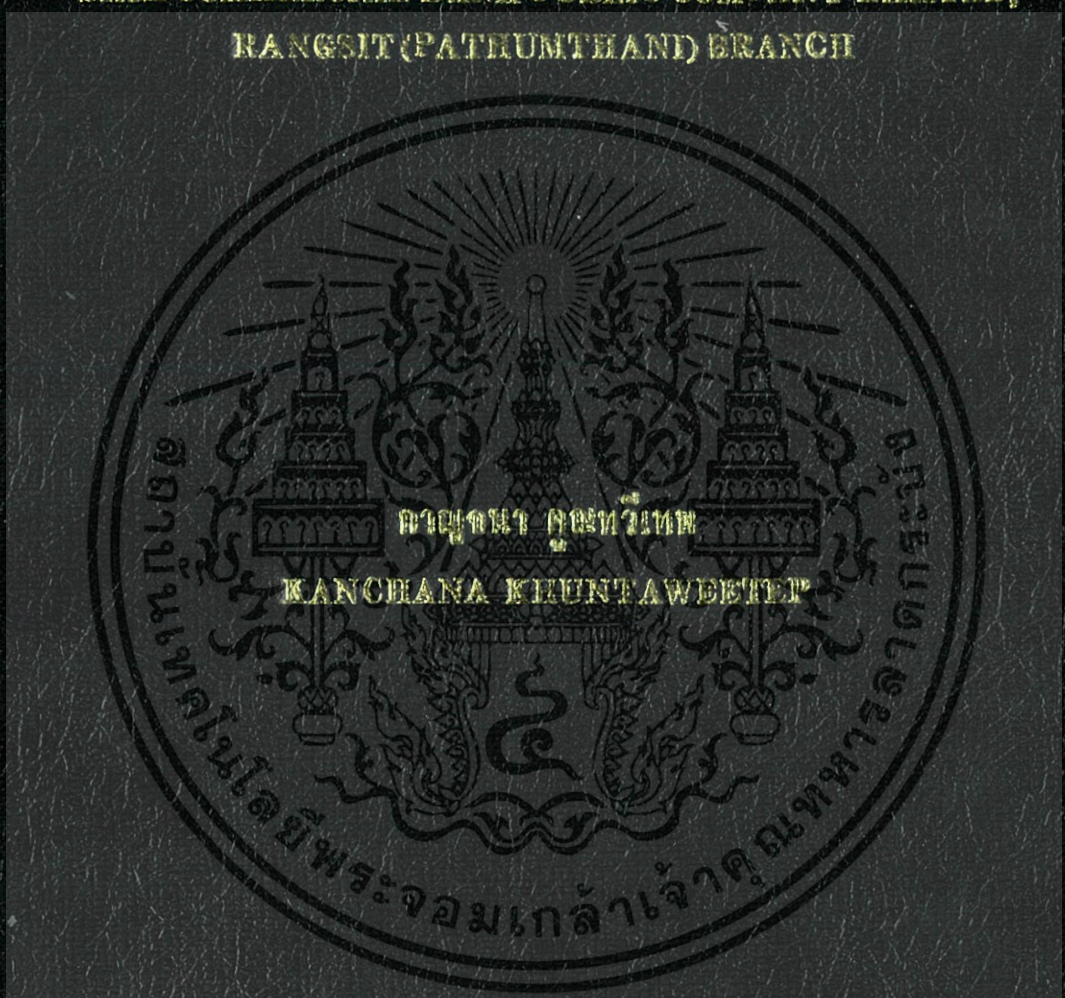
# การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี)

# THE STUDY OF CUSTOMER SATISFACTIAN OF THE SERVICES OF SIAM COMMERCIAL BANK PUBLIC COMPANY LIMITED, RANGSIT (PATHUMTHAND) BRANCH




กาญจนา กุยทวีเทพ

KANCHANA KIUNTAWEETEP


การศึกษาอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาบริหารธุรกิจ

คณะเทคโนโลยีการเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2552

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

# การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี)

# THE STUDY OF CUSTOMER SATISFACTION OF THE SERVICES OF SIAM COMMERCLAL BANK PUBLIC COMPANY LIMITIED, RANGSIT (PATHUMTHANI) BRANCH

กาญจนา คูณทวีเทพ

KANCHANA KHUNTAWEETEP

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 104494
วัน,เดือน,ปี 5 4 พ.ย. 2552

.b.....
.i.....

การศึกษาอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาบริหารธุรกิจ

คณะเทคโนโลยีการเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2552

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# THE STUDY OF CUSTOMER SATISFACTION OF THE SERVICES OF SIAM COMMERCLAL BANK PUBLIC COMPANY LIMITIED, RANGSIT (PATHUMTHANI) BRANCH

KANCHANA KHUNTAWEETEP

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT

OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

IN BUSINESS MANAGEMENT

FACULTY OF AGRICULTURAL TECHNOLOGY

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

2009

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**COPYRIGHT 2009**

**FACULTY OF AGRICULTURAL TECHNOLOGY**

**KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ใบรับรองการศึกษาอิสระ**

**หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**

**สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง**

---

**หัวข้อการศึกษาอิสระ** การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี)
THE STUDY OF CUSTOMER SATISFACTION OF THE SERVICES OF SIAM COMMERCLAL BANK PUBLIC COMPANY LIMITIED, RANGSI (PATHUMTHANI) BRANCH

**ชื่อนักศึกษา** นางสาว กาญจนา คูณทวีเทพ

**รหัสประจำตัว** 50066125

**ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**สาขาวิชา** บริหารธุรกิจ

**อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ** รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร์

| คณะกรรมการสอบการศึกษาอิสระ | ลายมือชื่อ |
|---|---|
| รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร์ | |
| รองศาสตราจารย์ ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ | |
| รองศาสตราจารย์ อมรศรี ตันพิพัฒน์ | |

**วัน/เดือนปี ที่สอบ** 15 กุมภาพันธ์ 2552 เวลา 8.00-8.50 น.

**สถานที่สอบ** ณ ตึกบุนนาค ชั้น 1 ห้องฝ้ายคำ

ภาควิชารับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ เสาวรีย์ ตะโพนทอง)

หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

วันที่ 10 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2552

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | |
|---|---|
| **ชื่อเรื่อง** | การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) |
| **นักศึกษา** | นางสาวกาญจนา คูณทวีเทพ |
| **รหัสนักศึกษา** | 50066125 |
| **ปริญญา** | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต |
| **สาขาวิชา** | บริหารธุรกิจ |
| **พ.ศ.** | 2552 |
| **อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ** | รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร์ |
| **อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระร่วม** | รองศาสตราจารย์ ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ |

## บทคัดย่อ


ในปัจจุบันมีการแข่งขันทางธุรกิจเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจใดก็ตามต้องเผชิญกับการแข่งขันที่นับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากมีการรับเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการแข่งขันมากขึ้น ธุรกิจด้านการธนาคารเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีการ เปลี่ยนแปลงและมีการแข่งขันสูง ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารที่มีการพัฒนาการอย่างต่อเนื่องในการให้บริการเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด สาขาของธนาคารต้องให้บริการแก่ลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารมากที่สุด ดังนั้นจึงสนใจศึกษาการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขารังสิต (ปทุมธานี) การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขารังสิต (ปทุมธานี) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี)และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามจากกลุ่มของลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวน 393 คน และนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้ค่าสถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมุติฐานโดยใช้ค่าสถิติ t-test, F-test มีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้อยู่ในช่วง 5,000 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่จะมีบัญชีของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขารังสิต (ปทุมธานี) ใช้บริการกับธนาคารตั้งแต่ 2-5 ปี ความถี่ในการใช้บริการอยู่ระหว่าง 1-2 ครั้งต่อวันทำการ สาเหตุของที่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มตัวอย่างเลือกเข้าใช้บริการของธนาคารเพราะมีบริการที่รวดเร็ว พนักงานให้บริการดี สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีบริการเพิ่มเติมจากคือเดิมต้องการให้มีเครื่องบริการปรับสมุดเงินฝากอัตโนมัติ และความคาดหวังที่กลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการของธนาคารต้องการให้มีบริการที่ถูกต้องแม่นยำ เพื่อป้องกันความเสียหาย ส่วนการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อด้านระบบการให้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีความพึงพอใจระดับปานกลางสำหรับด้านกระบวนการและด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

จากการศึกษามีข้อเสนอแนะ คือ ธนาคารควรที่มีการพัฒนาปรับปรุงด้านป้ายแนะนำการให้บริการ เช่น ป้ายการเปิดบัญชีใหม่ ป้ายบอกทางไปติดต่อหน่วยงานต่าง ๆ ภายในอาคารของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขารังสิต (ปทุมธานี) สถานที่จอดรถควรอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า โดยให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลการจอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ ทางธนาคารควรที่จะมีการปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการ โดยเพิ่มจำนวนพนักงานที่มีไม่เพียงพอต่อปริมาณงานและปริมาณลูกค้า โดยเฉพาะในช่วงสิ้นเดือนและต้นเดือนจะมีปริมาณลูกค้ามาทำธุรกรรมกับธนาคารจำนวนมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | |
|---|---|
| **Title** | The Study of Customer Satisfaction of The Services of Siam Commercial Bank Public Company Limited, Rangsit (Pathumthani) Branch |
| **Student** | Miss Kanchana Khuntaweetep |
| **Student ID** | 50066125 |
| **Degree** | Master of Business Administration |
| **Major** | Business Administration |
| **Year** | 2009 |
| **Advisor** | Associate Professor Dr.Kulkunya NaPompech |
| **Co-Advisor** | Associate Professor Sirijanya Kuawiriyapan |


## Abstract

At the present time, every business has been running under aggressive competition due to the use of high technology. The banking service is one of the most changeable and competitive businesses. Siam Commercial Bank, for instance, has continuous improvement of its services to maximize customer's satisfaction. The branch, following the head office's policy, aims to attain a high level of customer satisfaction. Therefore, this study examines the customer's satisfaction toward the banking services of Siam Commercial Bank, especially the Rungsit branch. The objectives of this study are to analyze the customer's satisfaction toward Siam Commercial Bank's services, to examine customer's behavior of Siam Commercial Bank at Rungsit branch and to investigate the relationship between personal factors and level of customer satisfaction toward Siam Commercial Bank's services at Rungsit branch. The research gathered data by means of questionnaires from 393 bank customers. The statistics used in this study are frequency tables, percentage, the average and the standard deviation y; Moreover, T-test and F- test were required to perform hypothesis test at the confidential level 95% or significant level 0.05.

The result shows that the majority of the sample population were women and aged between 20 and 30, single, holding a secondary school or diploma degree, entrepreneurs and their earning income is approximately 5,000 bath per month. Importantly, they have saving account with Siam Commercial Bank at Rungsit branch for a period of about 2 to 5 years. Customers usually use the banking service a few times per day. The main reason of using the bank service


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

is fastness and good services given by the banking staff. Samples would like the bank to have automatic passbook facilities at the branch. Samples want bank provides accurate services in order to prevent any damages. Overall Customers are satisfied with the bank service system on an average level and satisfied with the banking process and bank officers on the high level.

The suggestions yielded by this study was that the bank should improve the signboard of banking services, such as, opening a new account, directions of bank sections in the building. The bank should have staff helping customers when they park in the bank garage. Also, the bank should improve the service process, by having more officers at the end and beginning of each month, at times when many customers come to the bank.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยความช่วยเหลือ แนะนำ และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของ รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร์ ประธานกรรมการการศึกษาอิสระ และรองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ คณะกรรมการการศึกษาอิสระ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ขอขอบคุณ บิดา มารดา และเพื่อน ๆ นักศึกษาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังทุกคน ที่ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี ซึ่งทำให้การศึกษาอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

กาญจนา คูณทวีเทพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญ

หน้า


บทคัดย่อ.....I

ABSTRACT.....III

กิตติกรรมประกาศ.....V

สารบัญ.....VI

สารบัญตาราง.....X

สารบัญภาพ.....XI

สารบัญภาพ.....XI

บทที่ 1 บทนำ.....1

1.1 ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา.....1

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....2

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....2

1.4 ขอบเขตของการศึกษา.....3

บทที่ 2 แนวความคิดและทฤษฎี.....4

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....4

2.2 การวัดความพึงพอใจ.....5

2.3 แนวคิดด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค.....5

2.4 ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....7

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ.....11

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ.....12

2.7 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ.....13

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....14

2.9 วิธีการศึกษา.....17

2.10 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....20



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญ (ต่อ)

หน้า


บทที่ 3 สภาพทั่วไปของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน).....21

3.1 ประวัติความเป็นมาของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน).....21

3.2 นโยบายการกำกับดูแลกิจการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) .....24

3.3 ผลประกอบการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ปี 2552.....28

บทที่ 4 ผลการศึกษา.....29

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....29

4.1.1 เพศ.....29

4.1.2 อายุ.....30

4.1.3 สถานภาพ.....30

4.1.4 ระดับการศึกษา.....30

4.1.5 อาชีพ.....31

4.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....32

4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของธนาคาร.....32

4.2.1 ธนาคารที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ.....32

4.2.2 บริการที่เลือกใช้กับธนาคารอื่น.....32

4.2.3 สาเหตุที่ใช้บริการกับธนาคารอื่นๆ.....33

4.3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของธนาคาร.....34

4.3.1 สาเหตุการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิช จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี).....34

4.3.2 การมีบัญชีธนาคาร.....34

4.3.3 ระยะเวลาในการเป็นลูกค้ากับธนาคาร.....35

4.3.4 ความถี่ในการใช้บริการ.....36

4.3.5 จำนวนครั้งในการใช้บริการ/สัปดาห์.....36

4.3.6 บริการที่ลูกค้าต้องการเพิ่มเติม.....37

4.3.7 ความคาดหวังในการให้บริการของธนาคาร.....37


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ.....37
4.4.1 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี).....37
4.4.2 ทดสอบสมมติฐาน.....40
4.4.3 การทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจจำแนกตามช่วงอายุ.....40
4.4.4 การทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจจำแนกตามระดับการศึกษา.....40
4.4.5 การทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจจำแนกตามอาชีพ.....41
4.4.6 การทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....42
4.4.7 การทดสอบความแตกต่างของระดับความสัมพันธ์ตามระยะเวลาในการเป็นลูกค้า.....45

บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ.....46
5.1 สรุป.....46
5.2 ข้อเสนอแนะ.....47
5.3 ข้อเสนอแนะในกรณีการศึกษาครั้งต่อไป.....47

บรรณานุกรม.....48

ภาคผนวก.....51
ภาคผนวก แบบสอบถาม : การศึกษาความถึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี).....52

ประวัติผู้เขียน.....59

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญตาราง


| ตารางที่ | | หน้า |
|---|---|---|
| 4.1 | กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ | 29 |
| 4.2 | กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ | 30 |
| 4.3 | กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ | 30 |
| 4.4 | กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา | 31 |
| 4.5 | กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ | 31 |
| 4.6 | กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 32 |
| 4.7 | ธนาคารที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ | 33 |
| 4.8 | บริการที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้จากธนาคารอื่นนอกเหนือจากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) | 33 |
| 4.9 | สาเหตุที่ใช้ธนาคารอื่นนอกเหนือจากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) | 34 |
| 4.10 | สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการจากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) | 35 |
| 4.11 | การมีบัญชีธนาคารธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) | 35 |
| 4.12 | ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) | 36 |
| 4.13 | ความถี่ในการเข้าใช้บริการของธนาคารธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) | 36 |
| 4.14 | จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ/สัปดาห์ | 36 |
| 4.15 | บริการที่ลูกค้าต้องการเพิ่มเติมนอกเหนือจากที่ธนาคารมีให้บริการ | 37 |
| 4.16 | ความคาดหวังการให้บริการของธนาคาร | 38 |
| 4.17 | ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร | 38 |
| 4.18 | ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจ | 40 |
| 4.19 | ระดับความพึงพอใจบริการจำแนกตามช่วงอายุ | 41 |


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่ หน้า

4.20 ระดับความพึงพอใจบริการจำแนกตามระดับการศึกษา.....42
4.21 ระดับความพึงพอใจในการบริการจำแนกตามอาชีพ.....43
4.22 ระดับความพึงพอใจบริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....44
4.23 ระดับความสัมพันธ์ จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคาร.....45

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญภาพ

ภาพที่ หน้า

2.1 แบบจำลองของพฤติกรรมผู้บริโภค.....7
2.2 ลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....8



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1
# บทนำ

## 1.1 ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ในปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจใดก็ตามจะต้องเผชิญกับการแข่งขันที่นับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้นเนื่องจากมีการรับเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการแข่งขันมากขึ้น ทุกองค์กรจึงต้องมีการพัฒนาองค์กรของตนให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งให้ได้ และยังต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ทันสมัยและเหนือกว่าคู่แข่งขัน เพื่อให้เกิดการเป็นผู้นำในธุรกิจที่องค์กรดำเนินงานอยู่ ธุรกิจด้านการธนาคารเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารพาณิชย์แห่งแรกที่เปิดดำเนินกิจการเกี่ยวกับธุรกิจธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยเมื่อวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2449 และได้มีการพัฒนาในเรื่องการให้บริการอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ในปี พ.ศ. 2551 ธนาคารไทยพาณิชย์ได้รับรางวัลจากสถาบันที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศมากมาย เช่น รางวัลธนาคารยอดเยี่ยม แห่งประเทศไทย จากนิตยสาร Asia Money ติดต่อกันเป็นปีที่ 4 รางวัลธนาคารที่ให้บริการธุรกรรมทางการเงินที่ดีที่สุดในประเทศไทยจากนิตยสาร The Asset ได้รับรางวัลธนาคารยอดเยี่ยมด้านธุรกิจตราสารหนี้ ธนาคารยอดเยี่ยมด้านบริการบริหารเงินเพื่อธุรกิจ ธนาคารยอดเยี่ยม ด้านบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จากนิตยสาร Finance Asia ได้รับรางวัลยอดเยี่ยม ด้านธรรมาภิบาลจากนิตยสาร Corporate Governance และรางวัลสุดยอดองค์กรที่น่าทำงาน จากสถาบัน Gallup (U.S.A) เป็นต้น รางวัลต่าง ๆ ดังกล่าวถือเป็นบทพิสูจน์ความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ และสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของธนาคารในฐานะผู้นำการให้บริการทางการเงินอย่างครบวงจรในประเทศไทย (The Premier Universal Bank)

ธนาคารไทยพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่มีขนาดใหญ่และมีบุคลากรประมาณ 18,000 คน ในปี 2551 แบ่งองค์กรออกเป็น 2 ส่วน คือสำนักงานใหญ่ และสาขาทั่วประเทศ โดยเป้าหมายและการดำเนินงานของสาขาต่างๆ จะได้รับมอบหมายจากสำนักงานใหญ่ ทำหน้าที่ในการควบคุมการดำเนินงานของสาขาเพื่อให้ได้ผลงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และยังทำหน้าที่ในการควบคุมดูแลพนักงานของธนาคาร โดยมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ดูแลคือ ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ส่วนหน่วยงานที่ดูแลสาขาของธนาคาร คือสำนักงานบริหารเครือข่ายสาขา ในปี 2551 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มีสาขาทั่วประเทศ ประมาณ 934 สาขา และในด้านการให้บริการด้านธุรกรรมทางการเงิน ของธนาคารในด้านต่าง ๆ ต้องมีการพัฒนาการให้บริการเพื่อสนองความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด เนื่องจากรายได้ของธนาคารมาจากการใช้บริการของลูกค้า ดังนั้นการมีผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายของธนาคาร สาขาต้องให้บริการแก่ลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารมากที่สุด โดยมีทางเลือกให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการของธนาคารมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา ไม่ใช่ว่ามาธนาคารเพื่อมาฝากหรือถอนเงินเท่านั้น การให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) ในช่วงเวลาที่ผ่านมา (2549-2551) มีผู้ใช้บริการมากขึ้นทั้งที่มีธนาคารอยู่ในห้างสรรพสินค้าบริเวณใกล้เคียง จึงสนใจการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการมาใช้บริการของธนาคารเพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขเป็นมาตรการในการกำหนดแผนงานในการให้บริการที่ดีที่สุด เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของธนาคารและเพื่อความเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี)

2. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี)

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี)

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านต่างๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี)

2. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี)

3. เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี)

4. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพของการให้บริการและช่วยลดปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานในองค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) ได้ศึกษาครอบคลุมการบริการต่างๆของธนาคารดังนี้

1. ศึกษาด้านระบบการให้บริการ
2. ศึกษาด้านกระบวนการให้บริการ
3. ศึกษาด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

เนื่องจากผู้เข้ารับบริการเข้าถึงระบบการให้บริการ กระบวนการ และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมากที่สุด

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 2
# แนวความคิดและทฤษฎี

ในการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร และงานวิจัยต่าง ๆ ดังจะได้เสนอตามลำดับ ดังนี้

## 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

มนุษย์มีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ทั้งด้าน ร่างกาย ความคิด ความต้องการ ในเรื่องต่างๆ สิ่งที่บุคคลหนึ่งชอบหรือพอใจ อาจเป็นสิ่งที่บุคคลหนึ่งไม่ชอบหรือไม่พอใจก็เป็นได้ ความชอบ ความพึงพอใจ ความไม่ชอบ หรือความไม่พอใจนั้นเป็นเรื่องของความคิดเห็นเป็นทัศนคติที่แต่ละบุคคลจะพึงรู้สึกกับสิ่งที่มากระทบกับตนเอง แอลเดอร์เฟอร์ (ไพฑูรย์ เริงกมล 2540 ,หน้า 14 ) กล่าวได้ว่าบุคคลจะพึงพอใจก็ต่อเมื่อความต้องการดังต่อไปนี้จะได้รับการตอบสนอง

1. ความต้องการด้านวัตถุเช่น อาหาร น้ำเงิน ค้าจ้าง ผลประโยชน์เกื้อกูลและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีกว่า
2. ความต้องการที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับเพื่อนร่วมงาน
3. ความต้องการความเจริญก้าวหน้าในอาชีพ

ความไม่พึงพอใจหมายถึง ทัศนคติในทางลบที่เกิดขึ้นในขณะปฏิบัติงาน หรือเมื่อได้ปฏิบัติแล้ว (ไพฑูรย์ เริงกมล. 2540 : 16)

ความพึงพอใจของลูกค้า(Customer Satisfaction) คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่เห็นหรือเข้าใจ กับความคาดหวังของบุคคล ดังนั้นระดับความพึงพอใจจึงเป็นฟังก์ชั่นของความแตกต่างระหว่างผลการทำงาน (ผล) ที่มองเห็นหรือเข้าใจ และความคาดหวังสามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับกล่าวคือหากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ไม่ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความไม่พอใจ หากการทำงานข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมพอใจ แต่ถ้าเกินกว่าความคาดหวังลูกค้ายิ่งพอใจมากขึ้นไปอีก (คู่แข่ง. 2541 : 48-49) ซึ่งการวัดความพึงพอใจของลูกค้ามีแนวทางดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539 : 18,20,21)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ระยะการติเตียนและการให้คำแนะนำ เพื่อเป็นการค้นหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของบริษัท

2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า จะใช้วิธีวิจัยตลาดเป็นการออกแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า โดยการให้คะแนนความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ

3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย เป็นการเชิญบุคคลที่คาดหวังว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัทคู่แข่ง

4. การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสีย จะวิเคราะห์ หรือ สัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ราคาสินค้าอื่น

## 2.2 การวัดความพึงพอใจ

การวัดความพึงพอใจของลูกค้ากระทำได้หลายวิธีได้แก่ ระบบคำติชมและข้อเสนอแนะ ตัวอย่างเช่น การออกแบบฟอร์มให้ลูกค้ากรอกของโรงแรม กล่องแสดงความคิดเห็น การส่งคนปลอมตัวเป็นลูกค้า (Ghost Shoping) ทั้งในองค์กรตนเองและคู่แข่ง การวิเคราะห์ลูกค้าเดิมที่ปฏิเสธการใช้บริการ และสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ปัจจุบันทำได้หลายวิธีย่อยลงไป เช่น การออกแบบสอบถาม การสัมภาษณ์โดยตรง การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ เป็นต้น โดยวิธีการสุ่มว่าลูกค้ามีความพึงพอใจมากน้อยแค่ไหน (คอทเลอร์ อ้างถึงใน พีระพงศ์ เผือกเหลือง. 2545: 40)

ไลเคินท์ (Likert) ได้สร้างแบบวัดความพึงพอใจมีความสำคัญเท่ากันหมด คะแนนของผู้ตอบแต่ละคนคือ ผลรวมของคะแนนทุกข้อในแบบวัดความพึงพอใจ Likert เห็นว่าผู้ที่มีความพึงพอใจที่ดีต่อสิ่งใดก็ย่อมจะมีโอกาสตอบเห็นด้วยกับข้อความที่สนับสนุนสิ่งนั้นจะมีมาก และโอกาสที่จะตอบเห็นด้วยกับข้อความที่ต่อต้านสิ่งนั้นก็ย่อมจะมีน้อยในทำนองเดียวกันผู้ที่ไม่พึงพอใจหรือมีทัศนคติในทางลบต่อสิ่งนั้น โอกาสที่จะตอบเห็นด้วยกับข้อความที่ต่อต้านสิ่งนั้นก็ย่อมจะมีมาก คะแนนรวมของทุกข้อจะเป็นเครื่องชี้ให้เห็นความพึงพอใจของผู้ตอบในแบบวัดความพึงพอใจแต่ละคน ดังนั้นความพึงพอใจจะวัดโดยตรงไม่ได้ แต่จะต้องวัดจากการแสดงออกในรูปของความคิดหรือภาษาพูดจึงใช้การวัดความพึงพอใจจากคำตอบว่าพอใจมากหรือน้อยกับข้อความในแบบวัดความพึงพอใจ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสิทธุ์. 2540: 185-188)

## 2.3 แนวคิดด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2533: 33-67)โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ และผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งได้เปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจ ดังภาพที่ 2.1

1. สิ่งกระตุ้น อาจเกิดเองภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นจากภายนอกนักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจทำให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจทำให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจด้านเหตุผลและใช้เหตุจูงใจซื้อด้านจิตวิทยา สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถที่จะควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งกระตุ้นเกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นด้านราคา สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย สิ่งกระตุ้นด้านส่งเสริมการตลาด

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ เป็นสิ่งที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่อาจทราบได้ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อนั้นได้รับอิทธิพลจากลักษณะและกระบวนการของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อมีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ คือ การรับรู้ปัญหาการค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ จะมีการตัดสินใจประเด็นต่าง ๆ คือ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อ การเลือกปริมาณการซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.1 แบบจำลองของพฤติกรรมผู้บริโภค

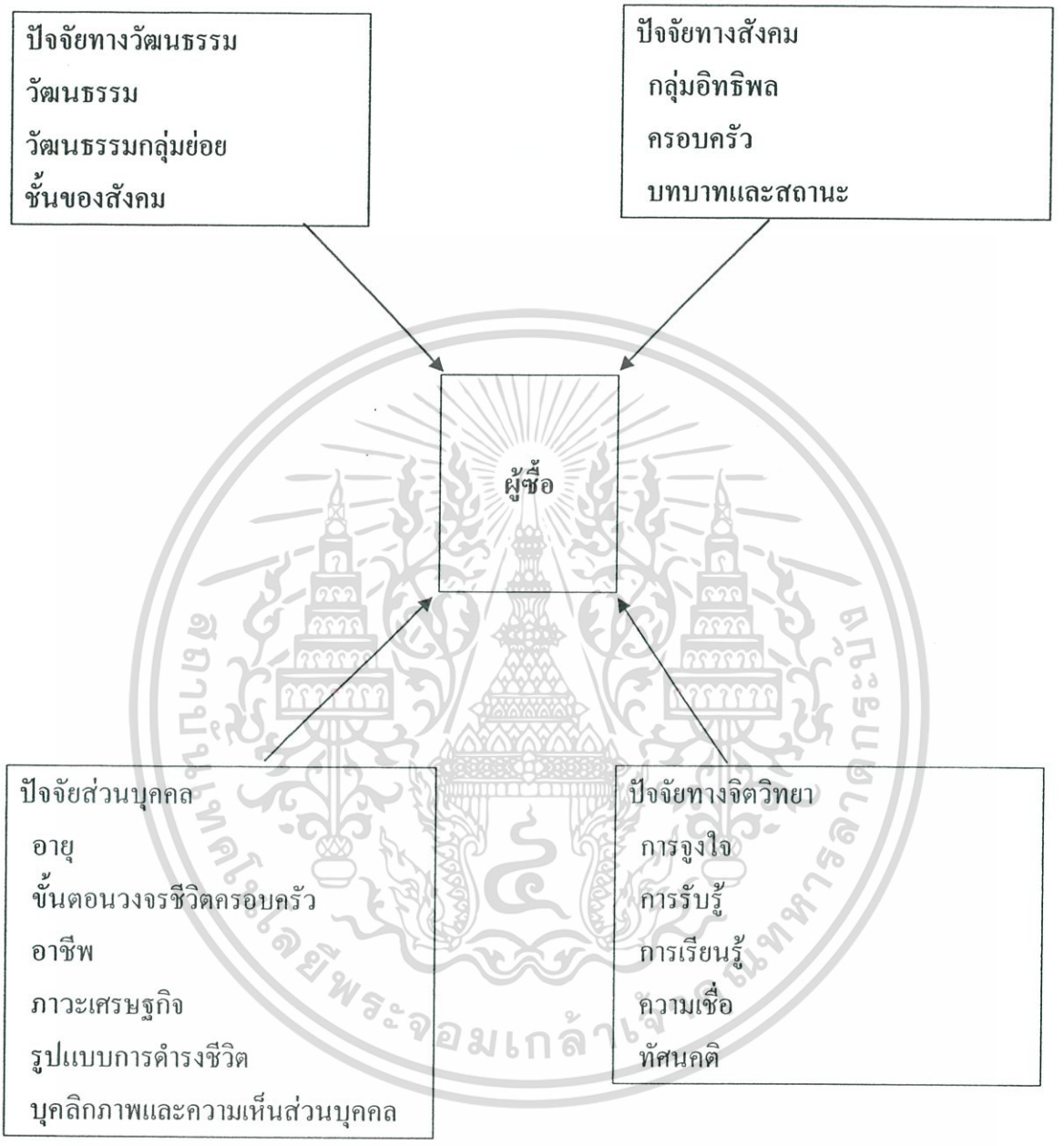
ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 107-121)

## 2.4 ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

เมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิด ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ งานของผู้ขายและนักการตลาด คือ ต้องค้นหาว่าลักษณะความนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากสิ่งใดบ้าง การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อเป้าหมายนั้นมีประโยชน์ คือ ทำให้ทราบความต้องการและลักษณะความต้องการของลูกค้าเพื่อที่จะจัดส่วนประสมการตลาดต่างๆ ให้สามารถกระตุ้นและตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้อย่างถูกต้อง โดยลักษณะของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัย 4 ด้าน คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ดังภาพที่ 2.2




ภาพที่ 2.2 ลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค
ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2533 : 180-196)

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม(Cultural factors)วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน บุคคลจะเรียนรู้วัฒนธรรมของเขาภายใต้กระบวนการทางสังคม วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งแบ่งออกเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน(Cultural) เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมการซื้อของบุคคล

1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย(subcultural)หรือขนบธรรมเนียมประเพณีมีรากฐานมาจากเชื้อชาติ ศาสนา สีผิว พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน ทำให้วัฒนธรรมย่อยแต่ละละกลุ่มมีพฤติกรรมการซื้อ และการบริโภคสินค้าแตกต่างกัน ในกลุ่มเดียวกันอาจมีพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

1.3 ชั้นของสังคม (social class) การจัดลำดับบุคคลในสังคมออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ที่ มีลักษณะคล้ายคลึงกันจากระดับสูงไประดับต่ำ สิ่งที่นำมาใช้แบ่งชั้นทางสังคมคือ อาชีพ ฐานะรายได้ วงศ์ตระกูล หรือ ชาติกำเนิด ตำแหน่งหน้าที่ บุคลิกลักษณะของบุคคล การศึกษาชั้นของสังคมจะไปเป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาดและกำหนดตลาดเป้าหมาย กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และศึกษาความต้องการของตลาดเป้าหมาย รวมทั้งจัดส่วนผสมทางการตลาดให้สามารถสนองความต้องการให้ถูกต้อง

2. ปัจจัยทางสังคม (social factros) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

2.1 กลุ่มอ้างอิง (reference groups) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อ ทัศนคติ ความคิดเห็นค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง ซึ่งกลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มทางด้านการเลือกพฤติกรรมและการดำเนินชีวิต รวมทั้งทัศนคติและแนวความคิดของบุคคล เนื่องจากบุคคลที่ต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มจึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นต่างๆจากกลุ่มอิทธิพล นักการตลาดควรทราบว่ากลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นอย่างไร

2.2 ครอบครัว (family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล ซึ่งมีอิทธิพลต่อ การซื้อของครอบครัว

2.3 บทบาทและสถานะ(roles and statuses)บุคคลที่เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นๆ หลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์การ และสถาบันต่างๆบุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ดังนั้นจึงต้องทำการวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาทเป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้มีอิทธิพลในการซื้อ ผู้ทำการตัดสินใจหรือผู้ใช้

3. ปัจจัยบุคคล (personal factors) การตัดสินใจของผู้ได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนในด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ วัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพและแนวความคิดส่วนบุคคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักการตลาดต้องพยามยามค้นหาบุคลิกลักษณะของบุคคลต่าง ๆ เพื่อบรรลุเป้าหมายทางการตลาด และนักการตลาดจะต้องใช้ลักษณะเหล่านี้ปรากฏในตัวสินค้าเพื่อแสดงลักษณะของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ในการโฆษณาสินค้า

4. ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological Characteristics) การเลือกซื้อของบุคคลที่ได้รับอิทธิพลจากกระบวนการทางจิตวิทยาคือ แรงจูงใจ ความเข้าใจ ความรับรู้ ความเชื่อ ทัศนคติ และการเรียนรู้

4.1 การจูงใจ (Motivation) เป็นวิธีการที่จะชักนำพฤติกรรมของบุคคลให้ปฏิบัติ ตามวัตถุประสงค์ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือสิ่งกระตุ้น การจูงใจมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ (Need)โดยอาศัยสิ่งจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นทางการตลาด การจัดสิ่งกระตุ้นจำเป็นต้องศึกษาความต้องการทางร่างกาย ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ นอกจากนี้มนุษย์ยังมีความต้องการทางด้านจิตใจ ซึ่งเป็นสถานะด้านจิตใจซึ่งเป็นสถานะทางจิตวิทยา เช่น ความต้องการทางด้านความเชื่อถือ ความรักและอื่นๆ ความต้องการเหล่านี้จะกระตุ้นให้เกิดขึ้นอย่างรุนแรง และมีสิ่งชักจูงให้บุคคลหาสิ่งบำบัดความต้องการของตน

4.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือก จัดประเภท ตีความและรับรู้ข้อมูลที่ได้รับ บุคคลที่ถูกกระตุ้นให้ตัดสินใจจะมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน

4.3 การเรียนรู้ (Learning) เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และจะเกิดการตอบสนอง (Response) ต่อสิ่งกระตุ้นนั้น นักการตลาดจะใช้แนวคิดนี้ด้วยการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีก (เป็นสิ่งกระตุ้น) เพื่อให้เกิดการซื้อและใช้สินค้าประจำวัน (เป็นการตอบสนอง) การเรียนรู้เกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง เช่นทัศนคติ ความเชื่อถือ และประสบการณ์

4.4 ความเชื่อถือ (Beliefs) เป็นความคิดซึ่งบุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.5 ทัศนคติ (Attitude) เป็นการประเมินผลการรับรู้ทั้งด้านพอใจและไม่พอใจซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ เช่น ศาสนา การเมือง เสื้อผ้า ดนตรี อาหารและอื่น ๆ ดังนั้นนักการตลาดจะต้องนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในทัศนคติของบุคคล เช่นเสนอผลิตภัณฑ์ที่ไม่ขัดแย้งต่อกฎเกณฑ์ทางวัฒนธรรมและทางสังคม เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ

ศิริวรรณ และ คณะ (2541: 96-98) ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอนในการตัดสินใจประกอบด้วย

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Needs Recognition) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) เป็นการที่บุคคลจะรับรู้ถึงความต้องการภายในของตนซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือจากสิ่งกระตุ้น เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ ความเจ็บปวด ฯลฯ ซึ่งรวมถึงความต้องการของร่างกาย(Physiological Needs) สิ่งเหล่านี้ระดับหนึ่งจะกลายเป็นกระตุ้น โดยบุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีการที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีต ทำให้เขารู้ว่าจะตอบสนองสิ่งกระตุ้นอย่างไร

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) หากความต้องการของบุคคลถูกกระตุ้นมากพอและสิ่งที่สามารถสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภคประกอบด้วย 5 กลุ่ม คือ

2.1 แหล่งบุคคล (Perception Sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จัก ฯลฯ

2.2 แหล่งการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ สื่อการโฆษณา พนักงานงานขาย ตัวแทนการค้า การบรรจุภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้า ฯลฯ

2.3 แหล่งชุมชน (Public Sources) ได้แก่ สื่อมวลชน องค์การ คุ้มครองผู้บริโภค ฯลฯ

2.4 แหล่งประสบการณ์ (Experiential Sources)

2.5 แหล่งทดลอง (Experimental) ได้แก่ หน่วยงานที่ทำการสำรวจคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ หรือหน่วยวิจัยภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์ตรงของผู้บริโภคในการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) หลังจากผู้บริโภคได้รับข้อมูลต่างๆ แล้ว ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่างๆ นักการตลาด จำเป็นต้องรู้วิธีต่างๆที่ผู้บริโภคใช้ประเมินทางเลือก การประเมินผลไม่ใช่สิ่งที่ง่าย และไม่ได้เป็นกระบวนการเดียวที่ใช้กับผู้บริโภคทุกคน และไม่ได้เป็นของผู้ซื้อคนใดคนหนึ่งในทุกสถานการณ์การซื้อกระบวนการประเมินผลพฤติกรรมผู้บริโภคดังนี้

3.1 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Product Attributes) ผู้บริโภคควรจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณสมบัติอะไรบ้าง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ในความรู้สึกของผู้ซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะแตกต่างกัน

3.2 ผู้บริโภคให้น้ำหนักความสำคัญแก่คุณสมบัติผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน นักการตลาดต้องพยายามค้นหาและจัดอันดับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 ผู้บริโภคมีการพัฒนาความเชื่อเกี่ยวกับตราสินค้า เนื่องจากความเชื่อของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภค และความเชื่อถือเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ตราต่างๆ

4. การตัดสินใจ (purchase decision) จากการประเมินทางเลือกต่างๆแล้ว ผู้บริโภคจะสามารถกำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นทางเลือกโดยทั่ว ๆไปผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด

5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ (postpurchase feeling) หลังที่ได้ตัดสินใจซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์แล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ซึ่งนักการตลาดจะต้องพยายามทราบถึงระดับความพอใจ

## 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

การบริการ (services) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า ซึ่งสามารถอธิบายลักษณะของการบริการได้ 4 ประเภท คือ

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะต้องพยายามว่างกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพ ประโยชน์จากการบริการที่จะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมันในการซื้อในแง่ของสถานที่ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา โดยสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อนั้นสามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น

2. ไม่สามารถแยกการให้บริการ (inseparability) การให้บริการเป็นการผลิต และ การบริโภคในเวลาเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นบริการแทนได้เพราะต้องผลิตและบริโภคในขณะเดียวกัน ทำให้การขายบริการในวงจำกัดในเรื่องเวลา การให้บริการเพื่อแก้ปัญหาข้อจำกัดด้านเวลา โดยกำหนดมาตรฐานด้านเวลาการให้บริการให้รวดเร็ว เพื่อที่จะให้บริการได้มากขึ้นหรือจัดหาลูกค้าในรูปของกลุ่มตัวแทนการให้บริการเดี่ยว หรือใช้เครื่องมือต่างๆเข้าช่วย

3. ไม่มีความแน่นอน (variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร ที่ไหนและอย่างไร ในแง่ของผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพโดยทำได้ 2 ขั้นตอนคือ

1. ตรวจสอบ คัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งต้องมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยเน้นการใช้การรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้า และการเปรียบเทียบ ซึ่งทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงการบริการได้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) การบริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา คือบริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

ดังนั้นในเรื่องการบริการจะต้องยึดหลักการให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการที่ตรงเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า

## 2.7 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ

Millet (อ้างใน ธนพร ชุมวรฐายี, 2539:11) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ (Service Satisfaction) โดยพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้ คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่า คนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับ การปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Time Service) หมายถึง การให้บริการต่อลูกค้าสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพเลย ถ้าไม่มีการตรงเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The Right Quantity at the Right Geographical Location) Millet เห็นว่าความเสมอภาคหรือการตรงเวลา จะไม่มีความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลักไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้บริการหรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Fitzgerald and Durant (อ้างใน ธนพร ชุมวรฐายี. 2539: 12) ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการสาธารณะ (Public Service Satisfaction) ว่าเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของหน่วยงานการปกครองท้องถิ่น โดยมีพื้นฐานเกิดจากการรับรู้ (Perception) ถึงการส่งมอบการบริการที่แท้จริงและการประเมินผลนี้ก็จะแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ เกณฑ์ (Criteria) ที่แต่ละบุคคลตั้งไว้ รวมทั้งการตัดสิน (Judgement) ของบุคคลนั้นด้วย โดยการประเมินผลสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ

1. ด้านอัตวิสัย (Subjective) ซึ่งเกิดจากการได้รับรู้ถึงการส่งมอบการบริการ
2. ด้านวัตถุวิสัย (Objective) ซึ่งเกิดจากการได้รับปริมาณและคุณภาพของการบริการ

## 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มาริสา เนตรช่วงโชติ (2546) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย พาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาลพบุรี วัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาระดับความพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร ทหารไทย พาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาลพบุรี และเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีสถานภาพต่างๆ กัน โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการ จำนวน 400 คน และนำข้อมูลดังกล่าวไปวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยใช้ค่าสถิติร้อยล่ะ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ t-test และF-test โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุระหว่าง 36-45 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5001-10000 บาท ระยะเวลาการเป็นลูกค้าน้อยกว่า 3 ปี ในด้านระดับความพึงพอใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่ออาคารสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับปานกลางและส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากในด้าน ความไว้วางใจในการปฏิบัติงาน ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ความเชื่อมั่นในความรู้บุคลิกภาพและอัธยาศัยไมตรี นอกจากนั้นผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของกลุ่มตัวอย่างไม่ทำให้ความพึงพอใจต่อการใช้บริการแตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษา อาชีพ มีผลทำให้ความพึงพอใจต่อการใช้ริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาลพบุรี ควรให้ความสำคัญในด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ตลอดจนถึงการบริการด้านจำนวนบุคลากร และงานฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดารุณี งามวิทยานนท์ (2547) ศึกษาความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีสถานภาพแตกต่างกัน โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการจำนวน 263 คน และนำข้อมูลไปวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการ ทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ t-test และF-test โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปีสถานภาพโสด มีอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ช่วงเวลาที่สะดวกใช้บริการคือ 13.01-15.30 น.ใช้บริการด้านฝากเงิน-ถอนเงิน มีความถี่ในการมาใช้บริการ นานๆครั้ง โดยกลุ่มตัวอย่างแสดงระดับความพึงพอใจมาก ด้านพนักงาน ด้านเวลา ด้านสถานที่ และด้านการให้บริการ สำหรับการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ และ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านพนักงานแตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านการให้บริการแตกต่างกัน

รัตน์ติญา ลอยวานิชย์ (2547) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าจากการใช้บริการสาขาย่อย ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในศูนย์ธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร การศึกษาครั้งนี้มี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มลูกค้าผู้มาใช้บริการสาขาย่อยธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)ในศูนย์ธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล และการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผล ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-14,999 บาท และมีความคาดหวังในการมาใช้บริการในด้านเวลาที่เปิดบริการมากกว่าสาขาปกติ โดยส่วนมากเลือกมาใช้บริการในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ในช่วงเวลา 18.00-20.00 น.และมีความถี่ในการใช้บริการไม่เกิน 5 ครั้ง ต่อเดือน ในด้านประเภทบริการ ปรากฏว่ามีการใช้บริการเงินด่วนอัตโนมัติมากที่สุด บริการธนาคารผ่านเคาน์เตอร์พบปัญหามากที่สุดในด้านการให้บริการล่าช้า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากในบริการเงินด่วนอัตโนมัติ บริการฝากเงินอัตโนมัติ และบริการบันทึกสมุดคู่ฝาก นอกจากนี้ยังพบว่าเพศและอายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านความถี่ในการใช้บริการทุกประเภทของสาขาย่อยธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในขณะที่อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านความถี่ในการใช้บริการเงินด่วนอัตโนมัติและบริการเงินฝากอัตโนมัติ รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านความถี่ในการใช้บริการเงินด่วนอัตโนมัติและบริการรับฝาก/ชำระ เงินด่วน ส่วนสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านความถี่ในการใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการธนาคารผ่านเคาน์เตอร์และบริการรับฝาก /ชำระเงินด่วน ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาในครั้งนี้คือ ธนาคารควรเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องอัตโนมัติ พร้อมทั้งมีพนักงานแนะนำลูกค้าในการใช้บริการเครื่องอัตโนมัติ ทั้งนี้เพื่อให้มีการใช้บริการเครื่องอัตโนมัติเพิ่มมากขึ้น และลดจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการผ่านเคาน์เตอร์ ซึ่งมีปัญหาในด้านความล่าช้าในการให้บริการ รวมทั้งควรมีการจัดการส่งเสริมการขายที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ควรมีการเพิ่มพนักงานในช่วงเวลาที่มีลูกค้ามาใช้บริการจำนวนมาก เพื่อให้สามารถรองรับกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจที่เพิ่มมากขึ้น

อภิญญา เศวตวาณิชกุล (2549) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขากาญจนบุรี การศึกษาครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวน 400 คน และนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้ค่าสถิติ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมุติฐาน โดยใช้ค่าสถิติ t-test, F-test และการทดสอบค่า LSD โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี สมรสแล้ว มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 – 20,000 บาท ส่วนในด้านระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ทั้ง 7 ด้าน พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ช่องทางการให้บริการ ด้านคุณภาพของพนักงานผู้ให้บริการ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ และด้านกระบวนการในการให้บริการ ความพึงพอใจอยู่ระดับมาก ส่วนด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นธนาคารควรให้ความสำคัญกับลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 16-25 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และมีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และธนาคารควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ในด้านการส่งเสริมการตลาดควรจัดให้มีพนักงานประชาสัมพันธ์ คอยแนะนำบริการแก่ลูกค้าและจัดให้มีพนักงานออกเดินสำรวจตลาดและเยี่ยมเยียนลูกค้าแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และบริการของธนาคาร อย่างน้อยเดือนละครั้ง ข้อเสนอแนะจากการศึกษา คือ ควรปรับปรุงด้านสถานที่ช่องทางการให้บริการ ในเรื่องการจัดสถานที่จอดรถให้เป็นระเบียบ และให้เพียงพอกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดควรให้มีประชาสัมพันธ์แนะนำขั้นตอนในการใช้บริการภายในที่ทำการสาขาทุกวัน และควรเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายที่มากขึ้นครอบคลุมทั้งพื้นที่ และระยะเวลาการให้บริการให้มากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง


## 2.9 วิธีการศึกษา

### 2.9.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.9.1.1 ขอบเขตด้านประชากร

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะศึกษาเฉพาะลูกค้าผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) ซึ่งจะเก็บข้อมูลโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง โดยแจกแบบสอบถามในวันและเวลาทำการของธนาคาร

2.9.1.2 ขนาดตัวอย่าง

ประชากรสำหรับการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ลูกค้าที่เข้าใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) และเนื่องจากไม่ทราบจำนวนของลูกค้าที่เข้าใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) ที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้วิธีการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างเพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องใช้ในการศึกษา

สูตรการหาจำนวน n ของ William G.Zikmund (กัลยา , 2544 : 96)

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

โดย n แทน จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

Z แทน ค่าสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ (การวิจัยครั้งนี้กำหนด Z ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 คือ Z มีค่าเท่ากับ 1.96)

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (ในที่นี้กำหนด e = 0.05)

p แทน สัดส่วนของลูกค้าที่เข้าใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) (เนื่องจากผู้ศึกษาไม่สามารถคาดคะเนสัดส่วนของประชากรในเชิงบวกได้จึงกำหนดให้ p = 0.50)

เมื่อแทนค่าตัวแปรในสมการจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{(1.96)^2 0.50(1-0.50)}{(0.05)^2}$$

$$n = 0.9604$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
104494

$$n = \frac{(1.96)^2 0.50(1-0.50)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 385$$

แต่ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บแบบสอบถามจำนวน 393 ราย เผื่อความผิดพลาด

**2.9.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม ที่สร้างจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและผลงานที่เกี่ยวข้อง ในการใช้แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

**ส่วนที่ 2** พฤติกรรมใช้บริการของธนาคาร ได้แก่ ประเภทของการเข้าใช้บริการของธนาคาร เหตุผลการเลือกใช้บริการ

**ส่วนที่ 3** พฤติกรรมการใช้บริการของธนาคาร ได้แก่ เหตุผลสำคัญในการเลือกใช้บริการ พฤติกรรมการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการ ประเภทของธุรกรรมที่ใช้บริการ

**ส่วนที่ 4** ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี)

**2.9.3 การวิเคราะห์ข้อมูล**

การศึกษาครั้งนี้ได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิธีการดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล (Editing) จากการเก็บตัวอย่าง 393 ตัวอย่าง

2. เตรียมข้อมูลนำเข้า (Data Input) โดยจัดทำสมุดคู่มือลงรหัส (Code Book) กำหนดตัวแปร และนำข้อมูลที่ได้ไปลงรหัส (Coding) ตามแนวทางที่กำหนดไว้ในสมุดคู่มือลงรหัส (Code Book) นำข้อมูลที่ได้ลงรหัส ไปวิเคราะห์ประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สรุปผลข้อมูลที่ได้ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าทางสถิติต่างๆ ดังนี้

2.1 การแจกแจงความถี่ (Frequency) และอัตราส่วนร้อยละ(Percentage) ใช้ในการเปรียบเทียบปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 การทดสอบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)ใช้เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) สำหรับการวัดค่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้มาตรวัดแบบลิเคอร์ท (Likert Scale) (อภินันท์ จันคะนี,2538:26 และ พันธิภา ตนะกุล,2545:22) มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนนระดับ 5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

คะแนนระดับ 4 หมายถึง พึงพอใจมาก

คะแนนระดับ 3 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

คะแนนระดับ 2 หมายถึง พึงพอใจน้อย

คะแนนระดับ 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

การแปลความ ค่าเฉลี่ย ผู้ศึกษาใช้เกณฑ์จำแนกตามช่วงของระดับคะแนน ซึ่งกำหนดอันตรภาคชั้นเท่ากัน จากสูตรคำนวณดังต่อไปนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.8$$

ซึ่งจะได้ช่วงของระดับความพึงพอใจของคะแนนดังนี้

| | | | |
|---|---|---|---|
| ค่าเฉลี่ย | 4.21 – 5.00 | หมายถึง | พึงพอใจมากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ย | 3.41 – 4.20 | หมายถึง | พึงพอใจมาก |
| ค่าเฉลี่ย | 2.61 – 3.40 | หมายถึง | พึงพอใจปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ย | 1.81 – 2.60 | หมายถึง | พึงพอใจน้อย |
| ค่าเฉลี่ย | 1.00 – 1.80 | หมายถึง | พึงพอใจน้อยที่สุด |

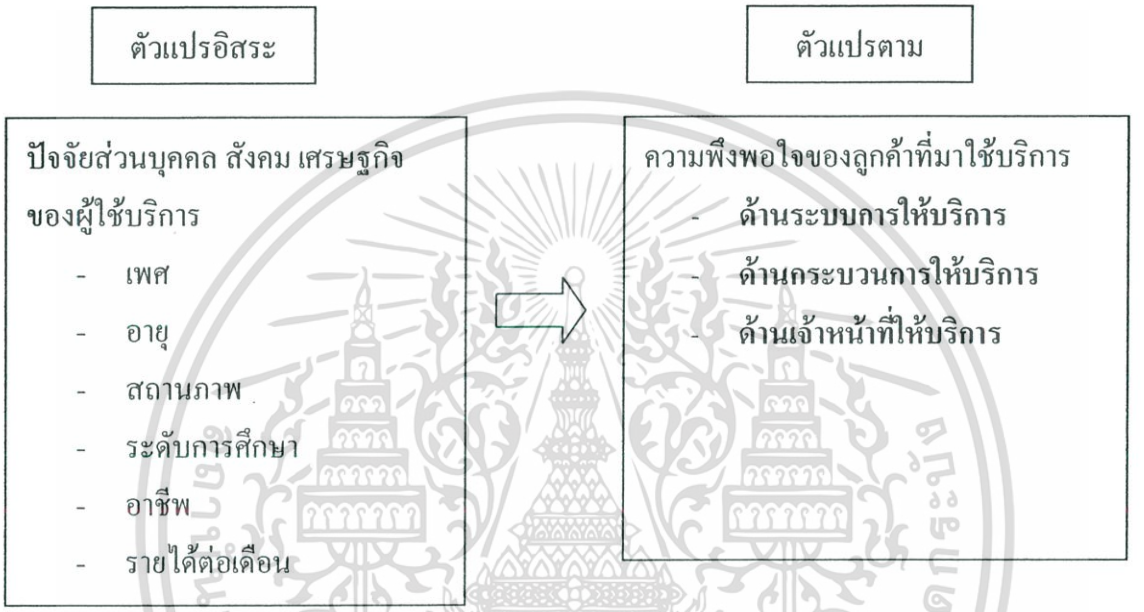
2.3 สำหรับการทดสอบสมมุติฐาน ซึ่งเป็นการวัดความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาใน การให้บริการลูกค้า มีผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) ปัจจัยการบริการทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน โดยใช้ค่าทางสถิติดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบค่า t-test เป็นการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม การทดสอบค่า F-test (One Way ANOVA) เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เป็นการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป

2.4 การศึกษาครั้งนี้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

## 2.10 กรอบแนวคิดในการวิจัย




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 3
# สภาพทั่วไปของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

## 3.1 ประวัติความเป็นมาของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นสถาบันการเงินแห่งแรกของคนไทย เริ่มดำเนินกิจการเมื่อ ปี พ.ศ. 2447 (ร.ศ.123) มีที่ทำการอยู่ที่ตึกแถวของพระคลังข้างที่ ณ ตำบลบ้านหม้อ ในชื่อ "บุคคลัภย์" โดยพระเจ้าน้องยาเธอกรมหมื่นมหิศรราชหฤทัย พระโอรสในพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงริเริ่มดำเนินกิจการธนาคารพาณิชย์เป็นการทดลองในนาม "บุคคลัภย์" (BOOK CLUB) บุคคลัภย์ได้ดำเนินกิจการเรื่อยมาจนวันที่ 30 มกราคม 2449 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้ตั้ง "บริษัท แบงก์สยามกัมมาจล ทุนจำกัด" นับเป็นธนาคารพาณิชย์แห่งแรกของคนไทย โดยได้รับพระราชทานตราอาร์มแผ่นดินให้เป็นตราประจำธนาคารด้วย

ต่อมาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงยกเลิกตราอาร์มแผ่นดินเปลี่ยนเป็นตราครุฑ ธนาคารจึงเปลี่ยนจากตราอาร์มมาเป็นตราครุฑ โดยมีข้อความจารึกพิเศษว่า "ตั้งโดยพระบรมราชานุญาต" อยู่ในแถบแพรเป็นกรณีพิเศษตั้งแต่นั้นมา บริษัท แบงก์สยามกัมมาจล ทุนจำกัด ได้ดำเนินการด้วยความเจริญรุดหน้ามาเป็นลำดับ และกิจการขยายตัวอย่างรวดเร็วในช่วงก่อนหน้าที่จะมีสงครามโลกครั้งที่ 2 ไม่นานนัก (พ.ศ. 2482) ได้มีการเปลี่ยนชื่อจาก "สยาม" มาเป็น "ไทย" ส่งผลให้ชื่อของสถาบัน องค์กรต่าง ๆ ที่เคยใช้คำว่า "สยาม" ต้องปรับเปลี่ยนมาใช้คำว่า "ไทย" แทน เพื่อความสอดคล้องและเหมาะสม บริษัทแบงก์สยามกัมมาจล ทุนจำกัด จึงเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น "ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด" เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการณ์และยุคสมัย นับตั้งแต่วันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2482 โดยมีสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์และกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่

ธนาคารไทยพาณิชย์ได้ดำเนินกิจการรุดหน้าไปด้วยดี และเป็นรากฐานให้กับระบบธนาคารไทย จนมีธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ เกิดขึ้นอีกมากมายหลายธนาคาร จวบจนกระทั่งปี 2514 ธนาคารไทยพาณิชย์ จึงได้ขยายงานรองรับความเจริญเติบโตโดยย้ายสำนักงานใหญ่จากตำบลตลาดน้อย มาอยู่ที่ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ซึ่งเป็นถนนสายธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ในขณะนั้นจากบทบัญญัติของธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ต้องการให้ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ในประเทศไทย ที่นำเอาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาใช้ ไม่ต้องประสบปัญหาในการดำเนินงานจนกระทบกระเทือนต่อลูกค้าของธนาคาร ถ้าศูนย์คอมพิวเตอร์หลักของแต่ละธนาคารเกิดขัดข้องจนไม่สามารถใช้งานได้ ธนาคารแห่งประเทศไทยจึงกำหนดให้ธนาคารพาณิชย์ทุกธนาคารมีศูนย์คอมพิวเตอร์สำรอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธนาคารไทยพาณิชย์จึงได้ดำเนินการสร้างศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ ธนาคารไทยพาณิชย์ ถนนแจ้งวัฒนะ ขึ้นและมีพิธีเปิดอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2535 ต่อมาในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2536 ธนาคารไทยพาณิชย์ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเปลี่ยนชื่อให้สอดคล้องกับสถานภาพ โดยใช้ชื่อว่า "ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)" และใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า "SIAM COMMERCIAL BANK PUBLIC COMPANY LIMITED" ซึ่งเป็นชื่อที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ธนาคารไทยพาณิชย์ ยังคงดำเนินงานภายใต้ปณิธานอันแน่วแน่ด้วยคุณภาพควบคู่คุณธรรม และด้วยวิสัยทัศน์อันก้าวไกลในการปรับตัวเพื่อเตรียมพร้อมสู่ยุคเศรษฐกิจ และนโยบายการก้าวสู่ระดับมาตรฐานสากล โครงการไทยพาณิชย์ ปาร์ค พลาซ่า จึงถือกำเนิดขึ้นพร้อมกับสำนักงานใหญ่แห่งใหม่ของธนาคารไทยพาณิชย์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในโครงการฯ ที่มีทั้งความสวยงามทันสมัยสมบูรณ์พร้อมด้วยเทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวก ตั้งอยู่บริเวณถนนรัชดาภิเษก ใกล้สี่แยกรัชโยธิน โดยเปิดอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2539 นับเป็นเวลาเกือบศตวรรษที่ผ่านมา ที่ธนาคารไทยพาณิชย์แห่งนี้ได้รับพระราชทานพระบรมราชานุญาตให้ตั้ง "บริษัทแบงก์สยามกัมมาจล ทุนจำกัด" นับเป็นธนาคารพาณิชย์แห่งแรกของคนไทยตราบจนปัจจุบัน ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มิได้มุ่งเพียงการดำเนินธุรกิจในฐานะที่เป็นธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งแรกเท่านั้น หากแต่ยังอุทิศตนเต็มความสามารถเพื่อสร้างความมั่นคง และความเจริญก้าวหน้าแก่ระบบการเงิน การธนาคาร และเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ดังปณิธานของธนาคาร 6 ประการ ที่ได้ยึดมั่นเสมอมาว่า

1. มุ่งมั่นต่อการให้บริการที่เป็นเลิศ
2. ยึดมั่นต่อการทำงานร่วมกัน
3. เชื่อมั่นในคุณค่าของคน
4. ตั้งมั่นต่อการบริหารด้วยคุณภาพและความชอบธรรม
5. ยึดมั่นในความซื่อสัตย์ ซื่อตรง และมีวัฒนธรรมที่ดีงาม
6. ถือมั่นต่อการมีส่วนร่วมในสังคมและประเทศชาติ

ด้วยมุ่งมั่นต่อการให้บริการที่เป็นเลิศ ธนาคารไทยพาณิชย์ได้พัฒนาการบริการด้วยจิตสำนึกในการให้บริการที่ดี และเข้าใจความต้องการของลูกค้า ด้วยการริเริ่มและคิดค้นปรับปรุงกิจการทั้งในด้านเงินฝาก ด้านสินเชื่อ รวมทั้งบริการทางการเงินทุกประเภท เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ได้แก่ บริการบัตรเครดิต บริการการค้าต่างประเทศ บริการเสริมพิเศษอื่น ๆ ครบวงจรและสมบูรณ์แบบ รวมทั้งบริการอิเล็กทรอนิคส์แบงก์กิ้ง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอย่างครบวงจร ธนาคารไทยพาณิชย์ได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาให้บริการลูกค้า เริ่มด้วยการนำระบบบริการเงินด่วน ATM เข้ามาใช้บริการเป็นธนาคารแรก การวางรากฐานระบบธนาคารอิเล็คโทรนิคแบงก์กิ้งที่ลูกค้าสามารถใช้บริการต่าง ๆ ของธนาคารได้สะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าจะอยู่ที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไหน เวลาใดธนาคารไทยพาณิชย์พัฒนาเครือข่ายการบริการครอบคลุมทั่วประเทศ รวมทั้งรองรับความต้องการของลูกค้าได้ทั่วโลก จากปณิธานที่มุ่งมั่นให้บริการที่เป็นเลิศ ธนาคารได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9002 ครอบคลุมธุรกิจบริการของธนาคารด้วยมาตรฐานสากลและเป็นที่ยอมรับ ด้วยการประกาศรางวัลเกียรติคุณจากองค์กรและสถาบันต่าง ๆ เช่น รางวัล BEST COMMERCIAL BANK OF THAILAND รางวัล BANK OF THE YEAR รางวัลการบริหารองค์กรและคุณภาพ การให้บริการที่ประสบความสำเร็จมาอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นเครื่องประกันได้ถึงความพยายามที่ไม่เคยหยุดยั้ง

