



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี

จกมล ทองมีประเสริฐ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ.2554

**Factors Influencing The Customers' Behaviors Using
Krung Thai Bank Services in Muang Municipality, Nonthaburi Province**

Jongkol Thongmeeprasert

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement

for the Degree of Master of Economics

Department of Economics

Graduate School, Dhurakij Pundit University

2011

เลขทะเบียน.....	0218085
วันลงทะเบียน.....	- 5 ก.ย. 2554
เลขเรียกหนังสือ.....	332.12
	ฉ 114 ๗
	[2554]
	นธ

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี อันเนื่องมาจากความช่วยเหลือของอาจารย์ รศ.ดร.บรรเทิง มาแสง ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาสละเวลาให้ความรู้ และให้ข้อเสนอแนะ แนวทางในการศึกษา ผู้เขียนใคร่ขอขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้ด้วย และขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร. ชัยวัฒน์ คนจริง ประธานกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.เขาวลัทธิ ราชแพทยาคม และอาจารย์ รศ.ดร.เรืองโร โศกฤษณะ คณะกรรมการ ที่ได้ให้คำแนะนำที่มีคุณค่าทำให้ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีเนื้อหาที่ครบถ้วนสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และที่ขาดเสียมิได้ผู้เขียนใคร่ ขอขอบพระคุณอาจารย์ ผศ.ดร.ธรรมบุญ พงษ์ศรีกูร มา ณ ที่นี้ด้วย

อนึ่งหากวิทยานิพนธ์นี้มีค่าและมีประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าของผู้ที่สนใจ หรือมีส่วนดีประการใด ผู้เขียนขอยกความดีให้แก่ทุกท่านที่กล่าวมา แต่หากมีความผิดพลาดประการใด ผู้เขียนขอรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

จกมล ทองมีประเสริฐ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฉ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	6
1.3 ขอบเขตการศึกษา.....	6
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
1.5 นิยามศัพท์.....	7
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประวัติความเป็นมา และผลประกอบการธุรกิจและบริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน).....	9
2.1 แนวคิด ทฤษฎี.....	9
2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
2.3 ประวัติความเป็นมาและผลประกอบการธุรกิจและบริการ.....	18
3. วิธีดำเนินการวิจัย.....	28
3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	28
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูล.....	30
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	30
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
3.5 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองประชากร.....	32
3.6 แบบจำลองที่ใช้วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี.....	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4. ผลการศึกษา.....	37
4.1 คุณลักษณะของผู้ใช้บริการ.....	38
4.2 การใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี.....	41
4.3 ศึกษาปัจจัยที่ถูกคัดเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี.....	46
4.4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี.....	47
4.5 ผลการวิเคราะห์และการทดสอบสมมติฐาน.....	50
5. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	57
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	57
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	59
บรรณานุกรม.....	61
ภาคผนวก.....	65
ประวัติผู้เขียน.....	74

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 สรุปจำนวนรวมสาขาของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบ (ปี2548-2552).....	3
2.1 ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญของธนาคารในระยะ 5 ปี จากปี 2548-2552.....	26
4.1 แสดงคุณลักษณะของผู้ใช้บริการ จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการ สาขานอกห้างและสาขาในห้างสรรพสินค้าของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี.....	39
4.2 แสดงประเภทบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนก ตามกลุ่มผู้ใช้บริการสาขานอกห้างและสาขาในห้างสรรพสินค้า ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี.....	42
4.3 แสดงประเภทบัญชีเงินฝากของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการสาขานอกห้างและ สาขาในห้างสรรพสินค้า ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี.....	43
4.4 แสดงวันที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)จำแนก ตามกลุ่มผู้ใช้บริการสาขานอกห้างและสาขาในห้างสรรพสินค้า ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี.....	44
4.5 แสดงช่วงเวลาที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการสาขานอกห้างและสาขาในห้าง สรรพสินค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขต เทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี.....	45
4.6 แสดงจำนวนครั้งที่ใช้บริการ (ต่อเดือน) จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการ สาขานอกห้างและสาขาในห้างสรรพสินค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี.....	46
4.7 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของกลุ่มผู้ใช้บริการ สาขานอกห้างและสาขาในห้างสรรพสินค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี.....	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.8 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานอกห้างสรรพสินค้าในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี.....	48
4.9 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในห้างสรรพสินค้าในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี.....	49
4.10 สรุปผลการทดสอบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะต่างๆของผู้ใช้บริการของสาขาในห้างและสาขานอกห้างสรรพสินค้าในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี.....	53

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

2.1 กรอบแนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อ ทัศนคติ ความตั้งใจ และพฤติกรรมต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง.....	10
--	----

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.8 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานอกห้างสรรพสินค้าในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี.....	48
4.9 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในห้างสรรพสินค้าในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี.....	49
4.10 สรุปผลการทดสอบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะต่างๆของผู้ใช้บริการของสาขาในห้างและสาขานอกห้างสรรพสินค้าในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี.....	53

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

2.1 กรอบแนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อ ทัศนคติ ความตั้งใจ และพฤติกรรมต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง.....	10
--	----

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี
ชื่อผู้เขียน	จงกล ทองมีประเสริฐ
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.บรรเทิง มาแสง
สาขาวิชา	เศรษฐศาสตร์ (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)
ปีการศึกษา	2553

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์หลักของการศึกษานี้เพื่ออธิบายและเปรียบเทียบคุณลักษณะและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างกับในห้างสรรพสินค้าและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) การเปรียบเทียบใช้สถิติ z ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) นั้นใช้แบบจำลองการถดถอยเชิงซ้อน (multiple regression model) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ANCOVA model เพราะตัวแปรอิสระในแบบจำลองมีทั้งตัวแปรเชิงปริมาณและตัวแปรเชิงคุณภาพ สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการเปรียบเทียบและวิเคราะห์เป็นข้อมูลปฐมภูมิซึ่งได้จากการสำรวจตัวอย่าง ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบคุณลักษณะและระดับความพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ระหว่างสาขาที่ตั้งอยู่นอกห้างและในห้างสรรพสินค้า พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในด้านกลุ่มอายุ กลุ่มการศึกษา กลุ่มรายได้ จำนวนครั้งของการใช้บริการ และระดับคะแนนความพึงพอใจ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าปัจจัยหรือตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ามากที่สุดมี 3 ตัว คือ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ของผู้ใช้บริการ โดยพบว่าลูกค้าเพศหญิงจะใช้บริการมากกว่าลูกค้าเพศชาย 15.735 ครั้งต่อปี ถ้าระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น 1 ปี จำนวนครั้งของการใช้บริการจะลดลง 3.106 ครั้งต่อปี และถ้ารายได้ของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นปีละ 1,000 บาท จำนวนครั้งของการใช้บริการจะเพิ่มขึ้น 0.517 ครั้งต่อปี

Thesis Title	Factors Influencing The Customers' Behaviors Using Krung Thai Bank Services in Muang Municipality, Nonthaburi Province
Author	Jongkol Thongmeeprasert
Thesis Advisor	Assoc.Prof.Dr.Banternng Masang
Department	Economics
Academic Year	2010

ABSTRACT

This study is to describe and compare customers' characteristic and satisfaction level between branches inside and outside department stores; and to analyze factors that influence Krung Thai Bank's customers service usage. The study employs z statistic test to compare customers' satisfaction between branches inside and outside department stores, and employs multiple regression model equation called ANCOVA Model to analyze factors that influence bank's customers service usage as it contains both quantitative and qualitative variables. The study uses primary data collected from sample survey. The results are as follows:

A comparison of customers' characteristic and satisfaction level between the inside and outside department stores of bank branches, by using 0.05 statistical significance level concludes that bank customers are significantly different by age, education level, income, number of services used, and total scores of satisfaction.

The analytical findings of factors influencing Krung Thai Bank's customers service usage show that first three independent variables that most influence services usage are: Gender, education, and income. The study also reveals that female customers use more bank services than male customers e.g. 15.735 times per year. The analysis of marginal effect of education estimates a decrease in the number of services used by 3.106 times per year, following an additional year of customer's education level. The marginal effect of the increased income by 1,000 baht per year will result in an increase in the number of services used by 0.517 times per year.

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

แม้ว่าในช่วงที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน เศรษฐกิจของไทยได้ชะลอตัวลง เพราะได้รับผลกระทบจากปัญหาต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ เช่น ปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองภายในประเทศ ปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศคู่ค้าอื่นๆ ของไทย ในยุโรป เป็นต้น แต่ในธุรกิจทางการเงิน การแข่งขันยังคงมีความรุนแรง พิจารณาได้จากการที่สถาบันการเงินต่างๆ ได้นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการแบบครบวงจร เช่น ผลิตภัณฑ์เงินฝาก ผลิตภัณฑ์สินเชื่อ ผลิตภัณฑ์กองทุน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้ในแต่ละผลิตภัณฑ์มีการแข่งขันสูงเช่นกันและกลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขันส่วนใหญ่เป็นอัตราดอกเบี้ย เช่น ผลิตภัณฑ์เงินฝากประจำ ลูกค้าของธนาคารจะได้รับดอกเบี้ยเป็นผลตอบแทนที่สูง ส่วนผลิตภัณฑ์สินเชื่อธนาคารพาณิชย์บางแห่งให้อัตราดอกเบี้ยต่ำสำหรับลูกค้าที่มีประวัติการผ่อนชำระดี เป็นต้น ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเพื่อนำเสนอหรือขายผลิตภัณฑ์และบริการ กลยุทธ์ที่ธนาคารพาณิชย์นำมาใช้คือ การขยายสาขา ส่วนการขยายสาขาของแต่ละสถาบันการเงินจะทำได้มากน้อยแค่ไหนนั้นขึ้นอยู่กับความพร้อมทางด้านเงินทุน ระบบเทคโนโลยีและความพร้อมด้านบุคลากรที่จะนำเสนอหรือขายผลิตภัณฑ์และบริการของสถาบันการเงินแต่ละแห่ง เพราะปัจจัยเหล่านี้จะทำให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการ ซึ่งมีผลทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

ในระหว่างที่ผ่านมาปัจจัยหลายอย่าง que เปลี่ยนแปลงไป เช่น ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี พฤติกรรมของผู้บริโภค สภาพตลาดการเงินและแรงกดดันจากคู่แข่ง การเปิดเสรีทางการค้า เป็นต้น จากปัจจัยเหล่านี้ทำให้รูปแบบของสาขาธนาคารพาณิชย์เปลี่ยนไป ปัจจุบันสาขาธนาคารพาณิชย์จำแนกได้เป็นสองประเภท คือ สาขาเต็มรูปแบบและสาขาย่อย สำหรับสาขาในห้าง ซึ่งมีพนักงานให้บริการผ่านทางเคาเตอร์ประมาณ 2-3 คน เน้นการให้บริการผ่านเครื่อง ATM ตั้งอยู่ตามแหล่งศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า เปิดทำการทุกวัน โดยไม่มีวันหยุด ในช่วงเวลา 5 ปี คือ จากปี 2548-2552 สาขาของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือในปี 2548 สาขาของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบมีทั้งสิ้น 4,249 สาขา เป็นสาขาเต็มรูปแบบ 3,218 สาขา และเป็นสาขาย่อย 1,031 สาขา ในปี 2552 สาขาธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบได้เพิ่มขึ้นเป็น 5,806 สาขา เป็น

สาขาเต็มรูปแบบ 5,164 สาขา และเป็นสาขาย่อย 642 สาขา (ตารางที่ 1.1) เป็นที่น่าสังเกตว่าในช่วงปี 2548-2551 สาขาย่อยได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่ได้ลดลงเหลือ 642 สาขาในปี 2552

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารขนาดใหญ่ของประเทศ ธนาคารแห่งนี้ได้กำหนดวิสัยทัศน์ให้เป็นธนาคารแสนสะดวก (The Convenience Bank) สำหรับลูกค้ารายย่อย ภาคธุรกิจ ภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าทุกกลุ่มได้รับความพอใจสูงสุด (รายงานประจำปี บมจ.ธนาคารกรุงไทย, 2552) และเช่นเดียวกับธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่อื่นๆ อีก 4 ธนาคารของประเทศคือจะใช้สาขาเป็นช่องทางในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และให้บริการแบบครบวงจร ในช่วงปี 2548-2552 สาขาของธนาคารได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ ในปี 2548 ธนาคารมีสาขารวมทั้งสิ้น 643 สาขา เป็นสาขาเต็มรูปแบบ 571 สาขา เป็นสาขาย่อย 72 สาขา ในปี 2552 ธนาคารมีสาขารวมทั้งสิ้น 884 สาขาเป็นเต็มรูปแบบ 680 สาขา เป็นสาขาย่อย 204 สาขา (ตารางที่ 1.1) และเพื่อให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ คือ ธนาคารแสนสะดวก ดังนั้นธนาคารกรุงไทยจึงเป็นธนาคารแรกที่เปิดสาขาย่อยที่ให้บริการตลอด 7 วันครบทุกจังหวัด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551

จากการที่ธนาคารกรุงไทยได้นำเสนอขายผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินให้แก่ลูกค้าประเภทต่างๆ โดยเฉพาะลูกค้ารายย่อยโดยผ่านสาขาที่เปิดทำการปกติ ซึ่งอาจเป็นสาขาเต็มรูปแบบหรือสาขาย่อยที่เปิดในแหล่งชุมชนและสาขาที่เปิดทำการในห้างสรรพสินค้าที่ให้บริการตลอด 7 วัน ซึ่งสร้างความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าซึ่งมาจับจ่ายใช้สอยในห้างสรรพสินค้า ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมุ่งประเด็นความสนใจที่จะวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการของสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้า ทดสอบความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะของผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างกับในห้างสรรพสินค้า รวมทั้งศึกษาปัญหาและวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้าในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี เหตุผลเพราะจังหวัดนนทบุรีเป็นปริมณฑลที่มีเขตติดต่อกับกรุงเทพมหานครที่สุดดังนั้นการคมนาคมขนส่งจึงสะดวกสบายและรวดเร็วทำให้การขยายตัวของประชากรและการขยายตัวทางเศรษฐกิจเข้าสู่จังหวัดนนทบุรีเพิ่มมากขึ้นและนับเป็นย่านธุรกิจและย่านชุมชนที่เหมาะสมกับการลงทุนรวมถึงธุรกิจทางการเงินด้วยเช่นกัน ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้เพื่อกำหนดแผนการขยายสาขาและปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้นตามวิสัยทัศน์ของธนาคารที่ได้กำหนดไว้

ตารางที่ 1.1 สรุปจำนวนรวมสาขาของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบ (ปี 2548 - 2552)

ธนาคารพาณิชย์	ธ.ค.2548			ธ.ค.2549			ธ.ค.2550			ธ.ค.2551			ธ.ค.2552		
	ประเภทสาขา		รวม	ประเภทสาขา		รวม	ประเภทสาขา		รวม	ประเภทสาขา		รวม	ประเภทสาขา		รวม
	เต็ม	ย่อย		เต็ม	ย่อย		เต็ม	ย่อย		เต็ม	ย่อย				
กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	484	201	685	485	237	722	488	304	792	502	366	868	909	4	913
กรุงไทย จำกัด (มหาชน)	571	72	643	573	122	695	595	166	761	625	207	832	680	204	884
กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	423	76	499	434	148	582	445	184	629	466	222	688	803	2	805
ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	420	272	692	434	359	793	473	400	873	520	429	949	974	13	987
กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	348	142	490	359	190	549	362	201	563	364	215	579	381	195	576
ทหารไทย จำกัด (มหาชน)	353	73	426	376	89	465	382	88	470	391	79	470	480	3	483
นครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)	304	82	386	310	92	402	314	90	404	317	90	407	330	90	420
ยูเอบี จำกัด (มหาชน) 1/	113	41	154	116	37	153	150	2	152	150	2	152	145	2	147
สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) 2/	33	8	41	33	8	41	31	5	36	34	5	39	27	4	31
ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) 3/	77	35	112	79	45	124	86	60	146	89	58	147	147	0	147
ธนาชาติ จำกัด (มหาชน)	38	29	67	71	63	134	86	81	167	104	112	216	152	105	257
ทีเอสไอ จำกัด (มหาชน)	15	0	15	15	0	15	22	5	27	27	7	34	36	7	43
เกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)	17	0	17	20	0	20	28	0	28	38	0	38	45	0	45

ตารางที่ 1.1 (ต่อ)

ธนาคารพาณิชย์	ธ.ก.2548			ธ.ก.2549			ธ.ก.2550			ธ.ก.2551			ธ.ก.2552		
	ประเภทสาขา		รวม	ประเภทสาขา		รวม	ประเภทสาขา		รวม	ประเภทสาขา		รวม	ประเภทสาขา		รวม
	เต็ม	ย่อย		เต็ม	ย่อย		เต็ม	ย่อย		เต็ม	ย่อย		เต็ม	ย่อย	
สินเชิย จำกัด (มหาชน)	1	0	1	5	0	5	10	2	12	16	0	19	0	19	
แลนด์ แอนด์ เฮาส์ เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) 4/	1	0	1	2	5	7	5	10	15	9	12	11	12	23	
ไทยเครดิต เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) 4/	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	2	1	3	5	1	7	1	8	
เอไอจี เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) 5/ 6/	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	11	0	11	11	0	n.a.	n.a.	n.a.	
เมกะ สากลพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) 7/ 8/	2	0	2	3	0	3	3	0	3	3	0	3	0	3	
ซีอี มั่นใจ เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) 9/ 10/	n.a.	n.a.	n.a.	2	0	2	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
สาขาธนาคารต่างประเทศ	18	0	18	17	0	17	16	0	16	16	0	15	0	15	
รวม	3,218	1,031	4,249	3,334	1,395	4,729	3,509	1,599	5,108	3,687	1,805	5,492	5,164	5,806	

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

คำอธิบายจากตารางที่ 1.1

- 1/ ธนาคาร ยูโอบี จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนชื่อมาจากธนาคาร ยูไนเต็ด โอเวอร์ซีส์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) เมื่อ 2 พ.ค. 49 และธนาคาร ยูไนเต็ด โอเวอร์ซีส์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนชื่อมาจาก ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) เมื่อ 28 พ.ย. 48
- 2/ ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนชื่อมาจากธนาคาร สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด นครธน จำกัด (มหาชน) เมื่อ 1 ต.ค. 48
- 3/ ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนชื่อจาก ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) เมื่อ 4 พ.ค. 2552
- 4/ ธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อย
- 5/ ธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อย
- 6/ ธนาคาร เอ ไอ จี เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) ปิดดำเนินการตั้งแต่วันที่ 25 ก.ย.2552
- 7/ ธนาคารพาณิชย์ที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารต่างประเทศ
- 8/ ธนาคาร เมกะ สากลพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนชื่อมาจาก ธนาคารสากลพาณิชย์ แห่งประเทศจีน จำกัด (มหาชน) เมื่อ 21 ส.ค. 49
- 9/ ธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อย
- 10/ ธนาคาร จี อี มั่นนี้ เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) ปิดดำเนินการตั้งแต่วันที่ 26 ม.ค. 2550

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.2.1 เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้า ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี
- 1.2.2 เพื่อวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้า ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี
- 1.2.3 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการรวมทั้งทดสอบความแตกต่างของคุณลักษณะและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระหว่างผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้า ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี

1.3 ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตของการศึกษาประกอบด้วย 3 ส่วน คือ เนื้อหาหรือประเด็นที่จะทำการศึกษา สถานที่ของการศึกษาและช่วงเวลาของการศึกษาหรือการจัดเก็บข้อมูล

- 1.3.1 เนื้อหาของการศึกษา ประกอบด้วยคุณลักษณะของผู้ใช้บริการ ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ การทดสอบความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะของผู้ใช้บริการสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้าและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า
- 1.3.2 สถานที่ศึกษา การศึกษานี้มีขอบเขตเฉพาะผู้ใช้บริการสาขาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี
- 1.3.3 ช่วงเวลาของการศึกษา ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่จัดเก็บจากผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้าในช่วงเดือนมิถุนายน - สิงหาคม พ.ศ. 2552

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี ก็คือผู้ที่สนใจและผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ได้ทราบว่าปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นตัวกำหนดหรือมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของธนาคาร ได้ทราบระดับความพอใจของผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้า ได้ทราบคุณลักษณะของผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้า ได้ทราบว่ามีความแตกต่างกันในคุณลักษณะและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้าหรือไม่ และได้ทราบปัญหาตลอดจนอุปสรรคของสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้า

นอกจากนี้ผลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปใช้ในการวางแผนขยายสาขาของธนาคาร และลดปัญหาที่เกิดขึ้น

1.5 นิยามศัพท์

ธุรกิจธนาคารพาณิชย์ หมายความว่า การประกอบธุรกิจรับฝากเงินหรือรับเงินจากประชาชนที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม หรือเมื่อสิ้นระยะเวลาอันกำหนดไว้ และใช้ประโยชน์จากเงินนั้นโดยวิธีหนึ่งวิธีใด เช่น ให้สินเชื่อ ซื้อขายตั๋วแลกเงินหรือตราสารเปลี่ยนมืออื่นใด ซื้อขายเงินปรีวรรตต่างประเทศ

ธนาคารพาณิชย์ หมายความว่า บริษัทมหาชนจำกัดที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ และให้หมายความรวมถึงธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อย ธนาคารพาณิชย์ที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ และสาขาของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์

สาขาหรือสาขาเต็มรูปแบบ เป็นสาขาที่ให้บริการทางการเงินทุกประเภทแก่ลูกค้าทุกกลุ่ม อาจตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีโอกาสทางธุรกิจแตกต่างกันไป มีการประสานงานกับทีมขายตรงของธนาคารในการให้บริการและนำเสนอผลิตภัณฑ์สินเชื่อประเภทต่างๆ แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมทั้งรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

สาขาย่อย เป็นสาขาที่ให้บริการธุรกรรมทางการเงินพื้นฐาน เสนอขายผลิตภัณฑ์ทั่วไปที่ไม่ใช่ด้านสินเชื่อ ให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคาร รวมทั้งสนับสนุนการปล่อยสินเชื่อและบริการทางการเงิน

สาขาในห้าง เป็นสาขาที่มีเป้าหมายในการให้บริการแก่กลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไปและกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ระดับปานกลาง โดยให้บริการนอกเวลาทำการปกติของธนาคาร สาขาประเภทนี้ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า และอาคารสำนักงานในเขตเมือง

