

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครเป็นการศึกษาเชิงสำรวจที่รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มลูกค้าที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปและใช้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สำนักเพชรบุรี สาขาเซ็นจูรี เคอะมูฟวิพลาซ่า สาขานนเพชรบุรีตัดใหม่ สาขานนเพชรบุรี ซอย 20 สาขาประตูน้ำ สาขาแพลทินั่มประตูน้ำ สาขาใบหยกประตูน้ำ สาขาเจริญผลสาขานุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และสาขาโรงพยาบาลพญาไท 1 ซึ่งอยู่ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครรวม 10 แห่ง จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งผลการวิเคราะห์มีรายละเอียด ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
- 4.3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	246	61.50
หญิง	154	38.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 และเป็นเพศหญิง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-25 ปี	44	11.00
26-30 ปี	153	38.25
31-35 ปี	83	20.75
36-40 ปี	40	10.00
41-45 ปี	36	9.00
46-50 ปี	35	8.75
ตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป	9	2.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 ตามมาด้วยมีอายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 และระหว่าง 20-25 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	268	67.00
สมรส	127	31.75
หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	5	1.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 ตามมาด้วยมีสถานภาพสมรส จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 และหม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	70	17.50
ปริญญาตรี	246	61.50
สูงกว่าปริญญาตรี	84	21.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 ตามมาด้วยมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	30	7.50
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	82	20.50
พนักงานบริษัทเอกชน	205	51.25
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย/ วิชาชีพอิสระ	42	10.50
แม่บ้าน/ ว่างงาน/ เกษียณงาน	36	9.00
อื่นๆ	5	1.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 ตามมาด้วยมีอาชีพเป็นข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 และประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย/ วิชาชีพอิสระ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
15,000 บาทน้อยกว่า	34	8.50
15,001-30,000 บาท	235	58.75
30,001-45,000 บาท	82	20.50
45,001-60,000 บาท	43	10.75
ตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป	6	1.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-30,000 บาท จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75 ตามมาด้วยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001-45,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 และระหว่าง 45,001-60,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.21	มากที่สุด
ด้านราคา	4.16	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.32	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.95	มาก
ด้านบุคลากร	4.35	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.28	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ	4.35	มากที่สุด
<b>โดยรวม</b>	<b>4.23</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.23 โดยให้ความสำคัญในด้านบุคลากรและด้านกระบวนการมากที่สุดเท่ากัน มีค่าเฉลี่ย 4.35 ตามมาด้วยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.32 ด้านลักษณะ

ทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.28 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.21 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.21 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.95 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.8** แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับส่วน  
ประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	ค่า เฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปรผล
1. ธนาคารมีบริการเงินฝากที่ หลากหลายให้เลือกใช้บริการ	1	5	4.02	1.026	มาก
2. ธนาคารมีบริการเงินฝากต่างๆ ที่ ครอบคลุมได้ตามที่ต้องการ	3	5	4.36	0.644	มากที่สุด
3. ธนาคารมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ อย่างกว้างขวาง	2	5	4.25	0.723	มากที่สุด
<b>รวม</b>			<b>4.21</b>	<b>0.798</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.21 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคารมีบริการเงินฝากต่างๆ ที่ครอบคลุมได้ตามที่ต้องการมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.36 ตามมาด้วยธนาคารมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.25 และธนาคารมีบริการเงินฝากที่หลากหลายให้เลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.9** แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับส่วน  
ประสมทางการตลาดด้านราคา

ด้านราคา	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	ค่า เฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปรผล
1.ธนาคารกำหนดอัตรา ค่าธรรมเนียมได้เหมาะสมกับ บริการเงินฝากประเภทต่างๆ	1	5	3.96	1.077	มาก
2. ธนาคารกำหนดอัตรา ค่าธรรมเนียมสูงกว่าธนาคาร พาณิชย์อื่นๆ ในเชิงเปรียบเทียบ	1	5	4.22	0.834	มากที่สุด

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ด้านราคา	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	ค่า เฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปรผล
3. ธนาคารกำหนดอัตรา ค่าธรรมเนียมอย่างมาตรฐาน สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน	3	5	4.30	0.650	มากที่สุด
<b>รวม</b>			<b>4.16</b>	<b>0.853</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคารกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมอย่างมาตรฐานสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.30 ตามมาด้วยธนาคารกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมถูกกว่าธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ในเชิงเปรียบเทียบอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.22 และธนาคารกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมได้เหมาะสมกับบริการเงินฝากประเภทต่างๆ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	ค่า เฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปรผล
1. ธนาคารมีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ มากมาย	3	5	4.37	0.640	มากที่สุด
2. ธนาคารมีสาขาตั้งอยู่ในศูนย์ ธุรกิจการค้าที่มีการคมนาคม สะดวก	2	5	4.33	0.666	มากที่สุด
3. ธนาคารมีสาขาตั้งอยู่ในใกล้ที่พัก ที่ ทำงาน หรือสถานศึกษา	1	5	4.26	0.791	มากที่สุด
<b>รวม</b>			<b>4.32</b>	<b>0.699</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.32 โดยให้ความสำคัญกับ

ปัจจัยด้านธนาคารมีสาขาจำนวนมากครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ มากมายมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.37 ตามมาด้วยธนาคารมีสาขาตั้งอยู่ในศูนย์ธุรกิจการค้าที่มีการคมนาคมสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.33 และธนาคารมีสาขาตั้งอยู่ในใกล้ที่พัก ที่ทำงาน หรือสถานศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.26 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.11** แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับส่วน  
ประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	ค่า เฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปรผล
1. ธนาคารมีการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประเภท ต่างๆ	1	5	3.77	1.204	มาก
2. ธนาคารจัดโปรแกรมส่งเสริม การขายโดยการเพิ่มอัตราดอกเบี้ย เงินฝาก หรือลด/ลดค่าธรรมเนียม	1	5	4.19	0.831	มาก
3. ธนาคารจัดกิจกรรมรับผิดชอบ ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	1	5	3.90	1.126	มาก
<b>รวม</b>			<b>3.95</b>	<b>1.054</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคารจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายโดยการเพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก หรือลด/ลดค่าธรรมเนียมมากที่สุด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 ตามมาด้วยธนาคารจัดกิจกรรมรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.905 และธนาคารมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประเภทต่างๆ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับส่วน  
ประสมทางการตลาดด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	ค่า เฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปรผล
1. ธนาคารมีจำนวนพนักงาน เพียงพอสอดคล้องกับความต้องการ ใช้บริการ	1	5	4.25	0.748	มากที่สุด
2. ธนาคารมีพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการที่ เป็นเลิศและสามารถตอบสนอง ความต้องการได้เป็นอย่างดี	3	5	4.42	0.636	มากที่สุด
3. ธนาคารมีพนักงานที่มีบุคลิกและ อัธยาศัยที่ดี และมีความ กระตือรือร้นในการให้บริการ	3	5	4.39	0.639	มากที่สุด
<b>รวม</b>			<b>4.35</b>	<b>0.674</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด  
ด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.35 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคาร  
มีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการที่เป็นเลิศและสามารถตอบสนองความต้องการ  
ได้เป็นอย่างดีมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.42 ตามมาด้วยธนาคารมีพนักงานที่มี  
บุคลิกและอัธยาศัยที่ดี และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย  
4.39 และธนาคารมีจำนวนพนักงานเพียงพอสอดคล้องกับความต้องการใช้บริการอยู่ในระดับมาก  
ที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.25 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับส่วน  
ประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	ค่า เฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปรผล
1. ธนาคารมีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ โดยจัดสรรและตกแต่งพื้นที่ได้อย่างลง ตัว สวยงาม ทันสมัย และปลอดภัย	3	5	4.34	0.647	มากที่สุด
2. ธนาคารจัดให้มีการใช้อุปกรณ์ เครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ จำเป็นอย่างครบครัน ทันสมัย และ น่าเชื่อถือ	1	5	4.28	0.706	มากที่สุด
3. ธนาคารออกแบบเครื่องแบบพนักงาน ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ความเป็น ระเบียบเรียบร้อยสวยงาม และความเป็น มืออาชีพ	1	5	4.22	0.773	มากที่สุด
<b>รวม</b>			<b>4.28</b>	<b>0.709</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้าน  
ลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.28 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน  
ธนาคารมีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ โดยจัดสรรและตกแต่งพื้นที่ได้อย่างลงตัว สวยงาม ทันสมัย  
และปลอดภัยมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.34 ตามมาด้วยธนาคารจัดให้มีการใช้  
อุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอย่างครบครัน ทันสมัย และน่าเชื่อถือรวมอยู่  
ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.28 และธนาคารออกแบบเครื่องแบบพนักงานที่แสดงถึงเอกลักษณ์ที่  
โดดเด่น ความเป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม และความเป็นมืออาชีพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มี  
ค่าเฉลี่ย 4.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับส่วน  
ประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	ค่า เฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปรผล
1. ธนาคารใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ในการให้บริการที่ไว้วางใจได้	3	5	4.36	0.656	มากที่สุด
2. ธนาคารให้บริการอย่างมีอาชีพ ที่มีความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ และโปร่งใสเชื่อถือได้	3	5	4.41	0.638	มากที่สุด
3. ธนาคารให้บริการผ่านหลาย ช่องทางที่ส่งเสริมความ สะดวกสบายแก่ผู้ใช้บริการ	3	5	4.28	0.662	มากที่สุด
<b>รวม</b>			<b>4.35</b>	<b>0.652</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้าน  
กระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.35 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคาร  
ให้บริการอย่างมีอาชีพที่มีความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ และโปร่งใสเชื่อถือได้มากที่สุด อยู่ใน  
ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.41 ตามมาด้วยธนาคารใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการที่ไว้วาง  
ใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.36 และธนาคารให้บริการผ่านหลายช่องทางที่ส่งเสริมความ  
สะดวกสบายแก่ผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.28ตามลำดับ