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ยังคงปรับปรุงบริการและการให้บริการแก่ประชาชนทั่วไปและพัฒนาการให้บริการเชิงรุก เพื่อให้ธนาคาร ก้าวไกล ทันสมัย ช่วยยกระดับคุณภาพอย่างต่อเนื่องตลอดไปและให้สามารถปฏิบัติงานได้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมหลัก ดังนี้

วิสัยทัศน์(Vision)

เราจะเป็น... “ธนาคารที่ลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน และสังคมเลือก”

พันธกิจ (Mission)

ธนาคารที่ให้บริการครบวงจรชั้นนำของประเทศ โดยมุ่งเน้นการให้บริการในตลาดการเงินกลุ่มลูกค้าหลักด้วยการใช้ประโยชน์อย่างสูงสุดจากเครือข่ายกลุ่มไทยพาณิชย์ และมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเต็มที่

ค่านิยมหลัก

มีคุณธรรม : โปร่งใส ซื่อสัตย์ มีจริยธรรม ทั้งในฐานะบุคคล และองค์กร

รับผิดชอบ : ยึดมั่นต่อคำสัญญา รับผิดชอบทุกการกระทำ

ทำงานเป็นทีม : ให้คุณค่าต่อความร่วมแรงร่วมใจ เราจะแข็งแกร่งที่สุดเมื่อร่วมมือกัน

บุคลากรนับเป็นหัวใจสำคัญในการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า ด้วยปณิธานที่ยึดมั่นต่อการทำงานร่วมกัน และเชื่อมั่นในคุณค่าของคน ธนาคารไทยพาณิชย์ส่งเสริมการเรียนรู้ การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาพนักงานให้เป็นทรัพยากรที่มีคุณภาพขององค์กร เป็นนักการธนาคารมืออาชีพ ที่มีความพร้อมซึ่งความรู้ ความสามารถ และทักษะทางธุรกิจสามารถให้คำแนะนำ ปรึกษาทางการเงินให้กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ธนาคารจึงได้ลงทุนสร้างศูนย์ฝึกอบรมที่สำนักงานใหญ่ ศูนย์ฝึกอบรมธนาคารไทยพาณิชย์ หาดตะวันรอน และศูนย์ฝึกอบรมธนาคารไทยพาณิชย์ เชียงใหม่ เพื่อพัฒนาพนักงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดในทุก ๆ ด้าน การตั้งมั่นต่อการบริหารด้วยคุณภาพและความชอบธรรม ถือเป็นอีกหนึ่งปณิธานที่องค์กรได้ยึดถือตลอดมา โดยมุ่งเน้นแนวทางการบริหารแบบมืออาชีพ สรรหาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อสร้างผลกำไรและประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้าและผู้ถือหุ้น ธนาคารไทยพาณิชย์ได้ยืนหยัดคู่กับคนไทยมาทุกยุคทุกสมัย ด้วยตระหนักถึงการมีส่วนร่วมในสังคมและประเทศ ธนาคารไทยพาณิชย์มุ่งมั่นต่อการส่งเสริมระบบเศรษฐกิจของไทย ให้สอดคล้องกับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นโยบายเศรษฐกิจการคลังและสังคมของประเทศ ภาวะที่ประเทศขาดแคลนเงินออม ธนาคารได้เร่งระดมเงินออมและการสนับสนุนสินเชื่อ เพื่อให้ประชาชนมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง และความจำเป็นในการพัฒนาวงจรด้านธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจขนาดกลาง หรือธุรกิจขนาดย่อม ธนาคารมุ่งมั่นที่จะให้บริการที่มีคุณภาพให้แก่ธุรกิจที่เป็นพื้นฐานสำคัญของประเทศ ในด้านสังคมธนาคารได้เล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาของเด็กและเยาวชน การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมการส่งเสริมคุณภาพชีวิตในทุกด้าน จากปณิธานและความมุ่งมั่นที่ดำเนินมากว่าหนึ่งศตวรรษ ด้วยการพัฒนาที่ไม่หยุดยั้งตามพันธกิจของธนาคาร วันนี้ธนาคารไทยพาณิชย์ไม่เป็นเพียงสถาบันการเงินที่อยู่คู่กับสังคมไทย เป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศเท่านั้น ธนาคารไทยพาณิชย์ยังมีวิสัยทัศน์ที่จะเป็นธนาคารที่ดีเลิศของคนไทย ควบคู่ไปกับภารกิจในการมุ่งสร้างคุณค่าบริการเพื่อลูกค้า สร้างผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น เสริมความมั่นคงให้พนักงาน และสืบสานคุณค่าสู่สังคมตลอดไป

## 3.2 นโยบายการกำกับดูแลกิจการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

คณะกรรมการธนาคารได้ตระหนักถึง ความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่จะเสริมสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ ซึ่งรวมถึงผู้ถือหุ้น ลูกค้า พนักงาน ตลอดจนสาธารณชน และเชื่อว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะช่วยเพิ่มมูลค่าแก่ผู้ถือหุ้น ดังนั้นคณะกรรมการจึงมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการให้การกำกับดูแลกิจการของธนาคารเป็นไปตามหลักการธรรมาภิบาล ที่กำหนดโดยหน่วยงานของทางการที่ควบคุมดูแลธนาคารในฐานะธนาคารพาณิชย์และบริษัทจดทะเบียน รวมทั้งหลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดีอื่นๆ ที่อาจมีมาตรฐานสูงกว่า ซึ่งคณะกรรมการพิจารณาแล้วเห็นว่าเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของธนาคาร

นโยบายการกำกับดูแลกิจการของธนาคารมีวัตถุประสงค์ เพื่อใช้เป็นหลักการในการกำกับดูแลกิจการของธนาคาร โดยมีเนื้อหาครอบคลุมหลักการเรื่องโครงสร้างการกำกับดูแล สิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย การประชุมผู้ถือหุ้น จริยธรรมทางธุรกิจ การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การควบคุมภายใน และการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร

นอกจากนี้ คณะกรรมการได้มอบหมายให้คณะกรรมการสรรหาค่าตอบแทนและธรรมาภิบาล กำหนดแผนปฏิบัติและมาตรการติดตาม เพื่อให้มีการปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ และประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบาย และปรับปรุงนโยบายดังกล่าว ให้มีความเหมาะสมอย่างสม่ำเสมอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**3.2.1 โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ**

ในการดำเนินการของธนาคารเพื่อให้บรรลุถึงวิสัยทัศน์ของธนาคารในการเป็น "ธนาคารที่ลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน และสังคมเลือก" คณะกรรมการมีภารกิจ และความรับผิดชอบตามที่ระบุไว้ในกฎหมาย และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น โดยคณะกรรมการได้แต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยเพื่อช่วยกำกับดูแลงานเฉพาะด้าน และกลั่นกรองงานดังกล่าวแทนคณะกรรมการ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของธนาคารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

**3.2.2 สิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย**

คณะกรรมการตระหนักถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ ที่จะให้แต่ละกลุ่มได้รับสิทธินั้นอย่างเต็มที่บนหลักการของความเป็นธรรม โดยการปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายและระเบียบต่างๆ รวมทั้งนโยบายของธนาคารที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ผู้ถือหุ้น ธนาคารมุ่งมั่นที่จะดำเนินงานให้มีผลประกอบการที่ดีและโดดเด่น โดยมีการเติบโตของกำไรอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งรักษาความเป็นผู้นำในตลาดหลักของธนาคาร ทั้งนี้เพื่อให้มูลค่าของธนาคารเพิ่มสูงขึ้นในระยะยาว

2. พนักงาน ธนาคารมุ่งมั่นที่จะสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดึงดูดและรักษาไว้ซึ่งพนักงานที่มีคุณภาพพร้อมทั้งจัดให้มีการพัฒนาความสามารถและทักษะที่จำเป็น เพื่อให้พนักงานได้พัฒนาศักยภาพและสามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

3. ลูกค้า ธนาคารมุ่งมั่นที่จะให้ลูกค้าของธนาคารได้รับบริการที่เปี่ยมด้วยคุณภาพและตรงกับความต้องการอย่างแท้จริง

4. สังคม ธนาคารตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และให้การสนับสนุนช่วยเหลือ และเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและชุมชนในทุกท้องที่ที่ธนาคารมีการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ

**3.2.3 การประชุมผู้ถือหุ้น**

คณะกรรมการได้ให้ความสำคัญกับการประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อผู้ถือหุ้นสามารถใช้สิทธิในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ ที่ได้นำเสนอในที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้อย่างเต็มที่ และสามารถเป็นช่องทางในการติดตามผลการทำงานของฝ่ายจัดการ ดังนั้นคณะกรรมการจึงมีนโยบายที่จะให้ผู้ถือหุ้นสามารถใช้สิทธิในการเข้าประชุมผู้ถือหุ้นได้อย่างเต็มที่ และมีข้อมูลครบถ้วน รวมทั้งให้มีการดำเนินการประชุมผู้ถือหุ้นเป็นไปอย่างถูกต้องตามข้อกำหนดของกฎหมายคณะกรรมการจัดให้มีการประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปีภายใน 4 เดือน นับจากวันสิ้นสุดรอบปีบัญชี ธนาคารจะจัดส่งหนังสือบอกกล่าวเชิญประชุมรายละเอียดวาระการประชุม ซึ่งระบุข้อเท็จจริงและเหตุผล พร้อมทั้งความเห็นของคณะกรรมการสำหรับแต่ละวาระ รวมทั้งเอกสารประกอบวาระการประชุม และเอกสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประกอบการเข้าร่วมประชุมให้แก่ผู้ถือหุ้น ได้พิจารณาล่วงหน้าก่อนการประชุมอย่างน้อย 14 วัน เพื่อทำให้ผู้ถือหุ้นมีข้อมูลและเวลาเพียงพอในการพิจารณาลงมติในแต่ละวาระการประชุมในระหว่างการประชุม นอกจากเอกสารประกอบการประชุมแล้ว ธนาคารจะนำเสนอข้อมูลในระบบวีดีทัศน์ เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้รับความสะดวกมากขึ้น รวมทั้งได้จัดให้มีการแปลเป็นภาษาอังกฤษระหว่างการประชุม เพื่อให้ผู้ถือหุ้นต่างชาติสามารถเข้าร่วมประชุมได้ และประธานในที่ประชุมจะเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสอบถาม แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ อย่างเท่าเทียมกัน และกรรมการและผู้บริหารที่เกี่ยวข้องจะตอบคำถาม รวมทั้งให้ข้อมูลต่าง ๆ ตามที่ผู้ถือหุ้นร้องขออย่างครบถ้วน ภายหลังจากการประชุมเสร็จสิ้น ธนาคารจะจัดทำบันทึกรายงานการประชุม และบันทึกการออกเสียงในแต่ละวาระอย่างละเอียด และนำส่งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยภายใน 14 วัน

**3.2.4 จริยธรรมทางธุรกิจ**

คณะกรรมการธนาคารได้จัดทำข้อกำหนดจริยธรรมสำหรับคณะกรรมการธนาคาร โดยมุ่งที่จะปฏิบัติตามมาตรฐานด้านจริยธรรมที่สูงที่สุดเพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ จริยธรรมกรรมการครอบคลุมหลักการสำคัญที่กรรมการธนาคารต้องปฏิบัติ อาทิ ความซื่อสัตย์และคุณธรรม ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และการปฏิบัติตามข้อกฎหมาย นอกจากนี้ธนาคารได้จัดทำข้อกำหนดจรรยาบรรณพนักงาน เพื่อใช้เป็นหลักปฏิบัติสำหรับผู้บริหาร พนักงานของธนาคาร และกลุ่มบริษัทธนาคารไทยพาณิชย์ที่จะประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ถูกต้อง ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ระมัดระวัง และรับผิดชอบ เพื่อร่วมกันสร้าง และรักษาความเชื่อถือและความไว้วางใจของลูกค้า ผู้ถือหุ้น และสาธารณชน

**3.2.5 การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์**

คณะกรรมการธนาคารได้รับทราบการดำเนินการของธนาคารในการกำหนดนโยบายขั้นตอนการอนุมัติ ดำเนินการรายการที่เกี่ยวโยงกัน และรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ดังนี้

การดำเนินธุรกรรมที่พิจารณาแล้วว่าเป็นรายการที่เกี่ยวโยงกันตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ จะต้องมีการปฏิบัติตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์อย่างถูกต้อง และครบถ้วน ธนาคารมีนโยบายการทำรายการระหว่างกัน ที่ยึดหลักการประกอบธุรกรรมตามปกติ โดยมีการคิดราคาระหว่างกันตามเงื่อนไขเช่นเดียวกับลูกค้าทั่วไป ตลอดจนรายได้และค่าใช้จ่ายต่างๆ ของรายการที่เกิดขึ้นกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง เป็นไปตามราคาตลาดยุติธรรม (Fair Market Value) ธนาคารมีนโยบายให้การให้สินเชื่อหรือลงทุนในกิจการที่มีผลประโยชน์เกี่ยวข้อง และผู้ถือหุ้นต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย กล่าวคือ ต้องไม่ให้สินเชื่อหรือลงทุนในปริมาณเกินสมควร และไม่มีเงื่อนไขหรือข้อกำหนดพิเศษผิดไปจากปกติ การให้สินเชื่อหรือลงทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กำหนดให้ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในการเปิดเผยข้อมูลต่อผู้ถือหุ้น นักลงทุน นักวิเคราะห์หลักทรัพย์ ประกอบด้วยนายกกรรมการ ประธานกรรมการบริหาร กรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหารสูงสุดของกลุ่มการเงิน และผู้จัดการสายนักลงทุนสัมพันธ์

## 3.3 ผลประกอบการของธนาคารไทยพาณิชย์ ปี 2551

จากรายงานข่าวประชาสัมพันธ์ วันที่ 19 มกราคม 2551 ได้สรุปผลประกอบการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ไว้ดังนี้ ธนาคารมีอัตราส่วนเงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยงในระดับที่สูงถึงร้อยละ 16.3 มีกำไรสุทธิปี 2551 จำนวน 21,414 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.4 จากปี 2550 ซึ่งฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง เป็นผลจากการที่ธนาคารให้ความสำคัญในเรื่องการบริหารจัดการด้านความเสี่ยงและผลตอบแทนอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ รายได้รวมของธนาคารปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.9 จากปี 2549 ขณะที่สินเชื่อด้อยคุณภาพปรับตัวลดลงอยู่ที่ร้อยละ 5.1 ธนาคารได้ให้ความสำคัญในเรื่องการบริหารความเสี่ยงและผลตอบแทนอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยสุทธิ (NIM) ปรับตัวขึ้นถึงร้อยละ 0.13 มาอยู่ที่ร้อยละ 3.93 ณ สิ้นปี 2551

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 4
# ผลการศึกษา

ผลการศึกษา "การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี)" จากข้อมูลปฐมภูมิ โดยวิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างเฉพาะลูกค้าผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) จำนวนทั้งสิ้น 393 ตัวอย่าง

ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างต่อธนาคารทั่วไป

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างต่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี)

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี)

## 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษา สรุปข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ดังนี้

### 4.1.1 เพศ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 393 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.89 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 49.11 (ตารางที่ 4.1)

**ตารางที่ 4.1** กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| หญิง | 200 | 50.89 |
| ชาย | 193 | 49.11 |
| รวม | 393 | 100.00 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**4.1.2 อายุ**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.95 รองลงมามีอายุระหว่าง 31 -40 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.11 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.92 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.63 มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.34 และมีอายุ 60 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ2.04 (ตารางที่ 4.2)

**ตารางที่ 4.2** กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ต่ำกว่า 20 ปี | 30 | 7.63 |
| 20 – 30 ปี | 157 | 39.95 |
| 31 – 40 ปี | 138 | 35.11 |
| 41 – 50 ปี | 39 | 9.92 |
| 51 – 60 ปี | 21 | 5.34 |
| 60 ปีขึ้นไป | 8 | 2.04 |
| รวม | 393 | 100.00 |

**4.1.3 สถานภาพ**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 51.40 รองลงมามีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกันร้อยละ 44.78 และสถานภาพหม้าย/แยกกันอยู่/หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 3.82 (ตารางที่ 4.3)

**ตารางที่ 4.3** กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

| สถานภาพ | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| โสด | 202 | 51.40 |
| สมรส/อยู่ด้วยกัน | 176 | 44.78 |
| หม้าย/แยกกันอยู่/หย่าร้าง | 15 | 3.82 |
| รวม | 393 | 100.00 |

**4.1.4 ระดับการศึกษา**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 46.82 รองลงมามีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 25.45 มีการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 22.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีการศึกษาระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 2.80 มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 1.27 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาเอก ร้อยละ 1.02 (ตารางที่ 4.4)

**ตารางที่ 4.4** กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ต่ำกว่ามัธยมศึกษา | 89 | 22.65 |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. | 184 | 46.82 |
| อนุปริญญาหรือเทียบเท่า/ ปวส. | 5 | 1.27 |
| ปริญญาตรี | 100 | 25.45 |
| ปริญญาโท | 11 | 2.80 |
| ปริญญาเอก | 4 | 1.02 |
| รวม | 393 | 100.00 |

**4.1.5 อาชีพ**

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.55 รองลงมาเป็นผู้ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน คิดเป็นร้อยละ 25.45 ผู้ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 16.54 ผู้ประกอบอาชีพข้าราชการคิดเป็นร้อยละ 13.74 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 6.36 ผู้ประกอบอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 3.31 และอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 3.05 (ตารางที่ 4.5)

**ตารางที่ 4.5** กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 124 | 31.55 |
| พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน | 100 | 25.45 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 65 | 16.54 |
| ข้าราชการ | 54 | 13.74 |
| นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา | 25 | 6.36 |
| รับจ้าง | 13 | 3.31 |
| เกษตรกร | 12 | 3.05 |
| รวม | 393 | 100.00 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**4.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน**

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อยู่ในช่วง 5,000 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.09 รองลงมามีรายได้อยู่ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.72 รายได้ที่อยู่ระหว่าง 25,001 – 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.18 รายได้ที่ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.14 รายได้ที่อยู่ระหว่าง 35,001 – 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.56 รายได้ที่อยู่ระหว่าง 50,001 – 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.78 รายได้ที่อยู่ระหว่าง 45,001 – 50,000 บาทและมากกว่า 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.76 (ตารางที่ 4.6)

**ตารางที่ 4.6** กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| รายได้ต่อเดือน | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ต่ำกว่า 5,000 บาท | 32 | 8.14 |
| 5,000 – 15,000 บาท | 189 | 48.09 |
| 15,001 – 25,000 บาท | 105 | 26.72 |
| 25,001 – 35,000 บาท | 40 | 10.18 |
| 35,001 – 45,000 บาท | 14 | 3.56 |
| 45,001 – 50,000 บาท | 3 | 0.76 |
| 50,001 – 60,000 บาท | 7 | 1.78 |
| มากกว่า 60,000 บาท | 3 | 0.76 |
| รวม | 385 | 100.00 |

## 4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของธนาคาร

**4.2.1 ธนาคารที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการ**

สำหรับพฤติกรรมที่ใช้บริการธนาคารในส่วนที่เกี่ยวกับบริการต่างๆ สามารถสรุปได้ว่าธนาคารที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการมากที่สุดได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ รองลงมาเป็นธนาคารกสิกรไทย และธนาคารกรุงเทพ ตามลำดับ (ตารางที่ 4.7)

**4.2.2 บริการที่เลือกใช้กับธนาคารอื่น**

บริการที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการจากธนาคารอื่นนอกเหนือจากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มากที่สุดได้แก่บริการ เอ.ที.เอ็ม คิดเป็นร้อยละ 27.48 รองลงมาใช้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 4.7** ธนาคารที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ

| ธนาคาร | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ธนาคารไทยพาณิชย์ | 388 | 49.68 |
| ธนาคารกสิกรไทย | 100 | 12.80 |
| ธนาคารกรุงเทพ | 91 | 11.65 |
| ธนาคารกรุงศรีอยุธยา | 60 | 7.68 |
| ธนาคารทหารไทย | 42 | 5.38 |
| ธนาคารกรุงไทย | 30 | 3.84 |
| ธนาคารนครหลวงไทย | 28 | 3.59 |
| ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร | 24 | 3.07 |
| ธนาคารไทยธนาคาร | 18 | 2.30 |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1ข้อ

ด้านฝาก – ถอน คิดเป็นร้อยละ 18.35 และใช้บริการชำระค่าสินเชื่อและสาธารณูปโภค คิดเป็นร้อยละ 13.52 ส่วนบริการด้านการต่างประเทศมีเพียงร้อยละ 2.02 (ตารางที่ 4.8)

**ตารางที่ 4.8** บริการที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้จากธนาคารอื่นนอกเหนือจากธนาคารไทยพาณิชย์

| บริการ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| เอ.ที.เอ็ม | 313 | 27.48 |
| บริการด้านฝาก – ถอน | 209 | 18.35 |
| บริการชำระค่าสินเชื่อและ สาธารณูปโภค | 154 | 13.52 |
| บริการด้านการโอนเงิน | 150 | 13.17 |
| บริการฝากเช็ค | 138 | 12.12 |
| บริการด้านสินเชื่อ | 121 | 10.62 |
| บริการซื้อเช็คธนาคาร บัตรกำนัล | 31 | 2.72 |
| บริการด้านต่างประเทศ | 23 | 2.02 |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1ข้อ

**4.2.3 สาเหตุที่ใช้บริการกับธนาคารอื่น**

สำหรับสาเหตุสำคัญที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการกับธนาคารอื่นนอกเหนือจากการใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) ได้แก่ สะดวก/ใกล้สถานที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศึกษา/ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ อัตราผลตอบแทนที่ดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 25.95 มีบริการหลายหลาย คิดเป็นร้อยละ 7.1 (ตารางที่ 4.9)

**ตารางที่ 4.9** สาเหตุที่ใช้บริการจากธนาคารอื่น

| สาเหตุ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| สะดวก/ใกล้สถานศึกษา/ที่ทำงาน | 179 | 45.55 |
| อัตราผลตอบแทนที่ดีกว่า | 102 | 25.95 |
| มีบริการหลากหลาย | 28 | 7.12 |
| พนักงานให้บริการดี | 24 | 6.11 |
| ดูจากสื่อโฆษณา | 18 | 4.58 |
| บริการรวดเร็ว | 14 | 3.56 |
| เป็นธนาคารที่น่าเชื่อถือ/ทันสมัย | 14 | 3.56 |
| ฐานะการเงินที่มั่นคง | 14 | 3.56 |

## 4.3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี)

### 4.3.1 สาเหตุของการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี)

สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการจากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) มากที่สุดได้แก่ บริการที่รวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 15.88 รองลงมาพนักงานให้บริการดี คิดเป็นร้อยละ 15.23 ฐานะการเงินที่มั่นคง คิดเป็นร้อยละ 15.01 (ตารางที่ 4.10)

### 4.3.2 การมีบัญชีธนาคาร

กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) ส่วนใหญ่มีบัญชีกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) คิดเป็นร้อยละ 68.96 และไม่มีบัญชีกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) คิดเป็นร้อยละ 31.04 แ สดงว่าลูกค้ามีบัญชีกับธนาคารใดมักจะนิยมใช้กับธนาคารนั้น ส่งผลให้ธนาคารส่วนใหญ่พยายามหาลูกค้ามาเปิดบัญชีกับธนาคารนั้น ธนาคารส่วนใหญ่พยายามหากลยุทธ์ให้ลูกค้ามาเปิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บัญชีกับธนาคาร ทำให้โอกาสที่ลูกค้ามาใช้บริการกับธนาคารด้านอื่น ๆ มากขึ้นตามมาเพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าและเสนอขายบริการต่อไป (ตารางที่ 4.11)

**ตารางที่ 4.10** สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการจากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี)

| สาเหตุ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| บริการรวดเร็ว | 364 | 15.88 |
| พนักงานให้บริการดี | 349 | 15.23 |
| ฐานะการเงินที่มั่นคง | 344 | 15.01 |
| มีบริการหลากหลาย | 318 | 13.87 |
| เป็นธนาคารที่น่าเชื่อถือ/ทันสมัย | 316 | 13.79 |
| อัตราผลตอบแทนที่ดีกว่า | 287 | 12.52 |
| สะดวก/ใกล้สถานศึกษา/ที่ทำงาน | 249 | 10.86 |
| ดูจากสื่อโฆษณา | 65 | 2.84 |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1ข้อ

**ตารางที่ 4.11** การมีบัญชีธนาคาร

| บัญชีธนาคาร | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| มีบัญชีธนาคาร | 271 | 68.96 |
| ไม่มีบัญชีธนาคาร | 122 | 31.04 |
| รวม | 393 | 100.00 |

**4.3.3 ระยะเวลาในการเป็นลูกค้ากับธนาคาร**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นลูกค้าของธนาคาร 2-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.13 รองลงมามีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าน้อยกว่า 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.95 และมีระยะเวลาในการเป็นลูกค้า 6 -10 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.36 (ตารางที่ 4.12)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 4.12** ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า

| ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| น้อยกว่า 2 ปี | 157 | 39.95 |
| 2 – 5 ปี | 197 | 50.13 |
| 6 – 10 ปี | 25 | 6.36 |
| 11 -15 ปี | 10 | 2.54 |
| มากกว่า 15 ปี | 4 | 1.02 |
| รวม | 393 | 100.00 |

**4.3.4 ความถี่ในการใช้บริการ**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาใช้บริการกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 58.27 ส่วนที่มาใช้บริการกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) ไม่เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ41.73 (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 ความถี่ในการใช้บริการธนาคาร

| ใช้บริการธนาคาร | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ประจำ | 229 | 58.27 |
| ไม่ประจำ | 164 | 41.73 |
| รวม | 393 | 100.00 |

**4.3.5 จำนวนครั้งในการใช้บริการ/สัปดาห์**

กลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) 1-2 ครั้ง/ต่อวันทำการคิดเป็นร้อยละ 74.30 รองลงมาคือ 3-4 ครั้ง/ต่อวันทำการ คิดเป็นร้อยละ 25.70 (ตารางที่ 4.14)

**ตารางที่ 4.14** จำนวนครั้งในการใช้บริการ/สัปดาห์

| จำนวนครั้งในการใช้บริการ/ต่อวันทำการ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| 1 – 2 ครั้ง | 292 | 74.30 |
| 3 – 4 ครั้ง | 101 | 25.70 |
| รวม | 393 | 100.00 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**4.3.6 บริการที่ลูกค้าต้องการเพิ่มเติม**

บริการที่ลูกค้าต้องการเพิ่มเติมจากที่ธนาคารมีอยู่ในปัจจุบันมากที่สุดได้แก่ บริการปรับสมุดเงินฝากอัตโนมัติ คิดเป็นร้อยละ 33.75 รองลงมาคือ บริการกดบัตรคิว คิดเป็นร้อยละ 26.17 บริการธนาคารผ่านคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 22.12 สะท้อนให้เห็นว่าลูกค้ามีความต้องการบริการจากธนาคารเพิ่มขึ้นตลอดเวลา (ตารางที่ 4.15)

**ตารางที่ 4.15** บริการที่ลูกค้าต้องการเพิ่มเติม

| บริการ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| บริการปรับสมุดเงินฝากอัตโนมัติ | 267 | 33.75 |
| บริการกดบัตรคิว | 207 | 26.17 |
| บริการธนาคารผ่านคอมพิวเตอร์ | 175 | 22.12 |
| บริการรับฝากเงินอัตโนมัติ | 111 | 14.03 |
| บริการฝากเช็คอัตโนมัติ | 31 | 3.92 |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1ข้อ

**4.3.7 ความคาดหวังการให้บริการของธนาคาร**

ในส่วนของความคาดหวังที่ได้รับบริการจากธนาคารของกลุ่มตัวอย่าง ความคาดหวังที่สำคัญที่สุดได้แก่ธนาคารควรบริการอย่างถูกต้องแม่นยำ คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาคือการบริการอย่างมีอัธยาศัยไมตรี คิดเป็นร้อยละ 28.8 การบริการอย่างรวดเร็ว กระตือรือร้น คิดเป็นร้อยละ 25.2 (ตารางที่ 4.16) แสดงให้เห็นบริการที่มีความถูกต้องแม่นยำเพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดหรือเสียหายและพนักงานผู้ให้บริการบริการอย่างมีอัธยาศัยไมตรี บริการอย่างรวดเร็วกระตือรือร้นยังคงเป็นคุณลักษณะที่ลูกค้าคาดหวัง

## 4.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ

**4.4.1 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี)**

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการให้บริการด้านต่าง ๆ จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านระบบการให้บริการ (2) ด้านกระบวนการให้บริการ (3) ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ มีรายละเอียดดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 4.16** ความคาดหวังจากการให้บริการของธนาคาร

| บริการ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| บริการอย่างถูกต้องแม่นยำ | 133 | 33.84 |
| บริการอย่างมีอัธยาศัยไมตรี | 113 | 28.75 |
| บริการอย่างรวดเร็ว กระตือรือร้น | 99 | 25.19 |
| บริการผ่านคอมพิวเตอร์ | 43 | 10.94 |
| บริการอย่างเป็นกันอง | 5 | 1.27 |
| รวม | 393 | 100.00 |

เมื่อพิจารณาในด้านระบบการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉลี่ยที่ 3.14 สิ่งที่ต้องปรับปรุงคือเรื่องป้ายแนะนำการให้บริการภายในและภายนอกอาคารให้เด่นชัด

ในการด้านกระบวนการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมากเกือบทุกรายการ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การจัดเตรียมทำเอกสารอุปกรณ์ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 ส่วนรายการที่ต้องปรับปรุงได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.28

ในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ กลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมากเกือบทุกรายการ โดยเรื่องของกริยามารยาท ความสุภาพของพนักงานผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.04 รองลงมาคือการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.95 ความเสมอภาคในการบริการของเจ้าหน้าที่เฉลี่ยที่ 3.77 ความมีอัธยาศัย และบุคลิกภาพของพนักงาน เฉลี่ยที่ 3.69 ความถูกต้องแม่นยำเฉลี่ยที่ 3.50 การให้เกียรติและความสำคัญของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยที่ 3.47 (ตารางที่ 4.17)

**ตารางที่ 4.17** ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร

| ความพึงพอใจในการให้บริการ | Mean | SD | ระดับความพึงพอใจ |
|---|---|---|---|
| **ด้านระบบการให้บริการ** | | | |
| ธนาคารมีบริการครบทุกด้าน | 3.39 | 0.493 | ปานกลาง |
| ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ | 3.38 | 0.486 | ปานกลาง |
| บริการเงินด่วน | 3.20 | 0.696 | ปานกลาง |
| สถานที่จอดรถสะดวก | 3.20 | 0.693 | ปานกลาง |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

| ความพึงพอใจในการให้บริการ | Mean | SD | ระดับความพึงพอใจ |
|---|---|---|---|
| **ด้านระบบการให้บริการ** | | | |
| มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม | 3.17 | 1.095 | ปานกลาง |
| สถานที่สวยงามและทันสมัย | 3.06 | 0.617 | ปานกลาง |
| ป้ายแนะนำบริการภายในและ ภายนอกอาคาร | 2.59 | 0.835 | น้อย |
| **รวม** | **3.14** | **0.397** | **ปานกลาง** |
| **ด้านกระบวนการให้บริการ** | | | |
| มีการจัดเตรียมเอกสารอุปกรณ์ในการให้บริการ | 4.14 | 0.779 | มาก |
| ความปลอดภัยของบริการ | 3.87 | 0.774 | มาก |
| ความสม่ำเสมอของคุณภาพในการให้บริการ | 3.86 | 0.779 | มาก |
| ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ | 3.76 | 0.818 | มาก |
| ความรวดเร็วในขั้นตอนของการให้บริการ | 3.41 | 0.996 | มาก |
| ขั้นตอนการให้บริการ | 3.28 | 0.987 | ปานกลาง |
| **รวม** | **3.72** | **0.238** | **มาก** |
| **ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ** | | | |
| กริยามารยาท ความสุภาพของพนักงาน | 4.04 | 0.923 | มาก |
| การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ | 3.95 | 0.899 | มาก |
| ความเสมอภาคในการบริการของเจ้าหน้าที่ | 3.77 | 0.714 | มาก |
| ความมีอัธยาศัย และบุคลิกภาพของพนักงาน | 3.69 | 0.866 | มาก |
| ความถูกต้องในการให้บริการ | 3.50 | 0.743 | มาก |
| การให้เกียรติและความสำคัญต่อลูกค้า | 3.47 | 0.745 | มาก |
| การให้ความสนใจและเอาใจใส่ต่อลูกค้า | 3.46 | 0.745 | มาก |
| ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาด | 3.37 | 0.889 | ปานกลาง |
| ความสามารถในการสื่อสารข้อมูล | 3.24 | 0.839 | ปานกลาง |
| ความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในงานของการให้บริการ | 3.12 | 0.79 | ปานกลาง |
| **รวม** | **3.56** | **0.441** | **มาก** |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**4.4.2 การทดสอบสมมุติฐาน**

ในการทดสอบสมมุติฐานว่าปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาในการเป็นลูกค้ามีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการของธนาคารในด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการและเจ้าหน้าที่ให้บริการ ผลการทดสอบความแตกต่างเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)สาขารังสิต (ปทุมธานี) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศโดยใช้ t-test พบว่าเพศไม่มีผลต่อความพึงพอใจด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ (ตารางที่ 4.18)

**ตารางที่ 4.18** ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจ

| ความพึงพอใจ | เพศ | จำนวน | ค่าเฉลี่ย | S.D. | T | Sig |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ด้านระบบการให้บริการ | ชาย | 200 | 3.132 | 0.382 | -0.452 | 0.652 |
| | หญิง | 193 | 3.150 | 0.412 | | |
| ด้านกระบวนการให้บริการ | ชาย | 200 | 3.728 | 0.242 | 0.733 | 0.464 |
| | หญิง | 193 | 3.711 | 0.234 | | |
| ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ | ชาย | 200 | 3.593 | 0.352 | 1.475 | 0.141 |
| | หญิง | 193 | 3.537 | 0.516 | | |
| ค่าเฉลี่ยรวม | | | | | 0.585 | 0.377 |

หมายเหตุ : * ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**4.4.3 การทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจจำแนกตามช่วงอายุ**

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงอายุ โดยใช้ F-test พบว่ากลุ่มอายุไม่มีผลต่อความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ให้บริการ (ตารางที่ 4.19)

**4.4.4 การทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจจำแนกตามระดับการศึกษา**

ผลการทดสอบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาโดยใช้ F-test พบว่าระดับการศึกษาไม่มีผลต่อความพึงพอใจของการให้บริการ (ตารางที่ 4.20)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 4.19** ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจจำแนกตามช่วงอายุ

| ความพึงพอใจ | อายุ | จำนวน | ค่าเฉลี่ย | S.D. | F | Sig |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ด้านระบบการให้บริการ | ต่ำกว่า 20 ปี | 30 | 3.124 | 0.351 | 0.534 | 0.751 |
| | 21 – 30 ปี | 157 | 3.171 | 0.419 | | |
| | 31 – 40 ปี | 138 | 3.135 | 0.401 | | |
| | 41 – 50 ปี | 39 | 3.121 | 0.332 | | |
| | 51 – 60 ปี | 21 | 3.075 | 0.425 | | |
| | 60 ปี ขึ้นไป | 8 | 3.000 | 0.275 | | |
| ด้านกระบวนการให้บริการ | ต่ำกว่า 20 ปี | 30 | 3.744 | 0.247 | 1.015 | 0.408 |
| | 21 – 30 ปี | 157 | 3.731 | 0.249 | | |
| | 31 – 40 ปี | 138 | 3.710 | 0.228 | | |
| | 41 – 50 ปี | 39 | 3.705 | 0.224 | | |
| | 51 – 60 ปี | 21 | 3.642 | 0.225 | | |
| | 60 ปี ขึ้นไป | 8 | 3.833 | 0.251 | | |
| ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ | ต่ำกว่า 20 ปี | 30 | 3.547 | 0.378 | 1.291 | 0.267 |
| | 21 – 30 ปี | 157 | 3.538 | 0.457 | | |
| | 31 – 40 ปี | 138 | 3.544 | 0.494 | | |
| | 41 – 50 ปี | 39 | 3.649 | 0.262 | | |
| | 51 – 60 ปี | 21 | 3.743 | 0.166 | | |
| | 60 ปี ขึ้นไป | 8 | 3.438 | 0.496 | | |
| **รวม** | | | | | 0.947 | 0.475 |

หมายเหตุ : * ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**4.4.5 การทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจจำแนกตามอาชีพ**

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ โดยใช้ F-test พบว่าอาชีพไม่มีผลต่อความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ให้บริการ (ตารางที่ 4.21)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 4.20** ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจจำแนกตามระดับการศึกษา

| ความพึงพอใจ | การศึกษา | จำนวน | ค่าเฉลี่ย | S.D. | F | Sig |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ด้านระบบการให้บริการ | ต่ำกว่ามัธยมศึกษา | 89 | 3.189 | 0.399 | 0.657 | 0.657 |
| | มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. | 184 | 3.117 | 0.408 | | |
| | อนุปริญญา/ ปวส. | 5 | 2.942 | 0.192 | | |
| | ปริญญาตรี | 100 | 3.151 | 0.382 | | |
| | ปริญญาโท | 11 | 3.143 | 0.399 | | |
| | สูงกว่าปริญญาโท | 4 | 3.143 | 0.404 | | |
| ด้านกระบวนการให้บริการ | ต่ำกว่ามัธยมศึกษา | 89 | 3.687 | 0.213 | 0.912 | 0.473 |
| | มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. | 184 | 3.73 | 0.256 | | |
| | อนุปริญญา/ ปวส. | 5 | 3.833 | 0.333 | | |
| | ปริญญาตรี | 100 | 3.720 | 0.228 | | |
| | ปริญญาโท | 11 | 3.803 | 0.179 | | |
| | สูงกว่าปริญญาโท | 4 | 3.667 | 0.192 | | |
| ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ | ต่ำกว่ามัธยมศึกษา | 89 | 3.552 | 0.520 | 0.306 | 0.909 |
| | มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. | 184 | 3.548 | 0.443 | | |
| | อนุปริญญา/ ปวส. | 5 | 3.700 | 0.200 | | |
| | ปริญญาตรี | 100 | 3.592 | 0.369 | | |
| | ปริญญาโท | 11 | 3.518 | 0.421 | | |
| | สูงกว่าปริญญาโท | 4 | 3.450 | 0.507 | | |
| ค่าเฉลี่ยรวม | | | | | 0.625 | 0.679 |

หมายเหตุ : * ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**4.4.6 การทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน**

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้ F-test พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีผลต่อความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ให้บริการ (ตารางที่ 4.22)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 4.21** ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการบริการจำแนกตามอาชีพ

| ความพึงพอใจ | อาชีพ | จำนวน | ค่าเฉลี่ย | S.D. | F | Sig |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ด้านระบบการให้บริการ | นักเรียน นิสิต นักศึกษา | 25 | 3.114 | 0.291 | 1.398 | 0.214 |
| | ข้าราชการ | 54 | 3.013 | 0.387 | | |
| | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 65 | 3.152 | 0.415 | | |
| | พนักงานเอกชน | 100 | 3.141 | 0.365 | | |
| | ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 124 | 3.198 | 0.428 | | |
| | เกษตรกร | 12 | 3.131 | 0.347 | | |
| | รับจ้าง | 13 | 3.12 | 0.449 | | |
| ด้านกระบวนการให้บริการ | นักเรียน นิสิตนักศึกษา | 25 | 3.727 | 0.231 | 1.401 | 0.213 |
| | ข้าราชการ | 54 | 3.741 | 0.246 | | |
| | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 65 | 3.685 | 0.236 | | |
| | พนักงานเอกชน | 100 | 3.737 | 0.248 | | |
| | ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 124 | 3.694 | 0.221 | | |
| | เกษตรกร | 12 | 3.833 | 0.284 | | |
| | รับจ้าง | 13 | 3.808 | 0.253 | | |
| ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ | นักเรียน นิสิตนักศึกษา | 25 | 3.580 | 0.328 | 0.390 | 0.885 |
| | ข้าราชการ | 54 | 3.576 | 0.370 | | |
| | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 65 | 3.515 | 0.586 | | |
| | พนักงานเอกชน | 100 | 3.578 | 0.363 | | |
| | ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว | 124 | 3.569 | 0.464 | | |
| | เกษตรกร | 12 | 3.600 | 0.322 | | |
| | รับจ้าง | 13 | 3.423 | 0.523 | | |
| ค่าเฉลี่ยรวม | | | | | 1.063 | 0.437 |

หมายเหตุ : * ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 4.22** ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| ความพึงพอใจ | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน | ค่าเฉลี่ย | S.D. | F | Sig |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ด้านระบบการให้บริการ | ต่ำกว่า 5,000 บาท | 32 | 3.094 | 0.328 | 0.526 | 0.815 |
| | 5,000 – 15,000 บาท | 189 | 3.147 | 0.417 | | |
| | 15,001 - 25,000 บาท | 105 | 3.124 | 0.404 | | |
| | 25,001- 35,000 บาท | 40 | 3.179 | 0.389 | | |
| | 35,001 – 45,000 บาท | 14 | 3.214 | 0.371 | | |
| | 45,001 – 50,000 บาท | 3 | 2.857 | 0.000 | | |
| | 50,001 – 60,000 บาท | 7 | 3.245 | 0.294 | | |
| | มากกว่า 60000 บาท | 3 | 3.048 | 0.165 | | |
| ด้านกระบวนการให้บริการ | ต่ำกว่า 5,000 บาท | 32 | 3.729 | 0.243 | 0.715 | 0.659 |
| | 5,000 – 15,000 บาท | 189 | 3.703 | 0.247 | | |
| | 15,001 - 25,000 บาท | 105 | 3.722 | 0.225 | | |
| | 25,001- 35,000 บาท | 40 | 3.783 | 0.245 | | |
| | 35,001 – 45,000 บาท | 14 | 3.762 | 0.233 | | |
| | 45,001 – 50,000 บาท | 3 | 3.722 | 0.192 | | |
| | 50,001 – 60,000 บาท | 7 | 3.643 | 0.178 | | |
| | มากกว่า 60000 บาท | 3 | 3.722 | 0.192 | | |
| ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ | ต่ำกว่า 5,000 บาท | 32 | 3.547 | 0.407 | 0.508 | 0.829 |
| | 5,000 – 15,000 บาท | 189 | 3.556 | 0.440 | | |
| | 15,001 - 25,000 บาท | 105 | 3.584 | 0.491 | | |
| | 25,001- 35,000 บาท | 40 | 3.583 | 0.331 | | |
| | 35,001 – 45,000 บาท | 14 | 3.393 | 0.541 | | |
| | 45,001 – 50,000 บาท | 3 | 3.667 | 0.058 | | |
| | 50,001 – 60,000 บาท | 7 | 3.472 | 0.359 | | |
| | มากกว่า 60000 บาท | 3 | 3.767 | 0.153 | | |

หมายเหตุ : * ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**4.4.7 การทดสอบความแตกต่างของความสัมพันธ์จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นลูกค้า**

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการการเป็นลูกค้าโดยใช้ F-test พบว่าระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ให้บริการต่างกัน (ตารางที่ 4.23)

**ตารางที่ 4.23** ระดับความสัมพันธ์จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคาร

| ความพึงพอใจ | ระยะเวลาการเป็นลูกค้า | จำนวน | ค่าเฉลี่ย | S.D. | F | Sig |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ด้านระบบการให้บริการ | น้อยกว่า 2 ปี | 157 | 3.156 | 0.393 | 1.535 | 0.191 |
| | 2 – 5 ปี | 197 | 3.138 | 0.400 | | |
| | 6 – 7 ปี | 25 | 2.994 | 0.358 | | |
| | 11 – 15 ปี | 10 | 3.214 | 0.394 | | |
| | มากกว่า 15 ปี | 4 | 3.429 | 0.522 | | |
| ด้านกระบวนการให้บริการ | น้อยกว่า 2 ปี | 157 | 3.708 | 0.234 | 0.971 | 0.423 |
| | 2 – 5 ปี | 197 | 3.728 | 0.236 | | |
| | 6 – 7 ปี | 25 | 3.713 | 0.252 | | |
| | 11 – 15 ปี | 10 | 3.667 | 0.283 | | |
| | มากกว่า 15 ปี | 4 | 3.917 | 0.319 | | |
| ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ | น้อยกว่า 2 ปี | 157 | 3.589 | 0.451 | 3.860 | 0.004* |
| | 2 – 5 ปี | 197 | 3.547 | 0.378 | | |
| | 6 – 7 ปี | 25 | 3.564 | 0.352 | | |
| | 11 – 15 ปี | 10 | 3.670 | 0.211 | | |
| | มากกว่า 15 ปี | 4 | 2.750 | 1.843 | | |
| ค่าเฉลี่ยรวม | | | | | 2.122 | 0.618 |

หมายเหตุ : * ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 5
# สรุปและข้อเสนอแนะ

## 5.1 สรุป

จากการศึกษาเรื่อง "การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี)" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขารังสิต (ปทุมธานี) ตลอดจนศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต (ปทุมธานี) จากกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขารังสิต ปทุมธานี จำนวน 393 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. และประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 5,000 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่จะมีบัญชีของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขารังสิต (ปทุมธานี) ใช้บริการกับธนาคารตั้งแต่ 2-5 ปี ความถี่ในการใช้บริการอยู่ระหว่าง 1-2 ครั้งต่อวันทำการ สาเหตุเลือกใช้บริการเนื่องจากมีการบริการรวดเร็ว บริการที่ลูกค้าต้องการเพิ่มเติมจากที่มีอยู่คือ บริการปรับสมุดเงินฝากอัตโนมัติ

สำหรับข้อมูลทางด้านความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการให้บริการด้านต่าง ๆ จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านระบบการให้บริการ (2) ด้านกระบวนการให้บริการ (3) ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ด้านระบบการให้บริการสำหรับด้านกระบวนการการให้บริการและด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมี ความพึงพอใจในระดับมาก

การทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ บริการด้านระบบการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้ามีผลต่อความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ให้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขารังสิต (ปทุมธานี) มีความพึงพอใจในระดับน้อยในด้านป้ายแนะนำบริการภายในและภายนอกอาคาร รวมไปถึงสถานที่จอดรถ ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นธนาคารจึงควรที่จะมีการพัฒนาปรับปรุงด้านป้ายแนะนำการให้บริการ เช่น ป้ายการเปิดบัญชีใหม่ ป้ายบอกทางไปติดต่อหน่วยงานต่าง ๆ ภายในอาคารของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขารังสิต (ปทุมธานี) นอกจากนี้ที่จอดรถควรอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าโดยให้มีเจ้าหน้าที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ

2. จากการศึกษาพบว่ากระบวนการให้บริการ ขั้นตอนการให้บริการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นทางธนาคารควรที่จะมีการปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการให้ง่ายสะดวกเพื่อประหยัดเวลา และเพิ่มจำนวนพนักงานที่มีไม่เพียงพอต่อปริมาณงานและปริมาณลูกค้าโดยเฉพาะในช่วงสิ้นเดือนและต้นเดือนจะมีปริมาณลูกค้ามาทำธุรกรรมกับธนาคารจำนวนมาก นอกจากนี้แล้วธนาคารควรใช้ระบบคิวเข้ามาช่วยงานด้านบริการเพื่อความสะดวกรวดเร็วความสะดวกสบายกับลูกค้าในการทำธุรกรรมกับธนาคาร

## 5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. กรณีศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาลูกค้ากลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขารังสิต (ปทุมธานี) เพียงแห่งเดียว ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษากลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาอื่นๆในจังหวัดปทุมธานี เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบดูภาพรวมของทุกสาขาเพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาด ปรับปรุงคุณภาพของการให้บริการและช่วยลดปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานของสาขา

2. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขารังสิต (ปทุมธานี) โดยไม่เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารอื่นในเขตเทศบาลรังสิต ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจกับธนาคารอื่นด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บรรณานุกรม


กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2543. **การวิเคราะห์หลายตัวแปรด้วยโปรแกรม SPSS for window** กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กานดา พูลลาภทวี. 2539. **สถิติเพื่อการวิจัย.** กรุงเทพมหานคร : ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.

คู่แข่ง(แปล). 2541. **การบริหารการตลาด วิเคราะห์ วางแผน ปฏิบัติการและควบคุม.** กรุงเทพมหานคร: บริษัท คู่แข่ง จำกัด (มหาชน)

คณะพัฒนาสังคมและสมาคมพัฒนาสังคม. 2538. **ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกรุงเทพมหานคร** : ศึกษากรณีสำนักงานเขต. กรุงเทพมหานคร.

ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์. 2538. **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์.** ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ชริณี เดชาจินดา. 2530. **ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์บริการอุตสาหกรรม แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน.** วิทยานิพนธ์ ส.ค.ม. (สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ. 2544. **การบริการลูกค้าสัมพันธ์.** กรุงเทพมหานคร : หจก.เหรียญบุญการพิมพ์ (1998)

ดรุณี งามวิทยานนท์. 2547. **ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (สกลนคร).** การศึกษาค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ดนัย พลายวงษ์. 2543. **นวัตกรรมการบริการลูกค้า.** กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ โอ เอ็น จี

ธนพร ชุมวรฐายี. 2539. **ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการของสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดอุบลราชธานี.** ภาคนิพนธ์ พบ.ม.(พัฒนาสังคม). กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์.

นพพร พลายวงษ์. 2544. **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนบริการลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม** ,วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นฤมน สู่วงศ์บุตร. 2543. **ความพึงพอใจของลูกค้าร้านขายยาต่อระบบบริการ บริษัทผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย จำกัด.** การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นาวี ธีระชาญญรงค์. 2522. **ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเงินฝากเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารพาณิชย์.** วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พีระพงศ์ เผือกเหลือง. 2545. **โปรแกรมเมเบิลคอนโทรลเลอร์.** กรุงเทพมหานคร : ฟิสิกส์เซ็นเตอร์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไพฑูรย์ เริงกมล. "**แนวทางความคิดและทฤษฎีความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน**" วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา.(มกราคม-มิถุนายน 2540 ) หน้า 16

มาริสา เนตรช่วงโชติ. 2543. **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาลพบุรี.** การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

รัตน์ติญา ลอยานิชย์. 2547. **พฤติกรรมความพึงพอใจของลูกค้าจากการใช้บริการ สาขาย่อย ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในศูนย์ธุรกิจค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร.** การศึกษาค้นคว้าอิสระ,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วราพรรณ สันทัศนะโชค. 2540. **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาพญาไท กรุงเทพมหานคร.** ภาคนิพนธ์ พบ.ม.(พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์.

วิไลวรรณ พุทธดี. 2547. **ความพึงพอใจของการให้บริการด้านการคืนเงินภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของกรรมสรรพากร** การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วีระพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์. 2542. **คุณภาพในงานบริการ.** กรุงเทพมหานคร : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี

วัลลภา ชายหาด. 2532. **ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะด้านรักษาความสะอาดกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์รัฐศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตมหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2539. **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพมหานคร: บริษัทวิสิทธิ์พัฒนา

ศรีสมบัติ พรประสิทธ์. 2531. **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านค้าชนบท ร.พ.ช.: กรณีศึกษาเฉพาะจังหวัดอุดรธานี.** ภาคนิพนธ์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สมพร ตั้งสะสม. 2537. **ความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด.** ภาคนิพนธ์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สันติ วิริยะรังสฤษฎ์ และเสริมศักดิ์ ศุกรวรรณ. 2534. **ธนาคารกรุงเทพ ครองแชมป์ขวัญใจลูกค้า** ในการเงินการธนาคาร10 (15 พฤศจิกายน 2534)

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสิทธุ์. 2540. **ระเบียบวิจัยสังคมศาสตร์.** กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สุวัฒนา ใบเจริญ. 2540. **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาขอนแก่น (หาดดำ).** วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

หลุย จำปาเทศ. 2538. **จิตวิทยาการจูงใจ** กรุงเทพมหานคร : บริษัทสามัคคีสานส์ จำกัด.

อภิญญา เศวตวาณิชกุล. 2549. **ความพึงพอใจของการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขากาญจบุรี** การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อ้อยทิพย์ กองสมบัติ. 2538. **ความพึงพอใจของลูกค้าในการบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเลิงนกทาและสาขามุกดาหาร.** ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์.

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). 2551. **ผลประกอบการของธนาคารไทยพาณิชย์ ปี 2551** เข้าถึงได้จาก: http://www.scb.co.th

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# ภาคผนวก

## แบบสอบถามเรื่อง “การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต จังหวัดปทุมธานี”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# แบบสอบถาม

เลขที่ .....

(สำหรับผู้ศึกษา)

**การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ**
**ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต จังหวัดปทุมธานี**
**โครงการศึกษาอิสระ ในระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**
**สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง**

**คำชี้แจง ผู้ศึกษาใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างยิ่งผู้ศึกษาจึงขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือ**

---

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อที่ต้องการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 20 – 30 ปี
☐ 31 - 40 ปี ☐ 41 – 50 ปี
☐ 51 - 60 ปี ☐ 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

☐ โสด ☐ สมรส ☐ อื่นๆ(โปรดระบุ).....

4. การศึกษา

☐ ต่ำกว่ามัธยมศึกษา-มัธยมศึกษาตอนต้น ☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
☐ อนุปริญญา / ปวส. ☐ ปริญญาตรี
☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. อาชีพ

☐ นักเรียน, นิสิต, นักศึกษา ☐ ข้าราชการ
☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ พนักงานบริษัทเอกชน
☐ ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว ☐ เกษตรกร
☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้ต่อเดือน

☐ ต่ำกว่า 5,000 บาท ☐ 5,000-15,000 บาท
☐ 15,001-25,000 บาท ☐ 25,001-35,000 บาท
☐ 35,001-45,000 บาท ☐ 45,001–50,000 บาท
☐ 50,001–60,000 บาท ☐ มากกว่า 60,000 บาท

<u>ส่วนที่ 2 พฤติกรรมใช้บริการของธนาคาร</u>

1. ท่านใช้บริการกับธนาคารใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ธ.กรุงเทพ ☐ ธ.ไทยพาณิชย์ ☐ ธ.กสิกรไทย
☐ ธ.กรุงไทย ☐ ธ.ทหารไทย ☐ ธ.กรุงศรีอยุธยา
☐ ธ.ไทยธนาคาร ☐ ธ.นครหลวงไทย ☐ ธ.ออมสิน
☐ ธ.เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2. ท่านใช้บริการใดบ้างจากธนาคารอื่นนอกจากธนาคารไทยพาณิชย์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ บริการฝาก – ถอน ☐ บริการด้านการโอนเงิน
☐ บริการฝากเช็ค ☐ ATM
☐ บริการด้านสินเชื่อ ☐ บริการด้านต่างประเทศ
☐ บริการชำระค่าสินเชื่อและชำระค่าสาธารณูปโภค
☐ บริการซื้อเช็คธนาคาร, บัตรกำนัล

3. เหตุใดท่านจึงใช้บริการธนาคารอื่นนอกเหนือจากธนาคารไทยพาณิชย์ สาขารังสิต

☐ สะดวก / ใกล้สถานศึกษา/ที่ทำงาน ☐ พนักงานให้บริการดี
☐ บริการรวดเร็ว ☐ มีบริการหลากหลาย
☐ เป็นธนาคารที่น่าเชื่อถือ / ทันสมัย ☐ อัตราผลตอบแทนที่ดีกว่า
☐ ฐานะการเงินที่มั่นคง ☐ ดูจากสื่อโฆษณา
☐ อื่นๆ..... ☐ ไม่เคยใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขารังสิต จังหวัดปทุมธานี

1. เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการกับธนาคารไทยพาณิชย์ สาขารังสิต
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ สะดวก / ใกล้สถานศึกษา/ที่ทำงาน ☐ พนักงานให้บริการดี
☐ บริการรวดเร็ว ☐ มีบริการหลากหลาย
☐ เป็นธนาคารที่น่าเชื่อถือ / ทันสมัย ☐ อัตราผลตอบแทนที่ดีกว่า
☐ ฐานะการเงินที่มั่นคง ☐ ดูจากสื่อโฆษณา
☐ อื่นๆ.....

2. ท่านมีบัญชีเงินฝากกับธนาคารไทยพาณิชย์ สาขารังสิตหรือไม่

☐ มี ☐ ไม่มี

3. ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าใช้บริการกับธนาคารไทยพาณิชย์ สาขารังสิต

☐ น้อยกว่า 2 ปี ☐ 2-5 ปี ☐ 6 – 10 ปี
☐ 11 – 15 ปี ☐ มากกว่า 15 ปี

4. ท่านใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขารังสิต ปทุมธานี เป็นประจำหรือไม่

☐ ประจำ ☐ ไม่ประจำ

5. จำนวนครั้งในการใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขารังสิต(ปทุมธานี) ต่อวันทำการ

☐ 1-2 ครั้ง ต่อวันทำการ ☐ 3-4 ครั้ง ต่อวันทำการ
☐ -6 ครั้ง ต่อวันทำการ ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. ประเภทธุรกรรมที่ท่านใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ บริการฝาก – ถอน ☐ บริการด้านการโอนเงิน
☐ บริการฝากเช็ค ☐ ATM
☐ บริการด้านสินเชื่อ ☐ บริการด้านต่างประเทศ
☐ บริการชำระค่าสินเชื่อและชำระค่าสาธารณูปโภค
☐ บริการซื้อเช็คธนาคาร บัตรกำนัล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ท่านต้องการสิ่งเพิ่มเติมจากบริการที่ธนาคารมีอยู่ในปัจจุบัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ บริการสมุดฝากเงินอัตโนมัติ ☐ บริการกดบัตรคิว

☐ บริการฝากเช็คอัตโนมัติ ☐ บริการรับฝากเงินอัตโนมัติ

☐ บริการธนาคารผ่านคอมพิวเตอร์ (ตรวจสอบอัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน)

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8. ท่านคาดหวังว่าธนาคารควรให้บริการอย่างไร

☐ บริการอย่างรวดเร็ว กระตือรือร้น ☐ บริการอย่างเป็นกันเอง

☐ บริการอย่างมีอัธยาศัยไมตรี ☐ บริการอย่างถูกต้องแม่นยำ

☐ บริการธนาคารผ่านคอมพิวเตอร์

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต จังหวัดปทุมธานี

| ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ | ระดับความพึงพอใจ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| **ด้านระบบการให้บริการ** | | | | | |
| 1. บริการเงินด่วน เอ.ที.เอ็ม | | | | | |
| 2. ธนาคารมีบริการครบทุกด้าน | | | | | |
| 3. ป้ายแนะนำบริการภายในและภายนอกอาคาร | | | | | |
| 4. สถานที่จอดรถสะดวก | | | | | |
| 5. มีสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น ที่นั่งรอ น้ำดื่ม ห้องน้ำ | | | | | |
| 6. ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ | | | | | |
| 7. สถานที่สวยงาม และทันสมัย | | | | | |
| 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | | | | | |
| **ด้านกระบวนการให้บริการ** | | | | | |
| 9. ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ | | | | | |
| 10. ความรวดเร็วในขั้นตอนของการให้บริการ | | | | | |
| 11. ความสม่ำเสมอของคุณภาพในการให้บริการ | | | | | |
| 12. ความปลอดภัยของบริการ(ความลับของลูกค้า เช่น หมายเลขบัญชี) | | | | | |
| 13. มีการจัดเตรียมเอกสาร อุปกรณ์ในการให้บริการ | | | | | |
| 14. ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน | | | | | |
| 15. อื่น ๆ (โปรดระบุ) | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ | ระดับความพึงพอใจ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| **ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ** | | | | | |
| 16. การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ | | | | | |
| 17. กิริยามารยาท ความสุขภาพของพนักงาน | | | | | |
| 18. ความมีอัธยาศัย และบุคลิกภาพของพนักงาน | | | | | |
| 19. ความเสมอภาคในการบริการของเจ้าหน้าที่ | | | | | |
| 20. การให้ความสนใจ และเอาใจใส่ต่อลูกค้า | | | | | |
| 21. การให้เกียรติและความสำคัญต่อลูกค้า | | | | | |
| 22. ความสามารถในการสื่อสารข้อมูล | | | | | |
| 23. ความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในงานของการให้บริการ | | | | | |
| 24. ความถูกต้องในการให้บริการ | | | | | |
| 25. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาด | | | | | |

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# ประวัติผู้เขียน

| | |
|---|---|
| **ชื่อ-นามสกุล** | นางสาวกาญจนา คูณทวีเทพ |
| **วันเดือนปีเกิด** | 27 มีนาคม 2520 |
| **สถานที่เกิด** | จังหวัดปทุมธานี |
| **สถานที่อยู่ปัจจุบัน** | 3 หมู่ ตำบลบึงทองหลาง อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี |
| **ประวัติการศึกษา** | พ.ศ.2544 สำเร็จการศึกษา วิทยาศาสตรบัณฑิต |
| | สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์ |
| | สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลงกรณ์ (ในพระบรมราชูปถัมภ์) |
| **ประสบการณ์ทำงาน** | |
| | ปัจจุบัน นักวิเคราะห์ระบบ บริษัท สามารถคอมเทค จำกัด |
| | พ.ศ. 2544 – 2545 โปรแกรมเมอร์ บริษัท ไอทีเวิร์ค จำกัด |

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้