ห้างสรรพสินค้า หรือเรียกสั้นๆ ว่า ห้าง คือ ร้านค้าขายปลีกขนาดใหญ่ซึ่งมีสินค้าหลากหลายประเภทแยกตามแผนก โดยไม่มีการขายผ่านตัวแทนจำหน่าย (ห้างเป็นผู้นำสินค้ามาขายเอง) ห้างสรรพสินค้ามักขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเสื้อผ้า เครื่องเรือน เครื่องใช้ในบ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้า รวมไปถึงสายผลิตภัณฑ์อื่นๆ อย่างเช่น ฮาร์ดแวร์ สุขภัณฑ์ เครื่องสำอาง เครื่องเพชรพลอย เครื่องเขียน ของเล่น อุปกรณ์กีฬา เป็นต้น ห้างสรรพสินค้าบางแห่งอาจขายเฉพาะสินค้าลดราคา และมีพื้นที่ชำระเงินเป็นศูนย์กลาง ซึ่งโดยทั่วไปจะอยู่บริเวณด้านหน้าของห้าง ห้างสรรพสินค้ามักเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มของร้านค้าย่อยที่อยู่ภายใต้บริษัทเดียวกันกับพื้นที่ใกล้เคียง

ศูนย์การค้า คือ อาคารหรือกลุ่มของอาคารที่มีการขายสินค้าและบริการแบบขายปลีก อาจอยู่ในร่มภายใต้อาคารเดียวกัน หรืออยู่กลางแจ้งแบบเปิด โล่งก็ได้ ผลผลิตทันทีที่ขายในศูนย์การค้า ไม่ได้จัดแบ่งตามแผนก ขึ้นอยู่กับตัวแทนจำหน่ายที่จะขอเช่าพื้นที่หรือล็อกที่ศูนย์การค้าได้จัดสรรไว้ให้ ดังนั้นเราอาจเห็นภัตตาคารตั้งอยู่ข้างร้านหนังสือหรือร้านเครื่องดนตรีก็ได้ในศูนย์การค้า ศูนย์การค้ามีความแตกต่างจากห้างสรรพสินค้า กล่าวคือ ห้างสรรพสินค้าจะเป็นผู้ไปติดต่อผู้ผลิตหรือพ่อค้าคนกลางเพื่อนำสินค้ามาขายเอง ในขณะที่ศูนย์การค้าไม่ต้องไปหาผลิตภัณฑ์มาวางขาย แต่เปิดให้เช่าพื้นที่กับตัวแทนจำหน่ายจากธุรกิจอื่น และมีการทำสัญญาเก็บค่าเช่าตามระยะเวลาที่กำหนด แต่ในปัจจุบันอาจมีสถานที่ซึ่งมีลักษณะเป็นทั้งศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้าในเวลาเดียวกัน ทำให้ยากต่อการแยกแยะ

เครื่อง ATM (Automatic Teller Machine) กรุงไทย หมายถึง เครื่องที่สามารถถอนเงินสด โอนเงินระหว่างบัญชีของท่านเอง หรือโอนไปยังบัญชีของผู้อื่น การชำระค่าบริการต่าง ๆ และด้วยความทันสมัยหากท่านต้องการชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เพจเจอร์ ค่าบริการโทรศัพท์ทางไกลต่างประเทศรวมทั้งตรวจสอบยอดเงินในบัญชีได้ด้วย

เครื่องรับฝากเงินอัตโนมัติ ADM (Automatic Deposit Machine) หมายถึง เครื่องที่สามารถฝากเงินสดผ่านเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติได้อย่างมั่นใจ เพราะท่านสามารถตรวจสอบและยืนยันทุกขั้นตอนในระหว่างทำการฝาก ทั้งยังพิมพ์ใบบันทึกรายการให้ท่านเก็บไว้เป็นหลักฐานด้วย เมื่อท่านป้อนธนบัตรเข้าเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ เครื่องจะตรวจสอบความถูกต้องของธนบัตรนั้น อ่านมูลค่าของธนบัตร และแสดงจำนวนรวมให้เห็นบนจอภาพ เมื่อป้อนธนบัตรเสร็จเรียบร้อย เครื่องจะขอให้ท่านตรวจสอบจำนวนเงินและเลขที่บัญชีให้แน่นอนอีกครั้ง ก่อนจะกดปุ่มยืนยัน ซึ่งหมายความว่าการทำงานธุรกรรมเป็นอันเสร็จสมบูรณ์ เครื่องจะพิมพ์ใบบันทึกรายการออกมาให้

เครื่องบันทึกรายการสมุดคู่ฝากอัตโนมัติ (Passbook Update Machine) เครื่องนี้ทำงานโดยการอ่านแถบรหัสซึ่งเป็นแถบแม่เหล็กที่ติดอยู่ด้านหลังสมุดคู่ฝาก ใช้บริการโดยเริ่มจากการเปิดสมุดไปยังหน้าสมุดที่ต้องการบันทึกแล้วสอดเข้าเครื่อง จากนั้นเครื่องจะพิมพ์รายการของท่านและแจ้งให้ท่านทราบเมื่อต้องเปลี่ยนหน้า หากไม่ได้บันทึกรายการในสมุดมาเป็นเวลานานและได้ทำธุรกรรมหลายอย่างในระหว่างนั้น ซึ่งอาจด้วยการใช้เครื่องเอทีเอ็ม ยอดคงเหลือที่แสดงในสมุดจะเป็นยอดรวม โดยไม่แสดงรายละเอียดของธุรกรรมแต่ละรายการ สมุดที่จะใช้กับเครื่องบันทึกรายการสมุดคู่ฝากอัตโนมัติควรอยู่ในสภาพดี ท่านจึงควรเก็บรักษาสมุดคู่ฝากให้แบนเรียบอยู่ตลอดเวลา ต้องไม่พับหรือยับโดยเด็ด

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประวัติความเป็นมาและผลประกอบการธุรกิจและบริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎี

การศึกษานี้จะเป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นการศึกษาที่กล่าวถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในที่นี่ก็คือลูกค้าที่บริโภคบริการจากธนาคารนั่นเอง สำหรับในส่วนนี้ผู้ศึกษาจึงได้นำทฤษฎีหรือทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้อธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา

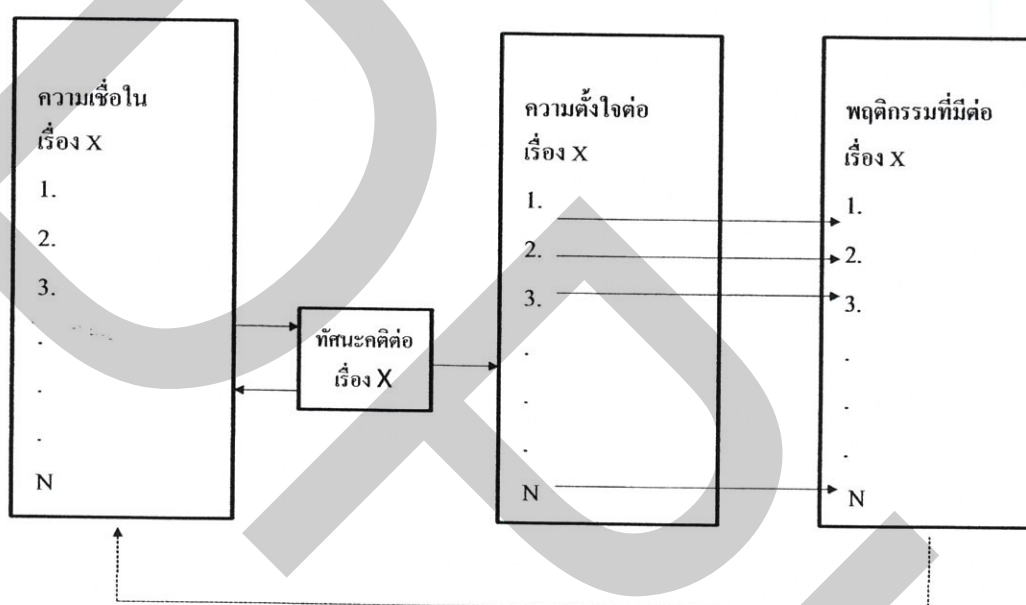
2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมทางสังคมของมนุษย์

ในปี 1967 ได้มีการเสนอทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ขึ้นครั้งแรก ทฤษฎีดังกล่าวได้รับการถกเถียง พัฒนา และทดสอบ จนกระทั่งตีพิมพ์เสนอใหม่ในปี 1975 (Fishbein และ Ajzen, 1975) โดยทฤษฎีนี้มีข้อกำหนดพื้นฐานว่ามนุษย์เป็นผู้ที่มีเหตุผล และสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่เก็บรวบรวมไว้ได้อย่างเป็นระบบ ดังนั้นทฤษฎีนี้จึงไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ที่อยู่ในภาวะถูกควบคุมอันเนื่องมาจากอำนาจบางอย่างหรือการกระทำที่ไม่รู้สึกตัว

1) แนวคิดของ Fishben และ Ajzen

ทฤษฎีของ Fishben และ Ajzen (1997: 11-13) กำหนดว่าตัวแปรเริ่มต้นที่สำคัญในทฤษฎีการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์คือ ความเชื่อ (Belief) ซึ่งเกิดขึ้นจากการรับข่าวสารจากแหล่งภายนอกเข้าสู่กระบวนการปรับเปลี่ยน ประเมินผล และเข้าสู่การตัดสินใจรับเป็นความเชื่อแต่ละเรื่องขึ้นมาและรวบรวมข้อมูลเป็นกลุ่มความเชื่อต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยกลุ่มของความเชื่อเหล่านี้

เป็นตัวก่อให้เกิดกลุ่มของความตั้งใจกระทำ (Intention) ต่อสิ่งนั้นขึ้นมา และกลุ่มของความตั้งใจเหล่านั้นเป็นตัวก่อให้เกิดกลุ่มพฤติกรรมต่อสิ่งนั้นๆ ขึ้นมาอีกทอดหนึ่ง ดังแสดงในภาพที่ 2.1 โดยมีข้อสังเกตว่าทัศนคติอาจมีผลสะท้อนย้อนกลับไปกำหนดความเชื่อที่ขึ้นมาใหม่อีกทางหนึ่งด้วย ในขณะที่เดียวกันพฤติกรรมเฉพาะอย่าง ก็อาจมีผลสะท้อนย้อนกลับไปกำหนดความเชื่อใหม่ๆ ขึ้นมาได้อีกเช่นกัน



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อ ทัศนคติ ความตั้งใจ และพฤติกรรมต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ที่มา: Fishbein และ Ajzen, (1997:14) (อ้างถึงใน สิรินทิพย์ อิน โท, 2545:18)

2) แนวคิดของ Bentler และ Speckart

นอกจากนี้แบบจำลองของ Fishbein และ Ajzen ยังได้รับการปรับปรุงพัฒนาต่ออีก โดย (Bentler และ Speckart, 1979) ได้เพิ่มเติมและทดสอบแบบจำลองใหม่ในสองประเด็น โดยประเด็นแรกได้เพิ่มเติมความสัมพันธ์ของทัศนคติให้มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมเป้าหมาย แบบจำลองของ Fishbein และ Ajzen กำหนดให้ทัศนคติมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรความตั้งใจแสดงพฤติกรรมไปสู่ตัวแปรการแสดงผลพฤติกรรมเป้าหมายนั้น ส่วนประเด็นที่สองที่เพิ่มเติมในแบบจำลองของ Bentler และ Speckart คือการเพิ่มตัวแปรพฤติกรรมที่ผ่านมาหรือเกิดขึ้นในอดีต โดยกำหนดให้มีผลกระทบโดยตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม และต่อพฤติกรรมเป้าหมาย

ถึงแม้ว่าทฤษฎีพฤติกรรมดังกล่าวข้างต้นจะเป็นเพียงพื้นฐานในการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมทางสังคมของมนุษย์ทั่วไป แต่ก็ยังเป็นกรอบแนวคิดที่สำคัญยิ่งสำหรับนำมาประยุกต์ใช้ศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าได้

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์

ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณความต้องการใช้บริการของลูกค้า จะอาศัยทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาคในส่วนของอุปสงค์ และความยืดหยุ่น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์นี้

ทฤษฎีอุปสงค์ (วันรักษ์, 2539: 22-26, 37-48)

“อุปสงค์” (Demand) สำหรับสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง หมายถึง จำนวนต่างๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าชนิดนั้นหรือ ระดับรายได้ต่างๆ ของผู้บริโภค หรือ ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง

โดยคำว่า “ต้องการซื้อ” ที่ปรากฏในนิยามข้างต้นมิได้หมายถึง ความต้องการธรรมดา (Want) แต่เป็นความต้องการที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) กำกับอยู่ กล่าวคือ ผู้บริโภคจะต้องมีเงินเพียงพอ และมีความตั้งใจ (Ability and Willingness) ที่จะจ่ายซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ ได้ด้วย กฎแห่งอุปสงค์

กฎแห่งอุปสงค์ (Law of Demand) ระบุว่าปริมาณของสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อแปรผกผัน (Inverse Relation) กับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอหมายความว่า เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณน้อยลง และเมื่อราคาลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณมากขึ้น

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์

ตัวกำหนดอุปสงค์ หมายถึง ตัวแปรหรือปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคปรารถนาที่จะซื้อ ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณซื้อเล็กน้อยไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคน และกาลเวลา ปัจจัยเหล่านี้มีหลายอย่างดังนี้

1. ราคาสินค้าชนิดนั้น ตามปกติเมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะมีน้อยลง แต่ถ้าราคาสินค้าลดต่ำลง ปริมาณซื้อจะมีมาก

2. รสนิยมของผู้บริโภคและความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม จะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกนิยมชมชอบชั่วขณะหนึ่งซึ่งเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เช่น แบบเสื้อ ภาพยนตร์ เทปเพลง แต่บางกรณีความนิยมก็เป็นแบบคงทน เช่น รูปแบบสิ่งก่อสร้าง รถยนต์ เป็นต้น สิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา ความเชื่อถือ และอิทธิพลของการโฆษณา

3. จำนวนประชากร ตามปกติเมื่อประชากรเพิ่มขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเพิ่มตามแต่การเพิ่มของจำนวนประชากรจะต้องควบคู่กับอำนาจซื้อของประชากรด้วย

4. รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน โดยทั่วไปเมื่อประชากรมีรายได้โดยเฉลี่ยสูงขึ้นความต้องการสินค้าและบริการจะเปลี่ยนไป คือ จะลดการบริโภคสินค้าราคาถูก ขณะเดียวกันก็หันไปบริโภคสินค้าราคาแพง

5. ราคาของสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ตามปกติความต้องการของผู้บริโภคอาจสนองได้ด้วยสินค้าหลายชนิด ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงขึ้นผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดนั้นน้อยลง และหันไปซื้อสินค้าชนิดหนึ่งซึ่งใช้ทดแทนกัน หรืออาจเป็นกรณีของสินค้าที่ใช้ประกอบกัน คือ การเปลี่ยนแปลงของระดับราคาสินค้าประเภทนี้ จะทำให้จำนวนสินค้าเดิมเปลี่ยนแปลงไปในทางตรงกันข้ามแม้ว่าราคาสินค้าเดิมจะไม่เปลี่ยนแปลงก็ตาม

จากปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมาเขียนเป็นความสัมพันธ์ในรูปฟังก์ชันอุปสงค์ได้ดังนี้

ฟังก์ชันอุปสงค์

$$Q_x = f(P_x, A_1, A_2, A_3 \dots)$$

จากฟังก์ชันอุปสงค์ดังกล่าวแสดงว่า ปริมาณซื้อสินค้า Q_x เป็นตัวแปรตาม (Dependent Variable) ส่วนตัวกำหนดต่างๆเป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ในบรรดาตัวแปรอิสระทั้งหลาย ราคาสินค้า P_x เป็นตัวกำหนดที่มีอิทธิพลต่อปริมาณซื้อโดยตรง ดังนั้นราคาสินค้า P_x จึงเป็นตัวกำหนดโดยตรง (Direct Determinant) และตัวแปรที่เหลือเป็นตัวกำหนดโดยอ้อม (Indirect Determinant)

กรณีอุปสงค์การใช้บริการของลูกค้าก็เช่นเดียวกันกับอุปสงค์สินค้าและบริการอื่นๆ คือ จะต้องมีความต้องการเกิดขึ้นและต้องมีอำนาจซื้อเมื่อครบองค์ประกอบจึงเรียกว่ามีอุปสงค์

2.1.3 สรุปแนวความคิดที่ใช้ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี” มี 2 แนวคิดใหญ่ๆ คือ 1) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมทางสังคมของมนุษย์โดยใช้แนวคิดของ Fishben และ Ajzen และแนวคิดของ Bentler และ Speckart และ 2) แนวคิดและทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งเป็นทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาคในส่วนของทฤษฎีอุปสงค์โดยสรุปมาจาก วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน ซึ่งมีเนื้อหาในส่วนของ กฎแห่งอุปสงค์, ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ และฟังก์ชันอุปสงค์

2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จารุพันธ์ ชีวีวัฒน์ (2536) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารออมสินกรณีศึกษาจากกรุงเทพมหานครและราชบุรี” เป็นการศึกษาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสินโดยใช้แบบสัมภาษณ์จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยแบ่งเท่าๆกันระหว่างกรุงเทพมหานครกับจังหวัดราชบุรีซึ่งเป็นการศึกษาอย่างกว้างๆครอบคลุมไปถึงบุคคลอาชีพต่างๆวิธีการคัดเลือกตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจงโดยที่ประชาชนทุกคนที่ไปใช้บริการของธนาคารมีโอกาสถูกเลือกเท่าๆกัน โดยแบ่งแบบสัมภาษณ์ออกเป็นจังหวัดละ 200 ตัวอย่าง โดยสำรวจจากธนาคารพาณิชย์ต่างๆ 100 ตัวอย่าง ธนาคารออมสิน 100 ตัวอย่าง ข้อมูลส่วนใหญ่ที่ได้นั้นเป็นข้อมูลจากภาคสนามทั้งสิ้น

ผลการศึกษาพบว่าประชาชนผู้มีรายได้ต่ำมีแนวโน้มใช้บริการกับธนาคารออมสินมากกว่าธนาคารพาณิชย์ส่วนผู้มีรายได้สูงมักจะนิยมใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์มากกว่าธนาคารออมสินเมื่อพิจารณาในกลุ่มประชาชนซึ่งมีรายได้ในระดับเดียวกันในจังหวัดราชบุรีนั้นนิยมใช้บริการกับธนาคารออมสินมากกว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครและผู้ใช้บริการกับธนาคารออมสินโดยไม่ใช้ธนาคารพาณิชย์นั้นจะอยู่ในกลุ่มของผู้ที่ไม่มีรายได้ถึงมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน และจะอยู่ในกลุ่มอาชีพนักเรียนนักศึกษาและแม่บ้านเหตุผลสำคัญในการฝากเงินกับธนาคารออมสินก็คือการที่ธนาคารออมสินเป็นสถาบันการเงินของรัฐโดยมีรัฐบาลเป็นประกันจึงปราศจากความเสี่ยงใดๆ โดยทั่วไปในการเลือกฝากเงินของประชาชนนั้นประชาชนจะให้ความสนใจกับผลตอบแทนที่จะได้รับจากเงินฝากนั้น โดยคำนึงถึงความเสี่ยงด้วยและ Transaction Cost จากการได้รับการบริการซึ่งสามารถลดได้คือการมีระบบฝากถอนเงินด่วน (ATM) มีสถานที่สะดวกและประสิทธิภาพในการบริการที่ดีจากพนักงานส่วนประชาชนที่ใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์โดยไม่ใช้ธนาคารออมสินชดเชยความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นด้วยอัตราดอกเบี้ยจากเงินฝากที่สูงกว่านั่นเองผู้ศึกษาพบว่าประชาชนอีกกลุ่มซึ่งใช้บริการทั้งธนาคารออมสินและธนาคารพาณิชย์ร่วมกันกลุ่มคนพวกนี้เป็นผู้ไม่ชอบความเสี่ยงแต่จะคำนึงถึงผลตอบแทนจากการกระจายความเสี่ยงจึงกระจายความเสี่ยงโดยถือเงินฝากทั้งธนาคารออมสินและธนาคารพาณิชย์โดยคำนึงว่าผลตอบแทนสูงย่อมได้รับความเสี่ยงสูงตามไปด้วย

ประสิทธิ์ จันทกลาง (2540) ได้ทำการศึกษาอุปสงค์ต่อการบริการทางการแพทย์ในจังหวัดลำพูน วิธีการศึกษาใช้สมการถดถอยเชิงซ้อน และข้อมูลที่น่ามาใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ผู้เข้ารับบริการทางการแพทย์ด้านอายุรกรรมในจังหวัดลำพูน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดอุปสงค์ของการใช้บริการทางการแพทย์ได้แก่สวัสดิการเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาล, ระดับการศึกษา, ราคาบริการทางการแพทย์ และรายได้เฉลี่ยต่อ

เดือนของผู้ใช้บริการ ส่วนผลการวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์พบว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การใช้บริการทางการแพทย์ต่อราคาค่าบริการ และต่อรายได้เฉลี่ยมีค่าน้อยกว่า 1

โกศล โขทเทริญญสุขชัย (2544) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการระหว่าง บมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยาและบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามผู้บริการธนาคารทั้ง 2 แห่ง โดยมีประชากรทั้งสิ้น 29,000 ราย ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 392 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีหาค่าร้อยละ และทดสอบสมมติฐานโดยค่าสถิติ t

ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อ บมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา และ บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน 2) ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริการของบมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยาในภาพรวมมีความพึงพอใจปานกลาง สำหรับ บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ในภาพรวมผู้บริการมีระดับความพึงพอใจปานกลาง 3) การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริการทั้ง 2 แห่งในภาพรวมจำแนกตามเพศ อาชีพ รายได้ไม่แตกต่างกัน สำหรับการจำแนกตามสถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อุบลวรรณ ฉัตรเชิดชัย (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์และกลยุทธ์ทางการตลาดของบริการ โทรศัพท์พื้นฐาน การศึกษามีขอบเขตเฉพาะในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ซึ่งมีผู้ให้บริการเพียงสองรายคือ บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทูธ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) การศึกษาอุปสงค์ใช้สมการถดถอยเชิงซ้อนและใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ผลการศึกษาพบว่าอุปสงค์ของการใช้บริการ โทรศัพท์พื้นฐานของ ทศท และ ทูธ ถูกกำหนดโดยราคาส่งเสริมการขาย,รายได้เฉลี่ยจากการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่,รายได้ผลิตภัณฑ์ประชาชาติต่อคน และจำนวนหมายเลขที่มีของ ทศท นอกจากนี้ในการศึกษายังพบอีกว่าความยืดหยุ่นต่อราคาการส่งเสริมการขายกับปริมาณการใช้บริการของ ทูธ สูงกว่าของ ทศท และความยืดหยุ่นต่อรายได้ต่อการใช้บริการของ ทูธ สูงกว่าของ ทศท