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการด้าน  
ระยะเวลาการใช้บริการ

ระยะเวลาการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ภายใน 1 ปี	40	10.00
มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี	113	28.25
มากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี	163	40.75
มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี	80	20.00
ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป	4	1.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการด้านระยะเวลาการให้บริการมากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75 ตามมาด้วยมากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 และมากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการด้านประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการ

ประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการ	ใช้		ไม่ใช้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บัญชีเงินฝากออมทรัพย์	397	99.25	3	0.75
บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน	387	96.75	13	3.25
บัญชีเงินฝากประจำ	394	98.50	6	1.50
อื่นๆ	236	59.00	164	41.00

หมายเหตุ : คำถามประเภทเลือกตอบได้หลายตัวเลือก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการด้านประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการเป็นบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ จำนวน 397 คน คิดเป็นร้อยละ 99.25 บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน จำนวน 387 คน คิดเป็นร้อยละ 96.75 บัญชีเงินฝากประจำ จำนวน 394 คน คิดเป็นร้อยละ 98.50 และบัญชีอื่นๆ (ไม่ระบุ) จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการด้านเหตุผลในการใช้บริการ

เหตุผลในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ความมีชื่อเสียงของธนาคาร	78	19.50
ผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น	86	21.50
สำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน	195	48.75
พนักงานธนาคารเป็นกันเองและให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพและเป็นมิตร	3	0.75
บรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย	38	9.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการด้านเหตุผลในการใช้บริการเพราะสำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 ตามมาด้วยผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 และความมีชื่อเสียงของธนาคาร จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.18** แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการด้านบุคคลที่มีบทบาทต่อการเลือกใช้บริการ

บุคคลที่มีบทบาทต่อการเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	389	97.25
คู่สมรส/ แฟน	6	1.50
สมาชิกในครอบครัวหรือญาติ	5	1.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการด้านบุคคลที่มีบทบาทต่อการเลือกใช้บริการ คือ ตัวเอง จำนวน 389 คน คิดเป็นร้อยละ 97.25 ตามมาด้วยคู่สมรส/แฟน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 และสมาชิกในครอบครัวหรือญาติ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.19** แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1-5 ครั้งต่อเดือน	290	72.50
6-10 ครั้งต่อเดือน	71	17.75
11-15 ครั้งต่อเดือน	36	9.00
ตั้งแต่ 16 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน	3	0.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการระหว่าง 1-5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 ตามมาด้วยระหว่าง 6-10

ครั้งต่อเดือน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 และระหว่าง 11-15 ครั้งต่อเดือน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.20** แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการด้าน  
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ภายใน 11.30 น.	110	27.50
ระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น.	242	60.50
ตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป	48	12.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น. จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.50 ตามมาด้วยภายใน 11.30 น. จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 และตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.21** แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการด้าน  
จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ

จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
50,000 บาทหรือน้อยกว่า	157	39.25
50,001-100,000 บาท	120	30.00
ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป	123	30.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการด้านจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ 50,000 บาทหรือน้อยกว่า จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 ตามมาด้วยตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 และระหว่าง 50,001-100,000 บาท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ตามลำดับ

#### 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

1.1 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.1

เพศ	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)*
ระยะเวลาการให้บริการ	157.965 <sup>a</sup>	4	0.000
ประเภทบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ที่ใช้บริการ	1.013 <sup>a</sup>	1	0.314
ประเภทบัญชีเงินฝากกระแสรายวันที่ใช้บริการ	.332 <sup>a</sup>	1	0.564
ประเภทบัญชีเงินฝากประจำที่ใช้บริการ	.069 <sup>a</sup>	1	0.793
ประเภทอื่นๆที่ใช้บริการ	21.396 <sup>a</sup>	1	0.000
เหตุผลในการใช้บริการ	35.032 <sup>a</sup>	4	0.000
บทบาทของบุคคลที่มีต่อการเลือกใช้บริการ	2.740 <sup>a</sup>	2	0.254
ความถี่ในการใช้บริการ	233.670 <sup>a</sup>	3	0.000
ช่วงเวลาที่ให้บริการ	243.501 <sup>a</sup>	2	0.000
จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ	5.930 <sup>a</sup>	2	0.052

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.1 โดยใช้ Pearson Chi-Square พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านเหตุผลในการใช้บริการส่วนใหญ่ แต่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านเหตุผลในการใช้บริการส่วนใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านระยะเวลาการให้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ และช่วงเวลาที่ให้บริการ ซึ่งมีค่านัยน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.2 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.2

อายุ	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)*
ระยะเวลาการใช้บริการ	456.241 <sup>a</sup>	24	0.000
ประเภทบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ที่ใช้บริการ	4.880 <sup>a</sup>	6	0.559
ประเภทบัญชีเงินฝากกระแสรายวันที่ใช้บริการ	4.100 <sup>a</sup>	6	0.663
ประเภทบัญชีเงินฝากประจำที่ใช้บริการ	8.507 <sup>a</sup>	6	0.203
ประเภทอื่นๆที่ใช้บริการ	278.757 <sup>a</sup>	6	0.000
เหตุผลในการใช้บริการ	839.653 <sup>a</sup>	24	0.000
บทบาทของบุคคลที่มีต่อการเลือกใช้บริการ	11.929 <sup>a</sup>	12	0.451
ความถี่ในการใช้บริการ	267.309 <sup>a</sup>	18	0.000
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	396.446 <sup>a</sup>	12	0.000
จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ	344.233 <sup>a</sup>	12	0.000

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.2 โดยใช้ Pearson Chi-Square พบว่า อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้ำในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านเหตุผลในการใช้บริการส่วนใหญ่ แต่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้ำในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านเหตุผลในการใช้บริการส่วนใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านระยะเวลาการใช้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ ซึ่งมีค่านัยน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.3 สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้ำในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.3

สถานภาพ	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)*
ระยะเวลาการใช้บริการ	119.801 <sup>a</sup>	8	0.000
ประเภทบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ที่ใช้บริการ	1.710 <sup>a</sup>	2	0.425
ประเภทบัญชีเงินฝากกระแสรายวันที่ใช้บริการ	.418 <sup>a</sup>	2	0.811
ประเภทบัญชีเงินฝากประจำที่ใช้บริการ	.755 <sup>a</sup>	2	0.686
ประเภทอื่นๆที่ใช้บริการ	45.851 <sup>a</sup>	2	0.000
เหตุผลในการใช้บริการ	142.403 <sup>a</sup>	8	0.000
บทบาทของบุคคลที่มีต่อการเลือกใช้บริการ	9.864 <sup>a</sup>	4	0.043
ความถี่ในการใช้บริการ	122.257 <sup>a</sup>	6	0.000
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	254.182 <sup>a</sup>	4	0.000
จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ	122.652 <sup>a</sup>	4	0.000

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.3 โดยใช้ Pearson Chi-Square พบว่าสถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านเหตุผลในการใช้บริการส่วนใหญ่ แต่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านเหตุผลในการใช้บริการส่วนใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านระยะเวลาการใช้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ ซึ่งมีค่านัยน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.4 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร



ตารางที่ 4.25 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.4

ระดับการศึกษา	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)*
ระยะเวลาการใช้บริการ	294.222 <sup>a</sup>	8	0.000
ประเภทบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ที่ใช้บริการ	5.200 <sup>a</sup>	2	0.074
ประเภทบัญชีเงินฝากกระแสรายวันที่ใช้บริการ	1.682 <sup>a</sup>	2	0.431
ประเภทบัญชีเงินฝากประจำที่ใช้บริการ	2.178 <sup>a</sup>	2	0.337
ประเภทอื่นๆที่ใช้บริการ	55.072 <sup>a</sup>	2	0.000
เหตุผลในการใช้บริการ	427.550 <sup>a</sup>	8	0.000
บทบาทของบุคคลที่มีต่อการเลือกใช้บริการ	4.549 <sup>a</sup>	4	0.337
ความถี่ในการใช้บริการ	382.801 <sup>a</sup>	6	0.000
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	236.686 <sup>a</sup>	4	0.000
จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ	75.621 <sup>a</sup>	4	0.000

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.4 โดยใช้ Pearson Chi-Square พบว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้ำในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคาร ธนาชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านเหตุผลในการใช้บริการส่วนใหญ่ แต่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้ำในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคาร ธนาชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านเหตุผลในการใช้บริการส่วนใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านระยะเวลาการใช้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ ซึ่งมีค่านัยน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.5 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้ำในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคาร ธนาชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.5

อาชีพ	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)*
ระยะเวลาการใช้บริการ	694.977 <sup>a</sup>	20	0.000
ประเภทบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ที่ใช้บริการ	10.427 <sup>a</sup>	5	0.064
ประเภทบัญชีเงินฝากกระแสรายวันที่ใช้บริการ	4.881 <sup>a</sup>	5	0.431
ประเภทบัญชีเงินฝากประจำที่ใช้บริการ	3.059 <sup>a</sup>	5	0.691
ประเภทอื่นๆที่ใช้บริการ	107.919 <sup>a</sup>	5	0.000
เหตุผลในการใช้บริการ	562.137 <sup>a</sup>	20	0.000
บทบาทของบุคคลที่มีต่อการเลือกใช้บริการ	12.928 <sup>a</sup>	10	0.228
ความถี่ในการใช้บริการ	384.637 <sup>a</sup>	15	0.000
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	245.431 <sup>a</sup>	10	0.000
จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ	246.426 <sup>a</sup>	10	0.000

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.5 โดยใช้ Pearson Chi-Square พบว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านเหตุผลในการใช้บริการส่วนใหญ่ แต่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านเหตุผลในการใช้บริการส่วนใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านระยะเวลาการใช้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ ซึ่งมีค่านัยน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.27 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.6

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)*
ระยะเวลาการใช้บริการ	352.053 <sup>a</sup>	16	0.000
ประเภทบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ที่ใช้บริการ	2.122 <sup>a</sup>	4	0.713
ประเภทบัญชีเงินฝากกระแสรายวันที่ใช้บริการ	1.446 <sup>a</sup>	4	0.836
ประเภทบัญชีเงินฝากประจำที่ใช้บริการ	4.277 <sup>a</sup>	4	0.370
ประเภทอื่นๆที่ใช้บริการ	72.175 <sup>a</sup>	4	0.000
เหตุผลในการใช้บริการ	746.971 <sup>a</sup>	16	0.000
บทบาทของบุคคลที่มีต่อการเลือกใช้บริการ	11.091 <sup>a</sup>	8	0.197
ความถี่ในการใช้บริการ	104.050 <sup>a</sup>	12	0.000
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	377.376 <sup>a</sup>	8	0.000
จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ	169.925 <sup>a</sup>	8	0.000

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.6 โดยใช้ Pearson Chi-Square พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้ำในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านเหตุผลในการใช้บริการส่วนใหญ่ แต่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้ำในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านเหตุผลในการใช้บริการส่วนใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านระยะเวลาการใช้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ ซึ่งมีค่านัยน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 2** ส่วนประสมทางการตลาดบริการเงินฝากของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้ำในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้ำในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.1 ส่วนที่ 1

ด้านผลิตภัณฑ์		ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.*
- ระยะเวลาการใช้บริการ	ภายใน 1 ปี	3.88	0.350	4.679	0.001
	มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี	4.27	0.548		
	มากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี	4.15	0.841		
	มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี	4.37	0.563		
	ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป	4.75	0.500		
- เหตุผลในการใช้บริการ	ความมีชื่อเสียงของธนาคาร	4.37	0.615	37.649	0.000
	ผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น	4.81	0.470		
	สำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน	3.93	0.665		
	พนักงานธนาคารเป็นกันเองและให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพและเป็นมิตร	4.00	0.000		
	บรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย	3.95	0.213		
- บุคคลที่มีบทบาทต่อการเลือกใช้บริการ	ตัวเอง	4.21	0.687	1.099	0.334
	คู่สมรส/ แฟน	4.00	0.632		
	สมาชิกในครอบครัวหรือญาติ	4.60	0.548		
- ความถี่ในการใช้บริการ	1-5 ครั้งต่อเดือน	4.32	0.751	9.463	0.000
	6-10 ครั้งต่อเดือน	3.93	0.280		
	11-15 ครั้งต่อเดือน	3.91	0.334		
	ตั้งแต่ 16 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน	3.78	1.072		
- ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	ภายใน 11.30 น.	3.92	0.304	21.841	0.000
	ระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น.	4.38	0.801		
	ตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป	4.01	0.288		
- จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ	50,000 บาทหรือน้อยกว่า	4.19	0.511	184.883	0.000
	50,001-100,000 บาท	4.84	0.471		
	ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป	3.62	0.493		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.1 โดยใช้ F-Test พบว่า ผลลัพธ์มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด(มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร) แตกต่างกันส่วนใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านระยะเวลาการให้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ ซึ่งมีค่านัยน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลลัพธ์ไม่มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้ายในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครแตกต่างกันด้านประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการส่วนใหญ่ตามตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.29 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้านผลลัพธ์

ระยะเวลาการให้บริการ	ภายใน 1 ปี	มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 2 ปี	มากกว่า 2 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี	มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 4 ปี	ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป
ภายใน 1 ปี					
มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี	0.042*				
มากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี	0.287	0.680			
มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี	0.009*	0.927	0.233		
ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป	0.199	0.748	0.539	0.872	
เหตุผลในการใช้บริการ	ความถี่ ชื่อเสียง ของ ธนาคาร	ผลตอบแทน ที่สูงกว่า ธนาคาร พาณิชย์อื่น	สำนักงาน สาขา จำนวนมาก และตั้งอยู่ ใกล้ที่พัก และที่ ทำงาน	พนักงาน ธนาคาร เป็นกันเอง และ ให้บริการ อย่างเป็น มืออาชีพ และเป็น มิตร	บรรยากาศ ภายใน ธนาคารมี ความ ทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย
ความถี่ชื่อเสียงของธนาคาร					
ผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น	0.000*				
สำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน	0.000*	0.000*			

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

เหตุผลในการใช้บริการ	ความมี ชื่อเสียง ของ ธนาคาร	ผลตอบแทน ที่สูงกว่า ธนาคาร พาณิชย์อื่น	สำนักงาน สาขาจำนวน มากและ ตั้งอยู่ใกล้ที่ พักและที่ ทำงาน	พนักงาน ธนาคารเป็น กันเองและ ให้บริการ อย่างเป็นมือ อาชีพและ เป็นมิตร	บรรยากาศ ภายใน ธนาคารมี ความ ทันสมัย น่าเชื่อถือ และ ปลอดภัย
พนักงานธนาคารเป็นกันเอง และให้บริการอย่างเป็นมือ อาชีพและเป็นมิตร	0.884	0.233	1.000		
บรรยากาศภายในธนาคารมี ความทันสมัย น่าเชื่อถือ และ ปลอดภัย	0.010*	0.000*	1.000	1.000	
ความถี่ในการใช้บริการ	1-5 ครั้ง ต่อเดือน	6-10 ครั้งต่อ เดือน	11-15 ครั้ง ต่อเดือน	ตั้งแต่ 16 ครั้ง ขึ้นไปต่อเดือน	
1-5 ครั้งต่อเดือน					
6-10 ครั้งต่อเดือน	0.000*				
11-15 ครั้งต่อเดือน	0.008*	0.998			
ตั้งแต่ 16 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน	0.583	0.984	0.991		
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	ภายใน 11.30 น.	ระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น.	ตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป		
ภายใน 11.30 น.					
ระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น.	0.000*				
ตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป	0.718	0.002*			
จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ	50,000 บาทหรือ น้อยกว่า	50,001- 100,000 บาท	ตั้งแต่ 100,001 บาท ขึ้นไป		
50,000 บาทหรือน้อยกว่า					
50,001-100,000 บาท	0.000*				
ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป	0.000*	0.000*			

จากตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี Scheffe พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างกันรวม 14 คู่\* ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการใช้บริการภายใน 1 ปีกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการใช้บริการมากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปีและมากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี รวม 2 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะความมีชื่อเสียงของธนาคารกับกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น สำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน และบรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย และกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่นกับกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะสำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน และบรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย รวม 5 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการระหว่าง 1-5 ครั้งต่อเดือนกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการระหว่าง 6-10 ครั้งต่อเดือน และ 11-15 ครั้งต่อเดือน รวม 2 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น. กับกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการภายใน 11.30 น.และตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป รวม 2 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ 50,000 บาทหรือน้อยกว่ากับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการระหว่าง 50,001-100,000 บาทและตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการระหว่าง 50,001-100,000 บาทกับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป รวม 3 คู่

ตารางที่ 4.30 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.1 ส่วนที่ 2

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	Sig.*	
บัญชีเงินฝากออมทรัพย์	ใช่	4.21	0.686	-0.319	0.750
	ไม่ใช่	4.33	0.577		
บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน	ใช่	4.22	0.687	1.249	0.212
	ไม่ใช่	3.97	0.585		
บัญชีเงินฝากประจำ	ใช่	4.21	0.683	1.551	0.122
	ไม่ใช่	3.78	0.750		
บัญชีอื่นๆ	ใช่	4.41	0.591	7.442	0.000
	ไม่ใช่	3.92	0.710		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.1 โดยใช้ t-Test พบว่า ผลลัพธ์ที่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการส่วนใหญ่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 ด้านราคามีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.2 ส่วนที่ 1

ด้านราคา		ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.*
- ระยะเวลาการใช้บริการ	ภายใน 1 ปี	3.83	0.385	4.528	0.001
	มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี	4.24	0.551		
	มากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี	4.10	0.839		
	มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี	4.31	0.589		
	ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป	4.58	0.833		
- เหตุผลในการใช้บริการ	ความมีชื่อเสียงของธนาคาร	4.32	0.637	35.191	0.000
	ผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น	4.76	0.479		
	สำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน	3.89	0.671		
	พนักงานธนาคารเป็นกันเองและให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพและเป็นมิตร	4.00	0.000		
	บรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย	3.89	0.303		
- บุคคลที่มีบทบาทต่อการเลือกใช้บริการ	ตัวเอง	4.16	0.694	0.219	0.804
	คู่สมรส/ แฟน	4.00	0.632		
	สมาชิกในครอบครัวหรือญาติ	4.27	0.830		
- ความถี่ในการใช้บริการ	1-5 ครั้งต่อเดือน	4.26	0.767	8.957	0.000
	6-10 ครั้งต่อเดือน	3.91	0.288		
	11-15 ครั้งต่อเดือน	3.90	0.296		
	ตั้งแต่ 16 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน	3.33	0.667		



ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	ค่า		F	Sig.*
		เบี่ยงเบน	มาตรฐาน		
- ช่วงเวลาที่ ใช้บริการ	ภายใน 11.30 น. ระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น. ตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป	3.87 4.33 3.95	0.326 0.800 0.407	20.970	0.000
- จำนวนเงิน ฝากที่ใช้ บริการ	50,000 บาทหรือน้อยกว่า 50,001-100,000 บาท ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป	4.14 4.80 3.56	0.530 0.418 0.520	191.379	0.000

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.2 โดยใช้ F-Test พบว่า ราคามีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร) แตกต่างกันส่วนใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านระยะเวลาการใช้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ ซึ่งมีค่านัยน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลิตภัณฑ์ไม่มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด(มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครแตกต่างกันด้านประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการส่วนใหญ่ตามตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.32 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้านราคา

ระยะเวลาการใช้บริการ	ภายใน 1 ปี	มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 2 ปี	มากกว่า 2 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี	มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 4 ปี	ตั้งแต่ 4 ปี ขึ้นไป
ภายใน 1 ปี					
มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี	0.027*				
มากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี	0.266	0.578			
มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี	0.009*	0.973	0.268		
ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป	0.344	0.914	0.743	0.963	

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

เหตุผลในการใช้บริการ	ความมีชื่อเสียงของธนาคาร	ผลตอบแทนที่สูงกว่าพาณิชย์อื่น	สำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน	พนักงานธนาคารเป็นกันเองและให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพและเป็นมิตร	บรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย
ความมีชื่อเสียงของธนาคาร					
ผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น	0.000*				
สำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน	0.000*	0.000*			
พนักงานธนาคารเป็นกันเองและให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพและเป็นมิตร	0.934	0.324	0.999		
บรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย	0.010*	0.000*	1.000	0.999	
ความถี่ในการใช้บริการ	1-5 ครั้งต่อเดือน	6-10 ครั้งต่อเดือน	11-15 ครั้งต่อเดือน	ตั้งแต่ 16 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน	
1-5 ครั้งต่อเดือน					
6-10 ครั้งต่อเดือน	0.001*				
11-15 ครั้งต่อเดือน	0.025*	1.000			
ตั้งแต่ 16 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน	0.131	0.556	0.584		
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	ภายใน 11.30 น.	ระหว่าง 11.31 น. - 14.30 น.	ตั้งแต่ 14.31 น. เป็นต้นไป		
ภายใน 11.30 น.					
ระหว่าง 11.31 น. - 14.30 น.	0.000*				
ตั้งแต่ 14.31 น. เป็นต้นไป	0.789	0.001			

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	ภายใน 11.30 น.	ระหว่าง 11.31 น. - 14.30 น.	ตั้งแต่ 14.31 น. เป็นต้นไป
ภายใน 11.30 น.			
ระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น.	0.000*		
ตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป	0.789	0.001	
จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ	50,000 บาท หรือน้อยกว่า	50,001-100,000 บาท	ตั้งแต่ 100,001 บาท ขึ้นไป
50,000 บาทหรือน้อยกว่า			
50,001-100,000 บาท	0.000*		
ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป	0.000*	0.000*	

จากตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี Scheffe พบว่า ด้านราคามีความแตกต่างกันรวม 13 คู่ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการใช้บริการภายใน 1 ปีกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการใช้บริการมากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปีและมากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี รวม 2 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะความมีชื่อเสียงของธนาคารกับกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น สำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน และบรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย และกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่นกับกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะสำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน และบรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย รวม 5 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการระหว่าง 1-5 ครั้งต่อเดือนกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการระหว่าง 6-10 ครั้งต่อเดือน และ 11-15 ครั้งต่อเดือน รวม 2 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการภายใน 11.30 น.กับกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น. รวม 1 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ 50,000 บาทหรือน้อยกว่ากับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการระหว่าง 50,001-100,000 บาทและตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการระหว่าง 50,001-100,000 บาทกับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป รวม 3 คู่

ตารางที่ 4.33 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.2 ส่วนที่ 2

ด้านราคา		ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	t	Sig.*
บัญชีเงินฝากออมทรัพย์	ใช่	4.16	0.694	-0.434	0.664
	ไม่ใช่	4.33	0.577		
บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน	ใช่	4.17	0.696	0.982	0.327
	ไม่ใช่	3.97	0.616		
บัญชีเงินฝากประจำ	ใช่	4.16	0.688	1.163	0.245
	ไม่ใช่	3.83	0.983		
บัญชีอื่นๆ	ใช่	4.36	0.585	7.555	0.000
	ไม่ใช่	3.87	0.732		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.2 โดยใช้ t-Test พบว่า ราคาไม่มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการส่วนใหญ่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.3 ส่วนที่ 1

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ค่าเฉลี่ย	ค่า	F	Sig.*
			เบี่ยงเบน มาตรฐาน		
- ระยะเวลา	ภายใน 1 ปี	4.03	0.197	4.032	0.003
การใช้	มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี	4.36	0.477		
บริการ	มากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี	4.28	0.781		
	มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี	4.46	0.529		
	ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป	4.75	0.500		

