คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี

นางสาวดุษฎี เริ่มกุลชัย

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
พ.ศ. 2560

Service Quality Offered by Employees of Krungthai Card Public Company Limited Central Rattanathibeth, Nonthaburi Province

Miss Dussadee Roemkulchai

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for

the Degree of Master of Business Administration

School of Management Science

Sukhothai Thammathirat Open University

2017

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี
ชื่อและนามสกุล	นางสาวดุษฎี เริ่มกุลชัย
แขนงวิชา	บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา	วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิน ชินะโชติ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2561

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิน ชินะโชติ)

.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ภูริพัฒน์ ชาญกิจ)

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นราธิป ศรีราม)
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี

ผู้ศึกษา นางสาวดุษฎี เริ่มกุลชัย **รหัสนักศึกษา** 2593001148 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิน ชินะโชติ **ปีการศึกษา** 2560

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี และ (2) เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกรรมทุกประเภทกับบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดของคอแครน ในระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย และสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการศึกษาพบว่า (1) ระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านพนักงานเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการบริการ ด้านข้อมูล/ข่าวสาร และอันดับสุดท้ายคือ ด้านอาคารและสถานที่ ตามลำดับ และ (2) ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ เวลาที่สะดวกติดต่อบริษัท และระยะเวลาในการทำธุรกรรมที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนลูกค้าที่มีเพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และประเภทในการทำธุรกรรม โดยภาพรวมที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ คุณภาพการให้บริการ บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนนทบุรี

Independent Study title: Services Quality Offered by Employees of Krungthai Card Public Company Limited Central Rattanathibeth, Nonthaburi Province

Author: Miss Dussadee Roemkulchai; **ID:** 2593001148; **Degree:** Master of Business Administration;

Independent Study advisor: Dr.Pavin Chinachoti, Associate Professor; **Academic year:** 2017

Abstract

The objectives of this study were: (1) to study the service quality by Employees of Krungthai Card Public Company Limited Central Rattanathibeth, Nonthaburi Province; and (2) to compare the service quality by Employees of Krungthai Card Public Company Limited Central Rattanathibeth, Nonthaburi Province classified by the personal factors;

Survey research was used as research methodology. The population was clients who received the service from Employees of Krungthai Card Public Company Limited Central Rattanathibeth, Nonthaburi Province which 400 clients were selected by using random sampling method in the concept of W.G. Cochran to estimate a population total. Questionnaires were used for data collection. The data was analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation, t-Test, F-test, and one-way ANOVA.

The results showed that: (1) service quality by Employees of Krungthai Card Public Company Limited Central Rattanathibeth, Nonthaburi Province in overall were at the good level. When considering in each aspect, it was found that they all were at good level. The employees who provided service to clients had the highest means, and then the lower ranks were service products, service data and information, process, and place of facility, respectively. (2) By comparing opinions on service quality by Employees of Krungthai Card Public Company Limited Central Rattanathibeth, Nonthaburi Province classifying by age, convenient time and the period of receiving service, that clients with different age, convenient time and the period of receiving service had different opinion toward the service quality by Employees of Krungthai Card Public Company Limited Central Rattanathibeth, Nonthaburi Province at the statistically significant level of 0.05. However, they have no different significance opinion toward the service quality in the difference of gender, education, income and type of service.

Keywords: Service quality, Krungthai Card Public Company Limited, Nonthaburi Province

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้ศึกษาได้รับความอนุเคราะห์จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิน ชินะโชติ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ คำปรึกษา ติดตามและตรวจสอบแก้ไข การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้อย่างใกล้ชิดเสมอมา นับตั้งแต่เริ่มต้น จนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อย สมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช น้องๆ แผนกเร่งรัดหนี้สินบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ และให้กำลังใจตลอดมา

สุดท้ายนี้ คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอน้อมบูชาพระคุณบิดา มารดา ตลอดจนบูรพคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอนและชี้แนะแนวทางที่ดี และมีคุณค่าตลอดมาจนกระทั่งประสบความสาเร็จในวันนี้

ดุษฎี เริ่มกุลชัย

สิงหาคม 2561

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ
กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ
สารบัญตาราง ..... ฌ
สารบัญภาพ ..... ฎ
บทที่ 1 บทนำ 1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1
วัตถุประสงค์การศึกษา 3
กรอบแนวคิดการศึกษา 4
สมมติฐานการศึกษา 4
ขอบเขตของการศึกษา 4
นิยามศัพท์เฉพาะ 5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 7
ทฤษฎีและแนวความคิดการให้บริการ 7
ทฤษฎีและแนวความคิดคุณภาพการให้บริการ (Service) 12
ทฤษฎีและแนวความคิดความพึงพอใจ 15
ข้อมูลพื้นฐานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 20
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา 23
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 23
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา 24
การเก็บรวบรวมข้อมูล 26
การวิเคราะห์ข้อมูล 26

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 27
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ 27
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี 31
ส่วนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ 36
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 44
สรุปการศึกษา 44
อภิปรายผล 47
ข้อเสนอแนะ 49
บรรณานุกรม 51
ภาคผนวก 55
ประวัติผู้ศึกษา 61

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ 28
ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี โดยรวม 31
ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ด้านอาคารและสถานที่ 32
ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ด้านพนักงาน 33
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ด้านข้อมูล / ข่าวสาร 34
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ด้านการบริการ 35
ตารางที่ 4.7 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเพศ 36
ตารางที่ 4.8 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอายุ 37
ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการของพนักงาน บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอายุของลูกค้าที่แตกต่างกัน 38
ตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบ คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา 38

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 39
ตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอาชีพ 39
ตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเวลาที่สะดวกติดต่อบริษัท 40
ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกเวลาที่สะดวกติดต่อบริษัทที่แตกต่างกัน 41
ตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเวลาระยะเวลาในการทำธุรกรรม 42
ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการทำธุรกรรมที่แตกต่างกัน 42
ตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามประเภทต่างๆ ในการทำธุรกรรม 43

สารบัญภาพ

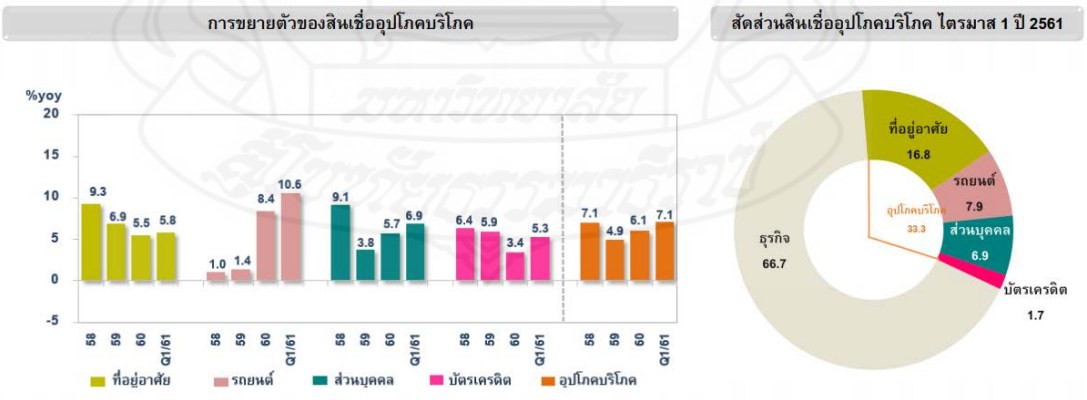
หน้า

ภาพที่ 1.1 สินเชื่ออุปโภคบริโภค: ขยายตัวเพิ่มขึ้นในทุกพอร์ตสินเชื่อ
โดยเฉพาะสินเชื่อรถยนต์ 1
ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดการศึกษา 4

บทที่ 1
บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันแนวโน้มการเติบโตของบัตรเครดิตมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยสังเกตได้จากในสังคมปัจจุบันบัตรเครดิตได้เข้ามามีบทบาทในการดำรงชีวิตของประชาชน เนื่องจากเป็นสินเชื่อที่เข้าถึงง่าย เป็นที่นิยมกันอย่างกว้างขวาง และเกี่ยวข้องกับประชาชนจำนวนมาก โดยพิจารณาได้จากจำนวนผู้ถือบัตรเครดิตที่มีปริมาณเพิ่มขึ้น และปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และเมื่อพิจารณาข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทยผลการดำเนินงานของระบบธนาคารพาณิชย์ ไตรมาส 1 ปี 2561 พบว่า สินเชื่ออุปโภคบริโภค (ร้อยละ 33.3 ของสินเชื่อรวม) ขยายตัวเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 7.1 จากทุกพอร์ตสินเชื่อ โดยเฉพาะสินเชื่อรถยนต์ที่เร่งขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 10.6 สอดคล้องกับยอดขายรถยนต์เชิงพาณิชย์ และรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่เติบโตต่อเนื่องหลังสิ้นสุดระยะเวลาการถือครองรถยนต์คันแรก 5 ปี ประกอบกับการเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่จำนวนมาก สำหรับสินเชื่อที่อยู่อาศัย สินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล ขยายตัวได้ที่ร้อยละ 5.8, 5.3 และ 6.9 ตามลำดับ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)



ภาพที่ 1.1 สินเชื่ออุปโภคบริโภค: ขยายตัวเพิ่มขึ้นในทุกพอร์ตสินเชื่อโดยเฉพาะสินเชื่อรถยนต์

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (ไตรมาส 1 ปี 2561: 6)

ประเทศไทยมีบริษัทผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตจำนวนมาก ทั้งในส่วนที่เป็นสถาบันการเงิน และสถาบันการเงินภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย ระบุว่าจำนวนบัตรเครดิต ณ สิ้นปี 2560 มีมากกว่า 20 ล้านใบ แสดงให้เห็นถึงความนิยมในการใช้บัตรเครดิต และในส่วนของผู้ประกอบธุรกิจจะมีการออกแบบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตต่างๆ มากมายรวมถึงกิจกรรมการส่งเสริมการขาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ถือบัตร เช่น มีความหลากหลายของหน้าบัตรและกำหนดสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้ลูกค้าเลือกตามความต้องการ เพียงแค่ผู้ถือบัตรใช้จ่ายผ่านบัตร ก็รับสิทธิพิเศษไปได้เลย ซึ่งในทุกวันนี้เราจะเห็นโฆษณาต่างๆ ของร้านค้า ที่เชื้อเชิญให้ผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารต่างๆ ได้เข้าร่วมกิจกรรมรับส่วนลดจากห้างร้าน หรือร้านค้า โดยส่วนลดอาจจะเป็นในรูปแบบของส่วนลดเงินสดจากราคาสินค้า หรือเงินสด คืนเข้าบัญชีบัตรเครดิต ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของบัตรแต่ละประเภทจะกำหนดไว้เป็นต้น แต่สิ่งที่ผู้ถือบัตรหรือผู้รับบริการต้องการมากกว่าเรื่องของกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือสิทธิประโยชน์ คือ ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ ดังนั้น การพัฒนารูปแบบการบริการที่หลากหลาย เพื่อให้ได้บริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ การให้บริการที่เป็นเลิศ จะนำไปสู่ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ จะสะท้อนถึงผลลัพธ์ทางธุรกิจในรูปผลกำไร ความชื่นชมของสังคม และเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อแบรนด์ขององค์กร ดังนั้น หากองค์กรใดสามารถสร้างการบริการที่โดดเด่นและแตกต่าง รวมทั้งสร้างความผูกพันในการบริการในระยะยาว และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าได้ จะทำให้องค์กรนั้นได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า และ มีความผูกพันกับองค์กรเราเสมือนเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของเขา ดังนั้น บริษัทผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคลต่างๆ จึงให้ความสนใจกับการปรับกลยุทธ์งานบริการมากขึ้น จึงนำมาซึ่งนโยบายการตลาดสมัยใหม่ที่มีผู้บริโภคเป็นตัวนำ (Customer orientation marketing driven) เพื่อหาวิธีการและแนวทางในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพและครองส่วนแบ่งตลาดให้ได้มากที่สุด (อำนวยพร มณีงาม, 2542: 2)

นอกเหนือจากบริษัทผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตต่างๆ จะต้องมีประสิทธิภาพและมีความมั่นคงในการบริการแล้ว บริษัทจะต้องมีความสามารถในการปรับตัวให้เหมาะสมและทันท่วงที ต่อสภาพแวดล้อมทางการเงินทั้งในและนอกประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นว่าการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ถ้าทำให้ถูกต้องและทันเวลาจะนำมาซึ่งการปรับปรุงพัฒนาระบบการปฏิบัติงานให้ดีขึ้นมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และช่วยกระตุ้นให้พนักงานมีจิตสำนึกในเรื่องการให้บริการมีคุณภาพมากขึ้นทั้งในด้านคุณภาพของ

การให้บริการและคุณภาพของงาน รวมทั้งให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของบุคคลภายนอก จะส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อบริษัทเพื่อสร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่ง รวมทั้งตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

บริษัท บัตรกรุงไทย (จำกัด) มหาชน “บริษัท” หรือ “KTC” เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจบัตรเครดิต ธุรกิจสินเชื่อบุคคล (Personal Loan) ธุรกิจบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค ผู้ให้บริการ การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่พบกับภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรง ซึ่ง บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้มีการปรับแผนสิทธิประโยชน์สำหรับผู้ถือบัตรมาอย่างต่อเนื่อง เพราะมั่นใจว่าจะเป็นกลยุทธ์ในการขยายตลาดลูกค้าใหม่ และวางแนวคิดในการให้บริการที่ดีเพื่อ เป็นกลยุทธ์ในการรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและสำคัญอย่างมาก สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัด เป็นสาขาหนึ่งของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่ให้บริการกับลูกค้าทั่วไปหรือลูกค้าของบริษัทฯ ที่ต้องการทำธุรกรรมต่างๆ กับบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เช่น การชำระเงิน สอบถามผลิตภัณฑ์ เบิกถอนเงินสด รวมถึงสมัครสินเชื่อดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี” ซึ่งเป็นสถานที่ให้บริการกับลูกค้าผู้ถือบัตรเครดิต หรือผู้ที่สนใจในผลิตภัณฑ์ของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สามารถติดต่อขอรับบริการต่างๆ ได้ เพื่อนำการศึกษาที่ได้ไปเป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาการให้บริการของบริษัทต่อไป

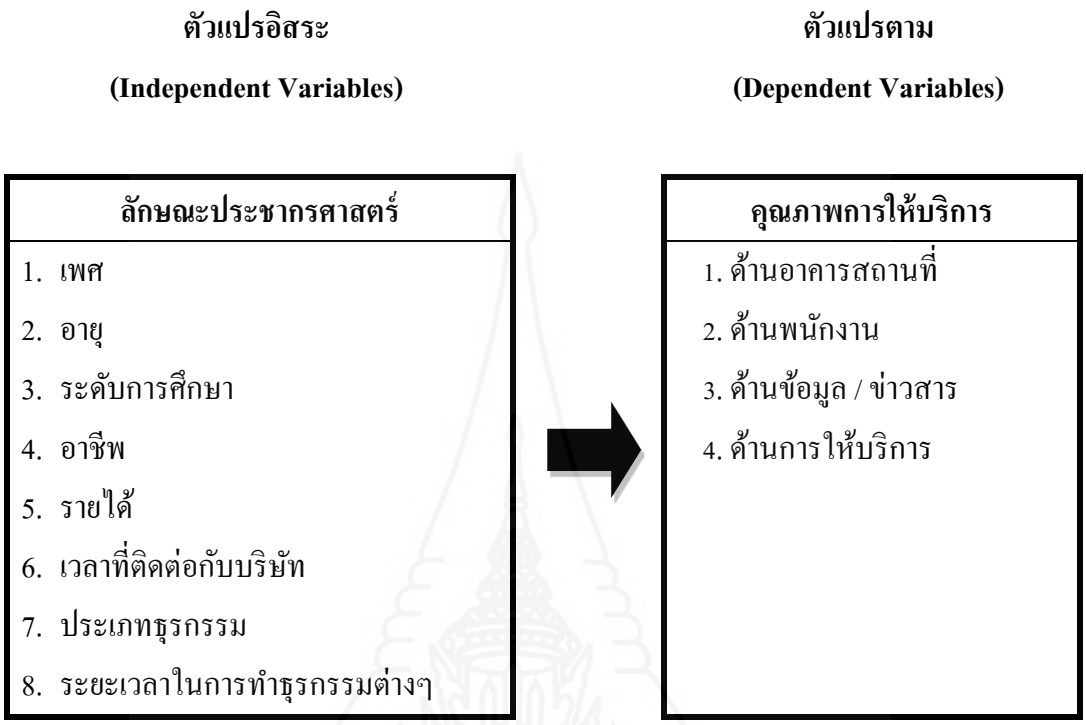
2. วัตถุประสงค์การศึกษา

การศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ผู้ศึกษากำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี

2.2 เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

3. กรอบแนวคิดการศึกษา



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดการศึกษา

4. สมมติฐานการศึกษา

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกัน

5. ขอบเขตของการศึกษา

5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี โดยจำแนกการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการศึกษาข้อมูลทั่วไปของประชากรที่มารับบริการ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ เวลาที่สะดวกติดต่อบริษัท ระยะเวลาในการทำธุรกรรม และประเภทในการทำธุรกรรม ส่วนที่สอง ทำการศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของ

พนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี โดยจำแนกตามด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านข้อมูล / ข่าวสาร และด้านการให้บริการ

5.2 ขอบเขตการศึกษาด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกรรมทุกประเภทกับบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง Cochran จำนวน 400 ตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling)

5.3 ขอบเขตด้านเวลา ระหว่างเดือน มีนาคม – มิถุนายน 2561

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้ศึกษาได้กำหนดคำนิยามศัพท์เฉพาะในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่

6.1 บัตรเครดิต หมายถึง บัตรพลาสติกที่มีชิพและแท็ปแม่เหล็ก ที่ทาง KTC ได้เป็นผู้ออกบัตรให้กับลูกค้า ซึ่งสามารถใช้ซื้อสินค้าแทนเงินสด และสามารถใช้เบิกถอนเงินสดจากตู้เอทีเอ็มได้ตามวงเงินที่ลูกค้าแต่ละท่านได้รับ

6.2 ลูกค้า หมายถึง ผู้ใช้บริการบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี

6.3 พนักงาน หมายถึง พนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี

6.4 ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของลูกค้าหลังได้รับการบริการหรือระหว่างการใช้บริการได้บรรลุเป้าหมาย หรือได้รับการบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง หรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งอาจสังเกตได้จากการแสดงออกทางสายตา คำพูด หรือพฤติกรรมต่างๆ

6.5 ความพึงพอใจด้านอาคารสถานที่ หมายถึง ลูกค้ารู้สึกประทับใจ หรือชอบการจัดอาคารสถานที่ของบริษัท สถานที่มีความกว้างขวาง สถานที่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย มีแสงสว่างเพียงพอ ไม่มีเสียงดังรบกวน ที่นั่งรอรับบริการมีเพียงพอ ระบบรักษาความปลอดภัยมีความน่าเชื่อถือ ป้ายบอกบริการต่างๆ มีความชัดเจน ตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางมาติดต่อสะดวก

6.6 ความพึงพอใจด้านพนักงาน หมายถึง ลูกค้ารู้สึกประทับใจ หรือชอบพนักงานผู้ให้บริการ ในด้านบุคลิกภาพ การแต่งกาย การใช้น้ำเสียง กิริยามารยาท การมีอัธยาศัยไมตรี ความกระตือรือร้นในการให้บริการ การเตรียมพร้อมในการให้บริการลูกค้า การเอาใจใส่ดูแล ความรู้ความสามาถในการให้บริการ จำนวนพนักงานในการให้บริการมีเพียงพอ มีการกล่าวทักทาย สวัสดี

และขอบคุณ พนักงานมีมารยาทในการพูดจากับลูกค้า พนักงานมีความรอบรู้ในผลิตภัณฑ์ รวมถึงพนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน และพนักงานมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการ

6.7 ความพึงพอใจด้านข้อมูล/ข่าวสาร หมายถึง ลูกค้ารู้สึกประทับใจ หรือชอบต่อการได้รับข้อมูล/ข่าวสารของบริษัท ข้อมูลของบริษัทมีความทันสมัย เป็นปัจจุบัน ข้อมูลมีความถูกต้องน่าเชื่อถือ การเผยแพร่ข้อมูลทันต่อเวลา/เหตุการณ์ พนักงานสามารถให้ข้อมูลต่างๆ ได้ดี ข้อมูลต่างๆ มีความชัดเจน เข้าใจได้ง่าย รวมถึงความพร้อมของพนักงานในการให้บริการ

6.8 ความพึงพอใจด้านการบริการ หมายถึง ลูกค้าประทับใจ หรือชอบต่อขั้นตอนการดำเนินการในการให้บริการกับลูกค้า ความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ ความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ ความคล่องตัวของขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการ การได้รับความช่วยเหลือและแก้ไขในกรณีเกิดปัญหา การได้รับการผ่อนผันและยืดหยุ่นในกฎ ระเบียบ และวิธีปฏิบัติของบริษัท ความเท่าเทียมกันในการให้บริการ การบริการลูกค้าสม่ำเสมอและทั่วถึง ความรวดเร็วในการให้บริการ เวลาเปิด – ปิดของบริษัทมีความเหมาะสม การรักษาข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้า มีความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ รวมถึงการให้ความสำคัญกับลูกค้าของบริษัทเป็นลำดับแรก

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ผลการศึกษาที่ได้รับสามารถนำไปประกอบการตัดสินใจเพื่อพัฒนาปรับปรุงการให้บริการต่อลูกค้าต่อไป

7.2. ผลการศึกษาสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7.3. ผลการศึกษาสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางด้านการให้บริการกับ บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาอื่นต่อไป

บทที่ 2
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี” ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้ ดังนี้

1. ทฤษฎีและแนวความคิดการให้บริการ
2. ทฤษฎีและแนวความคิดคุณภาพการให้บริการ
3. ทฤษฎีและแนวความคิดความพึงพอใจ
4. ข้อมูลพื้นฐานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีและแนวความคิดการให้บริการ

1.1 ความหมาย

การบริการ (Service) คือ การให้ความช่วยเหลืออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น ซึ่งการบริการที่ดี ผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจประทับใจ ซึ่งถือได้ว่าเป็นหัวใจหลักของการบริการ ไม่ว่าจะเป็นทั้งภาครัฐและเอกชน สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการมีผู้ให้แนวคิดไว้หลายท่าน

สมิต สัชฌุกร (2554: 38 - 39) ได้ให้ความหมายของการบริการคือ มาตรฐานการต้อนรับการบริการสามารถตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลของผู้รับบริการได้ ทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และจิตใจ กล่าวคือ การบริการทำให้ผู้รับบริการเกิดความสะดวกสบาย มีความสุขและประทับใจ ซึ่งประกอบด้วย

1) การจัดสถานที่
   (1) ต้องมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและรักษาความสะอาด
   (2) ต้องให้ความสะดวกสบายกับลูกค้า ด้านการพักและรับรอง
   (3) ต้องมีความเป็นสัดส่วนและเหมาะสมแก่ผู้มาติดต่อ
   (4) ต้องมีผู้รับผิดชอบดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อย
   (5) ต้องมีป้ายบอกชื่อสถานที่

2) การแต่งกาย

(1) ต้องสะอาด สุภาพ และเรียบร้อย

(2) ต้องเหมาะสมกับกาลเทศะ และลักษณะงานที่ทำ

(3) ต้องมีป้ายชื่อตัวและหน่วยงาน/บริษัทฯ

3) การกล่าวต้อนรับ

(1) ต้องมีการไหว้ และกล่าวคำ “สวัสดี” เป็นการต้อนรับ

(2) ต้องกล่าวทักทายอย่างสุภาพ และเหมาะสม

(3) ต้องพูดอย่างสุภาพและมีหางเสียง

(4) ต้องแสดงออกอย่างให้เกียรติกับลูกค้า

(5) ต้องมีความสนใจ และเอาใจใส่ลูกค้า

4) การแสดงน้ำใจ

(1) ต้องแสดงออกทางสีหน้า อย่างยิ้มแย้ม

(2) ต้องสอบถามลูกค้า มีความต้องการรับบริการ หรือ ให้ช่วยได้ด้านใดบ้าง

(3) ต้องไม่แสดงออกทางกิริยา ว่าไม่พอใจในคำขอร้อง / คำต่อว่าจากลูกค้า

5) การรับรู้ถึงความต้องการ

(1) ต้องสอบถามผู้มาติดต่อให้ชัดเจนว่า มีความต้องการอย่างไร

(2) ต้องลูกค้าอย่างตั้งใจ

(3) ต้องทบทวนคำพูดเพื่อนแสดงความเข้าใจที่ตรงกัน

6) การตอบสนองความต้องการ

(1) ต้องปฏิบัติตามคำร้องขออย่างเต็มใจและรวดเร็ว

(2) ต้องสามารถให้ข้อมูลอย่างตั้งใจ

(3) ต้องปฏิเสธอย่างสุภาพนุ่มนวลสมเหตุสมผล ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามความประสงค์

(4) ต้องรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า

7) การกล่าวอำลา

(1) ต้องกล่าวคำขอบคุณ

(2) ต้องกล่าวคำขอโทษ ในกรณีที่มีการต้อนรับที่ไม่เรียบร้อย

(3) ต้องกล่าวคำเชิญชวนให้ลูกค้ามาใช้บริการอีก

(4) ต้องไหว้ และกล่าวคำ “สวัสดี” ก่อนลาจาก

ความหมายของธุรกิจบริการ

ในประเทศที่พัฒนาแล้ว ธุรกิจบริการได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วจนอาจจะเรียกว่าเป็น “อุตสาหกรรมการบริการ” ธุรกิจบริการ อาจแยกพิจารณาเป็นคำว่า “ธุรกิจ” และ “บริการ” พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554) ให้ความหมายของคำว่า “ธุรกิจ” และ “บริการ” ไว้ดังนี้

“ธุรกิจ” หมายถึง “การงานประจำเกี่ยวกับอาชีพค้าขาย หรือกิจการอย่างอื่นที่สำคัญและที่ไม่ใช่ราชการ” ดังนั้น ธุรกิจจึงอาจเป็นหน่วยงานหรือองค์กรเอกชนซึ่งจัดตั้งขึ้นมาเพื่อประกอบกิจการเพื่อมุ่งการค้าหากำไร

“บริการ” หมายถึง “การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ” ดังนั้นบริการจึงหมายถึง สิ่งที่เราจับต้องไม่ได้ แต่สามารถซื้อขายได้ เช่น บริการทางการศึกษา บริการทางการแพทย์ เป็นต้น

ดังนั้น ธุรกิจบริการที่กล่าวถึงนี้ จึงหมายถึง หน่วยงานหรือองค์การที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้หรือขายบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหากำไร ซึ่งการให้หรือขายบริการดังกล่าวอาจจะเป็นการให้หรือขายโดยตรงสู่ลูกค้า หรือโดยทางอ้อม หรือโดยต่อเนื่องก็ได้

อรวรรณ สีหาจ่อง (2556: 38) กล่าวว่า การให้บริการเป็นแนวทางการปฏิบัติงานทำตามความต้องการของผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือปฏิบัติงานต่อผู้ใช้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน ยึดหลักความสะดวกของผู้รับบริการ

1.2 ลักษณะของการบริการ

การศึกษาเกี่ยวกับการบริการนั้นจำเป็นจะต้องศึกษาถึงลักษณะของการบริการ (Service Characteristics) เนื่องจากบริการมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสินค้า (Product) อยู่หลายประการ

วิมลรัตน์ สังข์เลี่ยมทอง (2555) ได้กล่าวถึง ลักษณะเฉพาะของบริการที่แตกต่างจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไป

1) สาระสำคัญของการไว้วางใจ

การบริการเป็นการกระทำ หรือกิจกรรมที่ผู้ให้บริการ ปฏิบัติต่อผู้รับบริการในขณะที่มีขั้นตอนการบริการเกิดขึ้นจริง ผู้ซื้อ / ผู้รับบริการจะไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ว่าจะมีการปฏิบัติต่อตนเช่นไร จนกว่าจะมีกิจกรรมการบริการเกิดขึ้น การตัดสินใจซื้อการบริการจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ ซึ่งมีข้อแตกต่างจากการซื้อสินค้าโดยทั่วไป ที่ผู้บริโภคสามารถจะหยิบจับตรวจดูคุณภาพสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจเลือกซื้อได้ การบริการจะทำได้ในลักษณะของการให้คำอธิบายกับสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับ , การรับประกันในคุณภาพ หรือ การอ้างอิงในประสบการณ์ที่ผู้อื่นได้เคยมาใช้บริการแล้ว

2) สิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้

การบริการมีลักษณะเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ และไม่สามารถสัมผัสก่อนที่จะมีการซื้อเกิดขึ้น กล่าวคือ ผู้ซื้อหรือลูกค้า ไม่อาจรับรู้การบริการล่วงหน้าก่อนที่จะตกลงใจซื้อ เหมือนกับการซื้อสินค้าทั่วไป นอกจากนั้นการซื้อบริการเป็นการซื้อที่ไม่สามารถจับต้องได้ เพียงแต่อาศัย ความคิด ประสบการณ์เดิมที่ได้รับ และ เจตคติ ประกอบการตัดสินใจซื้อการบริการนั้นๆ โดยผู้ซื้อ อาจกำหนดหลักเกณฑ์ของคุณภาพหรือประโยชน์ที่ตนควรได้รับ แล้วจึงตัดสินใจเลือกซื้อบริการ ที่ตรงกับความต้องการ

3) ลักษณะที่ไม่สามารถแบ่งแยกออกจากกันได้

การบริการ มีลักษณะที่ไม่สามารถแยกออกจากตัวบุคคล หรืออุปกรณ์เครื่องมือที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการหรือผู้ขายบริการนั้นๆ ได้ การผลิต การบริโภค การบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับการขายบริการ ซึ่งจะแตกต่างกับตัวสินค้าที่มีการผลิต การขายสินค้าและจึงเกิดการบริโภคภายหลัง นอกจากนี้การดำเนินการบริการไม่สามารถแบ่งแยกส่วนประกอบในตัวเองออกจากกัน เหมือนเช่นการผลิตสินค้าโดยทั่วไปได้ ผู้ให้บริการจะทำหน้าที่เป็นผู้ขายบริการโดยตรงให้กับผู้บริโภค ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่เริ่มการให้บริการจนกระทั่งการให้บริการนั้นสิ้นสุดลง ทั้งนี้ผู้บริโภคจะมีส่วนร่วมกับกระบวนการให้บริการโดยการทำหน้าที่เป็นผู้รับบริการจากผู้ให้บริการในเวลาเดียวกัน เนื่องจากการบริการที่มีลักษณะที่ลักษณะที่ไม่สามารถแบ่งแยกออกจากกันได้ อาจทำให้มีข้อจำกัดเกี่ยวกับเรื่องของปริมาณการขายและขอบเขตการบริการ ซึ่งบางกรณีการบริการจำเป็นต้องมี ผู้ให้บริการอยู่ตลอดเวลา เช่น ลักษณะของการขายตรงจากผู้ขายไปยังผู้ซื้อ หรือ กรณีให้ตัวแทนเป็นสื่อกลางในการติดต่อกับผู้ขายหรือผู้ให้บริการ กับผู้ซื้อหรือผู้รับ นอกจากนี้อาจใช้วิธีพัฒนาคุณภาพการบริการให้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลาย หรือจัดบริการลูกค้ากลุ่มใหญ่และฝึกฝนให้มีผู้บริการที่มีความสามารถมากขึ้น

4) ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่

การบริการมีลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานได้แน่นอน เนื่องจากการบริการแต่ละแบบขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ละคน ซึ่งจะมีวิธีการในการให้บริการเป็นลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล การให้บริการที่ต่างวาระกันแม้จะเป็นการบริการลักษณะเดียวกันและจากผู้ให้บริการคนเดียวกัน คุณภาพของการบริการก็สามารถแตกต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้รับบริการ , ผู้ให้บริการ , ช่วงเวลาในการรับบริการ และสภาพแวดล้อมในขณะที่บริการแตกต่างกัน เนื่องจากการบริการมีความหลากหลายและผันแปรไปตามปัจจัยหลายอย่าง จึงเป็นการยากที่จะกำหนดมาตรฐานในการบริการเป็นแบบเดียวกัน ถึงแม้จะมีการกำหนด ให้การบริการทำเป็นระบบการทำงานเช่นเดียวกับการบริการที่เกี่ยวกับ การประกันชีวิต การบริการบนเครื่องบิน การบริการในธนาคาร

เป็นต้น การให้บริการก็มีความแตกต่างกันได้ ดังนั้น การบริการควรให้ความสำคัญในการคัดเลือกบุคลากร ที่ควรจะต้องมีคุณสมบัติเหมาะสมกับลักษณะงาน และการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอเป็นเรื่องที่มีความจำเป็น รวมทั้งการกำหนดมาตรฐานการให้บริการเป็นพิเศษ เช่น การรับประกันมาตรฐานการบริการ การเปิดรับฟังคำติชม , ข้อคิดเห็น , การเสนอบริการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นต้น เพื่อให้แน่ใจในคุณภาพและความสม่ำเสมอของการบริการ

5) ลักษณะที่เก็บรักษาไว้ไม่ได้

การบริการมีลักษณะที่เก็บรักษาไว้ไม่ได้ หรือไม่สามารถเก็บสำรองไว้เหมือนกับสินค้าโดยทั่วๆ ไป เมื่อไม่เกิดความต้องการใช้บริการก็จะเกิดเป็นความสูญเปล่า ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูง เพราะต้องขึ้นอยู่กับความต้องการใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา เนื่องจากความต้องการใช้บริการมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ดังนั้นการบริการจำเป็นที่จะต้องมีจัดเตรียมความพร้อมเพื่อการบริการอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากไม่สามารถคาดเดาได้ว่าผู้รับบริการจะมารับบริการในเวลาใด ในกรณีที่ไม่มีผู้มาใช้บริการการจัดเตรียมในลักษณะเช่นนี้ เป็นลักษณะของการสูญเปล่า แต่เป็นเรื่องที่ต้องกระทำเพราะไม่สามารถคาดคะเนความต้องการของผู้ใช้บริการได้ การรักษาความสมดุลของลูกค้า จำเป็นต้องมีการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อหาวิธีชักจูงลูกค้าให้มาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ เช่น การลดอัตราค่าโดยสารสำหรับเด็กที่เดินทางมากับผู้ปกครองในวันอาทิตย์ หรือการบริการรับส่งผู้โดยสารจากสถานีรถไฟฟ้า เป็นต้น

6) ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้

การบริการมีลักษณะที่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ เมื่อเกิดการซื้อบริการขึ้น ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปอย่างชัดเจนเมื่อผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อสินค้าใด ก็จะเป็นเจ้าของสินค้านั้นทันที ในขณะที่ผู้จ่ายเงินซื้อบริการใดก็จะเป็นค่าบริการนั้นที่ผู้ซื้อจะได้รับตามเงื่อนไขของการบริการแต่ละประเภท เพราะการบริการไม่ใช่สิ่งของ แต่เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการของการกระทำนั้น เนื่องจากการซื้อบริการเป็นการแสดงความต้องการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกในช่วงเวลา ผู้ใช้บริการจ่ายเงินค่าบริการที่ได้รับไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของสิ่งที่ได้รับได้ การเน้นประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการจะได้รับความสะดวกสบาย หรือการเสียค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่า จะช่วยจูงใจให้เห็นความสาคัญของการซื้อบริการลักษณะต่างๆ ได้

การบริการ (Service) จึงหมายถึงสินค้าที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องได้ เหมือนสินค้า (Goods) การขายจึงเป็นรูปแบบของกระบวนการปฏิบัติงานอย่างใดอย่างหนึ่งให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยที่กลุ่มเป้าหมายไม่สามารถเป็นเจ้าของบริการเหมือนกับเป็นเจ้าของสินค้าได้ ทำให้การประเมินคุณค่าของบริการทำได้ยากกว่าการประเมินคุณค่าของสินค้าที่มีตัวตน

ความเชื่อระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายจึงมีความสาคัญอย่างมาก นอกจากนั้นจะพบว่าการบริการจะมีความแตกต่าง และยากที่จะทำให้เหมือนกันได้ทุกครั้ง

ผู้ให้บริการ คือ ผู้ที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการให้บริการ ในที่นี้มีหน้าที่หลักๆ คือ การส่งมอบบริการที่ดีที่สุด เป็นเลิศที่สุดให้แก่ผู้รับบริการ โดยที่ผู้รับบริการนั้นจะต้องได้รับความพึงพอใจมากที่สุดด้วยเช่นกัน ในการให้บริการนี้เองผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการบริการสามารถที่จะส่งมอบการบริการต่างๆ ไปยังผู้รับบริการได้หลายวิธี โดยให้บริการด้วยตนเอง ให้บริการผ่านพนักงานหรือการให้บริการผ่านเครื่องอัตโนมัติ ไม่ว่าจะเป็นการส่งมอบการบริการด้วยวิธีใดก็ตาม การบริการนั้นจะต้องระวังเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเกิดขึ้น ณ เวลาที่ผู้รับบริการใช้บริการนั้นเอง ดังนั้นการบริการที่ส่งมอบไปยังผู้รับบริการจึงจำเป็นที่จะต้องดีที่สุดเท่าที่จะทำได้

ผู้รับบริการ คือ ผู้บริโภคที่ได้เข้ามาใช้บริการต่างๆ ที่ผู้ให้บริการจัดให้มีไว้ ณ จุดที่บริการถือได้ว่าผู้รับบริการเป็นผู้ที่สร้างรายได้ และกำหนดทิศทางอนาคตของธุรกิจบริการนั้นๆ ผู้รับบริการสามารถที่จะบอกได้ว่าธุรกิจจะสามารถอยู่รอดได้มากน้อยเพียงใด สังเกตได้จากความสัมพันธ์อันดีระหว่าง ผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ และความสามารถของผู้ให้บริการในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้มากน้อยเพียงใด การที่ผู้รับบริการเป็นผู้ที่กำหนดทิศทางในการดำเนินธุรกิจการบริการว่าจะสามารถดำเนินกิจการไปได้อีกนานหรือไม่ ผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายๆด้าน และคอยปรับปรุงให้สอดคล้องกับผู้รับบริการมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมต่างๆ ระหว่างการส่งมอบ สินค้าที่ดีหรือการบริการที่ดี ความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการ การคาดหวังจากการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้รับบริการ

2. ทฤษฎีและแนวคิดคุณภาพการให้บริการ (Service)

Parasuraman, Ziethaml and Berry (1990 อ้างถึงใน ทิวารี แนนเกลี้ยง, 2559: 6) ได้แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการนั้นเป็นเรื่องของการประเมินหรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการที่เป็นการให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ในลักษณะของภาพรวมและมิติของการรับรู้ ซึ่งผลการศึกษาวิจัยของนักวิชาการกลุ่มนี้ชี้เห็นว่า การประเมินคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคนั้นเป็นไปในรูปแบบ ของการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อบริการที่คาดหวังสอดคล้องกับการบริการตามที่รับรู้ โดยได้ให้ความหมายการให้บริการที่มีคุณภาพนั้นว่า หมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นความพึงพอใจต่อการบริการจึงมีความสัมพันธ์

โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวังหรือการไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้บริโภค (Confirm or Disconfirm Expectation)

Wisher and Corney (2001 อ้างถึงใน จุฑามาส โกยทา, 2559: 17) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นการตัดสินใจวินิจฉัยเกี่ยวกับความเลิศของบริการ (Superiority of the Service) ซึ่งคุณภาพการให้บริการนั้นมีแนวการศึกษาที่สำคัญคือ การวิเคราะห์ที่เรียกว่า SERVQUAL

ภาคภูมิ รักเกียรติยศ (2557) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการไว้ว่า คุณภาพการให้บริการคือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่รับรู้ได้จากการใช้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการดำเนินการได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการเบื้องต้น ครอบคลุมไปถึงความคาดหวังของผู้รับบริการตลอดจนขั้นตอนการดูแลภายหลังบริการนั้นด้วย

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2557) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึงสิ่งที่เกิดจากการรับรู้ของลูกค้า การให้บริการลูกค้าในปัจจุบันมีความจำเป็นที่ต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าและคุณค่าต่างๆที่ลูกค้าต้องการ กิจการจะต้องปรับตัวตามความคาดหวังของลูกค้ามีที่สูงขึ้นในเรื่องคุณภาพการให้บริการ การกำหนดตำแหน่งของการนำเสนอบริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง และมีการพัฒนาการปรับปรุงคุณภาพและการสร้างสรรค์บริการใหม่ๆ เพื่อรักษาลูกค้าเดิมและสร้างแรงจูงใจในกลุ่มลูกค้าใหม่เพื่อตัดสินใจใช้บริการผลิตภัณฑ์เป็นต้น

ทิวารี แนนเกลี้ยง (2559) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความสามารถของธุรกิจจากการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการจากการรับรู้ของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจ โดยผู้รับบริการนั้นจะประเมินคุณภาพการบริการตามความคาดหวังหรือเหนือกว่าที่คาดหวังไว้ และเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขันได้

ธิติพนธ์ วงศ์สุวรรณ (2558) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการจำแนกประเภทของคุณภาพในการบริการได้ ดังนี้

โดยทั่วไปสามารถแบ่งประเภทของคุณภาพของสินค้าและบริการออกได้หลายประเภท โดยอาศัยเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

1) ความยากง่ายในการประเมินผลิตภัณฑ์และบริการของลูกค้า

การจำแนกประเภทของคุณภาพของสินค้าและบริการสามารถทำได้โดยพิจารณาจากความยากง่าย ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

(1) คุณภาพที่ลูกค้าประเมินได้ก่อนการซื้อ เช่นพิจารณาจากรูปแบบ กลิ่น ราคา ความรู้สึกในการสัมผัส

(2) คุณภาพที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ภายหลังจากการซื้อ เช่น ความคงทน ความยากง่ายในการใช้งาน

(3) คุณภาพที่ลูกค้ามีความยุ่งยากในการประเมินมากที่สุด ลูกค้าอาจไม่สามารถประเมินคุณภาพของการบริการได้

2) การพิจารณาจากผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

การจำแนกประเภทของคุณภาพวิธีนี้จะพิจารณาคุณภาพที่เกิดจากการรับรู้ของลูกค้าหรือคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้โดยเกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย คุณภาพของการบริการที่เกิดจากการรับรู้ของลูกค้าสามารถแบ่งคุณภาพออกเป็น 2 ประเภทหลักๆ ได้แก่

(1) คุณภาพเชิงเทคนิค หมายถึง คุณภาพที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมินตามสภาพความเป็นจริงหลังจากผ่านกระบวนการระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายสิ้นสุด โดยพิจารณาว่าบริการที่ลูกค้าได้รับสามารถแก้ปัญหาทางเทคนิคให้ได้หรือไม่

(2) คุณภาพเชิงหน้าที่ หมายถึง คุณภาพที่เกิดจากลูกค้าประเมินจากกระบวนการหรือวิธีปฏิบัติที่ได้รับหลังจากใช้บริการ โดยพิจารณาจากรูปลักษณ์ภายนอกของสถานบริการ เครื่องมืออุปกรณ์ กิริยาท่าทาง คำพูด โดยใช้ความรู้สึกส่วนตัวเป็นหลัก

3) เกณฑ์การประเมินคุณภาพการให้บริการ

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985 อ้างถึงใน ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2557) จากการศึกษาวิธีการวิจัยแบบ Focus Group พบว่า การประเมินคุณภาพของการให้บริการเกิดจากการบริการที่ลูกค้ารับรู้เปรียบเทียบกับการบริการที่ได้คาดหวังหรือประสบการณ์ที่ได้รับบริการ โดยพิจารณาจากเกณฑ์ที่มีความสำคัญ 10 ประการ ดังต่อไปนี้

1) ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการกับลูกค้าตามที่ได้สัญญาไว้อย่างถูกต้อง

2) สิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวก พนักงาน วัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่างๆ และลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์

3) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจในการให้บริการอย่างรวดเร็ว และมีความยินดีในการให้ความช่วยเหลือลูกค้า

4) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความซื่อสัตย์ ความเชื่อถือได้ของผู้ให้บริการ

5) ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง การปราศจากความเสี่ยง และความสงสัยในการบริการ

6) ความสะดวก (Access) หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึงได้โดยสะดวก และความสามารถในการติดต่อสื่อสารได้ง่าย

7) การสื่อสาร (Communication) หมายถึง การรับฟังและการให้ข้อมูลที่จำเป็นกับลูกค้า ด้วยภาษาที่ลูกค้าสามารถเข้าใจได้

8) ความเข้าใจลูกค้า (Under Standing the Customer) หมายถึง ความพยายามทำความรู้จัก และเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า

9) ความสามารถ (Competence) หมายถึง ทักษะและความรู้ที่จำเป็นของพนักงานในการให้บริการลูกค้า

10) มารยาท (Courtesy) หมายถึง ลักษณะของพนักงานที่แสดงออกกับลูกค้าถึงความเป็นมิตร ความสุภาพ และให้เกียรติลูกค้า

จากแนวคิดทฤษฎี สรุปว่า ผลที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่ได้รับเรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้” ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบ “บริการที่คาดหวัง” กับ “บริการที่รับรู้” นั่นก็คือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นภายหลังที่เขาได้รับการบริการแล้ว โดยเกณฑ์สำหรับการประเมินคุณภาพการให้บริการ ให้เลือกเกณฑ์อย่างกว้างทั้งหมดรวม 5 เกณฑ์ คือ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการรับประกัน และด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้า

3. ทฤษฎีและแนวความคิดความพึงพอใจ

3.1 ทฤษฎีการจัดลำดับความต้องการของ Maslow (Hierarchy of needs) โดยมาสโลว์ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ (ยุทธนา ธรรมเจริญ, 2554: 2-32)

1) ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการในปัจจัย 4 ซึ่งเป็นขั้นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อให้มีชีวิตรอด ได้แก่ อาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัยและยารักษาโรค สินค้าหลายชนิดต้องสนองความต้องการด้านร่างกายของมนุษย์ในเรื่องดังกล่าว

2) ความต้องการปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการที่จะมีชีวิตอยู่ โดยปราศจากความกลัว ความเจ็บปวด ความไม่สะดวกสบาย

3) ความต้องการด้านความรัก (Belonging and love needs) คือ ความต้องการของมนุษย์ที่อยากจะเป็นที่ยอมรับ ได้รับความรัก ความพึงพอใจจากผู้อื่น การบริโภคสินค้าหลายๆ ชนิด เสื้อผ้าที่สวยๆ หรูๆ ที่สามารถใส่โอ้อวดใครได้ๆ เครื่องสำอาง การแต่งบ้านหรูๆ ด้วยเฟอร์นิเจอร์อย่างดี เหล่านี้ล้วนเลือกสรรเพื่อให้ตนเองเป็นที่ยอมรับในสังคม

4) ความต้องการชื่อเสียงเกียรติยศ (Esteem needs) เป็นความต้องการให้ได้รับการยกย่อง มนุษย์ทุกคนต้องการเกียรติยศชื่อเสียงและการเป็นผู้ที่ผู้อื่นระลึกถึง โดยมีเกียรติไม่เพียงแต่การยอมรับให้เข้ากับสังคม (ขั้นที่ 3) เท่านั้น แต่ต้องการเป็นผู้นำในสังคมนั้นๆ ด้วย

5) ความต้องการเป็นตัวของตัวเอง (Self-actualization) มาถึงจุดหนึ่งมนุษย์จะไม่แคร์ว่าคนอื่นจะมองตัวเองอย่างไร แต่เขาจะเริ่มรักตัวเองและมองหาสิ่งที่จะสร้างความภูมิใจให้กับตัวเอง

บุคคลพยายามที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่างเช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่อศิลปะชิ้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการ แม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมี ความต้องการในลำดับขั้นต่อไป (ณัฐฐา หงษ์แก้ว, 2555: 10)

3.2 แนวคิดความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จของงานที่บรรลุ เป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นผลจากการได้รับการตอบสนองต่อแรงจูงใจ หรือ ความต้องการของแต่ละบุคคลในแนวทางที่เขาประสงค์ ความพึงพอใจโดยทั่วไปตรงกับคำใน ภาษาอังกฤษว่า Satisfaction และยังมีผู้ให้ความหมายคำว่า “ความพึงพอใจ” พอสรุปได้ ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้ให้ความหมายของ “พึงพอใจ” หมายถึง พอใจ ชอบใจ

น้ำลิน เทียมแก้ว (2555: 7) สรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่างๆ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจส่งผลให้มีทัศนคติที่ดีเมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตนเอง

วัชรี ตุ้ยแพร่ (2555) สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกถูกใจ ชอบใจต่อสิ่งที่ได้รับ เมื่อเทียบกับความคาดหวังที่มีอยู่แล้วก่อนหน้า ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความคาดหวังของแต่ละบุคคล และพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยม ประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ หากเมื่อบุคคลเกิดความรู้สึกพึงพอใจก็อาจจะกลับมาใช้บริการซ้ำอีก

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2555: 41-43) สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์บริการความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับการบริการที่มีคุณภาพ และระดับในการให้บริการที่ตรงกับความต้องการ องค์การมีความเอาใจใส่ในการบริการ มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยความสนใจ ใส่ใจในรายละเอียดกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และมีการคำนึงถึงคุณภาพในการนำเสนอบริการ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2) ความพึงพอใจของลูกค้านั้นขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการ หากลูกค้าให้ความยอมรับ หรือพิจารณาว่ามีความเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ จะเกิดความเต็มใจที่จะจ่าย ทั้งนี้เจตคติของลูกค้า ที่มีต่อคุณภาพของการบริการกับ ราคาค่าบริการ ของแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป

3) การเข้าถึงสถานที่บริการได้สะดวก เมื่อลูกค้ามีความต้องการย่อม ก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ

4) การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าวอันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

5) ผู้ให้บริการ ล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารการบริการที่วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก ย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย

6) สภาพแวดล้อมของการบริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่ง การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในงานบริการ

7) กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้ามีความคล่องตัวและสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

3.3 ความพึงพอใจในการได้รับบริการ

Millet (1954 อ้างถึงใน ณกมล โพธิ์ธรรม, 2559) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Services) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยการพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

1) ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างเพียงพอแก่ความต้องการของผู้รับบริการ (Ample Services)

2) ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างยุติธรรม โดยลักษณะการจัดให้นั้นจะต้องเป็นไปอย่างเสมอภาคและเสมอหน้า (Equitable Service)

3) ความสามารถในการจัดบริการให้ต่อเนื่อง (Continuous Service) โดยไม่มีการหยุดชะงัด หรือติดขัดในการให้บริการนั้น

4) ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely Service) ตามลักษณะของความจำเป็นรีบด่วนในการบริการและความต้องการของผู้รับบริการในการบริการนั้น

5) ความสามารถในการพัฒนาบริการที่จัดให้ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ให้มีความเจริญก้าวหน้า (Progressive Service)

จากการศึกษาสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการได้รับการบริการ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผันแปรไปตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์บริการ มีคุณภาพและระดับการบริการตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ ราคาค่าบริการ มีความเหมาะสมกับความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้บริการ สถานที่บริการ มีความสะดวกสบาย การส่งเสริมแนะนำบริการ มีการให้ข้อมูล/ข่าวสารถึงคุณภาพในการให้บริการในทางบวก ผู้ให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ อีกทั้งสภาพแวดล้อมของการบริการ มีความเหมาะสม และกระบวนการบริการก่อให้เกิดความพึงพอใจในการรับบริการ ความคาดหวังของบุคคลในแต่ละสถานกรณ์ ช่วงเวลาหนึ่งบุคคลอาจไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่งเพราะไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง แต่ในอีกช่วงหนึ่งหากสิ่งที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้อง บุคคลก็สามารถเปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้นได้ทันที

4. ข้อมูลพื้นฐานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

4.1 ประวัติบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “KTC”) ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจบัตรเครดิต ธุรกิจสินเชื่อบุคคล (Personal Loan) ธุรกิจบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค ผู้ให้บริการชำระเงินภายใต้การกำกับ โดยจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2539 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้นที่ 50 ล้านบาท และได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ภายใต้ชื่อ บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในวันที่ 2 กรกฎาคม 2545 ต่อมาในวันที่ 9 กันยายน 2545 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นบริษัทได้มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 950 ล้านบาท โดยให้บริษัทเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (“ธนาคาร”) ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 44 ล้านหุ้น และขายให้กับประชาชนทั่วไปจำนวน 51 ล้านหุ้น ทำให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนรวม 1,000 ล้านบาท แบ่งออกเป็น 100 ล้านหุ้น และในวันที่ 28 ตุลาคม 2545 บริษัทได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กลยุทธ์ของบริษัทตั้งอยู่บนฐานลูกค้า (Membership) ที่ได้สร้างขึ้น โดยมีบัตรเครดิตและธุรกิจสินเชื่อบุคคลเป็นผลิตภัณฑ์หลักในการสร้างฐานสมาชิกและสร้างผลกำไรให้บริษัท นอกจากนั้นยังมีธุรกิจเกี่ยวเนื่องอื่นๆ มาเพิ่มเติมต่อยอดให้บริษัทสามารถสร้างสรรค์งานที่เข้าถึงความต้องการของสมาชิกเพื่อสนับสนุนให้บริษัทรักษาฐานสมาชิกให้ยั่งยืน สำหรับปี 2559 บริษัทมีจำนวนบัญชีรวมประมาณ 2.9 ล้านบัญชี แบ่งเป็น บัตรเครดิต 2,095,563 บัตร และ KTC CASH 818,068 บัญชี

4.2 วิสัยทัศน์

เคทีซีจะเป็นองค์กรที่สร้างฐานสมาชิก โดยมีพื้นฐานที่แข็งแกร่ง เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน และเป็นแบรนด์ที่ชื่นชอบที่สุด ภายใต้อุดมการณ์ “กล้าเลือกในสิ่งที่ใช่”

4.3 พันธกิจ

1) สร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสร้างทางเลือกให้สมาชิก

2) ปลูกฝังจุดหมายและมุ่งมั่นในการเป็นองค์กรที่เข้าใจการใช้ชีวิตของสมาชิกอย่างแท้จริง

3) สร้างความแตกต่างด้วยการพัฒนาความสามารถที่เหนือกว่าเพื่อเข้าใจความต้องการของสมาชิก

4) เคทีซีจะเป็นแบรนด์ที่อยู่ในใจสมาชิก เพื่อสร้างความสัมพันธ์และเติบโตอย่างยั่งยืน

4.4 ค่านิยมหลัก

กล้าที่จะทำในสิ่งที่ถูกต้อง

ฉลาดที่จะทำให้ง่ายไม่ซับซ้อน

ทำสิ่งที่มีความหมายและมีประโยชน์

4.5 บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี

เริ่มก่อตั้งตั้งแต่ 16 พฤศจิกายน 2550 จนถึงปัจจุบัน ตั้งอยู่ชั้น 1 ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล รัตนาธิเบศร์ ตำบลบางกระสอ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000 เปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 11.00 น. – 19.30 น. มีพนักงานประจำสาขาจำนวน 9 ท่าน โดยให้บริการรับชำระเงิน เบิกถอนเงินสด สมัครบัตรเครดิต/สินเชื่อ ตลอดจนสอบถามผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของบริษัท

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศรุติ ละจัด (2556) ได้ศึกษาการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารออมสิน ผลการศึกษาพบว่า ธนาคารควรมีการปรับปรุงคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยในการให้บริการลูกค้า เช่น มีคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย ระบบการสนับสนุนที่ดี และมีจำนวนมากเพียงพอในการให้บริการ เช่น มีเครื่องรับฝาก ถอน เงินอัตโนมัติ และเครื่องปรับสมุดเงินฝากอัตโนมัติ เป็นต้น ส่วนคุณภาพด้านความเชื่อถือ ธนาคารควรมีการปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการและการให้บริการข้อมูลข่าวสารให้มีความถูกต้องรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ในด้านขั้นตอนการให้บริการ ธนาคารควรพิจารณาลดขั้นตอนบางขั้นตอนที่ไม่จำเป็น หรือบางขั้นตอนเจ้าหน้าที่สามารถดำเนินการได้เองโดยไม่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ก็ควรดำเนินการภายหลังจากที่ได้ให้บริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และควรมีการติดป้ายประกาศต่างๆ เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารให้ลูกค้าทราบ เพื่อไม่ให้ลูกค้าต้องมาสอบถามกับพนักงานเอง เพราะบางครั้งพนักงานอาจต้องปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ ทำให้ไม่สามารถตอบข้อซักถามของลูกค้าได้

หัทญา คงปรีพันธุ์ (2559) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าระหว่างธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี พบว่า ผู้ที่ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยที่ 10,001 - 20,000 บาท โดยพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ของผู้ใช้บริการส่งผลต่อความจงรักภักดีที่ลูกค้ามีต่อทั้งธนาคารกรุงไทยและธนาคารกรุงเทพนั้นแตกต่างกัน

เตชินี นิ่มเนียม (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินสาขามุขศาลา จังหวัดอุตรดิตถ์ ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารออมสินสาขามุขศาลา จังหวัดอุตรดิตถ์อยู่ในระดับมาก เรียงลำดับตามปัจจัยจากมากไปน้อย คือ ด้านการปฏิบัติงานของพนักงาน , ด้านระบบงาน และด้านอุปกรณ์ และสถานที่ ผู้ที่กู้เงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนธนาคารออมสิน สาขามุขศาลา จังหวัดอุตรดิตถ์ ที่มี เพศ อายุ อาชีพ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน ยกเว้นผู้ที่มี สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการควรจัดให้มีพนักงานปฏิบัติหน้าที่คอยให้บริการลูกค้าอย่างเพียงพอ

ถนัด วันมณี (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้านตามลำดับ ได้แก่ ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรกคือ พนักงานผู้ให้บริการมีความซื่อสัตย์และความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ รองลงมา ลูกค้ามีความมั่นใจเมื่อใช้บริการด้านสินเชื่อ ด้านเงินฝาก ด้านความสามารถในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรกคือ พนักงานผู้ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับระเบียบวิธีปฏิบัติขั้นตอนการปฏิบัติงานและมีความสามารถในการให้บริการได้เป็นอย่างดี พนักงานมีทักษะความชำนาญให้บริการเฉพาะด้านในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรกคือ ธ.ก.ส. สาขาสะเมิง เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงเป็นที่น่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ธ.ก.ส. สาขาสะเมิง ได้มีการปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ด้านความมีอัธยาศัยไมตรีหรือความสุภาพหรือความมิตร ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรกคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีให้ความเป็นกันเองยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นมิตร รองลงมา พนักงานผู้ให้บริการใช้วาจาที่สุภาพไพเราะเหมาะสมกับลูกค้า ด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรกคือ พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการ รองลงมา กรณีเกิดปัญหาพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันท่วงที รวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรกคือ เมื่อได้พบปะพูดคุยแล้วพนักงานสามารถทราบถึงความต้องการลูกค้า รองลงมา พนักงานมีความสามารถจดจำชื่อลูกค้าได้ทุกราย ด้านการติดต่อสื่อสาร ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรกคือ การอธิบายของพนักงานใช้ภาษาคำพูดที่เข้าใจง่ายชัดเจน รองลงมา พนักงานให้ข้อมูลบริการที่ถูกต้องและง่ายต่อความเข้าใจ ด้านความปลอดภัย ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรกคือ มีป้ายปิดประกาศข้อพึงระมัดระวัง รองลงมา ทรัพย์สินของลูกค้าจะไม่สูญหาย ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด

อันดับแรกคือ ชื่อของธนาคารและตราสัญลักษณ์เป็นที่รู้จักและจดจำง่าย รองลงมา พนักงานกล่าวคำทักทายผู้มาใช้บริการด้วยวาจาหรือการไหว้หรือยิ้ม ด้านการเข้าถึงลูกค้า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรกคือ ขั้นตอนการบริการใช้เวลาน้อย มีช่องบริการเพียงพอไม่ต้องรอนาน ลูกค้าสามารถเรียกใช้บริการจากพนักงานได้ง่าย

อิณจิรา รักษากิจ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาบิ๊กซีรัตนาธิเบศร์ 2 จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาบิ๊กซีรัตนาธิเบศร์ 2 จังหวัดนนทบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาบิ๊กซีรัตนาธิเบศร์ 2 จังหวัดนนทบุรี ที่มีต่อลูกค้าผู้ใช้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการได้อย่างดี เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาได้แก่ ด้านความไว้วางใจได้ และด้านการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ ซึ่งจากคะแนนลูกค้าผู้ใช้บริการประเมิน แสดงว่าลูกค้าผู้ใช้บริการของธนาคารให้คะแนนด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรีสูง อาจเนื่องจากพนักงานพูดจาสุภาพอ่อนโยน และมีกิริยาวาจาสุภาพ มารยาทอ่อนน้อมในขณะที่ให้บริการ

วัชรีพร จันทมิฬ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาโรงเกลือ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาโรงเกลือ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยพนักงานผู้ให้บริการเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยมาเป็นลำดับแรก และด้านสถานที่สิ่งอำนวยความสะดวก มีคุณภาพการให้บริการมาเป็นลำดับสุดท้าย และผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดโรงเกลือ จังหวัดสระแก้ว จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ การสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ พบว่า ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดโรงเกลือ จังหวัดสระแก้ว แตกต่างกัน

บทที่ 3
วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา “คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อประเมินค่าความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ และเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีสาระสำคัญถึงวิธีการดำเนินการ วิธีศึกษาอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลและนำไปวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติต่อไป ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกรรมทางการเงินทุกประเภทกับบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ช่วงเดือน มีนาคม – มิถุนายน 2561

1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกรรมทางการเงินทุกประเภทกับบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาได้ใช้การหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชร, 2549: 74) ดังนี้

$$n = \frac{\mathrm{P}(1-\mathrm{P})\mathrm{z}^2}{\mathrm{e}^2}$$

เมื่อ n แทนจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

P แทนสัดส่วนของประชากรที่ผู้ศึกษากำหนดสุ่ม 0.50

Z แทนระดับความมั่นใจที่ผู้ศึกษากำหนดไว้

Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความมั่นใจ 95% (ระดับ 0.05)

E แทนสัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ = 0.05

แทนค่า $n = \frac{(0.50)(1-0.50)(1.96)^2}{(0.50)^2}$

$n = \frac{(0.25)\ (3.8416)}{(0.0025)}$

n = 384.16 หรือ 385 ตัวอย่าง

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง ผู้ศึกษาต้องการลดความคลาดเคลื่อนจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) ช่วงเวลาการเก็บตัวอย่าง ระหว่างเดือน มีนาคม – มิถุนายน 2561

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยเป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาได้กำหนดประเด็นและข้อคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา ซึ่งมีการสร้างแบบสอบถามและกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาจากข้อมูลเอกสาร ตำราวิชาการ บทความและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถาม ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามของ อิณจิรา รักษากิจ (2556) มาประยุกต์ โดยเนื้อหาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ เวลาที่สะดวกติดต่อบริษัท ระยะเวลาในการทำธุรกรรม และประเภทในการทำธุรกรรม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามในส่วนของความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการของพนักงาน บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ซึ่งประกอบด้วยคุณภาพการให้บริการ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านข้อมูล/ข่าวสาร และด้านการบริการ

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert Scale โดยแบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด

คะแนน		ระดับความคิดเห็น
5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

การแปลผลคะแนนเฉลี่ย แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (ศิริวรรณ และคณะ, 2548)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{แทนค่าสูตร} = \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.8$$

แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	พึงพอใจในคุณภาพการให้บริการมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	พึงพอใจในคุณภาพการให้บริการมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	พึงพอใจในคุณภาพการให้บริการปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	พึงพอใจในคุณภาพการให้บริการน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	พึงพอใจในคุณภาพการให้บริการน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ การหาความน่าเชื่อมั่นของข้อมูล โดยการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach – α) ของครอนบาค โดยมีค่าความเชื่อมั่น คือ 0.847

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจนครบ 400 ตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

3.1 แจกแบบสอบถามกับลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 ตัวอย่าง และขอคืนทันทีที่กรอกข้อมูลเสร็จ

3.2 เก็บรวบรวมแบบสอบถามคืน เพื่อทำการตรวจสอบและคัดเลือกฉบับที่สมบูรณ์เพื่อดำเนินการต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล โดยนำข้อมูลทั้งหมดมาเข้ารหัส แล้วนำไปวิเคราะห์ทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ เวลาที่สะดวกติดต่อบริษัท ระยะเวลาในการทำธุรกรรมต่างๆ และ ประเภทในการทำธุรกรรม ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล โดยการทดสอบค่าที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และการทดสอบค่าวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD)

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี” มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี และ (2) เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ โดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์

การศึกษา “คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี” เกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ เวลาที่สะดวกติดต่อบริษัท ระยะเวลาในการทำธุรกรรม และประเภทในการทำธุรกรรม ผลการวิเคราะห์แสดงไว้ในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	156	39.00
หญิง	244	61.00
รวม	**400**	**100.00**
2. อายุ		
ไม่เกิน 20 ปี	3	0.75
21 – 30 ปี	64	16.00
31 – 40 ปี	140	35.00
41 – 50 ปี	139	34.75
51 ปีขึ้นไป	52	13.50
รวม	**400**	**100.00**
3. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	93	23.25
ปริญญาตรี	265	66.25
สูงกว่าปริญญาตรี	42	10.50
รวม	**400**	**100.00**
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนรวม		
ไม่เกิน 15,000 บาท	30	7.50
15,001 – 30,000 บาท	189	47.25
30,001 – 45,000 บาท	93	23.25
45,001 – 60,000 บาท	53	13.25
60,001 – 75,000 บาท	16	4.00
75,001 บาท ขึ้นไป	19	4.75
รวม	**400**	**100.00**

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. อาชีพ		
พนักงานบริษัท	286	71.50
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	44	11.00
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	30	7.50
อาชีพอิสระอื่นๆ	31	7.75
นักเรียน/นักศึกษา	3	0.75
เกษียณ / ว่างงาน / แม่บ้าน	6	1.50
รวม	**400**	**100.00**
6. เวลาที่สะดวกติดต่อบริษัท		
11.00 – 13.00 น	124	31.00
13.01 – 15.00 น	62	15.50
15.01 – 17.00 น	38	9.50
17.01 -19.30 น	176	44.00
รวม	400	100.00
7. ระยะเวลาในการทำธุรกรรม		
น้อยกว่า 15 นาที	197	49.25
15 – 30 นาที	177	44.25
31 – 60 นาที	21	5.25
มากกว่า 60 นาที	5	1.25
รวม	**400**	**100**
8. ประเภทในการธุรกรรม		
สมัครบัตรเครดิต / สินเชื่อ	72	18.00
ชำระเงิน	193	48.25
เบิกถอนเงินสด	103	25.75
สอบถามผลิตภัณฑ์	32	8.00
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า

1. เพศ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 244 คน (คิดเป็นร้อยละ 61) และเพศชาย จำนวน 156 คน (คิดเป็นร้อยละ 39)

2. อายุ ช่วงอายุที่พบมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในช่วงระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 140 คน (คิดเป็นร้อยละ 35.00) รองลงมาคือ ช่วงอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 139 คน (คิดเป็นร้อยละ 34.75) ช่วงอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 64 คน (คิดเป็นร้อยละ 16.00) ช่วงอายุ 51 – 60 ปี จำนวน 52 คน (คิดเป็นร้อยละ 13.50) และช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 3 คน (คิดเป็นร้อยละ 0.75) ตามลำดับ

3. การศึกษา ระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มตัวอย่างนั้น พบว่าอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 265 คน (คิดเป็นร้อยละ 66.25) รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 93 คน (คิดเป็นร้อยละ 23.25) และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 42 คน (คิดเป็นร้อยละ 10.50)

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ช่วงรายได้ที่พบมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในช่วงรายได้ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 189 คน (คิดเป็นร้อยละ 47.25) รองลงมาคือ รายได้ระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 93 คน (คิดเป็นร้อยละ 23.25) รายได้ระหว่าง 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 53 คน (คิดเป็นร้อยละ 13.25) รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 30 คน (คิดเป็นร้อยละ 7.50) รายได้ 75,001 บาทขึ้นไป จำนวน 19 คน (คิดเป็นร้อยละ 4.75) และรายได้ระหว่าง 60,001 – 75,000 บาท จำนวน 16 คน (คิดเป็นร้อยละ 4.75) ตามลำดับ

5. กลุ่มอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 286 คน (คิดเป็นร้อยละ 71.50) รองลงมาคือ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 44 คน (คิดเป็นร้อยละ 11.00) อาชีพอิสระอื่นๆ จำนวน 31 คน (คิดเป็นร้อยละ 7.75) อาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ จำนวน 30 คน (คิดเป็นร้อยละ 7.50) อาชีพเกษียณ / ว่างงาน / แม่บ้าน จำนวน 6 คน (คิดเป็นร้อยละ 1.50) และอาชีพนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 3 คน (คิดเป็นร้อยละ 0.75) ตามลำดับ

6. เวลาที่สะดวกติดต่อบริษัท พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สะดวกติดต่อบริษัทอยู่ในช่วงเวลา 17.01- 19.30 น. จำนวน 176 คน (คิดเป็นร้อยละ 44.00) รองลงมาคือ เวลา 11.00 – 13.00 น. จำนวน 124 คน (คิดเป็นร้อยละ 31.00) เวลา 13.01 – 15.00 น. จำนวน 62 คน (คิดเป็นร้อยละ 15.50) และเวลา 15.01 – 17.00 น. จำนวน 38 คน (คิดเป็นร้อยละ 9.50) ตามลำดับ

7. ระยะเวลาในการทำธุรกรรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการทำธุรกรรม น้อยกว่า 15 นาที จำนวน 197 คน (คิดเป็นร้อยละ 49.25) รองลงมาคือ ระยะเวลา 15 – 30 นาที จำนวน 177 คน (คิดเป็นร้อยละ 44.25) ระยะเวลา 31 – 60 นาที จำนวน 21 คน (คิดเป็นร้อยละ 5.25) และระยะเวลามากกว่า 60 นาที จำนวน 5 คน (คิดเป็นร้อยละ 1.25) ตามลำดับ

8. ประเภทในการธุรกรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดต่อทำธุรกรรมเพื่อการชำระเงิน จำนวน 193 คน (คิดเป็นร้อยละ 48.25) รองลงมาคือ การเบิกถอนเงินสด จำนวน 103 คน (คิดเป็นร้อยละ 25.75) การสมัครบัตรเครดิต / สินเชื่อ จำนวน 72 คน (คิดเป็นร้อยละ 18.00) และการสอบถามผลิตภัณฑ์ จำนวน 31 คน (คิดเป็นร้อยละ 8.00) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี

ในส่วนของการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วยคุณภาพการให้บริการ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านอาคารและสถานที่ 2) ด้านพนักงาน 3) ด้านข้อมูล / ข่าวสาร 4) ด้านการบริการ ผลการวิเคราะห์แสดงไว้ในตารางที่ 4.2 - 4.6

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี โดยรวม

	คุณภาพการให้บริการ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ
1	ด้านอาคารและสถานที่	3.98	0.62	มาก
2	ด้านพนักงาน	4.06	0.60	มาก
3	ด้านข้อมูล / ข่าวสาร	3.99	0.62	มาก
4	ด้านการบริการ	4.01	0.61	มาก
	รวม	**4.01**	**0.57**	**มาก**

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่า ระดับคุณภาพการให้ให้บริการของของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี โดยรวมทั้ง 4 ด้าน มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการมาก ($\overline{X}$ = 4.01, S.D.= 0.57) ซึ่งสามารถจำแนกเป็นรายด้าน จากมากไปน้อยได้ดังต่อไปนี้ ด้านพนักงาน มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.06, S.D. = 0.60) ด้านการบริการ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.01, S.D. = 0.61) ด้านข้อมูล / ข่าวสาร มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ

อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.99, S.D. = 0.62) และด้านอาคารและสถานที่ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการมาก ($\overline{X}$ = 3.98, S.D. = 0.62)

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ด้านอาคารและสถานที่

	คุณภาพการให้บริการด้านอาคารและสถานที่	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ
1	สถานที่มีความกว้างขวาง	3.91	0.73	มาก
2	สถานที่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย	4.13	0.69	มาก
3	มีแสงสว่างเพียงพอ ไม่มีเสียงดังรบกวน	4.03	0.72	มาก
4	ที่นั่งรอรับบริการมีเพียงพอ	3.76	0.82	มาก
5	ระบบรักษาความปลอดภัยมีความน่าเชื่อถือ	3.97	0.74	มาก
6	ป้ายบอกบริการต่างๆ มีความชัดเจน	4.01	0.73	มาก
7	ตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางมาติดต่อสะดวก	4.02	0.78	มาก
	รวม	**3.98**	**0.62**	**มาก**

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่า ระดับคุณภาพการให้บริการของของพนักงานบริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ด้านอาคารและสถานที่ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.98, S.D.= 0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อทั้ง 7 ข้อของคุณภาพการให้บริการด้านอาคารและสถานที่ สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังต่อไปนี้ สถานที่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.13, S.D.= 0.69) มีแสงสว่างเพียงพอ ไม่มีเสียงดังรบกวน มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.03, S.D.= 0.72) ตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางมาติดต่อสะดวก มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.02, S.D.= 0.78) ป้ายบอกบริการต่างๆ มีความชัดเจน มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.01, S.D.= 0.73) ระบบรักษาความปลอดภัยมีความน่าเชื่อถือ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.97, S.D.= 0.74) สถานที่มีความกว้างขวาง มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.91, S.D.= 0.73) และที่นั่งรอรับบริการมีเพียงพอ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.76, S.D.= 0.82)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ด้านพนักงาน

	คุณภาพการให้บริการด้านพนักงาน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ
1	จำนวนพนักงานในการให้บริการมีเพียงพอ	3.87	0.72	มาก
2	มีการกล่าวทักทาย สวัสดี และ ขอบคุณ	4.14	0.75	มาก
3	พนักงานมีมารยาทในการพูดจากับลูกค้า	4.16	0.71	มาก
4	พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.98	0.78	มาก
5	พนักงานมีความรอบรู้ในผลิตภัณฑ์	3.98	0.74	มาก
6	พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน	4.04	0.72	มาก
7	พนักงานแต่งกาย สุภาพ สะอาด เรียบร้อย	4.23	0.65	มากที่สุด
8	พนักงานมีความถูกต้องแม่นยำ ในการให้บริการ	4.10	0.73	มาก
9	พนักงานมีความตรงต่อเวลา ในการให้บริการ	4.05	0.70	มาก
	รวม	**4.06**	**0.60**	**มาก**

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่า ระดับความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ด้านพนักงาน มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.06, S.D.= 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อทั้ง 9 ข้อ ของคุณภาพการให้บริการด้านพนักงาน สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังต่อไปนี้ พนักงานแต่งกาย สุภาพ สะอาด เรียบร้อย มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด $\overline{X}$ (= 4.23, S.D.= 0.65) พนักงานมีมารยาทในการพูดจากับลูกค้า มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.16, S.D.= 0.71) มีการกล่าวทักทาย สวัสดี และขอบคุณ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.14, S.D.= 0.75) พนักงานมีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.10, S.D.= 0.73) พนักงานมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.05, S.D.=0.70) พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.04, S.D.= 0.72) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.98, S.D.=0.78) พนักงานมีความรอบรู้ในผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจในคุณภาพการ

ให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.98, S.D.= 0.74) และจำนวนพนักงานในการให้บริการมีเพียงพอ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.87, S.D.= 0.72)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ด้านข้อมูล / ข่าวสาร

	คุณภาพการให้บริการด้านข้อมูล / ข่าวสาร	$\overline{X}$	**S.D.**	**ระดับ**
1	ข้อมูลของบริษัทมีความทันสมัย เป็นปัจจุบัน	4.04	0.67	มาก
2	ข้อมูลมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	4.07	0.65	มาก
3	การเผยแพร่ข้อมูลทันต่อเวลา / เหตุการณ์	3.96	0.73	มาก
4	พนักงานสามารถให้ข้อมูลต่างๆ ได้ดี	3.90	0.78	มาก
5	ข้อมูลต่างๆ มีความชัดเจน เข้าใจได้ง่าย	3.93	0.76	มาก
6	ความพร้อมของพนักงานในการให้บริการ	4.02	0.72	มาก
	รวม	**3.99**	**0.62**	**มาก**

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่า ระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ด้านข้อมูล / ข่าวสาร มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.99, S.D.= 0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อทั้ง 6 ข้อของคุณภาพการให้บริการด้านข้อมูล / ข่าวสาร สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังต่อไปนี้ ข้อมูลมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.07, S.D.= 0.65) ข้อมูลของบริษัทมีความทันสมัย เป็นปัจจุบัน มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.04, S.D.= 0.67) ความพร้อมของพนักงานในการให้บริการ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.02, S.D.= 0.72) การเผยแพร่ข้อมูลทันต่อเวลา / เหตุการณ์ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.96, S.D.= 0.73) ข้อมูลต่างๆ มีความชัดเจน เข้าใจได้ง่าย มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.93, S.D.= 0.76) และพนักงานสามารถให้ข้อมูลต่างๆ ได้ดี มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.90, S.D.= 0.78)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ด้านการบริการ

	คุณภาพการให้บริการด้านการบริการ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ
1	ความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ	4.13	0.67	มาก
2	ความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ	4.08	0.72	มาก
3	ความคล่องตัวของขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการ	4.02	0.71	มาก
4	การได้รับความช่วยเหลือและแก้ไขในกรณีเกิดปัญหา	3.94	0.72	มาก
5	การได้รับการผ่อนผันและยืดหยุ่นในกฎ ระเบียบและวิธีปฏิบัติของบริษัท	3.87	0.74	มาก
6	ความเท่าเทียมกันในการให้บริการ	3.97	0.71	มาก
7	การบริการลูกค้าสม่ำเสมอและทั่วถึง	4.04	0.72	มาก
8	ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.94	0.72	มาก
9	เวลาเปิด – ปิดของบริษัทมีความเหมาะสม	3.96	0.78	มาก
10	การรักษาข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้ามีความน่าเชื่อถือไว้ใจได้	4.09	0.73	มาก
11	การให้ความสำคัญกับลูกค้าของบริษัทเป็นลำดับแรก	4.06	0.72	มาก
	รวม	**4.01**	**0.61**	**มาก**

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่า ระดับคุณภาพการให้บริการของของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ด้านการบริการ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.01, S.D.= 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อทั้ง 11 ข้อของคุณภาพการให้บริการด้านการบริการ สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังต่อไปนี้ ความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.13, S.D.= 0.67) การรักษาข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้า มีความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.09, S.D.= 0.73) ความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.08, S.D.= 0.72) การให้ความสำคัญกับลูกค้าของบริษัทเป็นลำดับแรก มีความพึงพอใจในคุณภาพ

การให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.06, S.D.= 0.72) การบริการลูกค้าสม่ำเสมอและทั่วถึง มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.04, S.D.= 0.72) ความคล่องตัวของขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.02, S.D.= 0.71) ความเท่าเทียมกันในการให้บริการ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.97 , S.D.= 0.71) เวลาเปิด – ปิดของบริษัทมีความเหมาะสม มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.96, S.D.= 0.78) การได้รับความช่วยเหลือและแก้ไขในกรณีเกิดปัญหา มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.94, S.D.= 0.72) ความรวดเร็วในการให้บริการ มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.94, S.D.= 0.72) และการได้รับการผ่อนผันและยืดหยุ่นในกฎ ระเบียบ และวิธีปฏิบัติของบริษัท มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.87, S.D.= 0.74)

ส่วนที่ 3 ผลเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

สมมติฐาน: ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเพศ

คุณภาพในการให้บริการ	n	$\overline{X}$	S.D.	t	Sig
เพศ					
ชาย	156	3.99	0.57	-0.59	0.93
หญิง	244	4.03	0.58		

จากตารางที่ 4.7 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเพศ โดยภาพรวม เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้ค่าสถิติที (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ข้อมูลลักษณะบุคคลด้านเพศ ที่เป็นเพศชายและเพศหญิงนั้น ประเมินคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน เนื่องจากค่า Sig ที่ได้มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้

ตารางที่ 4.8 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	ss	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	3.73	4.00	.93	2.88*	.02
ภายในกลุ่ม	128.12	395.00	.32		
รวม	**131.85**	**399.00**			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.8 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน โดยภาพรวมพบว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจากการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD) จำแนกตามอายุ สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ได้ ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอายุของลูกค้าที่แตกต่างกัน

อายุ	$\overline{X}$	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 – 60 ปี
		4.29	**4.10**	**4.04**	**3.89**	**4.13**
ไม่เกิน 20 ปี	4.29	-	0.19	0.25	0.40	0.16
21-30 ปี	4.10	-	-	0.06	0.21*	-0.03
31-40 ปี	4.04	-	-	-	0.15*	-0.09
41-50 ปี	3.89	-	-	-	-	-0.24
51 ปีขึ้นไป	4.13	-	-	-	-	-

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.9 เมื่อทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอายุของลูกค้า เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD) พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ ลูกค้ากลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี กับลูกค้ากลุ่มอายุ 41-50 ปี และลูกค้ากลุ่มอายุระหว่าง 31 -40 ปี กับลูกค้ากลุ่มอายุ 41-50 ปี

ตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบ คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	ss	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	.54	2.00	.27	.81	.44
ภายในกลุ่ม	131.31	397.00	.33		
รวม	**131.85**	**399.00**			

จากตารางที่ 4.10 ผลการการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ของพนักงาน บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน โดยภาพรวมพบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงาน บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งความแปรปรวน	ss	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	1.93	5.00	.39	1.17	.32
ภายในกลุ่ม	129.92	394.00	.33		
รวม	**131.85**	**399.00**			

จากตารางที่ 4.11 ผลการการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงาน บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ของลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน โดยภาพรวมพบว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการประเมินอนที่แตกต่างกัน ประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงาน บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	ss	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	1.22	5.00	.24	.74	.60
ภายในกลุ่ม	130.63	394.00	.33		
รวม	**131.85**	**399.00**			

จากตารางที่ 4.12 ผลการการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ของพนักงาน บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน โดยภาพรวมพบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน ประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงาน บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเวลาที่สะดวกติดต่อบริษัท

แหล่งความแปรปรวน	ss	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	9.35	3.00	3.12	10.07***	.00
ภายในกลุ่ม	122.50	396.00	.31		
รวม	**131.85**	**399.00**			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ของพนักงาน บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ของลูกค้า จำแนกตามช่วงเวลาที่ลูกค้าสะดวกติดต่อบริษัท โดยภาพรวม พบว่า ลูกค้าที่มาติดต่อบริษัทในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจากการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD) สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ได้ ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกเวลาที่สะดวกติดต่อบริษัทที่แตกต่างกัน

เวลาที่ติดต่อ	$\overline{X}$	**11.00 – 13.00 น.**	**13.01 – 15.00 น.**	**15.01 – 17.00 น.**	**17.01 - 19.30 น.**
		4.05	**4.33**	**3.99**	**3.88**
11.00 – 13.00 น.	4.05	-	-0.28*	0.06	0.17*
13.01 – 15.00 น.	4.33	-	-	0.34*	0.45*
15.01 – 17.00 น.	3.99	-	-	-	0.11
17.01 -19.30 น.	3.88	-	-	-	-

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.14 เมื่อทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเวลาที่ลูกค้าสะดวกติดต่อบริษัท เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD) พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ ลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 11.00 – 13.00 น. กับลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 13.01 – 15.00 น. ลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 11.00 – 13.00 น. กับลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 17.01 – 19.30 น. ลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 13.01 – 15.00 น. กับลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 15.01 – 17.00 น. และลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 13.01 – 15.00 น. กับลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 17.01-19.30 น.

ตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเวลาระยะเวลาในการทำธุรกรรม

แหล่งความแปรปรวน	ss	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	5.46	3.00	1.82	5.70**	.00
ภายในกลุ่ม	126.39	396.00	.32		
รวม	**131.85**	**399.00**			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงาน บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ของลูกค้า จำแนกตามระยะเวลาในการทำธุรกรรม โดยภาพรวม พบว่า ลูกค้าที่ใช้เวลาในการทำธุรกรรมที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจากการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD) สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ได้ ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการทำธุรกรรมที่แตกต่างกัน

เวลาที่ติดต่อ		**น้อยกว่า 15 นาที**	**15 - 30 นาที**	**31 - 60 นาที**	**มากกว่า 60 นาที**
	$\overline{X}$	**4.06**	**4.02**	**3.52**	**3.94**
น้อยกว่า 15 นาที	4.06	-	0.04	0.54*	0.12
15 - 30 นาที	4.02	-	-	0.50*	0.08
31 - 60 นาที	3.52	-	-	-	-0.42
มากกว่า 60 นาที	3.94	-	-	-	-

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.14 เมื่อทดสอบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการของพนักงาน บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการทำธุรกรรม เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD) พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ ลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการใช้ระยะเวลา น้อยกว่า 15 นาที กับลูกค้าใช้ระยะเวลา 31-60 นาที และ ลูกค้าใช้ระยะเวลา 15 – 30 นาที กับลูกค้าที่ใช้ระยะเวลา 31 – 60 นาที

ตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามประเภทต่างๆ ในการทำธุรกรรม

แหล่งความแปรปรวน	ss	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	.83	3.00	.28	.83	.48
ภายในกลุ่ม	131.02	396.00	.33		
รวม	**131.85**	**399.00**			

จากตารางที่ 4.17 ผลการการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ของพนักงาน บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามประเภทต่างๆ ในการทำธุรกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกัน โดยภาพรวม พบว่า ลูกค้าที่ติดต่อทำธุรกรรมในประเภทที่แตกต่างกัน ประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงาน บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ที่ไม่แตกต่างกัน

บทที่ 5
สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี และเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกรรมทุกประเภทกับบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี เป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่า t (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยนำเสนอผลการศึกษาดังนี้

1. สรุปการศึกษา

1.1 การวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ จากข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61 คิดเป็นร้อยละ 61 มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50 ลูกค้าสะดวกติดต่อบริษัทในช่วงเวลา 17.01- 19.30 จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 ใช้ระยะเวลาในการทำธุรกรรมกับบริษัท น้อยกว่า 15 นาที จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25 และในการติดต่อทำธุรกรรม คือ การชำระเงิน จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25

1.2 การวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี พบว่า มีระดับคุณภาพการให้บริการโดยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยมีคุณภาพการให้บริการด้านพนักงานอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ =4.06) รองลงมาคือ คุณภาพการให้บริการด้านการบริการ ($\overline{X}$ =4.01) คุณภาพการให้บริการด้านข้อมูล / ข่าวสาร ($\overline{X}$ =3.99) ส่วนอันดับสุดท้ายคือ คุณภาพการให้บริการด้านอาคารและสถานที่ ($\overline{X}$ =3.98) ตามลำดับ โดยสามารถสรุปเป็นรายด้านดังนี้

1.2.1 คุณภาพการให้บริการด้านพนักงาน

มีคุณภาพการให้บริการด้านพนักงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.06) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับแรกพนักงานแต่งกาย สุภาพ สะอาด เรียบร้อย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.23) รองลงมาคือ เมื่อลูกค้ามาติดต่อบริษัท พนักงานมีมารยาทในการพูดจากับลูกค้า ($\overline{X}$ = 4.16) และอันดับสุดท้ายคือ มีจำนวนพนักงานในการให้บริการอย่างเพียงพอ ($\overline{X}$ = 3.87)

1.2.2 คุณภาพการให้บริการด้านการบริการ

มีคุณภาพการให้บริการด้านการบริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ 4.01) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า บริษัทมีความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 4.13) รองลงมาคือ มีการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้า มีความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ ($\overline{X}$ = 4.09) และอันดับสุดท้ายคือ มีการได้รับการผ่อนผันและยืดหยุ่นในกฎ ระเบียบ และวิธีปฏิบัติของบริษัท ($\overline{X}$ = 3.87)

1.2.3 คุณภาพการให้บริการด้านข้อมูล / ข่าวสาร

มีคุณภาพการให้บริการด้านข้อมูล / ข่าวสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.99) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับแรกคือ ข้อมูลของบริษัท มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 4.07) รองลงมาคือ ข้อมูลของบริษัทมีความทันสมัย เป็นปัจจุบัน ($\overline{X}$ = 4.04) และอันดับสุดท้าย พนักงานสามารถให้ข้อมูลต่างๆ ได้ดี ($\overline{X}$ = 3.90)

1.2.4 คุณภาพการให้บริการด้านอาคารและสถานที่

มีคุณภาพการให้บริการด้านอาคารและสถานที่ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.98) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับแรก คือ มีสถานที่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 4.13) รองลงมาคือ มีแสงสว่างเพียงพอ ไม่มีเสียงดังรบกวน ($\overline{X}$ = 4.03) ส่วนอันดับสุดท้ายคือ ที่นั่งรอรับบริการมีเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\overline{X}$ = 3.76)

1.3 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่า

การจำแนกลักษณะประชากรศาสตร์ ในเรื่อง อายุ เวลาที่ติดต่อบริษัท และระยะเวลาที่ติดต่อบริษัท จากกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุที่แตกต่างกัน เวลาที่ติดต่อบริษัทแตกต่างกัน และระยะเวลาที่ติดต่อบริษัทแตกต่างกัน มีการประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกัน ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีการประเมินคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ลูกค้ากลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี กับลูกค้ากลุ่มอายุ 41-50 ปี และลูกค้ากลุ่มอายุระหว่าง 31 -40 ปี กับลูกค้ากลุ่มอายุ 41-50 ปี กลุ่มตัวอย่างที่ติดต่อบริษัทในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน มีการประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน พบว่า ลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการกับบริษัทในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน มีการประเมินคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 11.00 – 13.00 น. กับลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 13.01 – 15.00 น. ลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 11.00 – 13.00 น. กับลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 17.01 – 19.30 น. ลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 13.01 – 15.00 น กับลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 15.01 – 17.00 น. และลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 13.01 – 15.00 น. กับลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 17.01-19.30 น. และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ระยะเวลาในการติดต่อต่อบริษัทที่แตกต่างกัน มีการประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน พบว่า ลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการกับบริษัทในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน มีการประเมินคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการใช้ระยะเวลาน้อยกว่า 15 นาที กับลูกค้าใช้ระยะเวลา 31-60 นาที และลูกค้าใช้ระยะเวลา 15 – 30 นาที กับลูกค้าที่ใช้ระยะเวลา 31 – 60 นาที

ส่วนการจำแนกลักษณะประชากรศาสตร์ ในส่วนเรื่องของเพศ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และประเภทในการทำธุรกรรม จากกลุ่มตัวอย่างมีการประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ที่ไม่แตกต่างกัน

2. อภิปรายผล

จากการศึกษาคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

2.1 คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยคุณภาพการให้บริการด้านพนักงาน เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ คุณภาพการให้บริการด้านการบริการ คุณภาพการให้บริการด้านข้อมูล / ข่าวสาร และอันดับสุดท้าย คือ คุณภาพการให้บริการด้านอาคารและสถานที่ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรีพร จันทมิพ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาโรงเกลือ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาโรงเกลือ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมาเป็นลำดับแรก คุณภาพการบริการด้านสถานที่สิ่งอำนวยความสะดวก มีคุณภาพการให้บริการมาเป็นลำดับสุดท้าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ เตชินี นิ่มเนียม (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินสาขามุขศาลา จังหวัดอุตรดิตถ์ ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารออมสินสาขามุขศาลา จังหวัดอุตรดิตถ์อยู่ในระดับมาก เรียงลำดับตามปัจจัยจากมากไปน้อยคือ ด้านการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านระบบงาน และด้านอุปกรณ์และสถานที่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉนัด วันมณี (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน

ทั้งนี้ หากพิจารณาตามลำดับแล้ว จะเห็นว่าคุณภาพการให้บริการด้านพนักงานอยู่ในระดับที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมาเป็นอันดับแรก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับงานด้านการบริการมาเป็นอันดับแรก โดยมองว่าลูกค้ามีความสำคัญมากที่สุด และเน้นย้ำให้พนักงานแต่งกาย สุภาพ สะอาด เรียบร้อย บริการลูกค้าด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส กล่าวต้อนรับและทักทายผู้มาใช้บริการ มีความตรงต่อเวลา และมีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการอยู่เสมอ จึงทำให้คุณภาพการให้บริการด้านพนักงานมีค่าเฉลี่ยมาเป็นลำดับแรก อีกทั้งการให้บริการของพนักงานนั้น ลูกค้าสามารถสัมผัสได้เป็นลำดับแรกตั้งแต่เข้ามาติดต่อบริษัท การจะพิจารณาว่าบริษัทจะมีคุณภาพใน

การให้บริการมากน้อยเพียงใด พนักงานมีส่วนสำคัญต่อความคิดเห็นของลูกค้ามากที่สุด หากลูกค้าผู้มาใช้บริการได้รับการบริการที่ดีจะทำให้เกิดความพึงพอใจและเกิดความประทับใจต่อบริษัท นอกจากนั้นจากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า คุณภาพการให้บริการด้านอาคารและสถานที่ เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยมาเป็นอันดับสุดท้าย โดยอาคารและสถานที่สิ่ง เช่น ตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางมาใช้บริการสะดวก สถานที่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย มีป้ายบอกการบริการต่างๆ ชัดเจน ลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ส่วนเรื่องจำนวนที่นั่งรอรับบริการนั้น เนื่องจากสาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ตั้งอยู่ในห้างเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ ซึ่งเป็นแหล่งชุมชนที่ลูกค้ามาใช้บริการค่อนข้างเยอะ จึงทำให้ที่นั่งรอรับบริการมีจำนวนไม่เพียงพอ อาจทำให้ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวกในด้านนี้ จึงทำให้ผลการศึกษาในส่วนของที่นั่งรอรับบริการมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

2.2 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่มีอายุ เวลาที่สะดวกติดต่อบริษัท และระยะเวลาในการทำธุรกรรมที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ ลูกค้ากลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี กับ ลูกค้ากลุ่มอายุ 41-50 ปี และลูกค้ากลุ่มอายุระหว่าง 31 -40 ปี กับลูกค้ากลุ่มอายุ 41-50 ปี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า จะมีข้อจำกัดในการรับบริการได้น้อยกว่าลูกค้ากลุ่มที่มีอายุมากกว่า ลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 11.00 – 13.00 น. กับลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 13.01 – 15.00 น. ลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 11.00 – 13.00 น. กับลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 17.01 – 19.30 น. ลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 13.01 – 15.00 น. กับลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 15.01 – 17.00 น. และ ลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 13.01 – 15.00 น. กับลูกค้าที่มาติดต่อรับบริการช่วงเวลา 17.01-19.30 น. ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้ากลุ่มดังกล่าวที่มารับบริการต่างมีความคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่มีคุณภาพ สะดวก รวดเร็ว ถึงแม้บริษัทจะให้บริการด้วยรูปแบบและวิธีการเดียวกันแต่การประเมินคุณภาพการให้บริการอาจแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อิณจิรา รักษากิจ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาบิ๊กซีรัตนาธิเบศร์ 2 จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อายุ กับคุณภาพในการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาบิ๊กซีรัตนาธิเบศร์ 2 จังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพในการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาบิ๊กซีรัตนาธิเบศร์ 2 จังหวัดนนทบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ หัทญา คงปรีพันธุ์ (2559)

ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าระหว่างธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี พบว่า อายุ ที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการส่งผลต่อความจงรักภักดีที่ลูกค้ามีต่อทั้งธนาคารกรุงไทยและธนาคารกรุงเทพนั้นแตกต่างกัน และเมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อระดับ คุณภาพการให้บริการจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และประเภทในการทำธุรกรรม ไม่พบความแตกต่าง

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้

จากผลการศึกษา เรื่อง คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี มีข้อเสนอแนะดังนี้

3.1.1 ด้านอาคารและสถานที่ องค์การควรให้ความสำคัญ เกี่ยวกับด้านอาคาร/สถานที่ ควรเพิ่มงบประมาณในการจัดสรรที่นั่งรอรับบริการให้มีจำนวนเพียงพอ กับจำนวนลูกค้าที่มารับบริการ

3.1.2 ด้านพนักงาน องค์การควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านพนักงาน ควรเพิ่มจำนวนพนักงานในการให้บริการให้มีเพียงพอ ต่อจำนวนลูกค้าที่มารับบริการ โดยจัดทำข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ช่วงเวลาที่มีลูกค้ามาใช้บริการจำนวนมากและเพิ่มจำนวนพนักงานในช่วงเวลาดังกล่าว

3.1.3 ด้านข้อมูล / ข่าวสาร องค์การควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านข้อมูล / ข่าวสาร ควรจัดอบรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับพนักงาน ให้สามารถแจ้งรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ให้ครอบคลุมได้มากยิ่งขึ้น

3.1.4 ด้านการบริการ องค์การควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านการบริการ โดยควรจัดอบรมและให้แนวทางกับพนักงานต่างๆ กับพนักงาน ในการได้รับการผ่อนผันและยืดหยุ่นในกฎ ระเบียบ และวิธีปฏิบัติของบริษัทให้มีความยืดหยุ่นมากยิ่งขึ้น ควรประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมในเรื่อง การนำระบบการให้บริการทางอิเล็คทรอนิคส์ (TAP KTC) เพื่อให้ผู้รับบริการสามารถดำเนินการได้ด้วยตนเอง และเพื่อเพิ่มทางเลือกในการใช้บริการ เพิ่มความสะดวกรวดเร็ว และสอดคล้องกับสถานการณ์ความก้าวหน้าของการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของโลกในปัจจุบัน

3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี เพื่อนำข้อค้นพบที่ได้มาปรับปรุงเพื่อให้การบริการของพนักงานผู้ปฏิบัติงานพัฒนาไปในระดับดีมากยิ่งขึ้นต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กัลยา วาณิชย์บัญชร. (2549). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จุฑามาส โกยทา. (2559). *คุณภาพการให้บริการของบริษัท โตโยต้า พีเอส เอ็นเตอร์ไพรซ์ จำกัด*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ปทุมธานี.

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2555). *ศิลปะการให้บริการ*. กรุงเทพฯ:ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ณกมล โพธิ์ธรรม. (2559). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ ของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาศรีสะเกษ*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, ศรีสะเกษ.

ณัฐฐา หงษ์แก้ว. (2555). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชียภายในประเทศ (เชียงใหม่ – กรุงเทพฯ).” *แบบฝึกหัดการวิจัย* คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เตชินี นิ่มเนียม. (2555). *คุณภาพการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขามุขศาลา จังหวัดอุตรดิตถ์*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *บริการ*. สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2561 จาก http://www.royin.go.th/dictionary.

ภาคภูมิ รักเกียรติยศ. (2557). *การพัฒนาคุณภาพการให้บริการระบบรักษาความปลอดภัย บริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.

ฉนัด วันมณี. (2555). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

ทิวารี แนนเกลี้ยง. (2559). *คุณภาพการให้บริการของธุรกิจการค้าเครื่องมือแพทย์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เมดิคอล ซายส์ แลบอราทอรี่*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.

ธิติพนธ์ วงศ์สุวรรณ. (2558). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดธุรกิจบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการเอไอเอส ไฟเบอร์เน็ต อินเตอร์เน็ตบ้านความเร็งสูง ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). *ผลการดำเนินงานของระบบธนาคารพาณิชย์ ไตรมาส 1*. สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2561 จาก https://www.bot.or.th/Thai/PressandSpeeches/Press/News2561/n2961t.

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2557). *การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

น้ำลิน เทียมแก้ว. (2555). “ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักวิทยบริการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2555.” *โครงการวิจัย สำนักวิทยบริการ: มหาสารคาม*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.

ยุทธนา ธรรมเจริญ. (2554). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ใน*ประมวลสาระชุดวิชาการจัดการตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์*, (หน่วยที่ 2 หน้า 32-33). สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช: นนทบุรี.

วิมลรัตน์ สังข์เลี่ยมทอง. (2555). *ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารชาวไทยต่อคุณภาพการให้บริการของสายการบินกาตาร์แอร์เวย์*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.

วัชรี ตุ้ยแพร่. (2555). *ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการแผนกตรวจโรคผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลค่ายกาวิละ จังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.

วัชรีพร จันทมิพ. (2559). *คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาโรงเกลือ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). . มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

ศรุติ ละจัด. (2556). *การวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารออมสิน*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.

สมิต สัชฌุกร. (2554). *การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สายธาร.

หัทญา คงปรีพันธุ์. (2559). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าระหว่างธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี.*(การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.

อิณจิรา รักษากิจ. (2556). *คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาบิกซีรัตนาธิเบศร์ 2 จังหวัดนนทบุรี*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.

อรวรรณ สีหาจ่อง. (2556). *ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน ในเขตมหาสารคาม*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาสารคาม.

ภาคผนวก

แบบสอบถามการศึกษาค้นคว้าอิสระ

คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี

****

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มีวัตถุประสงค์จัดทำขึ้นเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี และข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดนี้ ผู้ศึกษาจะนำไปวิเคราะห์และนำเสนอเป็นภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งผลจากการวิเคราะห์จะเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี ผู้ศึกษาใคร่ขอความร่วมมือจากท่านได้กรุณาตอบแบบสอบถามและแสดงความคิดเห็นที่ตรงกับความเป็นจริงทุกข้อ ซึ่งข้อมูลแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณที่ท่านได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถามนี้มา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ( ) หน้าคำตอบที่ท่านเลือก(ตอบเพียง 1 ข้อ)

1. เพศ

( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ

( ) ไม่เกิน 20 ปี ( ) 21 – 30 ปี
( ) 31 – 40 ปี ( ) 41 – 50 ปี
( ) 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) ปริญญาตรี
( ) สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนรวม

( ) ไม่เกิน 15,000 บาท ( ) 15,001 – 30,000 บาท
( ) 30,001 – 45,000 บาท ( ) 45,001 – 60,000 บาท
( ) 60,001 – 75,000 บาท ( ) 75,001 บาท ขึ้นไป

5. อาชีพ

( ) พนักงานบริษัท ( ) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
( ) ค้าขาย/เจ้าของกิจการ ( ) อาชีพอิสระอื่นๆ
( ) นักเรียน / นักศึกษา ( ) เกษียณ / ว่างงาน / แม่บ้าน

6. เวลาที่สะดวกติดต่อบริษัท

( ) 11.00 – 13.00 น ( ) 13.01 – 15.00 น
( ) 15.01 – 17.00 น ( ) 17.01 -19.30 น

7. ระยะเวลาในการทำธุรกรรม

( ) น้อยกว่า 15 นาที ( ) 15 – 30 นาที

( ) 31- 60 นาที ( ) มากกว่า 60 นาที

8. ประเภทในการธุรกรรม

( ) สมัครบัตรเครดิต / สินเชื่อ ( ) ชำระเงิน

( ) เบิกถอนเงินสด ( ) สอบถามผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของของพนักงานบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขในการให้บริการของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัล รัตนาธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี

5 หมายถึง พึงพอใจในคุณภาพการบริการมากที่สุด

4 หมายถึง พึงพอใจในคุณภาพการบริการมาก

3 หมายถึง พึงพอใจในคุณภาพการบริการปานกลาง

2 หมายถึง พึงพอใจในคุณภาพการบริการน้อย

1 หมายถึง พึงพอใจในคุณภาพการบริการน้อยที่สุด

คุณภาพการให้บริการ	**ระดับความคิดเห็น**				
	(5)	**(4)**	**(3)**	**(2)**	**(1)**
ด้านอาคารสถานที่					
1. สถานที่มีความกว้างขวาง					
2. สถานที่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย					
3. มีแสงสว่างเพียงพอ ไม่มีเสียงดังรบกวน					
4. ที่นั่งรอรับบริการมีเพียงพอ					
5. ระบบรักษาความปลอดภัยมีความน่าเชื่อถือ					
6. ป้ายบอกบริการต่างๆ มีความชัดเจน					
7. ตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางมาติดต่อสะดวก					

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ด้านพนักงาน					
1. จำนวนพนักงานในการให้บริการมีเพียงพอ					
2. มีการกล่าวทักทาย สวัสดี และ ขอบคุณ					
3. พนักงานมีมารยาทในการพูดจากับลูกค้า					
4. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
5. พนักงานมีความรอบรู้ในผลิตภัณฑ์					
6. พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน					
7. พนักงานแต่งกาย สุภาพ สะอาด เรียบร้อย					
8. พนักงานมีความถูกต้องแม่นยำ ในการให้บริการ					
9. พนักงานมีความตรงต่อเวลา ในการให้บริการ					
ด้านข้อมูล / ข่าวสาร					
1. ข้อมูลของบริษัทมีความทันสมัย เป็นปัจจุบัน					
2. ข้อมูลมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ					
3. การเผยแพร่ข้อมูลทันต่อเวลา / เหตุการณ์					
4. พนักงานสามารถให้ข้อมูลต่างๆ ได้ดี					
5. ข้อมูลต่างๆ มีความชัดเจน เข้าใจได้ง่าย					
6. ความพร้อมของพนักงานในการให้บริการ					
ด้านการบริการ					
1. ความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ					
2. ความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ					
3. ความคล่องตัวของขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการ					
4. การได้รับความช่วยเหลือและแก้ไขในกรณีเกิดปัญหา					
5. การได้รับการผ่อนผันและยืดหยุ่นในกฎ ระเบียบ และวิธีปฏิบัติของบริษัท					

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
6. ความเท่าเทียมกันในการให้บริการ					
7. การบริการลูกค้าสม่ำเสมอและทั่วถึง					
8. ความรวดเร็วในการให้บริการ					
9. เวลาเปิด – ปิดของบริษัทมีความเหมาะสม					
10.การรักษาข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้า มีความน่าเชื่อถือไว้ใจได้					
11.การให้ความสำคัญกับลูกค้าของบริษัทเป็นลำดับแรก					

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสาวดุษฎี เริ่มกุลชัย
วัน เดือน ปีเกิด	4 พฤษภาคม 2517
สถานที่เกิด	อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี
ประวัติการศึกษา	นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ.2539
สถานที่ทำงาน	บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กรุงเทพมหานคร
ตำแหน่ง	ผู้จัดการอาวุโส