สัมฤทธิ์ ขวาชอง (2549) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารสาขาในห้างสรรพสินค้า ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัล พระราม 3 และสาขานักกีฬาสุขสวัสดิ์” ข้อมูลในการศึกษานี้ได้จากการสัมภาษณ์ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาในห้างสรรพสินค้า จำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน

ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.33 มีอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 41.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 56.33 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 53.00 มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 50.33 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ น้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 29.00 เป็นเจ้าของบัญชีมาใช้บริการ ร้อยละ 80.67 โดยความถี่ในการ ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่มาใช้ประจำ ร้อยละ 59.33 และเป็นลูกค้าที่ชอบใช้เครื่อง อิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 84.00 2) ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย ในรูปแบบสาขาในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 4.01 ซึ่ง อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านพนักงานและการต้อนรับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมาคือ ด้านข้อมูลของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ด้านกระบวนการการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ด้านบริการของเครื่องอิเล็กทรอนิกส์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ด้านสถานที่ประกอบการน้อยที่สุดมี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 3) ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย รูปแบบสาขาในห้างสรรพสินค้า คือ ความชอบใช้บริการกับเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคาร พบว่า ลูกค้าที่ไม่ชอบใช้บริการกับเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการธนาคารรูปแบบ สาขาในห้างสรรพสินค้า มากกว่าลูกค้าที่ชอบใช้บริการกับเครื่องอิเล็กทรอนิกส์

จุริยมาศ บุญสูง (2550) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการ กับสาขานาคารพาณิชย์ในห้างสรรพสินค้า ในจังหวัดเชียงใหม่” การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการกับสาขานาคาร พาณิชย์ในห้างเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย กลุ่มประชาชนทั่วไป 200 คน และกลุ่มผู้ประกอบการ 200 คนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ สถิติเชิงพรรณนา และใช้ค่าสถิติทดสอบในการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ ซึ่ง ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้บริการฝากเงิน การถอนเงิน การโอนเงิน ด้านสินเชื่อ การ แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การชำระค่าสินค้า/ค่าสาธารณูปโภค และการให้บริการของลูกค้าทั้ง สองกลุ่มโดยใช้สถิติไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนทั่วไปจำนวน 200 คน ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี เป็นโสด การศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อ เดือน 5,001-10,000 บาท สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการพบว่า สาขานาคารพาณิชย์ที่เลือกใช้ ส่วนใหญ่คือ ธนาคารไทยพาณิชย์ ส่วนใหญ่ใช้บริการถอนเงิน มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ ใช้บริการ ในวันอาทิตย์ ความถี่ในการใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคาร พาณิชย์สาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าคือ ปัจจัยด้านการให้บริการถอนเงิน โดยสาขาใน

ห้างสรรพสินค้ามีตู้เอทีเอ็มให้บริการจำนวนมาก เครื่องอัตโนมัติที่ให้บริการมีความทันสมัย รวดเร็วและถูกต้อง

สำหรับลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการจำนวน 200 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี สถานภาพสมรสแล้ว การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ประเภทของธุรกิจส่วนใหญ่เป็นร้านขายเสื้อผ้า มีรายได้ต่อเดือน 20,001-40,000 บาท สำหรับพฤติกรรมในการใช้บริการพบว่า สาขานาคารพาณิชย์ที่เลือกใช้ส่วนใหญ่คือ ธนาคารกรุงไทย ส่วนใหญ่ใช้บริการถอนเงิน มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ ใช้บริการในวันอาทิตย์ ความถี่ในการใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการกับสาขานาคารพาณิชย์ในห้างเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าคือ ปัจจัยด้านการให้บริการฝากเงิน เนื่องจากสาขาในห้างสรรพสินค้ามีเครื่องอัตโนมัติที่ให้บริการที่มีความทันสมัยเพียงพอกับความต้องการ

ส่วนการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้บริการของลูกค้ากลุ่มประชาชนทั่วไปและกลุ่มผู้ประกอบการพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อกลุ่มประชาชนทั่วไปมากกว่ากลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่ สาขานาคารพาณิชย์ห้างสรรพสินค้ามีตู้เอทีเอ็มจำนวนมาก สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อกลุ่มผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มประชาชนทั่วไป ได้แก่ สาขานาคารพาณิชย์ในห้างสรรพสินค้ามีเครื่องอัตโนมัติที่ให้บริการฝากเงินและถอนเงินที่รวดเร็วและทันสมัย สาขานาคารพาณิชย์ที่มีการให้สินเชื่อที่หลากหลาย ขั้นตอนการอนุมัติที่ง่ายและสะดวก ดอกเบี้ยเงินกู้ก่อนข้างต่ำ

อรวรรณ ภูษนิต (2550) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง“ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการลูกค้าธนาคารสาขาไมโครในห้างสรรพสินค้า เปรียบเทียบกับนอกห้างสรรพสินค้า ใน อ.เมือง จ.ขอนแก่น”การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคาร ด้านบุคลากรและคุณภาพการบริการ ด้านสถานประกอบการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า และเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ระหว่างธนาคารสาขาไมโครในห้างสรรพสินค้าและนอกห้างสรรพสินค้า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ลูกค้าที่มีใช้บริการกับธนาคารสาขาไมโครในห้างสรรพสินค้าและนอกห้างสรรพสินค้าใน อ.เมือง จ.ขอนแก่น จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และใช้ค่า Chi-square และ Cramer's V ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านอาชีพ บุคลากรและคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์มากที่สุดกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารสาขาไมโครในห้างสรรพสินค้า ส่วนปัจจัย

ด้านรายได้ บุคลากรและคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์มากที่สุดกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารสาขาไมโครนอกห้างสรรพสินค้า

พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่ไม่แตกต่างกันระหว่างธนาคารสาขาไมโครในห้างสรรพสินค้ากับนอกห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า ความถี่ในการใช้บริการ ประเภทการให้บริการและการปฏิบัติในการใช้บริการ ส่วนที่แตกต่างกัน ได้แก่ ช่วงเวลาที่เข้ามาใช้บริการ วันที่มาใช้บริการ

ฐานปี สิริเต็มกุล (2550) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “อุปสงค์ของการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย” การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ของการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย ซึ่งตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์ ได้แก่ ตัวแปรตามคือ จำนวนผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบจดทะเบียน และระบบเติมเงิน ของบริษัท AIS DTAC และ TRUE MOVE ตัวแปรตามหรือจำนวนผู้ใช้บริการนี้เป็นตัวแปรทดแทน (proxy variable) ของจำนวนการใช้บริการ ตัวแปรอิสระคือ ราคาซิมการ์ด รายได้ต่อประชากร จำนวนประชากรในประเทศไทย ราคาโทรศัพท์ขั้นต่ำต่อนาที และรายการบริการเสริม หรือ Top Up ของบริษัท AIS DTAC และ TRUE MOVE โดยใช้ข้อมูลเป็นรายไตรมาส ตั้งแต่ช่วงปีพ.ศ.2545-2550 ด้วยการใช้เครื่องมือทางเศรษฐมิติในการวิเคราะห์แบบจำลองอุปสงค์ด้วยการสร้างสมการถดถอยอย่างง่ายและสมการถดถอยเชิงซ้อนหลายตัวแปรและคัดเลือกตัวแปรที่สำคัญเพื่อให้ได้ค่าที่เหมาะสมซึ่งสามารถนำมาอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ของการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่กับปัจจัยต่างๆที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์

ผลการศึกษาพบว่า จากการแข่งขันที่รุนแรงทำให้ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เห็นได้ชัด คือรายการส่งเสริมการขายที่มีราคาโทรศัพท์ขั้นต่ำต่อนาทีที่ถูกกว่าคู่แข่ง ดังนั้นผู้ให้บริการแต่ละราย จึงได้พยายามที่จะลดราคาโทรศัพท์ขั้นต่ำต่อนาที เพื่อรักษฐานลูกค้า โดยการออกซิมการ์ดในรูปแบบใหม่ๆที่มีราคาซิมการ์ดถูกลง และมีบริการเสริม หรือ Top Up เพิ่มให้เมื่อเปิดใช้บริการในครั้งแรก ซึ่งจำนวนประชากรในประเทศไทยจะไม่มีผลต่ออุปสงค์การใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ที่ใช้บริการจะเป็นผู้ที่มิรายได้ หรือเด็กในวัยเรียนที่มีผู้ปกครองรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ แต่จำนวนประชากรที่นำมาคำนวณเป็นจำนวนที่รวมทั้งหมดตั้งแต่เด็กแรกเกิดจนถึงผู้สูงอายุ

2.3 ประวัติความเป็นมาและผลประกอบการธุรกิจและบริการ

2.3.1 ประวัติความเป็นมา

ธนาคารก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2509 จากการควบรวมกิจการระหว่างธนาคารมณฑล จำกัด กับ ธนาคารเกษตร จำกัด โดยมีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ทำให้ธนาคารเป็นธนาคารขนาดใหญ่ที่มีฐานะทางการเงินมั่นคง สามารถคุ้มครองเงินฝากและให้บริการธุรกรรมทางการเงินได้

ธนาคารได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ดังจะเห็นได้ว่า ในปี 2531 ธนาคารกรุงไทยเป็นธนาคารพาณิชย์แห่งเดียวที่มีสาขาและเครื่อง ATM ครอบคลุมทุกจังหวัด และในปีเดียวกันนี้ธนาคารได้นำหุ้นเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเริ่มเปิดทำการซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 2 สิงหาคม 2532 ต่อมาเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2537 ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด โดยใช้ชื่อว่า “บมจ.ธนาคารกรุงไทย” เลขทะเบียน บมจ. 335 (ปัจจุบันเปลี่ยนเป็น 0107537000882) ชื่อย่อ KTB

ช่วงปี 2544-2546 มีการปรับโครงสร้างครั้งใหญ่เพื่อเอื้อต่อการสร้างและขยายขนาดของทรัพย์สิน สร้างรายได้ ลดต้นทุนการดำเนินงานและกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อเสริมสร้างฐานะความเป็นธนาคารพาณิชย์ชั้นนำของประเทศโดยเน้นระบบควบคุมการบริหารความเสี่ยงทุกด้านอย่างต่อเนื่องนอกจากนี้ธนาคารยังได้เป็นกลไกสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจไทยให้ฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว โดยเป็นแกนนำในการปล่อยสินเชื่อเข้าสู่ระบบมีการให้สินเชื่อแก่องค์กรภายใต้การดูแลของรัฐ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ควบคู่ไปกับการให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไปและมีการเปิดให้บริการกลุ่มลูกค้าพิเศษได้แก่ธนาคารชุมชน เป็นต้น

ในช่วงปี 2548 จนถึงปัจจุบัน วิสัยทัศน์ของธนาคารมุ่งไปสู่การเป็น ธนาคารแสนสะดวก (The Convenience Bank) ลูกค้าสามารถใช้บริการของธนาคารได้จากทุกที่ ทุกช่องทาง และตลอดเวลาตลอด 24 ชั่วโมงโดยไม่มีวันหยุด นอกจากนี้ธนาคารยังได้ปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์แต่ละด้านในแผนแม่บททางการเงินและการบริหารจัดการตามแนวทาง Basel III และการเป็น Processing Bank ซึ่งนำเสนอการชำระเงินควบคู่ไปกับผลิตภัณฑ์และบริการธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายครบวงจร ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย

ปี 2552 ธนาคารสามารถฟื้นฝ่ามรสุมเศรษฐกิจและความท้าทายรอบด้านมาได้ด้วยดี ทำให้ธนาคารสามารถรองความเป็นธนาคารพาณิชย์ชั้นนำของประเทศที่มีผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ช่องทางการให้บริการและตรงใจลูกค้าทุกกลุ่ม สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของธนาคารในการเป็นธนาคารแสนสะดวก (The Convenience Bank)

นอกจากนี้ธนาคารยังมีโอกาสแสดงบทบาทสำคัญทั้งในฐานะที่เป็นธนาคารพาณิชย์ชั้นนำของประเทศและเป็นธนาคารของรัฐในการกระตุ้นเศรษฐกิจให้ฟื้นตัว ด้วยการอัดฉีดเงินให้สินเชื่อเข้าสู่ระบบเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ ขณะเดียวกันก็ออกผลิตภัณฑ์สินเชื่อใหม่เพื่อสนับสนุนมาตรการไทยเข้มแข็งของรัฐบาล ซึ่งผลงานดังกล่าวนี้ ทำให้ธนาคารและผู้บริหารได้รับรางวัลเกียรติยศจำนวนหลายรางวัลในปี 2552 โดยหนึ่งในความภาคภูมิใจ คือ รางวัล The Banker Awards 2009 ด้วยเหตุผลสำคัญ 4 ประการ คือ มีผลประกอบการดี มียอดสินเชื่อขยายตัวแม้เกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก มีบทบาทสำคัญในการช่วยฟื้นฟูกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ และมีเทคโนโลยีที่ดีที่ช่วยเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า

สายงานหลักสายงานหนึ่งที่มีความสำคัญมากต่อธนาคารและเป็นสายงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานวิจัยนี้ นั่นคือ สายงานเครือข่าย เป็นสายงานหลักในการสร้างรายได้และให้บริการลูกค้า ในลักษณะการดำเนินงานแบบ Front Office โดยแบ่งพื้นที่รับผิดชอบเป็น 10 กลุ่ม 64 เขต และมีสาขาในประเทศ ณ สิ้นธันวาคม 2552 จำนวนรวม 884 สาขา (ในจำนวนนี้เป็นสาขาที่เปิดให้บริการ 7 วันจำนวน 187 สาขา) ทำหน้าที่ให้บริการทางการเงินทุกประเภทแก่ลูกค้า ตามกลยุทธ์ของธนาคาร ทั้งด้านการรับฝากเงิน การให้สินเชื่อ การให้บริการรับชำระค่าสินค้าและบริการอื่นๆ รวมทั้งการแนะนำและขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือและพันธมิตรธุรกิจ เพื่อมุ่งสร้างรายได้และบริการลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดภายใต้การบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ

ในปี 2552 สายงานเครือข่าย มีผลการดำเนินงานโดยรวมที่ประสบความสำเร็จอย่างน่าพอใจ ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่หดตัว โดยสามารถระดมเงินฝากและปล่อยสินเชื่อได้เกินเป้าหมาย ขณะที่เพิ่มรายได้ค่าธรรมเนียมและขายทรัพย์สินพร้อมขาย (NPA) ได้ใกล้เคียงกับเป้าหมายที่กำหนด ทั้งนี้เป็นผลจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการให้บริการใหม่ๆ ที่ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายและความรวดเร็วให้กับลูกค้า อาทิบริการ KTB Smart Open Account ที่ลูกค้าสามารถเปิดบัญชีใหม่ได้โดยไม่ต้องกรอกแบบฟอร์ม การเปิดสาขา และ Exchange Booth เพิ่มขึ้นทั้งในเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล และเขตภูมิภาค สำหรับสาขาเดิมก็ได้ขยายพื้นที่บริการลูกค้าให้กว้างขวางขึ้น และจัดบรรยากาศภายในให้โล่ง โปร่ง สบาย และทันสมัย ทางด้านบริการสายงานเครือข่ายได้ให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ด้วยการรับประกันระยะเวลาให้บริการของสาขา (SLA) ที่ดำเนินการพร้อมกันทั่วประเทศมาตั้งแต่ปี 2551 ได้แก่ การพิจารณาสินเชื่อธรวุภายใน 5 วันทำการ สินเชื่อที่อยู่อาศัยภายใน 7 วันทำการ บริการหน้าเคาน์เตอร์ภายใน 3 นาที เปิดบัญชีใหม่พร้อมทำบัตร ATM ภายใน 10 นาที นอกจากนั้นได้จัดประกวดและมอบรางวัล Star of QA แก่สาขาและสำนักงานเขตที่มีผลงานด้านการบริการลูกค้าและดูแลสถานที่ดีเยี่ยม เพื่อสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพบริการสู่ความเป็นเลิศ มีการพัฒนาศักยภาพพนักงานให้เป็นผู้มืออาชีพ

ด้วยการจัดอบรมด้านผลิตภัณฑ์ การให้บริการ และการขาย พร้อมประกาศเกียรติคุณแก่พนักงานที่มียอดขายและให้บริการยอดเยี่ยม

สำหรับปี 2553 สายงาน ได้กำหนดกลยุทธ์ในการขยายฐานลูกค้ารายย่อย ทั้งลูกค้าใหม่ และเพิ่มยอดขายในส่วนของลูกค้ารายเดิม โดยกำหนดให้ทุกสาขาของธนาคารจัดกิจกรรมทางการตลาดเป็นระยะเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ รวมทั้งมุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในพื้นที่เป้าหมายและในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งในบริการด้านเงินฝากและด้านสินเชื่อ พร้อมต่อยอดไปสู่การแนะนำบริการด้าน Asset Under Management (AUM) และ Cash Management นอกจากนี้ จะพัฒนาคุณภาพการให้บริการ โดยการเพิ่มตำแหน่งรองผู้จัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CSRM) เพื่อให้การต้อนรับ แนะนำผลิตภัณฑ์ และแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า พร้อมทั้งจัดอบรมและจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เข้มข้นยิ่งขึ้น พร้อมสานต่อโครงการปรับภาพลักษณ์สาขาให้ทันสมัยและขยายสาขาเพิ่ม รวมทั้งจะติดตั้งตู้ ATM เพิ่มขึ้นอีกจำนวนหนึ่งและปรับย้ายที่ตั้งตู้ ATM บางแห่งให้ลูกค้าใช้บริการได้สะดวกยิ่งขึ้น นอกจากนี้ในปีนี้จะจัดให้มีรถบริการเคลื่อนที่ (Mobile Banking) ประจำทุกพื้นที่สำนักงานเขตของธนาคาร เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการฝาก-ถอนเงิน และการแลกเปลี่ยนเงินตรา อันเป็นการย้ำถึงความเป็นธนาคารแสนสะดวก (The Convenience Bank) ของธนาคาร

2.3.2 ผลประกอบการธุรกิจและบริการ

ผลการประกอบธุรกิจธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยในช่วง 5 ปี (2548-2552) ที่ผ่านมาสามารถอธิบายจากข้อมูลทางการเงิน โดยมีรายละเอียดที่สำคัญๆ ดังนี้

2.3.2.1 ฐานะทางการเงิน

1) เงินให้สินเชื่อรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 ธนาคารและบริษัทย่อยมีเงินให้สินเชื่อ (ไม่รวมดอกเบี้ยค้างรับและเงินให้สินเชื่อระหว่างธนาคารและตลาดเงิน) เป็นเงิน 1,071,880 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2551 มีเงินให้สินเชื่อรวมเพิ่มขึ้นเป็นเงิน 29,382 ล้านบาท (1,071,880-1,042,498 = 29,382) หรือคิดเป็นร้อยละ 2.82 (ตารางที่ 2.1)

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าธนาคารและบริษัทย่อยมีเงินให้สินเชื่อรวมเพิ่มขึ้นในทุกปี แต่มีน้อยแตกต่างกัน ซึ่งโดยรวมแล้วตลอดช่วง 5 ปีนี้ ธนาคารและบริษัทย่อยมีอัตราการเจริญเติบโต (Growth Rate) ของเงินให้สินเชื่อเพิ่มขึ้นเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 4.70 ต่อปี

2) ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 ธนาคารและบริษัทย่อยมีค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญเป็นเงิน 40,451 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2551 ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญเพิ่มขึ้นเป็นเงิน 4,866 ล้านบาท (40,451-35,585 = 4,866) หรือคิดเป็นร้อยละ 13.67 (ตารางที่ 2.1)

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าธนาคารและบริษัทย่อยมีค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญลดลงในทุกปี แต่มีในปี 2552 ที่ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญเพิ่มขึ้น ซึ่งโดยรวมแล้วตลอดช่วง 5 ปีนี้ ธนาคารและ

บริษัทย่อยมีอัตราการเจริญเติบโต (Growth Rate) ของค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญลดลงเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 0.41 ต่อปี

3) หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 ธนาคารและบริษัทย่อยมีหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ เป็นเงิน 84,920 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2551 หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ลดลงเป็นเงิน 528 ล้านบาท ($84,920 - 85,448 = -528$) หรือคิดเป็นร้อยละ 0.62 (ตารางที่ 2.1)

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าธนาคารและบริษัทย่อยมีหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ลดลงในทุกปี เว้นแต่ปี 2550 มีหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นจากปี 2549 เป็นเงิน 6,472 ล้านบาท ($96,164 - 89,692 = 6,472$) หรือคิดเป็นร้อยละ 7.22

ซึ่งโดยรวมแล้วตลอดช่วง 5 ปีนี้ ธนาคารและบริษัทย่อยมีอัตราการเจริญเติบโต (Growth Rate) ของหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ลดลงเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 3.43 ต่อปี

4) สินทรัพย์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 ธนาคารและบริษัทย่อยมีสินทรัพย์รวมเป็นเงิน 1,543,830 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2551 สินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้นเป็นเงิน 213,454 ล้านบาท ($1,543,830 - 1,330,376 = 213,454$) หรือคิดเป็นร้อยละ 16.04 (ตารางที่ 2.1)

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าธนาคารและบริษัทย่อยมีสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้นในทุกปี แต่มักน้อยแตกต่างกัน ซึ่งโดยรวมแล้วตลอดช่วง 5 ปีนี้ ธนาคารและบริษัทย่อยมีอัตราการเจริญเติบโต (Growth Rate) ของสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้นเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 7.34 ต่อปี

5) เงินฝาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 ธนาคารและบริษัทย่อยมียอดเงินฝากรวมเป็นเงิน 1,207,613 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2551 ยอดเงินฝากเพิ่มขึ้นเป็นเงิน 144,397 ล้านบาท ($1,207,613 - 1,063,216 = 144,397$) หรือคิดเป็นร้อยละ 13.58 (ตารางที่ 2.1)

