คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

นางสุวิชาดา เทียนเสน

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
พ.ศ. 2552

Service Quality of Finance Counter in Head Office of Government Housing Bank

Mrs. Suvichada Theinsain

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

2009

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงิน ในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่
ชื่อและนามสกุล	นางสุวิชาดา เทียนเสน
แขนงวิชา	บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา	วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตรจารย์สุวีณา ตั้งโพธิสุวรรณ

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระได้ให้ความเห็นชอบการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้แล้ว

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุวีณา ตั้งโพธิสุวรรณ)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิไกร)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ อนุมัติให้รับการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

.....
(รองศาสตราจารย์อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ)
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ
วันที่ 26 เดือน มี.ค. พ.ศ. 2553

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

ผู้ศึกษา นางสุวิชาดา เทียนเสน **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์สุวีณา ตั้งโพธิสุวรรณ **ปีการศึกษา** 2552

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ (2)ศึกษาคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ (3) เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

วิธีการศึกษา เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรคือผู้ที่มาใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ตั้งแต่วันที่ 1-30 กันยายน 2552 จำนวน 27,920 คน และทำการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 395 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ สถิติพรรณา คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน คือการทดสอบแบบที และการทดสอบแบบเอฟ

ผลการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป ประกอบอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000-20,000 บาท โดยมีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีสถานภาพโสด (2) คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่อยู่ในขั้นดีมีมาตรฐานของการให้บริการและมีประสิทธิภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คืออยู่ในช่วง 3.69 - 4.08 โดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี ด้านความไว้วางใจ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม และด้านความปลอดภัย (3) การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า เพศและสถานภาพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็น แต่อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ คุณภาพการให้บริการ เคาน์เตอร์การเงิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยจากความกรุณาจากบุคคลหลายท่าน ซึ่งข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณทุกท่านไว้ ณ ที่นี้เป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สุวีณา ตั้งโพธิสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ ที่ท่านได้ให้ความเมตตาสละเวลาอันมีค่าของท่านให้คำแนะนำ ปรึกษาตลอดจนตรวจแก้ไข ปรับปรุง จนทำให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นทุกท่านที่ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยจนทำให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ข้าพเจ้าขอมอบเป็นกตัญญุตาบูชาแด่บิดา มารดา ครู อาจารย์ ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่านที่มีส่วนสร้างพื้นฐานการศึกษาให้แก่ผู้วิจัย

สุวิชาดา เทียนเสน

พฤศจิกายน 2552

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

กิตติกรรมประกาศ ..... จ

สารบัญตาราง ..... ช

สารบัญภาพ ..... ญ

บทที่ 1 บทนำ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

วัตถุประสงค์การวิจัย 2

กรอบแนวคิดการวิจัย 3

สมมุติฐานการวิจัย 4

ขอบเขตของการวิจัย 4

นิยามศัพท์เฉพาะ 4

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 5

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 6

ความรู้เกี่ยวกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ 6

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ 11

การประเมินคุณภาพบริการ 17

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 21

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 24

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 24

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 25

การเก็บรวบรวมข้อมูล 26

การวิเคราะห์ข้อมูล 26

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 27

ตอนที่ 1 สถานภาพของประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง 28

ตอนที่ 2 ข้อสรุปที่ได้จากข้อเสนอแนะเพิ่มเติม 38

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน 38

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 49
สรุปการวิจัย 49
อภิปรายผล 52
ข้อเสนอแนะ 53
บรรณานุกรม 55
ภาคผนวก 57
แบบสอบถาม 58
ประวัติผู้ศึกษา 63

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคล 28
ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์ การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ โดยภาพรวม 31
ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์ การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านความไว้วางใจ 31
ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์ การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านความรับผิดชอบ 32
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์ การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านความสามารถ 33
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์ การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านการเข้าถึงบริการ 33
ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์ การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านความสุภาพ/อัธยาศัย 34
ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์ การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านการติดต่อสื่อสาร 35
ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์ การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านความน่าเชื่อถือ 35
ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์ การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านความปลอดภัย 36
ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์ การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านความเข้าใจและ รู้จักลูกค้าจริง 36
ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์ การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/ บริการที่เป็นรูปธรรม 37

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินฯ ที่มีต่อคุณภาพการบริการ จำแนกตามเพศ 38
ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินฯ ที่มีต่อคุณภาพการบริการ จำแนกตามอายุ 39
ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินฯ ที่มีต่อคุณภาพการบริการ จำแนกตามอาชีพ 41
ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินฯ ที่มีต่อคุณภาพการบริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 43
ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินฯ ที่มีต่อคุณภาพการบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา 45
ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินฯ ที่มีต่อคุณภาพการบริการ จำแนกตามสถานภาพ 47

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย 3

บทที่ 1
บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการที่ประเทศไทยประสบภาวะวิกฤติเศรษฐกิจและวิกฤติทางการเมือง ซึ่งเป็นปัจจัยแวดล้อมทั้งจากภายนอกและภายในประเทศที่มีความผันผวนอย่างรุนแรงต่อเนื่องและเป็นวงกว้าง ส่งผลให้การขยายตัวทางเศรษฐกิจเกิดการชะงักงันและปรับตัวลดลงอย่างรวดเร็ว โดยมีผลกระทบจากวิกฤติการเงินในประเทศสหรัฐอเมริกาที่เกิดฟองสบู่ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์แตกและลุกลามไปยังระบบสถาบันการเงินของสหรัฐอเมริกาและส่งผลกระทบไปยังสถาบันการเงินทั่วโลก ระดับราคาน้ำมันในตลาดโลกที่พุ่งทะยานขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปลายปี 2550 และดิ่งลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงในไตรมาสสุดท้ายของปี 2551 ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างต่อเศรษฐกิจโลกในทุกภาครวมถึงประเทศไทย เกิดการปิดตัวหรือลดกำลังการผลิตของภาคธุรกิจส่งผลให้เกิดปัญหาการว่างงาน รวมถึงมีการขยายตัวของอัตราเงินเฟ้อที่อยู่ในเกณฑ์สูง ประกอบกับวิกฤติความวุ่นวายและการผลิกผันทางการเมืองไทยครั้งรุนแรงที่ต่อเนื่องตลอดทั้งปี ทำให้การบริโภคภาคเอกชนชะลอตัวลดลงอย่างรวดเร็ว กระทบความเชื่อมั่น การลงทุน การส่งออก การท่องเที่ยว ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย (รายงานประจำปี 2551 ธนาคารอาคารสงเคราะห์ 29)

ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจและปัญหาที่รุมเร้าจากปัจจัยภายในและภายนอกดังกล่าว ธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้พยายามปรับปรุงบริหารจัดการองค์กรในทุกด้าน ทั้งด้านการจัดการ การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาสนับสนุนการปฏิบัติงานและการให้บริการ ซึ่งการบริการเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะสามารถทำให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลและประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย ทั้งนี้ การบริการนั้น ๆ จะต้องเป็นการบริการที่ดี สนองตอบความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งการบริการที่ดี คือ การกระทำของเจ้าหน้าที่หรือผู้ให้บริการ ตลอดจนสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ อันจะทำให้ผู้รับบริการหรือลูกค้าพึงพอใจ มีความสุขและได้รับผลประโยชน์อย่างเต็มที่ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าการบริการจะมีความเกี่ยวเนื่องกับความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้เข้ารับบริการหรือลูกค้าแต่ละองค์กร

ซึ่งลูกค้าเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินกิจการใด ๆ ก็ตาม หากไม่มีลูกค้างานต่าง ๆ คงไม่บรรลุซึ่งเป้าหมายแห่งความสำเร็จ ฉะนั้นผู้ศึกษา จึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการปรับปรุงการให้บริการของธนาคารให้เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้า เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีศักยภาพสูงสุดในอนาคตและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด อีกทั้งเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการในด้านต่าง ๆ ให้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย ทั้งนี้ก็เพื่อให้ธนาคารอาคารสงเคราะห์ มีความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว โดยอาศัยการศึกษาความคาดหวังของลูกค้า และตอบสนองความคาดหวังให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด ภายใต้ความสัมพันธ์แบบ Win Win Relationship คือ ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อบริการของธนาคารจนเกิดเป็น Brand Loyalty ต่อไปในอนาคต

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

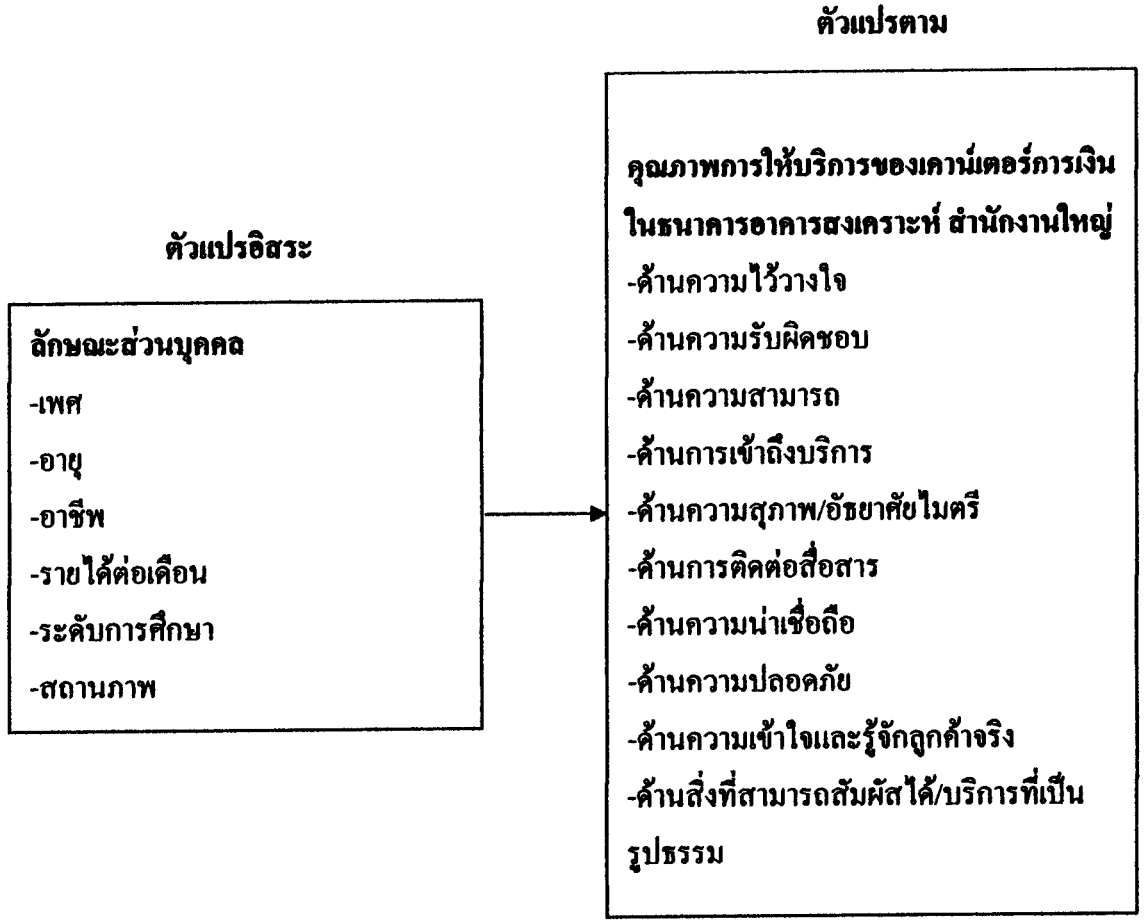
2.1 เพื่อศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

2.2 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

2.3 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดไว้ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. สมมติฐานการวิจัย

ระดับความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่แตกต่างกัน เมื่อลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน

5. ขอบเขตของการวิจัย

5.1 ขอบเขตด้านประชากร ทำการศึกษาผู้ที่มาใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา จะทำการศึกษาเฉพาะด้านของคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงิน เพื่อศึกษาถึงระบบการให้บริการและคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ที่มีต่อผู้ใช้บริการตามคุณสมบัติของคุณภาพการให้บริการ

5.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพ

ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณสมบัติของคุณภาพด้านการให้บริการ

5.4 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการศึกษา คือวันที่ 1 ส.ค.2552-15 พ.ย. 2552

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 ผู้ให้บริการ หมายถึง พนักงานรับ-จ่ายเงินประจำเคาน์เตอร์การเงินของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

6.2 ผู้ใช้บริการ หมายถึง ลูกค้าที่มาใช้บริการจากเคาน์เตอร์การเงินของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

6.3 คุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้า เป็นการรับรู้ของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะทำการประเมินคุณภาพในการให้บริการ โดยเปรียบเทียบความต้องการหรือความาคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง

6.4 การให้บริการของเคาน์เตอร์การเงิน หมายถึง ประเภทการบริการของเคาน์เตอร์การเงิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ประกอบด้วย บริการฝาก-ถอนเงิน บริการรับชำระหนี้เงินงวด และบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 เพื่อทราบถึงระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

7.2 สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแก้ไขปรับปรุงคุณภาพการให้บริการในด้านต่าง ๆ ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

7.3 สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ในเชิงลึกต่อไป

บทที่ 2
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสร้างเครื่องมือในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับธนาคารอาคารสงเคราะห์
2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ
3. การประเมินคุณภาพบริการ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความรู้เกี่ยวกับธนาคารอาคารสงเคราะห์

1.1 ประวัติความเป็นมา ธนาคารอาคารสงเคราะห์ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ได้ทรงมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ตรา **"พระราชบัญญัติธนาคารอาคารสงเคราะห์ พ.ศ. 2496"** ขึ้นเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2496 และได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2496 นับแต่นั้นมาธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้ถือกำเนิดขึ้นโดยเป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจสังกัดกระทรวงการคลัง เริ่มเปิดดำเนินการในวันพฤหัสบดีที่ 24 กันยายน 2496 ด้วยเจตนารมณ์ที่สำคัญ คือ เพื่อช่วยเหลือทางการเงินให้ประชาชนได้มีที่อยู่อาศัยตามควรแก่อัตภาพ โดยในช่วง 20 ปีแรกของการก่อตั้ง ธนาคารได้ดำเนินงานทั้งในฐานะเป็นสถาบันการเงินที่ให้สินเชื่อที่อยู่อาศัย และเป็นผู้จัดสรรบ้านและที่ดินให้ประชาชนได้มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง

ต่อมาเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2515 ได้มีประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 316 จัดตั้งการเคหะแห่งชาติขึ้นเพื่อรับผิดชอบดำเนินงานให้ประชาชนมีที่อยู่อาศัย ให้ทำหน้าที่เป็นผู้จัดสรรบ้านและที่ดินให้ประชาชนแทนธนาคาร และได้ออกประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 317 ให้โอนบรรดากิจการทรัพย์สิน หนี้สินและสิทธิต่าง ๆ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในส่วนที่เกี่ยวกับการเช่าซื้อที่ดินหรืออาคารแก่ผู้ที่ไม่มีที่อยู่อาศัยของตนเองให้แก่การเคหะแห่งชาติ และกำหนดให้ธนาคารอาคารสงเคราะห์เป็นสถาบันการเงินที่ประกอบธุรกิจเพื่อส่งเสริมและช่วยเหลือให้นำเงินไปลงทุนเกี่ยวกับการจัดให้มีอาคารและหรือที่ดิน เป็นการให้กู้ยืมเงินให้สินเชื่อที่อยู่อาศัยและ

สินเชื่อระยะยาวแก่ประชาชนทั่วไปเพื่อการปลูกสร้าง ซื้อ หรือจัดหาที่อยู่อาศัยเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง และยังเปิดให้บริการรับฝากเงิน เช่น สถาบันการเงินอื่น ๆ อีกด้วย

วันที่ 2 มกราคม 2517 ธนาคารเปิดให้บริการรับฝากเงิน เช่นเดียวกับธนาคารพาณิชย์ทั่วไปเป็นครั้งแรก ทำให้ธนาคารมีสถานะเป็นสถาบันการเงินที่สมบูรณ์แบบ ให้บริการทั้งด้านการรับฝากเงิน และให้กู้ยืมเงิน ไม่ได้ทำหน้าที่ด้านการก่อสร้างบ้าน และการจัดสรรบ้านและที่ดินอีกต่อไปแล้ว

หลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงปี 2522-2524 ธนาคารได้มีการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและกลยุทธ์ด้านการเงินการธนาคาร อาทิ การแยกส่วนเงินกู้ที่มีการปล่อยสินเชื่อเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนเงินกู้ทั่วไปและส่วนเงินกู้โครงการ มีการปรับปรุงกระบวนการให้สินเชื่อให้คล่องตัว พัฒนาฝึกอบรมบุคลากร ริเริ่มบัญชีเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ ซึ่งได้รับความนิยมและเป็นแหล่งทุนที่สำคัญของธนาคารต่อเนื่องมาหลายปี และมีการจัดตั้งศูนย์สินเชื่อเพื่อแก้ปัญหาหนี้ค้างโครงการที่อยู่อาศัย โดยทำหน้าที่วิเคราะห์และพิจารณาปล่อยสินเชื่อแก่ผู้ประกอบการโครงการ

ปี 2525 ธนาคารได้พัฒนาระบบสินเชื่อดีขึ้น ทำให้มีลูกค้ามาใช้บริการจำนวนมาก สถานที่ให้บริการเริ่มไม่เพียงพอรองรับลูกค้า จำเป็นต้องหาสถานที่เพื่อก่อสร้างอาคารสำนักงานใหญ่แห่งใหม่ และเริ่มการก่อสร้างเมื่อปี 2525 แล้วเสร็จปี 2529 และธนาคารย้ายสำนักงานใหญ่จากถนนราชดำเนินใน มาให้บริการที่ถนนพระราม 9 วันที่ 18 สิงหาคม 2529 และใช้สำนักงานใหญ่เดิมที่ถนนราชดำเนินใน เป็นสำนักงานสาขาแทน ซึ่งนับเป็นสาขาแห่งแรกของธนาคาร และธนาคารก็ได้เริ่มขยายการให้บริการด้วยการเปิดสาขาเพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันธนาคารมีสาขาหลักจำนวน 76 สาขาหลัก และสาขาย่อย จำนวน 11 สาขาย่อย อีกทั้งธนาคารยังได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการให้ทันสมัยเข้ากับวิถีชีวิตของสังคมเมืองเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า โดยเปิดให้บริการเคาน์เตอร์การเงินนอกสถานที่ (Banking Counter) ตามห้างสรรพสินค้า รวม 16 แห่ง เปิดให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด ศูนย์บริการธนาคาร (One Stop Service) ณ ที่ว่าการอำเภอทั่วประเทศอีก 20 แห่ง และหน่วยบริการสินเชื่อ 20 แห่ง

ในช่วงปี 2531-2539 ผลการดำเนินงานของธนาคารมีการขยายตัวอย่างมากทั้งในด้านปริมาณการให้เงินกู้ที่อยู่อาศัย และส่วนแบ่งตลาดตลอดจนกำไรสุทธิ และในโอกาสครบรอบการดำเนินการปีที่ 40 ธนาคารได้เปลี่ยนสัญลักษณ์ธนาคารจาก "รูปวิมานเมฆ" เป็น "รูปสองมือโอบอุ้มบ้าน" เพื่อให้สอดคล้องกับการได้รับอนุมัติจากคณะรัฐมนตรีให้เป็น **"รัฐวิสหกิจที่ดี"** ธนาคารได้จัดทำและเผยแพร่วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์ และจัดทำ Web Site อินเตอร์เน็ต **www.ghb.co.th** เพื่อนำเสนอข้อมูลด้านที่อยู่อาศัยให้กับผู้สนใจทั่วไป สำหรับบทบาทด้านที่อยู่อาศัยระหว่างประเทศธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้รับการยกย่องจาก

ศูนย์กลางสหประชาชาติว่าด้วยการตั้งถิ่นฐานมนุษย์ในปี 2539 ให้เป็น **"สถาบันการเงินที่มีผลการปฏิบัติงานดีเยี่ยม"** นับเป็นความภาคภูมิใจของธนาคารอีกวาระหนึ่ง

ในช่วงปี 2540-2542 ประเทศไทยประสบวิกฤตเศรษฐกิจอย่างรุนแรง ธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้มีบทบาทในการช่วยฟื้นฟูธุรกิจที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์ตามนโยบายของขยายตัวลุกลามไปทุกสถาบันการเงิน รวมทั้งธนาคารอาคารสงเคราะห์เองด้วย แต่ธนาคาร ฯ ก็ได้แสดงบทบาทนำในเรื่องการประนอมหนี้และการปรับปรุงโครงสร้างหนี้กับลูกค้าผู้กู้เงินซื้อบ้านโดยมีมาตรการที่ชัดเจนถึง 14 มาตรการในการประนอมหนี้ ช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของลูกค้าได้อย่างมาก หรือการร่วมมือกับธนาคารออมสินให้สินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำ คงที่ 30 ปี การจัดตั้งสำนักงานตลาดรองสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย โครงการสินเชื่อเคหะรวมใจ การจัดทำ Web Site : www.GHBHomeCenter.com ที่มีข้อมูลบ้านและที่ดิน เพื่อใช้เป็นช่องทางอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ที่ประสงค์จะซื้อบ้านโดยเฉพาะปี 2544 ธนาคารได้มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนนโยบายรัฐบาลในการส่งเสริมให้ประชาชนได้มีที่อยู่อาศัยเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง รวมทั้งการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์และภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยได้จัดทำโครงการบ้านธอส.-กบข. สำหรับข้าราชการที่เป็นสมาชิก กบข. เพื่อจัดหาที่อยู่อาศัยได้ในวงเงินร้อยละ 100 ของมูลค่าหลักประกัน และมีการผ่อนชำระในอัตราก้าวหน้าเป็นการเพิ่มกำลังซื้อให้กับข้าราชการ และได้มีการขยายผลไปยังกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ และลูกจ้างประจำส่งผลให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการฟื้นตัวอย่างชัดเจนในระยะต่อมา

วันที่ 17 มกราคม 2549 พระราชบัญญัติธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2549 ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อการดำเนินธุรกิจของธนาคารครั้งสำคัญ ทั้งนี้เนื่องจากพระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวได้เอื้ออำนวยให้ธนาคารสามารถขยายขอบเขตการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัยได้อย่างครบวงจร และมีความคล่องตัวในการดำเนินงาน ธนาคารได้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ "สินเชื่อเพื่อคนรักบ้าน" เพื่ออำนวยสินเชื่อแก่ลูกค้าในการนำเงินไปซื้ออุปกรณ์ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อที่อยู่อาศัย อาทิ เฟอร์นิเจอร์ เครื่องครัว เครื่องสุขภัณฑ์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และอื่น ๆ ตามหมวดรายการที่คณะกรรมการธนาคารกำหนด เพื่อให้ลูกค้าของธนาคารได้มีที่อยู่อาศัยที่มีความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น

ในปี 2550 ธนาคารได้ประกาศภาพลักษณ์ใหม่ ภายใต้แนวคิด ***"เปลี่ยน...เพื่อสิ่งที่ดีขึ้น"*** **(Change for the Better)** ในวันครบรอบการดำเนินงานปีที่ 54 ของธนาคาร เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2550 และได้นำระบบ Core Banking ใหม่มาใช้ ซึ่งเป็นระบบคอมพิวเตอร์เทคโนโลยีใหม่ที่ครอบคลุมการให้บริการเงินกู้ เงินฝาก และระบบบัญชี อีกทั้งยังได้ปรับปรุงโครงสร้างการบริหารธนาคารในรูปแบบ Hub & Spokes การรวมศูนย์การวิเคราะห์และอนุมัติสินเชื่อไว้ที่

Credit Processing Center (CPC) เพื่อให้การพิจารณาสินเชื่อเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งธนาคาร สอดคล้องกับนโยบายของธนาคารเน้นการบริการที่ทันสมัยและรวดเร็วยิ่งขึ้น ภายใต้สโลแกน **"ธนาคารทันสมัย เพื่อที่อยู่อาศัยครบวงจร"** ใช้ชื่อภาษาอังกฤษ "GH BANK" ตลอดจนได้ปรับปรุงอัตลักษณ์ใหม่ของธนาคาร (Corporate Identity) โดยใช้สีส้มและสีเขียวเป็นหลัก สำหรับสัญลักษณ์ยังคงเป็นสองมือ โอบอุ้มบ้านซึ่งเป็นไปตามเจตนารมย์ในการจัดตั้งธนาคารตามพระราชบัญญัติธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในการเป็นสถาบันการเงินที่ช่วยเหลือให้ประชาชนได้มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองตามควรแก่อัตภาพ

ในปี 2551 ธนาคารยังคงเจตนารมณ์ที่จะสนับสนุนให้คนไทยมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองเพิ่มมากขึ้น โดยธนาคารได้ดำเนินการโครงการประกันสินเชื่อที่อยู่อาศัย (Mortgage Insurance) เพื่อช่วยให้ผู้กู้ที่มีความสามารถในการผ่อนชำระแต่มีเงินดาวน์ไม่เพียงพอสามารถกู้ซื้อบ้านได้ โครงการแปลงสินทรัพย์เป็นหลักทรัพย์ (Securitization) เพื่อให้สามารถระดมเงินเพื่อรองรับการปล่อยสินเชื่อในอัตราต้นทุนต่ำ การดำเนินนโยบายด้านการส่งเสริมการออมเงินเพื่อที่อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันธนาคารได้จัดทำโครงการ ธอส.-รักการออม เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนไทยสามารถออมเงินตั้งแต่อายุยังน้อย เพื่อการกู้ซื้อที่อยู่อาศัยได้ในอนาคต และจะนำหลักการออมทรัพย์เพื่อที่อยู่อาศัยมาปรับใช้ เพื่อช่วยเสริมสร้างและกระตุ้นวินัยในการออมเงิน ทั้งนี้ เมื่อมีเงินออมตามเงื่อนไขระดับหนึ่งก็สามารถกู้ซื้อที่อยู่อาศัยได้ และผลพลอยได้จากการมีวินัยด้านการออมเงินจะช่วยลดการเป็นหนี้อีกด้วย รวมถึงการกำหนดนโยบายและมาตรการต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ และการส่งเสริมตลาดบ้านมือสอง เพื่อให้ผู้ที่ต้องการมีที่อยู่อาศัยสามารถมีที่อยู่อาศัยได้ง่ายขึ้นตามความสามารถในการผ่อนชำระ ทั้งนี้ ในการดำเนินงานใด ๆ ธนาคารได้ยึดหลักจริยธรรมและความโปร่งใส ในการดำเนินธุรกิจเสมอมา และจะดำเนินการตามพันธกิจในการให้บริการการเงินด้านที่อยู่อาศัยอย่างครบวงจร เพื่อให้ประชาชนได้มีที่อยู่อาศัยตามสมควรแก่อัตภาพ และสามารถตอบสนองความหวังของลูกค้า รัฐบาล พนักงาน และสังคมภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงต่อไป

นับถึงวันนี้ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ได้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคงพร้อมให้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยอย่างครบวงจร ผ่านช่องทางเครือข่ายสาขาหลัก สาขาย่อย เคาน์เตอร์การเงิน (Banking Counter) ที่เปิดให้บริการตามศูนย์การค้าในเขต กทม.และภูมิภาค ศูนย์บริการธนาคาร (One Stop Service) ที่ให้บริการ ณ ที่ว่าการอำเภอ เพื่อให้ลูกค้า ได้รับความสะดวกในการใช้บริการ และจะมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรและบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ธนาคารเป็นสถาบันการเงินหลัก ที่ให้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของประเทศ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา คณะกรรมการ

ธนาคาร ทีมผู้บริหาร และพนักงาน ภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนให้คนได้ได้มีที่อยู่อาศัยเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง

1.2 วิสัยทัศน์และพันธกิจของธนาคารอาคารสงเคราะห์

วิสัยทัศน์

เป็นธนาคารทันสมัยเพื่อที่อยู่อาศัยครบวงจร :State -Of The Art Housing Bank"

พันธกิจ

ให้บริการทางการเงินด้านที่อยู่อาศัยอย่างครบวงจร โดยคำนึงถึงนโยบายรัฐ ประโยชน์ของสังคม และคุณภาพชีวิตของประชาชน

1.3 โลโก้และสัญลักษณ์ธนาคารอาคารสงเคราะห์

โลโก้ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ประกอบด้วยส่วนสัญญลักษณ์และ ตัวอักษร โดยทั้ง 2 ส่วนนี้จะต้องใช้ควบคู่ กันเสมอเพื่อสะท้อนถึงภาพพจน์อันโดดเด่นในการเป็นสถาบันการเงินดำเนินธุรกิจ สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่มีความมั่นคงทันสมัยและมีมิตรไมตรี

สัญญลักษณ์ของโลโก้ธนาคารฯ จะมีรูปทรงที่สื่อถึงพลังของการเคลื่อนไหวและความสมดุลย์ประสานกลมกลืนที่หนักแน่นมั่นคงโดยรูปมือในโลโก้จะเป็นสัญญลักษณ์แทนธนาคารที่คอยโอบอุ้มประคองบ้านไว้ด้วยสองมือของธนาคาร อันสื่อถึงความมุ่งมั่นของธนาคารในการมีส่วนร่วมช่วยเหลือประชาชนคนไทยให้มีที่อยู่อาศัยด้วยความเอาใจใส่ในปัญหาอย่างใกล้ชิด ประกอบเข้ากับรูปทรงสามเหลี่ยมเลียนแบบทรงจั่วหลังคาบ้านด้านนอกของกรอบมือด้านบนและด้านล่าง ซึ่งสามารถสะท้อนถึงลักษณะของธุรกิจธนาคารในการให้บริการด้านที่อยู่อาศัยไว้อย่างเด่นชัดในขณะที่สีส้มจะให้ความรู้สึกอบอุ่น จริงใจและหนักแน่นคลาสสิคอย่างเป็นทางการกลมกลืนไปกับการใช้เส้นที่มีน้ำหนักมั่นคง

2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

หลักการให้บริการ: การบริการ ซึ่งเป็นการให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นนั้น ต้องมีหลักยึดปฏิบัติ มิใช่ว่าการให้ความช่วยเหลือ หรือการทำประโยชน์ต่อผู้อื่นจะเป็นไปตามใจของเรา ผู้ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ โดยทั่วไปหลักการให้บริการมีข้อควรคำนึง (สมิต สัชฌุกร, 2542: 173-174) ดังนี้

1) สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ

การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลักจะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดีและเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใด แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจ ไม่ให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็อาจจะไร้ค่า

2) ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ

"คุณภาพถือความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น" เพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ และถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการ ไม่ว่าเราจะตั้งใจให้บริการมากมายเพียงใด แต่ก็เป็นเพียงด้านปริมาณ แต่คุณภาพการบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า

3) ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน

การให้บริการซึ่งจะสนองตอบความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัด คือการปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ครบถ้วนเพราะหากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้วก็ยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ แม้จะมีคำขอโทษขออภัยก็ได้รับเพียงความเมตตา

4) เหมาะสมแก่สถานการณ์

การให้บริการที่รวดเร็ว ส่งสินค้าหรือให้บริการตรงตามกำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญ ความล่าช้าไม่ทันกำหนด ทำให้เป็นการบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากการส่งสินค้าทันกำหนดเวลาแล้วยังจะต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้าและสนองตอบให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย

5) ไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่น ๆ

การให้บริการในลักษณะใดก็ตาม จะต้องพิจารณาโดยรอบคอบ รอบด้าน จะมุ่งแต่ประโยชน์ที่จะเกิดแก่ลูกค้าและฝ่ายเราเท่านั้นไม่เป็นการเพียงพอ จะต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย รวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงควรยึดหลักในการให้บริการว่าจะระมัดระวังไม่ทำให้เกิดผลกระทบทำความเสียหายให้แก่บุคลลอื่น ๆ ด้วย

2.1 ลักษณะของการบริการที่ดี

ธุรกิจหลายแห่งประสบความสำเร็จในการให้บริการ เพราะผู้บริหารมีหลักการให้บริการกำหนดไว้เป็นกรอบหรือแนวทางปฏิบัติของพนักงานเพื่อให้พนักงานยึดถือเป็นนโยบาย ทั้งนี้ พนักงานทุกคนและทุกระดับของกิจการถือเป็นแนวปฏิบัติ 3 ประการ ได้แก่ (สมิต สัชฌุกร, 2542 :174-176)

1) ลูกค้าต้องมาก่อนเสมอ หมายถึง คำนึงถึงลูกค้าก่อนสิ่งอื่นใด

2) ลูกค้าถูกเสมอไม่ว่าลูกค้าจะพูดจะทำอย่างไร ต้องไม่โต้แย้งเพื่อยืนยันว่าลูกค้าผิด

3) ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกอบอุ่น สบายใจ

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว ถือเป็นแนวทางการดำเนินการสำหรับองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการให้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และก่อให้เกิดความสำเร็จต่อองค์กรนั้น ๆ การให้บริการเป็นการกระทำของบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพ อุปนิสัยและอารมณ์แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลและแต่ละสถานการณ์ จึงมีการประพฤติปฏิบัติที่หลากหลายออกไป แต่อย่างไรก็ตาม การบริการที่ดีอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป มีดังนี้

1) ทำด้วยความเต็มใจ การบริการเป็นเรื่องของจิตใจ ถ้ามีความรักในงานบริการก็จะทำทุกสิ่งทุกอย่างในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่นด้วยความตั้งใจและเต็มใจ ผลของการกระทำก็มักจะเกิดขึ้นด้วยดี

2) ทำด้วยความรวดเร็ว ผู้รับบริการส่วนใหญ่อยู่ในอาการรีบร้อนจึงต้องการความช่วยเหลือที่ทันอกทันใจ การแสดงออกอย่างกุลีกุจอในการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้รับบริการมีความสุขและความพอใจ

3) ทำถูกต้อง ดังได้กล่าวไว้ในหลักของการให้บริการว่า การให้บริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ จะเป็นการสนองตอบความต้องการและทำความพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างชัดแจ้ง การบริการที่ดีจึงต้องเน้นการทำให้ถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญ

4) ทำอย่างเท่าเทียมกัน คนส่วนมากต้องการสิทธิพิเศษ และเรียกร้องที่จะรับบริการที่ดีกว่าหรือเหนือกว่าผู้อื่น หากเราแสดงออกให้คนต่าง ๆ เห็นว่าเราให้บริการเป็นพิเศษแก่บางคน ก็เท่ากับเราไม่ให้บริการอย่างเป็นธรรม เป็นการสร้างความพอใจให้แก่คนเพียงคนเดียว แต่ทำความไม่พอใจให้แก่คนอีกจำนวนมาก

5) ทำให้เกิดความชื่นใจ การบริการที่ดีจะต้องทำให้ผู้รับบริการมีความสุข ซึ่งทุกคนต่างตระหนักดีว่า เมื่อใดที่ผู้ให้บริการสนองตอบความต้องการให้ความช่วยเหลืออย่างดีก็จะเกิดความ ปีติ ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงต้องพยายามให้ความช่วยเหลือจนผู้รับบริการชื่นใจ

2.2 มาตรฐานการบริการ

การจัดให้มีมาตรฐานการให้บริการจะทำให้ผู้ให้บริการมีความคิดคำนึงและใคร่ครวญถึงการปฏิบัติงานการให้บริการของตน เปรียบเทียบกับมาตรฐานที่กำหนดไว้เหมือนนักกีฬาที่หมั่นตรวจสอบความสามารถของตนเองเปรียบเทียบกับสถิติ

มาตรฐานจะช่วยสร้างแนวโน้มของความคาดหวังให้เพิ่มคุณภาพของการบริการสูงขึ้นไปเรื่อย ๆ เพราะมาตรฐานไม่มีเส้นชัดและไม่มีเพดานดังได้กล่าวไว้แล้วแต่ต้นในเรื่องของการจัดทำมาตรฐาน การที่ผู้ให้บริการไม่สนใจมาตรฐานหรือไม่ต้องการให้มีมาตรฐานในงานบริการ เพราะเกรงว่าหากตนปฏิบัติผิดไปจากมาตรฐานบริการก็จะเป็นที่เห็นได้ประจักษ์ชัด จึงต้องการลักษณะที่คลุมเครือไม่มีหน่วยเปรียบเทียบเพื่อที่จะปฏิบัติอย่างไรก็ได้ และสามารถอ้าง

ข้อบกพร่องในงานบริการของผู้อื่นหรืองานอื่น ๆ มาเปรียบเทียบได้ว่า การปฏิบัติงานให้บริการของตนยังดีกว่า

หากจะพิจารณากำหนดมาตรฐานเป็นการทั่วไป เพื่อที่จะนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะบริการแต่ละกรณีอย่างเป็นรูปธรรมก็อาจกำหนดจากลักษณะงานที่เป็นนามธรรม ดังนี้ (สมิต สัชฌุกร, 2542: 177-178)

งาน	มาตรฐาน
1.การให้ความสนใจ	1.1 ต้องต้อนรับอย่างอบอุ่นและชุ่มฉ่ำ
	1.2 ต้องแสดงให้เกียรติลูกค้า
	1.3 ต้องแสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีความสำคัญ
	1.4 ต้องฟังลูกค้าพูดและสบนัยน์ตาด้วย
2.การให้ความสม่ำเสมอ	2.1 ต้องเอาใจใส่และให้บริการอย่างเท่าเทียมถ้วนทั่ว
	2.2 ต้องไม่แสดงออกอย่างเหนื่อยหน่ายเย็นชา
	2.3 ต้องติดตามเรื่องของลูกค้าจนสำเร็จ
3.การบริการอย่างตั้งใจ	3.1 ต้องมั่นใจในความถูกต้องสมบูรณ์
	3.2 ต้องจัดบริการให้ตรงเวลา
	3.3 ต้องบริการให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่า
4.การบริการอย่างเต็มใจ	4.1ต้องสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าว่าจะเป็นบริการที่ได้รับประโยชน์สูงสุด
	4.2 ต้องให้ความร่วมมือในการตอบสนองความต้องการ
5.การบริการอย่างจริงใจ	5.1 ต้องแสดงออกถึงบริการที่น่าเชื่อถือและเชื่อใจได้

	5.2 ต้องรับผิดชอบในตัวสินค้าและบริการ
	5.3 ต้องให้บริการอย่างซื่อตรงและเป็นธรรม
6. การบริการอย่างเข้าใจ	6.1 ต้องมีความรู้ในสินค้าและบริการอย่างแท้จริง
	6.2 ต้องมุ่งถึงบริการที่มีคุณภาพ
	6.3 ต้องให้บริการอย่างถูกต้อง
7. การบริการอย่างรู้ใจ	7.1 ต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง
	7.2 ต้องดำเนินการอย่างรวดเร็วสมใจลูกค้า
8. การบริการอย่างมีน้ำใจ	8.1 ต้องให้ความช่วยเหลืออย่างเอื้ออาทร
	8.2 ต้องให้ลูกค้าได้รับคำแนะนำอย่างถูกต้อง เพื่อประกันไม่ให้เกิดความยุ่งยากเสียหาย
	8.3 ต้องให้ลูกค้าได้รับประโยชน์ทั้งด้านคุณภาพและปริมาณอย่างครบถ้วน

2.3 คุณภาพการบริการ

คุณภาพของการบริการนั้น มีความหมายหลายประการ คือ บริการดี-ราคาสมเหตุสมผล คุณภาพดีผู้รับบริการพอใจ การบริการที่มีคุณภาพจะเกิดความประทับใจแก่ผู้รับบริการ ส่วนคุณภาพของบริการจะมีมาตรวัดระดับการให้บริการว่าอยู่ในระดับดีเพียงใดนั้น ได้มีการศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณภาพการบริการที่อาจใช้กับการบริการทั่ว ๆ ไป มี 10 ประการด้วยกันดังนี้ (จารุบูณณ์ ปาณานนท์ 2533 อ้างถึงใน ฉัฐิกา รังศิริ 2549 : 20)

1.ไว้ใจได้ หมายความว่า การบริการนั้น ต้องคงเส้นคงวาและไว้ใจได้

2.ความพร้อม หมายถึง การบริการที่พร้อมทุกเวลา ผู้ให้บริการมีความเต็มใจและพร้อมตัวที่จะให้บริการอยู่เสมอ

3.ความสามารถ หมายถึง ผู้ให้บริการจะต้องมีทักษะและความรู้ความเข้าใจในบริการนั้น

4.ความสามารถในการเข้าถึง หมายความว่า จะต้องง่ายต่อการติดต่อ ไม่มีพิธีการที่ซับซ้อนและไม่เสียเวลารอคอย

5.ความมีอัธยาศัย หมายถึง ความสุภาพอ่อนน้อม เป็นมิตร และเข้าใจความรู้สึกของลูกค้า

6.การสร้างสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อให้ข่าวสารแก่ลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า

7.เชื่อถือได้ หมายถึง การบริการนั้นมีความซื่อตรงและวางใจได้

8.มั่นคงปลอดภัย หมายถึง การบริการจะต้องไม่เป็นที่สงสัย ปราศจากการเสี่ยงและอันตราย

9.รู้จักและเข้าใจลูกค้า หมายถึง พยายามทำความเข้าใจถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าและให้บริการที่ทำให้ลูกค้าคิดว่าเป็นความใส่ใจเฉพาะตัว

10.พยายามให้สิ่งที่ลูกค้าสัมผัสได้ หมายความว่า เน้นเป็นพิเศษในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นรูปธรรม บุคลากร ตลอดจนสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่สามารถสัมผัสได้

การบริการที่ดีมีคุณภาพจำเป็นต้องถึงพร้อมทั้งการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจธุระตามความประสงค์ของผู้รับบริการได้อย่างถูกต้องครบถ้วน เป็นประโยชน์สูงสุดแก่ผู้รับบริการในขณะเดียวกันก็ต้องกระทำกิจกรรมเหล่านั้นด้วยพฤติกรรมที่ดีงาม ทำความสุข ความพอใจ ความชื่นชมยินดีมาสู่ผู้รับบริการด้วย

"บริการที่ดี" ก็คือการให้สิ่งที่ดีแก่ผู้รับบริการ เมื่อประชาชนมารับบริการจากเราสิ่งที่เขาต้องการก็คือ ความถูกต้องรวดเร็ว ความสะดวกสะบาย ความสำคัญ ความอบอุ่น ไมตรีจิต มิตรภาพ

"คุณภาพการบริการ" ไม่ว่าจะเป็นที่สถาบันธุรกิจการเงิน การท่องเที่ยว โรงแรม ธุรกิจบันเทิงหรือแม้แต่บริการสาธารณสุข ต่างเอาแพ้-ชนะกันที่การให้ความสำคัญ ความอบอุ่น ความสะดวกสบายใจแก่ลูกค้า หรือผู้รับบริการนั่นเอง ปกติแล้วคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก 3 ประการคือ

1.ความรู้ (Knowledge) คือ ความรู้จริง ถูกต้องแม่นยำในงาน

2.ความรู้สึก (Feeling) ความรู้สึกที่ดีในขณะที่ให้บริการ

3.ประสบการณ์ (Experience) ความเจนจัดชำนาญในงาน

แต่ด้วยเหตุที่คุณภาพบริการวัดกันที่ความรู้สึกส่วนตัวของผู้รับบริการ คุณภาพบริการจึงต้องเริ่มจากความรู้สึกที่ดีของผู้ให้บริการนำหน้ามาก่อนเสมอขณะให้บริการประชาชน ต่อให้มีความรู้มากเพียงใด ประสบการณ์โชกโชนอย่างไร หากปราศจากความรู้สึกที่ดี หงุดหงิด รำคาญ เบื่อง่าย อารมณ์บริการอันไม่พึงประสงค์เหล่านี้นอกจากจะส่งกระแสไปรบกวนจิตใจผู้รับบริการโดยตรงแล้ว ยังเป็นตัวกำหนดรูปแบบของพฤติกรรมบริการที่ไม่มีคุณภาพ อันเป็นการทำลายภาพพจน์ของตัวเอง สถาบันและวิชาชีพได้เป็นอย่างมากด้วย ตรงกันข้ามถ้าบริการเริ่มจากความยิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจไมตรีจิตมิตรภาพ สร้างความพอใจ ถูกใจ ประทับใจแก่ผู้รับบริการก่อนแล้ว ทุกสิ่งทุกอย่างก็สะดวกสบายและง่ายไปหมด

ดังนั้น คุณภาพบริการ จึงต้องเริ่มขึ้นจากความรู้สึกที่ดีงามของผู้ให้บริการ เป็นตัวก่อตัวกระตุ้น ตัวชักนำ ความรู้สึกที่ดีงามให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการในการที่นำความรู้ ประสบการณ์ และความชำนาญมาปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน คุณภาพบริการจึงต้องถึงพร้อมด้วยสัมผัสที่เบิกบานและบริการที่ถูกต้อง ซึ่งเป็นการสัมพันธ์ใน 2 ระดับ คือ ระดับความสัมพันธ์ทางใจ และระดับความสัมพันธ์ทางพฤติกรรม

3. การประเมินคุณภาพบริการ

การประเมินคุณภาพทางการบริการกระทำได้ยากกว่า การประเมินคุณภาพสินค้าทางการผลิต ที่สามารถตัดสินคุณภาพได้ทันทีที่ได้เห็นหรือใช้ผลิตภัณฑ์ (Zeithaml, P. and Berry, 1990: 16 อ้างถึงใน ปิยะนุช วงศ์นาค 2551: 34) ผู้รับบริการแต่ละคนจะมีความคาดหวัง (Expectation) มีลำดับความสำคัญของด้านต่าง ๆ ในบริการ (Priority) รวมถึงมีประสบการณ์(Experience)เกี่ยวกับการเคยได้รับบริการที่ต่างกัน จึงทำให้ผู้รับบริการ 2 คน ตัดสินการบริการอย่างเดียวกันว่ามีคุณภาพดีมาก ดีน้อย หรือไม่ดีต่างกันไปด้วย ด้วยเหตุนี้จึงมีการตั้งเกณฑ์หรือมาตรฐานที่ใช้ประเมินคุณภาพบริการเพื่อพยายามปรับให้เป็นมาตรฐานเดียวกันมากที่สุด

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2544: 95) ได้กล่าวถึงการประเมินคุณภาพของการให้บริการของ Parasuraman และคณะ ว่าผลลัพธ์ที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่ลูกค้าได้รับเรียกว่า คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived service quality) ซึ่งเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบ บริการที่ได้รับ (Perceived services) ซึ่งเกิดขึ้นหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการแล้วกับความคาดหวังต่อบริการที่จะได้รับ (Expected services)

3.1 ระดับความต้องและความเพียงพอของการบริการ

ความต้องการด้านบริการเป็นส่วนของบริการที่ผู้บริโภคหวังจะได้รับเป็นความประสงค์ในระดับของการบริการ ที่ผู้บริโภคเชื่อว่าสามารถเป็นไปได้ และสามารถที่จะมีการส่งให้ตามความต้องการของส่วนบุคคลตามบริษัท อย่างไรก็ตามผู้บริโภคมักจะเชื่อในความเป็นจริงและเข้าใจว่าบริษัทไม่สามารถที่จะให้บริการอย่างเต็มขั้นตามที่เสนอ ดังนั้น พวกเขาจึงมีการขีดระดับกั้นระหว่างการคาดหมายหรือพยากรณ์กับสิ่งที่ได้รับจากการบริการ

การบริการที่เพียงพอเป็นการให้คำนิยามระดับที่ต่ำของการบริการ ผู้บริโภคจะตอบรับโดยปราศจากการทำให้ไม่พอใจในระดับความเป็นจริงที่ได้มีการตั้งข้อสมมุติฐาน เป็นความจริงของสถานการณ์ที่มีผลต่อสมรรถนะในการบริการ และระดับของการบริการ และอาจเป็นการคาดหมายจากการจัดทางเลือกระดับของทั้งสองนี้ คาดการณ์ได้ว่าอาจจะสะเทือนอย่างเห็นได้ชัด และจะเป็นการสัญญาไปโดยปริยาย ผู้จัดหาโดยเป็นคำพูดปากเปล่าและประสบการณ์ที่ผ่านมาอาจจะมีต่อองค์กรนี้

3.2 การคาดการณ์ของการบริการ

การคาดหมายที่จะได้รับและรู้ว่าเป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าของการบริการ มีผลกระทบโดยตรงกับการให้นิยามของภารให้บริการเพียงพอในแต่ละโอกาสที่ได้รับ ถ้าหากคาดการณ์ไว้ว่าการบริการดี ระดับของความเพียงพอจะสูงขึ้นกว่าการคาดการณ์การบริการไว้ต่ำ การคาดการณ์ของผู้บริโภคของการบริการ อาจจะมีหลากหลายสถานการณ์ตัวอย่างเช่น ถ้าหากสภาวะอากาศแย่กว่าถ้าเป็นวันที่มีอากาศแจ่มใส ดังนั้น การรอซื้อตั๋ว 10 นาที ในอากาศเย็นหรือวันฝนตกในหน้าร้อน ระดับการบริการอย่างเพียงพอ อาจจะไม่ลดลงไปมากนัก

3.3 ส่วนของการยอมให้ผู้อื่นทำตามใจชอบ

ธรรมชาติของการบริการทำให้การบริการมั่นคง และยากต่อการส่งต่อระหว่างลูกจ้างในบริษัทเดียวกัน และแม้แต่บริการเดียวกันของลูกจ้างจากวันหนึ่งไปยังอีกวันหนึ่ง ขอบเขตการต้องการปรารถนาของผู้บริโภคต่อการยอมรับของการแปรผันเรียกว่าการยอมให้ผู้อื่นทำตามใจชอบ กลุ่มของพวกที่ยอมให้ผู้อื่นทำตามใจนั้นสามารถเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามปัจเจกบุคคล ซึ่งตามความเป็นจริงขึ้นอยู่กับลูกค้า เช่น คู่แข่ง ราคาหรือความสำคัญที่ถือว่าเป็นการบริการที่เจาะจงลองพิจารณาดูเจ้าของกิจการธุรกิจเล็ก ๆ ที่ต้องการคำปรึกษาจากคนทำบัญชีในระดับอุดมคติที่มืออาชีพด้านการบริหารของเธอ อาจจะมีการพิจารณาเราที่ดี และสามารถรับผิดชอบในธุรกิจของวันต่อไปได้ แต่หากเธอได้เสนอบางอย่างในช่วงระยะเวลาของปี เมื่อนักบัญชีหลายคนยุ่ง ๆ ในการที่จะส่งคืนภาษีของแต่ละบุคคลและของบริษัท นักบัญชีจะรู้ได้จากประสบการณ์ไม่ใช่ จากการคาดคะเนเร็วเกินไป แม้ว่าอุดมคติในระดับการบริการจะได้เปรียบ การยอมให้ผู้อื่นทำตามใจชอบนั้นจะเป็นในช่วงเวลาของการตอบสนอง อาจจะกว้างขึ้นเพราะเริ่มแบ่งขีดการบริการไว้ต่ำ

3.4 ช่องว่างคุณภาพของการบริการ

รูปแบบที่ถูกใช้อย่างแพร่หลายของคุณภาพของการบริการได้ถูกรับรู้เปรียบเสมือหนึ่งเป็นรูปแบบช่องว่าง 5 ประเภทตามทฤษฎีของ Chirstopher Lovelock (อ้างถึงในปิยะนุช วงศ์นาค 2551: 36) ซึ่งรูปแบบนี้นิยามถึงคุณภาพของการบริการ เป็นเหมือนกับการพบกับการคาดหวังของลูกค้านี้เอง สิ่งเหล่านี้ผู้ซึ่งพัฒนารูปแบบนี้รับรู้ว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังเป็นสิ่งแรกสุดและเป็นไปได้ที่จะเป็นขั้นตอนที่เป็นที่วิจารณ์มากที่สุดในการสนองส่งคุณภาพทางการบริการ การจัดให้ถึงการบริการซึ่งลูกค้ารับรู้ได้ถึงความต้องการที่ล้ำเลิศ ซึ่งตัวบริษัทแล้วรู้ถึงซึ่งลูกค้านั้นต้องการ โดยรูปแบบนี้ได้เชื่อมโยงสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดถึงการตลาดอันเนื่องมาจากพื้นฐานของลูกค้า รูปแบบนี้มีช่องว่าง 5 ประเภท

1.ช่องว่างที่ 1 ความคาดหวังของผู้บริโภคเทียบกับการรับรู้ในการจัดการของผู้บริโภคผู้บริหารทางด้านการต้อนรับอาจจะพลาดตกหล่นที่จะเข้าใจสิ่งซึ่งลูกค้าคาดหวังในการบริการและลักษณะซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นในการส่งถึงการบริการที่มีคุณภาพสูง เมื่อการจัดการไม่เข้าใจสิ่งซึ่งลูกค้าของพวกเขาต้องการแล้วช่องว่างที่ 1 ก็จะเกิดขึ้นจริงหลายบริษัทเรียนรู้ที่จะหาทางว่าตลาดต้องการอะไร แต่ต่อมาเขาทั้งหลายมุ่งตรงมาที่จุดภายในและสิ่งที่ไม่คำนึงถึงความจริงว่าลูกค้า

จำเป็น ต้องมีการเปลี่ยนแปลง ถ้าลูกค้าจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงแต่ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่ต้องการ ส่วนผสมทางการตลาดที่มีความเหมาะสมกับการดึงดูดเป้าหมายตลาดมีน้อย และช่องว่างที่ 1 มีเพิ่มขึ้น ผู้จัดการควรดำเนินกระบวนการจัดการของพวกเขาแล้วให้ลูกค้ารับรู้ และรับคำตอบรับกลับคืน การจัดการสามารถเพิ่มข้อมูลของลูกค้าจากระบบข้อมูลการตลาดด้วย

2. ช่องว่างที่ 2 การรับรู้จากการจัดการเทียบกับลักษณะคุณภาพการให้บริการ

ช่องว่างที่ 2 เกิดขึ้นเมื่อผู้จัดการทราบอะไรที่ลูกค้าต้องการ แต่เขาไม่สามารถทำได้หรือยอมพัฒนาระบบสิ่งนั้นจึงถูกส่งมอบไป เหตุผลต่าง ๆ ที่ได้รับมาจากช่องว่างที่ 2

1) ไม่มีความสามารถในการผูกมัดคุณภาพการให้บริการ
2) ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหนทางที่เป็นไปได้
3) ไม่สามารถทำงานให้อยู่ในมาตรฐานได้
4) ไม่มีการตั้งเป้าหมาย

บางบริษัทคาดหวังถึงผลกำไรระยะสั้น และเขาลังเลถึงการลงทุนกับบุคคลภายในที่ทำงานหรืออุปกรณ์เกือบทั้งหมดอย่างแน่นอนที่เป็นต้นเหตุของปัญหาคุณภาพการให้บริการ เจ้าของโรงแรมผู้ซึ่งไม่เต็มใจทำการจัดหาต้นทุนการดำเนินงานอย่างเพียงพอสามารถเป็นต้นเหตุของความผิดพลาดในช่องว่างที่ 2 ได้ บางเวลาผู้จัดการรู้สึกว่าการปรับปรุงปัญหาที่มีอยู่นั้นไม่มีหนทางที่จะเป็นไปได้ ในที่สุดเป้าหมายต้องเป็นที่ยอมรับของพนักงาน การจัดการต้องแสดงการเชื่อมต่อผ่านเข้าไปของระบบการวัดผลลัพธ์ การสื่อสาร และค่าตอบแทนของพนักงานมากกว่าการบริการ

3. ช่องที่ 3 ลักษณะคุณภาพการให้บริการเทียบกับการส่งมอบบริการ

ช่องว่างที่ 3 เป็นการเสนอแนวโน้มของช่องว่างของผลงานของการบริการ ช่องว่างที่ 3 เกิดขึ้นเมื่อมีการจัดการเข้าใจว่าอะไรจำเป็นในการส่งมอบ และเหมาะสมเฉพาะเจาะจงกับการพัฒนา แต่พนักงานไม่สามารถหรือไม่ยอมส่งมอบการบริการ ความผิดพลาดของช่องว่างที่ 3 เกิดขึ้นระหว่างปัจจัยสำคัญเกี่ยวกับความจริง เมื่อพนักงานและลูกค้าหยุดพักการดำเนินการบริการนั้นใช้เครื่องจักรสำหรับส่งมอบการบริการเป็นไปได้น้อยที่จะผิดพลาดในช่องว่างที่ 3 เครื่องจักรไม่ทำให้มนุษย์ผิดพลาด และแขกก็คาดหวังจากเครื่องจักรน้อย ความผิดพลาดของช่องว่างที่ 3 สามารถลดลงได้มากสุดภายในระบบการตลาด การจัดการเกี่ยวกับ

ทรัพยากรมนุษย์ในการใช้ประโยชน์ (การว่าจ้าง การอบรม การควบคุมตำแหน่งการทำงาน และการพัฒนาระบบค่าตอบแทน) คือ ความสำคัญของความผิดพลาดของช่องว่างที่ 3 เป็นผลลัพธ์ของลูกค้าในการติดต่อกับพนักงานที่ทำงานหนักเกินไป นี่สามารถเกิดขึ้นเมื่อธุรกิจขาดแคลนบุคลากรหรือพนักงานทำงาน 2 กะ เพื่อที่จะหยุดในเวลาป่วย ภายใต้สิ่งเหล่านี้ ความพร้อมของร่างกายพนักงานจะกลายเป็นเหนื่อยและตึงเครียด เขาทั้งหลายขาดผู้ที่มีความกระตือรือร้นสำหรับทำงานและกลายเป็นว่าไม่เต็มใจที่จะแก้ไขปัญหาลูกค้า การปรับทิศทางของลูกค้านำไปสู่ความบกพร่องของช่องว่างที่ 3

4. ช่องที่ 4 การส่งมอบบริการเทียบกับการติดต่อสื่อสารภายนอก

ช่องว่างที่ 4 เกิดขึ้นเมื่อบริษัทให้สัญญากับการสื่อสารภายนอกมากกว่าการส่งมอบการบริการก่อนอื่นในหนังสือที่พวกเราอ้างอิงถึงการโฆษณา เมื่อลูกค้าคาดหวังกับข้อผูกมัดของผลิตภัณฑ์ และนโยบายที่เหมือนกัน แต่เกิดความไม่สม่ำเสมอ จงเป็นเหตุให้ช่องว่างที่ 4 ขึ้น

5. ช่องว่างที่ 5 บริการที่คาดหวังเทียบกับบริการที่รับรู้

ช่องว่างที่ 5 แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างบริการที่คาดหวังและบริการที่ได้รับที่ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าจะได้รับจากองค์กร บริการที่รับรู้เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการทราบว่าเขาได้รับอะไรจากบริษัท ถ้าผู้รับบริการได้รับในการบริการไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง ก็จะเกิดความไม่พอใจต่อการบริการขององค์กร

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐริกา รังศิริ (2547) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของค่านศุลกากรลำพูน ในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการให้บริการของค่านศุลกากรลำพูน ในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านในระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านคุณภาพบริการ ด้านพฤติกรรมการบริการ ด้านการปกป้องความปลอดภัย

ของสังคม ด้านการให้บริการเว็บไซต์ ด้านมุ่งศุลกากรใสสะอาด ด้านความสามารถในการแข่งขัน และด้านการบริการทั่วไปและสถานที่

วสันต์ รักแผน (2549) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสำนักงานประกันสังคม จังหวัดปทุมธานี

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-35 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ปวช. รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าระดับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานประกันสังคม จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมและด้านความไว้วางใจ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงได้ ด้านความสุภาพ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความปลอดภัย ด้านความเข้าใจและรู้จักผู้ประกันตน และด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้ อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานประกันสังคม จังหวัดปทุมธานี ตามตำแหน่งในสถานประกอบการ พบว่า โดยภาพรวมและด้านความไว้วางใจ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงได้ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความเข้าใจและรู้จักผู้ประกันตน และด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความสุภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

สิริชล สมพันธ์ (2548) ศึกษาเรื่อง การประเมินคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดลำพูน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ความคิดเห็นของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดลำพูนโดยรวมมีคุณภาพสูงมาก เมื่อพิจารณาคุณภาพบริการแต่ละด้านพบว่า ด้านประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพ ด้านความเสมอภาค ด้านความเป็นธรรม ด้านสนองตอบความต้องการ ด้านความสะดวกสบายและด้านความพร้อมให้บริการ มีระดับคุณภาพการให้บริการดีมาก ส่วนด้านความทั่วถึง ด้านสนองตอบความพึงพอใจ และด้านความต่อเนื่องมีระดับคุณภาพการให้บริการดี สำหรับการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดิน จังหวัดลำพูน ตามการศึกษาและอาชีพ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการรับบริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดลำพูน แบ่งเป็นด้านอาคารสถานที่ คือ ที่จอดรถมีไม่เพียงพอกับความต้องการของประชาชนรวมทั้งระบบการจอดรถไม่เป็นระเบียบ ด้านการให้บริการ คือ มีเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีจำนวนน้อย จุดให้บริการมีไม่เพียงพอ ทำให้การให้บริการเป็นไปด้วยความล่าช้า สำหรับปัญหาอื่น ๆ คือ ประชาชนไม่เข้าใจเกี่ยวกับการจัดเตรียมด้านเอกสารและขั้นตอนการทำงาน

รังสิตรา สังข์อร่าม (2550) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารัชโยธิน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31- 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด รายได้ 10,001-20,000 บาท โดยผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ เห็นว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารัชโยธิน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง และด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านความไว้วางใจ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก

และการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารัชโยธิน ตามหน่วยงานที่ให้บริการ พบว่า ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านความน่าเชื่อถือ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความไว้วางใจ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี ด้านความปลอดภัย ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง และด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อรสา สารบุญ (2549) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์ HONDA บริษัท ราชามอเตอร์ มหาสารคาม จำกัด

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี อาชีพ ข้าราชการ การศึกษาระดับปริญญาตรี และรายได้ต่อเดือน 16,001-25,000 บาท ลูกค้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีคุณภาพการให้บริการโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความสุภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเข้าถึงได้ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความสามารถ ด้านความสามารถจับต้องได้/รู้สึกได้ ด้านความปลอดภัย ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านเข้าใจลูกค้า ตามลำดับ

สำหรับการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีคุณภาพการให้บริการ ตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ อาชีพ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research) โดยมีรายละเอียดการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่มาใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2552 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2552 จำนวน 27,920 คน

1.2 ขนาดตัวอย่าง (Sample Size) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรที่ระดับความเชื่อมั่น95%และความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% โดยการคำนวณจากสูตร Taro Yamane (ธานินทร์ ศิลป์จารุ 2548: 47) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อน

แทนค่า $n = \frac{27,920}{1+27,920(0.05)^2}$

$n = 394.35$ หรือ ประมาณ 395 ตัวอย่าง

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 395 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ จะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามแบบปิด(Close-ended Questions) ที่มีหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ เป็นคำถามแบบปิด(Close-ended Questions) วัดข้อมูลแบบมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ท (Likert Scale) คำตอบมี 5 ตัวเลือก ประกอบด้วย

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	=	5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	=	4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	=	3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	=	2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	=	1 คะแนน

การวัดระดับปัจจัยในด้านต่างๆ นั้น ได้กำหนดระดับความคิดเห็นไว้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึงอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึงอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึงอยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึงอยู่ในระดับความคิดเห็นน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึงอยู่ในระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

3. การเก็บรวมรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แหล่งที่มาของข้อมูลประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารอ้างอิงต่างๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 395 ชุด ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

-จะนำแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นโดยคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา

-ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 เมื่อเก็บรวมรวบข้อมูลได้แล้ว จะนำข้อมูลมาลงรหัสแล้วนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS (Statistical Package For Social Science for Window)

4.2 สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษานำมาวิเคราะห์ในรูปของผลรวม การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบแบบที t-test และการทดสอบแบบเอฟ F-test

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ในการเก็บรวมรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้คำนวณหากลุ่มตัวอย่าง ในระดับความเชื่อมั่น 95 % ได้ขนาดตัวอย่าง 395 ตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยขอนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียงตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ข้อมูลทั่วไปและลักษณะส่วนบุคคล

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

ตอนที่ 2 ข้อสรุปที่ได้จากข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ในการแปลความหมายดังนี้

Mean	แทน	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)
SD	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
Sig	แทน	ค่าสถิติแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ ที (*t-test*)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ เอฟ (F - distribution)
SS	แทน	ผลรวมกำลังสอง (Sum Square)
MS	แทน	ผลรวมค่าเฉลี่ย (Mean Square)
df	แทน	องศาความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
*	แทน	แสดงสัญลักษณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 1 สถานภาพของประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ข้อมูลทั่วไปและลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและลักษณะส่วนบุคคลโดยแสดงเป็นการแจกแจงความถี่ และร้อยละ ผลปรากฏดังตาราง

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

N = 395

		จำนวน	ร้อยละ
เพศ			
	ชาย	156	39.5
	หญิง	239	60.5
อายุ			
	ต่ำกว่า 20 ปี	4	1.0
	20 – 30 ปี	118	29.9
	31 - 40 ปี	123	31.1
	40 ปีขึ้นไป	130	38.0
อาชีพ			
	นักเรียน/นักศึกษา	14	3.5
	พนักงานเอกชน	150	38.0
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	199	50.4
	ธุรกิจส่วนตัว	32	8.1

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

		จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	86	21.8
	10,000 - 20,000 บาท	103	26.1
	20,001- 30,000 บาท	55	13.9
	30,001- 40,000 บาท	54	13.7
	40,000 - 50,000 บาท	47	11.9
	มากกว่า 50,000 บาท	50	12.7
ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	108	27.3
	ปริญญาตรี	232	58.7
	สูงกว่าปริญญาตรี	55	13.9
สถานภาพ			
	โสด	205	51.9
	สมรส	164	41.5
	หม้าย/หย่าร้าง	26	6.6
สาเหตุที่เลือกใช้บริการ			
	สถานที่สะดวกสบาย	167	42.3
	ให้บริการรวดเร็ว	88	22.3
	มีความน่าเชื่อถือ	92	23.3
	ให้การต้อนรับดี	48	12.2

จากตารางที่ 4.1 สามารถอธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 395 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ60.5 และมีเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 39.5

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา คือ อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ31.1 และน้อยที่สุด ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.0

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมามีอาชีพ พนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 38.0 และน้อยที่สุดคือ นักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 3.5

รายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ26.1 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.8 และน้อยที่สุดคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.9

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.7 และน้อยที่สุดคือมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 13.9

สถานภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 51.9 และน้อยที่สุด คือ สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 6.6

สาเหตุที่เลือกใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการมากที่สุดคือ สถานที่สะดวกสบาย คิดเป็นร้อยละ42.3 รองลงมา มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ23.3 และน้อยที่สุด คือ ให้การต้อนรับดี คิดเป็นร้อยละ 12.2

1.2 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ โดยแสดงเป็นค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลปรากฏดังตาราง

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ โดยภาพรวม

คุณภาพการให้บริการ	N = 395		
	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
ด้านความไว้วางใจ	3.96	.567	มาก
ด้านความรับผิดชอบ	3.90	.639	มาก
ด้านความสามารถ	3.80	.583	มาก
ด้านการเข้าถึงบริการ	3.79	.569	มาก
ด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี	4.08	.692	มาก
ด้านการติดต่อสื่อสาร	3.75	.703	มาก
ด้านความน่าเชื่อถือ	3.89	.612	มาก
ด้านความปลอดภัย	3.69	.692	มาก
ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง	3.90	.631	มาก
ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม	3.73	.611	มาก
ภาพรวม	3.85	.504	มาก

จากตารางที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินฯ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอันดับแรกคือ ด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 รองลงมาคือ ด้านความไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านความไว้วางใจ

ด้านความไว้วางใจ	N = 395		
	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1. พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ	3.95	.600	มาก
2. พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเต็มความสามารถ	4.00	.702	มาก
3. พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย	3.94	.630	มาก
ภาพรวม	3.96	.567	มาก

จากตารางที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านความไว้วางใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นในระดับมาก คือ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเต็มความสามารถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และ พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านความรับผิดชอบ

ด้านความรับผิดชอบ	N = 395		
	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1. เมื่อลูกค้าเกิดปัญหา พนักงานแสดงความจริงใจ เต็มใจช่วยแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี	3.94	.707	มาก
2. พนักงานมีความรับผิดชอบในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการที่ถูกต้อง ชัดเจน	3.90	.717	มาก
3. พนักงานมีความรับผิดชอบโดยช่วยในการติดต่อประสานงานให้จนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย	3.87	.673	มาก
ภาพรวม	3.90	.639	มาก

จากตารางที่ 4.4 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านความรับผิดชอบ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นในระดับมาก คือเมื่อลูกค้าเกิดปัญหา พนักงานแสดงความจริงใจ เต็มใจ ช่วยแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 พนักงานมีความรับผิดชอบในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการที่ถูกต้องชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และ พนักงานมีความรับผิดชอบโดยช่วยในการติดต่อประสานงานให้จนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านความสามารถ

ด้านความสามารถ	N = 395		
	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1. พนักงานมีความรู้ ความสามารถเกี่ยวกับธุรกิจของธนาคาร สามารถชี้แจงและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี	3.78	.707	มาก
2. พนักงานมีความสามารถในการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีทันสมัยในการให้บริการ	3.84	.694	มาก
3. พนักงานมีความรู้ความสามารถในธุรกิจที่เกี่ยวข้องสามารถให้คำแนะนำเพื่อช่วยเหลือลูกค้าได้	3.80	.619	มาก
ภาพรวม	3.80	.583	มาก

จากตารางที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านความสามารถ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้มีความคิดเห็นในระดับมาก คือ พนักงานมีความสามารถในการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 พนักงานมีความรู้ความสามารถในธุรกิจที่เกี่ยวข้องสามารถให้คำแนะนำเพื่อช่วยเหลือลูกค้าได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และพนักงานมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับธุรกิจของธนาคารสามารถชี้แจงและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านการเข้าถึงบริการ

ด้านการเข้าถึงบริการ	N = 395		
	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ลูกค้าสามารถติดต่อพนักงานเพื่อขอรับบริการได้อย่างสะดวก	3.86	.675	มาก
2. ลูกค้าสามารถเดินทางไปยังธนาคารอย่างสะดวก	3.64	.773	มาก
3. วัน-เวลาที่ให้บริการแก่ลูกค้าเหมาะสม	3.90	.682	มาก
ภาพรวม	3.79	.569	มาก

จากตารางที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านความรับผิดชอบ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นในระดับมาก คือ วัน-เวลาที่ให้บริการแก่ลูกค้าเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ลูกค้าสามารถติดต่อพนักงานเพื่อขอรับบริการได้อย่างสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และลูกค้าสามารถเดินทางไปยังธนาคารอย่างสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี

ด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี	N = 395		
	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1. พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนโยน และมีกิริยาวาจาสุภาพ	4.12	.684	มาก
2. พนักงานมีบุคลิกดี ท่าทางน่าประทับใจ	4.08	.748	มาก
3. พนักงานเอาใจใส่ดูแลลูกค้าทุกรายอย่างเป็นกันเอง	4.04	.773	มาก
ภาพรวม	4.08	.692	มาก

จากตารางที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านความความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นในระดับมาก คือ พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนโยน และมีกิริยาวาจาสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 พนักงานมีบุคลิกดี ท่าทางน่าประทับใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และพนักงานเอาใจใส่ดูแลลูกค้าทุกรายอย่างเป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านการติดต่อสื่อสาร

ด้านการติดต่อสื่อสาร	N = 395		
	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ติดต่อกับพนักงานของธนาคารได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว	3.77	.831	มาก
2. พนักงานมีการสื่อสารข้อมูลให้ท่านได้ทราบ	3.75	.729	มาก
3. การติดต่อเพื่อขอข้อมูลต่าง ๆ ได้รับความสะดวก และรวดเร็ว	3.75	.746	มาก
ภาพรวม	3.75	.703	มาก

จากตารางที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านการติดต่อสื่อสาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นในระดับมาก คือ ติดต่อกับพนักงานของธนาคารได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 พนักงานมีการสื่อสารข้อมูลให้ท่านได้ทราบและการติดต่อเพื่อขอข้อมูลต่าง ๆ ได้รับความสะดวก และรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.75

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านความน่าเชื่อถือ

ด้านความน่าเชื่อถือ	N = 395		
	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1. สถานที่ให้บริการ หรูหรา และทันสมัย	3.99	.668	มาก
2. เครื่องมือ และเทคโนโลยี ที่ใช้มีความทันสมัย	3.84	.729	มาก
3. พนักงานสามารถให้บริการรวดเร็ว และตรงต่อเวลา	3.86	.721	มาก
ภาพรวม	3.89	.612	มาก

จากตารางที่ 4.9 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านความน่าเชื่อถือ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นในระดับมาก คือ สถานที่ให้บริการ หรูหรา และทันสมัย มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 พนักงานสามารถให้บริการรวดเร็ว และตรงต่อเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และเครื่องมือ และเทคโนโลยี ที่ใช้มีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	N = 395		
	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ระบบงานของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุม	3.56	.766	มาก
2. ระบบรักษาความปลอดภัยมีมาตรฐานและรัดกุม	3.69	.776	มาก
3. ลูกค้ามั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน	3.83	.727	มาก
ภาพรวม	3.69	.692	มาก

จากตารางที่ 4.10 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นในระดับมาก คือ ลูกค้ามั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ระบบรักษาความปลอดภัยมีมาตรฐานและรัดกุม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และระบบงานของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง

ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง	N = 395		
	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1. พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้อย่างชัดเจน	3.85	.705	มาก
2. พนักงานพูดคุยกับลูกค้าทุกระดับด้วยอัธยาศัยไมตรี	3.95	.700	มาก
3. พนักงานให้คำแนะนำ/อธิบายที่ชัดเจน และเข้าใจง่าย	3.92	.688	มาก
ภาพรวม	3.90	.631	มาก

จากตารางที่ 4.11 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านความความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นในระดับมาก คือ พนักงานพูดคุยกับลูกค้าทุกระดับด้วยอัธยาศัยไมตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 พนักงานให้คำแนะนำ/อธิบายที่ชัดเจน และเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และ พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม

ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม	N = 395		
	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1. มีแสงสว่าง บรรยากาศ อุณหภูมิที่เหมาะสม และมีความสะอาด	4.15	.627	มาก
2. มีที่จอดรถให้กับลูกค้าพอเพียง	3.35	.867	ปานกลาง
3. มีวารสารและหนังสือให้ความรู้อื่น ๆ ให้อ่านขณะนั่งรอรับบริการ	3.70	.762	มาก
ภาพรวม	3.73	.611	มาก

จากตารางที่ 4.12 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นในระดับมาก คือ มีแสงสว่าง บรรยากาศ อุณหภูมิที่เหมาะสมและมีความสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 มีวารสารและหนังสือให้ความรู้อื่น ๆ ให้อ่านขณะนั่งรอรับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และกลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นในระดับปานกลาง คือ มีที่จอดรถให้กับลูกค้าพอเพียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35

ตอนที่ 2 ข้อสรุปที่ได้จากข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพิ่มเติม เช่น

-ควรเพิ่มสถานที่จอดรถให้มีเพียงพอ

-ควรเปิดให้บริการในวันเสาร์

-ควรมีเครื่องอิเล็กทรอนิกส์บางประเภท เช่น เครื่อง passbook ปรับสมุดคู่ฝากอัตโนมัติ เครื่องรับเงินสด

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

ระดับความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่แตกต่างกัน เมื่อลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ที่มีต่อคุณภาพการบริการ จำแนกตามเพศ

คุณภาพบริการ	เพศชาย		เพศหญิง		t-test	Sig.
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.		
1. ด้านความไว้วางใจได้	3.91	.622	3.99	.527	-1.300	.195
2. ด้านความรับผิดชอบ	3.87	.611	3.92	.657	-.759	.448
3. ด้านความสามารถ	3.75	.614	3.84	.560	-1.411	.159
4. ด้านการเข้าถึงบริการ	3.80	.592	3.79	.554	.120	.904
5. ด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี	4.08	.755	4.07	.649	.073	.942
6. ด้านการติดต่อสื่อสาร	3.76	.693	3.75	.711	.027	.978
7. ด้านความน่าเชื่อถือ	3.83	.620	3.94	.605	-1.661	.097
8. ด้านความปลอดภัย	3.74	.728	3.65	.666	1.278	.202
9. ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง	3.92	.649	3.89	.621	.490	.625
10. ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้	3.76	.547	3.71	.650	.675	.500
ภาพรวม	3.84	.538	3.86	.482	-.268	.788

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่กับเพศ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ Independent t-test พบว่า เพศแตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินฯ ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาจำแนกรายด้าน พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินฯ ทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ที่มีต่อคุณภาพการบริการ จำแนกตามอายุ

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
1.ด้านความไว้วางใจได้	ระหว่างกลุ่ม	6.928	3	2.309	7.528	.000*
	ภายในกลุ่ม	119.947	391	.307		
	รวม	126.875	394			
2.ด้านความรับผิดชอบ	ระหว่างกลุ่ม	6.780	3	2.260	5.727	.001*
	ภายในกลุ่ม	154.310	391	.395		
	รวม	161.090	394			
3. ด้านความสามารถ	ระหว่างกลุ่ม	3.002	3	1.001	2.986	.031*
	ภายในกลุ่ม	131.041	391	.335		
	รวม	134.044	394			
4. ด้านการเข้าถึงบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.256	3	.752	2.345	.073
	ภายในกลุ่ม	125.366	391	.321		
	รวม	127.622	394			
5. ด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี	ระหว่างกลุ่ม	3.682	3	1.227	2.591	.052
	ภายในกลุ่ม	185.224	391	.474		
	รวม	188.906	394			
6. ด้านการติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	3.890	3	1.297	2.652	.048*
	ภายในกลุ่ม	191.151	391	.489		
	รวม	195.041	394			

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
7. ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	2.791	3	.930	2.506	.059
	ภายในกลุ่ม	145.159	391	.371		
	รวม	147.949	394			
8. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	2.340	3	.780	1.636	.180
	ภายในกลุ่ม	186.390	391	.477		
	รวม	188.730	394			
9. ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง	ระหว่างกลุ่ม	2.083	3	.694	1.750	.156
	ภายในกลุ่ม	155.150	391	.397		
	รวม	157.233	394			
10. ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้	ระหว่างกลุ่ม	2.770	3	.923	2.500	.059
	ภายในกลุ่ม	144.449	391	.369		
	รวม	147.220	394			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.001	3	1.000	4.021	.008*
	ภายในกลุ่ม	97.287	391	.249		
	รวม	100.288	394			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่กับอายุ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (F-test) พบว่า อายุแตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจำแนกรายด้าน พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินฯ ในด้านด้านความไว้วางใจได้ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสามารถ ด้านการติดต่อสื่อสาร แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี ด้านความ

น่าเชื่อถือ ด้านความปลอดภัย ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ที่มีต่อคุณภาพการบริการ จำแนกตามอาชีพ

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
1.ด้านความไว้วางใจได้	ระหว่างกลุ่ม	1.664	3	.555	1.732	.160
	ภายในกลุ่ม	125.210	391	.320		
	รวม	126.875	394			
2.ด้านความรับผิดชอบ	ระหว่างกลุ่ม	1.057	3	.352	.861	.461
	ภายในกลุ่ม	160.033	391	.409		
	รวม	161.090	394			
3. ด้านความสามารถ	ระหว่างกลุ่ม	3.667	3	1.222	3.666	.013*
	ภายในกลุ่ม	130.377	391	.333		
	รวม	134.044	394			
4. ด้านการเข้าถึงบริการ	ระหว่างกลุ่ม	.380	3	.127	.389	.761
	ภายในกลุ่ม	127.242	391	.325		
	รวม	127.622	394			
5. ด้านความสุภาพ/	ระหว่างกลุ่ม	3.927	3	1.309	2.767	.042*
อัธยาศัยไมตรี	ภายในกลุ่ม	184.979	391	.473		
	รวม	188.906	394			
6. ด้านการติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	4.991	3	1.664	3.423	.017*
	ภายในกลุ่ม	190.050	391	.486		
	รวม	195.041	394			
7. ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	3.759	3	1.253	3.398	.018*
	ภายในกลุ่ม	144.190	391	.369		
	รวม	147.949	394			

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
8. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	9.922	3	3.307	7.232	.000*
	ภายในกลุ่ม	178.808	391	.457		
	รวม	188.730	394			
9. ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง	ระหว่างกลุ่ม	2.819	3	.940	2.380	.069
	ภายในกลุ่ม	154.414	391	.395		
	รวม	157.233	394			
10. ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้	ระหว่างกลุ่ม	1.577	3	.526	1.411	.239
	ภายในกลุ่ม	145.643	391	.372		
	รวม	147.220	394			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.513	3	.838	3.350	.019*
	ภายในกลุ่ม	97.775	391	.250		
	รวม	100.288	394			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่กับอาชีพ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (F-test) พบว่า อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจำแนกรายด้าน พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินฯ ในด้านความสามารถ ด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความปลอดภัย แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านความไว้วางใจได้ ด้านความรับผิดชอบ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ที่มีต่อคุณภาพการบริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
1.ด้านความไว้วางใจได้	ระหว่างกลุ่ม	4.663	5	.933	2.968	.012*
	ภายในกลุ่ม	122.212	389	.314		
	รวม	126.875	394			
2.ด้านความรับผิดชอบ	ระหว่างกลุ่ม	4.752	5	.950	2.365	.039*
	ภายในกลุ่ม	156.338	389	.402		
	รวม	161.090	394			
3. ด้านความสามารถ	ระหว่างกลุ่ม	2.952	5	.590	1.752	.122
	ภายในกลุ่ม	131.092	389	.337		
	รวม	134.044	394			
4. ด้านการเข้าถึงบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.671	5	.334	1.032	.398
	ภายในกลุ่ม	125.951	389	.324		
	รวม	127.622	394			
5. ด้านความสุภาพ/ อัธยาศัยไมตรี	ระหว่างกลุ่ม	8.526	5	1.705	3.677	.003*
	ภายในกลุ่ม	180.380	389	.464		
	รวม	188.906	394			
6. ด้านการติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	6.648	5	1.330	2.745	.019*
	ภายในกลุ่ม	188.393	389	.484		
	รวม	195.041	394			
7. ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	2.171	5	.434	1.159	.329
	ภายในกลุ่ม	145.778	389	.375		
	รวม	147.949	394			

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
8. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	5.223	5	1.045	2.214	.052
	ภายในกลุ่ม	183.507	389	.472		
	รวม	188.730	394			
9. ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง	ระหว่างกลุ่ม	3.607	5	.721	1.827	.107
	ภายในกลุ่ม	153.626	389	.395		
	รวม	157.233	394			
10. ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้	ระหว่างกลุ่ม	1.497	5	.299	.799	.551
	ภายในกลุ่ม	145.723	389	.375		
	รวม	147.220	394			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.810	5	.562	2.243	.049*
	ภายในกลุ่ม	97.478	389	.251		
	รวม	100.288	394			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่กับรายได้ต่อเดือน ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (F-test) พบว่า รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจำแนกรายด้าน พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินฯ ในด้านด้านความไว้วางใจได้ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี ด้านการติดต่อสื่อสาร แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านความสามารถด้านการเข้าถึงบริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความปลอดภัย ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ที่มีต่อคุณภาพการบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
1.ด้านความไว้วางใจได้	ระหว่างกลุ่ม	.701	2	.351	1.090	.337
	ภายในกลุ่ม	126.173	392	.322		
	รวม	126.875	394			
2.ด้านความรับผิดชอบ	ระหว่างกลุ่ม	.255	2	.128	.311	.733
	ภายในกลุ่ม	160.834	392	.410		
	รวม	161.090	394			
3. ด้านความสามารถ	ระหว่างกลุ่ม	.608	2	.304	.893	.410
	ภายในกลุ่ม	133.436	392	.340		
	รวม	134.044	394			
4. ด้านการเข้าถึงบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.471	2	.736	2.286	.103
	ภายในกลุ่ม	126.151	392	.322		
	รวม	127.622	394			
5. ด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี	ระหว่างกลุ่ม	2.099	2	1.049	2.202	.112
	ภายในกลุ่ม	186.807	392	.477		
	รวม	188.906	394			
6. ด้านการติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	2.569	2	1.284	2.616	.074
	ภายในกลุ่ม	192.472	392	.491		
	รวม	195.041	394			
7. ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	3.122	2	1.561	4.225	.015*
	ภายในกลุ่ม	144.828	392	.369		
	รวม	147.949	394			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
8. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	8.496	2	4.248	9.240	.000*
	ภายในกลุ่ม	180.233	392	.460		
	รวม	188.730	394			
9. ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง	ระหว่างกลุ่ม	4.185	2	2.092	5.359	.005*
	ภายในกลุ่ม	153.049	392	.390		
	รวม	157.233	394			
10. ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้	ระหว่างกลุ่ม	1.232	2	.616	1.654	.193
	ภายในกลุ่ม	145.988	392	.372		
	รวม	147.220	394			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.766	2	.883	3.513	.031*
	ภายในกลุ่ม	98.522	392	.251		
	รวม	100.288	394			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่กับระดับการศึกษา ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (F-test) พบว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจำแนกรายด้าน พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินฯ ในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความปลอดภัย ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านความไว้วางใจได้ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ที่มีต่อคุณภาพการบริการ จำแนกตามสถานภาพ

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
1.ด้านความไว้วางใจได้	ระหว่างกลุ่ม	.180	2	.090	.279	.757
	ภายในกลุ่ม	126.694	392	.323		
	รวม	126.875	394			
2.ด้านความรับผิดชอบ	ระหว่างกลุ่ม	.222	2	.111	.271	.763
	ภายในกลุ่ม	160.868	392	.410		
	รวม	161.090	394			
3. ด้านความสามารถ	ระหว่างกลุ่ม	.775	2	.387	1.139	.321
	ภายในกลุ่ม	133.269	392	.340		
	รวม	134.044	394			
4. ด้านการเข้าถึงบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.426	2	.713	2.215	.110
	ภายในกลุ่ม	126.196	392	.322		
	รวม	127.622	394			
5. ด้านความสุภาพ/	ระหว่างกลุ่ม	2.247	2	1.123	2.359	.096
อัธยาศัยไมตรี	ภายในกลุ่ม	186.659	392	.476		
	รวม	188.906	394			
6. ด้านการติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	2.177	2	1.088	2.212	.111
	ภายในกลุ่ม	192.864	392	.492		
	รวม	195.041	394			
7. ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	2.077	2	1.039	2.791	.063
	ภายในกลุ่ม	145.872	392	.372		
	รวม	147.949	394			

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
8. ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	1.635	2	.818	1.713	.182
	ภายในกลุ่ม	187.095	392	.477		
	รวม	188.730	394			
9. ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง	ระหว่างกลุ่ม	1.367	2	.684	1.720	.181
	ภายในกลุ่ม	155.866	392	.398		
	รวม	157.233	394			
10. ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้	ระหว่างกลุ่ม	.586	2	.293	.783	.458
	ภายในกลุ่ม	146.634	392	.374		
	รวม	147.220	394			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.849	2	.425	1.674	.189
	ภายในกลุ่ม	99.439	392	.254		
	รวม	100.288	394			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่กับสถานภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (F-test) พบว่า สถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินฯ ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาจำแนกรายด้าน พบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินฯ ทุกด้านไม่แตกต่างกัน

บทที่ 5
สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ สามารถแบ่งผลวิจัยออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

1. สรุปการวิจัย

1. 1 วัตถุประสงค์การวิจัย (1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ (2) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ (3) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

1.2 วิธีดำเนินการวิจัย ดำเนินการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มาใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ กำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 395 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติสำหรับทดสอบสมมุติฐาน ได้แก่ ค่าทดสอบแบบที (t- test) และค่าทดสอบแบบเอฟ (F-test)

1.3 ผลการวิจัย สามารถสรุปได้ดังนี้

1.3.1 ***ปัจจัยส่วนบุคคล*** ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และสถานภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ประกอบอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท โดยมีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีสถานภาพโสด สาเหตุที่เลือกใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ คือ สถานที่สะดวกสบาย

1.3.2 ***ความคิดเห็นของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่*** พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยในครั้งนี้เห็นว่าคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินฯ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็น

รายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี ด้านความไว้วางใจ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม และด้านความปลอดภัย ตามลำดับ เมื่อพิจารณาคุณภาพการให้บริการในแต่ละด้านมีดังนี้

ด้านความไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเต็มความสามารถ พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ และ พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย

ด้านความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ เมื่อลูกค้าเกิดปัญหา พนักงานแสดงความจริงใจ เต็มใจช่วยแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี พนักงานมีความรับผิดชอบในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการที่ถูกต้อง ชัดเจน และ พนักงานมีความรับผิดชอบโดยช่วยในการติดต่อประสานงานให้จนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย

ด้านความสามารถ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ พนักงานมีความสามารถในการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีทันสมัยในการให้บริการ พนักงานมีความรู้ความสามารถในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สามารถให้คำแนะนำเพื่อช่วยเหลือลูกค้าได้ และพนักงานมีความรู้ ความสามารถเกี่ยวกับธุรกิจของธนาคารสามารถชี้แจงให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ด้านการเข้าถึงบริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ วัน-เวลาที่ให้บริการแก่ลูกค้าเหมาะสม ลูกค้าสามารถติดต่อพนักงานเพื่อขอรับบริการได้อย่างสะดวก และลูกค้าสามารถเดินทางไปยังธนาคาร

ด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนโยน และมีกิริยาวาจาสุภาพ พนักงานมีบุคลิกดี ท่าทางน่าประทับใจ และพนักงานเอาใจใส่ดูแลลูกค้าทุกรายอย่างเป็นกันเอง

ด้านการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ติดต่อกับพนักงานของธนาคารได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว พนักงานมีการสื่อสารข้อมูลให้ท่านได้ทราบ และการติดต่อเพื่อขอข้อมูลต่าง ๆ ได้รับความสะดวกและรวดเร็ว

ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ สถานที่ให้บริการ หรูหรา และทันสมัย พนักงานสามารถให้บริการรวดเร็ว ตรงต่อเวลา และเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ใช้มีความทัน

ด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ลูกค้ามั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน ระบบรักษาความปลอดภัยมีมาตรฐานและรัดกุม และระบบงานของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุม

ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ พนักงานพูดคุยกับลูกค้าทุกระดับด้วยอัธยาศัยไมตรี พนักงานให้คำแนะนำ/อธิบายที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย และพนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้อย่างชัดเจน

ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ มีแสงสว่าง บรรยากาศอุณหภูมิที่เหมาะสม และมีความสะอาด มีวารสารและหนังสือให้ความรู้อื่น ๆ ให้อ่านขณะนั่งรอรับบริการ และกลุ่มตัวอย่างให้มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง คือ มีที่จอดรถให้กับลูกค้าพอเพียง

1.3.3 การเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล สามารถสรุปได้ดังนี้

เพศแตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อายุแตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง "คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ " พบว่า

2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศหญิง มีอายุระหว่าง 40 ปี ขึ้นไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท โดยมีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีสถานภาพโสด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รังสิตรา สังข์อร่าม (2550) ศึกษาเรื่อง "คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารัชโยธิน" ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31- 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีสถานภาพโสด รายได้ 10,001-20,000 บาท

2.2 ด้านความคิดเห็นของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินฯ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากทุกด้าน โดยด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดกว่าทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อรสา สารบุญ (2549) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์ HONDA บริษัท ราชามอเตอร์ มหาสารคาม จำกัด พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีคุณภาพการให้บริการโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านความสุภาพ

2.3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีคุณภาพการให้บริการ ตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรสา สารบุญ (2549) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์ HONDA บริษัท ราชามอเตอร์ มหาสารคาม จำกัด พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ อาชีพ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ในเรื่องคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ซึ่งจะเป็นแนวทางการปรับปรุงการให้บริการของธนาคารให้เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้า มีศักยภาพสูงสุดในอนาคต อีกทั้งเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการในด้านต่าง ๆ ให้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย ทั้งนี้ก็เพื่อให้ธนาคารอาคารสงเคราะห์ มีความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว

3.1.1 การศึกษาวิจัยในเรื่องคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ครั้งนี้ ในด้านความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการทั้ง 10 ด้าน ผลการวิจัยโดยรวมมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการให้บริการมีประสิทธิภาพมาก อย่างไรก็ดีการพัฒนากลยุทธ์การบริการเพื่อให้การบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เช่น การฝึกอบรมพนักงาน เพื่อสร้างความชำนาญให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างถูกต้องครบถ้วน จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบริการ

3.1.2 ธนาคารควรจัดให้มีพนักงานจำนวนเหมาะสมเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า เพื่อสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการให้บริการ

3.1.3 ธนาคารอาจจัดให้มีพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อจะช่วยให้ลูกค้าสามารถรับรู้รับทราบข้อมูลตามที่ลูกค้าต้องการได้ แล้วสามารถชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติมในเรื่องการให้บริการ และแนะนำข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคารได้ด้วย

3.1.4 ธนาคารควรมีเครื่องอิเล็กทรอนิกส์บางประเภท เช่น เครื่อง passbook ปรับสมุดคู่ฝากอัตโนมัติ เครื่องรับเงินสด เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวก ทำให้เกิดความรวดเร็วในการมาใช้บริการของลูกค้า เพราะลูกค้าสามารถดำเนินการเองได้

3.1.5 ควรจัดสถานที่จอดให้พอเพียงกับความต้องการของลูกค้า โดยหาที่เช่าใกล้ที่ทำการหรือปรับปรุงที่จอดรถภายให้จอดรถยนต์ได้เพิ่มขึ้นและเข้าออกสะดวก เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรทำการศึกษาแรงจูงใจในการทำงานให้แก่พนักงานเพื่อสร้างความพร้อมทั้งกายและใจในการส่งมอบบริการให้มีคุณภาพ เพื่อเป็นการตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

3.2.2 ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราห์กับธนาคารพาณิชย์แห่งอื่น ๆ

3.2.3 การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ได้ศึกษาเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่เท่านั้น ควรทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์การเงินในสาขาอื่น ๆ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์

3.2.4 การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งต่อไป ควรศึกษาคุณภาพการให้บริการในด้านอื่น ๆ ของธนาคาร เช่น การให้บริการด้านสินเชื่อ เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับปรุงการให้บริการเพื่อตอบสนองลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

บรรณานุกรม

ณัฐิกา รังศิริ (2549) "คุณภาพการให้บริการของด่านศุลกากรลำพูน ในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน" การค้นคว้าแบบอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2544) *การตลาดสำหรับการบริการ* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ธานินทร์ ศิลป์จารุ (2548) *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร วี.อินเตอร์ ฟริ้นท์

วสันต์ รักแผน (2549) "คุณภาพการให้บริการของสำนักงานประกันสังคม จังหวัดปทุมธานี" ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

สิริชล สมพันธ์ (2551) "การประเมินคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดลำพูน" การค้นคว้าแบบอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สมิต สัชฌุกร (2542) *การประเมินผลการปฏิบัติ : แนวความคิด หลักการ วิธีการและกระบวนการ* กรุงเทพมหานคร สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)

รังสิตรา สังข์อร่าม (2550) "คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารัชโยธิน" ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

อรสา สารบุญ (2549) "คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์ HONDA บริษัท ราชามอเตอร์ มหาสารคาม จำกัด" การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการตลาด มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่องคุณภาพการบริการเคาน์เตอร์การเงิน กรณีศึกษา
ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ทางผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

คำอธิบาย : 1 โปรดทำเครื่องหมาย √ ลงในช่อง ☐ หรือในหน้าหัวข้อที่ตรงกับคำตอบของท่าน

2 ในแต่ละคำถามกรุณาเลือกคำตอบพียง 1 ข้อเท่านั้น

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 20-30 ปี

☐ 31-40 ปี ☐ 40 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ ธุรกิจส่วนตัว

4. รายได้ต่อเดือน

☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท ☐ 10,000 - 20,000 บาท

☐ 20,001 - 30,000 บาท ☐ 30,001 - 40,000 บาท

☐ 40,001 - 50,000 บาท ☐ มากกว่า 50,000 บาท

5. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

6. สถานภาพ

☐ โสด ☐ สมรส

☐ หม้าย/หย่าร้าง

7. สาเหตุที่เลือกใช้บริการของเคาน์เตอร์การเงิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

☐ สถานที่สะดวกสบาย ☐ ให้บริการรวดเร็ว

☐ มีความน่าเชื่อถือ ☐ ให้การต้อนรับดี

ส่วนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้ของเคาน์เตอร์การเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำแนะนำ โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้และทำเครื่องหมาย √ ลงในช่องที่ตรงกับระดับคุณภาพการให้บริการของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.ด้านความไว้วางใจได้ (Reliability)					
1.1 พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำ					
1.2 พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเต็มความสามารถ					
1.3 พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย					
2.ด้านความรับผิดชอบ (Responsiveness)					
2.1 เมื่อลูกค้าเกิดปัญหา พนักงานแสดงความจริงใจ เต็มใจ ช่วยแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี					
2.2 พนักงานมีความรับผิดชอบในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการที่ถูกต้อง ชัดเจน					
2.3 พนักงานมีความรับผิดชอบโดยช่วยในการติดต่อประสานงานให้จนลูกค้าบรรลุเป้าหมาย					
3.ด้านความสามารถ (Competence)					
3.1 พนักงานมีความรู้ ความสามารถเกี่ยวกับธุรกิจของธนาคาร สามารถชี้แจงและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี					
3.2 พนักงานมีความสามารถในการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ					

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3.3 พนักงานมีความรู้ความสามารถในธุรกิจที่เกี่ยวข้องสามารถให้คำแนะนำเพื่อช่วยเหลือลูกค้าได้					
4.ด้านการเข้าถึงบริการ (Access)					
4.1 ลูกค้าสามารถติดต่อพนักงานเพื่อขอรับบริการได้อย่างสะดวก					
4.2 ลูกค้าสามารถเดินทางไปยังธนาคารอย่างสะดวก					
4.3 วัน-เวลาที่ให้บริการแก่ลูกค้าเหมาะสม					
5.ด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี (Courtesy)					
5.1 พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนโยน และมีกิริยาวาจาสุภาพ					
5.2 พนักงานมีบุคลิกดี ท่าทางน่าประทับใจ					
5.3 พนักงานเอาใจใส่ดูแลลูกค้าทุกราขอย่างเป็นกันเอง					
6.ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication)					
6.1 ติดต่อกับพนักงานของธนาคารได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว					
6.2 พนักงานมีการสื่อสารข้อมูลให้ท่านได้ทราบ					
6.3 การติดต่อเพื่อขอข้อมูลต่าง ๆ ได้รับความสะดวก และรวดเร็ว					
7.ด้านความน่าเชื่อถือ (Creditability)					
7.1 สถานที่ให้บริการ หรูหรา และทันสมัย					
7.2 เครื่องมือ และเทคโนโลยี ที่ใช้มีความทันสมัย					
7.3 พนักงานสามารถให้บริการรวดเร็ว และตรงต่อเวลา					

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
8.ด้านความปลอดภัย (Security)					
8.1 ระบบงานของธนาคารมีความรอบคอบรัดกุม					
8.2 ระบบรักษาความปลอดภัยมีมาตรฐานและรัดกุม					
8.3 ลูกค้ามั่นใจในความปลอดภัยจากการปฏิบัติงานของพนักงาน					
9.ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง (Understanding/Knowing the Customer)					
9.1 พนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้อย่างชัดเจน					
9.2 พนักงานพูดคุยกับลูกค้าทุกระดับด้วยอัธยาศัยไมตรี					
9.3 พนักงานให้คำแนะนำ/อธิบายที่ชัดเจน และเข้าใจง่าย					
10.ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม (Tangibles)					
10.1 มีแสงสว่าง บรรยากาศ อุณหภูมิที่เหมาะสม และมีความสะอาด					
10.2 มีที่จอดรถให้กับลูกค้าพอเพียง					
10.3 มีวารสารและหนังสือให้ความรู้อื่น ๆ ให้อ่านขณะนั่งรอรับบริการ					

หากท่านมีข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็น ข้อติ ชม แต่อย่างไรบ้าง ระบุเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสุวิชาดา เทียนเสน
วัน เดือน ปี	28 สิงหาคม 2519
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรีบริหารธุรกิจ สาขาวิชา การจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
สถานที่ทำงาน	ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่
ตำแหน่ง	พนักงานการเงินอาวุโส