | อื่นๆ | -.063 | .102 | .539 | -.26 | .14 |
| รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .031 | .108 | .771 | -.18 | .24 |
| | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .076 | .119 | .522 | -.16 | .31 |
| | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.084 | .118 | .479 | -.32 | .15 |
| | ธุรกิจส่วนตัว | -.047 | .121 | .696 | -.29 | .19 |
| | อื่นๆ | -.147 | .117 | .212 | -.38 | .08 |
| ธุรกิจส่วนตัว | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .079 | .095 | .406 | -.11 | .27 |
| | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .124 | .108 | .250 | -.09 | .34 |
| | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.036 | .107 | .733 | -.25 | .17 |
| | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | .047 | .121 | .696 | -.19 | .29 |
| | อื่นๆ | -.099 | .106 | .347 | -.31 | .11 |
| อื่นๆ | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .178* | .090 | .048 | .00 | .35 |
| | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | .063 | .102 | .539 | -.14 | .26 |
| | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | .147 | .117 | .212 | -.08 | .38 |
| | ธุรกิจส่วนตัว | .099 | .106 | .347 | -.11 | .31 |

| Dependent Variable | (I) อาชีพ | (J) อาชีพ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| ผลรวมการสื่อสาร | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .279* | .096 | .004 | .09 | .47 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | .089 | .095 | .348 | -.10 | .28 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.012 | .112 | .916 | -.23 | .21 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .196* | .099 | .048 | .00 | .39 |
| | | อื่นๆ | .051 | .093 | .585 | -.13 | .23 |
| | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | -.279* | .096 | .004 | -.47 | -.09 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.190 | .109 | .082 | -.40 | .02 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.290* | .124 | .020 | -.53 | -.05 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | -.083 | .112 | .459 | -.30 | .14 |
| | | อื่นๆ | -.228* | .107 | .035 | -.44 | -.02 |
| | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | -.089 | .095 | .348 | -.28 | .10 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .190 | .109 | .082 | -.02 | .40 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.101 | .123 | .413 | -.34 | .14 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .106 | .111 | .338 | -.11 | .32 |
| | | อื่นๆ | -.038 | .107 | .722 | -.25 | .17 |
| | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .012 | .112 | .916 | -.21 | .23 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .290* | .124 | .020 | .05 | .53 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | .101 | .123 | .413 | -.14 | .34 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .207 | .126 | .101 | -.04 | .46 |
| | | อื่นๆ | .063 | .122 | .607 | -.18 | .30 |
| | ธุรกิจส่วนตัว | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | -.196* | .099 | .048 | -.39 | .00 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .083 | .112 | .459 | -.14 | .30 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.106 | .111 | .338 | -.32 | .11 |

| | | (J) อาชีพ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.207 | .126 | .101 | -.46 | .04 |
| | | อื่นๆ | -.144 | .110 | .189 | -.36 | .07 |
| | อื่นๆ | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | -.051 | .093 | .585 | -.23 | .13 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | .038 | .107 | .722 | -.17 | .25 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.063 | .122 | .607 | -.30 | .18 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .144 | .110 | .189 | -.07 | .36 |
| ผลรวมความซื่อสัตย์ | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .050 | .066 | .447 | -.08 | .18 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.009 | .065 | .893 | -.14 | .12 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.011 | .077 | .888 | -.16 | .14 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | -.047 | .067 | .485 | -.18 | .09 |
| | | อื่นๆ | .001 | .064 | .989 | -.12 | .13 |
| | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | -.050 | .066 | .447 | -.18 | .08 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.059 | .074 | .430 | -.20 | .09 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.061 | .085 | .475 | -.23 | .11 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | -.097 | .077 | .206 | -.25 | .05 |
| | | อื่นๆ | -.049 | .073 | .505 | -.19 | .10 |
| | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .009 | .065 | .893 | -.12 | .14 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .059 | .074 | .430 | -.09 | .20 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.002 | .084 | .981 | -.17 | .16 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | -.038 | .076 | .614 | -.19 | .11 |
| | | อื่นๆ | .010 | .073 | .895 | -.13 | .15 |
| | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .011 | .077 | .888 | -.14 | .16 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .061 | .085 | .475 | -.11 | .23 |

| | | (J) อาชีพ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| | ธุรกิจส่วนตัว | ธุรกิจส่วนตัว | -.036 | .086 | .674 | -.21 | .13 |
| | | อื่นๆ | .012 | .084 | .889 | -.15 | .18 |
| | | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .047 | .067 | .485 | -.09 | .18 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .097 | .077 | .206 | -.05 | .25 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | .038 | .076 | .614 | -.11 | .19 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | .036 | .086 | .674 | -.13 | .21 |
| | | อื่นๆ | .048 | .075 | .523 | -.10 | .20 |
| | อื่นๆ | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .000 | .064 | .989 | -.13 | .12 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.010 | .073 | .895 | -.15 | .13 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.012 | .084 | .889 | -.18 | .15 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | -.048 | .075 | .523 | -.20 | .10 |
| ผลรวมความเข้าใจ | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | -.046 | .070 | .511 | -.18 | .09 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.029 | .069 | .668 | -.16 | .11 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.086 | .081 | .291 | -.25 | .07 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .019 | .072 | .793 | -.12 | .16 |
| | | อื่นๆ | .056 | .068 | .408 | -.08 | .19 |
| | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .046 | .070 | .511 | -.09 | .18 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | .016 | .079 | .837 | -.14 | .17 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.040 | .090 | .654 | -.22 | .14 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .065 | .081 | .428 | -.10 | .22 |
| | | อื่นๆ | .102 | .078 | .192 | -.05 | .26 |
| | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .029 | .069 | .668 | -.11 | .16 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | -.016 | .079 | .837 | -.17 | .14 |