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าธนาคารและบริษัทย่อยมียอดเงินฝากเพิ่มขึ้นในทุกปี เว้นแต่ในปี 2549 มียอดเงินฝากลดลงจากปี 2548 เป็นจำนวนเงิน 16,534 ล้านบาท ($966,437 - 982,971 = -16,534$) หรือคิดเป็นร้อยละ 1.68 ซึ่งโดยรวมแล้วตลอดช่วง 5 ปีนี้ ธนาคารและบริษัทย่อยมีอัตราการเจริญเติบโต (Growth Rate) ของยอดเงินฝากเพิ่มขึ้นเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 5.28 ต่อปี

6) หนี้สิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 ธนาคารและบริษัทย่อยมีหนี้สินรวมเป็นเงิน 1,431,303 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2551 หนี้สินเพิ่มขึ้นเป็นเงิน 204,555 ล้านบาท ($1,431,303 - 1,226,748 = 204,555$) หรือคิดเป็นร้อยละ 16.67 (ตารางที่ 2.1)

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าธนาคารและบริษัทย่อยมีหนี้สินเพิ่มขึ้นในทุกปี ซึ่งโดยรวมแล้วตลอดช่วง 5 ปีนี้ ธนาคารและบริษัทย่อยมีอัตราการเจริญเติบโต (Growth Rate) ของหนี้สินเพิ่มขึ้นเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 7.29 ต่อปี

7) ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 ธนาคารและบริษัทย่อยมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเป็นเงิน 112,527 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2551 ส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นเป็นเงิน 8,899 ล้านบาท ($112,527 - 103,628 = 112,527$) หรือคิดเป็นร้อยละ 8.59 (ตารางที่ 2.1)

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าธนาคารและบริษัทย่อยมีส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นในทุกปี เว้นแต่ในปี 2550 มีส่วนของผู้ถือหุ้นลดลงจากปี 2549 เป็นจำนวนเงิน 27,069 ล้านบาท ($65,660 - 92,729 = -27,069$) หรือคิดเป็นร้อยละ 29.19 ซึ่งโดยรวมแล้วตลอดช่วง 5 ปีนี้ ธนาคารและบริษัทย่อยมีอัตราการเจริญเติบโต (Growth Rate) ของส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 8.03 ต่อปี

2.3.2.2 ผลการดำเนินงาน

1) รายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผลในปี 2552 ธนาคารและบริษัทย่อยมีรายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผลเป็นเงิน 57,983 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2551 รายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผลลดลงเป็นเงิน 7,466 ล้านบาท ($57,983 - 65,449 = -7,466$) หรือคิดเป็นร้อยละ 11.41 (ตารางที่ 2.1)

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าธนาคารและบริษัทย่อยมีรายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผลลดลงเกือบทุกปีเว้นแต่ปี 2549 ที่มีรายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผลเพิ่มขึ้นจากปี 2548 เป็นเงิน 7,466 ล้านบาท ($67,292 - 50,061 = 17,231$) หรือคิดเป็นร้อยละ 34.42

ซึ่งโดยรวมแล้วตลอดช่วง 5 ปีนี้ ธนาคารและบริษัทย่อยมีอัตราการเจริญเติบโต (Growth Rate) ของรายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผลเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 3.74 ต่อปี

2) ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย ในปี 2552 ธนาคารและบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย เป็นเงิน 15,447 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2551 ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยลดลงเป็นเงิน 4,186 ล้านบาท ($15,447 - 19,633 = -4,186$) หรือคิดเป็นร้อยละ 21.32 (ตารางที่ 2.1)

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าธนาคารและบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นในช่วงปี 2548-2550 เช่นปี 2549 มีค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นจากปี 2548 เป็นเงิน 9,960 ล้านบาท ($21,405 - 11,445 = 9,960$) หรือคิดเป็นร้อยละ 87.02 ซึ่งถ้าค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยมากก็จะทำให้รายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผลสุทธิในปีนั้นน้อยลง

ซึ่งโดยรวมแล้วตลอดช่วง 5 ปีนี้ ธนาคารและบริษัทย่อยมีอัตราการเจริญเติบโต (Growth Rate) ของค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 7.78 ต่อปี

3) รายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผลสุทธิ ในปี 2552 ธนาคารและบริษัทย่อยมีรายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผลสุทธิเป็นเงิน 42,536 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2551 รายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผลสุทธิลดลงเป็นเงิน 3,280 ล้านบาท ($42,536 - 45,816 = -3,280$) หรือคิดเป็นร้อยละ 7.16 (ตารางที่ 2.1)

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าธนาคารและบริษัทย่อยมีรายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผลสุทธิเพิ่มขึ้นแต่ก็มีได้เพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งโดยรวมแล้วตลอดช่วง 5 ปีนี้ ธนาคารและบริษัทย่อยมีอัตราการเจริญเติบโต (Growth Rate) ของรายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผลสุทธิเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 2.45 ต่อปี

4) รายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย ในปี 2552 ธนาคารและบริษัทย่อยมีรายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ยเป็นเงิน 13,785 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2551 รายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นเป็นเงิน 2,840 ล้านบาท ($13,785 - 10,945 = 2,840$) หรือคิดเป็นร้อยละ 25.95 (ตารางที่ 2.1)

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าธนาคารและบริษัทย่อยมีรายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นแต่ก็มีได้เพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งโดยรวมแล้วตลอดช่วง 5 ปีนี้ ธนาคารและบริษัทย่อยมีอัตราการเจริญเติบโต (Growth Rate) ของรายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 15.89 ต่อปี

5) ค่าใช้จ่ายที่มีใช้ดอกเบี้ย ในปี 2552 ธนาคารและบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายที่มีใช้ดอกเบี้ยเป็นเงิน 32,463 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2551 ค่าใช้จ่ายที่มีใช้ดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นเป็นเงิน 2,345 ล้านบาท ($32,463 - 30,118 = 2,345$) หรือคิดเป็นร้อยละ 7.79 (ค่าใช้จ่ายที่มีใช้ดอกเบี้ย เช่น ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าธรรมเนียมและบริการ เป็นต้น)

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าธนาคารและบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายที่มีใช้ดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นทุกปี เช่นปี 2549 มีค่าใช้จ่ายที่มีใช้ดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นจากปี 2548 เป็นเงิน 3,449 ล้านบาท ($25,966 - 22,517 = 3,449$) หรือคิดเป็นร้อยละ 15.32

ซึ่งโดยรวมแล้วตลอดช่วง 5 ปีนี้ ธนาคารและบริษัทย่อยมีอัตราการเจริญเติบโต (Growth Rate) ของค่าใช้จ่ายที่มีใช้ดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 9.58 ต่อปี

6) กำไรสุทธิ ในปี 2552 ธนาคารและบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิเป็นเงิน 12,189 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2551 กำไรสุทธิลดลงเป็นเงิน 83 ล้านบาท ($12,189 - 12,272 = -83$) หรือคิดเป็นร้อยละ 0.68 (ตารางที่ 2.1)

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าธนาคารและบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิในทุกปี แต่ก็มีได้มีกำไรเพิ่มขึ้นทุกปี อย่างเช่นในปี 2550 มีกำไรสุทธิลดลงจากปี 2549 เป็นจำนวนเงิน 7,671 ล้านบาท ($6,407 - 14,078 = -7,671$) หรือคิดเป็นร้อยละ 54.49 ซึ่งโดยรวมแล้วตลอดช่วง 5 ปีนี้ ธนาคารและบริษัทย่อยมีอัตราการเจริญเติบโต (Growth Rate) ของกำไรสุทธิลดลงเฉลี่ยร้อยละ 1.64 ต่อปี

2.3.2.3 อัตราส่วนทางการเงิน

1) ธนาคารและบริษัทย่อยมีความสามารถในการทำกำไรในปี 2552 น้อยลงจากปี 2551 โดยอัตราผลตอบแทนต่อการใช้สินทรัพย์เฉลี่ย (Rate of Return on Assets หรือ ROA)

ลดลงจากร้อยละ 0.97 เป็นร้อยละ 0.85 โดยเหตุผลที่ทำให้ ROA ลดลง มาจากการที่กำไรจากการดำเนินงานลดลงจาก 12,272 ล้านบาทเป็น 12,189 ล้านบาท

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นว่าอัตราผลตอบแทนต่อการใช้สินทรัพย์เฉลี่ย (ROA) ในช่วง 5 ปี (จากปี 2548-2552) มีการเปลี่ยนแปลงทั้งเพิ่มขึ้นและลดลงอย่างเช่นในปี 2551 ธนาคารและบริษัทย่อยมีความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้นจากปี 2550 โดยอัตราผลตอบแทนต่อการใช้สินทรัพย์เฉลี่ย (ROA) เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.53 เป็นร้อยละ 0.97 โดยเหตุผลที่ทำให้ ROA เพิ่มขึ้น มาจากการที่กำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นจาก 6,407 ล้านบาทเป็น 12,272 ล้านบาท

ซึ่งโดยรวมแล้วใน 5 ปีนี้ธนาคารและบริษัทย่อยมีอัตราการเจริญเติบโต (Growth Rate) ของอัตราผลตอบแทนต่อการใช้สินทรัพย์เฉลี่ย (ROA) ลดลงเฉลี่ยร้อยละ 6.87 ต่อปี

2) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเฉลี่ย (Return on Common Shareholds' Equity หรือ ROE) แสดงถึงผลตอบแทนที่ผู้ถือหุ้นสามัญได้รับหลังจากหักผลตอบแทนที่ต้องจ่ายให้กับผู้ที่มีสิทธิประเภทอื่นที่ต้องได้ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เช่น เจ้าหนี้ อัตราส่วนนี้จึงรวมถึงผลของการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงาน การลงทุนและการหาเงินทุน

ธนาคารและบริษัทย่อยมีความสามารถในการทำกำไรในปี 2552 น้อยลงจากปี 2551 โดยอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเฉลี่ยลดลงจากร้อยละ 12.32 เป็นร้อยละ 11.28 โดยเหตุผลที่ทำให้ ROE ลดลง มาจากการที่กำไรจากการดำเนินงานลดลงจาก 12,272 ล้านบาทเป็น 12,189 ล้านบาท

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นว่าอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเฉลี่ย (ROE) ในช่วง 5 ปี (จากปี 2548-2552) มีการเปลี่ยนแปลงทั้งเพิ่มขึ้นและลดลงอย่างเช่นในปี 2551 ธนาคารและบริษัทย่อยมีความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้นจากปี 2550 โดยอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเฉลี่ย (ROE) เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 6.90 เป็นร้อยละ 12.32 โดยเหตุผลที่ทำให้ ROE เพิ่มขึ้น มาจากการที่กำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นจาก 6,407 ล้านบาทเป็น 12,272 ล้านบาท

ซึ่งโดยรวมแล้วใน 5 ปีนี้ธนาคารและบริษัทย่อยมีอัตราการเจริญเติบโต (Growth Rate) ของอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเฉลี่ย (ROE) ลดลงเฉลี่ยร้อยละ 8.99 ต่อปี

3) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 ธนาคารและบริษัทย่อยมีหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (หรือสินเชื่อด้อยคุณภาพ) เป็นเงิน 84,920 ล้านบาทลดลงจากปี 2551 เป็นเงิน 528 ล้านบาท (84,920-85,448 = -528) หรือร้อยละ 0.62 ส่งผลให้อัตราส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ต่อสินเชื่อลดลงคิดเป็นร้อยละ 6.52 เมื่อเทียบกับร้อยละ 7.68 เมื่อสิ้นปี 2551

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าธนาคารและบริษัทย่อยตลอดช่วง 5 ปีนี้มีอัตราส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ต่อสินเชื่อลดลงเกือบทุกปี แต่โดยรวมแล้วธนาคารและบริษัทย่อยมีอัตราการ

เจริญเติบโต (Growth Rate) ของอัตราส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ต่อสินเชื่อบริษัทลดลงเหลืออยู่ที่ร้อยละ 10.85 ต่อปี

4) อัตราส่วนเงินกองทุนต่อสินทรัพย์ถ่วงน้ำหนักความเสี่ยง เป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดความเสี่ยงของเงินกองทุนของสถาบันการเงิน เพื่อแสดงถึงความมั่นคงและสามารถรองรับความเสียหายที่จะเกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจ โดยกำหนดให้สถาบันการเงินต้องมีอัตราส่วนเงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยงทั้งหมด (BIS ratio) ไม่ต่ำกว่าระดับที่กำหนด ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดอัตราส่วนดังกล่าวไว้ที่ร้อยละ 8.50 BIS ratio เป็นอัตราส่วนหนึ่งที่ใช้ในการดูความมั่นคงของสถาบันการเงิน โดย BIS ratio ยิ่งสูง ก็หมายความว่าสถาบันการเงินยิ่งมีความมั่นคง

จากตารางที่ 2.1 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 ธนาคารและบริษัทย่อยมีอัตราส่วนเงินกองทุนต่อสินทรัพย์ถ่วงน้ำหนักความเสี่ยงเพิ่มขึ้นจากปี 2551 ที่ร้อยละ 13.08 เป็นร้อยละ 15.92 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ร้อยละ 8.50 ของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งตลอดช่วง 5 ปีนี้ ธนาคารและบริษัทย่อยมีอัตราส่วนเงินกองทุนต่อสินทรัพย์ถ่วงน้ำหนักความเสี่ยงลดลงบ้างในปี 2551 ลดลงจากปี 2550 จากร้อยละ 15.16 เป็นร้อยละ 13.08 ซึ่งก็ถือว่าสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ แต่โดยรวมแล้วธนาคารและบริษัทย่อยมีอัตราการเจริญเติบโต (Growth Rate) ของอัตราส่วนเงินกองทุนต่อสินทรัพย์ถ่วงน้ำหนักความเสี่ยงเพิ่มขึ้นเหลืออยู่ที่ร้อยละ 7.10 ต่อปี

5) มูลค่าหุ้นทางบัญชีต่อหุ้น (Book Value per Share) มีความหมายว่า หากบริษัทมีการชำระบัญชีเพื่อเลิกกิจการ และสามารถจะนำสินทรัพย์ที่มีอยู่แปรเป็นเงินสดตามมูลค่าที่ระบุในงบดุลและชำระหนี้สินต่างๆ ให้เจ้าหนี้ตามยอดหนี้ที่ปรากฏ ณ วันที่ในงบดุลแล้ว ผู้ถือหุ้นจะได้รับเงินทุนต่อหุ้นคืนในจำนวนเท่ากับมูลค่าหุ้นทางบัญชีต่อหุ้น

ธนาคารและบริษัทย่อยมีมูลค่าหุ้นทางบัญชีต่อหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552 เท่ากับ 10.06 บาทต่อหุ้น เพิ่มขึ้นจาก 9.26 บาทต่อหุ้น ณ สิ้นปี 2551 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.64

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าธนาคารและบริษัทย่อยตลอดช่วง 5 ปีนี้มีมูลค่าหุ้นทางบัญชีต่อหุ้นเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งโดยรวมแล้วธนาคารและบริษัทย่อยมีอัตราการเจริญเติบโต (Growth Rate) ของมูลค่าหุ้นทางบัญชีต่อหุ้นเพิ่มขึ้นเหลืออยู่ที่ร้อยละ 8.02 ต่อปี

ตารางที่ 2.1 ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญของธนาคารในระยะ 5 ปี จากปี 2548 - 2552

รายการ	งบการเงินรวม													
	2548	2549	2550	2551	2552	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)*					Constant Annual Growth Rate (CAGR)*			
						2548	2549	2550	2551	2552				
ฐานะทางการเงิน (ล้านบาท)														
เงินให้สินเชื่อ	892,066	922,679	954,571	1,042,498	1,071,880	-4.61	3.43	3.46	9.21	2.82				4.70
ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	41,125	39,523	36,968	35,585	40,451	-35.09	-3.90	-6.46	-3.74	13.67				-0.41
(รวมค่าเผื่อการปรับมูลค่าจากการปรับโครงสร้างหนี้) หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้	97,635	89,692	96,164	85,448	84,920		-8.14	7.22	-11.14	-0.62				-3.43
สินทรัพย์	1,162,748	1,204,828	1,212,722	1,330,376	1,543,830	1.21	3.62	0.66	9.70	16.04				7.34
เงินฝาก	982,971	966,437	1,000,671	1,063,216	1,207,613	-2.01	-1.68	3.54	6.25	13.58				5.28
หนี้สิน	1,080,116	1,112,100	1,117,062	1,226,748	1,431,303	0.66	2.96	0.45	9.82	16.67				7.29
ส่วนของผู้ถือหุ้น	82,631	92,729	65,660	103,628	112,527	8.93	12.22	-29.19	57.83	8.59				8.03
ผลการดำเนินงาน (ล้านบาท)														
รายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผล	50,061	67,292	66,177	65,449	57,983	9.00	34.42	-1.66	-1.10	-11.41				3.74
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	11,445	21,405	22,139	19,633	15,447	-14.34	87.02	3.43	-11.32	-21.32				7.78
รายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผลสุทธิ	38,616	45,887	44,038	45,816	42,536	18.57	18.83	-4.03	4.04	-7.16				2.45
รายได้ที่มีค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	7,641	10,699	11,028	10,945	13,785	-17.39	40.02	3.08	-0.75	25.95				15.89
ค่าใช้จ่ายที่มีค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	22,517	25,966	28,015	30,118	32,463	0.76	15.32	7.89	7.51	7.79				9.58
กำไร(ขาดทุน) สุทธิ	13,024	14,078	6,407	12,272	12,189	17.40	8.09	-54.49	91.54	-0.68				-1.64

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

รายการ	งบการเงินรวม										Constant Annual Growth Rate (CAGR)*
	2548	2549	2550	2551	2552	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)*				2552	
						2548	2549	2550	2551		
อัตราส่วนทางการเงิน (ร้อยละ)											
ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์เฉลี่ย (ROA)	1.13	1.19	0.53	0.97	0.85	16.49	5.31	-55.46	83.02	-12.37	-6.87
ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเฉลี่ย (ROE)	16.44	16.06	6.90	12.32	11.28	11.76	-2.31	-57.04	78.55	-8.44	-8.99
หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ต่อสินเชื่อ	10.32	9.25	9.57	7.68	6.52	-16.44	-10.37	3.46	-19.75	-15.10	-10.85
เงินกองทุนต่อสินทรัพย์ถ่วงน้ำหนักความเสี่ยง	12.10	14.03	15.16	13.08	15.92		15.95	8.05	-13.72	21.71	7.10
มูลค่าหุ้นทางบัญชีต่อหุ้น (บาท)	7.39	8.29	8.55	9.26	10.06	9.00	12.18	3.14	8.30	8.64	8.02

หมายเหตุ: *จากการคำนวณ

ที่มา: รายงานประจำปี 2552 บมจ.ธนาคารกรุงไทย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

จากแนวคิดทฤษฎีและผลงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี ในบทนี้จะได้กล่าวถึงรายละเอียด วิธีการและขั้นตอนที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการในประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ในการศึกษาครั้งนี้คือผู้ใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี (หรือ N) ซึ่งมีสาขาทั้งหมดจำนวน 10 สาขา ดังนี้

1. สาขาย่อยเดอะมอลล์งามวงศ์วาน
2. สาขาย่อยเซ็นทรัลพลาซ่ารัตนาธิเบศร์
3. สาขางามวงศ์วาน
4. สาขานนนทบุรี
5. สาขาติวานนท์ 3
6. สาขาสวนใหญ่ (ท่าน้ำนนทบุรี)
7. สาขาย่อยกระทรวงพาณิชย์
8. สาขารัตนาธิเบศร์
9. สาขาย่อยกระทรวงสาธารณสุขติวานนท์
10. สาขาย่อยสำนักงาน ก.พ.

สำหรับตัวอย่าง (Sample) ในการศึกษาครั้งนี้คือ ส่วนหนึ่งของผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาต่างๆ ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี ซึ่งได้รับการคัดเลือกมาตามวิธีการสุ่ม ส่วนวิธีการสุ่มตัวอย่างนั้น ได้แบ่งประชากรออกเป็นสองกลุ่มตามลักษณะที่ตั้งของสาขา คือ ผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างสรรพสินค้า (N_1) ซึ่งได้แก่ สาขางามวงศ์วาน, สาขานนนทบุรี, สาขาติวานนท์ 3, สาขาสวนใหญ่, สาขาย่อยกระทรวงพาณิชย์, สาขารัตนาธิเบศร์, สาขาย่อยกระทรวงสาธารณสุขติวานนท์ และสาขาย่อยสำนักงาน ก.พ. ส่วนประชากรอีกกลุ่มหนึ่งคือ ผู้ใช้บริการของ

สาขาในห้างสรรพสินค้า (N_2) ซึ่งได้แก่ สาขาย่อยเดอะมอลล์งามวงศ์วานและสาขาย่อยเซ็นทรัลพลาซ่ารัตนาธิเบศร์ การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากประชากรแต่ละกลุ่มอย่างเป็นอิสระต่อกันคือจากตัวอย่างทั้งหมด (n) สุ่มหรือเลือกมาจากผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างสรรพสินค้าจำนวนหนึ่ง (n_1) และสุ่มหรือเลือกมาจากผู้ใช้บริการของสาขาในห้างสรรพสินค้าจำนวนหนึ่ง (n_2) สำหรับขนาดตัวอย่าง (Sample Size) ของแต่ละกลุ่มนั้น คำนวณจากสูตร แต่เนื่องจากไม่ทราบขนาดของประชากร (Population Size) (N_1 และ N_2) ดังนั้นสูตรที่ใช้ในการคำนวณขนาดตัวอย่างแต่ละกลุ่มเป็น ดังนี้ (กัลยา, 2547:260)

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนของประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ผู้ศึกษายอมรับได้

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้ศึกษากำหนดไว้

ค่าสัดส่วนของประชากร (P) ที่จะนำมาใช้แทนค่าในสูตรนี้อาจได้จากผลการสำรวจในเรื่องเดียวกันที่ผู้วิจัยทำไว้ในอดีตหรือเป็นค่าที่ได้จากสำรวจนำร่อง (Pilot Survey) แต่เนื่องจากในการศึกษานี้ไม่มีการสำรวจนำร่องและไม่มีผลการสำรวจในเรื่องเดียวกันมาก่อน ดังนั้นในการศึกษานี้จึงใช้ $P = 0.5$ เพราะที่ค่านี้จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (n) มากที่สุด ค่า e หรือค่าความคลาดเคลื่อน กำหนดให้ผลการประมาณค่ามีความคลาดเคลื่อนจากค่าจริงไม่เกินร้อยละ 6 และกำหนดให้ระดับความเชื่อมั่น (Z) เท่ากับร้อยละ 90 ซึ่ง Z มีค่าเท่ากับ 1.645 และจากการคำนวณได้ตัวอย่างแต่ละกลุ่มเท่ากับ

$$\begin{aligned} n &= \frac{0.5(1-0.5)(1.645)^2}{(0.06)^2} \\ &= 187.9 \text{ หรือ } 188 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

แต่เนื่องจากความสูญเสียอาจเกิดขึ้นจากแบบสอบถามได้ ดังนั้นในการศึกษานี้จึงกำหนดขนาดของตัวอย่างของประชากรแต่ละกลุ่มไว้จำนวน 200 ราย รวมทั้งหมดจำนวน 400 ราย

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษารุ่นนี้เป็นแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี สำหรับข้อมูลที่จัดเก็บนั้นเมื่อแบ่งตามสเกลของหลักการวัด แยกออกเป็น 3 ประเภทคือ สเกลนามกำหนด (nominal scale) เช่น เพศชายและหญิง ,สเกลอันดับ (ordinal scale) เช่น ระดับความพึงพอใจซึ่งกำหนดไว้ 5 ระดับ และสเกลอัตราส่วน (ratio scale) เช่น รายได้ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ เป็นต้น ส่วนแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะของผู้ใช้บริการ ข้อมูลนี้เป็นข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในสาขาต่างๆ ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี ข้อมูลที่ผู้ศึกษาต้องการประกอบด้วย ประเภทการบริการที่ลูกค้าใช้ จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน วันและช่วงเวลาที่ใช้บริการ ประเภทบัญชีที่ใช้บริการและเหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการของธนาคาร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งมี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด ประเภทของความพอใจมี 3 ด้าน คือ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่, ด้านขั้นตอนและความพร้อมในการให้บริการ และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษามีสองประเภทคือ

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี ข้อมูลนี้เป็นข้อมูลจากการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างคือผู้ให้บริการของธนาคารที่ตั้งอยู่นอกห้างสรรพสินค้าและผู้ให้บริการของธนาคารสาขาในห้างสรรพสินค้า จำนวนตัวอย่างที่ใช้จำนวน 400 ตัวอย่าง แยกเป็นผู้ให้บริการของสาขานอกห้างสรรพสินค้าจำนวน 200 ตัวอย่างและเป็นผู้ให้บริการของสาขาในห้างสรรพสินค้าจำนวน 200 ตัวอย่าง ข้อมูลปฐมภูมินี้ได้จัดเก็บระหว่างเดือนมิถุนายน – สิงหาคมพ.ศ. 2552

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากรายงานการศึกษา บทความ หนังสือ วารสาร งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ เช่น ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นสองวิธี คือ

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) วิธีนี้เป็นการนำข้อมูลปฐมภูมิซึ่งเป็นข้อมูลจากการสำรวจตัวอย่างและข้อมูลทุติยภูมิ ข้อมูลที่ได้จากทั้งสองแหล่งนำมาสร้างตารางเพื่อประกอบการพรรณนา

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) วิธีนี้เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้า นำมาใช้ในแบบจำลอง รวมทั้งทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ใช้บริการ วิธีการวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าที่ใช้วิเคราะห์ได้แก่ค่าเฉลี่ยและร้อยละทั้งนี้เพื่อเปรียบเทียบผู้ใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานอกห้างกับในห้างสรรพสินค้าใน 6 คุณลักษณะ คือ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์บริการที่ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการ วิธีการวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าที่ใช้วิเคราะห์ได้แก่ ร้อยละเพื่อเปรียบเทียบระหว่างสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้า พฤติกรรมการเลือกใช้บริการประกอบด้วย ประเภทของบริการ วัน เวลา และจำนวนครั้งของการใช้บริการ

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ปัจจัยที่ลูกค้าเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) วิธีการวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าที่ใช้วิเคราะห์ได้แก่ ร้อยละเพื่อเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยต่างๆ ได้แก่ การเดินทางสะดวก ใกล้กับสถานที่พัก ภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือของธนาคาร ตั้งใจมาทำธุรกรรมโดยตรง มีจำนวนสาขามากและมีความมั่นคง

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) วิธีวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา สำหรับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กำหนดให้เป็นคะแนนมีระดับคือ

พึงพอใจมากที่สุด	มีคะแนนเท่ากับ	5	คะแนน
พึงพอใจมาก	มีคะแนนเท่ากับ	4	คะแนน
พึงพอใจปานกลาง	มีคะแนนเท่ากับ	3	คะแนน
พึงพอใจน้อย	มีคะแนนเท่ากับ	2	คะแนน
พึงพอใจน้อยที่สุด	มีคะแนนเท่ากับ	1	คะแนน

ค่าที่ใช้วิเคราะห์ได้แก่ค่าเฉลี่ย สำหรับเกณฑ์การวัดค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจมีดังนี้

1.00 – 1.79 พึงพอใจน้อยที่สุด

1.80 – 2.59 พึงพอใจน้อย

2.60 – 3.39 พึงพอใจปานกลาง

3.40 – 4.19 พึงพอใจมาก

4.20 – 5.00 พึงพอใจมากที่สุด

สำหรับประเด็นความพึงพอใจที่นำมาวิเคราะห์คือการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ขั้นตอนและความพร้อมในการให้บริการ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกและภาพรวมทั้งหมดของความพอใจ

ส่วนที่ 5 วิเคราะห์และทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ส่วนนี้แบ่งออกเป็นสองส่วนย่อยคือ ส่วนย่อยที่หนึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างของคุณลักษณะและระดับความพึงพอใจระหว่างผู้ใช้บริการสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้า การทดสอบใช้สถิติ z สำหรับส่วนย่อยที่สองเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) การวิเคราะห์ใช้แบบจำลองทางคณิตศาสตร์

3.5 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองประชากร

ในการศึกษานี้ได้แบ่งประชากร หรือผู้ใช้บริการของธนาคารออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานอกห้างสรรพสินค้ากับกลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในห้างสรรพสินค้า ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของอายุ, ระดับการศึกษา, ระดับรายได้ต่อเดือน, ระดับความพึงพอใจ และจำนวนการใช้บริการต่อเดือน

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่ และไม่ทราบค่า σ_1^2 และ σ_2^2 จึงแทนค่า σ_1^2 ด้วย S_1^2 และแทนค่า σ_2^2 ด้วย S_2^2 ดังนั้น สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ (กัลยา, 2547:305)

$$z = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - d_0}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ z คือ สถิติที่ใช้ทดสอบ

\bar{X}_1 และ \bar{X}_2 คือค่าเฉลี่ยจากตัวอย่าง

S_1^2 และ S_2^2 คือค่าความแปรปรวนจากตัวอย่าง

n_1 และ n_2 คือขนาดตัวอย่าง

$d_0 = \mu_1 - \mu_2$ หรือค่าคงที่ ซึ่งอาจมีค่าเป็นบวก ลบ หรือ 0

ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรทั้งสองกลุ่มกำหนดให้

μ_1 แทนค่าเฉลี่ยที่ได้จากผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานอก
ห้างสรรพสินค้า

μ_2 แทนค่าเฉลี่ยที่ได้จากผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาใน
ห้างสรรพสินค้า

สมมติฐานที่ต้องการทดสอบมีดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การเปรียบเทียบอายุเฉลี่ย

$H_0 : \mu_1 = \mu_2$ หรืออายุของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานอก
ห้างสรรพสินค้าเท่ากับอายุของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาใน
ห้างสรรพสินค้า

$H_a : \mu_1 \neq \mu_2$ หรืออายุของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานอก
ห้างสรรพสินค้าไม่เท่ากับอายุของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาใน
ห้างสรรพสินค้า

สมมติฐานที่ 2 การเปรียบเทียบระดับการศึกษาเฉลี่ย

$H_0 : \mu_1 = \mu_2$ หรือระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา
นอกห้างสรรพสินค้าเท่ากับระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา
ในห้างสรรพสินค้า

$H_a : \mu_1 \neq \mu_2$ หรือระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
สาขานอกห้างสรรพสินค้าไม่เท่ากับระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด
(มหาชน) สาขาในห้างสรรพสินค้า

สมมติฐานที่ 3 การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

$H_0 : \mu_1 = \mu_2$ หรือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
สาขานอกห้างสรรพสินค้าเท่ากับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด
(มหาชน) สาขาในห้างสรรพสินค้า

$H_a : \mu_1 \neq \mu_2$ หรือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
สาขานอกห้างสรรพสินค้าไม่เท่ากับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด
(มหาชน) สาขาในห้างสรรพสินค้า

สมมติฐานที่ 4 การเปรียบเทียบจำนวนครั้งของการใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน

$H_0 : \mu_1 = \mu_2$ หรือจำนวนครั้งการใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการธนาคารกรุง-
ไทย จำกัด (มหาชน) สาขานอกห้างสรรพสินค้าเท่ากับจำนวนครั้งของการใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน
ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในห้างสรรพสินค้า

$H_a : \mu_1 \neq \mu_2$ หรือจำนวนครั้งการใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการธนาคารกรุง-
ไทย จำกัด (มหาชน) สาขานอกห้างสรรพสินค้าไม่เท่ากับจำนวนครั้งของการใช้บริการเฉลี่ยต่อ
เดือนของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในห้างสรรพสินค้า

สมมติฐานที่ 5 การเปรียบเทียบความพึงพอใจเฉลี่ย

$H_0 : \mu_1 = \mu_2$ หรือความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา
นอกห้างสรรพสินค้าเท่ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาใน
ห้างสรรพสินค้า

$H_a : \mu_1 \neq \mu_2$ หรือความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา
นอกห้างสรรพสินค้าไม่เท่ากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา
ในห้างสรรพสินค้า

3.6 แบบจำลองที่ใช้วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี

แบบจำลองที่ใช้วิเคราะห์เป็นแบบจำลองการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Model) แต่เนื่องจากเป็นแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ (Mathematical model) จึงมีองค์ประกอบอยู่ 3 ส่วน คือ (1) ตัวแปร (variables) ซึ่งในแบบจำลองนี้จะมีตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (2) สมการ (equation) หรือฟังก์ชัน (function) เป็นรูปแบบหรือลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (3) ข้อสมมติ (assumptions) ที่แสดงทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม สำหรับสมการของแบบจำลองนี้เป็นสมการถดถอยเชิงซ้อน (multiple regression equation) ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามในลักษณะของเส้นตรงดังนี้

$$Y_i = \alpha_0 + \alpha_1 D_{1i} + \alpha_2 D_{2i} + B_1 X_{1i} + B_2 X_{2i} + B_3 X_{3i} + u_i \dots (3.1)$$

$$i = 1, 2, \dots, 65$$

เมื่อ Y_i = จำนวนครั้งที่ใช้บริการของผู้ใช้บริการคนที่ i (ครั้ง/ปี)
 X_{1i} = อายุของผู้ใช้บริการคนที่ i (ปี)
 X_{2i} = ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการคนที่ i (ปี)
 X_{3i} = รายได้ของผู้ใช้บริการคนที่ i (พันบาท/ปี)

$$D_{1i} = 1 \text{ ถ้าผู้ใช้บริการคนที่ } i \text{ เป็นเพศหญิง}$$

$$0 \text{ ถ้าผู้ใช้บริการคนที่ } i \text{ เป็นเพศชาย}$$

$$D_{2i} = 1 \text{ ถ้าผู้ใช้บริการคนที่ } i \text{ มีสถานภาพโสด}$$

$$0 \text{ ถ้าผู้ใช้บริการคนที่ } i \text{ มีสถานภาพอย่างอื่น}$$

$$u_i = \text{ค่าความคลาดเคลื่อนของผู้ใช้บริการคนที่ } i$$

และ $\alpha_0 - \alpha_2, B_1 - B_3$ เป็นค่า Parameters

สมการในแบบจำลองนี้มีสองรูปแบบขึ้นอยู่กับค่าของ D ว่าจะมีค่าเป็น 0 หรือ 1 คือ

(1) ถ้ากำหนดให้ $D = 0$ สมการ (3.1) จะเป็นกลุ่มควบคุม (control group)

(2) ถ้ากำหนดให้ $D = 1$ สมการ (3.1) จะเป็นกลุ่มทดลองหรือกลุ่มเปรียบเทียบ

(treatment group)

การประมาณค่า Parameters คือ $\alpha_0 - \alpha_2$ และ $B_1 - B_3$ ใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square : OLS)

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี มีข้อสมมติ (assumptions) เกี่ยวกับทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระดังนี้

(1) จำนวนครั้งที่ใช้บริการ (Y_i) คาดว่าจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับรายได้ (X_{3i}) กล่าวคือเมื่อรายได้เพิ่มขึ้นจะส่งผลให้จำนวนครั้งที่ใช้บริการจะเพิ่มขึ้นและถ้ารายได้ลดลงจะส่งผลให้จำนวนครั้งที่ใช้บริการจะลดลงตามกฎแห่งอุปสงค์

(2) จำนวนครั้งที่ใช้บริการ (Y_i) คาดว่าจะมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับระดับการศึกษา (X_{2i}) ของผู้ใช้บริการ กล่าวคือ ระดับการศึกษาสูงจะส่งผลให้จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่สาขาลดลงและระดับการศึกษาที่ต่ำจะไปใช้บริการที่สาขาเพิ่มขึ้น เพราะผู้มีระดับการศึกษาสูงเมื่ออยู่ที่บ้านหรือที่ทำงานก็สามารถทำธุรกรรมทางการเงินบางประเภทได้โดยอาศัย Internet Banking หรือเครื่องอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ

(3) จำนวนครั้งที่ใช้บริการ (Y_i) คาดว่าจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอายุของผู้ใช้บริการ (X_{1i}) กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุมากจะใช้บริการของสาขามากขึ้น และผู้มีอายุน้อยจะใช้บริการที่สาขาน้อยลงเพราะเป็นผู้มีอายุน้อยและมีการศึกษาดีจะทำธุรกรรมทางการเงิน โดยอาศัยเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ

ในการศึกษานี้ ข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์เป็นข้อมูลที่รวบรวมมาโดยใช้แบบสอบถามและลูกค้าผู้ใช้บริการของสาขาเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง จึงมีความเป็นไปได้ว่าผู้กรอกแบบสอบถามบางรายอาจจะไม่เข้าใจคำถามบางข้อหรืออาจกรอกแบบสอบถามโดยขาดความ

ระมัดระวัง ทำให้เกิดความผิดพลาดได้ นอกจากนี้ในการบันทึกข้อมูลจากแบบสอบถามลงในคอมพิวเตอร์อาจเกิดความผิดพลาดได้เช่นกันเพื่อลดความผิดพลาดดังกล่าวให้น้อยลง ดังนั้นในขั้นเตรียมการก่อนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้ตัดข้อมูลที่สูงและต่ำอย่างผิดปกติออกไปจำนวน 7 ตัวอย่างจากจำนวนตัวอย่างที่จัดเก็บมาทั้งหมด 397 ตัวอย่างและนำตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 390 ตัวอย่างมาเรียงลำดับข้อมูลใหม่ จาก 1 ถึง 390 โดยเรียงลำดับตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการของลูกค้าจากมากไปหาน้อยและลดขนาดของตัวอย่างให้เหลือ 65 ตัวอย่าง โดยกำหนดให้ลูกค้าที่ตกเป็นตัวอย่างจะมีความห่าง (sampling interval) เท่ากับ 6 ราย สำหรับตัวอย่างที่ 1 จะเลือกมาจาก 1 ใน 6 และเลือกโดยวิธีการสุ่ม ส่วนตัวอย่างต่อไปจะบวกด้วย 6 ตลอดจนถึง ตัวอย่างที่ 65 ซึ่งเป็นวิธีการเกี่ยวกับการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (systematic sampling) วิธีการดังกล่าวนี้จะได้ตัวอย่างที่มีการกระจายไปตามความมากน้อยของจำนวนครั้งที่ใช้บริการของลูกค้าธนาคาร

บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรีในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 397 ตัวอย่าง ซึ่งได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มตามวิธีการศึกษา คือ กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรีสาขานอกห้างสรรพสินค้าจำนวน 198 ราย และลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรีสาขาในห้างสรรพสินค้าจำนวน 199 ราย และได้นำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์การประมวลผลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows การวิเคราะห์แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา เช่น ร้อยละการแจกแจงความถี่ และอีกส่วนหนึ่งเป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณซึ่งในการศึกษานี้ใช้ตัวสถิติ z ทดสอบความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการของทั้ง 2 กลุ่มและใช้แบบจำลองการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Model) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี

ผลการศึกษา มี 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะของผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 2 บริการที่ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐาน

4.1 คุณลักษณะของผู้ใช้บริการ

จากผลการสำรวจข้อมูลลักษณะของผู้ใช้บริการจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี สาขานอกห้างและสาขาในห้างสรรพสินค้า สามารถสรุปได้ตามตารางที่ 4.1 ดังนี้

1. เพศ ลูกค้าที่ใช้บริการสาขานอกห้างสรรพสินค้าเป็นชายร้อยละ 33.33 และเป็นหญิงร้อยละ 66.67 ส่วนลูกค้าที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้าเป็นชายร้อยละ 36.18 และเป็นหญิงร้อยละ 63.82 ลูกค้าที่ใช้บริการสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง
2. อายุ ลูกค้าที่ใช้บริการสาขานอกห้างสรรพสินค้ามีอายุเฉลี่ย 28.16 ปี และส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.09 รองลงมาเป็นผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.18 สำหรับลูกค้าที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้ามีอายุเฉลี่ย 32.08 ปี และส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.23 รองลงมาเป็นผู้ที่มีอายุในช่วง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.62
3. สถานภาพการสมรส ลูกค้าที่ใช้บริการสาขานอกห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 72.73 รองลงมา มีสถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 26.77 ลูกค้าที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดเช่นกันคิดเป็นร้อยละ 70.86 รองลงมา มีสถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 28.64
4. ระดับการศึกษา จากผลการสำรวจพบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการสาขานอกห้างสรรพสินค้ามีจำนวนปีที่เข้ารับการศึกษเฉลี่ย 16.07 ปี และส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.06 รองลงมาจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. คิดเป็นร้อยละ 22.22 ลูกค้าที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้ามีจำนวนปีที่เข้ารับการศึกษเฉลี่ย 16.86 ปี และส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีเช่นกันคิดเป็นร้อยละ 61.31 รองลงมาจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. เช่นกันคิดเป็นร้อยละ 13.06

ตารางที่ 4.1 แสดงคุณลักษณะของผู้ใช้บริการ จำแนกตามกลุ่มผู้บริการสาขานอกห้างและสาขา
ในห้างสรรพสินค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัด
นนทบุรี

คุณลักษณะของผู้ใช้บริการ	การให้บริการสาขาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)		รวม
	สาขานอกห้างสรรพสินค้า	สาขาในห้างสรรพสินค้า	
1. เพศ			
ชาย	66(33.33)	72(36.18)	138(34.76)
หญิง	132(66.67)	127(63.82)	259(65.24)
รวม	198(100)	199(100)	397(100)
2. อายุ (ปี)			
อายุเฉลี่ย (ปี)	28.16	32.08	
ไม่เกิน 25	117(59.09)	92(46.23)	209(52.64)
26 – 35	36(18.18)	47(23.62)	83(20.91)
36 – 45	23(11.62)	25(12.56)	48(12.09)
มากกว่า 45 ขึ้นไป	22(11.11)	35(17.59)	57(14.36)
รวม	198(100)	199(100)	397(100)
3. สถานภาพการสมรส			
โสด	144(72.73)	141(70.86)	285(71.79)
สมรส	53(26.77)	57(28.64)	110(27.71)
หย่าร้าง	1(0.50)	1(0.50)	2(0.50)
รวม	198(100)	199(100)	397(100)
4. ระดับการศึกษา			
ระดับการศึกษาเฉลี่ย (ปี)	16.07	16.86	
ประถมศึกษาปีที่ 6	12(6.06)	11(5.53)	23(5.80)
มัธยมศึกษาตอนต้น	12(6.06)	5(2.51)	17(4.28)
ม.ปลาย/ปวช.	44(22.22)	26(13.06)	70(17.63)
ปวส./อนุปริญญา/เทียบเท่า	10(5.05)	12(6.03)	22(5.54)
ปริญญาตรี	111(56.06)	122(61.31)	233(58.69)
สูงกว่าปริญญาตรี	9(4.55)	23(11.56)	32(8.06)
รวม	198(100)	199(100)	397(100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ

ที่มา: จากผลการสำรวจในช่วงเดือน มิถุนายน-สิงหาคม 2552

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

คุณลักษณะของผู้ใช้บริการ (ต่อ)	การใช้บริการสาขาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)		รวม
	สาขานอกห้างสรรพสินค้า	สาขาในห้างสรรพสินค้า	
5. อาชีพ			
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4(2.02)	53(26.63)	57(14.36)
พนักงานบริษัทเอกชน	50(25.25)	38(19.10)	88(22.16)
เจ้าของกิจการ	30(15.15)	27(13.57)	57(14.36)
รับจ้าง	16(8.08)	17(8.54)	33(8.31)
นักเรียน/นักศึกษา	95(47.98)	42(21.11)	137(34.51)
อื่นๆ(พ่อแม่บ้าน,ว่างงาน)	3(1.52)	22(11.05)	25(6.30)
รวม	198(100)	199(100)	397(100)
6. รายได้ต่อเดือน			
รายได้เฉลี่ย (บาท/เดือน)	10,535.25	13,616.85	
ไม่เกิน 10,000 บาท	124(62.63)	119(59.80)	243(61.21)
10,001 – 20,000 บาท	46(23.23)	45(22.61)	91(22.92)
20,001 – 30,000 บาท	15(7.58)	19(9.55)	34(8.56)
30,001 – 40,000 บาท	2(1.01)	8(4.02)	10(2.52)
40,001 – 50,000 บาท	6(3.03)	5(2.51)	11(2.77)
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	5(2.52)	3(1.51)	8(2.02)
รวม	198(100)	199(100)	397(100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ

ที่มา: จากผลการสำรวจในช่วงเดือน มิถุนายน-สิงหาคม 2552

5. อาชีพ ลูกค้ำที่ใช้บริการสาขานอกห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 47.98 รองลงมาประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 25.25 ลูกค้ำที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 26.63 รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 21.11

