

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) ศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 246 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์ผลดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย

ตอนที่ 3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 4 ข้อมูลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคาร

ตอนที่ 5 ข้อมูลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	การเปรียบเทียบตัวแปร 2 กลุ่ม
F	แทน	การเปรียบเทียบตัวแปร 3 กลุ่มขึ้นไป
LSD	แทน	การเปรียบเทียบรายคู่
*	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของ ธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จำแนกตามจำนวน และค่าร้อยละ ตัวแสดงรายละเอียดในตาราง 1

ตาราง 1 จำนวน และร้อยละข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย

ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
	246	100.0
เพศ		
ชาย	82	33.3
หญิง	164	66.7
อายุ		
ต่ำกว่า 21 ปี	57	23.2
21 – 30 ปี	62	25.2
– 40 ปี	63	25.6
41 ปี ขึ้นไป	64	26.0
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	112	45.5
มัธยมศึกษา, ปวช.	53	21.5
อนุปริญญา, ปวส.	45	18.4
ปริญญาตรีขึ้นไป	36	14.6
อาชีพ		
นักธุรกิจ/ค้าขาย	97	39.4
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	57	23.2
รับจ้าง/พนักงานบริษัท	50	20.3
นักเรียน/นักศึกษา	42	17.1

ตาราง 1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
	246	100.0
รายได้ต่อเดือน		
ไม่เกิน 7,000 บาท	110	44.7
7,001 – 10,000 บาท	59	24.0
10,001 – 15,000 บาท	37	15.0
15,001 บาทขึ้นไป	40	16.3
สถานภาพสมรส		
โสด	106	43.1
สมรส	105	42.7
หม้าย/หย่าร้าง	35	14.2

จากตาราง 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 มีอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 มีระดับการศึกษาประถมศึกษา จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 มีนักธุรกิจ/ค้าขาย จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4 มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 7,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 มีสถานภาพโสด จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 43.1

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย
จำแนกตามจำนวนและร้อยละ ตัวแสดงรายละเอียดในตาราง 2

ตาราง 2 จำนวน และร้อยละพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย

พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
	246	100.0
ลูกค้าที่มีเงินฝากกับธนาคารออมสิน		
บัญชีเงินฝากเดินสะพัด	15	6.1
บัญชีเงินฝากออมทรัพย์	192	78.0
บัญชีเงินฝากประจำ	39	15.9
เหตุผลที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน		
ธนาคารเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ	101	41.1
พนักงานซักชวน	36	14.6
ขอบบริการของธนาคาร	38	15.4
การเดินทางสะดวก ใกล้บ้าน	71	28.9
จำนวนครั้งต่อเดือนที่ใช้บริการธนาคารออมสิน		
ไม่เกิน 3 ครั้ง	155	63.0
4 – 8 ครั้ง	63	25.6
มากกว่า 8 ครั้ง	28	11.4
ประเภทการใช้บริการธนาคารออมสิน		
ด้านเงินฝาก	161	65.4
ด้านสินเชื่อ	54	22.0
ด้านต่างประเทศ	11	4.5
ด้านการโอน, ด้านชำระค่าสินค้า	20	8.1

ตาราง 2 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
	246	100.0
ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคารออมสิน		
น้อยกว่า 3 ปี	99	40.2
3 – 5 ปี	103	41.9
6 – 10 ปี	28	11.4
11 – 14 ปี	16	6.5

จากตาราง 2 พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ส่วนใหญ่ลูกค้ามีบัญชีเงินฝากประเภทบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 78.0 มีเหตุผลที่มาใช้บริการ คือ ธนาคารเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 มีจำนวนครั้งที่มาใช้บริการไม่เกิน 3 ครั้ง จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 มีการใช้บริการด้านเงินฝากจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 65.4 มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคาร 3-5 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9

ตอนที่ 3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน

ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จำแนกตามจำนวนและค่าร้อยละ ตัวแสดงรายละเอียดในตาราง 3

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การเปิดบัญชีใหม่และทำบัตร เอ ที เอ็ม (ATM)	4.02	0.80	มาก
2. การรับฝาก ถอนเงินสดและรับฝากเช็คเข้าบัญชี	3.89	0.83	มาก
3. สินเชื่อและชำระเงินกู้	3.92	0.83	มาก
4. การประกันชีวิตและประกันภัย	3.79	0.83	มาก
5. การให้บริการชำระค่าสาธารณูปโภค	3.73	0.90	มาก
โดยรวม	3.87	0.83	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$ และ S.D. = 0.83) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การเปิดบัญชีใหม่ และทำบัตรเอทีเอ็มสินเชื่อ และชำระเงินกู้ และการรับฝากถอนเงินสด และรับฝากเช็คบัญชี ตามลำดับ

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านราคา

ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ค่าธรรมเนียมในการโอนเงิน	3.81	0.87	มาก
2. ค่าธรรมเนียมบัตร เอ ที เอ็ม (ATM) และบัตรเครดิต	3.83	0.89	มาก
3. ค่าธรรมเนียมการออกตราสารหนี้	3.79	0.91	มาก
4. ค่าธรรมเนียมการออกหนังสือรับรองยอด	3.76	0.90	มาก
5. ค่าธรรมเนียมในการเรียกเก็บเช็คเข้าบัญชี	3.73	0.89	มาก
6. ค่าธรรมเนียมในการออก ใบแสดงรายการฝาก – ถอน (Statement)	3.66	0.94	มาก
โดยรวม	3.76	0.90	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$ และ S.D. = 0.90) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ค่าธรรมเนียมบัตรเอทีเอ็ม และบัตรเครดิต ค่าธรรมเนียมในการโอนเงิน และ ค่าธรรมเนียมการออกตราสารหนี้

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านช่องทางการให้บริการ

ด้านช่องทางการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ธนาคารออมสินมีสาขาอยู่ใกล้ที่ทำงาน	3.89	0.88	มาก
2. ความสะดวกในการติดต่อใช้บริการ	3.81	0.91	มาก
3. จำนวนสาขาหรือจุดบริการมีอยู่ทั่วไป	3.75	0.95	มาก
4. การติดต่อสอบถามข้อมูลได้รวดเร็ว	3.77	0.95	มาก
5. การติดต่อสอบถามข้อมูลได้รวดเร็ว	3.61	1.07	มาก
โดยรวม	3.76	0.95	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาวังน้อย ด้านช่องทางการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$ และ S.D. = 0.95) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธนาคารออมสินมีสาขาอยู่ใกล้ที่ทำงาน ความสะดวกในการติดต่อใช้บริการ จำนวนสาขาหรือจุดบริการมีอยู่ทั่วไป การติดต่อสอบถามข้อมูลได้รวดเร็ว การติดต่อสอบถามข้อมูลได้รวดเร็ว

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การประชาสัมพันธ์ทางด้านสื่อวิทยุ	3.80	0.85	มาก
2. การประชาสัมพันธ์ทางด้านโทรทัศน์	3.76	0.90	มาก
3. มีแผ่นป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์	3.76	0.93	มาก
4. มีแผ่นพับแจก	3.65	0.88	มาก
5. มีของสมนาคุณแจก	3.66	0.91	มาก
6. มีการโฆษณาผ่านเว็บไซต์	3.63	0.96	มาก
โดยรวม	3.71	0.90	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาวังน้อย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$ และ S.D. = 0.90) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทุกข้อการมีการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ มีแผ่นพับ มีแผ่นป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ประชาสัมพันธ์ทางด้านสื่อวิทยุ การประชาสัมพันธ์ทางด้านสื่อวิทยุ

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านพนักงานให้บริการ

ด้านพนักงานให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การให้บริการด้วยอัธยาศัยที่ดี	3.78	0.89	มาก
2. มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการแต่ละประเภท	3.81	0.92	มาก
3. ตอบข้อซักถามผู้ให้บริการได้ชัดเจน	3.79	1.02	มาก
4. การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.76	0.92	มาก
5. การใช้ภาษาสื่อสารได้ถูกต้องและเหมาะสม	3.76	0.93	มาก
โดยรวม	3.75	0.93	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาวังน้อย ด้านพนักงานให้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$ และ S.D. = 0.93) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้าน การใช้ภาษาสื่อสารได้ถูกต้องและเหมาะสม การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ตอบข้อซักถามผู้ให้บริการได้ชัดเจน การให้บริการด้วยอัธยาศัยที่ดี

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. มีการแนะนำขั้นตอนที่ให้บริการแก่ลูกค้า	3.83	0.88	มาก
2. เชิญชวนลูกค้าให้บริการสินเชื่อธนาคาร	3.78	0.92	มาก
3. มีการอธิบายวิธีการชำระเงินในรูปแบบต่าง ๆ	3.82	0.90	มาก
4. จัดหาวิธีการผ่อนชำระหนี้ที่เหมาะสมกับลูกค้า	3.72	0.91	มาก
5. การให้บริการตามลำดับก่อนและหลัง	3.76	0.90	มาก
โดยรวม	3.78	0.90	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาวังน้อย ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$ และ $S.D. = 0.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้าน การให้บริการตามลำดับก่อนและหลัง จัดหาวิธีการผ่อนชำระหนี้ที่เหมาะสมกับลูกค้า มีการอธิบายวิธีการชำระเงินในรูปแบบต่าง ๆ เชิญชวนลูกค้าให้บริการสินเชื่อธนาคาร มีการแนะนำขั้นตอนที่ให้บริการแก่ลูกค้า

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความสะอาด ความเป็นระเบียบของสถานที่ให้บริการ	3.84	0.89	มาก
2. การตกแต่งสถานที่เพื่อให้บริการเป็นระเบียบและสวยงาม	3.84	0.96	มาก
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายในการให้บริการลูกค้า เช่น โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ วารสารต่าง ๆ	3.81	0.94	มาก
4. มีสถานที่รับรองลูกค้าที่เป็นสัดส่วนอย่างเหมาะสม	3.79	0.95	มาก
5. อุปกรณ์เครื่องมือการให้บริการธนาคารออมสินที่ทันสมัย	3.74	1.03	มาก
โดยรวม	3.80	0.95	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาวังน้อย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$ และ $S.D. = 0.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านอุปกรณ์เครื่องมือการให้บริการธนาคารออมสินที่ทันสมัย มีสถานที่รับรองลูกค้าที่เป็นสัดส่วนอย่างเหมาะสม มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายในการให้บริการลูกค้า เช่น โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ วารสารต่าง ๆ การตกแต่งสถานที่เพื่อให้บริการเป็นระเบียบและสวยงาม ความสะอาด ความเป็นระเบียบของสถานที่ให้บริการ

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านภาพรวม 7 ด้าน

ภาพรวม	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.88	0.83	มาก
2. ด้านราคา	3.85	0.90	มาก
3. ด้านช่องทางการให้บริการ	3.76	0.95	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.80	0.90	มาก
5. ด้านพนักงานให้บริการ	3.79	0.93	มาก
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.75	0.90	มาก
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.76	0.35	มาก
โดยรวม	3.79	0.90	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาวังน้อย ภาพรวม 7 ด้าน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$ และ S.D. = 0.90) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ตอนที่ 4 ข้อมูลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร
ออมสิน สาขาวังน้อย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคาร

ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคาร แสดงรายละเอียดในตารางที่
11 โดยมีสมมติฐานการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของ
ธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของ
ธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยแตกต่างกัน

ตาราง 11 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย
จำแนกตามเพศ

ระดับความพึงพอใจ	เพศ				t	Sig.
	ชาย (n = 82)		หญิง (n = 164)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.67	.817	3.99	.861	-2.821	.837
2. ด้านราคา	3.70	.838	3.93	.921	-1.865	.041*
3. ด้านช่องทางการให้บริการ	3.64	.880	3.82	.965	-1.394	.026*
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	3.64	.806	3.89	.933	-2.018	.009*
5. ด้านพนักงานให้บริการ	3.71	.878	3.83	.954	-.921	.025*
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.65	.834	3.79	.960	-1.126	.011*
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.71	.878	3.79	.955	-.581	.038*
โดยรวม	3.64	.822	3.83	.948	-1.539	.000*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับ
นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ($\alpha = 0.05$) มี 6 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน
มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านราคา ด้านช่องทาง

การให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการและด้าน
สิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน

ตาราง 12 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า ธนาคารออมสิน
สาขาวังน้อย จำแนกตามอายุ

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	21.352	3	7.117	10.801	.000*
	ภายในกลุ่ม	159.461	242	.659		
	รวม	180.813	245			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	17.866	3	5.955	8.000	.000*
	ภายในกลุ่ม	180.155	242	.744		
	รวม	198.020	245			
3. ด้านช่องทางการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	18.702	3	6.234	7.634	.000*
	ภายในกลุ่ม	197.623	242	.817		
	รวม	216.325	245			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	17.762	3	5.921	7.949	.000*
	ภายในกลุ่ม	180.258	242	.745		
	รวม	198.020	245			
5. ด้านพนักงานให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	16.478	3	5.493	6.804	.000*
	ภายในกลุ่ม	195.360	242	.807		
	รวม	211.837	245			
6. ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	16.454	3	5.485	6.934	.000*
	ภายในกลุ่ม	191.420	242	.791		
	รวม	207.874	245			
7. ด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	15.091	3	5.030	6.189	.000*
	ภายในกลุ่ม	196.702	242	.813		
	รวม	211.793	245	6.999		

ตาราง 12 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	20.998	3	.753	9.294	.000*
	ภายในกลุ่ม	182.255	242			
	รวม	203.252	245			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ($\alpha = 0.05$) ทั้ง 7 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน จึงจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 13-19

ตาราง 13 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์กับอายุ

อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 20 ปี				
20 - 30 ปี				
31 - 40 ปี	.7469*	.5445*		
41 ปีขึ้นไป	.5869*	.3846*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากราย 13 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 31 - 40 ปี มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่า ลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี (.7469) และมากกว่า ลูกค้าที่มีอายุ 20-30 ปี (.5445) ส่วนลูกค้าที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่า ลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี (.5869) และมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 20-30 ปี (.3846)

ตาราง 14 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านราคากับอายุ

อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 20 ปี				
20 - 30 ปี				
31 - 40 ปี	.7469*	.4962*		.3162*
41 ปีขึ้นไป	.4306*			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 14 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 31-40 ปี มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านราคามากกว่าลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี (.7469) และมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 20-30 ปี (.4962) และมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป (.3162) ส่วนลูกค้าที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี (.4306)

ตาราง 15 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านช่องทางการให้บริการกับอายุ

อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 20 ปี				
20 - 30 ปี				
31 - 40 ปี	.7711*	.5133*		.3934*
41 ปีขึ้นไป	.3777*			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 15 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านช่องทางการให้บริการมากกว่า ลูกค้าที่ไม่เกิน 20 ปี (.7711) และมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 20-30 ปี (.5133) และมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป (.3934) ส่วนลูกค้าที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินมากกว่าลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี (.3774)

ตาราง 16 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดกับอายุ

อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 20 ปี				
20 - 30 ปี				
31 - 40 ปี	.7519*	.4808*		.3311*
41 ปีขึ้นไป	.4208*			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 16 พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุ 31-40 ปี มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่า ลูกค้ำที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี (.7519) และมากกว่าลูกค้ำที่มีอายุ 20-30 ปี (.4808) และมากกว่า ลูกค้ำที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป (.3311) ส่วนลูกค้ำที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้ำที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี (.4208)

ตาราง 17 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านพนักงานให้บริการกับอายุ

อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 20 ปี				
20 - 30 ปี				
31 - 40 ปี	.7201*	.4652*		
41 ปีขึ้นไป	.4208*			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 17 พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุ 31-40 ปี มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านพนักงานให้บริการมากกว่าลูกค้ำที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี (.7201) และมากกว่าลูกค้ำที่มีอายุ 20-30 ปี (.4652) ส่วนลูกค้ำที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้ำที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี (.4208)

ตาราง 18 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านกระบวนการให้บริการกับอายุ

อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 20 ปี				
20 - 30 ปี				
31 - 40 ปี	.6374*	.5146*		
41 ปีขึ้นไป	.4539*			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 18 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 31-40 ปี มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี (.6374) และมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 20-30 ปี (.5146) ส่วนลูกค้าที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี (.4539)

ตาราง 19 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพกับอายุ

อายุ	ไม่เกิน 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 20 ปี				
21 - 30 ปี				
31 - 40 ปี	.7059*	.4012*		.3614*
41 ปีขึ้นไป	.3446*			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 19 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 31-40 ปี มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่า ลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี (.7059) และมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 21-30 ปี (.4012) และมากกว่า ลูกค้าที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป (.3614) ส่วนลูกค้าที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี (.3446)

ตาราง 20 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	9.183	3	3.061	4.316	.005*
	ภายในกลุ่ม	171.630	242	.709		
	รวม	180.813	245			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	14.133	3	4.711	6.200	.000*
	ภายในกลุ่ม	183.887	242	.760		
	รวม	198.020	245			
3. ด้านช่องทางการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	11.924	3	3.975	4.706	.003*
	ภายในกลุ่ม	204.401	242	.845		
	รวม	216.325	245			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5.986	3	1.995	2.515	.059
	ภายในกลุ่ม	192.034	242	.794		
	รวม	198.020	245			
5. ด้านพนักงานให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	9.819	3	3.273	3.921	.009*
	ภายในกลุ่ม	202.019	242	.835		
	รวม	211.837	245			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	12.787	3	4.262	5.287	.002*
	ภายในกลุ่ม	195.087	242	.806		
	รวม	207.874	245			
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	8.404	3	2.801	3.333	.020*
	ภายในกลุ่ม	203.389	242	.840		
	รวม	211.793	245			
		11.298				

ตาราง 20 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	191.954	3	3.766	4.748	.003*
	ภายในกลุ่ม	203.252	242	.793		
	รวม		245			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ($\alpha = 0.05$) มี 6 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน จึงจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 21-26

ตาราง 21 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์กับระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรีขึ้นไป
ประถมศึกษา				
มัธยมศึกษา/ปวช.				
อนุปริญญา/ปวส.	.3877*	.4386*		
ปริญญาตรีขึ้นไป	.3988*	.4497*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 21 พบว่า ลูกค้าที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่า ลูกค้าที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (.3877) และมากกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. (.4386) ส่วนลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่า ลูกค้าที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (.3988) และมากกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. (.4497)

ตาราง 22 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านราคากับระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรีขึ้นไป
ประถมศึกษา				
มัธยมศึกษา/ปวช.				
อนุปริญญา/ปวส.	.4591*	.4763*		
ปริญญาตรีขึ้นไป	.5536*	.5708*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 22 พบว่า ลูกค้าที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านราคามากกว่า ลูกค้าที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (.4591) และมากกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ส่วนลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป (.4763) มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (.5536) และมากกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. (.5708)

ตาราง 23 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านช่องทางการให้บริการกับระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรีขึ้นไป
ประถมศึกษา				
มัธยมศึกษา/ปวช.				
อนุปริญญา/ปวส.	.3972*	.4373*		
ปริญญาตรีขึ้นไป	.5139*	.5540*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 23 พบว่า ลูกค้ำที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านช่องทางการให้บริการมากกว่าลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา (.3972) และมากกว่าลูกค้ำที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. (.4373) ส่วนลูกค้ำที่มีการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินมากกว่า ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา (.5139) และมากกว่าลูกค้ำที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. (.5540)

ตาราง 24 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านพนักงานให้บริการกับระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรีขึ้นไป
ประถมศึกษา				
มัธยมศึกษา/ปวช.				
อนุปริญญา/ปวส.	.4149*			
ปริญญาตรีขึ้นไป	.4861*			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 24 พบว่า ลูกค้ำที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านพนักงานให้บริการมากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (.4149) ส่วนลูกค้ำที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (.4861)

ตาราง 25 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านกระบวนการให้บริการกับระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรีขึ้นไป
ประถมศึกษา				
มัธยมศึกษา/ปวช.				
อนุปริญญา/ปวส.	.4153*			
ปริญญาตรีขึ้นไป	.6042*	.4874*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 25 พบว่า ลูกค้ำที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (.4153) ส่วนลูกค้ำที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินมากกว่า ลูกค้ำที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (.6042) และมากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. (.4874)

ตาราง 26 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพกับระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรีขึ้นไป
ประถมศึกษา				
มัธยมศึกษา/ปวช.				
อนุปริญญา/ปวส.	.3617*			
ปริญญาตรีขึ้นไป	.4673*			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 26 พบว่า ลูกค้ำที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (.3617) ส่วนลูกค้ำที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินมากกว่า ลูกค้ำที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (.4673)

ตาราง 27 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จำแนกตามอาชีพ

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	11.353	3	3.784	5.405	.001*
	ภายในกลุ่ม	169.460	242	.700		
	รวม	180.813	245			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	14.975	3	4.992	6.599	.000*
	ภายในกลุ่ม	183.046	242	.756		
	รวม	198.020	245			
3. ด้านช่องทางการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	12.787	3	4.262	5.068	.002*
	ภายในกลุ่ม	203.538	242	.841		
	รวม	216.325	245			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	14.041	3	4.680	6.156	.000*
	ภายในกลุ่ม	183.979	242	.760		
	รวม	198.020	245			
5. ด้านพนักงานให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	10.337	3	3.446	4.138	.007*
	ภายในกลุ่ม	201.500	242	.833		
	รวม	211.837	245			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	10.704	3	3.568	4.379	.005*
	ภายในกลุ่ม	197.170	242	.815		
	รวม	207.874	245			
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	9.053	3	3.018	3.602	.014*
	ภายในกลุ่ม	202.740	242	.838		
	รวม	211.793	245			

ตาราง 27 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่าง	14.232	3	4.744	6.074	.001*
	กลุ่ม	189.020	242	.781		
	ภายในกลุ่ม	203.252	245			
	รวม					

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ($\alpha = 0.05$) ทั้ง 7 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน จึงจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 28-34

ตาราง 28 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์กับอาชีพ

อาชีพ	นักธุรกิจ/ ค้าขาย	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง/ พนักงานบริษัท	นักเรียน/ นักศึกษา
นักธุรกิจ/ค้าขาย				.4239*
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ				.6178*
รับจ้าง/พนักงานบริษัท				.6076*
นักเรียน/นักศึกษา				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 28 พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพนักธุรกิจ/ค้าขาย มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่า ลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.4239) ส่วนลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่า ลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.6178) ส่วนลูกค้าที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.6076)

ตาราง 29 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านราคากับอาชีพ

อาชีพ	นักธุรกิจ/ ค้าขาย	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง/ พนักงานบริษัท	นักเรียน/ นักศึกษา
นักธุรกิจ/ค้าขาย				.4438*
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	.2981*			.7419*
รับจ้าง/พนักงานบริษัท				.6390*
นักเรียน/นักศึกษา				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 29 พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพนักธุรกิจ/ค้าขาย มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านราคามากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.4438) ส่วนลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้าที่มีนักธุรกิจ/ค้าขาย (.2981) และมากกว่าลูกค้าที่มีนักเรียน/นักศึกษา (.7419) ส่วนลูกค้าที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.6390)

ตาราง 30 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านช่องทางการให้บริการกับอาชีพ

อาชีพ	นักธุรกิจ/ ค้าขาย	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง/ พนักงานบริษัท	นักเรียน/ นักศึกษา
นักธุรกิจ/ค้าขาย				.4431*
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ				.6905*
รับจ้าง/พนักงานบริษัท				.5905*
นักเรียน/นักศึกษา				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 30 พบว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพนักธุรกิจ/ค้าขาย มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านช่องทางการให้บริการมากกว่าลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.4431) ส่วนลูกค้ำที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.6905) ส่วนลูกค้ำที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.5905)

ตาราง 31 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดกับอาชีพ

อาชีพ	นักธุรกิจ/ ค้าขาย	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง/ พนักงานบริษัท	นักเรียน/ นักศึกษา
นักธุรกิจ/ค้าขาย				.5152*
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ				.6729*
รับจ้าง/พนักงานบริษัท				.6905*
นักเรียน/นักศึกษา				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 31 พบว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพนักธุรกิจ/ค้าขาย มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.5152) ส่วนลูกค้ำที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.6729) ส่วนลูกค้ำที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.6905)

ตาราง 32 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านพนักงานให้บริการกับอาชีพ

อาชีพ	นักธุรกิจ/ ค้าขาย	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง/ พนักงานบริษัท	นักเรียน/ นักศึกษา
นักธุรกิจ/ค้าขาย				.4129*
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ				.5489*
รับจ้าง/พนักงานบริษัท				.6190*
นักเรียน/นักศึกษา				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 32 พบว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพนักธุรกิจ/ค้าขาย มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านพนักงานให้บริการมากกว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.4129) ส่วนลูกค้ำที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.5489) และลูกค้ำที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.6190)

ตาราง 33 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านกระบวนการให้บริการกับอาชีพ

อาชีพ	นักธุรกิจ/ ค้าขาย	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง/ พนักงานบริษัท	นักเรียน/ นักศึกษา
นักธุรกิจ/ค้าขาย				.3542*
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ				.6078*
รับจ้าง/พนักงานบริษัท				.5629*
นักเรียน/นักศึกษา				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 33 พบว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพนักธุรกิจ/ค้าขาย มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.3542) ส่วนลูกค้ำที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.6078) และลูกค้ำที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.5629)

ตาราง 34 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพกับอาชีพ

อาชีพ	นักธุรกิจ/ ค้าขาย	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง/ พนักงานบริษัท	นักเรียน/ นักศึกษา
นักธุรกิจ/ค้าขาย				.3819*
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ				.5138*
รับจ้าง/พนักงานบริษัท				.5790*
นักเรียน/นักศึกษา				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 34 พบว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพนักธุรกิจ/ค้าขาย มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.3819) ส่วนลูกค้ำที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.5138) และลูกค้ำที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.5790)

ตาราง 35 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	6.243	3	2.081	2.885	.036*
	ภายในกลุ่ม	174.570	242	.721		
	รวม	180.813	245			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.140	3	1.047	1.300	.275
	ภายในกลุ่ม	194.880	242	.805		
	รวม	198.020	245			
3. ด้านช่องทางการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.098	3	1.033	1.172	.321
	ภายในกลุ่ม	213.227	242	.881		
	รวม	216.325	245			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.537	3	.846	1.047	.373
	ภายในกลุ่ม	195.484	242	.808		
	รวม	198.020	245			
5. ด้านพนักงานให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.624	3	1.208	1.404	.242
	ภายในกลุ่ม	208.213	242	.860		
	รวม	211.837	245			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.442	3	1.147	1.358	.256
	ภายในกลุ่ม	204.432	242	.845		
	รวม	207.874	245			
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	5.186	3	1.729	2.025	.111
	ภายในกลุ่ม	206.607	242	.854		
	รวม	211.793	245			

ตาราง 35 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.863	242	.954	1.153	.329
	ภายในกลุ่ม	200.389	245	.828		
	รวม	203.252				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ($\alpha = 0.05$) ทั้ง 1 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน จึงจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 36

ตาราง 36 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์กับรายได้

รายได้	ไม่เกิน 7,000 บาท	7,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 บาท ขึ้นไป
ไม่เกิน 7,000 บาท				
7,001-10,000 บาท				
10,001-15,000 บาท	.3253*	.5213*		
15,001 บาทขึ้นไป				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 36 พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ไม่เกิน 7,000 บาท (.3253) และมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 7,001-10,000 บาท (.5213)

ตาราง 37 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.326	2	.663	.897	.409
	ภายในกลุ่ม	179.487	243	.739		
	รวม	180.813	245			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.078	2	.539	.665	.515
	ภายในกลุ่ม	196.943	243	.810		
	รวม	198.020	245			
3. ด้านช่องทางการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.236	2	.118	.133	.876
	ภายในกลุ่ม	216.089	243	.889		
	รวม	216.325	245			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.507	2	.753	.932	.395
	ภายในกลุ่ม	196.514	243	.809		
	รวม	198.020	245			
5. ด้านพนักงานให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.367	2	.184	.211	.810
	ภายในกลุ่ม	211.470	243	.870		
	รวม	211.837	245			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.601	2	.301	.352	.703
	ภายในกลุ่ม	207.273	243	.853		
	รวม	207.874	245			
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.732	2	.366	.421	.657
	ภายในกลุ่ม	211.061	243	.869		
	รวม	211.793	245			

ตาราง 37 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.581	2	.290	.348	.706
	ภายในกลุ่ม	202.671	243	.834		
	รวม	203.252	245			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ($\alpha = 0.05$) ทั้ง 7 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 5 ข้อมูลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ
ธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคาร แสดงรายละเอียดในตาราง 38 โดยมีสมมติฐานการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยแตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการธนาคาร ออมสิน สาขาวังน้อยไม่แตกต่างกัน

ตาราง 38 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ
ธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จำแนกตามประเภทบัญชีเงินฝากกับธนาคารออมสิน

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	11.542	2	5.771	8.284	.000*
	ภายในกลุ่ม	169.271	243	.697		
	รวม	180.813	245			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	11.796	2	5.898	7.696	.001*
	ภายในกลุ่ม	186.224	243	.766		
	รวม	198.020	245			
3. ด้านช่องทางการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	13.199	2	6.600	7.895	.000*
	ภายในกลุ่ม	203.126	243	.836		
	รวม	216.325	245			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	11.756	2	5.878	7.669	.001*
	ภายในกลุ่ม	186.264	243	.767		
	รวม	198.020	245			
5. ด้านพนักงานให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	14.348	2	7.174	8.827	.000*
	ภายในกลุ่ม	197.489	243	.813		
	รวม	211.837	245			

ตาราง 38 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	12.059	2	6.029	7.482	.001*
	ภายในกลุ่ม	195.815	243	.806		
	รวม	207.874	245			
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	10.850	2	5.425	6.560	.002*
	ภายในกลุ่ม	200.943	243	.827		
	รวม	211.793	245			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	12.917	2	6.459	8.246	.000*
	ภายในกลุ่ม	190.335	243	.783		
	รวม	203.252	245			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ($\alpha = 0.05$) ทั้ง 7 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีประเภทบัญชีเงินฝากกับธนาคารออมสินแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน จึงจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 39-45

ตาราง 39 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์กับประเภทบัญชีเงินฝากกับธนาคารออมสิน

ประเภทบัญชีเงินฝากกับ ธนาคารออมสิน	บัญชีเงินฝาก เดินสะพัด	บัญชีเงินฝากออม ทรัพย์	บัญชีเงินฝาก ประจำ
บัญชีเงินฝากเดินสะพัด		9104*	.8615*
บัญชีเงินฝากออมทรัพย์			
บัญชีเงินฝากประจำ			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 39 พบว่า ลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากเดินสะพัด มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ (.9104) และมากกว่าลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากประจำ (.8615)

ตาราง 40 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านราคากับประเภทบัญชีเงินฝากกับธนาคารออมสิน

ประเภทบัญชีเงินฝากกับ ธนาคารออมสิน	บัญชีเงินฝาก เดินสะพัด	บัญชีเงินฝากออม ทรัพย์	บัญชีเงินฝาก ประจำ
บัญชีเงินฝากเดินสะพัด		.8958*	.6923*
บัญชีเงินฝากออมทรัพย์			
บัญชีเงินฝากประจำ			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 40 พบว่า ลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากเดินสะพัด มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านราคามากกว่าลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ (.8958) และมากกว่าลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากประจำ (.6923)

ตาราง 41 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านช่องทางการให้บริการกับประเภทบัญชีเงินฝากกับธนาคารออมสิน

ประเภทบัญชีเงินฝากกับ ธนาคารออมสิน	บัญชีเงินฝาก เดินสะพัด	บัญชีเงินฝากออม ทรัพย์	บัญชีเงินฝาก ประจำ
บัญชีเงินฝากเดินสะพัด		.9740*	.8974*
บัญชีเงินฝากออมทรัพย์			
บัญชีเงินฝากประจำ			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 41 พบว่า ลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากเดินสะพัด มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านช่องทางการให้บริการมากกว่าลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ (.9740) และมากกว่าลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากประจำ (.8974)

ตาราง 42 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดกับประเภทบัญชีเงินฝากกับธนาคารออมสิน

ประเภทบัญชีเงินฝากกับ ธนาคารออมสิน	บัญชีเงินฝาก เดินสะพัด	บัญชีเงินฝากออม ทรัพย์	บัญชีเงินฝาก ประจำ
บัญชีเงินฝากเดินสะพัด		.9115*	.9231*
บัญชีเงินฝากออมทรัพย์			
บัญชีเงินฝากประจำ			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 42 พบว่า ลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากเดินสะพัด มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ (.9115) และมากกว่าลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากประจำ (.9231)

ตาราง 43 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านพนักงานให้บริการกับประเภทบัญชีเงินฝากกับธนาคารออมสิน

ประเภทบัญชีเงินฝากกับ ธนาคารออมสิน	บัญชีเงินฝาก เดินสะพัด	บัญชีเงินฝากออม ทรัพย์	บัญชีเงินฝาก ประจำ
บัญชีเงินฝากเดินสะพัด		1.016*	.9128*
บัญชีเงินฝากออมทรัพย์			
บัญชีเงินฝากประจำ			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 43 พบว่า ลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากเดินสะพัด มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านพนักงานให้บริการมากกว่าลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ (1.016) และมากกว่าลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากประจำ (.9128)

ตาราง 44 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านกระบวนการให้บริการกับประเภทบัญชีเงินฝากกับธนาคารออมสิน

ประเภทบัญชีเงินฝากกับ ธนาคารออมสิน	บัญชีเงินฝาก เดินสะพัด	บัญชีเงินฝากออม ทรัพย์	บัญชีเงินฝาก ประจำ
บัญชีเงินฝากเดินสะพัด		.8771*	.6103*
บัญชีเงินฝากออมทรัพย์			
บัญชีเงินฝากประจำ			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 44 พบว่า ลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากเดินสะพัด มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่า ลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ (.8771) และมากกว่าลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากประจำ (.6103)

ตาราง 45 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพกับประเภทบัญชีเงินฝากกับธนาคารออมสิน

ประเภทบัญชีเงินฝากกับ ธนาคารออมสิน	บัญชีเงินฝาก เดินสะพัด	บัญชีเงินฝากออม ทรัพย์	บัญชีเงินฝาก ประจำ
บัญชีเงินฝากเดินสะพัด		.5810*	.6359*
บัญชีเงินฝากออมทรัพย์			
บัญชีเงินฝากประจำ			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 45 พบว่า ลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากเดินสะพัด มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย มากกว่า ลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ (.5810) และมากกว่าลูกค้ำที่มีบัญชีเงินฝากประจำ (.6359)

ตาราง 46 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขา
วังน้อย จำแนกตามเหตุผลที่มาใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	23.659	3	7.886	12.144	.000*
	ภายในกลุ่ม	157.154	242	.649		
	รวม	180.813	245			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	32.984	3	10.995	16.122	.000*
	ภายในกลุ่ม	165.037	242	.682		
	รวม	198.020	245			
3. ด้านช่องทางการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	34.792	3	11.597	15.460	.000*
	ภายในกลุ่ม	181.534	242	.750		
	รวม	216.325	245			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	35.644	3	11.881	17.708	.000*
	ภายในกลุ่ม	162.376	242	.671		
	รวม	198.020	245			
5. ด้านพนักงานให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	41.456	3	13.819	19.627	.000*
	ภายในกลุ่ม	170.381	242	.704		
	รวม	211.837	245			
6. ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	33.501	3	11.167	15.498	.000*
	ภายในกลุ่ม	174.373	242	.721		
	รวม	207.874	245			
7. ด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	42.831	3	14.277	20.449	.000*
	ภายในกลุ่ม	168.962	242	.698		
	รวม	211.793	245			

ตาราง 46 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	41.969	3	13.990	20.991	.000*
	ภายในกลุ่ม	161.283	242	.666		
	รวม	203.252	245			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ($\alpha = 0.05$) ทั้ง 7 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีเหตุผลมาใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน จึงจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 47-53

ตาราง 47 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์กับเหตุผลที่มาใช้บริการ

เหตุผลที่มาใช้บริการ	เป็นที่ยอมรับ น่าเชื่อถือ	พนักงาน ชักชวน	ชอบบริการของ ธนาคาร	เดินทางสะดวก/ ใกล้บ้าน
เป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ				
พนักงานชักชวน	.5234*			.7422*
ชอบบริการของธนาคาร	.5862*			.8050*
เดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 47 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะพนักงานชักชวน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ (.5234) และมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน (.7422) ส่วนลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะชอบบริการของธนาคาร มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ (.5862) และมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน (.8050)

ตาราง 48 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านราคากับเหตุผลที่มาใช้บริการ

เหตุผลที่มาใช้บริการ	เป็นที่ยอมรับ น่าเชื่อถือ	พนักงาน ชักชวน	ชอบบริการของ ธนาคาร	เดินทางสะดวก/ ใกล้บ้าน
เป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ				.3695*
พนักงานชักชวน	.5413*			.9108*
ชอบบริการของธนาคาร	.6027*			.9722*
เดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากราย 48 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านราคามากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน (.3695) ส่วนลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะพนักงานชักชวน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ (.5413) และมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน (.9108) ส่วนลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะชอบบริการของธนาคาร มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ (.6027)

ตาราง 49 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านช่องทางการให้บริการกับเหตุผลที่มาใช้บริการ

เหตุผลที่มาใช้บริการ	เป็นที่ยอมรับ น่าเชื่อถือ	พนักงาน ชักชวน	ชอบบริการของ ธนาคาร	เดินทางสะดวก/ ใกล้บ้าน
เป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ				.4270*
พนักงานชักชวน	.5828*			1.0098*
ชอบบริการของธนาคาร	.5141*			.9411*
เดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 49 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านช่องทางการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน (.4270) ส่วนลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะพนักงานชักชวน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย มากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ (.5828) และมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน (1.0098) ส่วนลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะชอบบริการของธนาคาร มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ (.5141) และมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน (.9411)

ตาราง 50 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดกับเหตุผลที่มาใช้บริการ

เหตุผลที่มาใช้บริการ	เป็นที่ยอมรับ น่าเชื่อถือ	พนักงาน ชักชวน	ชอบบริการของ ธนาคาร	เดินทางสะดวก/ ใกล้บ้าน
เป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ				.4243*
พนักงานชักชวน				
ชอบบริการของธนาคาร	.5432*			.9675*
เดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน	.5797*			1.0041*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 50 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน (.4243) ส่วนลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะชอบบริการของธนาคาร มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย มากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ (.5432) และมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน (.9675) ส่วนที่ลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย มากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ (.5797) และมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน (1.0041)

ตาราง 51 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านพนักงานให้บริการกับเหตุผลที่มาใช้บริการ

เหตุผลที่มาใช้บริการ	เป็นที่ยอมรับ น่าเชื่อถือ	พนักงาน ชักชวน	ชอบบริการของ ธนาคาร	เดินทางสะดวก/ ใกล้บ้าน
เป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ				.4129*
พนักงานชักชวน	.6939*			1.1068*
ชอบบริการของธนาคาร	.5930*			1.0059*
เดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 51 พบว่า ลูกค้ำที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านพนักงานให้บริการมากกว่า ลูกค้ำที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน (.4129) ส่วนลูกค้ำที่มาใช้บริการเพราะพนักงานชักชวน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย มากกว่าลูกค้ำที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ (.6939) และมากกว่าลูกค้ำที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน (1.1068) ส่วนลูกค้ำมาใช้บริการเพราะชอบบริการของธนาคาร มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่า ลูกค้ำที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ (.5930) และมากกว่าลูกค้ำที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน (1.0059)

ตาราง 52 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านกระบวนการให้บริการกับเหตุผลที่มาใช้บริการ

เหตุผลที่มาใช้บริการ	เป็นที่ยอมรับ น่าเชื่อถือ	พนักงาน ชักชวน	ชอบบริการของ ธนาคาร	เดินทางสะดวก/ ใกล้บ้าน
เป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ				.2915*
พนักงานชักชวน	.6620*			.9534*
ชอบบริการของธนาคาร	.6196*			.9110*
เดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 52 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน (.2915) ส่วนลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะพนักงานชักชวน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย มากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ (.6620) และมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน (.9534) ส่วนลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะชอบบริการของธนาคาร มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ (.6196) และมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน (.9110)

ตาราง 53 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่างด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพกับเหตุผลที่มาใช้บริการ

เหตุผลที่มาใช้บริการ	เป็นที่ยอมรับ น่าเชื่อถือ	พนักงาน ชักชวน	ชอบบริการของ ธนาคาร	เดินทางสะดวก/ ใกล้บ้าน
เป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ				.5610*
พนักงานชักชวน	.5611*			1.1221*
ชอบบริการของธนาคาร	.4909*			1.0519*
เดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 53 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน (.5610) ส่วนลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะพนักงานชักชวน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย มากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ (.5611) และมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน (1.1221) ส่วนลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะชอบบริการของธนาคาร มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ (.4909) และมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะเดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน (1.05196)

ตาราง 54 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ
ธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	7.018	2	3.509	4.906	.008*
	ภายในกลุ่ม	173.795	243	.715		
	รวม	180.813	245			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	8.239	2	4.119	5.275	.006*
	ภายในกลุ่ม	189.782	243	.781		
	รวม	198.020	245			
3. ด้านช่องทางการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	6.673	2	3.336	3.867	.022*
	ภายในกลุ่ม	209.653	243	.863		
	รวม	216.325	245			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5.607	2	2.804	3.541	.030*
	ภายในกลุ่ม	192.413	243	.792		
	รวม	198.020	245			
5. ด้านพนักงานให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	6.362	2	3.181	3.762	.025*
	ภายในกลุ่ม	205.475	243	.846		
	รวม	211.837	245			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	8.014	2	4.007	4.872	.008*
	ภายในกลุ่ม	199.860	243	.822		
	รวม	207.874	245			
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	5.414	2	2.707	3.187	.043*
	ภายในกลุ่ม	206.379	243	.849		
	รวม	211.793	245			

ตาราง 54 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	6.513	2	3.257	4.022	.019*
	ภายในกลุ่ม	196.739	243	.810		
	รวม	203.252	245			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 54 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า มีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ($\alpha = 0.05$) ทั้ง 7 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน จึงจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 55-61

ตาราง 55 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์กับจำนวนครั้งที่ให้บริการต่อเดือน

จำนวนครั้งที่ให้บริการต่อเดือน	ไม่เกิน 3 ครั้ง	4 - 8 ครั้ง	มากกว่า 8 ครั้ง
ไม่เกิน 3 ครั้ง			
4 - 8 ครั้ง			
มากกว่า 8 ครั้ง	.5115*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 55 พบว่า ลูกค้าที่มีจำนวนการให้บริการต่อเดือนมากกว่า 8 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าลูกค้าที่มีจำนวนการให้บริการต่อเดือนไม่เกิน 3 ครั้ง (.5115)

ตาราง 56 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านราคากับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน	ไม่เกิน 3 ครั้ง	4 - 8 ครั้ง	มากกว่า 8 ครั้ง
ไม่เกิน 3 ครั้ง			
4 - 8 ครั้ง			
มากกว่า 8 ครั้ง	.5894*	.5000*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 56 พบว่า ลูกค้าที่มีจำนวนการใช้บริการต่อเดือนมากกว่า 8 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านราคามากกว่าลูกค้าที่มีจำนวนการใช้บริการต่อเดือนไม่เกิน 3 ครั้ง (.5894) และมากกว่าลูกค้าที่มีจำนวนการใช้บริการต่อเดือน 7-8 ครั้ง (.5000)

ตาราง 57 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านช่องทางการให้บริการกับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน	ไม่เกิน 3 ครั้ง	4 - 8 ครั้ง	มากกว่า 8 ครั้ง
ไม่เกิน 3 ครั้ง			
4 - 8 ครั้ง			
มากกว่า 8 ครั้ง	.5304*	.4524*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 57 พบว่า ลูกค้าที่มีจำนวนการให้บริการต่อเดือนมากกว่า 8 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านช่องทางการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีจำนวนการให้บริการต่อเดือนไม่เกิน 3 ครั้ง (.5304) และมากกว่าลูกค้าที่มีจำนวนการให้บริการต่อเดือน 7-8 ครั้ง (.4524)

ตาราง 58 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดกับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน	ไม่เกิน 3 ครั้ง	4 - 8 ครั้ง	มากกว่า 8 ครั้ง
ไม่เกิน 3 ครั้ง			
4 - 8 ครั้ง			
มากกว่า 8 ครั้ง	.4853*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 58 พบว่า ลูกค้าที่มีจำนวนการให้บริการต่อเดือนมากกว่า 8 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้าที่มีจำนวนการให้บริการต่อเดือนไม่เกิน 3 ครั้ง (.4853)

ตาราง 59 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านพนักงานให้บริการกับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน	ไม่เกิน 3 ครั้ง	4 - 8 ครั้ง	มากกว่า 8 ครั้ง
ไม่เกิน 3 ครั้ง			
4 - 8 ครั้ง		.5111*	
มากกว่า 8 ครั้ง			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 59 พบว่า ลูกค้ำที่มีจำนวนการให้บริการต่อเดือน 4-8 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านพนักงานให้บริการมากกว่าลูกค้ำที่มีจำนวนการให้บริการต่อเดือนไม่เกิน 3 ครั้ง (.5111)

ตาราง 60 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านกระบวนการให้บริการกับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน	ไม่เกิน 3 ครั้ง	4 - 8 ครั้ง	มากกว่า 8 ครั้ง
ไม่เกิน 3 ครั้ง			
4 - 8 ครั้ง			
มากกว่า 8 ครั้ง		.5463*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 60 พบว่า ลูกค้าที่มีจำนวนการให้บริการต่อเดือนมากกว่า 8 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีจำนวนการให้บริการต่อเดือนไม่เกิน 3 ครั้ง (.5463)

ตาราง 61 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพกับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน	ไม่เกิน 3 ครั้ง	4 - 8 ครั้ง	มากกว่า 8 ครั้ง
ไม่เกิน 3 ครั้ง			
4 - 8 ครั้ง			
มากกว่า 8 ครั้ง	.4654*		

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 61 พบว่า ลูกค้าที่มีจำนวนการใช้บริการต่อเดือนมากกว่า 8 ครั้ง มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้าที่มีจำนวนการใช้บริการต่อเดือนไม่เกิน 3 ครั้ง (.4654)

ตาราง 62 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า ของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จำแนกตามประเภทบริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	6.647	3	2.216	3.079	.028*
	ภายในกลุ่ม	174.166	242	.720		
	รวม	180.813	245			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	9.616	3	3.205	4.117	.007*
	ภายในกลุ่ม	188.404	242	.779		
	รวม	198.020	245			
3. ด้านช่องทางการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	8.484	3	2.828	3.293	.021*
	ภายในกลุ่ม	207.841	242	.859		
	รวม	216.325	245			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4.745	3	1.582	1.981	.117
	ภายในกลุ่ม	193.275	242	.799		
	รวม	198.020	245			
5. ด้านพนักงานให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	9.724	3	3.241	3.881	.010*
	ภายในกลุ่ม	202.114	242	.835		
	รวม	211.837	245			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	9.041	3	3.014	3.668	.013*
	ภายในกลุ่ม	198.833	242	.822		
	รวม	207.874	245			
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	8.178	3	2.726	3.240	.023*
	ภายในกลุ่ม	203.615	242	.841		
	รวม	211.793	245			

ตาราง 62 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	9.705	3	3.235	4.045	.008*
	ภายในกลุ่ม	193.547	242	.800		
	รวม	203.252	245			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 62 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ($\alpha = 0.05$) มี 6 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีประเภทบริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบันต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน จึงจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 63-68

ตาราง 63 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์กับประเภทบริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ประเภทบริการที่ใช้อยู่ ในปัจจุบัน	ด้านเงินฝาก	ด้านสินเชื่อ	ด้านต่างประเทศ	ด้านโอนเงิน/ ชำระค่าสินค้า
ด้านเงินฝาก				
ด้านสินเชื่อ		.3224*		
ด้านต่างประเทศ				
ด้านโอนเงิน/ชำระ ค่าสินค้า				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 63 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินฝาก (.3224)

ตาราง 64 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านราคากับประเภทบริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ประเภทบริการที่ใช้อยู่ ในปัจจุบัน	ด้านเงินฝาก	ด้านสินเชื่อ	ด้านต่างประเทศ	ด้านโอนเงิน/ ชำระค่าสินค้า
ด้านเงินฝาก				
ด้านสินเชื่อ		.3164*		
ด้านต่างประเทศ			.8063*	
ด้านโอนเงิน/ชำระ ค่าสินค้า				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 64 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านราคามากกว่า ลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินฝาก (.3164) ส่วนลูกค้าที่ใช้บริการด้านต่างประเทศ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินฝาก (.8063)

ตาราง 65 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านช่องทางการให้บริการกับประเภทบริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ประเภทบริการที่ใช้อยู่ใน ปัจจุบัน	ด้านเงินฝาก	ด้านสินเชื่อ	ด้านต่างประเทศ	ด้านโอนเงิน/ ชำระค่าสินค้า
ด้านเงินฝาก				
ด้านสินเชื่อ		.3170*		
ด้านต่างประเทศ			.7177*	
ด้านโอนเงิน/ชำระค่าสินค้า				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 65 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านช่องทางการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินฝาก (.3170) ส่วนลูกค้าที่ใช้บริการด้านต่างประเทศ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินฝาก (.7177)

ตาราง 66 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านพนักงานให้บริการกับประเภทบริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ประเภทบริการที่ใช้อยู่ใน ปัจจุบัน	ด้านเงินฝาก	ด้านสินเชื่อ	ด้านต่างประเทศ	ด้านโอนเงิน/ ชำระค่าสินค้า
ด้านเงินฝาก				
ด้านสินเชื่อ		.3415*		
ด้านต่างประเทศ			.7775*	
ด้านโอนเงิน/ชำระค่าสินค้า				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 66 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินฝาก มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านพนักงานให้บริการมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินฝาก (.3415) ส่วนลูกค้าที่ใช้บริการด้านต่างประเทศ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินฝาก (.7775)

ตาราง 67 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านกระบวนการให้บริการกับประเภทบริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ประเภทบริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน	ด้านเงินฝาก	ด้านสินเชื่อ	ด้านต่างประเทศ	ด้านโอนเงิน/ ชำระค่าสินค้า
ด้านเงินฝาก				
ด้านสินเชื่อ		.3417*		
ด้านต่างประเทศ			.7239*	
ด้านโอนเงิน/ชำระค่าสินค้า				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 67 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินฝาก (.3417) ส่วนลูกค้าที่ใช้บริการด้านต่างประเทศ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินฝาก (.7239)

ตาราง 68 การเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
ระหว่างด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพกับประเภทบริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ประเภทบริการที่ใช้อยู่ ในปัจจุบัน	ด้านเงินฝาก	ด้านสินเชื่อ	ด้านต่างประเทศ	ด้านโอนเงิน/ ชำระค่าสินค้า
ด้านเงินฝาก				
ด้านสินเชื่อ	.3169*			
ด้านต่างประเทศ	.6990*			
ด้านโอนเงิน/ชำระ ค่าสินค้า				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 68 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินฝาก (.3169) ส่วนลูกค้าที่ใช้บริการด้านต่างประเทศ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินฝาก (.6990)

ตาราง 69 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า ของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของธนาคาร

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.194	3	.065	.087	.967
	ภายในกลุ่ม	180.619	242	.746		
	รวม	180.813	245			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.077	3	.026	.031	.993
	ภายในกลุ่ม	197.944	242	.818		
	รวม	198.020	245			
3. ด้านช่องทางการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.589	3	.530	.597	.618
	ภายในกลุ่ม	214.737	242	.887		
	รวม	216.325	245			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.629	3	.210	.257	.856
	ภายในกลุ่ม	197.391	242	.816		
	รวม	198.020	245			
5. ด้านพนักงานให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.357	3	.786	.908	.438
	ภายในกลุ่ม	209.481	242	.866		
	รวม	211.837	245			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.816	3	.272	.318	.812
	ภายในกลุ่ม	207.058	242	.856		
	รวม	207.874	245			
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.934	3	.978	1.133	.336
	ภายในกลุ่ม	208.859	242	.863		
	รวม	211.793	245			

ตาราง 69 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.203	3	.401	.480	.696
	ภายในกลุ่ม	202.049	242	.835		
	รวม	203.252	245			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 69 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ($\alpha = 0.05$) ทั้ง 7 ด้าน แสดงว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของธนาคารออมสินต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่แตกต่างกัน