

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงสภาพลักษณะองค์กร กับความพึงพอใจเกี่ยวกับโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขาภูจินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 400 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้การเปลี่ยนแปลงสภาพลักษณะที่มีต่อโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขาภูจินารายณ์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจเกี่ยวกับโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขาภูจินารายณ์ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงสภาพลักษณะ กับความพึงพอใจเกี่ยวกับโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝากของธนาคาร ออมสิน สาขาภูจินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ตามลำดับดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าของคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean)
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
df	แทน	ความเป็นอิสระ

sig	แทน	ค่าความสำคัญทางสถิติ
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
X	แทน	ตัวแปรอิสระ
Y	แทน	ตัวแปรตาม

ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ใช้ในการวิเคราะห์ระดับในการปฏิบัติงาน โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผู้วิจัยได้เสนอผลการศึกษา ตามลำดับดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้การเปลี่ยนแปลงสภาพลักษณะองค์กรที่มีต่อโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูธินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจเกี่ยวกับโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูธินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงสภาพลักษณะองค์กรกับความพึงพอใจเกี่ยวกับโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูธินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์สถานะภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ปรากฏดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวน ร้อยละ ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน รายได้ อาชีพ และระยะเวลาในการใช้บริการกับธนาคารออมสิน สาขาภูธรราชบุรี

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (n = 283)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	168	42
หญิง	232	58
รวม	400	100
2. อายุ		
น้อยกว่า 30 ปี	150	37.50
30 – 35 ปี	73	18.30
36 – 40 ปี	64	16.00
มากกว่า 40 ปี	113	28.30
รวม	400	100
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	249	62.30
ปริญญาตรี	138	34.50
สูงกว่าปริญญาตรี	13	3.30
รวม	400	100
4. ประสบการณ์การทำงาน		
น้อยกว่า 1 ปี	84	21.00
1 – 5 ปี	116	29.00
6 – 10 ปี	50	12.50
มากกว่า 10 ปี	150	37.50
รวม	400	100

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (n = 283)	ร้อยละ
5. รายได้		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	118	29.50
5,000 – 10,000 บาท	174	43.50
10,000 – 20,000 บาท	60	15.00
มากกว่า 20,000 บาท	48	12.00
รวม	400	100
6. อาชีพ		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	59	14.80
พนักงานบริษัท / ลูกจ้าง	76	19.00
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	108	27.00
เกษตรกร	61	15.30
นักเรียน / นักศึกษา	68	17.00
ว่างงาน	28	7.00
รวม	400	100
7. ระยะเวลาในการใช้บริการกับธนาคาร		
ออมสิน สาขาอุบลราชธานี		
น้อยกว่า 1 ปี	69	17.30
1 – 5 ปี	159	39.80
6 – 10 ปี	79	19.80
มากกว่า 10 ปี	93	23.30
	400	100

จากตารางที่ 2 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝากส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58 ตามอายุ มีอายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาด้วย อายุมากกว่า 40 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 ตามระดับการศึกษา ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.30 รองลงมาด้วย ระดับปริญญาตรี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 ตามประสบการณ์ทำงาน มากกว่า 10 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาด้วย ช่วงระหว่าง 1 – 5 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29 ตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 174 คน คิดเป็น ร้อยละ 43.50 รองลงมา เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็น ร้อยละ 29.50 ตามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย จำนวน 108 คน คิดเป็น ร้อยละ 27 รองลงมาด้วยพนักงานบริษัท / ลูกจ้าง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และระยะเวลาในการใช้บริการกับธนาคารออมสิน ช่วงระหว่าง 1-5 ปี จำนวน 159 คน คิดเป็น ร้อยละ 39.80 รองลงมาด้วยระยะเวลามากกว่า 10 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กรของธนาคารออมสิน สาขาอุณิหารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กรที่มีต่อ โครงสร้างการให้บริการเงินฝาก ของธนาคารออมสินสาขาอุณิหารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยจำแนกตาม ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านนโยบายการดำเนินงาน โดยนำเสนอในรูปตาราง วิเคราะห์ ด้วยการหาค่าสถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังแสดงใน ตารางที่ 3-6

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้เกี่ยวกับ การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ องค์กร เป็นภาพรวมและรายด้าน

การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
ด้านบุคลากร	3.31	.88	ปานกลาง
ด้านสถานที่	3.48	.91	ปานกลาง
ด้านนโยบายการดำเนินงาน	3.35	.86	ปานกลาง
รวม	3.38	.88	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กรเป็นภาพรวม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.38$, S.D. = .88) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านสถานที่ ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = .91) ด้านนโยบายการดำเนินงาน ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = .86) และ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = .88) ตามลำดับ

เมื่อนำมาพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถนำเสนอรายละเอียดได้ดังตารางที่ 4 ถึงตารางที่ 6

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร เป็นรายด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
1. พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.57	.81	มาก
2. พนักงานมีกิจกรรมรยาทที่สุภาพอ่อนโยน และนอบน้อมถ่อมตน	3.32	.95	ปานกลาง
3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเอง	3.21	.92	ปานกลาง
4. พนักงานมีความเชื่อมั่นในตัวเอง	3.26	.85	ปานกลาง
5. พนักงานมีความน่าเชื่อถือ เชื่อสัจย์ไว้ใจได้	3.39	.83	ปานกลาง
6. พนักงานมีความชำนาญ ให้บริการได้อย่างรวดเร็วเสมอ	3.25	.89	ปานกลาง
7. พนักงานมีความรอบคอบ และให้บริการถูกต้องแม่นยำ	3.25	.80	ปานกลาง
8. พนักงานมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ	3.38	.93	ปานกลาง

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ด้านบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
9. พนักงานมีความรอบรู้ และรู้จริงในการบริการของ ธนาคารทุกประเภท	3.43	.82	ปานกลาง
10. พนักงานมีความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานเป็น อย่างดี	3.41	.81	ปานกลาง
11. พนักงานมีความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้น ขณะบริการลูกค้าจะได้รับการบริการมากกว่าที่คาดหวัง เสมอ	3.16	.95	ปานกลาง
12. พนักงานมีความเต็มใจที่จะให้การบริการแก่ลูกค้า	3.24	.93	ปานกลาง
13. พนักงานมีการดูแล เอาใจใส่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ทุกคน	3.14	.99	ปานกลาง
รวม	3.31	.88	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กรเป็นรายด้าน
บุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = .88) เมื่อพิจารณาเป็น
รายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง 12 ข้อ และอยู่ในระดับมาก 1 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับ
ความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 5 ลำดับแรก คือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย
($\bar{X} = 3.57$, S.D. = .81) พนักงานมีความรอบรู้ และรู้จริงในการบริการของธนาคารทุกประเภท
($\bar{X} = 3.43$, S.D. = .82) พนักงาน มีความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.41$,
S.D. = .81) พนักงานมีความน่าเชื่อถือ เชื่อสัจย์ไว้ใจได้ ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = .83) และพนักงาน
มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานที่มี ประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = .81) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร เป็นรายด้านสถานที่

ด้านสถานที่	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
1. ตั้งอยู่ใกล้บ้าน	4.03	.85	มาก
2. อยู่ใกล้ที่ทำงาน	3.78	.86	มาก
3. อยู่ในทำเลที่ไปมาสะดวก	4.01	.87	มาก
4. อยู่ในย่านชุมชนและมีสภาพแวดล้อมที่ดี	3.88	.96	มาก
5. มีแผนผังบอกที่ตั้งของธนาคารอย่างชัดเจน	3.70	.96	มาก
6. บรรยากาศภายในธนาคาร (อุณหภูมิของอากาศ)	3.59	.89	มาก
7. ป้ายชื่อธนาคารมีขนาดใหญ่ทำให้สังเกตเห็นได้ง่าย	3.82	.91	มาก
8. มีการตกแต่งภายใน ได้เหมาะสมสวยงาม	3.43	1.04	ปานกลาง
9. มีการตกแต่งภายนอก ได้เหมาะสมสวยงาม	3.34	.92	ปานกลาง
10. ภายในธนาคารมีสภาพที่ไม่แออัด	3.15	.98	ปานกลาง
11. ภายในธนาคารมีแสงสว่างที่เพียงพอ	3.62	.85	มาก
12. ภายในธนาคาร สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย	3.48	.79	ปานกลาง
13. ป้ายบอกเวลาทำการ และป้ายแสดงแผนงานที่ชัดเจน	3.54	.89	มาก
14. ที่จอดรถกว้างขวาง มี รปภ. บริการดูแลความปลอดภัย	2.85	.99	ปานกลาง
15. มีการจัดสถานที่บริการต่าง ๆ เช่น ห้องน้ำ น้ำดื่ม ไว้ให้บริการอย่างเหมาะสม	2.90	.92	ปานกลาง
16. มีเอกสารแนะนำชี้แจง เกี่ยวกับธุรกิจของธนาคาร	3.12	.73	ปานกลาง
17. มีการแจ้งข่าวสารและบริการพิเศษในช่วงเทศกาลต่างๆ ให้ลูกค้าได้ทราบล่วงหน้า	3.13	.94	ปานกลาง
18. จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร และป้ายประกาศของธนาคารที่น่าสนใจ	3.20	.94	ปานกลาง
รวม	3.48	.91	ปานกลาง

จากตารางที่ 5 พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กรเป็นรายด้าน สถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = .91) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 9 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 9 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 5 ลำดับแรก คือ ตั้งอยู่ใกล้บ้าน ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = .85) อยู่ในทำเลที่ไปมาสะดวก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = .87) อยู่ในย่านชุมชนและมีสภาพแวดล้อมที่ดี ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = .96) และ ป้ายชื่อธนาคารมีขนาดใหญ่ทำให้สังเกตได้ง่าย ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = .91) และอยู่ใกล้ที่ทำงาน ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = .86) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร เป็นรายด้านนโยบายการดำเนินการของธนาคาร

ด้านนโยบายการดำเนินการของธนาคาร	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
1. ให้บริการลูกค้าทุกระดับประทับใจ	3.18	.90	ปานกลาง
2. ให้บริการโปร่งใส มีความเชื่อถือได้	3.32	.80	ปานกลาง
3. ให้บริการโดยยึดความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก	3.32	.90	ปานกลาง
4. มีนโยบายให้บริการในรูปแบบใหม่เพื่อใช้ในอนาคต เช่น เครื่องปรับปรุงยอดบัญชี บัตรเครดิต เป็นต้น	3.33	.92	ปานกลาง
5. แม้จะเป็นธนาคารที่เก่าแก่ แต่การดำเนินงานมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาปรับใช้กับหน่วยงานอย่างมีประสิทธิภาพ	3.31	.83	ปานกลาง
6. มีผลงานเป็นที่ยอมรับ และเป็นที่น่าพอใจ	3.40	.88	ปานกลาง
7. มีสถานะทางการเงินที่มีความมั่นคง และมีความน่าเชื่อถือ	3.56	.87	มาก
8. มีการพัฒนาการบริการทั้งด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในสำนักงาน และด้านนโยบายการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	3.41	.80	ปานกลาง
รวม	3.35	.86	ปานกลาง

จากตารางที่ 6 พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กรเป็นรายด้านนโยบายการดำเนินการของธนาคาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = .86) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 7 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 5 ลำดับแรก คือ มีสถานะทางการเงินที่มีความมั่นคงและมีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = .87) ได้มีการพัฒนาการบริการทั้งด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในสำนักงาน และด้านนโยบายการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = .80) มีผลงานเป็นที่ยอมรับ และเป็นที่น่าพอใจ ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = .88) มีนโยบายให้บริการในรูปแบบใหม่เพื่อใช้ในอนาคต เช่น เครื่องปรับอากาศ บัตรเครดิต เป็นต้น ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = .92) ให้บริการโปร่งใส มีความเชื่อถือได้ ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = .90) และให้บริการโดยยึดความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = .80) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูผินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูผินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยจำแนกตาม ด้านการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า โดยนำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์ ด้วยการหาค่าสถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังแสดงในตารางที่ 7 - 12

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจเกี่ยวกับ โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก เป็นภาพรวมและรายด้าน

โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค	3.25	1.06	ปานกลาง
ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	3.19	.99	ปานกลาง
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	3.05	.97	ปานกลาง
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	3.21	.94	ปานกลาง
ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า	3.22	.99	ปานกลาง
รวม	3.18	.99	ปานกลาง

จากตารางที่ 7 พบว่า ความพึงพอใจเกี่ยวกับ โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก เป็นภาพรวมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.18$, S.D. = .99) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 1.06) ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า ($\bar{X} = 3.22$, S.D. = .99) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.21$, S.D. = .94) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ($\bar{X} = 3.19$, S.D. = .99) และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 3.05$, S.D. = .97) ตามลำดับ ซึ่งสามารถแยกเป็นรายด้านดังนี้

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจเกี่ยวกับโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก เป็นรายด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค

ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	3.13	.95	ปานกลาง
2. การบริการแก่ลูกค้าทุกคนโดยไม่มีแบ่งแยกหรือกีดกัน	3.20	1.01	ปานกลาง
3. ในการให้บริการด้านธุรกิจเงินฝากทุกประเภท พนักงานมีการปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างยุติธรรมเสมอ	3.35	1.02	ปานกลาง
4. การบริการแก่ลูกค้าตามลำดับก่อนหลังด้วยความยุติธรรม	3.30	1.18	ปานกลาง
5. พนักงานให้บริการตามลำดับก่อน หลัง	3.27	1.14	ปานกลาง
รวม	3.25	1.06	ปานกลาง

จากตารางที่ 8 พบว่า ความพึงพอใจเกี่ยวกับโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก เป็นรายด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 1.06) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ในการให้บริการด้านธุรกิจเงินฝากทุกประเภท พนักงานมีการปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างยุติธรรมเสมอ ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 1.02) การบริการแก่ลูกค้าตามลำดับก่อนหลังด้วยความยุติธรรม ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 1.18) พนักงานให้บริการตามลำดับก่อน หลัง ($\bar{X} = 3.27$, S.D. = 1.14) การบริการแก่ลูกค้าทุกคนโดยไม่มีแบ่งแยกหรือกีดกัน ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 1.01) และพนักงานให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ($\bar{X} = 3.13$, S.D. = 0.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจเกี่ยวกับ โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก เป็นรายด้านการให้บริการอย่างทันเวลา

ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. พนักงานตรงต่อเวลาที่นัดหมายกับลูกค้าเสมอ	3.12	.88	ปานกลาง
2. ขั้นตอนการให้บริการสำหรับลูกค้าไม่ซับซ้อน ยุ่งยาก	3.20	.83	ปานกลาง
3. พนักงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ วัน และเวลาในการใช้บริการที่ธนาคาร ได้อย่าง ถูกต้อง และชัดเจน	3.22	.84	ปานกลาง
4. ได้รับทราบการประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการรับบริการจากธนาคารอย่างเป็นระบบ	3.30	.95	ปานกลาง
5. พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ตรงกับเวลาที่กำหนด	3.12	.99	ปานกลาง
รวม	3.19	.99	ปานกลาง

จากตารางที่ 9 พบว่า ความพึงพอใจเกี่ยวกับ โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก เป็นรายด้านการให้บริการอย่างทันเวลาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.19$, S.D. = .99) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ได้รับทราบการประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการรับบริการจากธนาคารอย่างเป็นระบบ ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = .95) พนักงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวันและเวลาในการใช้บริการที่ธนาคาร ได้อย่างถูกต้อง และชัดเจน ($\bar{X} = 3.22$, S.D. = .84) ขั้นตอนการให้บริการสำหรับลูกค้าไม่ซับซ้อนยุ่งยาก ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = .83) พนักงานตรงต่อเวลาที่นัดหมายกับลูกค้าเสมอ ($\bar{X} = 3.11$, S.D. = .88) และพนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ตรงกับเวลาที่กำหนด ($\bar{X} = 3.12$, S.D. = .99) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจเกี่ยวกับ โครงสร้าง การให้บริการธุรกิจเงินฝาก เป็นรายด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ

ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. มีพนักงานที่เพียงพอสำหรับการให้บริการด้านธุรกิจเงินฝาก	3.08	1.10	ปานกลาง
2. มีสถานที่ให้บริการสำหรับลูกค้าขณะรอรับบริการ มีความเพียงพอ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ เป็นต้น	3.21	.85	ปานกลาง
3. มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ	2.74	1.06	ปานกลาง
4. มีการจัดเอกสารในการให้บริการเพียงพอสำหรับลูกค้า	3.06	.86	ปานกลาง
5. มีวัสดุและอุปกรณ์ในการให้บริการที่เพียงพอสำหรับลูกค้า เช่น ปากกา กระดาษ บัตรคิว เป็นต้น	3.18	.93	ปานกลาง
6. มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอต่อการให้บริการ	3.05	1.00	ปานกลาง
รวม	3.05	.97	ปานกลาง

จากตารางที่ 10 ความพึงพอใจเกี่ยวกับ โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝากเป็นรายด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.05$, S.D. = .97) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ คือ มีสถานที่ให้บริการสำหรับลูกค้าขณะรอรับบริการ มีความเพียงพอ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ เป็นต้น ($\bar{X} = 3.21$, S.D. = .85) มีวัสดุและอุปกรณ์ในการให้บริการที่เพียงพอสำหรับลูกค้า เช่น ปากกา กระดาษ บัตรคิว เป็นต้น ($\bar{X} = 3.18$, S.D. = .93) มีพนักงานที่เพียงพอสำหรับการให้บริการด้านธุรกิจเงินฝาก ($\bar{X} = 3.08$, S.D. = 1.10) มีการจัดเอกสารในการให้บริการเพียงพอสำหรับลูกค้า ($\bar{X} = 3.06$, S.D. = .86) มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{X} = 3.05$, S.D. = 1.00) และมีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 2.74$, S.D. = 1.06) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจเกี่ยวกับโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก เป็นรายด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. มีการใช้ระบบเทคโนโลยีเข้ามาใช้กับระบบงาน เมื่อลูกค้าไม่สามารถมารับบริการที่ธนาคารโดยตรง	3.24	.88	ปานกลาง
2. มีพนักงานที่ผลัดเวรกันในการให้บริการสำหรับลูกค้าในช่วงเวลาพัก	3.29	.97	ปานกลาง
3. ธนาคารได้จัดพนักงานสำหรับบริการให้คำปรึกษาการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ได้ตลอดเวลา	3.09	.96	ปานกลาง
4. พนักงานมีการอำนวยความสะดวกในระหว่างการเข้ารับบริการอย่างเป็นขั้นตอน	3.16	.89	ปานกลาง
5. มีการพัฒนาระบบฯ เพื่อรองรับการทำงานอย่างต่อเนื่อง	3.25	1.02	ปานกลาง
รวม	3.21	.94	ปานกลาง

จากตารางที่ 11 ความพึงพอใจเกี่ยวกับโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝากเป็นรายด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.21$, S.D. = .94) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ มีพนักงานที่ผลัดเวรกันในการให้บริการสำหรับลูกค้าในช่วงเวลาพัก ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = .97) มีการพัฒนาระบบฯ เพื่อรองรับการทำงานอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 1.02) มีการใช้ระบบเทคโนโลยีเข้ามาใช้กับระบบงาน เมื่อลูกค้าไม่สามารถมารับบริการที่ธนาคารโดยตรง ($\bar{X} = 3.24$, S.D. = .88) พนักงานมีการอำนวยความสะดวกในระหว่างการเข้ารับบริการอย่างเป็นขั้นตอน ($\bar{X} = 3.16$, S.D. = .89) และธนาคารได้จัดพนักงานสำหรับบริการให้คำปรึกษาการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ได้ตลอดเวลา ($\bar{X} = 3.09$, S.D. = .96) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจเกี่ยวกับโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝากเป็นรายด้านกรให้บริการที่มีความก้าวหน้า

ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว	3.28	1.01	ปานกลาง
2. มีการออกโฆษณาการให้บริการของธนาคารในสื่อต่างๆ เป็นประจำ	3.20	1.06	ปานกลาง
3. พนักงานให้บริการตอบปัญหาข้อสงสัยเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงินทุกประเภทผ่านช่องอินเทอร์เน็ต	3.29	.97	ปานกลาง
4. พนักงานมีการลดขั้นตอนในการดำเนินงานให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	3.20	1.03	ปานกลาง
5. พนักงานให้บริการเกี่ยวกับเอกสารสิ่งพิมพ์ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยอยู่เสมอ	3.16	.88	ปานกลาง
6. การนำคำปรึกษาและข้อเสนอแนะจากลูกค้าไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์เสมอ	3.19	.97	ปานกลาง
รวม	3.22	.99	ปานกลาง

จากตารางที่ 12 ความพึงพอใจเกี่ยวกับโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝากเป็นรายด้านกรให้บริการที่มีความก้าวหน้า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.22$, S.D. = .99) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ คือ พนักงานให้บริการตอบปัญหา ข้อสงสัยเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงินทุกประเภทผ่านช่องอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = .97) มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = 1.01) มีการออกโฆษณาการให้บริการของธนาคารในสื่อต่างๆ เป็นประจำ ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 1.06) พนักงานมีการลดขั้นตอนในการดำเนินงานให้กับลูกค้า ได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 1.03)

การนำคำปรึกษาและข้อเสนอแนะจากลูกค้าไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์เสมอ ($\bar{X} = 3.19$, S.D. = .97) และพนักงานให้บริการเกี่ยวกับเอกสารสิ่งพิมพ์ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยอยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.16$, S.D. = .88) ตามลำดับ

4. การทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กรกับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูผินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

การทดสอบเกี่ยวกับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝากของลูกค้า ประกอบด้วย ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านนโยบายการดำเนินงาน ด้านการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า ผู้ศึกษาใช้วิธีการทดสอบโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยวิธี Pearson Product Moment Correlation Coefficient ดังนี้

ตารางที่ 13 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูผินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

รายการ	Pearson's R	Asymp.Std. Error	Approx. T	Approx. Sig
ด้านบุคลากร	.421	.046	.649	.000*
ด้านสถานที่	.355	.047	.600	.000*
ด้านนโยบายการดำเนินงาน	.426	.045	.653	.000*
ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค	.875	.044	.936	.000*
ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	.580	.043	.761	.000*
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	.557	.044	.746	.000*
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	.614	.042	.783	.000*
ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า	.682	.040	.826	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 13 พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กรที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา กุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ($p < .05$) ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านนโยบายการดำเนินงาน ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า

4.1 การทดสอบสหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยวิธี Pearson Correlation หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ซึ่งเป็นการหาระดับความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง โดยที่สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีค่าเป็นบวก หมายความว่า ข้อมูลทั้งสองชุดเปลี่ยนแปลงตามกัน ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีค่าเป็นลบ หมายความว่า ข้อมูลทั้งสองชุดเปลี่ยนแปลงในทางตรงกันข้าม

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา กุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

การรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X)	โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y)									
	ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Y ₁)		ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Y ₂)		ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Y ₃)		ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Y ₄)		ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Y ₅)	
	R.	Sig.	R.	Sig.	R.	Sig.	R.	Sig.	R.	Sig.
ด้านบุคลากร (X ₁)	.717**	.000	.756**	.000	.597**	.000	.667*	.000	.633**	.000
ด้านสถานที่ (X ₂)	.513**	.000	.513**	.000	.712**	.000	.771**	.000	.738**	.000
ด้านนโยบายการดำเนินงาน (X ₃)	.796**	.000	.757**	.000	.673**	.000	.784**	.000	.813**	.000

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสหสัมพันธ์ของตัวแปร การรับรู้ การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร(X) กับ โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ทั้ง 5 ด้าน พบว่า โดยส่วนใหญ่จะมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.513 ,...,0.813 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับ ปานกลางถึงค่อนข้างสูง โดยการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร(X) กับ โครงสร้าง การให้บริการธุรกิจเงินฝาก(Y) คู่ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด ซึ่งสามารถเรียงลำดับ ความสัมพันธ์สูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร(X) ด้าน นโยบายการดำเนินงาน (X₃) กับ โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก(Y) ด้านการให้บริการที่มี ความก้าวหน้า(Y₃) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.813 การรับรู้การเปลี่ยนแปลง ภาพลักษณ์องค์กร ด้านนโยบายการดำเนินงาน (X₃) กับ โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค(Y₄) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.796 และการรับรู้ การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร(X) ด้านนโยบายการดำเนินงาน (X₃) กับ โครงสร้างการ ให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Y₅) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.784

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร กับ โครงสร้าง การให้บริการธุรกิจเงินฝากที่มีค่าความสัมพันธ์ต่ำสุด 3 ลำดับแรก สามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้ คือ การรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร(X) ด้านสถานที่(X₂) กับ โครงสร้างการให้บริการธุรกิจ เงินฝาก(Y) ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค(Y₄) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.513 การรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร(X) ด้านสถานที่(X₂) กับ โครงสร้างการให้บริการธุรกิจ เงินฝาก(Y) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา(Y₂) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.513 และ การรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร(X) ด้านบุคลากร(X₁) กับ โครงสร้างการให้บริการ ธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ(Y₅) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.597

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กรกับ ความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูผินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยจำแนกตามปัจจัยการรับรู้ ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ และด้าน นโยบายการดำเนินงาน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ Pearson Correlation ต่อไปนี้

4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร
ด้านบุคลากร กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก ของลูกค้าธนาคารออมสิน
สาขาภูผินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X)
ด้านบุคลากร (X_1) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y)
ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Y_1) ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูผินารายณ์
จังหวัดกาฬสินธุ์

การรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X)		โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Y_1)
ด้านบุคลากร (X_1)	Pearson Correlation	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	400

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 15 พบว่า ค่าความสัมพันธ์ (r) = 0.717 ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์
ที่ให้ไว้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านบุคลากร
(X_1) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค
(Y_1) มีความสัมพันธ์กัน เชิงบวก (ค่าระหว่าง 1 ถึง -1) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 16 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านบุคลากร (X_1) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Y_2) ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูจินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

การรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X)		โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Y_2)
ด้านบุคลากร (X_1)	Pearson Correlation	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	400

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 16 พบว่า ค่าความสัมพันธ์ (r) = 0.756 ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ให้ไว้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านบุคลากร (X_1) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Y_2) มีความสัมพันธ์กัน เชิงบวก (ค่าระหว่าง 1 ถึง -1) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 17 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านบุคลากร (X_1) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Y_3) ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูจินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

การรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X)		โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Y_3)
ด้านบุคลากร (X_1)	Pearson Correlation	.597**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	400

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 17 พบว่า ค่าความสัมพันธ์ (r) = 0.597 ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ให้ไว้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านบุคลากร (X₁) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Y₁) มีความสัมพันธ์กัน เชิงบวก (ค่าระหว่าง 1 ถึง -1) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 18 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านบุคลากร (X₁) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Y₁) ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูธินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

การรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X)		โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Y ₁)
ด้านบุคลากร (X ₁)	Pearson Correlation	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	400

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 18 พบว่า ค่าความสัมพันธ์ (r) = 0.667 ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ให้ไว้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านบุคลากร (X₁) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Y₁) มีความสัมพันธ์กัน เชิงบวก (ค่าระหว่าง 1 ถึง -1) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 19 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านบุคลากร (X_1) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Y_2) ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาอุบลราชธานี จังหวัดกาฬสินธุ์

การรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X)		โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Y_2)
ด้านบุคลากร (X_1)	Pearson Correlation	.633**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	400

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 19 พบว่า ค่าความสัมพันธ์ (r) = 0.633 ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ให้ไว้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านบุคลากร (X_1) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Y_2) มีความสัมพันธ์กัน เชิงบวก (ค่าระหว่าง 1 ถึง -1) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร ด้านสถานที่ กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาอุบลราชธานี จังหวัดกาฬสินธุ์

ตารางที่ 20 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร(X) ด้านสถานที่ (X_2) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Y_1) ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูธินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

การรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X)		โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Y_1)
ด้านสถานที่ (X_2)	Pearson Correlation	.513**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	400

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 20 พบว่า ค่าความสัมพันธ์ (r) = 0.513 ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ให้ไว้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านสถานที่ (X_2) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Y_1) มีความสัมพันธ์กัน เชิงบวก (ค่าระหว่าง 1 ถึง -1) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 21 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านสถานที่ (X_2) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Y_2) ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูธินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

การรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X)		โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Y_2)
ด้านสถานที่ (X_2)	Pearson Correlation	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	400

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 21 พบว่า ค่าความสัมพันธ์ (r) = 0.703 ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ให้ไว้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านสถานที่ (X₂) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Y₂) มีความสัมพันธ์กัน เชิงบวก (ค่าระหว่าง 1 ถึง -1) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 22 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านสถานที่ (X₂) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Y₃) ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาอุบลราชธานี จังหวัดกาฬสินธุ์

การรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X)		โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Y ₃)
ด้านสถานที่ (X ₂)	Pearson Correlation	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	400

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 22 พบว่า ค่าความสัมพันธ์ (r) = 0.712 ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ให้ไว้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านสถานที่ (X₂) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Y₃) มีความสัมพันธ์กัน เชิงบวก (ค่าระหว่าง 1 ถึง -1) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 23 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร(X) ด้านสถานที่ (X_2) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Y_4) ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูหินร่องกล้า จังหวัดกาฬสินธุ์

การรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X)		โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Y_4)
ด้านสถานที่ (X_2)	Pearson Correlation	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	400

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 23 พบว่า ค่าความสัมพันธ์ (r) = 0.771 ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ให้ไว้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านสถานที่ (X_2) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Y_4) มีความสัมพันธ์กัน เชิงบวก (ค่าระหว่าง 1 ถึง -1) ที่มีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 24 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร(X) ด้านสถานที่ (X_2) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Y_5) ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูหินร่องกล้า จังหวัดกาฬสินธุ์

การรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร(X)		โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Y_5)
ด้านสถานที่ (X_2)	Pearson Correlation	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	400

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 24 พบว่า ค่าความสัมพันธ์ (r) = 0.738 ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ให้ไว้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านสถานที่ (X_2) กับความพึงพอใจโครงการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Y_2) มีความสัมพันธ์กัน เชิงบวก (ค่าระหว่าง 1 ถึง -1) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร ด้านนโยบายการดำเนินงาน กับความพึงพอใจโครงการให้บริการธุรกิจเงินฝาก ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูผินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

ตารางที่ 25 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านนโยบายการดำเนินงาน (X_2) กับความพึงพอใจโครงการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Y_1) ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูผินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

การรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X)		โครงการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Y_1)
ด้านนโยบายการดำเนินงาน (X_2)	Pearson Correlation	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	400

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 25 พบว่า ค่าความสัมพันธ์ (r) = 0.796 ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ให้ไว้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านนโยบายการดำเนินงาน (X_2) กับความพึงพอใจโครงการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Y_1) มีความสัมพันธ์กัน เชิงบวก (ค่าระหว่าง 1 ถึง -1) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 26 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงสภาพลักษณะองค์กร (X) ด้านนโยบายการดำเนินงาน (X_1) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Y_2) ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขากุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

การรับรู้การเปลี่ยนแปลงสภาพลักษณะองค์กร (X)		โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Y_2)	
ด้านนโยบายการดำเนินงาน (X_1)	Pearson	.757**	
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		.000
	N		400

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 26 พบว่า ค่าความสัมพันธ์ (r) = 0.757 ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ให้ไว้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงสภาพลักษณะองค์กร (X) ด้านนโยบายการดำเนินงาน (X_1) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Y_2) มีความสัมพันธ์กัน เชิงบวก (ค่าระหว่าง 1 ถึง -1) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 27 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงสภาพลักษณะองค์กร (X) ด้านนโยบายการดำเนินงาน (X_1) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Y_3) ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขากุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

การรับรู้การเปลี่ยนแปลงสภาพลักษณะองค์กร (X)		โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Y_3)
ด้านนโยบายการดำเนินงาน (X_1)	Pearson Correlation	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	400

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 27 พบว่า ค่าความสัมพันธ์ (r) = 0.673 ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ให้ไว้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านนโยบายการดำเนินงาน (X_2) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Y_2) มีความสัมพันธ์กัน เชิงบวก (ค่าระหว่าง 1 ถึง -1) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านนโยบายการดำเนินงาน (X_2) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Y_2) ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูผินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

การรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X)		โครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Y_2)
ด้านนโยบายการดำเนินงาน (X_2)	Pearson Correlation	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	400

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 28 พบว่า ค่าความสัมพันธ์ (r) = 0.784 ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ให้ไว้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านนโยบายการดำเนินงาน (X_2) กับความพึงพอใจโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Y_2) มีความสัมพันธ์กัน เชิงบวก (ค่าระหว่าง 1 ถึง -1) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 29 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านนโยบายการดำเนินงาน (X_1) กับความพึงพอใจโครงการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Y_1) ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาภูผินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

การรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X)		โครงการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Y_1)
ด้านนโยบายการดำเนินงาน (X_1)	Pearson Correlation	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	400

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 29 พบว่า ค่าความสัมพันธ์ (r) = 0.813 ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ให้ไว้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กร (X) ด้านนโยบายการดำเนินงาน (X_1) กับความพึงพอใจโครงการให้บริการธุรกิจเงินฝาก (Y) ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Y_1) มีความสัมพันธ์กัน เชิงบวก (ค่าระหว่าง 1 ถึง -1) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05