6. รายได้ต่อเดือน ลูกค้ำที่ใช้บริการสาขานอกห้างสรรพสินค้ามีรายได้เฉลี่ย 10,535.25 บาทต่อเดือน และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.63 รองลงมาเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 23.23 ลูกค้ำที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้ามีรายได้เฉลี่ย 13,616.85 บาทต่อเดือน และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน

10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 59.80 รองลงมาเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.61

กล่าวโดยสรุปได้ว่า กลุ่มผู้ใช้บริการสาขานอกห้างสรรพสินค้าและกลุ่มผู้ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 25 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท

4.2 การใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี

ผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารมีหลายประเภท เช่น ผลิตภัณฑ์เงินฝากออมทรัพย์, ผลิตภัณฑ์และบริการด้านสินเชื่อ, ผลิตภัณฑ์และบริการด้านบัตร, บริการโอนเงิน และบริการชำระเงิน เป็นต้น การใช้บริการจึงมีหลายประเภท เช่น การเปิดบัญชี การฝากและถอน การโอนเงิน ระหว่างบัญชีของตนเองและ/หรือบัญชีของผู้อื่น และการใช้บริการผ่านเครื่องอัตโนมัติ เป็นต้น การวิเคราะห์ข้อมูลการใช้บริการได้แบ่งผู้ใช้บริการออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้ใช้บริการสาขานอกห้างสรรพสินค้า และผู้ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า ผลการสำรวจสรุปได้ดังตารางที่ 4.2 ดังนี้

สาขานอกห้างสรรพสินค้าผู้ใช้บริการสาขานอกห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่ใช้บริการด้านฝาก-ถอน คิดเป็นร้อยละ 22.73 รองลงมาเป็นการใช้บริการผ่านเครื่องอัตโนมัติ (ATM,ADM ,เครื่องปรับสมุด) และบริการปรับสมุดบัญชีคิดเป็นร้อยละ 18.69 และ ร้อยละ 13.64 ตามลำดับ

สาขาในห้างสรรพสินค้าผู้ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่ใช้บริการด้านฝาก-ถอนคิดเป็นร้อยละ 26.63 รองลงมาเป็นการใช้บริการ โอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและ/หรือบัญชีของผู้อื่นและการใช้บริการผ่านเครื่องอัตโนมัติ (ATM,ADM,เครื่องปรับสมุด) คิดเป็นร้อยละ 16.58 และ ร้อยละ 14.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงประเภทบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการ สาขานอกห้างและสาขาในห้างสรรพสินค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ใน เขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี

ประเภทบริการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	การใช้บริการสาขาของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)		รวม
	สาขานอก ห้างสรรพสินค้า	สาขาใน ห้างสรรพสินค้า	
1. เปิดบัญชี	28(14.14)	22(11.06)	50(12.59)
2. ด้านฝาก-ถอน	45(22.73)	53(26.63)	98(24.69)
3. ชำระเงินกู้/สินเชื่อ	6(3.03)	7(3.52)	13(3.27)
4. ปรับสมุดบัญชี	27(13.64)	26(13.07)	53(13.35)
5. ซื้อ-ขายกองทุนฯ	3(1.52)	2(1.01)	5(1.26)
6. ทำบัตรATM(ปลดล็อค/ถอนอายัด)	16(8.08)	7(3.52)	23(5.79)
7. โอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและ/ หรือบัญชีของผู้อื่น	20(10.10)	33(16.58)	53(13.35)
8. ชำระค่าสาธารณูปโภค/สินค้าและ บริการ และ/หรือชำระบัตรเครดิต	16(8.08)	20(10.05)	36(9.07)
9. ใช้บริการเครื่องอัตโนมัติ (ATM,ADM,เครื่องปรับสมุด)	37(18.69)	29(14.57)	66(16.62)
รวม	198(100)	199(100)	397(100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ

เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากผลการสำรวจในช่วงเดือน มิถุนายน-สิงหาคม 2552

จากตารางที่ 4.3 ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการสาขานอกห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 94.44 และกลุ่มผู้ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์เช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 86.93

ตารางที่ 4.3 แสดงประเภทบัญชีเงินฝากของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการสาขานอกห้างและสาขาในห้างสรรพสินค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี

ประเภทบัญชีเงินฝากของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	การใช้บริการสาขาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)		รวม
	สาขานอก ห้างสรรพสินค้า	สาขาใน ห้างสรรพสินค้า	
1. ออมทรัพย์	187(94.44)	173(86.93)	360(90.68)
2. ฝากประจำ	6(3.03)	12(6.03)	18(4.53)
3. กระแสรายวัน	4(2.02)	6(3.02)	10(2.52)
4. กรุงไทยปลอดภัย/KTB 15 BONUS	1(0.51)	3(1.51)	4(1.01)
5. บัญชีเงินกู้	0	5(2.51)	5(1.26)
รวม	198(100)	199(100)	397(100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ

เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากผลการสำรวจในช่วงเดือน มิถุนายน-สิงหาคม 2552

จากตารางที่ 4.4 ผลสำรวจพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการสาขานอกห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในวันศุกร์ รองลงมาเป็นวันจันทร์ คิดเป็นร้อยละ 33.84 และร้อยละ 32.83 ตามลำดับ และกลุ่มผู้ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในวันเสาร์ รองลงมาเป็นวันจันทร์คิดเป็นร้อยละ 21.11 และร้อยละ 17.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงวันที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการสาขานอกห้างและสาขาในห้างสรรพสินค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี

วันที่ใช้บริการ	การใช้บริการสาขาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	
	สาขานอกห้างสรรพสินค้า	สาขาในห้างสรรพสินค้า
1. วันจันทร์	65(32.83)	34(17.09)
2. วันอังคาร	16(8.08)	19(9.55)
3. วันพุธ	37(18.69)	20(10.05)
4. วันพฤหัสบดี	13(6.57)	22(11.06)
5. วันศุกร์	67(33.84)	30(15.08)
6. วันเสาร์	-	42(21.11)
7. วันอาทิตย์	-	32(16.08)
รวม	198(100)	199(100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ

เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากผลการสำรวจในช่วงเดือน มิถุนายน-สิงหาคม 2552

จากตารางที่ 4.5 ผลสำรวจพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการสาขานอกห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ช่วงเวลา 14.31 – 16.30 น. รองลงมาเป็นช่วงเวลา 8.30 – 10.30 น. คิดเป็นร้อยละ 36.87 และร้อยละ 31.82 ตามลำดับ และกลุ่มผู้ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ช่วงเวลา 16.31 – 18.30 น. รองลงมาเป็นช่วงเวลา 10.31 – 12.30 น. คิดเป็นร้อยละ 26.63 และร้อยละ 24.12 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงช่วงเวลาที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการสาขานอกห้างและสาขาในห้างสรรพสินค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี

ช่วงเวลาที่ให้บริการ	การให้บริการสาขาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	
	สาขานอกห้างสรรพสินค้า	สาขาในห้างสรรพสินค้า
1. เวลา 08.30 – 10.30 น.	63(31.82)	-
2. เวลา 10.31 – 12.30 น.	38(19.19)	48(24.12)
3. เวลา 12.31 – 14.30 น.	24(12.12)	43(21.61)
4. เวลา 14.31 – 16.30 น.	73(36.87)	27(13.57)
5. เวลา 16.31 – 18.30 น.	-	53(26.63)
6. เวลา 18.31 – 20.00 น.	-	28(14.07)
รวม	198(100)	199(100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ

เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากผลการสำรวจในช่วงเดือน มิถุนายน-สิงหาคม 2552

จากตารางที่ 4.6 ผลสำรวจพบว่า ทั้งสองกลุ่มผู้ใช้บริการมีจำนวนครั้งที่ใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนต่ำสุดเท่ากับ 1 ครั้ง และสูงสุด 30 ครั้ง และสามารถแบ่งเป็นช่วงได้ดังนี้ กลุ่มผู้ใช้บริการสาขานอกห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 1 – 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 86.87 และ กลุ่มผู้ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 1 – 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 74.37

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนครั้งที่ใช้บริการ (ต่อเดือน) จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการสาขานอกห้างและสาขาในห้างสรรพสินค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี

ข้อมูลจำนวนครั้งที่ใช้บริการ(ต่อเดือน)	การใช้บริการสาขาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)		รวม
	สาขานอกห้างสรรพสินค้า	สาขาในห้างสรรพสินค้า	
จำนวนการใช้บริการเฉลี่ย(ครั้ง/เดือน)	4.06	5.48	
1. 1-5 ครั้ง	172(86.87)	148(74.37)	320(80.60)
2. 6-10 ครั้ง	5(2.53)	35(17.59)	40(10.08)
3. มากกว่า 10 ครั้ง	21(10.61)	16(8.04)	37(9.32)
รวม	198(100)	199(100)	397(100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ

ที่มา: จากผลการสำรวจในช่วงเดือน มิถุนายน-สิงหาคม 2552

4.3 ศึกษาปัจจัยที่ถูกคัดเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี

ในการศึกษานี้ได้กำหนดปัจจัยไว้ 6 ปัจจัยคือ การเดินทางสะดวกภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือของธนาคารความตั้งใจมาทำธุรกรรมโดยตรงธนาคารอยู่ใกล้กับที่พักอาศัยหรือที่ทำงานธนาคารมีจำนวนสาขามาก และธนาคารมีความมั่นคง ซึ่งในการเลือกปัจจัยเหล่านี้ได้กำหนดให้ผู้ใช้บริการเลือกและเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย 5 อันดับ (1 - 5)

ผลจากการสำรวจพบว่าปัจจัยหลักที่ผู้ใช้บริการสาขาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี ทั้งสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้า คือ การเดินทางสะดวก และใกล้กับที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน โดยที่การเดินทางสะดวกมีความสำคัญเป็น

อันดับหนึ่ง และใกล้เคียงที่พักอาศัยหรือที่ทำงานมีความสำคัญเป็นอันดับสอง (ตารางที่ 4.7) ส่วนปัจจัยอื่นๆนั้น ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยได้ให้ความสำคัญน้อยมาก

ตารางที่ 4.7 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของกลุ่มผู้ใช้บริการสาขานอกห้างและสาขาในห้างสรรพสินค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	ร้อยละ
สาขานอกห้าง	
อันดับ 1 การเดินทางสะดวก	64.65
อันดับ 2 ใกล้เคียงที่พักอาศัย/ที่ทำงาน	53.54
อันดับ 3 ภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือของธนาคาร	26.77
อันดับ 4 ตั้งใจมาทำธุรกรรมโดยตรง	23.74
อันดับ 5 มีจำนวนสาขามาก	22.73
สาขาในห้าง	
อันดับ 1 การเดินทางสะดวก	51.26
อันดับ 2 ใกล้เคียงที่พักอาศัย/ที่ทำงาน	32.16
อันดับ 3 มีจำนวนสาขามาก	13.57
อันดับ 4 มีความมั่นคง	18.59
อันดับ 5 ภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือของธนาคาร	12.56

หมายเหตุ: เป็นปัจจัยที่ถูกเลือกมากที่สุดในแต่ละอันดับ

ที่มา: จากผลการสำรวจในช่วงเดือน มิถุนายน-สิงหาคม 2552

4.4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดนนทบุรี

เกณฑ์การวัดค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ ดังนี้

1.00 – 1.79	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด
1.80 – 2.59	หมายถึง	พึงพอใจน้อย
2.60 – 3.39	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
3.40 – 4.19	หมายถึง	พึงพอใจมาก
4.20 – 5.00	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด

ตารางที่ 4.8 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานอกห้างสรรพสินค้า ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ	
	ค่าเฉลี่ย	หมายถึง
14. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่		
14.1 ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน	3.57	พึงพอใจมาก
14.2 ให้บริการด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว	3.62	พึงพอใจมาก
14.3 เอาใจใส่ กระตือรือร้น เคารพให้เกียรติ	3.65	พึงพอใจมาก
14.4 ให้บริการให้ด้วยความสุภาพ เป็นมิตร	3.79	พึงพอใจมาก
15. ด้านขั้นตอนและความพร้อมในการให้บริการ		
15.1 มีการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง	3.40	พึงพอใจมาก
15.2 ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม	3.35	พึงพอใจปานกลาง
15.3 ขั้นตอนในการให้บริการมีความเหมาะสม	3.37	พึงพอใจปานกลาง
15.4 มีอุปกรณ์/เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเพียงพอในการให้บริการ	3.24	พึงพอใจปานกลาง
15.5 มีเอกสาร/แบบฟอร์มเพียงพอและง่ายต่อการใช้	3.45	พึงพอใจมาก
16. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก		
16.1 มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการ	3.35	พึงพอใจปานกลาง
16.2 สถานที่สะอาด เป็นระเบียบ	3.42	พึงพอใจมาก
16.3 สถานที่ตั้งและสิ่งแวดล้อมเหมาะสม	3.30	พึงพอใจปานกลาง
16.4 มีที่จอดรถเพียงพอ	2.51	พึงพอใจน้อย
17. โดยภาพรวมทั้งหมดท่านมีความพึงพอใจจากการใช้บริการอยู่ในระดับใด	3.74	พึงพอใจมาก

ที่มา: จากผลการสำรวจในช่วงเดือน มิถุนายน-สิงหาคม 2552

จากตารางที่ 4.8 ผลการสำรวจพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างสรรพสินค้ามีความพึงพอใจมากจากการใช้บริการสาขา ในส่วนที่กลุ่มผู้ใช้บริการพึงพอใจน้อยคือ เรื่องของที่จอดรถ และส่วนที่กลุ่มผู้ใช้บริการพึงพอใจมากและได้ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร

ตารางที่ 4.9 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในห้างสรรพสินค้า ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ	
	ค่าเฉลี่ย	หมายถึง
14. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่		
14.1 ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน	3.88	พึงพอใจมาก
14.2 ให้บริการด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว	3.88	พึงพอใจมาก
14.3 เอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	3.87	พึงพอใจมาก
14.4 ให้บริการให้ด้วยความสุภาพ เป็นมิตร	3.97	พึงพอใจมาก
15. ด้านขั้นตอนและความพร้อมในการให้บริการ		
15.1 มีการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง	4.06	พึงพอใจมาก
15.2 ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม	3.86	พึงพอใจมาก
15.3 ขั้นตอนในการให้บริการมีความเหมาะสม	3.90	พึงพอใจมาก
15.4 มีอุปกรณ์/เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเพียงพอในการให้บริการ	3.85	พึงพอใจมาก
15.5 มีเอกสาร/แบบฟอร์มเพียงพอและง่ายต่อการใช้	3.90	พึงพอใจมาก
16. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก		
16.1 มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการ	3.24	พึงพอใจปานกลาง
16.2 สถานที่สะอาด เป็นระเบียบ	3.87	พึงพอใจมาก
16.3 สถานที่ตั้งและสิ่งแวดล้อมเหมาะสม	3.92	พึงพอใจมาก
16.4 มีที่จอดรถเพียงพอ	3.87	พึงพอใจมาก
17. โดยภาพรวมทั้งหมดท่านมีความพึงพอใจจากการใช้บริการอยู่ในระดับใด	3.88	พึงพอใจมาก

ที่มา: จากผลการสำรวจในช่วงเดือน มิถุนายน-สิงหาคม 2552

จากตารางที่ 4.9 ผลการสำรวจพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มผู้ใช้บริการของสาขาในห้างสรรพสินค้ามีความพึงพอใจมากกว่าจากการใช้บริการของสาขา ในส่วนที่กลุ่มผู้ใช้บริการพึงพอใจปานกลางคือ เรื่องของที่นั่งสำหรับรอรับบริการ และ ส่วนที่กลุ่มผู้ใช้บริการพึงพอใจมากและได้ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง

4.5 ผลการวิเคราะห์และการทดสอบสมมติฐาน

การรายงานผลการวิเคราะห์และการทดสอบสมมติฐานแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการทดสอบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้า การทดสอบใช้สถิติ z สำหรับส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) การวิเคราะห์ใช้แบบจำลองการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Model)

4.5.1 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะของผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้า

คุณลักษณะของผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้าที่ผู้ศึกษาต้องการทดสอบคือ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน การใช้บริการต่อเดือน สถิติที่ใช้ทดสอบคือ z ซึ่งมีสูตรที่ได้กล่าวถึงแล้วในบทที่ 3 ของการศึกษานี้ การทดสอบสมมติฐานในการศึกษานี้เป็นการทดสอบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของสองประชากร ($\mu_1 - \mu_2$) การทดสอบเป็นการทดสอบแบบสองด้าน (two tail test) สำหรับสมมติฐานที่ตั้งไว้คือ

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_a : \mu_1 \neq \mu_2$$

เมื่อ H_0 คือ สมมติฐานว่าง และ H_a คือสมมติฐานแย้ง

μ_1 และ μ_2 คือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ต้องการทดสอบ

ในการทดสอบสมมติฐานนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดระดับนัยสำคัญ (α) ไว้ที่ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น ($1 - \alpha$) เท่ากับ 0.95 หรือร้อยละ 95 การที่จะยอมรับ H_0 หรือปฏิเสธ H_a ผู้ศึกษาจะนำค่า α ที่ 0.05 ไปเปรียบเทียบกับค่า P-Value ที่คำนวณจากค่า z ถ้าค่า P-Value น้อยกว่าค่า α ($P\text{-Value} < \alpha$) การทดสอบจะปฏิเสธ H_0 นั่นคือยอมรับ H_a แสดงว่าค่าเฉลี่ยของสองประชากร (μ_1 และ μ_2) ไม่เท่ากันหรือแตกต่างกันแต่ถ้า P-Value มากกว่า α ($P\text{-Value} > \alpha$) ผลการทดสอบจะยอมรับ H_0 แสดงว่าค่าเฉลี่ยของสองประชากร (μ_1 และ μ_2) เท่ากัน สำหรับค่าต่างๆ ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน เช่น ค่าเฉลี่ย, ค่า z และค่า P-Value เป็นต้น คำนวณโดย Microsoft Excel

(ตารางภาคผนวก 1) ผลการทดสอบสมมติฐานในแต่ละคุณลักษณะของผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้ามีดังนี้

4.5.1.1 อายุ

จากการคำนวณได้อายุเฉลี่ยของผู้ใช้บริการสาขานอกห้างสรรพสินค้าเท่ากับ 28.16 ปี ส่วนอายุเฉลี่ยของผู้ใช้บริการของสาขาในห้างสรรพสินค้าเท่ากับ 32.08 ปี ได้ค่า z เท่ากับ -3.1180 และเมื่อเปลี่ยนเป็นค่า P-Value เท่ากับ 0.0018 (ตารางที่ 4.10) เมื่อเทียบกับระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ 0.05 แสดงว่าค่า P-Value น้อยกว่าค่า α ($P\text{-Value} < \alpha$) ผลการทดสอบจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_a นั่นคืออายุเฉลี่ยของผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สรุปได้ว่าผู้ให้บริการของสาขานอกห้างกับในห้างสรรพสินค้ามาจากกลุ่มอายุที่แตกต่างกัน

4.5.1.2 ระดับการศึกษา

ผลการคำนวณพบว่าผู้ให้บริการของสาขานอกห้างสรรพสินค้ามีจำนวนปีที่เข้ารับการศึกษเฉลี่ย 16.07 ปี ส่วนผู้ให้บริการของสาขาในห้างสรรพสินค้ามีจำนวนปีที่เข้ารับการศึกษเฉลี่ย 16.86 ปี ได้ค่า z เท่ากับ -2.6491 และเมื่อเปลี่ยนเป็นค่า P-Value ได้เท่ากับ 0.0081 (ตารางที่ 4.10) เมื่อเทียบกับระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ 0.05 ปรากฏว่าค่า P-Value น้อยกว่าค่า α ($P\text{-Value} < \alpha$) ผลการทดสอบจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_a นั่นคือผู้ให้บริการของสาขานอกห้างกับในห้างสรรพสินค้ามีค่าเฉลี่ยของจำนวนปีที่เข้ารับการศึกษที่ไม่เท่ากันหรือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สรุปได้ว่าผู้ให้บริการของสาขานอกห้างกับในห้างสรรพสินค้ามาจากกลุ่มการศึกษาที่แตกต่างกัน

4.5.1.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผลการคำนวณพบว่าผู้ให้บริการของสาขานอกห้างสรรพสินค้ามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 10,535.25 บาท ส่วนผู้ให้บริการของสาขาในห้างสรรพสินค้ามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 13,616.85 บาท ได้ค่า z เท่ากับ -2.2038 และเมื่อเปลี่ยนเป็นค่า P-Value ได้เท่ากับ 0.0275 (ตารางที่ 4.10) เมื่อเทียบกับระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ 0.05 แสดงว่าค่า P-Value น้อยกว่าค่า α ($P\text{-Value} < \alpha$) ผลการทดสอบจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_a นั่นคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สรุปได้ว่าผู้ให้บริการของสาขานอกห้างกับในห้างสรรพสินค้ามาจากกลุ่มรายได้ที่แตกต่างกัน

4.5.1.4 การใช้บริการต่อเดือน

ผลการคำนวณพบว่าผู้ให้บริการของสาขานอกห้างสรรพสินค้าได้ใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 4.06 ครั้ง ส่วนผู้ให้บริการของสาขาในห้างสรรพสินค้าใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ

5.48 ครั้ง ได้ค่า z เท่ากับ -2.2965 และเมื่อเปลี่ยนเป็นค่า P-Value ได้เท่ากับ 0.0216 (ตารางที่ 4.10) เมื่อเทียบกับระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ 0.05 ปรากฏว่าค่า P-Value น้อยกว่าค่า α ($P\text{-Value} < \alpha$) ดังนั้นผลการทดสอบจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_a สรุปได้ว่าจำนวนครั้งของการใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

4.5.2 การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างและสาขาในห้างสรรพสินค้า

การทดสอบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแบ่งออกเป็นสองส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นความพึงพอใจในภาพรวมของการใช้บริการ และ ส่วนที่ 2 เป็นความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในแต่ละข้อ ซึ่งมีทั้งหมด 13 ข้อ ตั้งแต่การให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามของผู้ใช้บริการไปจนถึงความเพียงพอของสถานที่จอดรถ

สำหรับข้อมูลที่ใช้วัดระดับความพึงพอใจเป็นข้อมูลสเกลอันดับ (ordinal scale) ซึ่งกำหนดไว้ 5 ระดับ คือ พึงพอใจมากที่สุด 5 คะแนน พึงพอใจมาก 4 คะแนน พึงพอใจปานกลาง 3 คะแนน พึงพอใจน้อย 2 คะแนน และพึงพอใจน้อยที่สุด 1 คะแนน ส่วนสมมติฐานของการทดสอบมีลักษณะเช่นเดียวกับการทดสอบคุณลักษณะของผู้ใช้บริการ

4.5.2.1 ความพึงพอใจในภาพรวมทั้งหมด

ผลการคำนวณพบว่าผู้ใช้บริการสาขานอกห้างสรรพสินค้าได้รับความพึงพอใจจากการบริการเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 คะแนน ส่วนผู้ใช้บริการของสาขาในห้างสรรพสินค้าได้รับความพึงพอใจจากการบริการเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 คะแนน ค่า z ที่คำนวณได้เท่ากับ -2.2043 และเมื่อเปลี่ยนเป็นค่า P-Value ได้เท่ากับ 0.0275 (ตารางที่ 4.10) เมื่อเปรียบเทียบระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ 0.05 ปรากฏว่าค่า P-Value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ดังนั้นผลการทดสอบจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_a สรุปได้ว่า คะแนนเฉลี่ยของผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

4.5.2.2 ความพึงพอใจในแต่ละข้อ

การทดสอบความพึงพอใจแต่ละข้อมีขั้นตอนเช่นเดียวกับการทดสอบในคุณลักษณะต่างๆที่กล่าวมาแล้วคือหาค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในแต่ละข้อของผู้ใช้บริการสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้าคือคำนวณค่า z แปลงค่า z ให้เป็นค่าความน่าจะเป็นหรือ P-Value จากนั้นจึงเปรียบเทียบค่า P-Value กับระดับนัยสำคัญซึ่งกำหนดไว้ที่ 0.05 ซึ่งถ้าค่า P-Value น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ สรุปได้ว่าค่าเฉลี่ยของสองประชากรมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จากผลการทดสอบความพึงพอใจ 13 ข้อปรากฏว่ามีเพียงข้อเดียว คือ ที่นั่งสำหรับรอรับบริการที่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้าไม่แตกต่างกัน ส่วนผลการ

ทดสอบอีก 12 ข้อพบว่าความพึงพอใจเฉลี่ยของผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้ามีความแตกต่างกัน (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 สรุปผลการทดสอบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะต่างๆ ของผู้ใช้บริการของสาขาในห้างและนอกห้างสรรพสินค้า ในเขตเทศบาลเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

คุณลักษณะที่ทดสอบ	ค่าเฉลี่ย		Z	P-value	ผลการทดสอบ	
	นอกห้าง	ในห้าง			แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
1. อายุ (ปี)	28.16	32.08	-3.1180	0.0018	/	
2. การศึกษา (ปี)	16.07	16.86	-2.6491	0.0081	/	
3. รายได้ (บาท/เดือน)	10,535.25	13,616.85	-2.2038	0.0275	/	
4. การใช้บริการ (ครั้ง/เดือน)	4.06	5.48	-2.2965	0.0216	/	
5. ภาพรวมของความพึงพอใจ (คะแนน)	3.74	3.88	-2.2043	0.0275	/	
ความพึงพอใจในแต่ละด้าน (คะแนน)						
5.1 การให้คำแนะนำและตอบข้อซักถาม	3.56	3.88	-4.4762	0.0000	/	
5.2 การใช้บริการที่ถูกต้องรวดเร็ว	3.62	3.88	-3.6575	0.0000	/	
5.3 การเอาใจใส่และเต็มใจให้บริการ	3.65	3.87	-3.1006	0.0019	/	
5.4 การให้บริการด้วยความสุภาพเป็นมิตร	3.79	3.97	-2.6873	0.0072	/	
5.5 การให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง	3.40	4.06	-8.8160	0.0000	/	
5.6 ระยะเวลาที่ให้บริการมีความเหมาะสม	3.35	3.86	-6.3709	0.0000	/	
5.7 ขั้นตอนการให้บริการที่เหมาะสม	3.37	3.90	-7.0780	0.0000	/	
5.8 มีอุปกรณ์/เทคโนโลยีที่เหมาะสมและเพียงพอ	3.24	3.85	-7.4100	0.0000	/	
5.9 มีเอกสารเพียงพอและง่ายต่อการใช้	3.45	3.90	-6.0189	0.0000	/	
5.10 มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการ	3.35	3.24	1.1154	0.2647		/
5.11 สถานที่สะอาดเป็นระเบียบ	3.42	3.87	-5.9203	0.0200	/	
5.12 สถานที่ตั้งและสิ่งแวดล้อมเหมาะสม	3.30	3.92	-7.9835	0.0000	/	
5.13 มีที่จอดรถเพียงพอ	2.51	3.87	-15.4523	0.0000	/	

หมายเหตุ: ระดับนัยสำคัญกำหนดไว้ที่ 0.05

ที่มา: สรุปจากตารางภาคผนวก 1

4.5.3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย

จำกัด (มหาชน)

แบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่เป็นแบบจำลองการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Model) และสมการที่สร้างขึ้นซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแบบจำลองเป็นสมการถดถอยเชิงซ้อน มีตัวแปรอิสระเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ และตัวแปรเชิงคุณภาพ ดังนั้นแบบจำลองนี้จึงเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ANCOVA Model หรือ Analysis of Covariance Model (Gujarati, P304)

การวิเคราะห์เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการนั้นได้ใช้วิธี backward โดยกำหนดให้เมื่อสร้างสมการมีตัวแปรอิสระทุกตัวอยู่ครบในสมการคือ สถานภาพ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ จากนั้นจึงดึงตัวแปรอิสระที่มีขนาดของอิทธิพลน้อยที่สุดหรือไม่มีนัยสำคัญทางสถิติออกไปทีละตัวจนกระทั่งเหลือตัวแปรในสมการเฉพาะที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามมากที่สุดหรือมีนัยสำคัญทางสถิติอย่างน้อยเท่ากับ 0.05 ผลการวิเคราะห์ปรากฏว่าในแบบจำลองที่ 1 ได้ตัดตัวแปรอายุออกไป แบบจำลองที่ 2 ได้ตัดตัวแปรสถานภาพออกไป (ตารางภาคผนวก 2 – 5) และได้แบบจำลองที่ 3 เป็นแบบจำลองที่ดีที่สุด ดังสมการที่ (4.1)

$$\hat{Y} = 46.036 + 15.735D_1 - 3.106X_2 + 0.517X_3 \dots (4.1)$$

$$(0.016)^* \quad (0.039)^* \quad (0.008)^{**} \quad (0.000)^{**}$$

R^2	= 0.491	F-statistics	= 19.589
Adjusted R^2	= 0.466	P-Value ของ F	= 0.000**
Durbin-Watson	= 1.519	VIF สูงสุด	= 1.130

ค่าในวงเล็บคือค่า P-Value ของ t

*ตัวแปรมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ตัวแปรมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากแบบจำลองที่ได้เมื่อตรวจสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF (Variance Inflation Factor) ปรากฏว่าได้ค่า VIF ตัวที่สูงที่สุดของตัวแปรอิสระเท่ากับ 1.130 (แบบจำลองที่ 3 ของตารางภาคผนวก 5) มีค่าน้อยกว่า 4¹ แสดงว่าตัวแปรอิสระแต่ละคู่ไม่มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นตัวแปรอิสระแต่ละตัวในแบบจำลองคือ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ สามารถนำมาใช้อธิบายตัวแปรตามหรือจำนวนครั้งของการใช้บริการได้โดยไม่ต้องตัดตัวแปรใดออกไปจากแบบจำลอง

¹คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2548). การใช้โปรแกรม SPSS for Window 11.5 ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น. หน้า 11.

การทดสอบ Autocorrelation หรือความสัมพันธ์กันของตัวคลาดเคลื่อน (u_t) สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ Durbin-Watson ผลการคำนวณได้ค่า Durbin-Watson หรือ $d = 1.519$ (แบบจำลองที่ 3 ของตารางภาคผนวก 3) และจากการตรวจสอบพบว่าที่ $n = 65$ (จำนวนตัวอย่าง) $k = 3$ (จำนวนตัวแปรอิสระ) เมื่อเปิดตาราง Durbin-Watson statistic ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ค่า $d_L = 1.503$ และ $d_U = 1.696$ (Gujarati, P 970) จากการทดสอบพบว่าค่า d ที่คำนวณได้อยู่ระหว่างค่า d_L กับ d_U หรือ

$$d_L = 1.503 < d = 1.519 < d_U = 1.696$$

ดังนั้น ผลการทดสอบจึงสรุปไม่ได้ว่าตัวคลาดเคลื่อนที่เกิดจากผู้ให้บริการของธนาคารคนหนึ่งเป็นอิสระกับตัวคลาดเคลื่อนของผู้ให้บริการของธนาคารคนอื่นๆหรือไม่ หรือสรุปไม่ได้ว่าข้อมูลชุดที่นำมาใช้ในแบบจำลองนี้มี Autocorrelation หรือไม่

Adjusted R^2 ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.466 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวคือ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ สามารถอธิบายตัวแปรตามหรือจำนวนครั้งของการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรีได้ร้อยละ 46.6 สำหรับค่า F ซึ่งเป็นตัวสถิติที่ใช้วัดความเหมาะสมของแบบจำลองเช่นเดียวกับ Adjusted R^2 จากการคำนวณได้ค่า F เท่ากับ 19.589 แปลงเป็นค่า P-Value จะได้เท่ากับ 0.00 เมื่อทำการทดสอบทางสถิติพบว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01 หรือที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 99 แสดงว่าแบบจำลองที่สร้างขึ้นเป็นแบบจำลองที่เหมาะสม หรือตัวแปรอิสระที่กำหนดขึ้นสามารถอธิบายตัวแปรตามได้

เมื่อพิจารณาถึงตัวแปรอิสระแต่ละตัวในแบบจำลองคือ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ จากการคำนวณได้ค่า t เท่ากับ 2.106, -2.740 และ 7.400 และแปลงค่า t เป็นค่า P-Value จะได้เท่ากับ 0.039, 0.008 และ 0.000 ตามลำดับ (แบบจำลองที่ 3 ของตารางภาคผนวก 5) จากการทดสอบทางสถิติพบว่า เพศ ระดับการศึกษาและรายได้ของผู้ใช้บริการมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, 0.01 และ 0.01 ตามลำดับ แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้มีอิทธิพลที่สำคัญต่อจำนวนครั้งของการใช้บริการ (Y) ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี

สำหรับการตีความหมายของผลการวิเคราะห์นั้น เนื่องจากแบบจำลองนี้มีทั้งตัวแปรเชิงปริมาณและตัวแปรเชิงคุณภาพและการตีความหมายจะแตกต่างกัน คือ ตัวแปรเชิงปริมาณจะตีความหมายในลักษณะของการเปลี่ยนแปลง ส่วนตัวแปรเชิงคุณภาพจะตีความหมายในลักษณะของความแตกต่าง ดังนี้

(1) เพศ ตัวแปรนี้เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ มีค่าเป็น 0 หรือ 1 คือ ถ้า $D_1 = 1$ เป็นเพศหญิง ถ้า $D_1 = 0$ เป็นเพศชาย และในการศึกษานี้กำหนดให้ $D = 0$ เป็นกลุ่มควบคุม (control group) และ $D = 1$ เป็นกลุ่มทดลอง (treatment group) จากสมการที่ (4.1) เมื่อแทนค่า $D_1 = 0$ จะได้สมการควบคุม ดังสมการที่ (4.2)

$$\begin{aligned}\hat{Y}_{\text{con}} &= 46.036 + 15.735(0) - 3.106X_2 + 0.517X_3 \\ &= 46.036 - 3.106X_2 + 0.517X_3, \dots \dots \dots (4.2)\end{aligned}$$

และเมื่อแทนค่า $D_1 = 1$ จะได้สมการทดลองดังสมการที่ (4.3)

$$\begin{aligned}\hat{Y}_{\text{tn}} &= 46.036 + 15.735(1) - 3.106X_2 + 0.517X_3 \\ &= 46.036 + 15.735 - 3.106X_2 + 0.517X_3 \\ &= 61.771 - 3.106X_2 + 0.517X_3, \dots \dots \dots (4.3)\end{aligned}$$

เมื่อนำสมการที่ (4.3) ลบด้วยสมการที่ (4.2) จะได้จำนวนครั้งของการใช้บริการเท่ากับ 15.735 ซึ่งก็คือค่าความชัน (Slope) ของ D_1 ในสมการที่ (4.1) และความหมายก็คือเพศหญิงใช้บริการมากกว่าเพศชาย 15.735 ครั้งต่อปี ซึ่งความแตกต่างนี้มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

(2) ระดับการศึกษา ซึ่งเป็นตัวแปรเชิงปริมาณการตีความหมายจะอยู่ในลักษณะของการเปลี่ยนแปลง (change) ผลที่ได้จากสมการที่ (4.1) จึงมีความหมายว่า เมื่อกำหนดให้ตัวแปรอิสระอื่นๆ ในแบบจำลองนี้มีค่าคงที่ ดังนั้นถ้าระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเพิ่มขึ้น 1 ปี แล้วคาดว่าจำนวนครั้งของการใช้บริการที่สาขาจะลดลง 3.106 ครั้งต่อปีและในทางตรงกันข้ามถ้าระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการหรือลูกค้าลดลง 1 ปี แล้วคาดว่าจำนวนครั้งของการใช้บริการที่สาขาจะเพิ่มขึ้น 3.106 ครั้งต่อปี

(3) รายได้ ซึ่งเป็นตัวแปรเชิงปริมาณเช่นเดียวกับระดับการศึกษา จากผลการวิเคราะห์ที่ได้จากสมการที่ (4.1) จึงมีความหมายว่าเมื่อกำหนดให้ตัวแปรอิสระอื่นๆ ในแบบจำลองนี้มีค่าคงที่ ดังนั้นถ้ารายได้ของผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเพิ่มขึ้น 1,000 บาทต่อปี คาดว่าจำนวนครั้งของการใช้บริการจะเพิ่มขึ้น 0.517 ครั้งต่อปี และถ้ารายได้ของผู้ใช้บริการหรือลูกค้าลดลง 1,000 บาทต่อปี คาดว่าจำนวนครั้งของการใช้บริการจะลดลง 0.517 ครั้งต่อปี

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ใช้บริการและวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี รวมถึงวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 397 ตัวอย่าง ซึ่งได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มตามวิธีการศึกษา คือ กลุ่มตัวอย่างพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรีสาขานอกห้างสรรพสินค้าและกลุ่มตัวอย่างพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรีสาขาในห้างสรรพสินค้า และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ สามารถสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานที่ตั้งไว้ดังนี้

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ให้บริการสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 25 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สำหรับอาชีพของผู้ใช้บริการสาขานอกห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และผู้ให้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

ประเภทบริการที่ลูกค้าเลือกใช้ พบว่าผู้บริการทั้งสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่ใช้บริการด้านฝาก-ถอน และมีบัญชีกับธนาคารประเภทออมทรัพย์

ผู้ให้บริการสาขานอกห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่จะใช้บริการในวันศุกร์และวันจันทร์ ช่วงเวลาระหว่าง 14.31 - 16.30 น. โดยในแต่ละเดือนจะใช้บริการระหว่าง 1 - 5 ครั้ง สำหรับผู้ให้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่จะใช้บริการในวันเสาร์และวันจันทร์ ช่วงเวลาระหว่าง 16.31 - 18.30 น. โดยในแต่ละเดือนจะใช้บริการอยู่ระหว่าง 1 - 5 ครั้ง

ผู้ใช้บริการทั้งสองกลุ่มให้เหตุผลด้านความสะดวกในการเดินทางและใกล้ที่พักอาศัย หรือที่ทำงานเป็นปัจจัยสำคัญที่เลือกใช้บริการกับสาขาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี

การวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พบว่าโดยภาพรวมแล้วผู้ใช้บริการสาขานอกห้างสรรพสินค้ามีความพึงพอใจมากกว่าการใช้บริการของสาขา ส่วนที่พึงพอใจน้อยคือ เรื่องที่จอดรถ และส่วนที่พึงพอใจมากและได้ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร

สำหรับผู้ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า พบว่าโดยภาพรวมแล้วมีความพึงพอใจมากกว่าการใช้บริการสาขา ส่วนที่พึงพอใจปานกลางคือ เรื่องที่นั่งสำหรับรอรับบริการ และ ส่วนที่พึงพอใจมากและได้ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง

จากการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างกับในห้างสรรพสินค้าโดยใช้สถิติ z การทดสอบได้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 ผลการทดสอบสรุปได้ว่า

(1) ผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างสรรพสินค้ามีอายุเฉลี่ย 28.16 ปี ส่วนผู้ใช้บริการของสาขาในห้างสรรพสินค้ามีอายุเฉลี่ย 32.08 ปี จากการทดสอบพบว่าผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างกับในห้างสรรพสินค้ามาจากกลุ่มอายุที่แตกต่างกัน

(2) ผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างสรรพสินค้ามีจำนวนปีที่เข้ารับการศึกษเฉลี่ย 16.07 ปี ส่วนผู้ใช้บริการในห้างสรรพสินค้ามีจำนวนปีที่เข้ารับการศึกษเฉลี่ย 16.86 ปี จากการทดสอบพบว่าผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างกับในห้างสรรพสินค้ามาจากกลุ่มการศึกษาที่แตกต่างกัน

(3) ผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างสรรพสินค้ามีรายได้เฉลี่ย 10,535.25 บาทต่อเดือน ส่วนผู้ใช้บริการของสาขาในห้างสรรพสินค้ามีรายได้เฉลี่ย 13,616.85 บาทต่อเดือน จากผลการทดสอบพบว่าผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างกับในห้างสรรพสินค้ามาจากกลุ่มรายได้ที่แตกต่างกัน

(4) ผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างสรรพสินค้าใช้บริการเฉลี่ย 4.06 ครั้งต่อเดือน ส่วนผู้ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้าใช้บริการเฉลี่ย 5.48 ครั้งต่อเดือน ผลการทดสอบพบว่าจำนวนครั้งของการใช้บริการของสาขานอกห้างและในห้างสรรพสินค้าแตกต่างกัน

(5) ผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างสรรพสินค้าให้คะแนนความพึงพอใจในภาพรวมจากการได้รับบริการเฉลี่ย 3.74 คะแนน ส่วนผู้ใช้บริการของสาขาในห้างสรรพสินค้าให้คะแนนความพึงพอใจในภาพรวมจากการได้รับบริการเฉลี่ย 3.88 คะแนน จากผลการทดสอบพบว่าผู้ใช้บริการของสาขานอกห้างกับในห้างสรรพสินค้าให้คะแนนความพึงพอใจในภาพรวมจากการได้รับบริการแตกต่างกัน

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี การวิเคราะห์ที่ใช้แบบจำลองการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Model) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ANCOVA model เพราะว่าตัวแปรอิสระในแบบจำลองมีทั้งตัวแปรเชิงปริมาณและตัวแปรเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ได้ใช้วิธี backward โดยกำหนดให้เมื่อสร้างสมการมีตัวแปรอิสระครบทั้ง 5 ตัว คือ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เพศ และสถานภาพการสมรส จากนั้นจึงดึงตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดหรือไม่มีนัยสำคัญทางสถิติออกไปทีละตัวจนกระทั่งเหลือตัวแปรในสมการเฉพาะที่มีอิทธิพลมากที่สุดหรือมีนัยสำคัญทางสถิติอย่างน้อยเท่ากับ 0.05 ผลการวิเคราะห์ได้ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี จำนวน 3 ตัว คือ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ของลูกค้า ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวนั้นตีความได้ว่าเพศหญิงจะใช้บริการมากกว่าเพศชาย 15.735 ครั้งต่อปี ถ้าตัวแปรอิสระอื่นๆ ในสมการคงที่ ยกเว้นตัวแปรที่กำลังวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลง คือถ้าระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น 1 ปี คาดว่าจำนวนครั้งของการใช้บริการที่สาขาจะลดลง 3.106 ครั้งต่อปี เพราะผู้ที่มีการศึกษาสูงสามารถทำธุรกรรมทางการเงินบางประเภทได้โดยใช้ Internet Banking หรือเครื่องอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ และถ้ารายได้ของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นปีละ 1,000 บาท คาดว่าจำนวนครั้งของการใช้บริการจะเพิ่มขึ้น 0.517 ครั้งต่อปี

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะด้านนโยบาย

1) จากผลการสำรวจพบว่าปัจจัยที่ลูกค้าเลือกใช้บริการของสาขาทั้งนอกห้างและในห้างสรรพสินค้ามากเป็นอันดับหนึ่งและอันดับสอง คือการเดินทางสะดวกและใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน ดังนั้นเพื่อขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น ธนาคารควรเลือกทำเลที่ตั้งสาขาในย่านธุรกิจและย่านชุมชนที่มีการคมนาคมสะดวกและมีพื้นที่สำหรับจอดรถให้ลูกค้าที่มาใช้บริการ

2) จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนนทบุรี พบว่าเพศหญิงใช้บริการของสาขามากกว่าเพศชายถึง 15.735 ครั้งต่อปี ดังนั้นควรตั้งสาขาในห้างสรรพสินค้ามากขึ้น เพราะผู้หญิงชอบที่จะไปห้างสรรพสินค้าเพื่อจับจ่ายใช้สอย และอาจจะเป็นการเพิ่มลูกค้าเพศชายให้มากขึ้นหากลูกค้าเห็นว่าสะดวกและรวดเร็ว

3) จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า พบว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงจะใช้บริการที่สาขาลดลง เหตุผลหนึ่งเป็นเพราะลูกค้าได้ใช้บริการผ่านทาง

Internet Banking ที่มีบริการทั้ง KTB Online ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือ KTB Online@mobile ซึ่งเป็นการใช้บริการผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งทั้งสองบริการนี้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมการเงินด้วยตนเองได้ ดังนั้น ธนาคารควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์และแนะนำให้ลูกค้าใช้บริการนี้ให้มากขึ้น เพราะลูกค้ามีความสะดวกที่จะทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเองได้ตลอดเวลาไม่ว่าจะอยู่ที่บ้านหรือที่ทำงาน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มรายได้จากค่าธรรมเนียมให้กับสาขาอีกด้วย

4) จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า พบว่าถ้ารายได้ของลูกค้าเพิ่มขึ้นจะมีผลทำให้ลูกค้าใช้บริการเพิ่มขึ้น ดังนั้นฝ่ายผลิตภัณฑ์ของธนาคารควรจะออกผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมให้เป็นที่สนใจของลูกค้าแต่ละกลุ่ม สำหรับสาขาควรจะแนะนำหรือเสนอขายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าที่มาเปิดบัญชีใหม่ เพราะสาขาจะทราบคุณลักษณะของลูกค้าไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ เป็นต้น และในกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงมากควรมีช่องบริการพิเศษเพื่ออำนวยความสะดวกหรือมีบริการแนะนำผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์ เพื่อเป็นการรักษารฐานลูกค้าและเพิ่มยอดเงินฝากแก่สาขา

5.2.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อไป

เนื่องจากตัวแปรอิสระหรือตัวแปรอธิบายในสมการที่สร้างขึ้นมีจำนวนน้อยเกินไป ทำให้ค่า R^2 และค่า Adjusted R^2 ที่คำนวณได้มีค่าค่อนข้างต่ำ แสดงว่ายังมีตัวแปรอิสระอีกจำนวนมากที่จะอธิบายตัวแปรตาม (จำนวนครั้งของการใช้บริการ) ได้ ดังนั้นผู้ที่สนใจที่จะศึกษาเรื่องนี้ควรเพิ่มตัวแปรอิสระให้มากขึ้น

ควรมีการศึกษาในจังหวัดที่มีลักษณะเช่นเดียวกับจังหวัดนนทบุรี คือ มีลักษณะของเมืองที่มีการคมนาคมขนส่งสะดวก การขยายตัวของเศรษฐกิจและประชากรมีมากหรือมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เช่น จังหวัดเชียงใหม่ หรือจังหวัดอื่นๆ ในเขตปริมณฑล เป็นต้น

กรม
การ
การ
การ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2553). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. (พิมพ์ครั้งที่16).
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2547). **หลักสถิติ** (พิมพ์ครั้งที่7). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSS** (พิมพ์ครั้งที่7).
กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์ พริ้นท์.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคน. (2539). **หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค** (พิมพ์ครั้งที่9). กรุงเทพฯ:
ไทยวัฒนาพานิช.

วิทยานิพนธ์

- โกศล โชคเหรียญสุขชัย. (2544). **การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการระหว่าง
บมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยาและบมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตอำเภอบางปะอิน
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- จารุรัตน์ ชีวีวัฒน์. (2536). **ปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารออมสินกรณีศึกษา
จากกรุงเทพมหานครและราชบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชา
เศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สิรินทิพย์ อินโท. (2545). **การวิเคราะห์เปรียบเทียบอุปสงค์การใช้น้ำปะปาของครัวเรือนในเขตเทศบาลเมืองปราจีนบุรีและเทศบาลตำบลบึงนารางบุรีจังหวัดปราจีนบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการทรัพยากร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

อุบลวรรณ ฉัตรเชิดชัย. (2547). การวิเคราะห์อุปสงค์และกลยุทธ์ทางการตลาดของบริการโทรศัพท์พื้นฐาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

เอกสารอื่นๆ

คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2548). การใช้โปรแกรม SPSS for Window 11.5 ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น. เชียงใหม่: ผู้แต่ง.

จूरีย์มาศ บุญสูง. (2550). พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการกับสาขาธนาคารพาณิชย์ในห้างสรรพสินค้า ในจังหวัดเชียงใหม่. รายงานการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ฐาปณี ศิริเต็มกุล. (2550). อุปสงค์ของการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย. สารนิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ประสิทธิ์ จันทกลาง. (2540). การศึกษาอุปสงค์ต่อการบริการทางการแพทย์ในจังหวัดลำพูน. รายงานการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สัมพันธ์ ขวาชอง. (2549). ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารสาขาในห้างสรรพสินค้า ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาย่อยเซ็นทรัล พระราม 3 และสาขานักขี้ส้วม. ภาคนิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศาสตร์. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อรวรรณ ภูษนิค. (2550). ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารสาขาไมโครในห้างสรรพสินค้า เปรียบเทียบกับนอกห้างสรรพสินค้า ใน อ.เมือง จ.ขอนแก่น. รายงานการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรุงเทพปรับตัวเอาใจลูกค้ากรุงเทพฯ. (2552, 9 มีนาคม). โพสต์ทูเดย์. สืบค้นเมื่อ 17 พฤษภาคม

2552, จาก <http://www.posttoday.com/finance.php?id=36647>

เดแบงก์รุกเต็มสูบเพิ่ม 100 สาขาในห้างต้นทุนสูงแต่คุ้ม. (2552, 7-9 พฤษภาคม). ฐานเศรษฐกิจ.

สืบค้นเมื่อ 17 พฤษภาคม 2552, จาก [http://www.thannews.th.com/detialnews.php?](http://www.thannews.th.com/detialnews.php?id=T1424241&issue=2424)

[id=T1424241&issue=2424](http://www.thannews.th.com/detialnews.php?id=T1424241&issue=2424)

ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน). รายงานประจำปี 2552 สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2553, จาก

http://www.ktb.co.th/upload/investor_relation/annual_report/2552/

[annual_report_2552_th.pdf](http://www.ktb.co.th/upload/investor_relation/annual_report/2552/annual_report_2552_th.pdf)

ภาษาต่างประเทศ

BOOKS

Damoda N. Gujarati. (2003). **Basic Econometrics**. Singapore: McGraw-Hill.

Thomas H. Wonnacott and Thomas J. Wonnacott. (1990). **Introductory Statistics For Business and Economics**. Singapore: John Wiley & Sons.

ด

ด

ภาคผนวก

ด

แบบสอบถาม

เรื่อง **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเทศบาลเมือง**

จังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง 1) แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ ตามหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม ตามความเป็นจริงเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบพระคุณในความร่วมมืออย่างดียิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

2) แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 3 หน้า แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะของผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการสาขาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 3 การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

คำแนะนำ โปรดเลือกและทำเครื่องหมาย X ลงในช่อง ที่ตรงกับคำตอบของท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะของผู้ใช้บริการ

1) เพศ

 ชาย

 หญิง

2) อายุ.....ปี

3) สถานภาพการสมรส

 โสด

 สมรส

 หย่าร้าง

4) การศึกษา

 ประถมศึกษาปีที่ 6

 มัธยมศึกษาตอนต้น

 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

 ปวส./อนุปริญญา/เทียบเท่า

 ปริญญาตรี

 สูงกว่าปริญญาตรี

5) อาชีพ

 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

 พนักงานบริษัทเอกชน

 เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว

 รับจ้าง

 นักเรียน/นักศึกษา

 อื่นๆ โปรดระบุ.....

6) รายได้ต่อเดือน.....บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการสาขาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

7) ประเภทบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่ท่านใช้บริการบ่อยที่สุด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

 เปิดบัญชี

 ทำบัตร ATM (ปลดล็อก/ถอนอาช้ด)

 ด้านฝาก-ถอน

 โอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและ/หรือบัญชีของผู้อื่น

 ชำระเงินกู้/สินเชื่

 ชำระค่าสาธารณูปโภค/สินค้าและบริการ และ/หรือชำระบัตรเครดิต

 ปรับสมุดบัญชี

 ใช้บริการเครื่องอัตโนมัติ(ATM,ADM,เครื่องปรับสมุด)

 ชื้อ-ขายกองทุนฯ

 อื่นๆ โปรดระบุ.....

8) ท่านมีหรือเคยมีบัญชีเงินฝากกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) หรือไม่

 มี

 ไม่มี (ให้ข้ามไปทำข้อ 10)

9) จากข้อ 8 ประเภทบัญชีเงินฝากที่ท่านมีหรือเคยมี คือประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ออมทรัพย์ ฝากประจำ
 กระแสรายวัน กรุงไทยพลอคภัย/KTB 15 BONUS
 บัญชีเงินกู้

10) ท่านใช้บริการสาขาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยเฉลี่ยเดือนละ.....ครั้ง

11) โดยปกติท่านใช้บริการวันใดเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- วันจันทร์
 วันอังคาร
 วันพุธ
 วันพฤหัสบดี
 วันศุกร์
 วันเสาร์
 วันอาทิตย์

12) โดยปกติใช้บริการช่วงเวลาใด

- 08.30 – 10.30 น. 10.31 – 12.30 น. 12.31 – 14.30 น.
 14.31 – 16.30 น. 16.31 – 18.30 น. 18.31 – 20.00 น.

13) เหตุผลสำคัญที่ท่านเลือกใช้บริการสาขาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (โปรดเรียงลำดับความสำคัญ 5 ลำดับแรกโดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อยด้วยตัวเลข 1 – 5 ตามลำดับ)

- การเดินทางสะดวก มีความมั่นคง
 มีจำนวนสาขามาก ตั้งใจมาทำธุรกรรมโดยตรง
 ใกล้กับที่พักอาศัย/ที่ทำงาน
 ภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือของธนาคาร

ส่วนที่ 3 การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสาขา (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด)

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
14. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่					
14.1 ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน					
14.2 ให้บริการด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว					
14.3 เอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ					
14.4 ให้บริการให้ด้วยความสุภาพ เป็นมิตร					
15. ด้านขั้นตอนและความพร้อมในการให้บริการ					
15.1 มีการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง					
15.2 ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม					
15.3 ขั้นตอนในการให้บริการมีความเหมาะสม					
15.4 มีอุปกรณ์/เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเพียงพอในการให้บริการ					
15.5 มีเอกสาร/แบบฟอร์มเพียงพอและง่ายต่อการใช้					
16. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก					
16.1 มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการ					
16.2 สถานที่สะอาด เป็นระเบียบ					
16.3 สถานที่ตั้งและสิ่งแวดล้อมเหมาะสม					
16.4 มีที่จอดรถเพียงพอ					
17. โดยภาพรวมทั้งหมดท่านมีความพึงพอใจจากการใช้บริการอยู่ในระดับใด					

18) ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ท่านกรุณาให้ข้อมูล

ตารางภาคผนวก 1 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของลักษณะต่างๆของสาขา
นอกห้องกับสาขาในห้องสรรพสินค้า การคำนวณใช้ Microsoft Excel

z-Test: Two Sample for Means			z-Test: Two Sample for Means		
อายุ (ปี)	นอกห้อง	ในห้อง	รายได้เฉลี่ย(บาท/เดือน)	นอกห้อง	ในห้อง
Mean	28.1566	32.0804	Mean	10535.2525	13616.8492
Known Variance	134.3459	180.1248	Known Variance	189171991.6	198955100.9
Observations	198	199	Observations	198	199
Hypothesized Mean Difference	0		Hypothesized Mean Difference	0	
z	-3.1180		z	-2.2038	
P(Z<=z) one-tail	0.0009		P(Z<=z) one-tail	0.0138	
z Critical one-tail	1.6449		z Critical one-tail	1.6449	
P(Z<=z) two-tail	0.0018		P(Z<=z) two-tail	0.0275	
z Critical two-tail	1.9600		z Critical two-tail	1.9600	
z-Test: Two Sample for Means			z-Test: Two Sample for Means		
ระดับการศึกษา (ปี)	นอกห้อง	ในห้อง	จำนวนครั้งที่ใช้บริการ(ต่อเดือน)	นอกห้อง	ในห้อง
Mean	16.0707	16.8593	Mean	4.0556	5.4824
Known Variance	9.2945	8.2932	Known Variance	33.1289	43.5237
Observations	198	199	Observations	198	199
Hypothesized Mean Difference	0		Hypothesized Mean Difference	0	
z	-2.6491		z	-2.2965	
P(Z<=z) one-tail	0.0040		P(Z<=z) one-tail	0.0108	
z Critical one-tail	1.6449		z Critical one-tail	1.6449	
P(Z<=z) two-tail	0.0081		P(Z<=z) two-tail	0.0216	
z Critical two-tail	1.9600		z Critical two-tail	1.9600	
z-Test: Two Sample for Means			z-Test: Two Sample for Means		
14.1 ไร่จำนวนบ้านและครอบครัวที่อาศัยอยู่ต่างจังหวัด	นอกห้อง	ในห้อง	14.2 ไร่บริการด้วยความถูกต้องรวดเร็ว	นอกห้อง	ในห้อง
Mean	3.5657	3.8844	Mean	3.6162	3.8844
Known Variance	0.4195	0.5876	Known Variance	0.4001	0.6684
Observations	198	199	Observations	198	199
Hypothesized Mean Difference	0		Hypothesized Mean Difference	0	
z	-4.4762		z	-3.6575	
P(Z<=z) one-tail	0.0000		P(Z<=z) one-tail	0.0001	
z Critical one-tail	1.6449		z Critical one-tail	1.6449	
P(Z<=z) two-tail	0.0000		P(Z<=z) two-tail	0.0003	
z Critical two-tail	1.9600		z Critical two-tail	1.9600	
z-Test: Two Sample for Means			z-Test: Two Sample for Means		
14.3 เวลาใจใส่กระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ	นอกห้อง	ในห้อง	14.4 ไร่บริการด้วยความสุภาพเป็นมิตร	นอกห้อง	ในห้อง
Mean	3.6515	3.8744	Mean	3.7879	3.9749
Known Variance	0.3703	0.6559	Known Variance	0.4116	0.5499
Observations	198	199	Observations	198	199
Hypothesized Mean Difference	0		Hypothesized Mean Difference	0	
z	-3.1006		z	-2.6873	
P(Z<=z) one-tail	0.0010		P(Z<=z) one-tail	0.0036	
z Critical one-tail	1.6449		z Critical one-tail	1.6449	
P(Z<=z) two-tail	0.0019		P(Z<=z) two-tail	0.0072	
z Critical two-tail	1.9600		z Critical two-tail	1.9600	

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางภาคผนวก 1 (ต่อ)

z-Test: Two Sample for Means			z-Test: Two Sample for Means		
15.1 มีการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง	นอกห้าง	ในห้าง	15.2 ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม	นอกห้าง	ในห้าง
Mean	3.4040	4.0553	Mean	3.3535	3.8593
Known Variance	0.4755	0.608	Known Variance	0.5038	0.7478
Observations	198	199	Observations	198	199
Hypothesized Mean Difference	0		Hypothesized Mean Difference	0	
z	-8.8160		z	-6.3709	
P(Z<=z) one-tail	0.0000		P(Z<=z) one-tail	0.0000	
z Critical one-tail	1.6449		z Critical one-tail	1.6449	
P(Z<=z) two-tail	0.0000		P(Z<=z) two-tail	0.0000	
z Critical two-tail	1.9600		z Critical two-tail	1.9600	
z-Test: Two Sample for Means			z-Test: Two Sample for Means		
15.3 ขั้นตอนในการให้บริการมีความเหมาะสม	นอกห้าง	ในห้าง	15.4 มีอุปกรณ์เทคโนโลยีที่ทันสมัย	นอกห้าง	ในห้าง
Mean	3.3737	3.8995	และเพียงพอในการให้บริการ		
Known Variance	0.5398	0.5555	Mean	3.2374	3.8492
Observations	198	199	Known Variance	0.6693	0.6842
Hypothesized Mean Difference	0		Observations	198	199
z	-7.0780		Hypothesized Mean Difference	0	
P(Z<=z) one-tail	0.0000		z	-7.4100	
z Critical one-tail	1.6449		P(Z<=z) one-tail	0.0000	
P(Z<=z) two-tail	0.0000		z Critical one-tail	1.6449	
z Critical two-tail	1.9600		P(Z<=z) two-tail	0.0000	
z Critical two-tail	1.9600		z Critical two-tail	1.9600	
z-Test: Two Sample for Means			z-Test: Two Sample for Means		
15.5 มีเอกสารแบบฟอร์มเพียงพอและง่ายต่อการใช้	นอกห้าง	ในห้าง	16.1 มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการ	นอกห้าง	ในห้าง
Mean	3.4495	3.9045	Mean	3.3485	3.2412
Known Variance	0.5025	0.6323	Known Variance	0.5429	1.2951
Observations	198	199	Observations	198	199
Hypothesized Mean Difference	0		Hypothesized Mean Difference	0	
z	-6.0189		z	1.1154	
P(Z<=z) one-tail	0.0000		P(Z<=z) one-tail	0.1323	
z Critical one-tail	1.6449		z Critical one-tail	1.6449	
P(Z<=z) two-tail	0.0000		P(Z<=z) two-tail	0.2647	
z Critical two-tail	1.9600		z Critical two-tail	1.9600	
z-Test: Two Sample for Means			z-Test: Two Sample for Means		
16.2 สถานที่สะอาด เป็นระเบียบ	นอกห้าง	ในห้าง	16.3 สถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก	นอกห้าง	ในห้าง
Mean	3.4192	3.8693	Mean	3.3030	3.9246
Known Variance	0.4985	0.6495	Known Variance	0.5879	0.6155
Observations	198	199	Observations	198	199
Hypothesized Mean Difference	0		Hypothesized Mean Difference	0	
z	-5.9203		z	-7.9835	
P(Z<=z) one-tail	0.0000		P(Z<=z) one-tail	0.0000	
z Critical one-tail	1.6449		z Critical one-tail	1.6449	
P(Z<=z) two-tail	0.0000		P(Z<=z) two-tail	0.0000	
z Critical two-tail	1.9600		z Critical two-tail	1.9600	
z-Test: Two Sample for Means			z-Test: Two Sample for Means		
16.4 มีที่จอดรถเพียงพอ	นอกห้าง	ในห้าง	17 โดยภาพรวมทั้งหมดท่านมีความพึงพอใจจากการใช้บริการอยู่ในระดับใด	นอกห้าง	ในห้าง
Mean	2.5101	3.8744	Mean	3.7374	3.8844
Known Variance	0.8908	0.6559	Known Variance	0.3266	0.5573
Observations	198	199	Observations	198	199
Hypothesized Mean Difference	0		Hypothesized Mean Difference	0	
z	-15.4523		z	-2.2043	
P(Z<=z) one-tail	0.0000		P(Z<=z) one-tail	0.0137	
z Critical one-tail	1.6449		z Critical one-tail	1.6449	
P(Z<=z) two-tail	0.0000		P(Z<=z) two-tail	0.0275	
z Critical two-tail	1.9600		z Critical two-tail	1.9600	

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางภาคผนวก 2 แสดงการนำตัวแปรเข้าออกระบบสมการของแบบจำลองถดถอยเชิงซ้อน
คำนวณโดยใช้โปรแกรม SPSS

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	รายได้(พันบาทต่อปี), สถานภาพ, เพศ, การศึกษา(ปี), อายุ(ปี) ^a		Enter
2		อายุ(ปี)	Backward (criterion: Probability of F- to-remove >= .100).
3		สถานภาพ	Backward (criterion: Probability of F- to-remove >= .100).

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: จำนวนครั้งที่ใช้บริการ(ต่อปี)

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางภาคผนวก 3 ผลการคำนวณตัวสถิติที่สำคัญของแบบจำลองถดถอยเชิงซ้อน คำนวณโดยใช้
โปรแกรม SPSS

Model Summary^d

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	Durbin-Watson
1	.712 ^a	.507	.465	27.4021917	.507	12.118	5	59	.000	
2	.708 ^b	.501	.468	27.3308342	-.006	.688	1	59	.410	
3	.700 ^c	.491	.466	27.3821378	-.010	1.229	1	60	.272	1.519

a. Predictors: (Constant), รายได้(พันบาทต่อปี), สถานภาพ, เพศ, การศึกษา(ปี), อายุ(ปี)

b. Predictors: (Constant), รายได้(พันบาทต่อปี), สถานภาพ, เพศ, การศึกษา(ปี)

c. Predictors: (Constant), รายได้(พันบาทต่อปี), เพศ, การศึกษา(ปี)

d. Dependent Variable: จำนวนครั้งที่ใช้บริการ(ต่อปี)

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางภาคผนวก 4 ผลการวิเคราะห์ Analysis of variance ของแบบจำลองถดถอยเชิงซ้อน คำนวณ
โดยใช้โปรแกรม SPSS

ANOVA^d

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45496.473	5	9099.295	12.118	.000 ^a
	Residual	44301.927	59	750.880		
	Total	89798.400	64			
2	Regression	44979.930	4	11244.982	15.054	.000 ^b
	Residual	44818.470	60	746.975		
	Total	89798.400	64			
3	Regression	44061.730	3	14687.243	19.589	.000 ^c
	Residual	45736.670	61	749.781		
	Total	89798.400	64			

a. Predictors: (Constant), รายได้(พันบาทต่อปี), สถานภาพ, เพศ, การศึกษา(ปี), อายุ(ปี)

b. Predictors: (Constant), รายได้(พันบาทต่อปี), สถานภาพ, เพศ, การศึกษา(ปี)

c. Predictors: (Constant), รายได้(พันบาทต่อปี), เพศ, การศึกษา(ปี)

d. Dependent Variable: จำนวนครั้งที่ใช้บริการ(ต่อปี)

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางภาคผนวก 5 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลองถดถอยเชิงซ้อน จำนวนโดยใช้
โปรแกรม SPSS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.141	34.479		.526	.601		
	เพศ	18.646	7.801	.228	2.390	.020	.918	1.090
	สถานภาพ	19.754	14.330	.184	1.379	.173	.472	2.120
	อายุ(ปี)	.420	.507	.116	.829	.410	.425	2.352
	การศึกษา(ปี)	-3.253	1.308	-.279	-2.487	.016	.666	1.502
	รายได้(พันบาทต่อปี)	.520	.072	.722	7.199	.000	.832	1.202
2	(Constant)	42.050	18.866		2.229	.030		
	เพศ	17.120	7.561	.209	2.264	.027	.972	1.029
	สถานภาพ	11.939	10.768	.111	1.109	.272	.831	1.204
	การศึกษา(ปี)	-3.626	1.225	-.311	-2.960	.004	.755	1.324
		รายได้(พันบาทต่อปี)	.531	.071	.737	7.495	.000	.860
3	(Constant)	46.036	18.555		2.481	.016		
	เพศ	15.735	7.471	.193	2.106	.039	.999	1.001
	การศึกษา(ปี)	-3.106	1.133	-.266	-2.740	.008	.885	1.130
		รายได้(พันบาทต่อปี)	.517	.070	.719	7.400	.000	.885

a. Dependent Variable: จำนวนครั้งที่ให้บริการ(ต่อปี)

ที่มา: จากการคำนวณ

ประวัติผู้เขียน**ชื่อ-นามสกุล**

นางสาวจกมล ทองมีประเสริฐ

ประวัติการศึกษา

เศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย