

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการเงินฝาก 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเงินฝาก 3) ศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ 4) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 5) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเงินฝากจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 6) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการเงินฝากและ 7) ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการกับระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยศึกษาจากลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test ไคสแควร์ และสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมใช้บริการธนาคารที่เลือกมากที่สุด คือ ธนาคารกรุงเทพ บัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ ใช้บริการ 1 ครั้ง/สัปดาห์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 8.30-12.00 น. และจำนวนเงินที่ฝาก-ถอนต่ำกว่า 10,000 บาท

2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากด้านผู้ประกอบการด้านพนักงาน และด้านภาพพจน์ในระดับมาก ส่วนด้านการตลาดในระดับปานกลาง

3. ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ ด้านการวางแผน และด้านการควบคุมในระดับมาก

4. ลูกค้าที่มีอายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความคิดเห็นทุกด้านแตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นด้านการจูงใจและด้านการควบคุมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ลูกค้าที่มีอายุ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านพนักงาน ด้านการตลาด ด้านภาพพจน์แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านพนักงานและด้านการตลาดแตกต่างกัน และลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความพึงพอใจทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. เพศของลูกค้าสัมพันธ์กับจำนวนเงินฝาก – ถอนแต่ละครั้ง ส่วนอายุ และระดับการศึกษาของลูกค้าสัมพันธ์กับประเภทบัญชีเงินฝาก ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และจำนวนเงินที่ฝาก-ถอนแต่ละครั้ง ส่วนอาชีพและรายได้ต่อเดือนของลูกค้าสัมพันธ์กับธนาคารที่เลือกใช้บริการ ประเภทบัญชีเงินฝาก ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และจำนวนเงินที่ฝาก-ถอนแต่ละครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเงินฝากในระดับค่อนข้างสูงถึงระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

This study aimed to 1) examine the customers' behavior of choosing deposit services; 2) examine the customers' satisfaction towards deposit services; 3) examine levels of customers' opinion on the bank management; 4) compare levels of customers' opinion on the management in relation to their personal factors; 5) compare levels of customers' satisfaction towards deposit services in relation to their personal factors; 6) determine the relationship between customers' personal factors and their choice of deposit services; and 7) determine the relationship between customers' opinions on the management and their satisfaction towards deposit services provided by commercial banks in Phranakhon Si Ayutthaya Province. The data was gathered from 400 customers using a questionnaire-based survey. Statistical analysis was performed in terms of percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, the Chi-square test, and Pearson correlation coefficient. The findings revealed the following:

1. Most customers preferred Bangkok Bank and had savings accounts. They used banking services once a week. They usually visited the banks between 8.30-12.00 a.m. The amount of their deposit and withdrawal was less than 10,000 baht.

2. The customers were highly satisfied with the banks' deposit services in terms of entrepreneurial service, staff, and image. They were moderately satisfied with the banks' marketing.

3. Levels of customers' opinion on the banks' management were high regarding organization, motivation, planning, and control.

4. The difference in the customers' age, occupation, and monthly income yielded a difference in their levels of satisfaction towards all the aspects of the banks' management. In addition, the difference in the customers' educational background yielded a difference in their levels of satisfaction towards the banks' management in terms of motivation and control with a statistically significant level of .05.

5. The difference in the customers' age and monthly income yielded a difference in their levels of satisfaction towards the banks' staff, marketing, and image. The difference in the customers' educational background yielded a difference in their levels of satisfaction towards the banks' staff and marketing. The difference in the customers' occupation yielded a difference in their levels of satisfaction towards all the aspects of the banks' management with a statistically significant level of .05.

6. Gender of customers related to the amount of each deposit and withdrawal. On the other hand educational background related to type of saving accounts, frequency of using services per week, time of using services, and amount of their deposit and withdrawal. The customers' occupations and monthly income related to their choice of bank, type of account, frequency of using services per week, time of using services, and amount the customers deposited and withdrew with a statistically significant level of .05.

7. The levels of customers' opinion on the management related to their satisfaction towards deposit services provided by the commercial banks at a high to a moderate level with a statistically significant level of .05.