| | | (J) อาชีพ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .048 | .081 | .550 | -.11 | .21 |
| | | อื่นๆ | .086 | .077 | .269 | -.07 | .24 |
| | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .086 | .081 | .291 | -.07 | .25 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .040 | .090 | .654 | -.14 | .22 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | .057 | .089 | .527 | -.12 | .23 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .105 | .092 | .253 | -.08 | .28 |
| | | อื่นๆ | .142 | .089 | .110 | -.03 | .32 |
| | ธุรกิจส่วนตัว | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | -.019 | .072 | .793 | -.16 | .12 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | -.065 | .081 | .428 | -.22 | .10 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.048 | .081 | .550 | -.21 | .11 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.105 | .092 | .253 | -.28 | .08 |
| | | อื่นๆ | .037 | .080 | .640 | -.12 | .19 |
| | อื่นๆ | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | -.056 | .068 | .408 | -.19 | .08 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.086 | .077 | .269 | -.24 | .07 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.142 | .089 | .110 | -.32 | .03 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | -.037 | .080 | .640 | -.19 | .12 |
| ผลรวมทั้งหมด | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .076 | .053 | .155 | -.03 | .18 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.014 | .052 | .785 | -.12 | .09 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.014 | .062 | .824 | -.14 | .11 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .066 | .055 | .229 | -.04 | .17 |
| | | อื่นๆ | -.028 | .052 | .588 | -.13 | .07 |
| | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | -.076 | .053 | .155 | -.18 | .03 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.090 | .060 | .135 | -.21 | .03 |

| | | (J) อาชีพ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.089 | .069 | .194 | -.22 | .05 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | -.010 | .062 | .873 | -.13 | .11 |
| | | อื่นๆ | -.104 | .059 | .082 | -.22 | .01 |
| | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .014 | .052 | .785 | -.09 | .12 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .090 | .060 | .135 | -.03 | .21 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | .001 | .068 | .993 | -.13 | .13 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .080 | .061 | .194 | -.04 | .20 |
| | | อื่นๆ | -.014 | .059 | .817 | -.13 | .10 |
| | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .014 | .062 | .824 | -.11 | .14 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .089 | .069 | .194 | -.05 | .22 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | .000 | .068 | .993 | -.13 | .13 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .080 | .070 | .255 | -.06 | .22 |
| | | อื่นๆ | -.014 | .068 | .833 | -.15 | .12 |
| | ธุรกิจส่วนตัว | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | -.066 | .055 | .229 | -.17 | .04 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในบริษัท | .010 | .062 | .873 | -.11 | .13 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | -.080 | .061 | .194 | -.20 | .04 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | -.080 | .070 | .255 | -.22 | .06 |
| | | อื่นๆ | -.094 | .061 | .124 | -.21 | .03 |
| | อื่นๆ | ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ | .028 | .052 | .588 | -.07 | .13 |
| | | พนักงานและลูกจ้างในหน่วยของรัฐวิสาหกิจ | .014 | .059 | .817 | -.10 | .13 |
| | | รับจ้างทั่วไปหรือผู้ใช้แรงงาน | .014 | .068 | .833 | -.12 | .15 |
| | | ธุรกิจส่วนตัว | .094 | .061 | .124 | -.03 | .21 |

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

**ANOVA**

| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ผลรวมความน่าเชื่อถือและความมั่นคง | Between Groups | .761 | 5 | .152 | .751 | .586 |
| | Within Groups | 79.848 | 394 | .203 | | |
| | Total | 80.609 | 399 | | | |
| ผลรวมการตอบสนอง | Between Groups | 2.860 | 5 | .572 | 1.798 | .112 |
| | Within Groups | 125.377 | 394 | .318 | | |
| | Total | 128.237 | 399 | | | |
| ผลรวมการเข้าถึงบริการ | Between Groups | 4.382 | 5 | .876 | 1.761 | .120 |
| | Within Groups | 196.018 | 394 | .498 | | |
| | Total | 200.400 | 399 | | | |
| ผลรวมความสุภาพอ่อนโยน | Between Groups | 3.550 | 5 | .710 | 2.123 | .062 |
| | Within Groups | 131.757 | 394 | .334 | | |
| | Total | 135.307 | 399 | | | |
| ผลรวมการสื่อสาร | Between Groups | 5.015 | 5 | 1.003 | 2.756 | .018 |
| | Within Groups | 143.396 | 394 | .364 | | |
| | Total | 148.411 | 399 | | | |
| ผลรวมความซื่อสัตย์ | Between Groups | .549 | 5 | .110 | .645 | .666 |
| | Within Groups | 67.110 | 394 | .170 | | |
| | Total | 67.660 | 399 | | | |
| ผลรวมความเข้าใจ | Between Groups | 1.340 | 5 | .268 | 1.403 | .222 |
| | Within Groups | 75.264 | 394 | .191 | | |
| | Total | 76.604 | 399 | | | |
| ผลรวมทั้งหมด | Between Groups | 1.320 | 5 | .264 | 2.395 | .037 |
| | Within Groups | 43.432 | 394 | .110 | | |
| | Total | 44.752 | 399 | | | |

## Post Hoc Tests

**Multiple Comparisons**

LSD

| Dependent Variable | (I) รายได้ต่อเดือน | (J) รายได้ต่อเดือน | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| ผลรวมความน่าเชื่อถือและความมั่นคง | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000 - 20,000 บาท | -.050 | .068 | .462 | -.18 | .08 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .018 | .065 | .778 | -.11 | .15 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .076 | .075 | .313 | -.07 | .22 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.031 | .178 | .863 | -.38 | .32 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .073 | .124 | .553 | -.17 | .32 |
| | 10,000 - 20,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | .050 | .068 | .462 | -.08 | .18 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .069 | .059 | .250 | -.05 | .19 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .126 | .070 | .073 | -.01 | .26 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | .019 | .176 | .912 | -.33 | .37 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .124 | .121 | .308 | -.11 | .36 |
| | 20,001 - 30,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.018 | .065 | .778 | -.15 | .11 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | -.069 | .059 | .250 | -.19 | .05 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .057 | .067 | .395 | -.07 | .19 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.049 | .175 | .779 | -.39 | .29 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .055 | .119 | .645 | -.18 | .29 |
| | 30,001 - 40,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.076 | .075 | .313 | -.22 | .07 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | -.126 | .070 | .073 | -.26 | .01 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | -.057 | .067 | .395 | -.19 | .07 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.106 | .179 | .552 | -.46 | .24 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | -.002 | .125 | .987 | -.25 | .24 |
| | 40,001 - 50,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | .031 | .178 | .863 | -.32 | .38 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | -.019 | .176 | .912 | -.37 | .33 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .049 | .175 | .779 | -.29 | .39 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .106 | .179 | .552 | -.24 | .46 |

| | (I) รายได้ต่อเดือน | (J) รายได้ต่อเดือน | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .104 | .204 | .610 | -.30 | .51 |
| | มากกว่า 50,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.073 | .124 | .553 | -.32 | .17 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | -.124 | .121 | .308 | -.36 | .11 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .002 | .125 | .987 | -.24 | .25 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.104 | .204 | .610 | -.51 | .30 |
| ผลรวมการตอบสนอง | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000 - 20,000 บาท | .057 | .085 | .506 | -.11 | .22 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .118 | .082 | .148 | -.04 | .28 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .243* | .094 | .010 | .06 | .43 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | .136 | .223 | .543 | -.30 | .57 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .270 | .155 | .083 | -.04 | .57 |
| | 10,000 - 20,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.057 | .085 | .506 | -.22 | .11 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .061 | .075 | .411 | -.09 | .21 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .187* | .088 | .034 | .01 | .36 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | .079 | .220 | .720 | -.35 | .51 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .213 | .152 | .161 | -.09 | .51 |
| | 20,001 - 30,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.118 | .082 | .148 | -.28 | .04 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | -.061 | .075 | .411 | -.21 | .09 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .125 | .084 | .137 | -.04 | .29 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | .018 | .219 | .936 | -.41 | .45 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .152 | .150 | .311 | -.14 | .45 |
| | 30,001 - 40,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.243* | .094 | .010 | -.43 | -.06 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | -.187* | .088 | .034 | -.36 | -.01 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | -.125 | .084 | .137 | -.29 | .04 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.108 | .224 | .631 | -.55 | .33 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .026 | .157 | .867 | -.28 | .33 |
| | 40,001 - 50,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.136 | .223 | .543 | -.57 | .30 |

| | (I) รายได้ต่อเดือน | (J) รายได้ต่อเดือน | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | -.079 | .220 | .720 | -.51 | .35 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | -.018 | .219 | .936 | -.45 | .41 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .108 | .224 | .631 | -.33 | .55 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .134 | .256 | .601 | -.37 | .64 |
| | มากกว่า 50,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.270 | .155 | .083 | -.57 | .04 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | -.213 | .152 | .161 | -.51 | .09 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | -.026 | .157 | .867 | -.33 | .28 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.134 | .256 | .601 | -.64 | .37 |
| ผลรวมการเข้าถึงบริการ | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000 - 20,000 บาท | .173 | .107 | .105 | -.04 | .38 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .207* | .102 | .043 | .01 | .41 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .321* | .117 | .007 | .09 | .55 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.065 | .279 | .815 | -.61 | .48 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .232 | .194 | .232 | -.15 | .61 |
| | 10,000 - 20,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.173 | .107 | .105 | -.38 | .04 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .034 | .093 | .717 | -.15 | .22 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .147 | .110 | .180 | -.07 | .36 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.239 | .276 | .387 | -.78 | .30 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .059 | .190 | .756 | -.31 | .43 |
| | 20,001 - 30,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.207* | .102 | .043 | -.41 | .00 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | -.034 | .093 | .717 | -.22 | .15 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .113 | .105 | .282 | -.09 | .32 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.272 | .274 | .320 | -.81 | .27 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .025 | .187 | .893 | -.34 | .39 |
| | 30,001 - 40,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.321* | .117 | .007 | -.55 | -.09 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | -.147 | .110 | .180 | -.36 | .07 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | -.113 | .105 | .282 | -.32 | .09 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.386 | .280 | .169 | -.94 | .16 |

| | (I) รายได้ต่อเดือน | (J) รายได้ต่อเดือน | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | -.088 | .196 | .653 | -.47 | .30 |
| | 40,001 - 50,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | .065 | .279 | .815 | -.48 | .61 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | .239 | .276 | .387 | -.30 | .78 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .272 | .274 | .320 | -.27 | .81 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .386 | .280 | .169 | -.16 | .94 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .298 | .320 | .352 | -.33 | .93 |
| | มากกว่า 50,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.232 | .194 | .232 | -.61 | .15 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | -.059 | .190 | .756 | -.43 | .31 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .088 | .196 | .653 | -.30 | .47 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.298 | .320 | .352 | -.93 | .33 |
| ผลรวมความสุภาพอ่อนโยน | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000 - 20,000 บาท | .129 | .087 | .142 | -.04 | .30 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .130 | .084 | .120 | -.03 | .29 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .284* | .096 | .003 | .10 | .47 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.086 | .228 | .705 | -.54 | .36 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | -.012 | .159 | .940 | -.32 | .30 |
| | 10,000 - 20,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.129 | .087 | .142 | -.30 | .04 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .002 | .076 | .982 | -.15 | .15 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .156 | .090 | .084 | -.02 | .33 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.215 | .226 | .342 | -.66 | .23 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | -.141 | .155 | .366 | -.45 | .16 |
| | 20,001 - 30,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.130 | .084 | .120 | -.29 | .03 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | -.002 | .076 | .982 | -.15 | .15 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .154 | .086 | .075 | -.02 | .32 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.217 | .224 | .335 | -.66 | .22 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | -.142 | .153 | .354 | -.44 | .16 |
| | 30,001 - 40,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.284* | .096 | .003 | -.47 | -.10 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | -.156 | .090 | .084 | -.33 | .02 |

| | (I) รายได้ต่อเดือน | (J) รายได้ต่อเดือน | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | -.154 | .086 | .075 | -.32 | .02 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.371 | .229 | .107 | -.82 | .08 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | -.296 | .160 | .066 | -.61 | .02 |
| | 40,001 - 50,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | .086 | .228 | .705 | -.36 | .54 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | .215 | .226 | .342 | -.23 | .66 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .217 | .224 | .335 | -.22 | .66 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .371 | .229 | .107 | -.08 | .82 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .074 | .262 | .777 | -.44 | .59 |
| | มากกว่า 50,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | .012 | .159 | .940 | -.30 | .32 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | .141 | .155 | .366 | -.16 | .45 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .296 | .160 | .066 | -.02 | .61 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.074 | .262 | .777 | -.59 | .44 |
| ผลรวมการสื่อสาร | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000 - 20,000 บาท | .057 | .091 | .532 | -.12 | .24 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .206* | .087 | .019 | .03 | .38 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .319* | .100 | .002 | .12 | .52 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | .050 | .238 | .833 | -.42 | .52 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .130 | .166 | .432 | -.20 | .46 |
| | 10,000 - 20,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.057 | .091 | .532 | -.24 | .12 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .149 | .080 | .063 | .00 | .31 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .262* | .094 | .006 | .08 | .45 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.007 | .236 | .977 | -.47 | .46 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .073 | .162 | .651 | -.25 | .39 |
| | 20,001 - 30,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.206* | .087 | .019 | -.38 | -.03 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | -.149 | .080 | .063 | -.31 | .01 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .113 | .090 | .211 | -.06 | .29 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.156 | .234 | .506 | -.62 | .30 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | -.075 | .160 | .637 | -.39 | .24 |

| | (I) รายได้ต่อเดือน | (J) รายได้ต่อเดือน | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| | 30,001 - 40,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.319* | .100 | .002 | -.52 | -.12 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | -.262* | .094 | .006 | -.45 | -.08 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | -.113 | .090 | .211 | -.29 | .06 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.268 | .239 | .263 | -.74 | .20 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | -.188 | .167 | .262 | -.52 | .14 |
| | 40,001 - 50,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.050 | .238 | .833 | -.52 | .42 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | .007 | .236 | .977 | -.46 | .47 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .156 | .234 | .506 | -.30 | .62 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .268 | .239 | .263 | -.20 | .74 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .080 | .273 | .769 | -.46 | .62 |
| | มากกว่า 50,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.130 | .166 | .432 | -.46 | .20 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | -.073 | .162 | .651 | -.39 | .25 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .188 | .167 | .262 | -.14 | .52 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.080 | .273 | .769 | -.62 | .46 |
| ผลรวมความซื่อสัตย์ | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000 - 20,000 บาท | .029 | .062 | .641 | -.09 | .15 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | -.015 | .060 | .808 | -.13 | .10 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | -.073 | .069 | .287 | -.21 | .06 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | .007 | .163 | .966 | -.31 | .33 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .072 | .114 | .524 | -.15 | .30 |
| | 10,000 - 20,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.029 | .062 | .641 | -.15 | .09 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | -.044 | .055 | .424 | -.15 | .06 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | -.102 | .064 | .112 | -.23 | .02 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.022 | .161 | .891 | -.34 | .29 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .043 | .111 | .697 | -.17 | .26 |
| | 20,001 - 30,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | .015 | .060 | .808 | -.10 | .13 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | .044 | .055 | .424 | -.06 | .15 |

| | (I) รายได้ต่อเดือน | (J) รายได้ต่อเดือน | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | -.059 | .062 | .341 | -.18 | .06 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | .021 | .160 | .894 | -.29 | .34 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .087 | .109 | .428 | -.13 | .30 |
| | 30,001 - 40,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | .073 | .069 | .287 | -.06 | .21 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | .102 | .064 | .112 | -.02 | .23 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .059 | .062 | .341 | -.06 | .18 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | .080 | .164 | .625 | -.24 | .40 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .146 | .115 | .205 | -.08 | .37 |
| | 40,001 - 50,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.007 | .163 | .966 | -.33 | .31 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | .022 | .161 | .891 | -.29 | .34 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | -.021 | .160 | .894 | -.34 | .29 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | -.080 | .164 | .625 | -.40 | .24 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .065 | .187 | .726 | -.30 | .43 |
| | มากกว่า 50,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.072 | .114 | .524 | -.30 | .15 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | -.043 | .111 | .697 | -.26 | .17 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | -.146 | .115 | .205 | -.37 | .08 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.065 | .187 | .726 | -.43 | .30 |
| ผลรวมความเข้าใจ | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000 - 20,000 บาท | .050 | .066 | .449 | -.08 | .18 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .121 | .063 | .056 | .00 | .25 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .031 | .073 | .673 | -.11 | .17 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.207 | .173 | .230 | -.55 | .13 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .093 | .120 | .439 | -.14 | .33 |
| | 10,000 - 20,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.050 | .066 | .449 | -.18 | .08 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .071 | .058 | .220 | -.04 | .18 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | -.019 | .068 | .775 | -.15 | .11 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.258 | .171 | .132 | -.59 | .08 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .043 | .117 | .714 | -.19 | .27 |

| | (I) รายได้ต่อเดือน | (J) รายได้ต่อเดือน | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| | 20,001 - 30,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.121 | .063 | .056 | -.25 | .00 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | -.071 | .058 | .220 | -.18 | .04 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | -.090 | .065 | .166 | -.22 | .04 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.329 | .170 | .053 | -.66 | .00 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | -.028 | .116 | .810 | -.26 | .20 |
| | 30,001 - 40,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.031 | .073 | .673 | -.17 | .11 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | .019 | .068 | .775 | -.11 | .15 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .090 | .065 | .166 | -.04 | .22 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.238 | .173 | .170 | -.58 | .10 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .063 | .121 | .607 | -.18 | .30 |
| | 40,001 - 50,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | .207 | .173 | .230 | -.13 | .55 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | .258 | .171 | .132 | -.08 | .59 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .329 | .170 | .053 | .00 | .66 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .238 | .173 | .170 | -.10 | .58 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .301 | .198 | .130 | -.09 | .69 |
| | มากกว่า 50,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.093 | .120 | .439 | -.33 | .14 |
| | | 10,000 - 20,000 บาท | -.043 | .117 | .714 | -.27 | .19 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | -.063 | .121 | .607 | -.30 | .18 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.301 | .198 | .130 | -.69 | .09 |
| ผลรวมทั้งหมด | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000 - 20,000 บาท | .064 | .050 | .206 | -.04 | .16 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .112* | .048 | .020 | .02 | .21 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .171* | .055 | .002 | .06 | .28 |
| | | 40,001 - 50,000 บาท | -.028 | .131 | .830 | -.29 | .23 |
| | | มากกว่า 50,000 บาท | .123 | .091 | .179 | -.06 | .30 |
| | 10,000 - 20,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.064 | .050 | .206 | -.16 | .04 |
| | | 20,001 - 30,000 บาท | .049 | .044 | .267 | -.04 | .14 |
| | | 30,001 - 40,000 บาท | .108* | .052 | .037 | .01 | .21 |

| (I) รายได้ต่อเดือน | (J) รายได้ต่อเดือน | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| | 40,001 - 50,000 บาท | -.092 | .130 | .480 | -.35 | .16 |
| | มากกว่า 50,000 บาท | .059 | .089 | .507 | -.12 | .23 |
| 20,001 - 30,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.112* | .048 | .020 | -.21 | -.02 |
| | 10,000 - 20,000 บาท | -.049 | .044 | .267 | -.14 | .04 |
| | 30,001 - 40,000 บาท | .059 | .050 | .234 | -.04 | .16 |
| | 40,001 - 50,000 บาท | -.140 | .129 | .276 | -.39 | .11 |
| | มากกว่า 50,000 บาท | .010 | .088 | .906 | -.16 | .18 |
| 30,001 - 40,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.171* | .055 | .002 | -.28 | -.06 |
| | 10,000 - 20,000 บาท | -.108* | .052 | .037 | -.21 | .00 |
| | 20,001 - 30,000 บาท | -.059 | .050 | .234 | -.16 | .04 |
| | 40,001 - 50,000 บาท | -.200 | .132 | .131 | -.46 | .06 |
| | มากกว่า 50,000 บาท | -.049 | .092 | .598 | -.23 | .13 |
| 40,001 - 50,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | .028 | .131 | .830 | -.23 | .29 |
| | 10,000 - 20,000 บาท | .092 | .130 | .480 | -.16 | .35 |
| | 20,001 - 30,000 บาท | .140 | .129 | .276 | -.11 | .39 |
| | 30,001 - 40,000 บาท | .200 | .132 | .131 | -.06 | .46 |
| | มากกว่า 50,000 บาท | .151 | .150 | .316 | -.14 | .45 |
| มากกว่า 50,000 บาท | ต่ำกว่า 10,000 บาท | -.123 | .091 | .179 | -.30 | .06 |
| | 10,000 - 20,000 บาท | -.059 | .089 | .507 | -.23 | .12 |
| | 30,001 - 40,000 บาท | .049 | .092 | .598 | -.13 | .23 |
| | 40,001 - 50,000 บาท | -.151 | .150 | .316 | -.45 | .14 |

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

**ANOVA**

| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ผลรวมความน่าเชื่อถือและความมั่นคง | Between Groups | 1.581 | 3 | .527 | 2.640 | .049 |
| | Within Groups | 79.028 | 396 | .200 | | |
| | Total | 80.609 | 399 | | | |
| ผลรวมการตอบสนอง | Between Groups | 3.178 | 3 | 1.059 | 3.354 | .019 |
| | Within Groups | 125.059 | 396 | .316 | | |
| | Total | 128.237 | 399 | | | |
| ผลรวมการเข้าถึงบริการ | Between Groups | 2.134 | 3 | .711 | 1.420 | .236 |
| | Within Groups | 198.266 | 396 | .501 | | |
| | Total | 200.400 | 399 | | | |
| ผลรวมความสุภาพอ่อนโยน | Between Groups | 1.505 | 3 | .502 | 1.485 | .218 |
| | Within Groups | 133.802 | 396 | .338 | | |
| | Total | 135.307 | 399 | | | |
| ผลรวมการสื่อสาร | Between Groups | 1.878 | 3 | .626 | 1.691 | .168 |
| | Within Groups | 146.533 | 396 | .370 | | |
| | Total | 148.411 | 399 | | | |
| ผลรวมความซื่อสัตย์ | Between Groups | .280 | 3 | .093 | .548 | .650 |
| | Within Groups | 67.380 | 396 | .170 | | |
| | Total | 67.660 | 399 | | | |
| ผลรวมความเข้าใจ | Between Groups | .116 | 3 | .039 | .200 | .897 |
| | Within Groups | 76.489 | 396 | .193 | | |
| | Total | 76.604 | 399 | | | |
| ผลรวมทั้งหมด | Between Groups | .721 | 3 | .240 | 2.162 | .092 |
| | Within Groups | 44.031 | 396 | .111 | | |
| | Total | 44.752 | 399 | | | |

## Post Hoc Tests

**Multiple Comparisons**

LSD

| Dependent Variable | (I) ท่านใช้บริการช่วงใดบ่อยที่สุด | (J) ท่านใช้บริการช่วงใดบ่อยที่สุด | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| ผลรวมความน่าเชื่อถือและความมั่นคง | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.147* | .058 | .012 | -.26 | -.03 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | -.093 | .052 | .078 | -.20 | .01 |
| | | ไม่แน่นอน | .060 | .134 | .654 | -.20 | .32 |
| | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | .147* | .058 | .012 | .03 | .26 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | .055 | .059 | .350 | -.06 | .17 |
| | | ไม่แน่นอน | .207 | .137 | .130 | -.06 | .48 |
| | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | .093 | .052 | .078 | -.01 | .20 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.055 | .059 | .350 | -.17 | .06 |
| | | ไม่แน่นอน | .153 | .134 | .256 | -.11 | .42 |
| | ไม่แน่นอน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | -.060 | .134 | .654 | -.32 | .20 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.207 | .137 | .130 | -.48 | .06 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | -.153 | .134 | .256 | -.42 | .11 |
| ผลรวมการตอบสนอง | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.112 | .073 | .126 | -.26 | .03 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | .117 | .066 | .076 | -.01 | .25 |
| | | ไม่แน่นอน | -.054 | .169 | .747 | -.39 | .28 |
| | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | .112 | .073 | .126 | -.03 | .26 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | .230* | .074 | .002 | .08 | .37 |
| | | ไม่แน่นอน | .058 | .172 | .737 | -.28 | .40 |
| | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | -.117 | .066 | .076 | -.25 | .01 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.230* | .074 | .002 | -.37 | -.08 |
| | | ไม่แน่นอน | -.172 | .169 | .309 | -.50 | .16 |
| | ไม่แน่นอน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | .054 | .169 | .747 | -.28 | .39 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.058 | .172 | .737 | -.40 | .28 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | .172 | .169 | .309 | -.16 | .50 |

| Dependent Variable | (I) ท่านใช้บริการช่วงใดบ่อยที่สุด | (J) ท่านใช้บริการช่วงใดบ่อยที่สุด | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| ผลรวมการเข้าถึงบริการ | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.188* | .092 | .042 | -.37 | .00 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | -.086 | .083 | .303 | -.25 | .08 |
| | | ไม่แน่นอน | -.020 | .212 | .926 | -.44 | .40 |
| | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | .103 | .093 | .270 | -.08 | .28 |
| | | ไม่แน่นอน | .168 | .216 | .437 | -.26 | .59 |
| | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | .086 | .083 | .303 | -.08 | .25 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.103 | .093 | .270 | -.28 | .08 |
| | | ไม่แน่นอน | .066 | .213 | .757 | -.35 | .48 |
| | ไม่แน่นอน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | .020 | .212 | .926 | -.40 | .44 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.168 | .216 | .437 | -.59 | .26 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | -.066 | .213 | .757 | -.48 | .35 |
| ผลรวมความสุภาพอ่อนโยน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.068 | .076 | .370 | -.22 | .08 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | .043 | .068 | .529 | -.09 | .18 |
| | | ไม่แน่นอน | -.261 | .175 | .135 | -.60 | .08 |
| | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | .068 | .076 | .370 | -.08 | .22 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | .111 | .076 | .146 | -.04 | .26 |
| | | ไม่แน่นอน | -.193 | .178 | .278 | -.54 | .16 |
| | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | -.043 | .068 | .529 | -.18 | .09 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.111 | .076 | .146 | -.26 | .04 |
| | | ไม่แน่นอน | -.304 | .175 | .082 | -.65 | .04 |
| | ไม่แน่นอน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | .261 | .175 | .135 | -.08 | .60 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | .193 | .178 | .278 | -.16 | .54 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | .304 | .175 | .082 | -.04 | .65 |
| ผลรวมการสื่อสาร | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.153 | .079 | .054 | -.31 | .00 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | -.086 | .071 | .230 | -.23 | .05 |
| | | ไม่แน่นอน | .125 | .183 | .493 | -.23 | .48 |

| Dependent Variable | (I) ท่านใช้บริการช่วงใดบ่อยที่สุด | (J) ท่านใช้บริการช่วงใดบ่อยที่สุด | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | .153 | .079 | .054 | .00 | .31 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | .067 | .080 | .400 | -.09 | .22 |
| | | ไม่แน่นอน | .278 | .186 | .135 | -.09 | .64 |
| | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | .086 | .071 | .230 | -.05 | .23 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.067 | .080 | .400 | -.22 | .09 |
| | | ไม่แน่นอน | .211 | .183 | .249 | -.15 | .57 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.278 | .186 | .135 | -.64 | .09 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | -.211 | .183 | .249 | -.57 | .15 |
| ผลรวมความซื่อสัตย์ | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.049 | .054 | .365 | -.15 | .06 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | -.008 | .048 | .877 | -.10 | .09 |
| | | ไม่แน่นอน | -.120 | .124 | .335 | -.36 | .12 |
| | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | .049 | .054 | .365 | -.06 | .15 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | .041 | .054 | .446 | -.07 | .15 |
| | | ไม่แน่นอน | -.071 | .126 | .575 | -.32 | .18 |
| | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | .008 | .048 | .877 | -.09 | .10 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.041 | .054 | .446 | -.15 | .07 |
| | | ไม่แน่นอน | -.112 | .124 | .366 | -.36 | .13 |
| | ไม่แน่นอน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | .120 | .124 | .335 | -.12 | .36 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | .071 | .126 | .575 | -.18 | .32 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | .112 | .124 | .366 | -.13 | .36 |
| ผลรวมความเข้าใจ | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.020 | .057 | .722 | -.13 | .09 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | .001 | .052 | .985 | -.10 | .10 |
| | | ไม่แน่นอน | -.090 | .132 | .498 | -.35 | .17 |
| | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | .020 | .057 | .722 | -.09 | .13 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | .021 | .058 | .711 | -.09 | .13 |
| | | ไม่แน่นอน | -.069 | .134 | .607 | -.33 | .20 |

| Dependent Variable | (I) ท่านใช้บริการช่วงใดบ่อยที่สุด | (J) ท่านใช้บริการช่วงใดบ่อยที่สุด | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.021 | .058 | .711 | -.13 | .09 |
| | | ไม่แน่นอน | -.091 | .132 | .494 | -.35 | .17 |
| | ไม่แน่นอน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | .090 | .132 | .498 | -.17 | .35 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | .069 | .134 | .607 | -.20 | .33 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | .091 | .132 | .494 | -.17 | .35 |
| ผลรวมทั้งหมด | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.105* | .043 | .016 | -.19 | -.02 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | -.016 | .039 | .688 | -.09 | .06 |
| | | ไม่แน่นอน | -.051 | .100 | .608 | -.25 | .15 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | .090* | .044 | .041 | .00 | .18 |
| | | ไม่แน่นอน | .054 | .102 | .596 | -.15 | .25 |
| | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | .016 | .039 | .688 | -.06 | .09 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.090* | .044 | .041 | -.18 | .00 |
| | | ไม่แน่นอน | -.036 | .100 | .723 | -.23 | .16 |
| | ไม่แน่นอน | ช่วงระหว่างวันที่ 1-10 ของเดือน | .051 | .100 | .608 | -.15 | .25 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 11 - 20 ของเดือน | -.054 | .102 | .596 | -.25 | .15 |
| | | ช่วงระหว่างวันที่ 21 - 31 ของเดือน | .036 | .100 | .723 | -.16 | .23 |

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

# T-Test

**One-Sample Statistics**

| | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|---|---|---|---|
| เพศ | 400 | 1.53 | .500 | .025 |
| อายุ | 400 | 3.08 | 1.303 | .065 |
| สถานภาพ | 400 | 1.58 | .587 | .029 |
| ระดับการศึกษา | 400 | 1.81 | .593 | .030 |
| อาชีพ | 400 | 3.15 | 1.853 | .093 |
| รายได้ต่อเดือน | 400 | 2.69 | 1.236 | .062 |
| ท่านคิดว่าท่านต้องการใช้บริการอะไร | 400 | 2.07 | 1.082 | .054 |
| วัตถุประสงค์ที่ท่านใช้บริการ | 400 | 4.44 | 2.153 | .108 |
| ท่านใช้บริการช่วงใดบ่อยที่สุด | 400 | 2.05 | .919 | .046 |
| ท่านเลือกใช้บริการที่สาขาไหนเป็นประจำ | 400 | 2.50 | 1.119 | .056 |
| มีความสม่ำเสมอในการบริการ | 400 | 4.26 | .933 | .047 |
| มีความปลอดภัยในการบริการ | 400 | 4.81 | .393 | .020 |
| มีความพึ่งพาได้ | 400 | 4.03 | 1.096 | .055 |
| มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง | 400 | 4.01 | 1.126 | .056 |
| มีความพร้อมในการบริการ | 400 | 4.29 | .842 | .042 |
| อุทิศเวลาความเต็มใจในบริการ | 400 | 3.86 | 1.207 | .060 |
| ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดีมีมาตรฐาน | 400 | 4.25 | .968 | .048 |
| สามารถใช้บริการได้สะดวก | 400 | 4.03 | 1.096 | .055 |
| มีขั้นตอนในการใช้บริการที่ดี | 400 | 4.24 | 1.104 | .055 |
| การใช้บริการใช้เวลารอน้อย | 400 | 4.16 | .921 | .046 |
| ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี | 400 | 4.03 | 1.088 | .054 |
| ให้การต้อนรับที่เหมาะสม | 400 | 4.40 | .776 | .039 |
| ผู้ให้บริการแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ | 400 | 4.23 | .916 | .046 |
| มีการอธิบายขั้นตอนในการใช้บริการ | 400 | 4.05 | .915 | .046 |
| มีการสื่อสารให้เข้าใจลักษณะงาน | 400 | 4.08 | .920 | .046 |
| มีการชี้แจงขอบเขตลักษณะงาน | 400 | 4.02 | 1.106 | .055 |
| ผู้ใช้บริการสามารถไว้วางใจได้ | 400 | 4.51 | .776 | .039 |
| คุณภาพของบริการมีความเที่ยงตรง | 400 | 4.51 | .625 | .031 |
| ผู้ให้บริการมีลักษณะน่านับถือ | 400 | 4.60 | .687 | .034 |
| การให้ความสนใจแก่ผู้ใช้บริการ | 400 | 4.77 | .534 | .027 |

| | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|---|---|---|---|
| มีการให้คำแนะนำและเอาใจใส่ | 400 | 4.73 | .591 | .030 |
| มีความเอาใจใส่ผู้มาใช้บริการ | 400 | 4.43 | .686 | .034 |
| ผลรวมความน่าเชื่อถือและความมั่นคง | 400 | 4.63 | .449 | .022 |
| ผลรวมการตอบสนอง | 400 | 4.10 | .567 | .028 |
| ผลรวมการเข้าถึงบริการ | 400 | 4.14 | .709 | .035 |
| ผลรวมความสุภาพอ่อนโยน | 400 | 4.22 | .582 | .029 |
| ผลรวมการสื่อสาร | 400 | 4.05 | .610 | .030 |
| ผลรวมความซื่อสัตย์ | 400 | 4.54 | .412 | .021 |
| ผลรวมความเข้าใจ | 400 | 4.64 | .438 | .022 |
| ผลรวมทั้งหมด | 400 | 4.33 | .335 | .017 |

**One-Sample Test**

| | Test Value = 0 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Lower | Upper |
| เพศ | 61.116 | 399 | .000 | 1.528 | 1.48 | 1.58 |
| อายุ | 47.275 | 399 | .000 | 3.080 | 2.95 | 3.21 |
| สถานภาพ | 53.959 | 399 | .000 | 1.583 | 1.52 | 1.64 |
| ระดับการศึกษา | 60.990 | 399 | .000 | 1.808 | 1.75 | 1.87 |
| อาชีพ | 33.950 | 399 | .000 | 3.145 | 2.96 | 3.33 |
| รายได้ต่อเดือน | 43.527 | 399 | .000 | 2.690 | 2.57 | 2.81 |
| ท่านคิดว่าท่านต้องการใช้บริการอะไร | 38.318 | 399 | .000 | 2.073 | 1.97 | 2.18 |
| วัตถุประสงค์ที่ท่านใช้บริการ | 41.190 | 399 | .000 | 4.435 | 4.22 | 4.65 |
| ท่านใช้บริการช่วงใดบ่อยที่สุด | 44.612 | 399 | .000 | 2.050 | 1.96 | 2.14 |
| ท่านเลือกใช้บริการที่สาขาไหนเป็นประจำ | 44.665 | 399 | .000 | 2.500 | 2.39 | 2.61 |
| มีความสม่ำเสมอในการบริการ | 91.357 | 399 | .000 | 4.263 | 4.17 | 4.35 |
| มีความปลอดภัยในการบริการ | 244.913 | 399 | .000 | 4.810 | 4.77 | 4.85 |
| มีความพึ่งพาได้ | 73.513 | 399 | .000 | 4.030 | 3.92 | 4.14 |
| มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง | 71.129 | 399 | .000 | 4.005 | 3.89 | 4.12 |
| มีความพร้อมในการบริการ | 101.977 | 399 | .000 | 4.293 | 4.21 | 4.38 |
| อุทิศเวลาความเต็มใจในบริการ | 63.861 | 399 | .000 | 3.855 | 3.74 | 3.97 |
| ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดีมีมาตรฐาน | 87.693 | 399 | .000 | 4.245 | 4.15 | 4.34 |
| สามารถใช้บริการได้สะดวก | 73.513 | 399 | .000 | 4.030 | 3.92 | 4.14 |
| มีขั้นตอนในการใช้บริการที่ดี | 76.756 | 399 | .000 | 4.238 | 4.13 | 4.35 |
| การใช้บริการใช้เวลารอน้อย | 90.236 | 399 | .000 | 4.155 | 4.06 | 4.25 |
| ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี | 74.005 | 399 | .000 | 4.028 | 3.92 | 4.13 |
| ให้การต้อนรับที่เหมาะสม | 113.483 | 399 | .000 | 4.403 | 4.33 | 4.48 |
| ผู้ให้บริการแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ | 92.350 | 399 | .000 | 4.230 | 4.14 | 4.32 |
| มีการอธิบายขั้นตอนในการใช้บริการ | 88.600 | 399 | .000 | 4.053 | 3.96 | 4.14 |
| มีการสื่อสารให้เข้าใจลักษณะงาน | 88.732 | 399 | .000 | 4.080 | 3.99 | 4.17 |
| มีการชี้แจงขอบเขตลักษณะงาน | 72.712 | 399 | .000 | 4.020 | 3.91 | 4.13 |

| | Test Value = 0 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | Lower | Upper |
| ผู้ใช้บริการสามารถไว้วางใจได้ | 116.243 | 399 | .000 | 4.508 | 4.43 | 4.58 |
| คุณภาพของบริการมีความเที่ยงตรง | 144.273 | 399 | .000 | 4.510 | 4.45 | 4.57 |
| ผู้ให้บริการมีลักษณะน่านับถือ | 133.744 | 399 | .000 | 4.595 | 4.53 | 4.66 |
| การให้ความสนใจแก่ผู้ใช้บริการ | 178.360 | 399 | .000 | 4.765 | 4.71 | 4.82 |
| ผลรวมความน่าเชื่อถือและความมั่นคง | 205.907 | 399 | .000 | 4.627 | 4.58 | 4.67 |
| ผลรวมการตอบสนอง | 144.619 | 399 | .000 | 4.099 | 4.04 | 4.16 |
| ผลรวมการเข้าถึงบริการ | 116.857 | 399 | .000 | 4.141 | 4.07 | 4.21 |
| ผลรวมความสุภาพอ่อนโยน | 144.934 | 399 | .000 | 4.220 | 4.16 | 4.28 |
| ผลรวมการสื่อสาร | 132.840 | 399 | .000 | 4.051 | 3.99 | 4.11 |
| ผลรวมความซื่อสัตย์ | 220.378 | 399 | .000 | 4.538 | 4.50 | 4.58 |
| ผลรวมความเข้าใจ | 211.791 | 399 | .000 | 4.640 | 4.60 | 4.68 |
| ผลรวมทั้งหมด | 258.634 | 399 | .000 | 4.331 | 4.30 | 4.36 |

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

# ประวัติผู้เขียน


| | |
|---|---|
| **ชื่อ - สกุล** | นางสาวทัศนีย์ สระสำราญ |
| **วันเดือนปีเกิด** | วันพฤหัสบดีที่ 22 ตุลาคม 2530 |
| **ที่อยู่** | เลขที่ 9/2 ม.3 ต.บ้านหม้อ อ.เมือง จ.เพชรบุรี |
| **ประวัติการศึกษา** | ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนพรหมานุสรณ์ จังหวัดเพชรบุรี<br>ระดับปริญญาตรี สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ<br>มหาวิทยาลัยกรุงเทพ |
| **ประวัติการทำงาน** | ปี พ.ศ.2552 - ปัจจุบัน ธนาคารออมสิน |
| **เบอร์โทรศัพท์** | 085-679-9927 |
| **E-mail Address** | Tazz1622@hotmail.com |


มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี