

#### บทที่ 4

### ผลการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. เขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาถึงลักษณะความแตกต่างและพฤติกรรมของลูกค้าของธนาคารที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ระหว่างกลุ่มที่ใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. และกลุ่มที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า

ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด โดยแบ่งการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จำนวน 200 ชุด และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาในห้างสรรพสินค้า จำนวน 200 ชุด โดยสถานที่ในการดำเนินการเก็บข้อมูล มีดังนี้

| สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท.<br>(จำนวน 5 สาขา) สาขาละ 40 ชุด | สาขาในห้างสรรพสินค้า<br>(จำนวน 4 สาขา) สาขาละ 50 ชุด |
|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| 1. สาขาปตท. วัฒนาประดิษฐ์ (ขาออก)                           | 1. สาขา ดิ เอสพลานาด                                 |
| 2. สาขาปตท. ศรีนครินทร์                                     | 2. สาขา เซ็นทรัลลาดพร้าว                             |
| 3. สาขาปตท. ทางด่วนบางนา (ขาเข้า)                           | 3. สาขา เจ อะเวนิว ทองหล่อ                           |
| 4. สาขาปตท. วัฒนา 32                                        | 4. สาขา เซ็นทรัลเวิลด์                               |
| 5. สาขาปตท. คลังน้ำมันพระโขนง                               |                                                      |

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม STATA รุ่น 10 ซึ่งเป็นโปรแกรมทางสถิติสำหรับการจัดการวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่

1. ข้อมูลลักษณะทั่วไปทางด้านสภาพเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง
2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่าง โดยทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการใช้บริการระหว่างสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. และสาขาในห้างสรรพสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง
3. ข้อมูลการรับรู้และประสบการณ์ในการใช้บริการทั้งในช่องทางการให้บริการและผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน)

4. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

5. ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจจากการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา ทั้งสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท.และสาขาในห้างสรรพสินค้า

### การวิเคราะห์ผลการสำรวจข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่าง

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงข้อมูลพื้นฐานที่ได้มาจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งเป็น เพศ, อายุ, สถานะภาพ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, และรายได้ต่อเดือนของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสาขาสถานบริการน้ำมัน ปตท.และสาขาในห้างสรรพสินค้า ซึ่งสามารถสรุปและนำเสนอในตารางที่ 4.1 ดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลสภาพเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละช่องทาง

ตารางที่ 4.1

จำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านเศรษฐกิจ และสังคมของกลุ่มตัวอย่าง  
ลูกค้าที่ใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

| ข้อมูลสภาพเศรษฐกิจและสังคม<br>ของกลุ่มตัวอย่าง | สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. |                   | สาขาในห้างสรรพสินค้า       |                   |
|------------------------------------------------|-----------------------------|-------------------|----------------------------|-------------------|
|                                                | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน)  | ร้อยละ<br>(N=200) | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน) | ร้อยละ<br>(N=200) |
| เพศ (Gender)                                   |                             |                   |                            |                   |
| ชาย                                            | 113                         | 56.50             | 93                         | 46.50             |
| หญิง                                           | 87                          | 43.50             | 107                        | 53.50             |
| อายุ (Age)                                     |                             |                   |                            |                   |
| ต่ำกว่า 25 ปี                                  | 7                           | 3.50              | 23                         | 11.50             |
| 25-35 ปี                                       | 104                         | 52.00             | 93                         | 46.50             |
| 36-45 ปี                                       | 77                          | 38.50             | 73                         | 36.50             |
| 45 ปีขึ้นไป                                    | 12                          | 6.00              | 11                         | 5.50              |
| สถานะภาพ (Status)                              |                             |                   |                            |                   |
| โสด                                            | 109                         | 54.50             | 113                        | 56.50             |
| สมรส                                           | 89                          | 44.50             | 82                         | 41.00             |
| หม้าย, หย่าร้าง                                | 2                           | 1.00              | 5                          | 2.50              |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

| ข้อมูลสภาพเศรษฐกิจและสังคม<br>ของกลุ่มตัวอย่าง | สาขาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. |         | สาขาในห้างสรรพสินค้า |         |
|------------------------------------------------|-------------------------------|---------|----------------------|---------|
|                                                | จำนวนกลุ่ม                    | ร้อยละ  | จำนวนกลุ่ม           | ร้อยละ  |
|                                                | ตัวอย่าง(คน)                  | (N=200) | ตัวอย่าง(คน)         | (N=200) |
| ระดับการศึกษา (Education)                      |                               |         |                      |         |
| มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า                          | 2                             | 1.00    | 5                    | 2.50    |
| อาชีวะ,อนุปริญญา                               | 5                             | 2.50    | 6                    | 3.00    |
| ปริญญาตรี                                      | 146                           | 73.00   | 141                  | 70.50   |
| สูงกว่าปริญญาตรี                               | 47                            | 23.50   | 48                   | 24.00   |
| อาชีพ (Occupation)                             |                               |         |                      |         |
| พนักงานบริษัทเอกชน                             | 129                           | 64.50   | 158                  | 79.00   |
| ค้าขาย,ธุรกิจส่วนตัว                           | 38                            | 19.00   | 22                   | 11.00   |
| ข้าราชการ,พนักงานรัฐวิสาหกิจ                   | 31                            | 15.50   | 13                   | 6.50    |
| นักเรียน, นักศึกษา                             | 2                             | 1.00    | 4                    | 2.00    |
| แม่บ้าน                                        | -                             | -       | 3                    | 1.5     |
| รายได้ต่อเดือน (Income)                        |                               |         |                      |         |
| ต่ำกว่า 10,000 บาท                             | 4                             | 2.00    | 3                    | 1.50    |
| 10,001 - 20,000 บาท                            | 22                            | 11.00   | 25                   | 12.50   |
| 20,001 - 30,000 บาท                            | 38                            | 19.00   | 34                   | 17.00   |
| 30,001 - 40,000 บาท                            | 40                            | 20.00   | 44                   | 22.00   |
| มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป                       | 96                            | 48.00   | 94                   | 47.00   |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการสาขาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท.

##### ■ ข้อมูลทางด้านเพศ (Gender)

จากผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยแยกจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศ (Gender) ของลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. จำนวน 200 คนพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 จะเห็นได้ว่าเพศชายและเพศหญิงมีส่วนร่วมในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. ใกล้เคียงกัน เพราะฉะนั้นสามารถวิเคราะห์ได้ว่ามีโอกาสที่กลุ่มลูกค้าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีโอกาสจะใช้บริการสาขาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. ใกล้เคียงกัน

- ข้อมูลทางด้านอายุ (Age)

จากข้อมูลผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยแยกจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุของลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จำนวน 200 คนพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ที่ใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยานั้น มีอายุ 25-35 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือกลุ่มคนอายุ 36-45 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5, กลุ่มตัวอย่างที่รองลงมา ได้แก่กลุ่มอายุที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และกลุ่มตัวอย่างที่อายุต่ำกว่า 25 ปีนั้น มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จะเห็นได้ว่ากลุ่มคนอายุ 25- 35 ปี มีการใช้บริการสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุอื่นๆ เพราะฉะนั้นสามารถวิเคราะห์ได้ว่ามีโอกาสดังกล่าวที่กลุ่มลูกค้าอายุ 25- 35 ปี จะใช้บริการสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท.

- ข้อมูลทางด้านสถานะภาพ (Status)

จากผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยแยกจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามสถานะภาพของลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จำนวน 200 คนพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีสถานะภาพโสด จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพสมรส จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 และส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพหม้าย/ หย่าร้าง มีน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสดมีส่วนร่วมการใช้สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพอื่นๆ เพราะฉะนั้นแสดงว่ามีโอกาสดังกล่าวที่กลุ่มลูกค้าที่มีสถานะภาพโสด จะใช้บริการสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท.

- ข้อมูลทางด้านระดับการศึกษา (Education)

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยแยกจำแนกระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีการศึกษา ในระดับปริญญาตรี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 73 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ในระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 และกลุ่มต่อมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ในระดับอาชีวะ, อนุปริญญา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ในระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า นั้นมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ได้ทำการสำรวจ ซึ่งจะเห็นว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี นั้นมีสัดส่วนการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาชั้นอื่นๆ เพราะฉะนั้นสามารถวิเคราะห์ได้ว่า มีโอกาสที่กลุ่มลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเข้ามาใช้บริการธนาคาร สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

#### ■ ข้อมูลทางด้านอาชีพ (Occupation)

การสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามประเภทของอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพค้าขาย, ธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 19, กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นแม่บ้านนั้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ได้ทำการสำรวจ จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีสัดส่วนการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพอื่นๆ เพราะฉะนั้นสามารถวิเคราะห์ได้ว่ามีโอกาสที่กลุ่มลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

#### ■ ข้อมูลด้านรายได้ต่อเดือน (Income)

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยแยกจำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าส่วนใหญ่ นั้นมีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน ประมาณ 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20, และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน ประมาณ 20,001 - 30,000 บาท มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 19 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 10,001 - 20,000 บาท มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท นั้นมีน้อยสุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2 จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป มีสัดส่วนการใช้บริการด้านธุรกรรมทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนระดับอื่นๆ เพราะฉะนั้นสามารถวิเคราะห์ได้ว่ามีโอกาสที่กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปจะใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

สรุปลักษณะของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีโอกาสจะใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มีโอกาสที่เพศชายและเพศหญิงมีโอกาสนี้จะใช้บริการด้านธุรกรรมที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ใกล้เคียงกันซึ่งมีอายุโดยเฉลี่ยประมาณ 25-35 ปี และมีสถานะภาพโสด และมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งจะมีการประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้ต่อเดือนประมาณ 40,000 บาทขึ้นไป

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า

##### ■ ข้อมูลทางด้านเพศ (Gender)

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศของลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาในห้างสรรพสินค้า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 จะเห็นได้ว่าเพศชายและเพศหญิงมีส่วนร่วมในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้าใกล้เคียงกัน เพราะฉะนั้นสามารถวิเคราะห์ได้ว่า มีโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างลูกค้าทั้งเพศชายและเพศหญิง มีโอกาสจะใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้าใกล้เคียงกัน

##### ■ ข้อมูลทางด้านอายุ (Age)

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้า ได้ทำการจำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ที่ใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้านั้น มีอายุ 25-35 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาคือกลุ่มคนอายุ 36-45 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5, กลุ่มตัวอย่างที่รองลงมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และกลุ่มอายุที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีน้อยสุดจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25-35 ปี มีส่วนร่วมในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้า มากกว่ากลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุอื่นๆ เพราะฉะนั้นแสดงว่ามีโอกาสที่กลุ่มลูกค้าที่มีอายุ 25-35 ปี จะใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า

##### ■ ข้อมูลทางด้านสถานะภาพ (Status)

จากการจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามสถานะภาพทางสังคมของลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้านั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานะภาพ

โสด จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพสมรส รวมทั้งสิ้น 82 คน คิดเป็นร้อยละ 41 และส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพหม้าย/หย่าร้าง นั้นมีน้อยที่สุดจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการสำรวจ จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสดมีส่วนร่วมการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้า มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพอื่นๆ เพราะฉะนั้นมีโอกาสที่กลุ่มลูกค้าที่มีสถานะภาพโสดจะใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า

#### ■ ข้อมูลทางด้านระดับการศึกษา (Education)

จากผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้า โดยแยกจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีระดับการศึกษา ในระดับปริญญาตรีจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ในระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24 และกลุ่มต่อมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ในระดับอาชีวะ, อนุปริญญา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ในระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า นั้นมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการสำรวจ แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีส่วนการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาในห้างสรรพสินค้ามากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับอื่นๆ เพราะฉะนั้นมีโอกาสที่กลุ่มลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจะใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า

#### ■ ข้อมูลทางด้านอาชีพ (Occupation)

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้า โดยจำแนกตามแต่ละประเภทของอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บข้อมูล พบว่า ลักษณะการประกอบอาชีพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 79 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพค้าขาย, ธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11, กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนและนักศึกษา มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นแม่บ้าน มีน้อยสุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีส่วนร่วมการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขา

ในห้างสรรพสินค้า มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพอื่นๆ สามารถวิเคราะห์ได้ว่ามีโอกาสที่กลุ่มลูกค้าประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจะใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า

■ ข้อมูลด้านรายได้ต่อเดือน (Income)

การสำรวจกลุ่มตัวอย่าง ของลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน ประมาณ 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 22, และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 20,001 - 30,000 บาท มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 10,001 - 20,000 บาท มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท นั้นมีน้อยสุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป มีสัดส่วนการใช้บริการด้านธุรกรรมกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้า มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนในระดับอื่นๆ เพราะฉะนั้นมีโอกาสที่กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป จะใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า

สรุปลักษณะของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีโอกาสจะใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้า คือกลุ่มลูกค้าเพศชายและเพศหญิงมีโอกาสในการใช้บริการใกล้เคียงกัน ซึ่งมีอายุโดยเฉลี่ยประมาณ 25-35 ปี และมีสถานภาพโสด และการศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งจะทำการประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้ต่อเดือนประมาณ 40,000 บาทขึ้นไป

#### 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่าง ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. และในห้างสรรพสินค้า

ในการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา ของกลุ่มตัวอย่างสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. และกลุ่มตัวอย่างสาขาในห้างสรรพสินค้า ซึ่งเป็นการสำรวจเพื่อให้ทราบถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในช่องทางต่างๆ, วันที่ใช้บริการในแต่ละสัปดาห์, ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ, ธุรกรรมทางการเงินที่มาทำที่ธนาคาร, การสำรวจในหัวข้อนี้เป็นข้อมูล ที่อธิบายพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองช่องทาง



#### 4.2.1 รายละเอียดข้อมูลการมีบัญชีและบัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา รวมถึงบัญชีของธนาคารพาณิชย์อื่นๆของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.2

ข้อมูลการมีบัญชีและบัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา และบัญชีธนาคารพาณิชย์อื่นๆ  
ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท.

| พฤติกรรมการใช้บริการ<br>ธนาคารกรุงศรีอยุธยา | สาขาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. |                   | สาขาในห้างสรรพสินค้า       |                   |
|---------------------------------------------|-------------------------------|-------------------|----------------------------|-------------------|
|                                             | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน)    | ร้อยละ<br>(N=200) | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน) | ร้อยละ<br>(N=200) |
| จำนวนบัญชีของธนาคารกรุงศรีอยุธยา            |                               |                   |                            |                   |
| มี 1-2 บัญชี                                | 192                           | 96.00             | 187                        | 93.50             |
| มากกว่า 2 บัญชีขึ้นไป                       | 8                             | 4.00              | 13                         | 6.50              |
| การใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา      |                               |                   |                            |                   |
| ใช้                                         | 58                            | 29.00             | 62                         | 31.00             |
| ไม่ใช้                                      | 142                           | 71.00             | 138                        | 69.00             |
| การใช้บริการธนาคารพาณิชย์อื่นๆ              |                               |                   |                            |                   |
| ธนาคารกรุงเทพ                               | 102*                          | 51.00             | 115*                       | 57.50             |
| ธนาคารกสิกรไทย                              | 91*                           | 45.50             | 103*                       | 51.50             |
| ธนาคารไทยพาณิชย์                            | 78*                           | 39.00             | 86*                        | 43.00             |
| ธนาคารทหารไทย                               | 65*                           | 32.50             | 45*                        | 22.50             |
| ธนาคารกรุงไทย                               | 56*                           | 28.00             | 53*                        | 26.50             |
| ธนาคารธนชาติ                                | 26*                           | 13.00             | 30*                        | 15.00             |
| ธนาคารอื่นๆ                                 | 12*                           | 6.00              | 7*                         | 3.50              |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

หมายเหตุ : \* ข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการสาขาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท.

##### ■ การมีบัญชีและบัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยแยกจำแนกตามจำนวนการมีบัญชีของธนาคารกรุงศรีอยุธยาและจำนวนบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท.

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีบัญชีของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำนวน 1-2 บัญชี มีจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 96 และกลุ่มตัวอย่างที่มีบัญชีธนาคารกรุงศรีอยุธยา มากกว่า 2 บัญชีขึ้นไป มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4 จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีบัญชีของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำนวน 1-2 บัญชี มีสัดส่วนการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีบัญชีธนาคารกรุงศรีอยุธยา มากกว่า 2 บัญชีขึ้นไป เพราะฉะนั้นมีโอกาสที่กลุ่มลูกค้าที่มีบัญชีธนาคารกรุงศรีอยุธยา 1-2 บัญชี จะใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมัน ปตท.

ผลการศึกษาการใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จากข้อมูลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้ามีการใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 29 และกลุ่มตัวอย่างลูกค้าส่วนใหญ่ที่ไม่มีบัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 71 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำนวน 200 คน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีการใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีสัดส่วนการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา เพราะฉะนั้นมีโอกาสที่กลุ่มลูกค้าที่ไม่มีบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยาจะใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมัน ปตท. ดังนั้นจะเห็นว่าผลิตภัณฑ์ด้านบัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยานั้น ในเรื่องของผลิตภัณฑ์อาจจะยังไม่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย จึงส่งผลให้กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ไม่นิยมใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา

#### ■ การใช้บริการธนาคารพาณิชย์อื่นๆ นอกเหนือจากธนาคารกรุงศรีอยุธยา

จากผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยแยกจำแนกตามบัญชีของธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ของที่ลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. นอกเหนือจากการมีบัญชีของธนาคารกรุงศรีอยุธยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้มีการถือบัญชีของธนาคารกรุงเทพด้วย มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีบัญชีของธนาคารกสิกรไทย จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.5 ตามมาด้วยกลุ่มตัวอย่างที่มีบัญชีของธนาคารไทยพาณิชย์ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 39 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีบัญชีของธนาคารกรุงไทย, และธนาคารทหารไทย ธนาคารธนาชาติ มีจำนวน 65, 56 และ 26 ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 32.5, 28, และ ร้อยละ 13 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีบัญชีของธนาคารอื่นๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมานั้นจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีบัญชีธนาคารพาณิชย์อื่นๆ นอกเหนือจากธนาคารกรุงศรีอยุธยานั้น จะมีบัญชีของธนาคารกรุงเทพ มีการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาใน

สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างใช้บัญชีของธนาคารพาณิชย์อื่นๆ สามารถวิเคราะห์ได้ว่า เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป และเป็นคนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เพราะฉะนั้นการที่กลุ่มลูกค้าใช้บัญชีของธนาคารพาณิชย์อื่น และมีมากกว่า 1 ธนาคาร เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงแทนการฝากเงินไว้ที่ธนาคารใดธนาคารหนึ่ง ก็จะเลือกฝากหลายๆธนาคาร ซึ่งส่วนใหญ่ที่นิยมมีบัญชีของธนาคารกรุงเทพเนื่องจาก ธนาคารกรุงเทพ นั้นเป็นธนาคารที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับ 1 ของประเทศไทยในปี 2552 ข้อมูลจากนิตยสาร Brand Age ฉบับมิถุนายน 2552 ซึ่งแสดงถึงความมั่นคงทางการเงินและเป็นธนาคารที่ก่อตั้งมานานสร้างความน่าเชื่อถือให้กับกลุ่มลูกค้า จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่จะต้องมีบัญชีของธนาคารกรุงเทพด้วย

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า

##### ■ การมีบัญชีและบัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามจำนวนบัญชีของธนาคารกรุงศรีอยุธยา และจำนวนบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้า พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีบัญชีของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำนวน 1-2 บัญชี มีจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 93.5 และกลุ่มตัวอย่างที่มีบัญชีธนาคารกรุงศรีอยุธยา มากกว่า 2 บัญชีขึ้นไป มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีบัญชีของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำนวน 1-2 บัญชี มีสัดส่วนการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้ามากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีบัญชีธนาคารกรุงศรีอยุธยา มากกว่า 2 บัญชีขึ้นไป เพราะฉะนั้นมีโอกาสที่กลุ่มลูกค้าที่มีบัญชีธนาคารกรุงศรีอยุธยา 1-2 บัญชี จะใช้บริการที่สาขาในห้างสรรพสินค้า

จากข้อมูลการสำรวจด้านการใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยาพบว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยามีการใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 31 และกลุ่มที่ไม่มีบัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 69 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำนวน 200 คน คน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีการใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีสัดส่วนการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาในห้างสรรพสินค้ามากกว่า จะเห็นได้ว่าบัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยานั้น อาจจะยังไม่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย จึงส่งผลให้กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ไม่นิยมใช้

- การใช้บริการธนาคารพาณิชย์อื่นๆ นอกเหนือจากธนาคารกรุงศรีอยุธยา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้า ยังใช้บัญชีของธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ด้วย จากข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้มีการถือบัญชีของธนาคารกรุงเทพด้วย มีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีบัญชีของธนาคารกสิกรไทย จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.5 ตามมาด้วยกลุ่มตัวอย่างที่มีบัญชีของธนาคารไทยพาณิชย์ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 43 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีบัญชีของธนาคารกรุงไทย, ธนาคารทหารไทย และธนาคารธนาชาติ มีจำนวน 53, 45 และ 30 ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 26.5, 22.5, และร้อยละ 15 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีบัญชีของธนาคารอื่นๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมานั้น อาทิเช่น ธนาคารออมสิน, ธนาคาร CIMB นั้นมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีบัญชีธนาคารพาณิชย์อื่นๆ นอกเหนือจากธนาคารกรุงศรีอยุธยานั้น จะมีบัญชีของธนาคารกรุงเทพ มีสัดส่วนการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาในห้างสรรพสินค้ามากกว่ากลุ่มตัวอย่างใช้บัญชีของธนาคารพาณิชย์อื่นๆ วิเคราะห์ได้ว่า เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป และเป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เพราะฉะนั้นมีการใช้บัญชีของธนาคารพาณิชย์จึงมากกว่า 1 บัญชีขึ้นไป และมีมากกว่า 1 ธนาคารเพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงแทนการฝากเงินไว้ที่ธนาคารใดธนาคารหนึ่ง ก็จะเลือกฝากหลายๆธนาคาร ซึ่งส่วนใหญ่ที่นิยมมีบัญชีของธนาคารกรุงเทพเพิ่มเติมเนื่องจาก ธนาคารกรุงเทพ

#### 4.2.2 ข้อมูลความถี่ในการใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา รวมถึงธนาคารพาณิชย์อื่นๆของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.3

ข้อมูลความถี่ในการใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของกลุ่มตัวอย่าง

| ความถี่ในการใช้บริการธนาคารพาณิชย์ | สาขาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. |                | สาขาในห้างสรรพสินค้า   |                |
|------------------------------------|-------------------------------|----------------|------------------------|----------------|
|                                    | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง(คน)        | ร้อยละ (N=200) | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง(คน) | ร้อยละ (N=200) |
| บ่อยที่สุด 3 อันดับ                |                               |                |                        |                |
| ธนาคารกรุงศรีอยุธยา                |                               |                |                        |                |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 1          | 61                            | 36.75          | 56                     | 32.75          |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 2          | 38                            | 22.89          | 35                     | 20.47          |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 3          | 67                            | 40.36          | 80                     | 46.78          |
| รวม                                | 166*                          | 100.00         | 171*                   | 100.00         |
| ธนาคารกรุงเทพ                      |                               |                |                        |                |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 1          | 52                            | 50.49          | 47                     | 43.12          |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 2          | 38                            | 36.89          | 45                     | 41.28          |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 3          | 13                            | 12.62          | 17                     | 15.60          |
| รวม                                | 103*                          | 100.00         | 109*                   | 100.00         |
| ธนาคารกสิกรไทย                     |                               |                |                        |                |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 1          | 31                            | 37.35          | 46                     | 46.94          |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 2          | 32                            | 38.55          | 37                     | 37.76          |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 3          | 20                            | 24.10          | 15                     | 15.31          |
| รวม                                | 83*                           | 100.00         | 98*                    | 100.00         |
| ธนาคารไทยพาณิชย์                   |                               |                |                        |                |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 1          | 26                            | 36.62          | 31                     | 36.90          |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 2          | 30                            | 42.25          | 33                     | 39.29          |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 3          | 15                            | 21.13          | 20                     | 23.81          |
| รวม                                | 71*                           | 100.00         | 84*                    | 100.00         |
| ธนาคารซีไอเอ็มบี                   |                               |                |                        |                |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 2          |                               |                | 1                      | 100.00         |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 3          | 1                             | 100.00         |                        |                |
| รวม                                | 1*                            | 100.00         | 1*                     | 100.00         |

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

| ความถี่ในการใช้บริการธนาคารพาณิชย์<br>บ่อยที่สุด 3 อันดับ | สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. |                   | สาขาในห้างสรรพสินค้า       |                   |
|-----------------------------------------------------------|-----------------------------|-------------------|----------------------------|-------------------|
|                                                           | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน)  | ร้อยละ<br>(N=200) | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน) | ร้อยละ<br>(N=200) |
| ธนาคารทหารไทย                                             |                             |                   |                            |                   |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 1                                 | 10                          | 17.54             | 8                          | 21.62             |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 2                                 | 24                          | 42.11             | 14                         | 37.84             |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 3                                 | 23                          | 40.35             | 15                         | 40.54             |
| รวม                                                       | 57*                         | 100.00            | 37*                        | 100.00            |
| ธนาคารกรุงไทย                                             |                             |                   |                            |                   |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 1                                 | 11                          | 22.00             | 6                          | 13.64             |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 2                                 | 17                          | 34.00             | 17                         | 38.64             |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 3                                 | 22                          | 44.00             | 21                         | 47.73             |
| รวม                                                       | 50*                         | 100.00            | 44*                        | 100.00            |
| ธนาคารธนชาติ                                              |                             |                   |                            |                   |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 1                                 | 3                           | 12.00             | 4                          | 13.79             |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 2                                 | 7                           | 28.00             | 16                         | 55.17             |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 3                                 | 15                          | 60.00             | 9                          | 31.03             |
| รวม                                                       | 25*                         | 100.00            | 29*                        | 100.00            |
| ธนาคารออมสิน                                              |                             |                   |                            |                   |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 1                                 | 2                           | 22.22             | 1                          | 20.00             |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 2                                 | 3                           | 33.33             | 1                          | 20.00             |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 3                                 | 4                           | 44.44             | 3                          | 60.00             |
| รวม                                                       | 9*                          | 100.00            | 5*                         | 100.00            |
| ธนาคารนครหลวง                                             |                             |                   |                            |                   |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 2                                 | 1                           | 100.00            |                            |                   |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 3                                 |                             |                   | 1                          | 100               |
| รวม                                                       | 1*                          | 100.00            | 1*                         | 100.00            |
| ธนาคารอื่นๆ                                               |                             |                   |                            |                   |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 2                                 | 2                           | 100.00            | -                          | -                 |
| รวม                                                       | 2*                          | 100.00            | -                          | -                 |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

หมายเหตุ : \* เป็นข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ใส่ตัวเลขตามลำดับก่อนหลัง

เช่น ใช้บริการบ่อยที่สุดอันดับแรก ใส่ “1” ลำดับต่อมาใส่ “2” เป็นต้น

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท.

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีจำนวน 166 คน โดยส่วนใหญ่ใช้ธนาคารกรุงศรีอยุธยาบ่อยเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 รองลงมาใช้ธนาคารบ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 22.89 และกลุ่มที่ใช้ธนาคารบ่อยเป็นอันดับ 3 มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 40.36 จะเห็นว่าจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน เป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา 166 คน คิดเป็นร้อยละ 83 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าการที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการที่ธนาคารมาก เพราะได้ทำการเก็บแบบสอบถามจากลูกค้าที่มาใช้บริการ จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมกลุ่มลูกค้าใช้บริการถึงมีจำนวนมาก หากวิเคราะห์เชิงลึกจะเห็นว่า จากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการบ่อยจำนวน 166 คน มีลูกค้าใช้บริการบ่อยมาสุด เพียง 66 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้ธนาคารกรุงศรีอยุธยาเป็นธนาคารหลัก อาจเกิดจากการที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยานั้นเป็นธนาคารอันดับ 5 มีจำนวนสาขาเขตกรุงเทพมหานคร เพียง 189 สาขา ซึ่งอาจทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ได้รับความสะดวกในการเข้าถึงสาขา ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการไม่บ่อย

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ มีจำนวน 103 คน โดยส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพบ่อยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 50.49 รองลงมาคือใช้ธนาคารกรุงเทพบ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 36.89 และใช้บ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 12.62 แสดงให้เห็นจากกลุ่มตัวอย่าง 200 คน มีคนใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้เป็นคนที่มีความถี่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาและมีบัญชีธนาคารกรุงเทพ ใช้บริการธนาคารกรุงเทพบ่อยที่สุดนั้นมีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 50.49 วิเคราะห์ได้ว่าลูกค้าส่วนใหญ่ใช้ธนาคารกรุงเทพบ่อยที่สุด เพราะธนาคารกรุงเทพนั้นเป็นธนาคารอันดับ 1 มีจำนวนสาขาเขตกรุงเทพมหานคร 235 สาขา ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งอาจทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ได้รับความสะดวกสบายสามารถเข้าถึงสาขาได้ง่าย จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. จึงใช้ธนาคารกรุงเทพบ่อย

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย มีจำนวน 83 คน โดยส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยบ่อยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 37.35 รองลงมาคือใช้บ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 38.55 และใช้บ่อยเป็นอันดับที่ 3 มี

จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 24.10 วิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างนี้นิยมใช้บริการของธนาคารกสิกรไทยเป็นหลัก โดยมีจำนวนคนใช้บริการ 83 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่ใช้ธนาคารกสิกรบ่อยที่สุด เพราะมีจำนวนสาขาเขตกรุงเทพมหานคร 275 สาขา ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย จึงเป็นเหตุผลที่กลุ่มลูกค้าเพราะสามารถเข้าถึงสาขาได้ง่าย จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จึงใช้ธนาคารกสิกรบ่อย

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ มีจำนวน 71 คน โดยส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์บ่อยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 36.62 รองลงมาคือในที่ที่ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 และใช้ธนาคารไทยพาณิชย์บ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 21.13 จะเห็นได้ว่าลูกค้าส่วนใหญ่ใช้ธนาคารไทยพาณิชย์บ่อยที่สุด เพราะมีจำนวนสาขาเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด 321 สาขา ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งมีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วไป จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จึงนิยมใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์บ่อย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารทหารไทย มีจำนวน 57 คน โดยส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารทหารไทยบ่อยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 17.54 รองลงมาคือใช้บริการธนาคารทหารไทยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 42.11 และใช้ธนาคารทหารไทยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 40.35 จะเห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่ใช้ธนาคารทหารไทยนั้นเป็นกลุ่มทหาร ข้าราชการ เพราะฉะนั้นกลุ่มคนที่ใช้บริการจึงมีวงจำกัด ซึ่งจากข้อมูลจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีบัญชีธนาคารไทยไม่มาก ประกอบกับธนาคารทหารไทย มีจำนวนสาขาเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด 165 สาขา วิเคราะห์ได้จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งมีจำนวนไม่มาก จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จึงไม่ค่อยนิยมใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทย มีจำนวน 50 คน โดยส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกรุงไทยบ่อยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทยบ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 34 และกลุ่มตัวอย่างใช้ธนาคารกรุงไทยบ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 44 สามารถ



วิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทยบ่อย นั้นเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ เพราะส่วนใหญ่จะใช้บัญชีเงินเดือนของธนาคารกรุงไทย จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่เป็นกลุ่มประกอบอาชีพข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการธนาคารกรุงไทยบ่อย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารธนชาติที่มีจำนวน 25 คน โดยส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารธนชาติบ่อยที่สุดเป็นอันดับแรก บ่อยเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 12 รองลงได้ใช้บริการธนาคารบ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 28 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการของธนาคารธนชาติเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 60 วิเคราะห์ได้ว่าการที่กลุ่มตัวอย่างนั้นนิยมใช้บริการที่ธนาคารธนชาติบ่อย มีจำนวน 25 คนนั้น เนื่องจากเรื่องของจำนวนสาขาของธนาคารธนชาตินั้นมีจำนวน 114 สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งทำให้กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการไม่สะดวก หาสาขาเพื่อใช้บริการยาก จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมกลุ่มลูกค้าที่ใช้จึงน้อย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารออมสิน มีจำนวน 9 คน โดยส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารออมสินบ่อยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 รองลงได้ใช้บริการธนาคารบ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการของธนาคารธนชาติเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 วิเคราะห์ได้ว่าการที่กลุ่มตัวอย่างนั้นนิยมใช้บริการที่ธนาคารออมสิน มีจำนวน 9 คน เนื่องจากธนาคารออมสินเป็นธนาคารของรัฐบาลเรื่องของจำนวนสาขานั้นมีน้อยมากเพียง 78 สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร สาขา ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งทำให้กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการไม่สะดวก จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมกลุ่มลูกค้าที่ใช้จึงน้อย นอกเหนือจากนี้ ธนาคารที่มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการน้อยที่สุดได้แก่ ธนาคาร CIMB มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ธนาคารนี้บ่อยเป็นอันดับที่ 3 จำนวน 1 คน และธนาคารนครหลวง มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ธนาคารนี้บ่อยเป็นอันดับที่ 2 จำนวน 1 คน และธนาคารอื่นๆ ได้แก่ธนาคารทีสโก้ มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ธนาคารนี้บ่อยเป็นอันดับที่ 2 จำนวน 2 คน

โดยส่วนใหญ่มีบัญชีธนาคารกรุงเทพมากที่สุด รองลงมาคือบัญชีธนาคารกสิกรไทย และอันดับสามได้แก่บัญชีธนาคารไทยพาณิชย์ ด้วยเหตุผลที่ใ้บ่อยที่สุดเพราะทั้ง 3 ธนาคารนั้นมี

สาขาในห้างสรรพสินค้าเขตกรุงเทพมหานครจำนวนมาก ซึ่งทำให้สะดวกจึงเป็นเหตุผลสำคัญว่าทำไมกลุ่มตัวอย่างจึงเลือกใช้บริการธนาคารที่มีจำนวนสาขามาก

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้า

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีจำนวน 171 คน โดยส่วนใหญ่ใช้ธนาคารเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 รองลงมาใช้ธนาคารกรุงศรีอยุธยาบ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 20.47 และกลุ่มที่ใช้ธนาคารกรุงศรีอยุธยาบ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 46.78 จะเห็นได้ว่าจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน เป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา 171 คน คิดเป็นร้อยละ 85.5 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าการที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการที่ธนาคารมากเพราะได้ทำการเก็บแบบสอบถามจากลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาเป็นหลัก จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมกลุ่มลูกค้าใช้บริการถึงมีจำนวนมากหากวิเคราะห์เชิงลึกจะเห็นได้ว่าจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการบ่อยจำนวน 171 คน มีลูกค้าใช้บริการบ่อยมาสุด เพียง 56 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้ธนาคารกรุงศรีอยุธยาเป็นธนาคารหลัก อาจเกิดจากการที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยานั้นเป็นธนาคารอันดับ 5 มีจำนวนสาขาในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร เพียง 23 สาขา<sup>1</sup> ซึ่งอาจทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่สะดวกในการเข้าถึงสาขา จึงใช้บริการไม่บ่อย

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ มีจำนวน 109 คน โดยส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพบ่อยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 43.12 รองลงมาคือใช้ธนาคารกรุงเทพบ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 41.28 และใช้บ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าการที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการที่ธนาคารกรุงเทพบ่อยมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าธนาคารกรุงเทพมีจำนวนสาขาในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร 65 สาขา ซึ่งทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ได้รับความสะดวกในการเข้าถึงสาขาได้ง่าย ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่นิยมใช้บริการบ่อย

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย มีจำนวน 98 คน โดยส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยบ่อยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46.94 รองลงมา

---

<sup>1</sup> รายชื่อสาขาของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้าเขตกรุงเทพมหานคร ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในภาคผนวก ง

คือใช้บ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.76 และใช้บ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.31 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าการที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการที่ธนาคารกรุงเทพบ่อยมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าธนาคารกรุงเทพมีจำนวนสาขาในห้างสรรพสินค้าในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร 52 สาขา ซึ่งทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ได้รับความสะดวกในการเข้าถึงสาขาได้ง่าย ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่นิยมใช้บริการบ่อย

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย มีจำนวน 98 คน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยบ่อยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46.94 รองลงมาคือใช้บ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.76 และใช้บ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.31 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าการที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการที่ธนาคารกรุงเทพบ่อยมากที่สุดจากข้อมูลแสดงให้เห็นว่าธนาคารกรุงเทพมีจำนวนสาขาในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร 52 สาขา ซึ่งทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ได้รับความสะดวกในการเข้าถึงสาขาได้ง่าย ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่นิยมใช้บริการบ่อย

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ มีจำนวนทั้งหมด 84 คน โดยส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์บ่อยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 36.90 รองลงมาคือกลุ่มที่ใช้บริการธนาคารนี้บ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 39.29 และกลุ่มที่ใช้ธนาคารไทยพาณิชย์บ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 23.81 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าการที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการที่ธนาคารไทยพาณิชย์บ่อยมากที่สุด เพราะธนาคารมีจำนวนสาขาในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร 81 สาขา ซึ่งทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ได้รับความสะดวกในการเข้าถึงสาขาได้ง่าย ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่นิยมใช้บริการบ่อย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารทหารไทย มีจำนวน 37 คน โดยส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารทหารไทยบ่อยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 21.62 รองลงมาคือใช้บริการธนาคารทหารไทยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 37.84 และใช้ธนาคารทหารไทยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 40.54 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าการที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการที่ธนาคารทหารไทยบ่อยมากที่สุด เหตุผลเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบกับธนาคารนั้นมีสาขาในห้างสรรพสินค้าน้อย จำนวน

17 แห่ง ซึ่งทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ได้รับความไม่สะดวกในการเข้าถึงสาขา จึงทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่นิยมใช้บริการบ่อย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 44 คน ซึ่งโดยส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกรุงไทยบ่อยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 13.64 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทยบ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 38.64 และกลุ่มตัวอย่างใช้ธนาคารกรุงไทยบ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 47.73 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าการที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการที่ธนาคารกรุงไทยบ่อยมากที่สุดเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบกับธนาคารกรุงไทยนั้นมีสาขาในห้างสรรพสินค้าน้อย จำนวน 27 แห่ง ซึ่งทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ได้รับความไม่สะดวกในการเข้าถึงสาขา จึงทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่นิยมใช้บริการบ่อย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารธนชาตมีจำนวนทั้งหมด 29 คน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารธนชาตบ่อยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.79 รองลงได้ใช้บริการธนาคารบ่อยเป็นอันดับที่ 2 นั้นมีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 55.17 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการของธนาคารธนชาตเป็นอันดับที่ 3 นั้นมีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 31.03 โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่าการที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการที่ธนาคารกรุงไทยบ่อยมากที่สุดเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบกับธนาคารนั้นมีสาขาในห้างสรรพสินค้าน้อย จำนวน 27 แห่ง ซึ่งทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ได้รับความไม่สะดวกในการเข้าถึงสาขา จึงทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่นิยมใช้บริการบ่อย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารออมสิน มีจำนวน 5 คน โดยส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารออมสินบ่อยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20 รองลงได้ใช้บริการธนาคารบ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการของธนาคารธนชาตเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60 วิเคราะห์ได้ว่าการที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการที่ธนาคารกรุงไทยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ เนื่องจากธนาคารออมสินนั้นเป็นธนาคารของรัฐ ซึ่งเหตุผลที่มีคนใช้บริการไม่บ่อยเนื่องจากสาขาในห้างสรรพสินค้านั้น ปัจจุบันที่เพียงที่เดียวคือ ที่ห้างสรรพสินค้าจามจุรีสแควร์ จึงเป็นเหตุว่าทำลูกค้าถึงมีความถี่ในการใช้บริการน้อย เหตุผลเนื่องจากสาขาหายาก นอกเหนือจาก

นี้ ธนาคารที่มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการน้อยที่สุดได้แก่ ธนาคาร CIMB มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ธนาคารนี้บ่อยเป็นอันดับที่ 2 จำนวน 1 คน และธนาคารนครหลวง มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ธนาคารนี้บ่อยเป็นอันดับที่ 3 จำนวน 1 คน

สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาในห้างสรรพสินค้า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีบัญชีธนาคารพาณิชย์อื่นๆนอกเหนือจากบัญชีของธนาคารกรุงศรีอยุธยาโดยมีบัญชีธนาคารกรุงเทพมากที่สุด รองลงมาคือบัญชีธนาคารกสิกรไทย และอันดับสามได้แก่บัญชีธนาคารไทยพาณิชย์ ด้วยเหตุผลที่ใช้บ่อยที่สุดเพราะธนาคารทั้ง 3 แห่งนั้นมีจำนวนสาขาในห้างสรรพสินค้าเขตกรุงเทพมหานครมากซึ่งทำให้สะดวกจึงเป็นเหตุผลสำคัญว่าทำไมกลุ่มตัวอย่างจึงเลือกใช้บริการธนาคารที่มีจำนวนสาขามาก หากธนาคารกรุงศรีอยุธยายังคงมีจำนวนสาขาในห้างสรรพสินค้า น้อยกว่าธนาคารพาณิชย์อื่นอาจจะมีผลทำให้ลูกค้ามีเปลี่ยนไปใช้ธนาคารอื่นที่ได้รับความนิยมสะดวกสบายมากกว่า

#### 4.2.2 ข้อมูลประเภทธุรกรรมที่มารับบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.4

ประเภทธุรกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนิยมมาใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา  
ทั้งสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. และในห้างสรรพสินค้า

| ประเภทธุรกรรมที่<br>กลุ่มตัวอย่างนิยมมาใช้บริการ<br>ธนาคารกรุงศรีอยุธยา | สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. |                   | สาขาในห้างสรรพสินค้า       |                   |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-------------------|----------------------------|-------------------|
|                                                                         | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน)  | ร้อยละ<br>(N=200) | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน) | ร้อยละ<br>(N=200) |
| <b>โอนเงิน</b>                                                          |                             |                   |                            |                   |
| ใช้บริการบอยเป็นอันดับ 1                                                | 66                          | 40.99             | 65                         | 41.94             |
| ใช้บริการบอยเป็นอันดับ 2                                                | 37                          | 22.98             | 34                         | 21.94             |
| ใช้บริการบอยเป็นอันดับ 3                                                | 58                          | 36.02             | 56                         | 36.13             |
| รวม                                                                     | 161*                        | 100.00            | 155*                       | 100.00            |
| <b>ฝากเงิน / ถอนเงิน</b>                                                |                             |                   |                            |                   |
| ใช้บริการบอยเป็นอันดับ 1                                                | 96                          | 53.04             | 97                         | 55.43             |
| ใช้บริการบอยเป็นอันดับ 2                                                | 28                          | 15.47             | 27                         | 15.43             |
| ใช้บริการบอยเป็นอันดับ 3                                                | 57                          | 31.49             | 51                         | 29.14             |
| รวม                                                                     | 181*                        | 100.00            | 175                        | 100.00            |
| <b>เงินกู้ / สินเชื่อ</b>                                               |                             |                   |                            |                   |
| ใช้บริการบอยเป็นอันดับ 1                                                | 1                           | 7.69              | 6                          | 40.00             |
| ใช้บริการบอยเป็นอันดับ 2                                                | 1                           | 7.69              | 4                          | 26.67             |
| ใช้บริการบอยเป็นอันดับ 3                                                | 11                          | 84.62             | 5                          | 33.33             |
| รวม                                                                     | 13*                         | 100.00            | 15*                        | 100.00            |
| <b>ลงทุนในกองทุนต่างๆ</b>                                               |                             |                   |                            |                   |
| ใช้บริการบอยเป็นอันดับ 1                                                | 2                           | 9.09              | 3                          | 8.11              |
| ใช้บริการบอยเป็นอันดับ 2                                                | 9                           | 40.91             | 20                         | 54.05             |
| ใช้บริการบอยเป็นอันดับ 3                                                | 11                          | 50.00             | 14                         | 37.84             |
| รวม                                                                     | 22*                         | 100.00            | 37*                        | 100.00            |

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

| ประเภทธุรกรรมที่<br>กลุ่มตัวอย่างนิยมมาใช้บริการ | สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. |         | สาขาในห้างสรรพสินค้า |         |
|--------------------------------------------------|-----------------------------|---------|----------------------|---------|
|                                                  | จำนวนกลุ่ม                  | ร้อยละ  | จำนวนกลุ่ม           | ร้อยละ  |
| ธนาคารกรุงศรีอยุธยา                              | ตัวอย่าง(คน)                | (N=200) | ตัวอย่าง(คน)         | (N=200) |
| ชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ                      |                             |         |                      |         |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 1                        | 30                          | 16.67   | 25                   | 15.06   |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 2                        | 114                         | 63.33   | 99                   | 59.64   |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 3                        | 36                          | 20.00   | 42                   | 25.30   |
| รวม                                              | 180*                        | 100.00  | 166*                 | 100.00  |
| ประกันชีวิต                                      |                             |         |                      |         |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 1                        | -                           | -       | 1                    | 5.00    |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 2                        | 2                           | 28.57   | 7                    | 35.00   |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 3                        | 5                           | 71.43   | 12                   | 60.00   |
| รวม                                              | 7*                          | 100.00  | 20*                  | 100.00  |
| แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ                      |                             |         |                      |         |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 1                        | -                           | -       | 1                    | 11.11   |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 2                        | 3                           | 30.00   | 3                    | 33.33   |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 3                        | 7                           | 70.00   | 5                    | 55.56   |
| รวม                                              | 10*                         | 100.00  | 9*                   | 100.00  |
| อื่นๆ                                            |                             |         |                      |         |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 1                        | 1                           | 12.50   | -                    | -       |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 2                        | -                           | -       | 1                    | 14.29   |
| ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับ 3                        | 7                           | 87.50   | 6                    | 85.71   |
| รวม                                              | 8*                          | 100.00  | 7*                   | 100.00  |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

หมายเหตุ : \* เป็นข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ใส่ตัวเลขตามลำดับก่อนหลัง

เช่น ใช้บริการบ่อยที่สุดอันดับแรก ใส่ “1” ลำดับต่อมาใส่ “2” เป็นต้น

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

ธุรกรรมทางการเงินประเภทการโอนเงินนั้นมีจำนวนคนที่ใช้บริการ 161 คน โดยแบ่งออกเป็นคนที่มาใช้บริการบ่อยสุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 40.99 รองลงมาคือการใช้ธุรกรรมประเภทนี้บ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 22.98 และใช้

ธุรกรรมนี้บ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 36.02 จากข้อมูลสามารถวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บข้อมูลมานั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับข้อมูลจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท. ในปี 2551 ว่าลูกค้าส่วนใหญ่นิยมมาทำธุรกรรมด้านการโอนมากเป็นอันดับที่ 3 ของประเภทธุรกรรมในสาขา

ส่วนธุรกรรมทางการเงินประเภทฝากเงิน, ถอนเงิน กลุ่มตัวอย่างใช้บริการบ่อยจำนวน 181 คน โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบ่อยสุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 53.04 รองลงมาในกลุ่มตัวอย่างทำธุรกรรมประเภทนี้บ่อยเป็นอันดับที่ 2 จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 15.47 และกลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกรรมประเภทนี้บ่อยเป็นอันดับที่ 3 จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 31.49 สามารถวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บข้อมูลมานั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับ จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท. ในปี 2551 ซึ่งเป็นข้อมูลของธนาคารกรุงศรีอยุธยาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานีสบริการน้ำมันปตท.ทำธุรกรรมด้านการโอนเงินมากเป็นอันดับที่ 1 และ อันดับที่ 2 ของประเภทธุรกรรมด้านการฝากเงินและถอนเงิน

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่นิยมทำการเงินกู้ หรือการขอสินเชื่อ ในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท. มีจำนวน 13 คนโดยแบ่งออกเป็นคนที่ใช้บริการบ่อยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7.69 และอันดับที่ 2 มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7.69 และกลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกรรมประเภทนี้บ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 84.62 จากข้อมูลสามารถวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บข้อมูลมานั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับข้อมูลจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท. ในปี 2551 ว่าลูกค้าส่วนใหญ่นิยมมาทำธุรกรรมด้านสินเชื่อส่วนบุคคลในสาขามีปริมาณน้อยมาก หากพิจารณาจากข้อมูลในตารางที่ 4.14 จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เคยใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคาร สาขาในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท. ด้านสินเชื่อมีจำนวนน้อยมาก

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่นิยมมาทำลงทุนในกองทุนต่างๆ ที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท. มีจำนวน 22 คน โดยแบ่งออกเป็นคนที่ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 1 จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 40.91 และใช้บริการบ่อย เป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ของผู้นิยมทำธุรกรรมด้านการลงทุนในกองทุนต่างๆ ของธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาใน



สถานีบริการน้ำมัน ปตท. วิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บข้อมูลมานั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับข้อมูลจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในปี 2551 ลูกค้าส่วนใหญ่นิยมมาทำธุรกรรมด้านสินเชื่อส่วนบุคคลในสาขามีปริมาณน้อย หากพิจารณาจากข้อมูลในตารางที่ 4.15 จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ว่าการลงทุนของกองทุนรวมสามารถทำได้ที่สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. น้อย มีจำนวน 91 ราย โดยมีลูกค้าที่เคยใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จำนวน 25 รายเท่านั้น แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์การเงินที่สามารถทำได้ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. นั้นมีปริมาณต่ำ

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่นิยมทำธุรกรรมประเภทชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ ที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. พบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมใช้บริการด้านนี้ทั้งหมด 180 คน โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มตัวอย่างที่นิยมใช้บอยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบอยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 63.33 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธุรกรรมประเภทนี้บอยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ของกลุ่มตัวอย่างที่นิยมมาทำธุรกรรมประเภทชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. วิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บข้อมูลมานั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับข้อมูลจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในปี 2551 ว่าลูกค้าส่วนใหญ่นิยมมาทำธุรกรรมด้านการชำระค่าสินค้าและบริการมีปริมาณมาก แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าส่วนใหญ่นิยมมาใช้บริการด้านนี้ที่สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท.

กลุ่มตัวอย่างที่นิยมมาทำธุรกรรมประเภทประกันชีวิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีจำนวน 7 คน โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการบอยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 และใช้บริการบอยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 วิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บข้อมูลมานั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับข้อมูลจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในปี 2551 ว่าลูกค้าส่วนใหญ่ไม่นิยมมาทำธุรกรรมด้านการประกันชีวิตมีปริมาณน้อยมาก แสดงให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่ไม่นิยมมาใช้บริการด้านนี้ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท.

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่นิยมมาทำธุรกรรมประเภทแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีจำนวน 10 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมมาใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และกลุ่มตัวอย่างที่นิยมใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70 นอกเหนือจากนี้แล้วกลุ่มตัวอย่างที่นิยมมาทำธุรกรรมทางธนาคารอื่นๆ เช่นการปรับสมุดบัญชี, การเปลี่ยนสมุดบัญชีโดยกลุ่มตัวอย่างจะนิยมทำธุรกรรมดังกล่าวบ่อยเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และกลุ่มตัวอย่างที่นิยมใช้บ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 วิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บข้อมูลมานั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับข้อมูลจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการของทางธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในปี 2551พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ไม่นิยมมาทำธุรกรรมด้านการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีปริมาณการทำธุรกรรมจำนวนน้อยแสดงให้เห็นว่ากลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ไม่นิยมมาใช้บริการด้านนี้ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท.

สรุปได้ว่าประเภทธุรกรรมที่กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยานิยมมาใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ส่วนใหญ่เป็นธุรกรรมประเภทการฝากเงิน, การถอนเงิน, การโอนเงิน และการชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ ส่วนประเภทธุรกรรมที่มีความนิยมมาใช้บริการในปริมาณน้อย คือสินเชื่อต่างๆ การประกันชีวิต การลงทุนในกองทุนต่างๆ และธุรกรรมทางการเงินในด้านการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

ธุรกรรมทางการเงินประเภทการโอนเงินนั้นมีจำนวน 155 คน โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้บริการนี้บ่อยสุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 41.94 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 21.94 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 36.13 วิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บข้อมูลมานั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับข้อมูลในตารางที่ 4.15 เรื่องการรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์จะเห็นได้ว่าลูกค้าส่วนใหญ่ ร้อยละ 94 ทราบว่าสามารถทำการโอนเงินได้ที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาในห้างสรรพสินค้า และได้เคยใช้บริการดังกล่าว จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 67 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่นิยมมาใช้บริการด้านนี้ในห้างสรรพสินค้า

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่นิยมมาทำธุรกรรมทางการเงินประเภทฝากเงิน และถอนเงิน มีจำนวน 175 คน โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบ่อยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 97 คน คิดร้อยละ 55.43 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 15.43 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 29.14 วิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บข้อมูลมานั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับ ข้อมูลในตารางที่ 4.15 เรื่องการรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์จะเห็นได้ว่าลูกค้าส่วนใหญ่ ร้อยละ 98 ทราบว่าสามารถทำการฝากเงิน, ถอนเงิน ได้ที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาในห้างสรรพสินค้า และได้เคยใช้บริการดังกล่าว จำนวน 180 คนคิดเป็นร้อยละ 90 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่ นิยมมาใช้บริการด้านนี้ในห้างสรรพสินค้า

กลุ่มตัวอย่างที่นิยมทำธุรกรรมทางการเงินประเภทเงินกู้ และการขอสินเชื่อต่างๆ มีจำนวน 15 คน โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มตัวอย่างนิยมใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 วิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บข้อมูลมานั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับข้อมูลในตารางที่ 4.15 เรื่องการรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์จะเห็นได้ว่าลูกค้าส่วนใหญ่ ร้อยละ 66 ทราบว่าสามารถทำการขอสินเชื่อได้ที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาในห้างสรรพสินค้า และได้เคยใช้บริการดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 13 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ปานกลาง จึงส่งผลให้กลุ่มลูกค้ามีการใช้ผลิตภัณฑ์สินเชื่อในปริมาณน้อย

ส่วนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่นิยมทำธุรกรรมทางการเงินประเภทลงทุนในกองทุนต่างๆ ที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีจำนวน 37 คน โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.11 รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 20 คิดเป็นร้อยละ 54.05 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 37.84 วิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บข้อมูลมานั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับข้อมูลในตารางที่ 4.15 เรื่องการรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์จะเห็นได้ว่าลูกค้าส่วนใหญ่ ร้อยละ 45.5 ทราบว่าสามารถทำธุรกรรมประเภทลงทุนในกองทุนต่างๆ ได้ที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาในห้างสรรพสินค้า และได้เคยใช้บริการดังกล่าว คิด

เป็นร้อยละ 12.5 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม่มาก จึงส่งผลให้กลุ่มลูกค้ามีการทำธุรกรรมประเภทลงทุนในกองทุนต่างๆ ในปริมาณน้อย

กลุ่มตัวอย่างที่นิยมมาทำธุรกรรมประเภทชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ มีจำนวน 166 คน โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบ่อยสุดเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 15.06 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 59.64 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 วิเคราะห์ได้ว่าเรื่องการรับรู้ธุรกรรมประเภทชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ ทราบว่าสามารถทำธุรกรรมประเภทลงทุนในกองทุนต่างๆ ได้ที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้า และได้เคยใช้บริการดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มาก จึงส่งผลให้กลุ่มลูกค้ามีการทำธุรกรรมประเภทลงทุนในกองทุนต่างๆ ในปริมาณมาก

กลุ่มตัวอย่างที่นิยมใช้มาทำธุรกรรมทางด้านประกันชีวิตบ่อยที่สุดมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่นิยมมาใช้บริการด้านแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้า มีจำนวน 9 คน แบ่งออกเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ บ่อยที่สุดมีจำนวน มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 วิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บข้อมูลมานั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับข้อมูลในตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้อยมาก นอกเหนือจากนี้แล้วกลุ่มตัวอย่างที่นิยมมาทำธุรกรรมอื่นๆ อาทิเช่น การปรับสมุดบัญชี การเปลี่ยนสมุดบัญชี โดยกลุ่มตัวอย่างจะนิยมทำธุรกรรมดังกล่าวบ่อยเป็นอันดับ 2 มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 และกลุ่มตัวอย่างที่นิยมใช้บ่อยเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 85.71

สรุปได้ว่าประเภทธุรกรรมที่กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยานิยมมาใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่เป็นธุรกรรมประเภทการฝากเงิน, การถอนเงิน, การโอนเงิน และการชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ ส่วนประเภทธุรกรรมที่มีความนิยมมาใช้บริการในปริมาณน้อย คือ สินเชื่อต่างๆ การประกันชีวิต การลงทุนในกองทุนต่างๆ และการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

#### 4.2.2 ข้อมูลการเดินทางเพื่อมาธนาคารกรุงศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.5

ข้อมูลการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างเมื่อมาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา  
ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา

| พาหนะที่ใช้ใน<br>การเดินทางมาธนาคาร | สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. |                   | สาขาในห้างสรรพสินค้า       |                   |
|-------------------------------------|-----------------------------|-------------------|----------------------------|-------------------|
|                                     | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน)  | ร้อยละ<br>(N=200) | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน) | ร้อยละ<br>(N=200) |
| รถยนต์ส่วนตัว                       | 157                         | 78.50             | 142                        | 71.00             |
| จักรยานยนต์ส่วนตัว                  | 31                          | 15.50             | 38                         | 19.00             |
| มอเตอร์ไซค์รับจ้าง                  | 6                           | 3.00              | 9                          | 4.50              |
| แท็กซี่                             | 4                           | 2.00              | 6                          | 3.00              |
| รถตู้                               | 2                           | 1.00              | 5                          | 2.50              |
| รวมทั้งสิ้น                         | 200                         | 100.00            | 200                        | 100.00            |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จักรยานยนต์ ในการเดินทาง มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5, ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางโดยให้รถโดยสารประจำทาง มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการรถแท็กซี่ ในการเดินทางมาทำธุรกรรมที่ธนาคารนั้น มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการรถตู้ นั้นมีสัดส่วนที่เท่ากัน คือจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จากข้อมูลจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมใช้รถยนต์เป็นพาหนะในการเดินทางมาที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มีสัดส่วนการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้พาหนะอื่นๆในการเดินทางมาธนาคาร แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้านิยมมาใช้บริการธนาคาร ที่

สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปจะนิยมขับรถยนต์ส่วนตัวทำธุรกรรมทางธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท.

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยแยกจำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางเพื่อมาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาในห้างสรรพสินค้า พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาทำธุรกรรมที่ธนาคาร จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 71 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จักรยานยนต์ส่วนตัว ในการเดินทาง มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 19, ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางโดยใช้มอเตอร์ไซด์รับจ้างมีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการแท็กซี่ ในการเดินทางมาทำธุรกรรมที่ธนาคารนั้น มีจำนวน 6 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 3 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการรถตู้ ในการเดินทางมายังธนาคาร มีจำนวน 5 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 2.5 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 200 คน จากข้อมูลจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมนำรถยนต์เป็นพาหนะในการเดินทาง มีสัดส่วนการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้ามากกว่า ใช้พาหนะอื่นในการเดินทางมาธนาคาร แสดงว่ากลุ่มลูกค้าที่นิยมมาใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้า จะนิยมขับรถยนต์ส่วนตัวทำธุรกรรมที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา

#### ตารางที่ 4.6

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา  
ในการใช้บริการของสถานีบริการน้ำมัน

| สถานีบริการน้ำมันที่นิยมใช้<br>บริการ | สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. |                   | สาขาในห้างสรรพสินค้า       |                   |
|---------------------------------------|------------------------------|-------------------|----------------------------|-------------------|
|                                       | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน)   | ร้อยละ<br>(N=200) | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน) | ร้อยละ<br>(N=200) |
| ปตท (PTT)                             | 74                           | 37.00             | 53                         | 26.50             |
| เอสโซ่ (ESSO)                         | 17                           | 8.50              | 47                         | 23.50             |
| เชลล์ (SHELL)                         | 16                           | 8.00              | 47                         | 23.50             |
| คาลเท็กซ์ (CALTEX)                    | 18                           | 9.00              | 6                          | 3.00              |
| บางจาก (BANGJAK)                      | 7                            | 3.50              | 4                          | 2.00              |
| เจ็ท (PTT-JET)                        | 1                            | 0.50              | 1                          | 0.50              |
| ไม่เฉพาะเจาะจงสถานีบริการ             | 17                           | 8.50              | 42                         | 21.00             |
| รวมทั้งสิ้น                           | 200                          | 100.00            | 200                        | 100.00            |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท.

จากข้อมูลแสดงผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยแยกจำแนกตามสถานีบริการน้ำมันในเขตกรุงเทพมหานครที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้บริการ จากข้อมูลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยานั้น ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ไม่เฉพาะเจาะจงเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน โดยขึ้นอยู่กับความต้องการใช้และความสะดวก มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 และกลุ่มตัวอย่างที่นิยมใช้บริการสถานีคาลเท็กซ์ จำนวน 18 คนคิดเป็นร้อยละ 9 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการของสถานีบริการน้ำมันบริการน้ำมัน เอสโซ่ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการของสถานีบริการน้ำมัน เชลล์ มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการของสถานีบริการน้ำมันบางจาก มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 รวมถึงกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเจ็ท มีน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมเติมน้ำมันที่สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีสัดส่วนการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เติมน้ำมันในสถานีบริการน้ำมันอื่นๆ แสดงว่ากลุ่มลูกค้าเพศชาย ที่ชอบขับรถยนต์มาธุรกิจกรรมที่ธนาคาร สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. นิยมเติมน้ำมันที่สถานีบริการน้ำมัน ปตท. เพื่อความสะดวกรวดเร็ว มาตรฐานเดียวสามารถทำธุรกรรมได้หลายอย่าง (One Stop Service)

### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยแยกจำแนกตามสถานีบริการน้ำมันในเขตกรุงเทพมหานครที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้บริการ จากข้อมูลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยานั้น ใช้บริการเติมน้ำมันในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ และเชลล์ (SHELL) มีกลุ่มตัวอย่างนิยมใช้เท่ากันคือมีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เฉพาะเจาะจงสถานีบริการน้ำมัน ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้และความสะดวก มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21 และกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่นิยมใช้บริการสถานีคาลเท็กซ์ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการของสถานีบริการน้ำมันบางจาก มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2 รวมถึงกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเจ็ท มีน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 คน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมเติมน้ำมันที่สถานีบริการน้ำมัน ปตท. นั้นมีสัดส่วนการใช้บริการธนาคาร สาขาใน

ห้างสรรพสินค้า มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมันในสถานีบริการน้ำมันอื่นๆ แสดงว่ากลุ่มลูกค้าที่ชอบขับรถยนต์มาธุรกรรมที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้านั้น นิยมเติมน้ำมันที่สถานีบริการน้ำมัน ปตท. เนื่องจากสถานีบริการน้ำมัน ปตท. นั้นมีจำนวนสาขาให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครจำนวนมาก จึงทำให้เกิดความสะดวก

#### ตารางที่ 4.7

ข้อมูลระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากบ้านของกลุ่มตัวอย่างลูกค้า  
เพื่อมาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา

| ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางไป<br>ธนาคาร<br>(ที่บ้านไปธนาคาร) | สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. |                   | สาขาในห้างสรรพสินค้า       |                   |
|-------------------------------------------------------------|------------------------------|-------------------|----------------------------|-------------------|
|                                                             | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน)   | ร้อยละ<br>(N=200) | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน) | ร้อยละ<br>(N=200) |
| < 10 นาที                                                   | 59                           | 29.50             | 55                         | 27.50             |
| 11-30 นาที                                                  | 129                          | 64.50             | 135                        | 67.50             |
| > 30 นาทีขึ้นไป                                             | 12                           | 6.00              | 10                         | 5.00              |
| รวมทั้งสิ้น                                                 | 200                          | 100.00            | 200                        | 100.00            |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท.

ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ใช้ในการเดินทางจากที่พักอาศัย เพื่อมาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยานั้น เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเดินทางมาเพื่อทำธุรกรรมที่ธนาคาร น้อยกว่า 10 นาที มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการเดินทางมาที่ธนาคาร ประมาณ 11-30 นาที มีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลามากกว่า 30 นาที ในการเดินทางมาทำธุรกรรมที่ธนาคาร มีน้อยที่สุดจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่นิยมใช้เวลาในการเดินทางจากบ้านของกลุ่มตัวอย่างลูกค้า เพื่อมาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ประมาณ 11-30 นาที มีสัดส่วนการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางอื่นๆแสดงว่ากลุ่มลูกค้าเลือกที่จะไปทำธุรกรรมในสถานีบริการน้ำมัน เนื่องจากใช้เวลาในการเดินทางจากบ้านไปยังสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ไม่นานประมาณ 11- 30 นาที เพราะกลุ่มลูกค้าเหล่านี้มีเหตุผลที่



ตัดสินใจเลือกใช้บริการในช่องทางต่างจาก ใกล้บ้านและที่ทำงาน, เดินทางสะดวก รวมถึงการให้บริการรวดเร็วไม่ต้องรอคิวนาน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างลูกค้าจึงตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาในสถานี่บริการน้ำมัน ปตท.

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

ส่วนเวลาที่กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้า ใช้ในการเดินทางจากที่พักอาศัย เพื่อมาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยานั้น เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเดินทางมาเพื่อทำธุรกรรมที่ธนาคาร น้อยกว่า 10 นาที มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการเดินทางมาที่ธนาคาร ประมาณ 11-30 นาที มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลามากกว่า 30 นาที ในการเดินทางมาทำธุรกรรมที่ธนาคาร มีน้อยที่สุด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่นิยมใช้เวลาในการเดินทางจากบ้านของกลุ่มตัวอย่างลูกค้า เพื่อมาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ประมาณ 11-30 นาที มีสัดส่วนการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้า มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการเดินทางอื่นๆแสดงว่ากลุ่มลูกค้าเลือกที่จะไปทำธุรกรรมในห้างสรรพสินค้า เนื่องจากใช้เวลาในการเดินทางจากบ้านไปยังสาขาในห้างสรรพสินค้า ประมาณ 11- 30 นาที เพราะกลุ่มลูกค้าเหล่านี้มีเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการในช่องทางต่างจาก ใกล้บ้านและที่ทำงาน, เดินทางสะดวก รวมถึงหาที่จอดรถได้ง่าย ดังนั้นกลุ่มลูกค้าจึงตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้า

ตารางที่ 4.8

ข้อมูลระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากที่ทำงานของกลุ่มตัวอย่างลูกค้า  
เพื่อมาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา

| ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง<br>ไปธนาคาร<br>(ที่ทำงานไปธนาคาร) | สาขาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. |                   | สาขาในห้างสรรพสินค้า       |                   |
|--------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------|----------------------------|-------------------|
|                                                              | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน)    | ร้อยละ<br>(N=200) | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน) | ร้อยละ<br>(N=200) |
| < 10 นาที                                                    | 83                            | 41.50             | 63                         | 31.50             |
| 11-30 นาที                                                   | 108                           | 54.00             | 135                        | 67.50             |
| > 30 นาทีขึ้นไป                                              | 9                             | 4.50              | 2                          | 1.00              |
| รวมทั้งสิ้น                                                  | 200                           | 100.00            | 200                        | 100.00            |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท.

ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. ใช้ในการเดินทางจากสถานที่ทำงาน เพื่อมาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา นั้น เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเดินทางมาเพื่อทำธุรกรรมที่ธนาคาร น้อยกว่า 10 นาที มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการเดินทางมาที่ธนาคาร ประมาณ 11-30 นาที มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 54 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลามากกว่า 30 นาที ในการเดินทางมาทำธุรกรรมที่ธนาคาร มีน้อยที่สุด จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่นิยมใช้เวลาในการเดินทางจากบ้านของกลุ่มตัวอย่างลูกค้า เพื่อมาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ประมาณ 11-30 นาที มีสัดส่วนการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท.มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางอื่นๆ โอกาสที่กลุ่มลูกค้าเลือกที่จะไปทำธุรกรรมในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. เนื่องจากใช้เวลาในการเดินทางจากที่ทำงานไปยังสาขา ไม่นานประมาณ 11- 30 นาที เพราะกลุ่มลูกค้าเหล่านี้มีเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการในช่องทางต่างจาก โกดังบ้านและที่ทำงาน, เดินทางสะดวก รวมถึงการให้บริการรวดเร็วไม่ต้องรอคิวนาน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างลูกค้าจึงตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท.

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้า ใช้ในการเดินทางจากสถานที่ทำงาน เพื่อมาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยานั้น เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเดินทางมาเพื่อทำธุรกรรมที่ธนาคาร น้อยกว่า 10 นาที มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการเดินทางมาที่ธนาคาร ประมาณ 11-30 นาที มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลามากกว่า 30 นาที ในการเดินทางมาทำธุรกรรมที่ธนาคาร มีน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่นิยมใช้เวลาในการเดินทางจากบ้านของกลุ่มตัวอย่างลูกค้า เพื่อมาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ประมาณ 11-30 นาที เพราะฉะนั้นมีสัดส่วนการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในห้างสรรพสินค้ามากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางอื่นๆ แสดงว่ากลุ่มลูกค้าเลือกที่จะไปทำธุรกรรมในห้างสรรพสินค้า เนื่องจากใช้เวลาในการเดินทางจากที่ทำงานไปยังสาขาในสถานบริการน้ำมัน ไม่นานประมาณ 11- 30 นาที เพราะกลุ่มลูกค้าเหล่านี้มีเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการในช่องทางต่างจาก ใกล้บ้านและที่ทำงาน, เดินทางสะดวก รวมถึงหาที่จอดรถได้ง่าย ดังนั้นกลุ่มลูกค้าจึงตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้า

#### 4.2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับวันและเวลาที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.9

ข้อมูลวันที่นิยมเข้ามาใช้บริการธนาคารของกลุ่มตัวอย่างลูกค้า  
สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท.และสาขาในห้างสรรพสินค้า

| วันที่นิยมเข้ามาใช้บริการ | สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. |                   | สาขาในห้างสรรพสินค้า       |                   |
|---------------------------|-----------------------------|-------------------|----------------------------|-------------------|
|                           | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน)  | ร้อยละ<br>(N=200) | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน) | ร้อยละ<br>(N=200) |
| วันทำงาน (จันทร์ - ศุกร์) | 70                          | 35.00             | 37                         | 18.50             |
| วันหยุด (เสาร์ - อาทิตย์) | 54                          | 27.00             | 105                        | 52.50             |
| ไม่เฉพาะเจาะจงวัน         | 76                          | 38.00             | 58                         | 29.00             |
| รวมทั้งสิ้น               | 200                         | 100.00            | 200                        | 100.00            |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท.

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยแยกจำแนกตามวันที่กลุ่มตัวอย่างนิยมมาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. พบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมมาใช้บริการในแบบไม่เฉพาะเจาะจงวัน มากที่สุด มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการของธนาคารในวันทำงาน (จันทร์ – ศุกร์) จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 35 และกลุ่มตัวอย่างนิยมมาใช้บริการวันหยุด (เสาร์ – อาทิตย์) มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่นิยมมาธนาคารแบบไม่เฉพาะเจาะจงวัน เพื่อมาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีสัดส่วนการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาธนาคารแบบเฉพาะเจาะจงวัน แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าเลือกที่จะไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร สาขาในสถาบันบริการน้ำมัน แบบไม่เฉพาะเจาะจงวัน เนื่องจากนิยมมาใช้บริการในช่วงเย็น (เวลา 16.01-18.00 น.) จึงเลือกที่จะไปใช้บริการที่สาขาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. นอกจากจะสะดวก บริการรวดเร็วแล้ว ยังใช้เวลาในการเดินทาง ประมาณ 11-30 นาทีเท่านั้น ดังนั้นกลุ่มลูกค้าจึงตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท.

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยแยกจำแนกตามวันที่กลุ่มตัวอย่างนิยมมาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมมาใช้บริการวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) มากที่สุด มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่าง รวมถึงกลุ่มที่ใช้บริการของธนาคารแบบไม่เฉพาะเจาะจงวัน มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 รวมถึงกลุ่มตัวอย่างที่นิยมใช้ในวันทำงาน (จันทร์ – ศุกร์) มีจำนวนทั้งสิ้น 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่นิยมมาธนาคารวันหยุด (เสาร์ - อาทิตย์) เพื่อมาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีสัดส่วนการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในห้างสรรพสินค้า มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาธนาคารแบบเฉพาะเจาะจงวัน แสดงว่ากลุ่มลูกค้าเลือกที่จะไปทำธุรกรรมในห้างสรรพสินค้า นิยมมาใช้บริการในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ในช่วงเย็น เวลาประมาณ 16.01-18.00 น. จึงเลือกที่จะไปใช้บริการที่สาขาในห้างสรรพสินค้า นอกจากจะสะดวกหาที่จอดรถได้ง่ายแล้วยังสามารถรับประทานอาหารและเดินช้อปปิ้งได้ด้วย โดยใช้เวลาในการเดินทางไม่มาก ประมาณ 11-30 นาทีเท่านั้น ดังนั้นกลุ่มลูกค้าจึงตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้า

ตารางที่ 4.10

ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างนิยมมาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา

สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

| ช่วงเวลาที่มาใช้บริการของธนาคาร<br>ของกลุ่มตัวอย่าง | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง<br>(คน) | ร้อยละ<br>(N=200) |
|-----------------------------------------------------|----------------------------|-------------------|
| ช่วงเช้า (เวลา 6.01-12.00 น.)                       | 15                         | 7.50              |
| ช่วงกลางวัน (เวลา 12.01-13.00 น.)                   | 34                         | 17.00             |
| ช่วงบ่าย (เวลา 13.01-16.00 น.)                      | 41                         | 20.50             |
| ช่วงเย็น (เวลา 16.01-18.00 น.)                      | 80                         | 40.00             |
| ช่วงค่ำ (เวลา 18.01-21.00 น.)                       | 30                         | 15.00             |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

จากข้อมูลช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. นิยมมาใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นิยมใช้บริการในช่วงเย็น (เวลา 16.01 - 18.00 น.) มากที่สุดจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่นิยมใช้บริการธนาคารในช่วงบ่าย (เวลา 13.01- 16.00 น.) มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่นิยมมาใช้บริการในช่วงกลางวัน (เวลา 12.01-13.00 น.) มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 17 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการในช่วงค่ำ (เวลา 18.01-21.00 น.) มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15 รวมถึงกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการในช่วงเช้า (เวลา 06.00-12.00 น.) น้อยที่สุด มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ฉะนั้นแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่นิยมมาธนาคารในช่วงเย็น (เวลา 16.01-18.00 น.) มีสัดส่วนการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่นิยมมาธนาคารในช่วงเวลาอื่นๆ แสดงว่ากลุ่มลูกค้าเลือกที่จะไปทำธุรกรรมในสถานบริการน้ำมัน แบบไม่เฉพาะเจาะจงวันเนื่องจากนิยมมาใช้บริการในช่วงเย็น (เวลา 16.01-18.00 น.) เพราะสะดวก บริการรวดเร็วแล้วใกล้บ้านและเปิดให้บริการดี โดยมักใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 11-30 นาทีเท่านั้น ดังนั้นกลุ่มลูกค้าจึงตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

ตารางที่ 4.11

ช่วงเวลาของกลุ่มตัวอย่างนิยมมาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา

สาขาในห้างสรรพสินค้า

| ช่วงเวลาที่มาใช้บริการของธนาคาร<br>ของกลุ่มตัวอย่าง | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง<br>(คน) | ร้อยละ<br>(N=200) |
|-----------------------------------------------------|----------------------------|-------------------|
| ช่วงเช้า (เวลา 10.00-12.00 น.)                      | 18                         | 9.00              |
| ช่วงกลางวัน (เวลา 12.01-13.00 น.)                   | 42                         | 21.00             |
| ช่วงบ่าย (เวลา 13.01-16.00 น.)                      | 59                         | 29.50             |
| ช่วงเย็น (เวลา 16.01-18.00 น.)                      | 79                         | 39.50             |
| ช่วงค่ำ (เวลา 18.01-22.00 น.)                       | 2                          | 1.00              |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

จากข้อมูลแสดงถึงช่วงเวลาของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้านิยมมาใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นิยมใช้บริการในช่วงเย็น (เวลา 16.01 - 18.00 น.) มากที่สุด จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่นิยมใช้บริการในช่วงบ่าย (เวลา 13.01- 16.00 น.) มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่นิยมมาใช้บริการในช่วงกลางวัน (เวลา 12.01-13.00 น.) มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21 และกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มักมาใช้บริการสาขาในช่วงเช้า (เวลา 10.00-12.00 น.) มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9 รวมถึงกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการในช่วง ค่ำ (เวลา 18.01-22.00 น.) น้อยที่สุด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้า แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่นิยมมาธนาคาร ในช่วงเย็น (เวลา 16.01-18.00 น.) มีสัดส่วนการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา ใน ห้างสรรพสินค้า มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่นิยมมาธนาคารในช่วงเวลาอื่นๆ แสดงว่ากลุ่มลูกค้าเลือก ที่จะไปทำธุรกรรมในห้างสรรพสินค้า นิยมมาใช้บริการในช่วงเย็น (เวลา 16.01-18.00 น.) จึงเลือก ที่จะไปใช้บริการที่สาขาในห้างสรรพสินค้า นอกจากจะสะดวก หาที่จอดรถได้ง่ายแล้วยังสามารถ รับประทานอาหารและเดินช้อปปิ้งได้ด้วย โดยใช้เวลาในการเดินทางไม่มาก ประมาณ 11-30 นาที เท่านั้น ดังนั้นกลุ่มลูกค้าจึงตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้า

#### 4.2.4 ข้อมูลด้านการรับรู้ช่องทางให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในช่องทางต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง

ในการสำรวจเกี่ยวกับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมันปตท. และที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้าเกี่ยวกับการรับรู้ช่องทางให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในช่องทางต่างๆและสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการใช้บริการ รวมถึงการรับรู้เรื่องการเปิดให้บริการของสาขาในสถานบริการน้ำมันปตท. และรวมถึงการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารและเคยมีประสบการณ์ในการใช้หรือไม่

ตารางที่ 4.12

การรับรู้ธนาคารกรุงศรีอยุธยาในช่องทางต่างๆ ของลูกค้าที่ใช้สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

| การรับรู้เกี่ยวกับสาขา<br>ธนาคารกรุงศรีอยุธยา<br>ในช่องทางต่างๆ | การรับรู้ว่ามีสาขาของธนาคารตั้งอยู่<br>(N=200) |                      |                                 | คุณเคยใช้บริการของสาขา<br>(N=200) |                   |                    |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|----------------------|---------------------------------|-----------------------------------|-------------------|--------------------|
|                                                                 | จำนวน<br>คนที่รู้                              | จำนวน<br>คนที่ไม่รู้ | ร้อยละ<br>ของคนที่ยัง<br>ไม่รู้ | จำนวน<br>คนเคยใช้                 | จำนวน<br>คนไม่ใช้ | ร้อยละ<br>ของคนใช้ |
|                                                                 | (คน)                                           | (คน)                 | (N=200)                         | (คน)                              | (คน)              | (N=200)            |
| Shopping Mall                                                   | 196                                            | 4                    | 98.00                           | 192                               | 8                 | 96.00              |
| Community Mall                                                  | 154                                            | 46                   | 77.00                           | 145                               | 55                | 72.50              |
| Hyper Market                                                    | 158                                            | 42                   | 79.00                           | 101                               | 99                | 50.50              |
| สถานบริการน้ำมัน ปตท.                                           | 200                                            | 0                    | 100.00                          | 200                               | 0                 | 100.00             |
| มหาวิทยาลัย สถานศึกษา                                           | 96                                             | 104                  | 48.00                           | 25                                | 175               | 12.50              |
| อาคารสำนักงาน                                                   | 129                                            | 71                   | 64.50                           | 83                                | 117               | 41.50              |
| ตลาด / แหล่งชุมชน                                               | 145                                            | 55                   | 72.50                           | 91                                | 109               | 45.50              |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

จากข้อมูลตารางที่ 4.12 แสดงถึงการรับรู้เกี่ยวกับสาขาของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานที่ต่างๆ รวมถึงประสบการณ์ในการใช้บริการของธนาคารในแต่ละสถานที่ ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จากข้อมูลดังกล่าวพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้ว่าธนาคารกรุงศรีอยุธยามีสาขที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า (Shopping Mall)

อาทิเช่น เซ็นทรัล, เดอะมอลล์ , พารากอน , เอ็มโพเรียม มีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 98 รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างลูกค้าส่วนใหญ่ ระบุว่าธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีสาขที่ตั้งอยู่ในห้างแบบ Community Mall เช่น เจ อเวนิว ทองหล่อ, เดอะคริสตัล, วิลล่าซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 77 ส่วนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีสาขที่ตั้งในห้าง Hyper Market อาทิเช่น เทสโก้ โลตัส, แม็คโคร, บิ๊กซี , คาร์ฟูร์ มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 79 ส่วนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าธนาคาร มีสาขที่ตั้งอยู่ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. นั้นมีจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าส่วนใหญ่ระบุว่าธนาคารตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัย และสถานศึกษา มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 48 และส่วนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าส่วนใหญ่ระบุว่าธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีสาขที่ตั้งอยู่ในอาคารสำนักงาน มีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 รวมถึงกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีสาขที่ตั้งอยู่ในตลาดและแหล่งชุมชนนั้น มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 แสดงให้เห็นว่าสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ช่องทางการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มากมีโอกาให้กลุ่มตัวอย่างใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มากขึ้น แสดงให้เห็นว่ากลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ระบุว่าธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีสาขในช่องทางอื่นๆนอกเหนือจากสาขในสถานบริการน้ำมัน ปตท. โดยส่วนใหญ่ว่ามีสาขในห้างสรรพสินค้ามากที่สุด รองลงมาได้แก่สาขในห้าง Community Mall และห้าง Hyper Market และสาขในแหล่งชุมชน ส่วนสาขที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้้น้อยสุด ได้แก่สาขในมหาวิทยาลัย และสาขในสำนักงาน

นอกเหนือจากนี้ได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมว่าเมื่อกลุ่มตัวอย่างลูกค้าระบุว่าธนาคารกรุงศรีอยุธยาตั้งอยู่ในสถานที่ต่างๆ แล้วกลุ่มตัวอย่างได้เคยใช้บริการหรือไม่ จากข้อมูลตารางที่ 4.12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ระบุว่ามีสาขในห้างสรรพสินค้า (Shopping Mall) นั้นและเคยใช้บริการในช่องทางนี้จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 96, รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่ระบุว่าธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีสาขในห้าง Community Mall นั้นและเคยใช้บริการในช่องทางนี้จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5, กลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการสาขใน Hyper Market จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ระบุว่าธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีสาขในสถานบริการน้ำมัน ปตท. และเคยใช้บริการในช่องทางนี้จำนวน 200 คน และกลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการสาขในมหาวิทยาลัยและสถานศึกษา มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และกลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการสาขในอาคารสำนักงาน และเคยใช้บริการในช่องทางนี้จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5



รวมถึงกลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการในสาขาในตลาดและแหล่งชุมชนจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 แสดงให้เห็นว่าสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ช่องทางการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มากมีโอกาสนำกลุ่มตัวอย่างใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มากขึ้น

จากข้อมูลข้างต้นเกี่ยวกับประสบการณ์ในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในช่องทางต่างๆ นั้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในช่องทางอื่นๆ ได้แก่ สาขาในห้างสรรพสินค้า, สาขาในห้างแบบ Community Mall และห้างแบบ Hyper Market ส่วนสาขาที่กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ในการใช้บริการน้อยที่สุดได้แก่ สาขาในมหาวิทยาลัย และสาขาในอาคารสำนักงาน

ตารางที่ 4.13

การรับรู้ธนาคารกรุงศรีอยุธยาในช่องทางต่างๆ ของลูกค้าที่ใช้สาขาในห้างสรรพสินค้า

| การรับรู้เกี่ยวกับสาขา<br>ธนาคารกรุงศรีอยุธยา<br>ในช่องทางต่างๆ | การรับรู้ว่ามีสาขาของธนาคาร<br>ตั้งอยู่ (N=200) |                     |                        | คุณเคยใช้บริการของสาขา<br>(N=200) |                  |                     |
|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------|------------------------|-----------------------------------|------------------|---------------------|
|                                                                 | จำนวน                                           | จำนวน               | ร้อยละ                 | จำนวน                             | จำนวน            | ร้อยละ              |
|                                                                 | คนที่รู้<br>(คน)                                | คนที่ไม่รู้<br>(คน) | ของคนที่ยัง<br>(N=200) | คนเคยใช้<br>(คน)                  | คนไม่ใช่<br>(คน) | ของคนใช้<br>(N=200) |
| Shopping Mall                                                   | 192                                             | 8                   | 96.00                  | 184                               | 16               | 8.00                |
| Community Mall                                                  | 171                                             | 29                  | 85.50                  | 148                               | 52               | 74.00               |
| Hyper Market                                                    | 155                                             | 45                  | 77.50                  | 104                               | 96               | 52.00               |
| สถานบริการน้ำมัน ปตท.                                           | 120                                             | 80                  | 60.00                  | 102                               | 97               | 51.00               |
| มหาวิทยาลัย สถานศึกษา                                           | 101                                             | 99                  | 50.50                  | 31                                | 169              | 15.50               |
| อาคารสำนักงาน                                                   | 133                                             | 67                  | 66.50                  | 64                                | 136              | 32.00               |
| ตลาด / แหล่งชุมชน                                               | 157                                             | 43                  | 78.50                  | 76                                | 124              | 38.00               |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

จากข้อมูลตารางที่ 4.13 แสดงถึงการรับรู้เกี่ยวกับสาขาของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานที่ต่างๆ รวมถึงประสบในการใช้บริการของธนาคารในแต่ละสถานที่ ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า จากข้อมูลดังกล่าวพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ว่ามีสาขาตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า เช่น เซ็นทรัล, เดอะมอลล์, พารากอน, เอ็มโพเรียม มีจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 96 รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ว่ามีสาขาตั้งอยู่ในห้าง Community Mall เช่น เจ อเวนิว ทองหล่อ, เดอะคริสตัล, วิลล่าซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 85.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ว่ามีสาขาตั้งอยู่ในห้าง Hyper Market อาทิเช่น เทสโก้ โลตัส, แม็คโคร บิ๊กซี, คาร์ฟูร์ มีจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 77.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ว่ามีสาขาตั้งอยู่ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 60 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ว่ามีสาขาตั้งอยู่ในห้าง ส่วนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ว่ามีสาขาตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัย และสถานศึกษา มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 และส่วนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ว่ามีสาขาตั้งอยู่ในอาคารสำนักงาน มีจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 รวมถึงกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ว่ามีสาขาตั้งอยู่ในตลาดและแหล่งชุมชนนั้น มีจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ว่ามีสาขาของธนาคารในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มีสัดส่วนมากจะมีโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการที่สาขาในห้างสรรพสินค้า หันมาลองใช้บริการที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มากขึ้น จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่ากลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้า รับรู้ว่ามีสาขาในช่องทางอื่นๆ นอกเหนือจากสาขาในห้างสรรพสินค้าพบว่า โดยส่วนใหญ่จะมีสาขาในห้าง Community Mall และห้างแบบ Hyper Market และสาขาในแหล่งชุมชน ส่วนสาขาที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ได้น้อยสุด ได้แก่ สาขาในมหาวิทยาลัย และสาขาในสำนักงาน รวมถึงสาขาในแหล่งชุมชน

นอกเหนือจากนี้ได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมว่า กลุ่มตัวอย่างได้เคยใช้บริการในแต่ละช่องทางหรือไม่ จากข้อมูลตารางที่ 4.13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 95.8, รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการสาขาในห้างแบบ Community Mall จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 86.5, กลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการสาขาในแบบ Hyper Market จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 67.1 และกลุ่มตัวอย่างลูกค้าเคยใช้บริการสาขาใน

สถานีบริการน้ำมัน ปตท. จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 86.7 และกลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการสาขาในมหาวิทยาลัยและสถานศึกษาจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 และกลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการสาขาในอาคารสำนักงาน จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 รวมถึงกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการ สาขาในตลาดและแหล่งชุมชนจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 48.4 จากข้อมูลข้างต้นเกี่ยวกับประสบการณ์ในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในช่องทางต่างๆ นั้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในช่องทางอื่นๆ นอกเหนือจากในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ สาขาในห้าง Community Mall และห้าง Hyper Market และสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ส่วนสาขาที่กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ในการใช้บริการน้อยที่สุดได้แก่สาขาในมหาวิทยาลัย และสาขาในอาคารสำนักงาน

ตารางที่ 4.14

การรับรู้ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในช่องทางต่างๆ  
ของลูกค้าที่ใช้สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท.

| การรับรู้เกี่ยวกับสาขา<br>ธนาคารกรุงศรีอยุธยา<br>ในช่องทางต่างๆ | การรับรู้ผลิตภัณฑ์ของธนาคาร<br>(N=200) |                              |                                  | คุณเคยใช้บริการของสาขา<br>(N=200) |                              |                               |
|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------|------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------|
|                                                                 | จำนวน<br>คนที่รู้<br>(คน)              | จำนวน<br>คนที่ไม่รู้<br>(คน) | ร้อยละ<br>ของคนที่ยัง<br>(N=200) | จำนวน<br>คนที่เคยใช้<br>(คน)      | จำนวน<br>คนไม่เคยใช้<br>(คน) | ร้อยละ<br>ของคนใช้<br>(N=200) |
| 1. เปิดบัญชี สมัครงบ ATM                                        | 187                                    | 13                           | 93.50                            | 117                               | 83                           | 58.50                         |
| 2. ฝากเงิน /ถอนเงิน                                             | 196                                    | 4                            | 98.00                            | 180                               | 20                           | 90.00                         |
| 3. โอนเงิน                                                      | 188                                    | 12                           | 94.00                            | 134                               | 66                           | 67.00                         |
| 4. สินเชื่อส่วนบุคคล                                            | 134                                    | 66                           | 67.00                            | 26                                | 174                          | 13.00                         |
| 5. สินเชื่อบ้าน                                                 | 110                                    | 90                           | 55.00                            | 12                                | 188                          | 6.00                          |
| 6. สินเชื่อรถยนต์                                               | 94                                     | 106                          | 47.00                            | 9                                 | 191                          | 4.50                          |
| 7. ประกันรถยนต์                                                 | 73                                     | 127                          | 36.50                            | 11                                | 189                          | 5.50                          |
| 8. ประกันอุบัติเหตุ                                             | 75                                     | 125                          | 37.50                            | 12                                | 188                          | 6.00                          |
| 9. อยุธยา พรบ รถยนต์                                            | 72                                     | 128                          | 36.00                            | 20                                | 180                          | 10.00                         |
| 10. การลงทุนของกองทุนรวม                                        | 91                                     | 109                          | 45.50                            | 25                                | 175                          | 12.50                         |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถานีสาน้ำมัน ปตท.

จากข้อมูลแสดงถึงการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่สามารถทำได้ที่สาขาในสถานีสาน้ำมัน ปตท. ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการสาขาในสถานีสาน้ำมัน ปตท. จากข้อมูลดังกล่าวพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นั้นทราบว่าสาขาในสถานีสาน้ำมัน ปตท. รับรู้ความสามารถทำธุรกรรมด้านการเปิดบัญชี การสมัครบัตรเครดิตและบัตรเครดิต ได้ที่สาขาในสถานีสาน้ำมัน ปตท. มีจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 93.5 ส่วนการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างว่าสามารถทำธุรกรรมด้านฝากเงินและถอนเงิน ได้ที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานีสาน้ำมัน ปตท. มีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 98 กลุ่มตัวอย่างรับรู้ความสามารถทำธุรกรรมด้านการโอนเงิน ที่สามารถทำธุรกรรมได้ที่ธนาคาร สาขาในสถานีสาน้ำมัน ปตท. มีจำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 94 ส่วนการรับรู้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินเกี่ยวกับสินเชื่อส่วนบุคคลที่รับรู้ความสามารถทำได้ที่สาขาในสถานีสาน้ำมัน ปตท. มีจำนวน 134 คิดเป็นร้อยละ 67 รวมถึงกลุ่มตัวอย่างที่ทราบว่าผลิตภัณฑ์สินเชื่อบ้านและที่อยู่อาศัย สามารถทำได้ที่สาขาในสถานีสาน้ำมัน ปตท. จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 55 และกลุ่มตัวอย่างรับรู้ผลิตภัณฑ์ทางด้านสินเชื่อรถยนต์, ประกันรถยนต์, ประกันอุบัติเหตุ, อยุธยา พรบ.รถยนต์, การลงทุนของกองทุนรวม (LTF / RMF) โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ความสามารถใช้บริการได้ที่สาขาในสถานีสาน้ำมัน ปตท. 94, 73, 75, 72 และ 91 โดยคิดเป็นร้อยละ 36.5, 37.5, 36, และ 45.5 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานีสาน้ำมัน ปตท. นั้นส่วนใหญ่รับรู้เรื่องของผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคาร เฉพาะการฝากเงิน, การถอนเงิน, การโอนเงิน และการชำระสินค้าและบริการ ส่วนที่เป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่นนั้นรับรู้และแทบไม่เคยใช้บริการ อาทิเช่น สินเชื่อส่วนบุคคล, สินเชื่อบ้าน, สินเชื่อรถยนต์, ประกันรถยนต์, ประกันอุบัติเหตุ, อยุธยา พรบ.รถยนต์ และ การลงทุนของกองทุนรวม เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างนิยมมาใช้บริการในช่วงเย็น ช่วงเย็น (16.01-18.00น) ซึ่งเป็นเวลาที่ใกล้จะปิดให้บริการ ซึ่งอาจส่งผลให้มีปริมาณธุรกรรมจำนวนมาก ทำให้พนักงานไม่สามารถเปิดการแนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้แก่กลุ่มลูกค้าได้ จึงทำให้ลูกค้าไม่ทราบถึงผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

ตารางที่ 4.15

การรับรู้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในช่องทางต่างๆ

ของลูกค้า ที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า

| การรับรู้เกี่ยวกับสาขา<br>ธนาคารกรุงศรีอยุธยา<br>ในช่องทางต่างๆ | การรับรู้ผลิตภัณฑ์ของธนาคาร<br>(N=200) |                      |                          | คุณเคยใช้บริการของสาขา<br>(N=200) |                      |                          |
|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------|----------------------|--------------------------|-----------------------------------|----------------------|--------------------------|
|                                                                 | จำนวน<br>คนที่รู้                      | จำนวน<br>คนที่ไม่รู้ | ร้อยละ<br>ของคนที่ไม่รู้ | จำนวน<br>คนที่เคยใช้              | จำนวน<br>คนไม่เคยใช้ | ร้อยละ<br>ของคนที่ไม่ใช้ |
|                                                                 | (คน)                                   | (คน)                 | (N=200)                  | (คน)                              | (คน)                 | (N=200)                  |
| 1. เปิดบัญชี สมัครงบ ATM                                        | 116                                    | 84                   | 58.00                    | 62                                | 138                  | 31.00                    |
| 2. ฝากเงิน /ถอนเงิน                                             | 129                                    | 71                   | 64.50                    | 106                               | 94                   | 47.00                    |
| 3. โอนเงิน                                                      | 124                                    | 76                   | 62.00                    | 92                                | 108                  | 46.00                    |
| 4. สินเชื่อส่วนบุคคล                                            | 95                                     | 105                  | 47.50                    | 18                                | 182                  | 9.00                     |
| 5. สินเชื่อบ้าน                                                 | 75                                     | 125                  | 37.50                    | 12                                | 188                  | 6.00                     |
| 6. สินเชื่อกредิต                                               | 74                                     | 126                  | 37.00                    | 5                                 | 195                  | 2.50                     |
| 7. ประกันรถยนต์                                                 | 46                                     | 154                  | 23.00                    | 5                                 | 195                  | 2.50                     |
| 8. ประกันอุบัติเหตุ                                             | 48                                     | 152                  | 24.00                    | 6                                 | 194                  | 3.00                     |
| 9. อยุธยา พรบ รถยนต์                                            | 46                                     | 154                  | 23.00                    | 19                                | 181                  | 9.50                     |
| 10. การลงทุนของกองทุนรวม                                        | 59                                     | 141                  | 29.50                    | 14                                | 186                  | 7.00                     |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

จากข้อมูลแสดงถึงการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่สามารถใช้บริการได้ที่ สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้า จากข้อมูลดังกล่าว พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน รับรู้ว่าจะสามารถทำธุรกรรมด้านการเปิดบัญชี การสมัครงบเอทีเอ็มและบัตรเครดิตสามารถทำได้ทั้งสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มีจำนวน 116 คนคิดเป็นร้อยละ 58 ส่วนการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างว่าสามารถทำธุรกรรมด้านฝากเงิน /ถอนเงิน ได้ที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 กลุ่มตัวอย่างรับรู้ว่าจะสามารถทำธุรกรรมด้านการโอนเงิน ที่สามารถทำได้ทั้งสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 62 ส่วนการรับรู้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินเกี่ยวกับสินเชื่อส่วนบุคคลที่รับรู้ว่าจะสามารถทำได้ทั้งสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รวมถึง

กลุ่มตัวอย่างที่ทราบว่าผลิตภัณฑ์สินเชื่อบ้านและที่อยู่อาศัย สามารถทำธุรกรรมได้ที่ธนาคาร สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 และกลุ่มตัวอย่างรับรู้ว่ามีผลิตภัณฑ์ทางการเงินด้านสินเชื่อรถยนต์, ประกันรถยนต์, ประกันอุบัติเหตุ, อยุธยา พรบ.รถยนต์, การลงทุนของกองทุนรวม โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่รับรู้ว่าจะสามารถใช้บริการได้ที่สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. 74, 46, 48, 46 และ 59 ตามลำดับ โดยคิดเป็นร้อยละ 37, 23, 24, 23 และ 29.5 ตามลำดับ ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ได้มาใช้บริการ ที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. นั้นส่วนใหญ่รับรู้เรื่องของผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคาร เฉพาะการฝากเงิน, การถอนเงิน, การโอนเงิน และการชำระสินค้าและบริการ ส่วนที่เป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่นนั้นรับรู้และแทบไม่เคยใช้บริการ อาทิเช่น สินเชื่อส่วนบุคคล, สินเชื่อบ้าน, สินเชื่อรถยนต์, ประกันรถยนต์, ประกันอุบัติเหตุ, อยุธยา พรบ.รถยนต์ และ การลงทุนกองทุนรวม เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างนิยมมาใช้บริการในช่วงเย็น ช่วงเย็น (เวลา 16.01-18.00 น.) ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ใกล้จะปิดให้บริการ ซึ่งอาจส่งผลให้มีปริมาณธุรกรรมจำนวนมาก ทำให้พนักงานไม่สามารถเปิดการแนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้แก่กลุ่มลูกค้าได้ จึงทำให้ลูกค้าไม่ทราบถึงผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ประกอบกับลูกค้าที่มาใช้บริการก็มักจะรีบที่ไปทำกิจกรรมอื่นๆ ต่อ อาทิเช่น การรับประทานอาหาร การเดินซื้อของ และอื่นๆ จึงทำให้ไม่มีเวลาสนใจที่จะสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

#### 4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในช่องทางต่างๆ

ตารางที่ 4.16

การรับรู้ว่าธนาคารกรุงศรีอยุธยามีสาขาเปิดให้บริการที่สถานีบริการน้ำมัน ปตท.

| การรับรู้ว่ามีธนาคารกรุงศรีอยุธยามีสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. | สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. |                | สาขาในห้างสรรพสินค้า   |                |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------|----------------|------------------------|----------------|
|                                                                 | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง(คน)       | ร้อยละ (N=200) | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง(คน) | ร้อยละ (N=200) |
| ทราบว่า มีสาขา                                                  | 200                          | 100.00         | 110                    | 55.50          |
| ไม่ทราบว่า มีสาขา                                               | -                            | -              | 90                     | 45.50          |
| รวม                                                             | 200                          | 100.00         | 200                    | 100.00         |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

ผลการสำรวจการรับรู้ว่าธนาคารกรุงศรีอยุธยามีสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ซึ่งได้ทำการสำรวจกับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ใช้บริการที่สาขาในห้างสรรพสินค้าจำนวน 200 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบว่าธนาคารกรุงศรีอยุธยามีสาขาเปิดให้บริการที่สถานบริการน้ำมัน ปตท. จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้า ไม่ทราบว่าธนาคาร สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ทราบว่าสาขาของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่เปิดให้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มีสัดส่วนในการที่จะใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบ

ตารางที่ 4.17

การรับรู้เรื่องการทำธุรกรรมทางการเงินที่สาขาสถานบริการน้ำมัน

สามารถทำได้เหมือนกันสาขาทั่วไป

| การรับรู้เรื่องการทำธุรกรรมทางการเงินที่สามารถทำในสาขาสถานบริการน้ำมัน ปตท. | สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. |                | สาขาในห้างสรรพสินค้า   |                |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|----------------|------------------------|----------------|
|                                                                             | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง(คน)      | ร้อยละ (N=200) | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง(คน) | ร้อยละ (N=200) |
| ทราบว่า มีสาขา                                                              | 146                         | 73.00          | 70                     | 35.00          |
| ไม่ทราบว่า มีสาขา                                                           | 54                          | 27.00          | 130                    | 65.00          |
| รวม                                                                         | 200                         | 100.00         | 200                    | 100.00         |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

ผลการสำรวจการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาว่าทราบหรือไม่ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. สามารถให้บริการธุรกรรมทางการเงินได้เหมือนกันธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาทั่วไป โดยจากการสำรวจกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จำนวน 200 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบว่าธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. นั้นสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้เหมือนกันสาขาทั่วไป จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 73 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบ มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทราบเรื่องการทำธุรกรรมทางการเงินที่

สาขาสถาบันบริการน้ำมัน สามารถทำได้เหมือนกันสาขาทั่วไป มีสัดส่วนในการที่จะใช้บริการสาขาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบว่าทำได้เหมือนกัน

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

จากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างทราบว่าสาขาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. สามารถทำธุรกรรมได้เหมือนกันสาขาทั่วไป มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 35 และกลุ่มที่ไม่ทราบ มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 65 ซึ่งได้ทำการสำรวจกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า จำนวน 200 คน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทราบว่าเรื่องการทำธุรกรรมทางการเงินที่สาขาสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. สามารถทำได้เหมือนกันสาขาทั่วไป มีสัดส่วนในการที่จะใช้บริการสาขาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบ

ตารางที่ 4.18

การรับรู้เรื่องสาขาของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท.  
เปิดให้บริการดีกว่าทั่วไป

| การรับรู้เรื่อง<br>เปิดให้บริการดีกว่า<br>สาขาทั่วไป | สาขาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. |                   | สาขาในห้างสรรพสินค้า       |                   |
|------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------|----------------------------|-------------------|
|                                                      | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน)    | ร้อยละ<br>(N=200) | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน) | ร้อยละ<br>(N=200) |
| ทราบ                                                 | 128                           | 64.00             | 75                         | 37.50             |
| ไม่ทราบ                                              | 72                            | 36.00             | 125                        | 62.50             |
| รวม                                                  | 200                           | 100.00            | 200                        | 100.00            |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท.

ผลการสำรวจการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาว่าทราบหรือไม่ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. เปิดให้บริการดีกว่าสาขาทั่วไป โดยจากการสำรวจกลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการสาขาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. จำนวน 200 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบว่าธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. เปิดให้บริการดีกว่าสาขาทั่วไป จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 64 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบ มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 36 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทราบเรื่องสาขาของ



ธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานีสาน้ำมัน ปตท. เปิดให้บริการดีกว่าทั่วไป มีส่วนในการที่จะให้บริการสาขาในสถานีสาน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบเรื่องการเปิดให้บริการของสาขาในสถานีสาน้ำมัน ปตท. ที่เปิดให้บริการดีกว่าสาขาทั่วไป วิเคราะห์ได้ว่าจึงเป็นเหตุผลที่กลุ่มลูกค้านิยมใช้บริการที่ปั้มน้ำมัน เนื่องจากมีพฤติกรรมชอบมาธนาคารช่วงเวลา (เวลา 16.01-18.00 น.)

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ให้บริการในห้างสรรพสินค้า

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้า จากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างทราบว่าเปิดให้บริการดีกว่าสาขาทั่วไป มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และกลุ่มที่ไม่ทราบ มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทราบเรื่องสาขาของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้า เปิดให้บริการดีกว่าทั่วไป มีส่วนในการที่จะให้บริการสาขาในสถานีสาน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบ วิเคราะห์ได้ว่าจึงเป็นเหตุผลที่กลุ่มลูกค้านิยมใช้ห้างสรรพสินค้า เมื่อทราบว่าสาขาที่สถานีสาน้ำมัน ปตท. เปิดให้บริการดี มีโอกาสที่จะมาใช้บริการลูกค้าชอบมาธนาคารช่วงเย็น (เวลา 16.01-18.00 น.)

ตารางที่ 4.19

การรับรู้ถึงประโยชน์จากการที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีสาขาในสถานีสาน้ำมัน ปตท.  
ไว้คอยให้บริการลูกค้าของธนาคาร

| การรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ<br>จากการมีสาขา<br>ในสถานีสาน้ำมัน ปตท. | สาขาในสถานีสาน้ำมัน ปตท.   |                   | สาขาในห้างสรรพสินค้า       |                   |
|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------|----------------------------|-------------------|
|                                                                         | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน) | ร้อยละ<br>(N=200) | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน) | ร้อยละ<br>(N=200) |
| ทราบถึงประโยชน์ที่ได้รับ                                                | 195                        | 97.50             | 174                        | 87.00             |
| ไม่ทราบถึงประโยชน์ที่ได้รับ                                             | 5                          | 2.50              | 26                         | 13.00             |
| รวม                                                                     | 200                        | 100.00            | 200                        | 100.00            |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ให้บริการในสถานีสาน้ำมัน ปตท.

ผลการสำรวจการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาว่าทราบถึงประโยชน์ที่มีสาขาในสถานีสาน้ำมัน ปตท. สำหรับลูกค้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยาหรือไม่ โดยจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการสาขาในสถานีสาน้ำมัน ปตท. จำนวน 200 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบว่าสาขาที่เปิดให้บริการใน

สถานีบริการน้ำมัน ปตท. นั้นรู้ว่าเป็นประโยชน์สำหรับลูกค้า มีจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 97.5 และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าการมีสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. นั้นไม่ได้เป็นประโยชน์สำหรับตัวลูกค้ามีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

จากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างทราบว่า การที่มีสาขาเปิดให้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. นั้นรู้ว่าเป็นประโยชน์สำหรับลูกค้า มีจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 87 และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าการมีสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ไม่ได้เป็นประโยชน์สำหรับตัวลูกค้ามีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างการรับรู้ถึงประโยชน์จากการที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ไว้คอยให้บริการลูกค้าของธนาคาร มีสัดส่วนในการที่จะใช้บริการสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบถึงประโยชน์จากการที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท.

#### ตารางที่ 4.20

##### การสำรวจความนิยมในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในแต่ละช่องทาง

| ความนิยมในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา<br>ในแต่ละช่องทาง | สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. |                   | สาขาในห้างสรรพสินค้า       |                   |
|-------------------------------------------------------------|------------------------------|-------------------|----------------------------|-------------------|
|                                                             | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน)   | ร้อยละ<br>(N=200) | จำนวนกลุ่ม<br>ตัวอย่าง(คน) | ร้อยละ<br>(N=200) |
| สถานีบริการน้ำมัน ปตท.                                      |                              |                   |                            |                   |
| ให้บริการบ่อยที่สุด                                         | 95                           | 47.50             | 28                         | 14.00             |
| ให้บริการปานกลาง                                            | 93                           | 46.50             | 148                        | 74.00             |
| ให้บริการน้อยที่สุด                                         | 12                           | 6.00              | 24                         | 12.00             |
| รวม                                                         | 200                          | 100.00            | 200                        | 100.00            |
| ห้างสรรพสินค้า                                              |                              |                   |                            |                   |
| ให้บริการบ่อยที่สุด                                         | 58                           | 29.00             | 32                         | 16.00             |
| ให้บริการปานกลาง                                            | 97                           | 48.50             | 51                         | 25.50             |
| ให้บริการน้อยที่สุด                                         | 45                           | 22.50             | 117                        | 58.50             |
| รวม                                                         | 200                          | 100.00            | 200                        | 100.00            |
| ห้าง Community Mall                                         |                              |                   |                            |                   |
| ให้บริการบ่อยที่สุด                                         | 47                           | 23.50             | 139                        | 69.50             |
| ให้บริการปานกลาง                                            | 10                           | 5.00              | 1                          | 0.50              |
| ให้บริการน้อยที่สุด                                         | 143                          | 71.50             | 60                         | 30.00             |
| รวม                                                         | 200                          | 100.00            | 200                        | 100.00            |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท.

ผลการสำรวจความนิยมในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในแต่ละช่องทางของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จากข้อมูลดังกล่าวพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในแต่ละช่องทาง ดังนี้กลุ่มตัวอย่างลูกค้านิยมใช้ช่องทางของสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ปานกลางมีจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 และกลุ่มตัวอย่างนิยมใช้ช่องทางสถานีบริการน้ำมันน้อยที่สุด มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6 จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่าการที่จะให้กลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ควรจะมีการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อเป็นการกระตุ้นในคนกลุ่มนี้มาใช้บริการที่ธนาคารมากขึ้น

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ใช้บริการช่องทางสาขาในห้างสรรพสินค้า มากที่สุดมีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมาคือใช้ช่องทางสาขาในห้างสรรพสินค้าปานกลาง มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 และกลุ่มตัวอย่างนิยมใช้ช่องทางนี้น้อยที่สุด มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. นิยมใช้บริการในช่องทางสาขาในห้าง Community Mall มากที่สุดมีจำนวน 47 คนคิดเป็นร้อยละ 23.5 รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ช่องทางสาขาในห้าง Community Mall ปานกลางมีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการช่องทางนี้น้อยที่สุดมี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้านี้เป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สามารถวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยานั้นนิยมเลือกใช้บริการธนาคารสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. บ่อยที่สุดมีพฤติกรรมชอบใช้บริการในช่วงเย็น และชอบไปสาขาที่ใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน และต้องบริการรวดเร็วไม่ต้องรอคิวนาน และเดินทางมาได้สะดวก ดังนั้นจึงเลือกใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. บ่อยที่สุด

### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า นั้นจากการสำรวจกลุ่มดังกล่าวพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในแต่ละช่องทาง ดังนี้ช่องทางสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท.กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้บริการบ่อยที่สุดนั้นมีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ช่องทางนี้บ่อยปานกลางมีจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 74 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ช่องทางนี้บ่อยน้อยที่สุด มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12 จากข้อมูลจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าในห้างสรรพสินค้านั้น มีการรับรู้และเคยใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. แล้วแสดงว่าหากมีการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดมากขึ้น ก็จะมีโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างลูกค้าจะมาใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มากขึ้น

ช่องทางบริการสาขาในห้างสรรพสินค้ากลุ่มตัวอย่างนิยมใช้บริการช่องทางสาขาในห้างสรรพสินค้ามากที่สุดมีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ช่องทางนี้บ่อยปานกลาง มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ช่องทางนี้บ่อยน้อยที่สุด มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้นิยมมาใช้บริการให้ห้างสรรพสินค้า เนื่องจากเปิดให้บริการดี และมีร้านอาหารมากมาย ซึ่งหากธนาคารกรุงศรีอยุธยาต้องการให้กลุ่มตัวอย่างนี้มาใช้บริการธนาคารในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มากขึ้นควรจะมีการทำประชาสัมพันธ์ในเรื่องของการเปิดให้บริการที่ดีกว่าสาขาทั่วไป รวมถึงเรื่องบริการเครื่องบริการอัตโนมัติ ที่สามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง จะมีโอกาสที่คนกลุ่มนี้จะมาใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. เพิ่มขึ้น และช่องทางบริการสาขาในห้าง Community Mall กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้บริการบ่อยที่สุดนั้นมีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ช่องทางนี้บ่อยปานกลาง มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ช่องทางนี้บ่อยน้อยที่สุด มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 30 จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนี้นิยมใช้บริการในห้าง Community Mall แสดงให้เห็นว่าเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ชอบทำอะไรสะดวกรวดเร็ว ไม่ชอบรอนาน ดังนั้นธนาคารกรุงศรีอยุธยาควรจะมีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องความเร็ว และสะดวกสบายในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ให้กับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ทราบ เพื่อให้เกิดการรับรู้ และการทดลองใช้เพื่อสร้างฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ให้กับธนาคาร

ตารางที่ 4.21

การสำรวจเหตุผลในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในแต่ละช่องทางบ่อยที่สุด

| เหตุผลในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา<br>ในแต่ละช่องทาง | สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. |                   | สาขาในห้างสรรพสินค้า       |                   |
|-----------------------------------------------------------|-----------------------------|-------------------|----------------------------|-------------------|
|                                                           | จำนวน<br>กลุ่มตัวอย่าง(คน)  | ร้อยละ<br>(N=200) | จำนวน<br>กลุ่มตัวอย่าง(คน) | ร้อยละ<br>(N=200) |
| อยู่ใกล้ที่บ้าน/ ที่ทำงาน                                 |                             |                   |                            |                   |
| เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด                    | 138                         | 77.53             | 126                        | 75.00             |
| เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจปานกลาง                      | 16                          | 8.99              | 17                         | 10.12             |
| เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจน้อยที่สุด                   | 24                          | 13.48             | 25                         | 14.88             |
| รวม                                                       | 178                         | 100.00            | 168                        | 100.00            |
| ให้บริการรวดเร็ว ไม่ต้องรอกว้าน                           |                             |                   |                            |                   |
| เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด                    | 24                          | 20.17             | 20                         | 15.75             |
| เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจปานกลาง                      | 33                          | 27.73             | 40                         | 31.50             |
| เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจน้อยที่สุด                   | 62                          | 52.10             | 67                         | 52.76             |
| รวม                                                       | 119                         | 100.00            | 127                        | 100.00            |
| พนักงานให้บริการดี                                        |                             |                   |                            |                   |
| เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด                    | 1                           | 2.08              | 9                          | 13.24             |
| เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจปานกลาง                      | 24                          | 50.00             | 38                         | 55.88             |
| เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจน้อยที่สุด                   | 23                          | 47.92             | 21                         | 30.88             |
| รวม                                                       | 48                          | 100.00            | 68                         | 100.00            |
| หาที่จอดรถได้ง่าย                                         |                             |                   |                            |                   |
| เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด                    | 18                          | 18.56             | 22                         | 25.00             |
| เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจปานกลาง                      | 25                          | 25.77             | 27                         | 30.68             |
| เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจน้อยที่สุด                   | 54                          | 55.67             | 39                         | 44.32             |
| รวม                                                       | 97                          | 100.00            | 88                         | 100.00            |
| เดินทางมาได้สะดวก                                         |                             |                   |                            |                   |
| เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด                    | 17                          | 11.49             | 21                         | 15.33             |
| เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจปานกลาง                      | 100                         | 67.57             | 75                         | 54.74             |
| เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจน้อยที่สุด                   | 31                          | 20.95             | 41                         | 29.93             |
| รวม                                                       | 148                         | 100.00            | 88                         | 100.00            |
| อื่นๆ                                                     |                             |                   |                            |                   |
| เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด                    | 1                           | 20.00             | 2                          | 22.22             |
| เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจปานกลาง                      | 1                           | 20.00             | 2                          | 22.22             |
| เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจน้อยที่สุด                   | 3                           | 60.00             | 5                          | 55.56             |
| รวม                                                       | 5                           | 100.00            | 9                          | 100.00            |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้เหตุผลต่างๆในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในแต่ละช่องทาง จากข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้เหตุผลการอยู่ใกล้ที่บ้าน และที่ทำงาน เป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีจำนวน 178 คน เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 77.53 รองลงมาคือเป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจปานกลาง มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.99 และใช้เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจน้อยที่สุด มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 13.48

การใช้เหตุผลด้านการให้บริการรวดเร็ว ไม่ต้องรอคิวนาน เป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีจำนวน 119 คน เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20.17 รองลงมาคือเป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจปานกลาง มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 27.73 และใช้เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจน้อยที่สุด มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 52.10

การใช้เหตุผลด้านพนักงานให้บริการดี เป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีจำนวน 48 คน เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.08 รองลงมาคือเป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจปานกลาง มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และใช้เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจน้อยที่สุด มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 47.92

การใช้เหตุผลด้านการหาที่จอดรถได้ง่าย เป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีจำนวน 97 คน เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.56 รองลงมาคือเป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจปานกลาง มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.77 และใช้เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจน้อยที่สุด มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 55.67

และการใช้เหตุผลด้านเดินทางมาได้สะดวก เป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีจำนวน 148 คน เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.49 รองลงมาคือเป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจปานกลาง มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 67.57 และใช้เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจน้อยที่สุด มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 20.95 และ

ส่วนเหตุผลอื่นๆ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อาทิเช่น เปิดให้บริการดีกว่าสาขาทั่วไป มีจำนวน 5 คน เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20 รองลงมาคือเป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจปานกลาง มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และใช้เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจน้อยที่สุด มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ส่วนใหญ่ใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่นี้เพราะเหตุผลคือใกล้บ้าน หรือสถานที่ทำงานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เดินทางสะดวก รวมถึงให้บริการรวดเร็วไม่ต้องรอคิวนาน เพราะมักจะมาธนาคารในช่วงเย็น เวลา 16.01-18.00 น. เพราะไม่ต้องรอคิวนานและบริการรวดเร็ว

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ให้บริการในห้างสรรพสินค้า

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างใช้เหตุผลต่างๆ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในแต่ละช่องทาง ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้า จากข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้เหตุผลการอยู่ใกล้ที่บ้าน/ ที่ทำงานเป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีจำนวน 168 คน เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด มีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาคือเป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจปานกลาง มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 10.12 และใช้เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจน้อยที่สุด มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 14.88

ส่วนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้เหตุผลให้บริการรวดเร็ว ไม่ต้องรอคิวนาน เป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีจำนวน 127 คน เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 รองลงมาคือใช้เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจปานกลาง นั้นมีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 และใช้เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจน้อยที่สุด มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 52.76

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เหตุผลด้านพนักงานให้บริการดี เป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีจำนวน 68 คน เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 13.24 รองลงมาคือเป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจปานกลาง มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 55.88 และใช้เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจน้อยที่สุด มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 30.88

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เหตุผลหาที่จอดรถได้ง่าย เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีจำนวน 88 คน เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมาคือเป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจปานกลาง มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 30.68 และใช้เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจน้อยที่สุด มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 44.32

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เหตุผลเดินทางมาได้สะดวก เป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีจำนวน 137 คน เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 15.33 รองลงมาคือเป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจปานกลาง มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 54.74 และใช้เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจน้อยที่สุด มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 29.93 และส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เหตุผลอื่นๆ อาทิเช่น การเปิดให้บริการดีกว่าสาขาทั่วไป และการให้บริการในช่วงวันหยุด เป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีจำนวน 9 คน เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 รองลงมาคือเป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจปานกลาง มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 และใช้เป็นเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจน้อยที่สุด มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการ สาขาในห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่ใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่นี้เพราะเหตุผลคือใกล้บ้าน หรือสถานที่ทำงานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เดินทางสะดวก รวมถึงการหาที่จอดรถได้ง่าย ดังนั้นการที่จะให้ลูกค้ากลุ่มที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า นอกเหนือจากนี้กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มที่ชอบมาทำกิจกรรมอื่นๆ ในห้างสรรพสินค้า นอกเหนือจากมาทำธุรกรรมที่ธนาคาร ดังนั้นกลุ่มลูกค้าจึงเลือกใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในห้างสรรพสินค้าบ่อยที่สุด

#### **4.4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในช่องทางต่างๆ**

การศึกษาคำพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา ทั้งสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. และสาขาในห้างสรรพสินค้า โดยแบ่งเป็นด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านพนักงานและการให้บริการของพนักงานและด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้



4.4.1 ความพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาต่อการให้บริการของธนาคาร  
กรุงศรีอยุธยาในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท.

ตารางที่ 4.22

ข้อมูล แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า  
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำแนกตามด้านพนักงานและการให้บริการ  
ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท.

| ด้านพนักงานและการให้บริการ<br>ของพนักงาน                      | ระดับความพึงพอใจ |               |                |               |            | ค่าเฉลี่ย | SD    | แปลผล   |
|---------------------------------------------------------------|------------------|---------------|----------------|---------------|------------|-----------|-------|---------|
|                                                               | มากที่สุด        | มาก           | ปานกลาง        | น้อย          | น้อยที่สุด |           |       |         |
| พนักงานมีกิริยามารยาทที่ดีและ<br>มีความเป็นมิตรในการให้บริการ | 10<br>(5.00)     | 73<br>(36.50) | 90<br>(45.00)  | 27<br>(13.50) | 0<br>(0.0) | 3.33      | 0.77  | ปานกลาง |
| พนักงานกระตือรือร้น<br>ในการให้บริการ                         | 6<br>(3.00)      | 73<br>(36.50) | 97<br>(48.50)  | 24<br>(12.00) | 0<br>(0.0) | 3.31      | 0.72  | ปานกลาง |
| ความรวดเร็วในการให้บริการ                                     | 4<br>(2.00)      | 63<br>(31.50) | 110<br>(55.00) | 23<br>(11.50) | 0<br>(0.0) | 3.24      | 0.67  | ปานกลาง |
| พนักงานสามารถนำเสนอ<br>ผลิตภัณฑ์ตรงกับ<br>ความต้องการ         | 3<br>(1.50)      | 75<br>(37.50) | 105<br>(52.50) | 17<br>(8.50)  | 0<br>(0.0) | 3.32      | 0.65  | ปานกลาง |
| พนักงานสามารถให้ความ<br>ช่วยเหลือ และ แก้ไขปัญหา              | 3<br>(1.50)      | 72<br>(36.00) | 107<br>(53.50) | 18<br>(9.00)  | 0<br>(0.0) | 3.30      | 0.65  | ปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ยโดยรวม                                               |                  |               |                |               |            | 3.30      | 0.502 | ปานกลาง |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

ผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำแนกตามด้านพนักงานและการให้บริการของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าในสถานบริการน้ำมัน ปตท. พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยปานกลาง อาทิเช่น กริยามารยาท (มีค่าเฉลี่ย 3.33) และความเป็นมิตรของพนักงาน (มีค่าเฉลี่ย 3.31), ความกระตือรือร้นในการให้บริการ (มีค่าเฉลี่ย 3.31), ในส่วนของการนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้ตรงกับความต้องการลูกค้า (มีค่าเฉลี่ย 3.32) รวมถึงการแก้ไขปัญหาต่างๆให้แก่ลูกค้า (มีค่าเฉลี่ย 3.30) จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าความพอใจด้านกริยามารยาทและความเป็นมิตรของพนักงานมีระดับความพอใจสูงสุด และความพอใจด้านความรวดเร็วในการให้บริการนั้นมีระดับความพอใจต่ำสุด เพราะฉะนั้นค่าเฉลี่ยโดยรวมของระดับความพึงพอใจในด้านพนักงานและการบริการนั้นลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง (มีค่าเฉลี่ย 3.30) วิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ส่วนใหญ่ใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่นี้เพราะเหตุผลคือใกล้บ้าน หรือสถานที่ทำงานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เดินทางสะดวก รวมถึงให้บริการรวดเร็วไม่ต้องรอคิวนาน เพราะมักจะมาธนาคารในช่วงเย็น เวลา 16.01-18.00 น. เพราะไม่ต้องรอคิวนานและบริการรวดเร็ว หลังจากได้ใช้บริการกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางสำหรับด้านพนักงานและการบริการ โดยปัจจัยในด้านพนักงานมีกริยามารยาทที่ดีและมีความเป็นมิตรในการให้บริการ, ผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการและพนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ และ แก้ไขปัญหา กลุ่มลูกค้ารู้สึกพึงพอใจปานกลาง แต่สิ่งที่สำคัญของกลุ่มลูกค้านี้ให้ความสำคัญในเรื่องการบริการที่รวดเร็วและพนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ เพราะกลุ่มลูกค้าชอบใช้บริการสาขาที่บริการรวดเร็วและไม่ต้องรอคิวนาน หากการให้บริการที่สาขาต้องใช้เวลาานาน จะทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้เปลี่ยนไปใช้บริการช่องทางอื่นๆ ที่รวดเร็วกว่า

ตารางที่ 4.23

ข้อมูลแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้า  
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำแนกตามด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก  
ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท.

| ด้านพนักงานและการ<br>ให้บริการของพนักงาน          | ระดับความพึงพอใจ |                |                |               |            | ค่าเฉลี่ย | SD   | แปลผล |
|---------------------------------------------------|------------------|----------------|----------------|---------------|------------|-----------|------|-------|
|                                                   | มากที่สุด        | มาก            | ปานกลาง        | น้อย          | น้อยที่สุด |           |      |       |
| ที่ตั้งสาขาของธนาคาร หา<br>ง่าย และเดินทางสะดวก   | 18<br>(9.00)     | 93<br>(46.50)  | 88<br>(44.00)  | 1<br>(0.50)   | 0<br>(0.0) | 3.64      | 0.65 | มาก   |
| การตกแต่งสถานที่ สะอาด<br>เรียบร้อย สวยงามทันสมัย | 8<br>(4.00)      | 121<br>(60.50) | 64<br>(32.00)  | 7<br>(3.50)   | 0<br>(0.0) | 3.65      | 0.62 | มาก   |
| มีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม   | 5<br>(2.50)      | 76<br>(38.00)  | 98<br>(49.00)  | 21<br>(10.50) | 0<br>(0.0) | 3.33      | 0.69 | มาก   |
| มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย<br>หาที่จอดได้ง่าย         | 7<br>(3.50)      | 93<br>(46.50)  | 89<br>(44.50)  | 11<br>(5.50)  | 0<br>(0.0) | 3.48      | 0.66 | มาก   |
| ความปลอดภัยในการ<br>ให้บริการ ในยามค่ำคืน         | 10<br>(5.00)     | 78<br>(39.00)  | 108<br>(54.00) | 4<br>(2.00)   | 0<br>(0.0) | 3.47      | 0.63 | มาก   |
| เวลาเปิดทำการที่มากกว่า<br>สาขาปกติ(9.30-19.30น)  | 12<br>(6.00)     | 87<br>(43.50)  | 93<br>(46.50)  | 8<br>(4.00)   | 0<br>(0.0) | 3.52      | 0.67 | มาก   |
| ความพึงพอใจต่อสภาพ<br>โดยรวมของสาขา               | 1<br>(3.50)      | 96<br>(48.00)  | 96<br>(48.00)  | 1<br>(0.50)   | 0<br>(0.0) | 3.55      | 0.57 | มาก   |
| ค่าเฉลี่ยโดยรวม                                   |                  |                |                |               |            | 3.52      | 0.49 | มาก   |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท.

ผลการสำรวจความพึงพอใจของของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. จำแนกตามด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการในสถาบันบริการน้ำมัน ปตท. พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยปานกลาง อาทิเช่น สถานที่ตั้งและการเดินทางสะดวก (มีค่าเฉลี่ย 3.64), การตกแต่งสถานที่สะอาด เรียบร้อย สวยงามทันสมัย(มีค่าเฉลี่ย 3.65), มีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม (มีค่าเฉลี่ย 3.33), มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่าย (มีค่าเฉลี่ย 3.48)

ความปลอดภัยในการให้บริการ ในยามค่ำคืน (มีค่าเฉลี่ย 3.47) และปัจจัยด้านเวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติตั้งแต่เวลา 9.30-19.30 น. (มีค่าเฉลี่ย 3.52) รวมถึงความพึงพอใจต่อสภาพโดยรวมของสาขา (มีค่าเฉลี่ย 3.55) จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าลูกค้ามีพอใจอันดับที่ 1 ในด้านการตกแต่งสถานที่ สะอาด เรียบร้อย สวยงามทันสมัย รองลงมาได้แก่ความพึงพอใจในด้านที่ตั้งสาขาของธนาคาร ง่าย และเดินทางสะดวก และความพึงพอใจอันดับสามได้แก่ด้านเวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ(9.30-19.30น) ส่วนความพึงพอใจที่น้อยที่สุดได้แก่ด้านมีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม เพราะฉะนั้นค่าเฉลี่ยโดยรวมของระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกนั้นลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.52

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจอันดับหนึ่งในการตกแต่งสถานที่ สะอาด เรียบร้อย สวยงามทันสมัย รองลงมาได้แก่ความพึงพอใจในด้านที่ตั้งสาขาของธนาคาร ง่าย และเดินทางสะดวก และความพึงพอใจอันดับสามได้แก่ด้านเวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ เวลา 9.30-19.30 น. ส่วนความพึงพอใจที่น้อยที่สุดได้แก่ด้านมีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม เพราะฉะนั้นค่าเฉลี่ยโดยรวมของระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกนั้นลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ส่วนใหญ่ใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่นี่ เพราะเหตุผลคือใกล้บ้าน หรือสถานที่ทำงานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เดินทางสะดวก รวมถึงให้บริการรวดเร็วไม่ต้องรอคิวนาน เพราะมักจะมาธนาคารในช่วงเย็น เวลา 16.01-18.00 น. เพราะไม่ต้องรอคิวนานและบริการรวดเร็ว หลังจากได้ใช้บริการกลุ่มตัวอย่างลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก เพราะเป็นสิ่งที่ลูกค้าไม่ได้คาดหวัง หรือใช้เป็นเหตุผลในการตัดสินใจมาใช้บริการที่นี่ จึงทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจเรื่องของสถานที่ตั้งสาขา และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในของสาขานั้นมีความพร้อมในการให้บริการแก่ลูกค้า แต่ในเรื่องที่ต้องทำการปรับปรุงคือเรื่องของความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานควรมีการปรับปรุง โดยอาจทำการพิจารณาจากเรื่องของความถนัดในการทำงาน, เรื่องของฝึกฝนทักษะในการทำงานและด้านประสิทธิภาพทำงาน เพื่อให้ส่งมอบบริการที่รวดเร็วและถูกต้องแม่นยำให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

#### 4.4.2 ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาต่อการใช้บริการในห้างสรรพสินค้า โดยการจำแนกเป็นด้านต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 4.24

ข้อมูลแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำแนกตามด้านพนักงานและการให้บริการของกลุ่มตัวอย่างในห้างสรรพสินค้า

| ด้านพนักงานและการให้บริการ<br>ของพนักงาน                  | ระดับความพึงพอใจ |               |                |               |             | ค่าเฉลี่ย | SD   | แปลผล   |
|-----------------------------------------------------------|------------------|---------------|----------------|---------------|-------------|-----------|------|---------|
|                                                           | มากที่สุด        | มาก           | ปานกลาง        | น้อย          | น้อยที่สุด  |           |      |         |
| พนักงานมีกิริยามารยาทที่ดีและมีความเป็นมิตรในการให้บริการ | 2<br>(1.00)      | 66<br>(33.00) | 96<br>(48.00)  | 35<br>(17.50) | 0<br>(0.0)  | 3.17      | 0.74 | ปานกลาง |
| พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ                         | 3<br>(1.50)      | 65<br>(32.50) | 110<br>(55.00) | 22<br>(11.00) | 0<br>(0.0)  | 3.25      | 0.66 | ปานกลาง |
| ความรวดเร็วในการให้บริการ                                 | 2<br>(1.00)      | 53<br>(26.50) | 120<br>(60.00) | 23<br>(11.50) | 2<br>(1.0)  | 3.15      | 0.66 | ปานกลาง |
| พนักงานสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการ             | 1<br>(0.50)      | 55<br>(27.50) | 132<br>(66.00) | 11<br>(5.50)  | 1<br>(0.50) | 3.22      | 0.57 | ปานกลาง |
| พนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ และ แก้ไขปัญหา              | 1<br>(0.50)      | 60<br>(30.00) | 130<br>(65.00) | 8<br>(4.00)   | 1<br>(0.50) | 3.26      | 0.56 | ปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ยโดยรวม                                           |                  |               |                |               |             | 3.21      | 0.45 | ปานกลาง |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

ผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำแนกตามด้านพนักงานและการให้บริการของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าในห้างสรรพสินค้า พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยปานกลาง อาทิเช่น กิริยามารยาท และความเป็นมิตรของพนักงาน (มีค่าเฉลี่ย 3.17), ส่วนด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการนั้น (มีค่าเฉลี่ย 3.25), ความรวดเร็วในการให้บริการ (มีค่าเฉลี่ย 3.15), การนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้ตรงกับความต้องการลูกค้า (มีค่าเฉลี่ย 3.22) รวมถึงการแก้ไขปัญหาต่างๆของพนักงานให้แก่ลูกค้า (มีค่าเฉลี่ย 3.26) จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าความพอใจด้านการแก้ไขปัญหาและการช่วยเหลือของพนักงานมีระดับความพอใจสูงสุดและส่วนความพอใจด้านความรวดเร็วในการให้บริการนั้นมี

ระดับความพอใจต่ำสุด เพราะฉะนั้นค่าเฉลี่ยโดยรวมของระดับความพึงพอใจในด้านพนักงานและการบริการนั้นลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง (มีค่าเฉลี่ย 3.21)

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้า นั้นมีความพึงพอใจในด้านพนักงานและการบริการโดยรวมปานกลาง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ, พนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหา, พนักงานสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการ ส่วนเรื่องที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ พนักงานมีกิริยามารยาทที่ดีและมีความเป็นมิตรในการให้บริการ และความรวดเร็วในการให้บริการ ที่กลุ่มตัวอย่างรู้สึกว่าการให้บริการในห้างสรรพสินค้านั้นให้บริการไม่ดี จึงมีระดับความพึงพอใจต่ำ ซึ่งในความเป็นจริงอาจเป็นไปได้ว่า สาขาในห้างสรรพสินค้านั้นมีปริมาณการทำธุรกรรมจำนวนมาก ซึ่งพนักงานเองต้องคอยบริการมากกว่าสาขาอื่นๆ จนบางครั้งพนักงานอาจจะแสดงอาการไม่พอใจ หรือออกมาจึงทำให้ลูกค้าที่ไปใช้บริการรู้สึกไม่ประทับใจ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความพึงพอใจในการให้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้าน้อย มีโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้จะไปใช้บริการที่สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพอใจมากในการใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า สามารถวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่ใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่นี่เพราะเหตุผลคือใกล้บ้าน หรือสถานที่ทำงานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เดินทางสะดวก การหาที่จอดรถได้ง่าย เพราะมักจะมาธนาคารในช่วงเย็น เวลา 16.01-18.00 น. ในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ เพราะชอบมาทำธุระอื่นๆ นอกเหนือจากมาทำธุรกรรมที่ธนาคาร เช่นการรับประทานอาหาร การเดินซื้อของ หลังจากได้ใช้บริการกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางสำหรับด้านพนักงานและการบริการ โดยปัจจัยในด้านพนักงานมีกิริยามารยาทที่ดีและมีความเป็นมิตรในการให้บริการ, ผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการและพนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ และ แก้ไขปัญหา กลุ่มลูกค้ารู้สึกพึงพอใจปานกลาง แต่สิ่งที่สำคัญของกลุ่มลูกค้านี้ให้ความสำคัญในเรื่อง การหาที่จอดรถได้ง่าย เดินทางสะดวก มากกว่าด้านพนักงานและการบริการ

หากทำการเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่ให้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. พบว่าระดับความพอใจในด้านพนักงานและการบริการ ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ให้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จะให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มลูกค้าในห้างสรรพสินค้า เนื่องจากกลุ่มลูกค้าในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ชอบการบริการที่รวดเร็วไม่ต้องรอคิวนาน

ตารางที่ 4.25

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ  
ของลูกค้านาคาการกรุงศรีอยุธยา จำแนกตามด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก  
ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าในห้างสรรพสินค้า

| ด้านพนักงานและการ<br>ให้บริการของพนักงาน           | ระดับความพึงพอใจ |                |                |             |            | ค่าเฉลี่ย | SD   | แปลผล |
|----------------------------------------------------|------------------|----------------|----------------|-------------|------------|-----------|------|-------|
|                                                    | มากที่สุด        | มาก            | ปานกลาง        | น้อย        | น้อยที่สุด |           |      |       |
| ที่ตั้งสาขาของธนาคาร หา<br>ง่าย และเดินทางสะดวก    | 4<br>(2.00)      | 95<br>(47.50)  | 98<br>(49.00)  | 3<br>(1.50) | 0<br>(0.0) | 3.50      | 0.57 | มาก   |
| การตกแต่งสถานที่ สะอาด<br>เรียบร้อย สวยงามทันสมัย  | 5<br>(2.50)      | 118<br>(59.00) | 74<br>(37.00)  | 3<br>(1.50) | 0<br>(0.0) | 3.63      | 0.56 | มาก   |
| มีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก<br>เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม | 87<br>(43.50)    | 101<br>(50.50) | 11<br>(5.50)   | 1<br>(0.50) | 0<br>(0.0) | 3.37      | 0.61 | มาก   |
| มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย<br>หาที่จอดได้ง่าย          | 7<br>(3.50)      | 93<br>(46.50)  | 95<br>(47.50)  | 5<br>(2.50) | 0<br>(0.0) | 3.51      | 0.61 | มาก   |
| ความปลอดภัยในการ<br>ให้บริการ ในยามค่ำคืน          | 6<br>(3.00)      | 94<br>(47.00)  | 94<br>(47.00)  | 6<br>(3.00) | 0<br>(0.0) | 3.50      | 0.61 | มาก   |
| เวลาเปิดทำการที่มากกว่า<br>สาขาปกติ(9.30-19.30น)   | 11<br>(5.50)     | 82<br>(41.00)  | 101<br>(50.50) | 6<br>(3.00) | 0<br>(0.0) | 3.49      | 0.65 | มาก   |
| ความพึงพอใจต่อสภาพ<br>โดยรวมของสาขา                | 3<br>(1.50)      | 98<br>(49.00)  | 99<br>(49.50)  | 0<br>(0.00) | 0<br>(0.0) | 3.52      | 0.53 | มาก   |
| ค่าเฉลี่ยโดยรวม                                    |                  |                |                |             |            | 3.50      | 0.39 | มาก   |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ให้บริการในห้างสรรพสินค้า

จากข้อมูลแสดงความพึงพอใจของของลูกค้านาคาการกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการใน  
ห้างสรรพสินค้า จำแนกตามด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า พบว่า ส่วนใหญ่มี  
ความพึงพอใจในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยปานกลาง อาทิเช่น สถานที่ตั้งและการเดินทาง  
สะดวก (มีค่าเฉลี่ย 3.50), ส่วนปัจจัยในด้าน การตกแต่งสถานที่ สะอาด เรียบร้อย สวยงาม  
ทันสมัย(มีค่าเฉลี่ย 3.63), มีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม (มีค่าเฉลี่ย 3.37), มี

ที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่าย (มีค่าเฉลี่ย 3.51) และความปลอดภัยในการให้บริการในยามค่ำคืน (มีค่าเฉลี่ย 3.50) และเวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ เวลา 9.30-19.30 น. นั้น (มีค่าเฉลี่ย 3.49) รวมถึงความพึงพอใจต่อสภาพโดยรวมของสาขา (มีค่าเฉลี่ย 3.52) จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าลูกค้ามีพอใจอันดับหนึ่งในด้านการตกแต่งสถานที่ สะอาด เรียบร้อย สวยงาม ทันสมัย รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจในด้านที่ตั้งสาขาของธนาคาร หาง่าย และเดินทางสะดวก และความพึงพอใจอันดับสามได้แก่ ด้านที่ตั้งสาขาของธนาคาร หาง่าย และเดินทางสะดวก ส่วนความพึงพอใจที่น้อยที่สุดได้แก่ ด้านมีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม เพราะฉะนั้นค่าเฉลี่ยโดยรวมของระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกนั้นลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.50 สามารถวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่ใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่นี่เพราะเหตุผลคือใกล้บ้าน หรือสถานที่ทำงานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เดินทางสะดวก รวมถึงหาที่จอดรถได้ง่าย เพราะมักจะมาธนาคารในช่วงเย็น เวลา 16.01-18.00 น. ในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ เพราะชอบมาทำธุระอื่นๆ นอกเหนือจากมาทำธุรกรรมที่ธนาคาร เช่น การรับประทานอาหาร การเดินซื้อของ หลังจากได้ใช้บริการกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก สำหรับด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยปัจจัยในด้านที่ตั้งสาขาของธนาคาร หาง่าย และเดินทางสะดวก, การตกแต่งสถานที่ สะอาด เรียบร้อย สวยงาม ทันสมัย, มีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง , มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่าย, ความปลอดภัยในการให้บริการในยามค่ำคืน, เวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ เวลา 9.30-19.30 น. แต่สิ่งที่ทำให้ลูกค้ากลุ่มที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้ามีความพึงพอใจมาก คือที่ตั้งสาขาของธนาคาร หาง่าย และเดินทางสะดวก, มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่าย เพราะกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการในช่องทางไหนเป็นหลัก

หากทำการเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. พบว่าระดับความพอใจในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกจะให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มลูกค้าในสถานบริการน้ำมัน ปตท. เนื่องจากกลุ่มลูกค้าในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ชอบการบริการที่รวดเร็ว



#### 4.5 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในช่องทางต่างๆ กับปัจจัยพื้นฐาน

##### 4.5.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคาร กรุงศรีอยุธยาในด้านต่างๆ

ตารางที่ 4.26

ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการ  
ในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท. ที่มีต่อด้านพนักงานและการบริการจำแนกตามเพศ

| ด้านพนักงานและการบริการ                                      | ค่าเฉลี่ย                |                          |                          |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|                                                              | เพศ                      |                          | รวม                      |
|                                                              | ชาย                      | หญิง                     |                          |
| พนักงานมีกิจกรรมายาทที่ดีและมี<br>ความเป็นมิตรในการให้บริการ | 3.33<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.33<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.33<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| พนักงานกระตือรือร้น<br>ในการให้บริการ                        | 3.32<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.29<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.31<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| ความรวดเร็วในการให้บริการ                                    | 3.30<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.16<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.23<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| พนักงานสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์<br>ตรงกับความต้องการ            | 3.39<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.23<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.31<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| พนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ<br>และ แก้ไขปัญหา              | 3.33<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.25<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.29<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| ค่าเฉลี่ยโดยรวม                                              | 3.33                     | 3.25                     | 3.29                     |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท.

จากข้อมูลพบว่าเมื่อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่  
ใช้บริการในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท. ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้านพนักงานและการบริการ  
โดยรวมไม่แตกต่างกัน คือ ทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับเดียวกัน โดยมีความ  
พึงพอใจต่อด้านพนักงานและการบริการที่ได้รับที่จากสาขาในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท. อยู่ในระดับ  
ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.33 และ 3.25 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยในด้านย่อยที่เกี่ยวกับพนักงานและ  
การบริการไม่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านกิจกรรมายาทและการเป็นมิตร, ความกระตือรือร้น, การ  
ให้บริการรวดเร็ว, การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่, และการแก้ไขปัญหา จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง

เพศชายและเพศหญิงต่างมีความพึงพอใจที่ระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าโอกาสที่ผู้ชายและผู้หญิงจะใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท. นั้นมีโอกาสใกล้เคียงกันวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ส่วนใหญ่ใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่นี้เพราะเหตุผลคือใกล้บ้าน หรือสถานที่ทำงานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เดินทางสะดวก รวมถึงให้บริการรวดเร็วไม่ต้องรอคิวนาน เพราะมักจะมาธนาคารในช่วงเย็น เวลา 16.01-18.00 น. เพราะไม่ต้องรอคิวนานและบริการรวดเร็ว หลังจากได้ใช้บริการ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางสำหรับด้านพนักงานและการบริการ โดยปัจจัยในด้านพนักงานมีกิจกรรมารยาทที่ดี และมีความเป็นมิตรในการให้บริการ, ผลลัพธ์ตรงกับความต้องการและพนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหา กลุ่มลูกค้ารู้สึกพึงพอใจปานกลาง แต่สิ่งที่สำคัญของกลุ่มลูกค้านี้ให้ความสำคัญในเรื่องการบริการที่รวดเร็ว และพนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ เพราะกลุ่มลูกค้าชอบใช้บริการสาขาที่บริการรวดเร็วและไม่ต้องรอคิวนาน หากการให้บริการที่สาขาต้องใช้เวลาาน จะทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้เปลี่ยนใจไปใช้บริการช่องทางอื่นๆ ที่รวดเร็วกว่า ดังนั้นในเรื่องที่ต้องทำการปรับปรุงคือเรื่องของความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน โดยในช่วงเย็น เวลา 16.01-18.00 น. ควรให้มีพนักงานนั่งประจำอยู่ที่เคาน์เตอร์ให้ครบเพื่อให้บริการได้รวดเร็ว เพราะช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่มีคนมาใช้บริการจำนวนมาก

ตารางที่ 4.27

ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการ  
ในสถานบริการน้ำมัน ปตท.ที่มีต่อด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามเพศ

| ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก                | ค่าเฉลี่ย            |                          |                          |
|-------------------------------------------------|----------------------|--------------------------|--------------------------|
|                                                 | เพศ                  |                          | รวม                      |
|                                                 | ชาย                  | หญิง                     |                          |
| ที่ตั้งสาขาของธนาคาร ง่ายและเดินทางสะดวก        | 3.69<br>(พึงพอใจมาก) | 3.57<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.63<br>(พึงพอใจมาก)     |
| การตกแต่งสถานที่ สะอาดเรียบร้อย สวยงามทันสมัย   | 3.71<br>(พึงพอใจมาก) | 3.57<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.64<br>(พึงพอใจมาก)     |
| มีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม | 3.45<br>(พึงพอใจมาก) | 3.16<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.31<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่าย          | 3.55<br>(พึงพอใจมาก) | 3.39<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.47<br>(พึงพอใจมาก)     |
| ความปลอดภัยในการให้บริการ ในยามค่ำคืน           | 3.51<br>(พึงพอใจมาก) | 3.41<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.46<br>(พึงพอใจมาก)     |
| เวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ(9.30-19.30น)    | 3.59<br>(พึงพอใจมาก) | 3.41<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.50<br>(พึงพอใจมาก)     |
| ความพึงพอใจต่อสภาพโดยรวมของสาขา                 | 3.59<br>(พึงพอใจมาก) | 3.48<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.54<br>(พึงพอใจมาก)     |
| ค่าเฉลี่ยโดยรวม                                 | 3.59                 | 3.43                     | 3.51                     |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

จากข้อมูลพบว่าเมื่อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างเพศชายกับเพศหญิง โดยรวมแตกต่างกัน คือ ทั้งเพศชายมีความพึงพอใจในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยที่ได้รับความพอใจมากที่สุดได้แก่ที่ตั้งสาขาของธนาคาร ง่ายและเดินทางสะดวก, การตกแต่งสถานที่ สะอาดเรียบร้อย สวยงามทันสมัย, มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่าย,ความปลอดภัยในการให้บริการ ในยามค่ำคืน, เวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ เวลา 9.30-19.30 น. และความพึงพอใจในภาพรวมของสาขา ส่วนเพศหญิงนั้น มีความพึงพอใจในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.43) โดยปัจจัยที่ได้รับความพอใจมากที่สุดได้แก่ที่ตั้งสาขาของธนาคาร ง่ายและเดินทางสะดวก, การตกแต่งสถานที่ สะอาดเรียบร้อย สวยงาม

ทันสมัย, ความปลอดภัยในการให้บริการ ในยามค่ำคืน, เวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ เวลา 9.30-19.30 น. และความพึงพอใจต่อสภาพโดยรวมของสาขา สำหรับปัจจัยย่อยด้านต่าง ๆ พบว่ามีความแตกต่างกันดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจโดยรวมต่อที่ตั้งสาขาของธนาคารหาง่าย และเดินทางสะดวก ในระดับพึงพอใจมาก สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่เป็นเพศชายและเพศมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาก

2. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการตกแต่งสถานที่ สะอาด เรียบร้อย สวยงามทันสมัย อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่เป็นเพศชายและเพศมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาก

3. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจโดยรวมต่อสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม ในระดับพึงพอใจปานกลางสำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่เป็นเพศชายมีระดับพึงพอใจมาก และเพศหญิงมีระดับพึงพอใจปานกลาง

4. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจโดยรวมต่อความปลอดภัยในการให้บริการ ในยามค่ำคืน ในระดับพึงพอใจมาก สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีระดับพึงพอใจมาก

5. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจโดยรวมต่อความปลอดภัยในการให้บริการ ในยามค่ำคืน ในระดับพึงพอใจมาก สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีระดับพึงพอใจมาก

6. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจโดยรวมต่อเวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ เวลา 9.30-19.30 น. ในระดับความพึงพอใจปานกลางสำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่เป็นเพศชายมีระดับพึงพอใจมากและเพศหญิงมีระดับพึงพอใจปานกลาง

7. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจโดยรวมต่อความพึงพอใจต่อสภาพโดยรวมของสาขา ในระดับพึงพอใจปานกลาง สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่เป็นเพศชายมีระดับพึงพอใจมากและเพศหญิงมีระดับพึงพอใจปานกลาง

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยานั้นมีความพึงพอใจในภาพรวมของด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ในระดับความพอใจมาก แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าทั้งเพศชายและหญิงมีโอกาสที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาใกล้เคียงกัน วิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการธนาคาร สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่นี่เพราะเหตุผลคือใกล้บ้าน หรือสถานที่ทำงานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เดินทางสะดวก รวมถึงให้บริการรวดเร็วไม่ต้องรอคิวนาน เพราะมักจะมาธนาคารในช่วงเย็น เวลา 16.01-18.00 น. เพราะไม่ต้องรอคิวนาน และบริการรวดเร็ว หลังจากได้ใช้บริการกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก เพราะเป็นสิ่งที่ลูกค้าไม่ได้คาดหวัง หรือใช้เป็นเหตุผลในการตัดสินใจมาใช้บริการที่นี่ จึงทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจเรื่องของสถานที่ตั้งสาขาและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในของสาขา นั้นมีความพร้อมในการให้บริการแก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

#### ตารางที่ 4.28

ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการ  
ในห้างสรรพสินค้า ที่มีต่อด้านพนักงานและการบริการ จำแนกตามเพศ

| ด้านพนักงานและการบริการ                                   | ค่าเฉลี่ย                |                          |                          |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|                                                           | เพศ                      |                          | รวม                      |
|                                                           | ชาย                      | หญิง                     |                          |
| พนักงานมีกิริยามารยาทที่ดีและมีความเป็นมิตรในการให้บริการ | 3.22<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.21<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.22<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ                         | 3.25<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.25<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.25<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| ความรวดเร็วในการให้บริการ                                 | 3.20<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.11<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.20<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| พนักงานสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการ             | 3.22<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.22<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.22<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| พนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ และ แก้ไขปัญหา              | 3.29<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.23<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.26<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| ค่าเฉลี่ยโดยรวม                                           | 3.23                     | 3.18                     | 3.21                     |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

จากข้อมูลพบว่าเมื่อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้านพนักงานและการบริการโดยรวมไม่แตกต่างกัน คือ ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับเดียวกัน โดยมีความพึงพอใจต่อด้านพนักงานและการบริการที่ได้รับที่สาขาในห้างสรรพสินค้าในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.23 และ 3.18 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยในด้านย่อยที่เกี่ยวกับพนักงานและการบริการไม่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านกริยามารยาทและการเป็นมิตร, การกระตือรือร้น, การให้บริการรวดเร็ว, การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่, และการแก้ไขปัญหา สามารถวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่มีสถานะภาพโสดใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่นี่เพราะเหตุผลคือใกล้บ้าน หรือสถานที่ทำงานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เดินทางสะดวก รวมถึงหาที่จอดรถได้ง่าย เพราะมักจะมาธนาคารในช่วงเย็น เวลา 16.01-18.00 น. ในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ เพราะชอบมาทำธุระอื่นๆ นอกเหนือจากมาทำธุรกรรมที่ธนาคาร เช่นการรับประทานอาหาร การเดินซื้อของ หลังจากได้ใช้บริการกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางสำหรับด้านพนักงานและการบริการ โดยปัจจัยในด้านพนักงานมีกริยามารยาทที่ดีและมีความเป็นมิตรในการให้บริการ, ผลลัพธ์ตรงกับความต้องการและพนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหา กลุ่มลูกค้ารู้สึกพึงพอใจปานกลาง แต่สิ่งที่สำคัญของกลุ่มลูกค้านี้ให้ความสำคัญในเรื่องการหาที่จอดรถได้ง่าย เดินทางสะดวก มากกว่าด้านพนักงานและการบริการ

หากทำการเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. พบว่า ระดับความพึงพอใจในด้านพนักงานและการบริการของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จะให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มลูกค้าในห้างสรรพสินค้า เนื่องจากกลุ่มลูกค้าในสถานบริการน้ำมัน ปตท. นั้นชอบการบริการที่รวดเร็วไม่ต้องรอคิวนาน

ตารางที่ 4.29

ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการ  
ในห้างสรรพสินค้า ที่มีต่อด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามเพศ

| ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก                | ค่าเฉลี่ย                |                      |                          |
|-------------------------------------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|
|                                                 | เพศ                      |                      | รวม                      |
|                                                 | ชาย                      | หญิง                 |                          |
| ที่ตั้งสาขาของธนาคาร ง่ายและเดินทางสะดวก        | 3.51<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.50<br>(พึงพอใจมาก) | 3.51<br>(พึงพอใจมาก)     |
| การตกแต่งสถานที่ สะอาดเรียบร้อย สวยงามทันสมัย   | 3.66<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.60<br>(พึงพอใจมาก) | 3.63<br>(พึงพอใจมาก)     |
| มีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม | 3.32<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.41<br>(พึงพอใจมาก) | 3.37<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่าย          | 3.49<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.52<br>(พึงพอใจมาก) | 3.51<br>(พึงพอใจมาก)     |
| ความปลอดภัยในการให้บริการ ในยามค่ำคืน           | 3.47<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.52<br>(พึงพอใจมาก) | 3.50<br>(พึงพอใจมาก)     |
| เวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ(9.30-19.30น)    | 3.45<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.52<br>(พึงพอใจมาก) | 3.49<br>(พึงพอใจมาก)     |
| ความพึงพอใจต่อสภาพโดยรวมของสาขา                 | 3.56<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.49<br>(พึงพอใจมาก) | 3.53<br>(พึงพอใจมาก)     |
| ค่าเฉลี่ยโดยรวม                                 | 3.49                     | 3.51                 | 3.50                     |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

จากข้อมูลพบว่าเมื่อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง โดยรวมแตกต่างกัน คือ ทั้งเพศชายมีความพึงพอใจในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยที่ได้รับความพอใจมากได้แก่ที่ตั้งสาขาของธนาคาร ง่าย และเดินทางสะดวก, มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่าย, ความปลอดภัยในการให้บริการ ในยามค่ำคืน, ความปลอดภัยในการให้บริการในยามค่ำคืน, เวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ และความพอใจในภาพรวมของสาขา และปัจจัยที่ได้รับความพอใจปานกลาง ได้แก่เรื่องมีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม ดังนั้นในส่วนของผู้หญิงมีความพึงพอใจในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.43) โดยปัจจัยที่ได้รับความพอใจมากได้แก่ ที่ตั้งสาขาของธนาคาร ง่าย และเดินทางสะดวก, การตกแต่งสถานที่ สะอาดเรียบร้อย สวยงามทันสมัย, มีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก

ความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม, การมีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่าย, ความปลอดภัยในการให้บริการ ในยามค่ำคืน, เวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ เวลา 9.30-19.30 น. และความพึงพอใจต่อสภาพโดยรวมของสาขา สำหรับปัจจัยย่อยด้านต่าง ๆ พบว่ามีความแตกต่างกันดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า นั้นมีความพึงพอใจโดยรวมต่อดังสาขาของธนาคาร ง่าย และเดินทางสะดวกในระดับพึงพอใจมากทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาก

2. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า นั้นมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการตกแต่งสถานที่ สะอาด เรียบร้อย สวยงามทันสมัย ในระดับพึงพอใจมาก โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ย 3.66 และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย 3.60 แสดงให้เห็นว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากต่อด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้า

3. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า นั้นมีความพึงพอใจ โดยรวมต่อการมีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง แสดงให้เห็นว่าทั้งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจปานกลาง โดยมีมีค่าเฉลี่ย 3.32 และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.41 ต่อการมีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม ในธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้า

4. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า นั้นมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการมีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่ายในระดับพึงพอใจมาก แสดงให้เห็นว่าทั้งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาก โดยมีมีค่าเฉลี่ย 3.49 และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 ต่อการมีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่าย เมื่อไปธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้า

5. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า นั้นมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการมีความปลอดภัยในการให้บริการ ในยามค่ำคืน ในระดับพึงพอใจมาก แสดงให้เห็นว่าทั้งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาก โดยมีมีค่าเฉลี่ย 3.47 และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 ต่อการมีความปลอดภัยในการให้บริการ ในยามค่ำคืน เมื่อไปธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้า

6. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า นั้นมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ เวลา 9.30-19.30 น. ในระดับความพึงพอใจมาก แสดงให้เห็นว่าทั้งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาก โดยมีมีค่าเฉลี่ย 3.45 และ



เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 ต่อต่อการเวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ เวลา 9.30-19.30 น. เมื่อไปธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาในห้างสรรพสินค้า

7. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า นั้นมีความพึงพอใจโดยรวมต่อความพึงพอใจต่อสภาพโดยรวมของสาขา ในระดับพึงพอใจมาก แสดงให้เห็นว่าทั้งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาก โดยมีมีค่าเฉลี่ย 3.56 และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.49 ต่อต่อความพึงพอใจต่อสภาพโดยรวมของสาขา เมื่อไปใช้บริการที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาในห้างสรรพสินค้า

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยานั้นมีความพึงพอใจในภาพรวมของด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ในระดับความพอใจมาก แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าทั้งเพศชายและหญิงมีโอกาสที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้าใกล้เคียงกัน เพราะฉะนั้นหากต้องการกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ให้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท. จะต้องทำการปรับปรุงในเรื่องของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมือนกับสาขาในห้างสรรพสินค้า จะทำให้มีโอกาสที่ลูกค้าจะมาใช้บริการที่สถานบริการน้ำมัน ปตท. สามารถวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่มีสถานะภาพโสด ใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่นี้เพราะเหตุผลคือใกล้บ้าน หรือสถานที่ทำงานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เดินทางสะดวก รวมถึงหาที่จอดรถได้ง่าย เพราะมักจะมาธนาคารในช่วงเย็น เวลา 16.01-18.00 น. ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ เพราะชอบมาทำธุระอื่นๆ นอกเหนือจากมาทำธุรกรรมที่ธนาคาร เช่นการรับประทานอาหารเช้า การเดินซื้อของ หลังจากได้ใช้บริการกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก สำหรับด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยปัจจัยในด้านที่ตั้งสาขาของธนาคาร ห้างยา และเดินทางสะดวก, การตกแต่งสถานที่ สะอาด เรียบร้อย สวยงามทันสมัย, มีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม, มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่าย, ความปลอดภัยในการให้บริการ ในยามค่ำคืน,รวมถึงเรื่องเวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ เวลา 9.30-19.30 น. แต่สิ่งที่ทำให้ลูกค้ากลุ่มที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้ามีความพึงพอใจมาก คือที่ตั้งสาขาของธนาคาร ห้างยา และเดินทางสะดวก, มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่าย เพราะกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญใน 2 ประเด็นนี้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการในช่องทางไหนเป็นหลัก

หากทำการเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. พบว่าระดับความพอใจในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกจะให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มลูกค้าในสถานบริการน้ำมัน ปตท. เนื่องจากกลุ่มลูกค้าในสถานบริการน้ำมัน ปตท. นั้นชอบการบริการที่รวดเร็ว

#### 4.5.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานะภาพกับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาในช่องทางต่างๆ

ตารางที่ 4.30

ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท.ที่มีต่อด้านพนักงานและการบริการ จำแนกตามสถานะภาพ

| ด้านพนักงานและการบริการ                                   | ค่าเฉลี่ย                |                          |                          | รวม                      |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|                                                           | สถานะภาพ                 |                          |                          |                          |
|                                                           | โสด                      | สมรส                     | หม้าย/ หย่าร้าง          |                          |
| พนักงานมีกิริยามารยาทที่ดีและมีความเป็นมิตรในการให้บริการ | 3.33<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.34<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 2.50<br>(พึงพอใจน้อย)    | 3.06<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ                         | 3.30<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.32<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 2.50<br>(พึงพอใจน้อย)    | 3.04<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| ความรวดเร็วในการให้บริการ                                 | 3.22<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.26<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.00<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.16<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| พนักงานสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการ             | 3.26<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.41<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.00<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.22<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| พนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ และ แก้ไขปัญหา              | 3.22<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.41<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.00<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.21<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| ค่าเฉลี่ยโดยรวม                                           | 3.27                     | 3.35                     | 3.35                     | 3.32                     |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

พบว่าเมื่อจำแนกตามสถานะภาพของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท. โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้านพนักงานและการบริการโดยรวมไม่แตกต่างกัน คือ ทั้งสถานะภาพโสด สมรสและหย่าร้าง ต่างมีความพึงพอใจในระดับเดียวกัน โดยมีความพึงพอใจต่อพนักงานและการบริการที่ได้รับที่สาขาในสถานบริการ

น้ำมัน ปตท.ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.06 ส่วนปัจจัยในด้านย่อยที่เกี่ยวข้องกับพนักงานและการบริการมีดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจโดยรวมต่อพนักงานมีกิจกรรมายาทที่ดีและมีความเป็นมิตรในการให้บริการ ในความพึงพอใจในระดับปานกลางสำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่มีสถานะภาพโสด สมรสมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และหย่าร้างมีความพึงพอใจในระดับน้อย

2. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจโดยรวมต่อพนักงานกระตือรือร้น ในการให้บริการ ในระดับปานกลาง สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่มีสถานะภาพโสด สมรสมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และหย่าร้างมีความพึงพอใจในระดับน้อย

3. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจโดยรวมต่อความเร็วในการให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่มีสถานะภาพโสด สมรสและหย่าร้างมีระดับความพึงพอใจปานกลาง

4.กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจโดยรวมต่อพนักงานสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการ ในระดับปานกลางสำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่มีสถานะภาพโสด สมรสและหย่าร้าง มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

5. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจโดยรวมต่อพนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ และ แก้ไขปัญหา มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่มีสถานะภาพโสด สมรส และหย่าร้างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่มีสถานะภาพโสด สมรส และสถานะภาพหม้าย, หย่าร้าง จะมีความพึงพอใจต่อภาพรวมของด้านพนักงานและการบริการปานกลาง โดยปัจจัยทางด้าน พนักงานมีกิจกรรมายาทที่ดีและมีความเป็นมิตรในการให้บริการ และพนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างมีความประทับใจน้อย แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสดและสมรสจะมีโอกาสในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพหม้าย,หย่าร้าง สามารถวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ส่วนใหญ่มีสถานะภาพโสด และใช้

เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่นี้เพราะเหตุผลคือใกล้บ้าน หรือสถานที่ทำงานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เดินทางสะดวก รวมถึงให้บริการรวดเร็วไม่ต้องรอคิวนาน เพราะมักจะมาธนาคาร ในช่วงเย็น เวลา 16.01-18.00 น. เพราะไม่ต้องรอคิวนานและให้บริการรวดเร็ว หลังจากได้ใช้บริการ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางสำหรับด้านพนักงานและการบริการ โดย ปัจจัยในด้านพนักงานมีกิจกรรมการยาที่ดีและมีความเป็นมิตรในการให้บริการ, ผลลัพธ์ตรงกับ ความต้องการและพนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ กลุ่มลูกค้ารู้สึกพึงพอใจปานกลาง แต่สิ่งที่ สำคัญของกลุ่มลูกค้านี้ให้ความสำคัญในเรื่องการบริการที่รวดเร็วและพนักงานกระตือรือร้นในการ ให้บริการ เพราะกลุ่มลูกค้าชอบใช้บริการสาขาที่บริการรวดเร็วและไม่ต้องรอคิวนาน หากการ ให้บริการที่สาขาต้องใช้เวลาานาน จะทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้เปลี่ยนไปใช้บริการช่องทางอื่นๆ ที่ รวดเร็วกว่า ดังนั้นในเรื่องที่ต้องทำการปรับปรุงคือเรื่องของความเร็วในการให้บริการของ พนักงาน โดยเฉพาะในช่วงเย็น เวลา 16.01-18.00 น. เพราะช่วงที่มีคนมาใช้บริการจำนวนมาก

#### ตารางที่ 4.31

ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานบริการ น้ำมัน ปตท. ที่มีต่อด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกจำแนกตามสถานะภาพ

| ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก                   | ค่าเฉลี่ย                |                          |                          |                          |
|----------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|                                                    | สถานะภาพ                 |                          |                          | รวม                      |
|                                                    | โสด                      | สมรส                     | หม้าย/ หย่าร้าง          |                          |
| ที่ตั้งสาขาของธนาคาร หา<br>ง่าย และเดินทางสะดวก    | 3.64<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.64<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.00<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.43<br>(พึงพอใจมาก)     |
| การตกแต่งสถานที่ สะอาด<br>เรียบร้อย สวยงามทันสมัย  | 3.63<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.69<br>(พึงพอใจมาก)     | 2.50<br>(พึงพอใจน้อย)    | 3.28<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| มีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก<br>เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม | 3.34<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.33<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 2.5<br>(พึงพอใจน้อย)     | 3.06<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หา<br>ที่จอดได้ง่าย         | 3.43<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.55<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.00<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.16<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| ความปลอดภัยในการ<br>ให้บริการ ในยามค่ำคืน          | 3.44<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.51<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.00<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.32<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| เวลาเปิดทำการที่มากกว่า<br>สาขาปกติ(9.30-19.30น)   | 3.52<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.51<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.00<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.34<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| ความพึงพอใจต่อสภาพ<br>โดยรวมของสาขา                | 3.51<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.59<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.00<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.37<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| ค่าเฉลี่ยโดยรวม                                    | 3.50                     | 3.55                     | 2.85                     | 3.30                     |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

เมื่อจำแนกตามสถานะภาพของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท. โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมแตกต่างกัน คือ ทั้งสถานะภาพโสด สมรสและหย่าร้าง ต่างมีความพึงพอใจในระดับที่ต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสด มีความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพสมรส จะมีความพึงพอใจ ในระดับมาก และส่วนกลุ่มตัวอย่างมีสถานะภาพหม้าย หย่าร้าง จะมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยในด้านย่อยที่เกี่ยวกับด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกมีดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจโดยรวมต่อที่ตั้งสาขาของธนาคาร ง่าย และเดินทางสะดวก อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่มีสถานะภาพโสด นั้นมีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.64) ส่วนกลุ่มลูกค้าที่มีสถานะภาพสมรส นั้นมีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.64) และหย่าร้างระดับความพึงพอใจน้อย (มีค่าเฉลี่ย 3.00)

2. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการตกแต่งสถานที่ สะอาด เรียบร้อย สวยงามทันสมัย ในระดับความพึงพอใจปานกลาง สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่มีสถานะภาพโสด มีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.63) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพสมรสมีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.69) และหย่าร้างระดับความพึงพอใจน้อย (มีค่าเฉลี่ย 2.50)

3. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจโดยรวมต่อสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม ในระดับปานกลาง สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่มีสถานะภาพโสดมีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.33) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพสมรสมีระดับความพึงพอใจมาก ดูได้จากกร (มีค่าเฉลี่ย 3.34) และหย่าร้างระดับความพึงพอใจน้อย (มีค่าเฉลี่ย 2.50)

4. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจโดยรวมต่อมีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่าย ในระดับปานกลาง สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีสถานะภาพโสดมีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.43) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพสมรสมีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.55) และหย่าร้างระดับความพึงพอใจปานกลาง (มีค่าเฉลี่ย 3.00)

5. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจโดยรวมต่อความปลอดภัยในการให้บริการ ในยามค่ำคืน ในระดับปานกลาง สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่มีสถานะภาพโสดมีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.44) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพสมรสมีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.51) และหย่าร้างระดับความพึงพอใจปานกลาง (มีค่าเฉลี่ย 3.00)

6. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจโดยรวมต่อเวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ เวลา 9.30-19.30 น. ในระดับปานกลาง สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารที่มีสถานะภาพโสด นั้นมีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.52) ส่วนกลุ่มลูกค้าที่มีสถานะภาพสมรส นั้นจะมีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.51) และหย่าร้างระดับความพึงพอใจปานกลาง (มีค่าเฉลี่ย 3.00)

7. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีความพึงพอใจโดยรวมต่อความพึงพอใจต่อสภาพโดยรวมของสาขา ในระดับปานกลาง สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีสถานะภาพโสดมีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.51) ส่วนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าของธนาคารที่มีสถานะภาพสมรสมีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.59) และหย่าร้างระดับความพึงพอใจปานกลาง (มีค่าเฉลี่ย 3.00)

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่มีสถานะภาพโสดและสมรส จะมีความพึงพอใจต่อภาพรวมของด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกมาก แต่หากเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพหม้าย, หย่าร้าง จะมีระดับความพึงพอใจในภาพรวมน้อย โดยเฉพาะปัจจัยทางด้านการตกแต่งสถานที่ สะอาด เรียบร้อย สวยงามทันสมัย และมีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสดและสมรสจะมีโอกาสในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพหม้าย, หย่าร้าง วิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีสถานะภาพโสดใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่นี่เพราะเหตุผลคือใกล้บ้าน หรือสถานที่ทำงานมากที่สุด รองลงมาได้แก่เดินทางสะดวก รวมถึงให้บริการรวดเร็วไม่ต้องรอคิวนาน เพราะมักจะมาธนาคารในช่วงเย็น เวลา 16.01-18.00 น. เพราะไม่ต้องรอคิวนานและบริการรวดเร็ว หลังจากได้ใช้บริการกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก เพราะเป็นสิ่งที่ลูกค้าไม่ได้คาดหวัง หรือใช้เป็นเหตุผลในการตัดสินใจมาใช้บริการที่นี่ จึงจะทำให้กลุ่มลูกค้านั้น

เกิดความประทับใจเรื่องของสถานที่ตั้งสาขาและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในของสาขานั้นมีความพร้อมในการให้บริการแก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

#### ตารางที่ 4.32

ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการ  
ในห้างสรรพสินค้า ที่มีต่อด้านพนักงานและการบริการจำแนกตามสถานะภาพ

| ด้านพนักงานและการ<br>บริการ                       | ค่าเฉลี่ย                |                          |                          | รวม                      |
|---------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|                                                   | สถานะภาพ                 |                          |                          |                          |
|                                                   | โสด                      | สมรส                     | หม้าย/ หย่าร้าง          |                          |
| กิจกรรมายาทที่ดีและความ<br>เป็นมิตรในการให้บริการ | 3.19<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.14<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 2.80<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.04<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| พนักงานกระตือรือร้น<br>ในการให้บริการ             | 3.24<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.26<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.00<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.17<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| ความรวดเร็วในการ<br>ให้บริการ                     | 3.14<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.17<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 2.80<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.04<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| พนักงานสามารถนำเสนอ<br>ผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการ | 3.23<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.24<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 2.6<br>(พึงพอใจน้อย)     | 3.02<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| พนักงานสามารถให้ความ<br>ช่วยเหลือ และ แก้ไขปัญหา  | 3.24<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.30<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.00<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.18<br>(พึงพอใจปานกลาง) |
| ค่าเฉลี่ยโดยรวม                                   | 3.21                     | 3.22                     | 2.84                     | 3.09                     |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

#### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

จากตารางพบว่าเมื่อจำแนกตามสถานะทางสังคมของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้านพนักงานและการบริการโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน คือ ทั้งสถานะภาพโสด สมรสและหย่าร้างมีความพึงพอใจในระดับเดียวกัน โดยมีความพึงพอใจต่อพนักงานและการบริการที่ได้รับที่สาขาในห้างสรรพสินค้าในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.09 ส่วนปัจจัยในด้านย่อยที่เกี่ยวข้องกับพนักงานและการบริการมีดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า มีความพึงพอใจโดยรวมต่อพนักงานมีกิจกรรมายาทที่ดีและมีความเป็นมิตรในการให้บริการ นั้นอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.04 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสด สมรส และหย่าร้าง มีค่าเฉลี่ย

ของระดับความพึงพอใจ 3.19, 3.14 และ 2.80 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสด สมรส และหย่าร้าง มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

2.กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า มีความพึงพอใจโดยรวมต่อพนักงานกระตือรือร้น ในการให้บริการในการให้บริการ ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.17 กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสด สมรส และหย่าร้าง มีค่าเฉลี่ยของระดับพึงพอใจ 3.24, 3.26 และ 3.00 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสด สมรส และหย่าร้าง มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

3.กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า มีความพึงพอใจโดยรวมต่อความรวดเร็วในการให้บริการ ในระดับปานกลาง (มีค่าเฉลี่ย 3.04) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสด สมรส และหย่าร้าง มีค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ 3.14, 3.17 และ 2.80 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสด สมรส และหย่าร้าง มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

4.กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการที่พนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ และ แก้ไขปัญหา ในระดับพึงพอใจปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.18 กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสด สมรส มีค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ 3.23 และ 3.24 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า

5.กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสด สมรส มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ส่วนกลุ่มตัวอย่างสถานะภาพเป็นหม้าย หย่าร้าง มีค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ 2.60 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสด สมรส มีระดับความพึงพอใจน้อยต่อการที่พนักงานสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของลูกค้า

6.กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า มีความพึงพอใจโดยรวมต่อพนักงานสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการ ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.02 กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสด สมรส และหย่าร้าง มีค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ 3.24, 3.30 และ 3.00 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสด สมรส และหย่าร้าง มีระดับความพึงพอใจปานกลางสามารถวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่มีสถานะภาพโสดใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่นี่ เพราะเหตุผลคือใกล้บ้านและที่ทำงานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เดินทางสะดวก รวมถึงหาที่จอดรถได้ง่าย เพราะมักจะมาธนาคารในช่วงเย็น เวลา 16.01-18.00 น. ในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ เพราะชอบมาทำธุระอื่นๆ นอกเหนือจากมาทำธุรกรรมที่ธนาคาร เช่นการรับประทานอาหาร การเดินซื้อ



ของ หลังจากได้ใช้บริการกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางสำหรับด้าน พนักงานและการบริการ โดยปัจจัยในด้านพนักงานมีกิจกรรมารยาทที่ดีและมีความเป็นมิตรในการ ให้บริการ, ผลลัพธ์ที่ตรงกับความต้องการและพนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือ และ แก้ไข ปัญหา กลุ่มลูกค้ารู้สึกพึงพอใจปานกลาง แต่สิ่งที่สำคัญของกลุ่มลูกค้านี้ให้ความสำคัญในเรื่อง การหาที่จอดรถได้ง่าย เดินทางสะดวก มากกว่าด้านพนักงานและการบริการ หากทำการ เปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท.พบว่ามีความพึงพอใจ ในด้านพนักงานและการบริการ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าในสถานบริการน้ำมัน ปตท.ชอบการบริการที่ รวดเร็วไม่ต้องรอคิวนาน

ตารางที่ 4.33

ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า ที่มีต่อด้านพนักงานและการบริการ จำแนกตามสถานะภาพ

| ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก                  | ค่าเฉลี่ย            |                          |                          |                              |
|---------------------------------------------------|----------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------------|
|                                                   | สถานะภาพ             |                          |                          | รวม                          |
|                                                   | โสด                  | สมรส                     | หม้าย/ หย่าร้าง          |                              |
| ที่ตั้งสาขาของธนาคาร หา<br>ง่าย และเดินทางสะดวก   | 3.55<br>(พึงพอใจมาก) | 3.46<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.00<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.34<br>(พึงพอใจปานกลาง)     |
| การตกแต่งสถานที่ สะอาด<br>เรียบร้อย สวยงามทันสมัย | 3.65<br>(พึงพอใจมาก) | 3.60<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.20<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.48<br>(พึงพอใจมาก)         |
| มีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม   | 3.44<br>(พึงพอใจมาก) | 3.27<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.20<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.30<br>(พึงพอใจปานกลาง)     |
| มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หา<br>ที่จอดได้ง่าย        | 3.60<br>(พึงพอใจมาก) | 3.40<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.20<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.40<br>(พึงพอใจปานกลาง)     |
| ความปลอดภัยในการ<br>ให้บริการ ในยามค่ำคืน         | 3.57<br>(พึงพอใจมาก) | 3.41<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.40<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.46<br>(พึงพอใจมาก)         |
| เวลาเปิดทำการที่มากกว่า<br>สาขาปกติ(9.30-19.30น)  | 3.52<br>(พึงพอใจมาก) | 3.47<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.00<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.33<br>(พึงพอใจปาน<br>กลาง) |
| ความพึงพอใจต่อสภาพ<br>โดยรวมของสาขา               | 3.58<br>(พึงพอใจมาก) | 3.46<br>(พึงพอใจมาก)     | 3.20<br>(พึงพอใจปานกลาง) | 3.41<br>(พึงพอใจมาก)         |
| ค่าเฉลี่ยโดยรวม                                   | 3.55                 | 3.44                     | 3.17                     | 3.39                         |

ที่มา: จากการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2552

### กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า

จากข้อมูลพบว่าเมื่อจำแนกตามสถานะภาพของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.39 โดยรวมแตกต่างกัน คือกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสด มีความพึงพอใจในระดับมากต่อการตกแต่งสถานที่ สะอาด เรียบร้อย สวยงาม ทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.48, ความปลอดภัยในการให้บริการ ในยามค่ำคืน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.46 และความพึงพอใจต่อสภาพโดยรวมของสาขา มีค่าเฉลี่ย 3.41 และปัจจัยที่มีระดับความพึงพอใจปานกลางโดยภาพรวมได้แก่ ด้านที่ตั้งสาขาของธนาคาร ห้างฯ และเดินทางสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.34, มีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ย 3.30, มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.40, เวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ เวลา 9.30-19.30 น. มีค่าเฉลี่ย 3.33 โดยหากทำการแบ่งตามสถานะภาพของกลุ่มตัวอย่างจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสด จะมีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 และส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพสมรส จะมีความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.44 และส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพหย่าร้าง จะมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.17 ส่วนปัจจัยในด้านย่อยที่เกี่ยวกับด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกมีดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า โดยรวมมีความพึงพอใจต่ที่ตั้งสาขาของธนาคาร ห้างฯ และเดินทางสะดวก ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยที่ 3.34 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสดมีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.55) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพสมรส มีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.46) ) และกลุ่มตัวอย่างสถานะภาพหย่าร้างระดับพึงพอใจปานกลาง (มีค่าเฉลี่ย 3.00) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสดและสมรส จะมีความพึงพอใจธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาในห้างสรรพสินค้า ในเรื่องที่ตั้งสาขาของธนาคาร ห้างฯ และเดินทางสะดวก มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพหย่าร้าง

2. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า โดยรวมมีความพึงพอใจต่อการตกแต่งสถานที่ สะอาด เรียบร้อย สวยงาม ทันสมัย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยที่ 3.46 สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่มีสถานะภาพโสด มีระดับพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.44) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพสมรสมีระดับพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.46) และกลุ่มตัวอย่างสถานะภาพหย่าร้างระดับพึงพอใจปานกลาง (มีค่าเฉลี่ย 3.20) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสดและสมรส จะมีความพึงพอใจธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาใน

ห้างสรรพสินค้า ในเรื่องการตกแต่งสถานที่ สะอาด เรียบร้อย สวยงามทันสมัยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพหย่าร้าง

3. กลุ่มตัวอย่างลูกค้านาคาการกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า โดยรวมมีความพึงพอใจต่อการมีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยที่ 3.30 สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้านาคาการกรุงศรีอยุธยาที่มีสถานะภาพโสด มีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.60) ส่วนกลุ่มลูกค้าที่มีสถานะภาพสมรส นั้นมีระดับความพึงพอใจปานกลาง (มีค่าเฉลี่ย 3.27) และกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีสถานะภาพหย่าร้างมีระดับความพึงพอใจปานกลาง (มีค่าเฉลี่ย 3.20) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสดและสมรส จะมีความพึงพอใจธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาในห้างสรรพสินค้า ในเรื่องการมีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพหย่าร้างและสมรส

4. กลุ่มตัวอย่างลูกค้านาคาการกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า โดยรวมมีความพึงพอใจต่อการมีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่าย ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยที่ 3.40 สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้านาคาการกรุงศรีอยุธยาที่มีสถานะภาพโสด มีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.60) ส่วนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีสถานะภาพสมรส นั้นมีระดับความพึงพอใจปานกลาง (มีค่าเฉลี่ย 3.40) และกลุ่มตัวอย่างสถานะภาพหย่าร้างระดับความพึงพอใจปานกลาง (มีค่าเฉลี่ย 3.20) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสด จะมีความพึงพอใจต่อธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาในห้างสรรพสินค้า ในเรื่องการมีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่าย มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพสมรสและ หย่าร้าง

5. กลุ่มตัวอย่างลูกค้านาคาการกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า โดยรวมมีความพึงพอใจต่อความปลอดภัยในการให้บริการ ในยามค่ำคืน ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยที่ 3.40 สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้านาคาการกรุงศรีอยุธยา ที่มีสถานะภาพโสด มีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.57) ส่วนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีสถานะภาพสมรส นั้นมีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.41) และกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีสถานะภาพหย่าร้าง นั้นมีระดับความพึงพอใจปานกลาง (มีค่าเฉลี่ย 3.40) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสดและสมรส จะมีความพึงพอใจธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้า ในเรื่องความปลอดภัยในการให้บริการในยามค่ำคืน มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพหย่าร้าง

6. กลุ่มตัวอย่างลูกค้านาคาการกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า โดยรวมมีความพึงพอใจต่อเวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ เวลา 9.30-19.30 น. ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยที่ 3.33 สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้านาคาการกรุงศรีอยุธยาที่มีสถานะภาพโสด มีระดับความ

พึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.52) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพสมรสมีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.47) และกลุ่มตัวอย่างสถานะภาพหย่าร้าง นั้นมีระดับความพึงพอใจปานกลาง (มีค่าเฉลี่ย 3.00) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีสถานะภาพโสดและสมรส นั้นจะมีความพึงพอใจธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในห้างสรรพสินค้า ในเรื่องเวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ เวลา 9.30-19.30 น. มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพหย่าร้าง

7. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า โดยรวมมีความพึงพอใจต่อความพึงพอใจต่อสภาพโดยรวมของสาขา ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยที่ 3.41 สำหรับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่มีสถานะภาพโสด มีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.58) ส่วนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีสถานะภาพสมรส นั้นมีระดับความพึงพอใจมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.46) รวมถึงกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีสถานะภาพหย่าร้าง นั้นจะมีระดับความพึงพอใจปานกลาง (มีค่าเฉลี่ย 3.20) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีสถานะภาพโสดและสมรส จะมีความพึงพอใจธนาคาร สาขาในห้างสรรพสินค้าในเรื่องความพึงพอใจต่อสภาพโดยรวมของสาขามากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพหย่าร้าง

สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่มีสถานะภาพโสดและสมรส จะมีความพึงพอใจต่อภาพรวมของด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกมาก แต่หากเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพหม้าย, หย่าร้าง จะมีระดับความพึงพอใจในภาพรวมน้อย โดยเฉพาะปัจจัยทางด้านการตกแต่งสถานที่ สะอาด เรียบร้อย สวยงามทันสมัย และมีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพโสดและสมรสจะมีโอกาสในการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้างสรรพสินค้ามากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะภาพหม้าย, หย่าร้าง สามารถวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่มีสถานะภาพโสด ใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่นี่เพราะเหตุผลคือใกล้บ้าน หรือสถานที่ทำงานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เดินทางสะดวก รวมถึงหาที่จอดรถได้ง่าย เพราะมักจะมาธนาคารในช่วงเย็น เวลา 16.01-18.00 น. ในวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ เพราะชอบมาทำธุระอื่นๆ นอกเหนือจากมาทำธุรกรรมที่ธนาคาร เช่น การรับประทานอาหารตามร้านค้าต่างๆ การเดินช้อปปิ้ง หลังจากได้ใช้บริการกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ นั้นมีความพึงพอใจในระดับมาก สำหรับด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยปัจจัยในด้านที่ตั้งสาขาของธนาคาร ง่าย และเดินทางสะดวก, การตกแต่งสถานที่ สะอาด เรียบร้อย สวยงามทันสมัย, มีสิ่งของคอยอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง น้ำดื่ม, มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดรถได้ง่าย,

ความปลอดภัยในการให้บริการ ในยามค่ำคืน,เวลาเปิดทำการที่มากกว่าสาขาปกติ โดยเปิดเวลา 9.30 -19.30 น. แต่สิ่งที่ทำให้ลูกค้ากลุ่มที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้ามีความพึงพอใจมาก คือที่ตั้งสาขาของธนาคาร หาง่าย และเดินทางสะดวก, มีที่จอดรถที่สะดวกสบาย หาที่จอดได้ง่าย เพราะกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญใน 2 ประเด็นนี้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการในช่องทางไหนเป็นหลัก ซึ่งหากทำการเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. พบว่าระดับความพอใจในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกจะให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มลูกค้าในสถานบริการน้ำมัน ปตท. เนื่องจากกลุ่มลูกค้าในสถานบริการน้ำมัน ปตท. นั้นชอบการบริการที่รวดเร็วไม่ต้องรอคิวนาน