ตารางที่ 4.34 (ต่อ)

	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	ค่า		F	Sig.*
			เบี่ยงเบน	มาตรฐาน		
- เหตุผลในการใช้	ความมีชื่อเสียงของธนาคาร	4.47	0.514	47.697	0.000	
	ผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น	4.93	0.277			
	สำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน	4.05	0.626			
	พนักงานธนาคารเป็นกันเองและให้บริการอย่างเป็นมืออาชีวะและเป็นมิตร	4.00	0.000			
	บรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย	4.09	0.185			
- บุคคลที่มีบทบาทต่อการเลือกใช้บริการ	ตัวเอง	4.32	0.627	0.116	0.891	
	คู่สมรส/ แฟน	4.22	0.404			
	สมาชิกในครอบครัวหรือญาติ	4.40	0.548			
- ความถี่ในการใช้บริการ	1-5 ครั้งต่อเดือน	4.43	0.691	10.956	0.000	
	6-10 ครั้งต่อเดือน	4.05	0.192			
	11-15 ครั้งต่อเดือน	4.01	0.097			
	ตั้งแต่ 16 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน	4.44	0.962			
- ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	ภายใน 11.30 น.	4.05	0.180	22.618	0.000	
	ระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น.	4.48	0.736			
	ตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป	4.15	0.314			
- จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ	50,000 บาทหรือน้อยกว่า	4.29	0.462	236.426	0.000	
	50,001-100,000 บาท	4.94	0.257			
	ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป	3.76	0.491			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.1 โดยใช้ F-Test พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร) แตกต่างกันส่วนใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 ได้แก่ ด้านระยะเวลาการให้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และจำนวนเงินฝากที่ให้บริการ ซึ่งมีค่านัยน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยผลิตภัณฑ์ไม่มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารขนาดใหญ่ (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครแตกต่างกันด้านประเภทบัญชีเงินฝากที่ให้บริการส่วนใหญ่ตามตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.35 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ระยะเวลาการให้บริการ	ภายใน 1 ปี	มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 2 ปี	มากกว่า 2 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี	มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 4 ปี	ตั้งแต่ 4 ปี ขึ้นไป
ภายใน 1 ปี					
มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี	0.076				
มากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี	0.253	0.895			
มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี	0.012*	0.872	0.340		
ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป	0.293	0.819	0.690	0.933	
เหตุผลในการใช้บริการ	ความมี ชื่อเสียง ของ ธนาคาร	ผลตอบแทน ที่สูงกว่า ธนาคาร พาณิชย์อื่น	สำนักงาน สาขาจำนวน มากและ ตั้งอยู่ใกล้ที่ พักและที่ ทำงาน	พนักงาน ธนาคารเป็น กันเองและ ให้บริการ อย่างเป็นมือ อาชีพและ เป็นมิตร	บรรยากาศ ภายใน ธนาคารมี ความ ทันสมัย น่าเชื่อถือ และ ปลอดภัย
ความมีชื่อเสียงของ ธนาคาร					
ผลตอบแทนที่สูงกว่า ธนาคารพาณิชย์อื่น	0.000*				
สำนักงานสาขาจำนวน มากและตั้งอยู่ใกล้ที่พัก และที่ทำงาน	0.000*	0.000*			
พนักงานธนาคารเป็น กันเองและให้บริการอย่าง เป็นมืออาชีพและเป็นมิตร	0.659	0.053	1.000		

ตารางที่ 4.35 (ต่อ)

ระยะเวลาการใช้บริการ	ภายใน 1 ปี	มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี	มากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี	มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี	ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป
สำนักงานสาขาจำนวนมาก และตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน	0.000*	0.000*			
พนักงานธนาคารเป็นกันเอง และให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพและเป็นมิตร	0.659	0.053	1.000		
บรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย	0.007*	0.000*	0.995	0.999	
ความถี่ในการใช้บริการ	1-5 ครั้งต่อเดือน	6-10 ครั้งต่อเดือน	11-15 ครั้งต่อเดือน	ตั้งแต่ 16 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน	
1-5 ครั้งต่อเดือน					
6-10 ครั้งต่อเดือน	0.000*				
11-15 ครั้งต่อเดือน	0.002*	0.989			
ตั้งแต่ 16 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน	1.000	0.745	0.693		
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	ภายใน 11.30 น.	ระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น.	ตั้งแต่ 14.31 น. เป็นต้นไป		
ภายใน 11.30 น.					
ระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น.	0.000*				
ตั้งแต่ 14.31 น. เป็นต้นไป	0.636	0.002*			
จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ	50,000 บาทหรือน้อยกว่า	50,001-100,000 บาท	ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป		
50,000 บาทหรือน้อยกว่า					
50,001-100,000 บาท	0.000*				
ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป	0.000*	0.000*			

จากตารางที่ 4.35 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี Scheffe พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความแตกต่างกันรวม 13 คู่\* ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการใช้บริการภายใน 1 ปีกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการใช้บริการมากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี รวม 1 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะความมีชื่อเสียงของธนาคารกับกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น สำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน และบรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย และกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่นกับกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะสำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน และบรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย รวม 5 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการระหว่าง 1-5 ครั้งต่อเดือนกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการระหว่าง 6-10 ครั้งต่อเดือน และ 11-15 ครั้งต่อเดือน รวม 2 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น. กับกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการภายใน 11.30 น.และตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป รวม 2 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ 50,000 บาทหรือน้อยกว่ากับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการระหว่าง 50,001-100,000 บาทและตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการระหว่าง 50,001-100,000 บาทกับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป รวม 3 คู่

ตารางที่ 4.36 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.3 ส่วนที่ 2

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	Sig.*
บัญชีเงินฝากออมทรัพย์	ใช่	4.32	0.623	-0.033	0.974
	ไม่ใช่	4.33	0.577		
บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน	ใช่	4.33	0.625	0.686	0.493
	ไม่ใช่	4.21	0.553		
บัญชีเงินฝากประจำ	ใช่	4.33	0.619	1.498	0.135
	ไม่ใช่	3.94	0.800		
บัญชีอื่นๆ	ใช่	4.51	0.505	7.642	0.000
	ไม่ใช่	4.05	0.678		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตารางที่ 4.36 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.3 โดยใช้ t-Test พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการส่วนใหญ่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.4 ส่วนที่ 1

ด้านการส่งเสริมการตลาด		ค่า		F	Sig.*
		เฉลี่ย	เบี่ยงเบนมาตรฐาน		
- ระยะเวลาการใช้บริการ	ภายใน 1 ปี	3.62	0.450	4.760	0.001
	มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี	4.08	0.583		
	มากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี	3.87	0.828		
	มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี	4.10	0.640		
	ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป	4.00	0.720		
- เหตุผลในการใช้บริการ	ความมีชื่อเสียงของธนาคาร	4.12	0.676	23.136	0.000
	ผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น	4.46	0.599		
	สำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน	3.73	0.680		
	พนักงานธนาคารเป็นกันเองและให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพและเป็นมิตร	3.78	0.385		
	บรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย	3.64	0.420		
	บุคคลที่มีบทบาทต่อการเลือกใช้บริการ	3.95	0.710		
	ตัวเอง	3.95	0.710		
	คู่สมรส/ แฟน	3.72	0.772		
	สมาชิกในครอบครัวหรือญาติ	4.13	0.506		
- ความถี่ในการใช้บริการ	1-5 ครั้งต่อเดือน	4.05	0.770	6.620	0.000
	6-10 ครั้งต่อเดือน	3.72	0.405		
	11-15 ครั้งต่อเดือน	3.68	0.447		
	ตั้งแต่ 16 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน	3.67	0.577		

ตารางที่ 4.37 (ต่อ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ค่า		F	Sig.*
		เบี่ยงเบน	มาตรฐาน		
- ช่วงเวลาที่ให้บริการ	ภายใน 11.30 น. ระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น. ตั้งแต่ 14.31 น. เป็นต้นไป	3.70	0.420	16.515	0.000
- จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ	50,000 บาทหรือน้อยกว่า 50,001-100,000 บาท ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป	3.95	0.558	141.447	0.000
		4.55	0.550		
		3.38	0.514		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.1 โดยใช้ F-Test พบว่า การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร) แตกต่างกันส่วนใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านระยะเวลาการให้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ และจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ ซึ่งมีค่านัยน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลิตภัณฑ์ไม่มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครแตกต่างกันด้านประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการส่วนใหญ่ตามตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.38 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้านการส่งเสริมการตลาด

ระยะเวลาการให้บริการ	ภายใน 1 ปี	มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 2 ปี	มากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี	มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 4 ปี	ตั้งแต่ 4 ปี ขึ้นไป
ภายใน 1 ปี					
มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี	0.011*				
มากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี	0.359	0.197			
มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี	0.013*	1.000	0.224		
ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป	0.893	1.000	0.998	0.999	

ตารางที่ 4.38 (ต่อ)

เหตุผลในการใช้บริการ	ความมี ชื่อเสียง ของ ธนาคาร	ผลตอบแทน ที่สูงกว่า ธนาคาร พาณิชย์อื่น	สำนักงาน สาขา จำนวนมาก และตั้งอยู่ ใกล้ที่พัก และที่ ทำงาน	พนักงาน ธนาคารเป็น กันเองและ ให้บริการ อย่างเป็นมือ อาชีพและ เป็นมิตร	บรรยากาศ ภายใน ธนาคารมี ความ ทันสมัย น่าเชื่อถือ และ ปลอดภัย
ความมีชื่อเสียงของธนาคาร					
ผลตอบแทนที่สูงกว่า	0.027*				
ธนาคารพาณิชย์อื่น					
สำนักงานสาขาจำนวนมาก และตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ ทำงาน	0.000*	0.000*			
เหตุผลในการใช้บริการ	ความมี ชื่อเสียง ของ ธนาคาร	ผลตอบแทน ที่สูงกว่า ธนาคาร พาณิชย์อื่น	สำนักงาน สาขา จำนวน มากและ ตั้งอยู่ใกล้ที่ พักและที่ ทำงาน	พนักงาน ธนาคารเป็น กันเองและ ให้บริการ อย่างเป็นมือ อาชีพและ เป็นมิตร	บรรยากาศ ภายใน ธนาคารมี ความ ทันสมัย น่าเชื่อถือ และ ปลอดภัย
พนักงานธนาคารเป็นกันเอง และให้บริการอย่างเป็นมือ อาชีพและเป็นมิตร	0.932	0.516	1.000		
บรรยากาศภายในธนาคารมี ความทันสมัย น่าเชื่อถือ และ ปลอดภัย	0.006*	0.000*	0.966	0.998	

ตารางที่ 4.38 (ต่อ)

ความถี่ในการใช้บริการ	1-5 ครั้งต่อเดือน	6-10 ครั้งต่อเดือน	11-15 ครั้งต่อเดือน	ตั้งแต่ 16 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน
1-5 ครั้งต่อเดือน				
6-10 ครั้งต่อเดือน	0.005*			
11-15 ครั้งต่อเดือน	0.028*	0.993		
ตั้งแต่ 16 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน	0.826	0.999	1.000	
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	ภายใน	ระหว่าง	ตั้งแต่	
	11.30 น.	11.31 น.-	14.31 น.	
		14.30 น.	เป็นต้นไป	
ภายใน 11.30 น.				
ระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น.	0.000*			
ตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป	0.976	0.002*		
จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ	50,000 บาทหรือน้อยกว่า	50,001-100,000 บาท	ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป	
50,000 บาทหรือน้อยกว่า				
50,001-100,000 บาท	0.000*			
ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป	0.000*	0.000*		

จากตารางที่ 4.38 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี Scheffe พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความแตกต่างกันรวม 14 คู่ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการใช้บริการภายใน 1 ปีกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการใช้บริการมากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปีและมากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี รวม 2 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะความมีชื่อเสียงของธนาคารกับกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น สำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน และบรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย และกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่นกับกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะสำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน และบรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย รวม 5 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการระหว่าง 1-5 ครั้งต่อเดือนกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการระหว่าง 6-10 ครั้งต่อเดือน และ 11-15 ครั้งต่อเดือน รวม 2 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น. กับกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการภายใน 11.30 น.และตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป รวม 2 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ 50,000 บาทหรือน้อยกว่ากับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการระหว่าง 50,001-100,000 บาทและตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการระหว่าง 50,001-100,000 บาทกับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป รวม 3 คู่

ตารางที่ 4.39 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.4 ส่วนที่ 2

ด้านการส่งเสริมการตลาด		ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	Sig.*
บัญชีเงินฝากออมทรัพย์	ใช่	3.95	0.710	0.158	0.874
	ไม่ใช่	3.89	0.509		
บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน	ใช่	3.96	0.711	1.086	0.278
	ไม่ใช่	3.74	0.580		
บัญชีเงินฝากประจำ	ใช่	3.95	0.706	-0.162	0.871
	ไม่ใช่	4.00	0.894		
บัญชีอื่นๆ	ใช่	4.14	0.645	6.486	0.000
	ไม่ใช่	3.69	0.715		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.4 โดยใช้ t-Test พบว่า การส่งเสริมการตลาดไม่มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการส่วนใหญ่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.5 ด้านบุคลากรมีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.5 ส่วนที่ 1

ด้านบุคลากร		ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.*
- ระยะเวลา	ภายใน 1 ปี	4.02	0.150	5.072	0.001
การใช้	มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี	4.41	0.454		
บริการ	มากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี	4.32	0.761		
	มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี	4.49	0.511		
	ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป	4.75	0.500		
- เหตุผลใน	ความมีชื่อเสียงของธนาคาร	4.49	0.500	49.283	0.000
การใช้	ผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น	4.95	0.214		
บริการ	สำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน	4.09	0.610		
	พนักงานธนาคารเป็นกันเองและให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพและเป็นมิตร	4.00	0.000		
	บรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย	4.11	0.246		
- บุคคลที่มี	ตัวเอง	4.35	0.609	0.559	0.573
บทบาทต่อ	คู่สมรส/ แฟน	4.22	0.404		
การเลือกใช้บริการ	สมาชิกในครอบครัวหรือญาติ	4.60	0.548		
- ความถี่ใน	1-5 ครั้งต่อเดือน	4.46	0.670	12.009	0.000
การใช้	6-10 ครั้งต่อเดือน	4.07	0.165		
บริการ	11-15 ครั้งต่อเดือน	4.06	0.187		
	ตั้งแต่ 16 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน	4.56	0.770		
- ช่วงเวลาที่	ภายใน 11.30 น.	4.07	0.174	26.386	0.000
ใช้บริการ	ระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น.	4.52	0.707		
	ตั้งแต่ 14.31 น. เป็นต้นไป	4.17	0.337		
- จำนวนเงิน	50,000 บาทหรือน้อยกว่า	4.32	0.447	280.952	0.000
ฝากที่ใช้	50,001-100,000 บาท	4.97	0.150		
บริการ	ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป	3.78	0.467		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.40 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.1 โดยใช้ F-Test พบว่า บุคลากรมีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด(มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครแตกต่างกันส่วนใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านระยะเวลาการให้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ ซึ่งมีค่านัยน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลิตภัณฑ์ไม่มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร) แตกต่างกันด้านประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการส่วนใหญ่ตามตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.41 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้านบุคลากร

ระยะเวลาการให้บริการ	ภายใน 1 ปี	มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 2 ปี	มากกว่า 2 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี	มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี	ตั้งแต่ 4 ปี ขึ้นไป
ภายใน 1 ปี					
มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี	0.013*				
มากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี	0.086	0.820			
มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี	0.002*	0.930	0.352		
ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป	0.237	0.863	0.721	0.945	
เหตุผลในการใช้บริการ	ความมี ชื่อเสียง ของ ธนาคาร	ผลตอบแทน ที่สูงกว่า ธนาคาร พาณิชย์อื่น	สำนักงาน สาขาจำนวน มากและ ตั้งอยู่ใกล้ที่ พักและที่ ทำงาน	พนักงาน ธนาคาร เป็นกันเอง และ ให้บริการ อย่างเป็น มืออาชีพ และเป็น มิตร	บรรยากาศ ภายใน ธนาคารมี ความ ทันสมัย น่าเชื่อถือ และ ปลอดภัย
ความมีชื่อเสียงของธนาคาร					
ผลตอบแทนที่สูงกว่า	0.000*				
ธนาคารพาณิชย์อื่น					
สำนักงานสาขาจำนวนมาก และตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ ทำงาน	0.000*	0.000*			

ตารางที่ 4.41 (ต่อ)

เหตุผลในการใช้บริการ	ความมี ชื่อเสียง ของ ธนาคาร	ผลตอบแทน ที่สูงกว่า ธนาคาร พาณิชย์อื่น	สำนักงาน สาขาจำนวน มากและ ตั้งอยู่ใกล้ที่ พักและที่ ทำงาน	พนักงาน ธนาคารเป็น กันเองและ ให้บริการ อย่างเป็นมือ อาชีพและเป็น มิตร	บรรยากาศ ภายใน ธนาคาร มีความ ทันสมัย น่าเชื่อถือ และ ปลอดภัย
พนักงานธนาคารเป็นกันเอง และให้บริการอย่างเป็นมือ อาชีพและเป็นมิตร	0.596	0.033*	0.999		
บรรยากาศภายในธนาคารมี ความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย	0.005*	0.000*	1.000	0.998	
ความถี่ในการใช้บริการ	1-5 ครั้งต่อ เดือน	6-10 ครั้งต่อ เดือน	11-15 ครั้ง ต่อเดือน	ตั้งแต่ 16 ครั้ง ขึ้นไปต่อเดือน	
1-5 ครั้งต่อเดือน					
6-10 ครั้งต่อเดือน	0.000*				
11-15 ครั้งต่อเดือน	0.002*	1.000			
ตั้งแต่ 16 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน	0.993	0.565	0.564		
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	ภายใน	ระหว่าง	ตั้งแต่		
	11.30 น.	11.31 น.- 14.30 น.	14.31 น. เป็นต้นไป		
ภายใน 11.30 น.					
ระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น.	0.000*				
ตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป	0.598	0.001*			
จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ	50,000 บาทหรือ น้อยกว่า	50,001- 100,000 บาท	ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป		
50,000 บาทหรือน้อยกว่า					
50,001-100,000 บาท	0.000*				
ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป	0.000*	0.000*			



จากตารางที่ 4.41 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี Scheffe พบว่า บุคลากรมีความแตกต่างกันรวม 15 คู่ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการใช้บริการภายใน 1 ปีกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการใช้บริการมากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปีและมากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี รวม 2 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะความมีชื่อเสียงของธนาคารกับกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น สำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน และบรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย และกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่นกับกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะสำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน พนักงานธนาคารเป็นกันเองและให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพและเป็นมิตร และบรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย รวม 6 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการระหว่าง 1-5 ครั้งต่อเดือนกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการระหว่าง 6-10 ครั้งต่อเดือน และ 11-15 ครั้งต่อเดือน รวม 2 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น. กับกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการภายใน 11.30 น.และตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป รวม 2 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ 50,000 บาทหรือน้อยกว่ากับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการระหว่าง 50,001-100,000 บาทและตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการระหว่าง 50,001-100,000 บาทกับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป รวม 3 คู่

ตารางที่ 4.42 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.5 ส่วนที่ 2

ด้านบุคลากร		ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	Sig.*
บัญชีเงินฝากออมทรัพย์	ใช่	4.35	0.607	-0.269	0.788
	ไม่ใช่	4.44	0.509		
บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน	ใช่	4.35	0.607	0.727	0.468
	ไม่ใช่	4.23	0.551		
บัญชีเงินฝากประจำ	ใช่	4.36	0.600	1.205	0.229
	ไม่ใช่	4.06	0.905		
บัญชีอื่นๆ	ใช่	4.53	0.491	7.640	0.000
	ไม่ใช่	4.09	0.660		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.42 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.5 โดยใช้ t-Test พบว่า บุคลากรไม่มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการส่วนใหญ่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.43 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.6 ส่วนที่ 1

ด้านลักษณะทางกายภาพ		ค่าเฉลี่ย	ค่า		F	Sig.*
			เบี่ยงเบน	มาตรฐาน		
- ระยะเวลา การใช้บริการ	ภายใน 1 ปี	3.98	0.130	4.266	0.002	
	มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี	4.34	0.509			
	มากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี	4.22	0.827			
	มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี	4.43	0.562			
	ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป	4.75	0.500			
- เหตุผลใน การใช้บริการ	ความมีชื่อเสียงของธนาคาร	4.45	0.547	51.293	0.000	
	ผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น	4.93	0.299			
	สำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ ใกล้ที่พักและที่ทำงาน	3.98	0.653			
	พนักงานธนาคารเป็นกันเองและ ให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพและเป็น มิตร	4.00	0.000			
	บรรยากาศภายในธนาคารมีความ ทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย	4.01	0.122			
- บุคคลที่มี บทบาทต่อ การเลือกใช้ บริการ	ตัวเอง	4.28	0.663	0.683	0.505	
	คู่สมรส/ แฟน	4.17	0.408			
	สมาชิกในครอบครัวหรือญาติ	4.60	0.548			
- ความถี่ใน การใช้บริการ	1-5 ครั้งต่อเดือน	4.38	0.736	9.461	0.000	
	6-10 ครั้งต่อเดือน	3.99	0.112			
	11-15 ครั้งต่อเดือน	4.01	0.203			
	ตั้งแต่ 16 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน	4.33	1.155			

ตารางที่ 4.43 (ต่อ)

	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	ค่า	F	Sig.*
			เบี่ยงเบน มาตรฐาน		
- ช่วงเวลาที่ ใช้บริการ	ภายใน 11.30 น.	4.00	0.146	21.612	0.000
	ระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น.	4.44	0.788		
	ตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป	4.09	0.298		
- จำนวนเงิน ฝากที่ใช้ บริการ	50,000 บาทหรือน้อยกว่า	4.25	0.484	230.160	0.000
	50,001-100,000 บาท	4.92	0.364		
	ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป	3.68	0.479		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.43 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.6 โดยใช้ F-Test พบว่า ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้ำในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร) แตกต่างกันส่วนใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านระยะเวลาการให้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ ซึ่งมีค่านัยน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลิตภัณฑ์ไม่มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้ำในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครแตกต่างกันด้านประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการส่วนใหญ่ตามตารางที่ 4.45

ตารางที่ 4.44 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้านลักษณะทางกายภาพ

ระยะเวลาการให้บริการ	ภายใน 1 ปี	มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 2 ปี	มากกว่า 2 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี	มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 4 ปี	ตั้งแต่ 4 ปี ขึ้นไป
ภายใน 1 ปี					
มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี	0.070				
มากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี	0.358	0.728			
มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี	0.013*	0.902	0.229		
ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป	0.281	0.814	0.631	0.923	

ตารางที่ 4.44 (ต่อ)

	ความมี ชื่อเสียง ของ ธนาคาร	ผลตอบแทน ที่สูงกว่า ธนาคาร พาณิชย์อื่น	สำนักงาน สาขา จำนวนมาก และตั้งอยู่ ใกล้ที่พัก และที่ ทำงาน	พนักงาน ธนาคารเป็น กันเองและ ให้บริการ อย่างเป็นมือ อาชีพและ เป็นมิตร	บรรยากาศ ภายใน ธนาคารมี ความ ทันสมัย น่าเชื่อถือ และ ปลอดภัย
เหตุผลในการใช้บริการ					
ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ผลตอบแทนที่สูงกว่า ธนาคารพาณิชย์อื่น	0.000*				
เหตุผลในการใช้บริการ					
สำนักงานสาขาจำนวนมาก และตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ ทำงาน	0.000*	0.000*			
พนักงานธนาคารเป็นกันเอง และให้บริการอย่างเป็นมือ อาชีพและเป็นมิตร	0.733	0.071	1.000		
บรรยากาศภายในธนาคารมี ความทันสมัย น่าเชื่อถือ และ ปลอดภัย	0.002*	0.000*	0.999	1.000	

ตารางที่ 4.44 (ต่อ)

ความถี่ในการใช้บริการ	1-5 ครั้ง ต่อเดือน	6-10 ครั้ง ต่อเดือน	11-15 ครั้ง ต่อเดือน	ตั้งแต่ 16 ครั้งขึ้นไป ต่อเดือน
1-5 ครั้งต่อเดือน				
6-10 ครั้งต่อเดือน	0.000*			
11-15 ครั้งต่อเดือน	0.013*	0.999		
ตั้งแต่ 16 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน	0.999	0.843	0.870	
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	ภายใน	ระหว่าง	ตั้งแต่	
	11.30 น.	11.31 น.- 14.30 น.	14.31 น. เป็นต้นไป	
ภายใน 11.30 น.				
ระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น.	0.000*			
ตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป	0.691	0.002*		
จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ	50,000 บาทหรือ น้อยกว่า	50,001- 100,000 บาท	ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป	
50,000 บาทหรือน้อยกว่า				
50,001-100,000 บาท	0.000*			
ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป	0.000*	0.000*		

จากตารางที่ 4.44 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี Scheffe พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพมีความแตกต่างกันรวม 13 คู่ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการใช้บริการภายใน 1 ปีกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการใช้บริการมากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี รวม 1 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะความมีชื่อเสียงของธนาคารกับกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น สำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน และบรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย และกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่นกับกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะสำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน และบรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย รวม 5 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการระหว่าง 1-5 ครั้งต่อเดือนกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการระหว่าง 6-10 ครั้งต่อเดือน และ 11-15 ครั้งต่อเดือน รวม 2 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น. กับกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการภายใน 11.30 น.และตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป รวม 2 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ 50,000 บาทหรือน้อยกว่ากับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการระหว่าง 50,001-100,000 บาทและตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการระหว่าง 50,001-100,000 บาทกับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป รวม 3 คู่

ตารางที่ 4.45 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.6 ส่วนที่ 2

ด้านลักษณะทางกายภาพ		ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	t	Sig.*
บัญชีเงินฝากออมทรัพย์	ใช่	4.28	0.660	-0.145	0.885
	ไม่ใช่	4.33	0.577		
บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน	ใช่	4.28	0.662	0.692	0.489
	ไม่ใช่	4.15	0.555		
บัญชีเงินฝากประจำ	ใช่	4.28	0.655	1.043	0.298
	ไม่ใช่	4.00	0.894		
บัญชีอื่นๆ	ใช่	4.47	0.556	7.329	0.000
	ไม่ใช่	4.01	0.701		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.45 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.6 โดยใช้ t-Test พบว่า ลักษณะทางกายภาพไม่มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้ำในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการส่วนใหญ่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.7 ด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้ำในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.46 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.7 ส่วนที่ 1

ด้านกระบวนการให้บริการ		ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.*
- ระยะเวลาการใช้บริการ	ภายใน 1 ปี	4.02	0.074	5.398	0.000
	มากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปี	4.41	0.454		
	มากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี	4.30	0.768		
	มากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี	4.50	0.492		
	ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป	4.75	0.500		
- เหตุผลในการใช้บริการ	ความมีชื่อเสียงของธนาคาร	4.50	0.495	52.764	0.000
	ผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น	4.95	0.192		
	สำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน	4.07	0.610		
	พนักงานธนาคารเป็นกันเองและให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพและเป็นมิตร	4.00	0.000		
	บรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย	4.10	0.188		
- บุคคลที่มีบทบาทต่อการเลือกใช้บริการ	ตัวเอง	4.35	0.609	0.964	0.382
	คู่สมรส/ แฟน	4.17	0.408		
	สมาชิกในครอบครัวหรือญาติ	4.67	0.471		
- ความถี่ในการใช้บริการ	1-5 ครั้งต่อเดือน	4.46	0.671	12.256	0.000
	6-10 ครั้งต่อเดือน	4.05	0.121		
	11-15 ครั้งต่อเดือน	4.07	0.141		
	ตั้งแต่ 16 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน	4.11	1.018		
- ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	ภายใน 11.30 น.	4.06	0.129	26.844	0.000
	ระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น.	4.51	0.713		
	ตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป	4.16	0.307		
- จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ	50,000 บาทหรือน้อยกว่า	4.32	0.434	302.568	0.000
	50,001-100,000 บาท	4.97	0.159		
	ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป	3.77	0.458		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.46 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.1 โดยใช้ F-Test พบว่า กระบวนการให้บริการมีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร) แตกต่างกันส่วนใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านระยะเวลาการให้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และจำนวนเงินฝากที่ให้บริการ ซึ่งมีค่านัยน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครแตกต่างกันด้านประเภทบัญชีเงินฝากที่ให้บริการส่วนใหญ่ตามตารางที่ 4.48

ตารางที่ 4.47 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้านกระบวนการให้บริการ

ระยะเวลาการให้บริการ	ภายใน 1 ปี	มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 2 ปี	มากกว่า 2 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี	มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 4 ปี	ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป
ภายใน 1 ปี					
มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 2 ปี	0.012*				
มากกว่า 2 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี	0.120	0.686			
มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 4 ปี	0.002*	0.912	0.215		
ตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป	0.236	0.866	0.691	0.951	
เหตุผลในการใช้บริการ	ความมีชื่อเสียงของธนาคาร	ผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น	สำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน	พนักงานธนาคารเป็นกันเองและให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพและ เป็นมิตร	บรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย
ความมีชื่อเสียงของธนาคาร					
ผลตอบแทนที่สูงกว่า	0.000*				
ธนาคารพาณิชย์อื่น					
สำนักงานสาขาจำนวนมาก และตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน	0.000*	0.000*			



ตารางที่ 4.47 (ต่อ)

เหตุผลในการใช้บริการ	ความมี ชื่อเสียง ของ ธนาคาร	ผลตอบแทน ที่สูงกว่า ธนาคาร พาณิชย์อื่น	สำนักงาน สาขา จำนวนมาก และตั้งอยู่ ใกล้ที่พัก และที่ ทำงาน	พนักงาน ธนาคารเป็น กันเองและ ให้บริการอย่าง เป็นมืออาชีพ และเป็นมิตร	บรรยากาศ ภายใน ธนาคารมี ความ ทันสมัย น่าเชื่อถือ และ ปลอดภัย
พนักงานธนาคารเป็นกันเอง และให้บริการอย่างเป็นมือ อาชีพและเป็นมิตร	0.560	0.029*	1.000		
บรรยากาศภายในธนาคารมี ความทันสมัย น่าเชื่อถือ และ ปลอดภัย	0.002*	0.000*	0.999	0.999	
ความถี่ในการใช้บริการ	1-5 ครั้ง ต่อเดือน	6-10 ครั้ง ต่อเดือน	11-15 ครั้ง ต่อเดือน	ตั้งแต่ 16 ครั้ง ขึ้นไปต่อเดือน	
1-5 ครั้งต่อเดือน					
6-10 ครั้งต่อเดือน	0.000*				
11-15 ครั้งต่อเดือน	0.004*	0.998			
ตั้งแต่ 16 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน	0.792	0.999	1.000		
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	ภายใน	ระหว่าง	ตั้งแต่		
	11.30 น.	11.31 น.- 14.30 น.	14.31 น. เป็นต้นไป		
ภายใน 11.30 น.					
ระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น.	0.000*				
ตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป	0.604	0.001*			
จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ	50,000 บาทหรือ น้อยกว่า	50,001- 100,000 บาท	ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป		
50,000 บาทหรือน้อยกว่า					
50,001-100,000 บาท	0.000*				
ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป	0.000*	0.000*			

จากตารางที่ 4.47 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี Scheffe พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการมีความแตกต่างกันรวม 15 คู่ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการใช้บริการภายใน 1 ปีกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการใช้บริการมากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 2 ปีและมากกว่า 3 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี รวม 2 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะความมีชื่อเสียงของธนาคารกับกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น สำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน และบรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย และกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะผลตอบแทนที่สูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่นกับกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะสำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน พนักงานธนาคารเป็นกันเองและให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพและเป็นมิตร และบรรยากาศภายในธนาคารมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และปลอดภัย รวม 6 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการระหว่าง 1-5 ครั้งต่อเดือนกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการระหว่าง 6-10 ครั้งต่อเดือน และ 11-15 ครั้งต่อเดือน รวม 2 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น. กับกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการภายใน 11.30 น.และตั้งแต่ 14.31 น.เป็นต้นไป รวม 2 คู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ 50,000 บาทหรือน้อยกว่ากับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการระหว่าง 50,001-100,000 บาทและตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการระหว่าง 50,001-100,000 บาทกับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป รวม 3 คู่

ตารางที่ 4.48 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.7 ส่วนที่ 2

ด้านกระบวนการให้บริการ		ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	Sig.*
บัญชีเงินฝากออมทรัพย์	ใช่	4.35	0.607	0.038	0.970
	ไม่ใช่	4.33	0.577		
บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน	ใช่	4.35	0.607	1.012	0.312
	ไม่ใช่	4.18	0.555		
บัญชีเงินฝากประจำ	ใช่	4.35	0.600	1.414	0.158
	ไม่ใช่	4.00	0.894		
บัญชีอื่นๆ	ใช่	4.53	0.487	7.632	0.000
	ไม่ใช่	4.09	0.664		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.48 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.7 โดยใช้ t-Test พบว่า กระบวนการให้บริการไม่มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารขนาด จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการส่วนใหญ่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05