

คุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย
สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

นางสาวนิสา บุรพาสิ่งห์



การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2555

**Service Quality of Tellers of KASIKORNBANK Public Company Limited,
Lat Lum Kaeo Branch, Pathum Thani Province**

Miss Nisa Burapasing




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

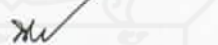
2012


หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ คุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย
สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี
ชื่อและนามสกุล นางสาวนิตา บุรพาสิงห์
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์สุชุมาลัย ชำนิง

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2556

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุชุมาลัย ชำนิง)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ทศนีย์ ชาติไทย)


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์ เข้มทอง)
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ คุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย
สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

ผู้ศึกษา นางสาวนิสา บุรพาสิ่งห์ รหัสนักศึกษา 2533005720 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์สุขุมลย์ ชำนิจ **ปีการศึกษา** 2555

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี (2) เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ (3) เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้มารับบริการจากพนักงานปฏิบัติการของธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี จำนวน 149 คน โดยเลือกแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การทดสอบค่าเอฟ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการศึกษาพบว่า (1) ระดับคุณภาพการให้บริการตามความคิดเห็นของผู้รับบริการอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งในภาพรวมและรายด้าน ยกเว้นด้านอัตราค่าบริการอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (2) การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี มีความสัมพันธ์ที่ไม่แตกต่างกันกับปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพ และระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการ และ (3) แนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ควรปรับปรุงระบบอิเล็กทรอนิกส์ การแจ้งค่าธรรมเนียมกรณีโอนเงินต่างธนาคาร มีหนังสือพิมพ์ไว้ให้ผู้รับบริการอ่านระหว่างรอคอย มีลานจอดรถที่เพียงพอ สะอาด ปลอดภัย ตลอดจนพนักงานควรมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน

คำสำคัญ คุณภาพบริการ พนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว ปทุมธานี

Independent Study title: Service Quality of Tellers of KASIKORNBANK Public Company Limited, Lat Lum Kaeo Branch, Pathum Thani Province

Author: Miss Nisa Burapasing; **ID:** 2533005720; **Degree:** Master of Business Administration;

Independent Study advisor: Sukumarn Shumnij, Associate Professor; **Academic year:** 2012

Abstract

The objectives of this study were: (1) to study the service quality levels of tellers of KASIKORNBANK PCL, Lat Lum Kaeo branch, Pathum Thani province; (2) to compare the service quality of tellers of KASIKORNBANK PCL, Lat Lum Kaeo branch, Pathum Thani province classified by the personal factors; and (3) to recommend a guideline to improve the service quality of tellers of KASIKORNBANK PCL, Lat Lum Kaeo branch, Pathum Thani province.

The study was a survey research. The samples were 149 clients who received the service from tellers of KASIKORNBANK PCL, Lat Lum Kaeo branch, Pathum Thani province selected by using random sampling method. Questionnaires were used for data collection. The data was analyzed by using percentage, mean, standard deviation, t-Test, F-test, and one-way ANOVA.

The results showed that: (1) the service quality perceived by clients was rated at the highest level on overall and each aspect, except the charges was rated at the high level; (2) the clients with the same gender, age, income, the highest educational level, marital status, and the period of receiving service had the same opinion of the service quality. However, the clients with different occupation had different opinion of the service quality in terms of credibility, charges, and teamwork; and (3) the guidelines for improving the service quality of tellers of KASIKORNBANK PCL, Lat Lum Kaeo branch, Pathum Thani province were improving the electronic system; notifying the redundant fees of bank transfer services; encouraging the tellers' performance; providing newspapers; and also providing enough clean and safe car parks.

Keywords: service quality, teller, KASIKORNBANK PCL, Lat Lum Kaeo branch, Pathum Thani province.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้ดิฉันขอขอบคุณผู้ศึกษาได้รับความอนุเคราะห์จากรองศาสตราจารย์ สุขุมาลัย ชำนิจ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และรองศาสตราจารย์ ดร.ทัศนีย์ ชาติไทย อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและติดตาม การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เสมอมา ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความอนุเคราะห์และความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง และจะจดจำความปรารถนาดีของท่านไว้ตลอดไป

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ ผู้จัดการธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ที่ได้อนุญาตให้ผู้ศึกษานำแบบสอบถามมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ และขอขอบคุณผู้มารับบริการด้าน พนักงานปฏิบัติการของธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลให้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าอิสระเป็นอย่างมาก

ประการสุดท้ายที่ต้องกล่าวถึงคือ ครอบครัว และเพื่อนๆ ของผู้ศึกษาทุกท่านที่เป็น กำลังใจและช่วยเหลือผู้ศึกษาด้วยดีตลอดมา

นิตา บุรพาสิงห์

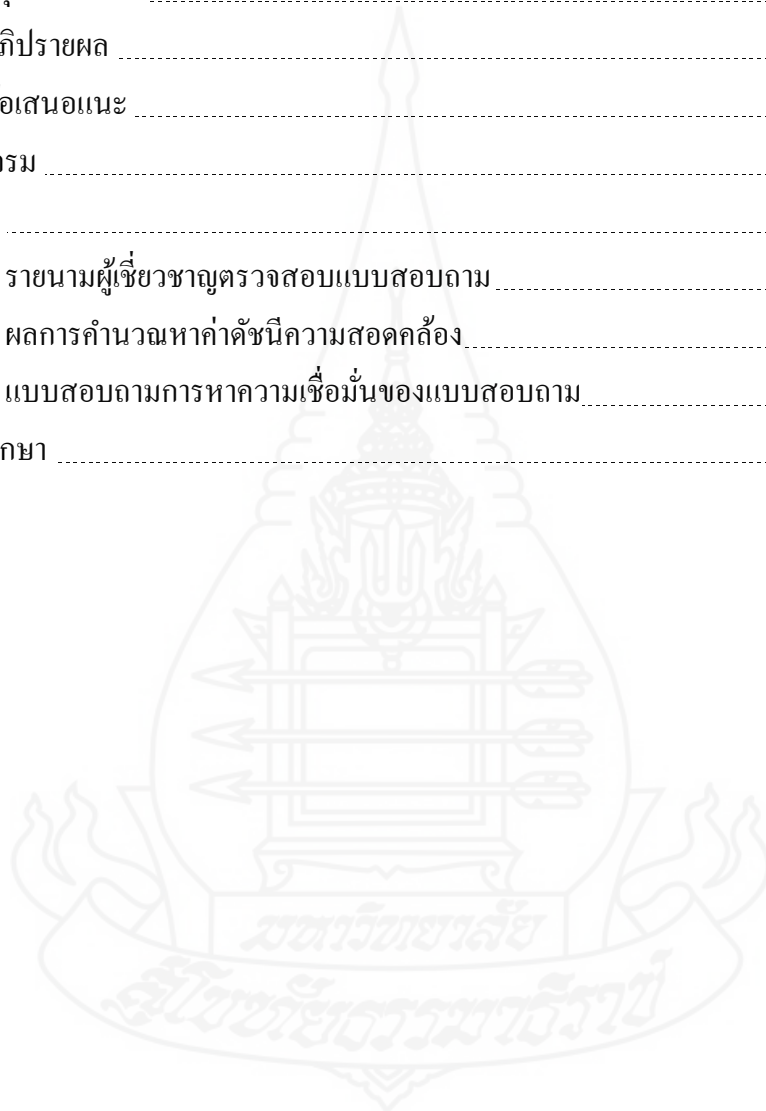
พฤษภาคม 2556

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การศึกษา	3
กรอบแนวคิดการศึกษา	4
สมมติฐานการศึกษา	4
ขอบเขตการศึกษา	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ	8
ทฤษฎีคุณภาพบริการ	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา	27
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	27
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	28
การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
การวิเคราะห์ข้อมูล	30
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	31
ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ	32
ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลระดับคุณภาพการให้บริการ	36
ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ ของพนักงานปฏิบัติการ	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	50
สรุปการศึกษา	50
อภิปรายผล	54
ข้อเสนอแนะ	57
บรรณานุกรม	60
ภาคผนวก	64
ก ราชานามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม	65
ข ผลการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง	67
ค แบบสอบถามการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	70
ประวัติผู้ศึกษา	76



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา.....	5
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศของผู้รับบริการ.....	31
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุของผู้รับบริการ.....	31
ตารางที่ 4.3 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	32
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	32
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด.....	33
ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	34
ตารางที่ 4.7 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการ ของธนาคารกสิกรไทย.....	34
ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ.....	35
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ.....	36
ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการ ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการ.....	36
ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการ ด้านอัตราค่าบริการ.....	37
ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการ ด้านการทำงานเป็นทีม.....	38
ตารางที่ 4.13 แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการรายด้านของพนักงานปฏิบัติการ จำแนกตามเพศของผู้รับบริการ.....	39
ตารางที่ 4.14 แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการรายด้านของพนักงานปฏิบัติการ จำแนกตามอายุของผู้รับบริการ.....	39
ตารางที่ 4.15 แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการรายด้านของพนักงานปฏิบัติการ จำแนกตามอาชีพของผู้รับบริการ.....	41
ตารางที่ 4.16 แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการรายด้านของพนักงานปฏิบัติการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้รับบริการ.....	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.17 แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการรายด้านของพนักงานปฏิบัติการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดของผู้รับบริการ.....	43
ตารางที่ 4.18 แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการรายด้านของพนักงานปฏิบัติการ จำแนกตามสถานภาพของผู้รับบริการ.....	45
ตารางที่ 4.19 แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการรายด้านของพนักงานปฏิบัติการ จำแนกตามระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการ.....	46
ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อเสนอแนะของผู้รับบริการ.....	47



สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา..... 4



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธนาคารกสิกรไทยก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ.2488 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท และมีพนักงานชุดแรกเพียง 21 คน การดำเนินงานของธนาคารกสิกรไทยดำเนินกิจการให้บริการธุรกรรมทางการเงินแก่ผู้มารับบริการในกลุ่มผลิตภัณฑ์ 4 Product Domain คือ 1) ฝาก ถอน โอน และปฏิบัติการ 2) ออมเงินและลงทุน 3) ระดมทุนและกู้ยืม 4) ป้องกันความเสี่ยงและสารสนเทศ

ด้วยความสำเร็จเป็นอย่างดีเพียง 6 เดือน มียอดเงินฝากสูงถึง 12 ล้านบาท มีสินทรัพย์ 15 ล้านบาท จากจุดเริ่มต้นถึงวันนี้ ธนาคารกสิกรไทยเติบโตอย่างมั่นคง ณ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2556 มีทุนจดทะเบียน 30,486 ล้านบาท มีสินทรัพย์จำนวน 2,109,967 ล้านบาท เงินรับฝากจำนวน 1,428,318 ล้านบาท เงินให้สินเชื่อจำนวน 1,364,056 ล้านบาท มีสาขาในประเทศไทย จำนวน 877 สาขา ตลอดระยะเวลา 67 ปีที่ผ่านมา ธนาคารมุ่งมั่นในการพัฒนาองค์กรและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้บริการที่เป็นเลิศกับผู้รับบริการภายใต้คำขวัญที่ว่า “บริการทุกระดับประทับใจ”

นโยบายของธนาคารกสิกรไทย คือ การบริการทุกระดับประทับใจ มุ่งตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการทุกระดับความต้องการที่เหมาะสม มุ่งเน้นการเป็นผู้ให้บริการทางการเงินหลักของลูกค้าผ่านยุทธศาสตร์ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า 4 ด้าน คือ เป็นธนาคารที่สะดวกสบายสำหรับลูกค้า มีคุณภาพการบริการที่ดีเลิศ สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าในระยะยาว และสามารถเป็นที่ปรึกษาทางการเงินให้แก่ลูกค้าได้ โดยมีรากฐานมาจากการบริการและการขายที่ดีเลิศ และในฐานะที่พนักงานสาขาเป็นผู้ให้บริการที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง และเปรียบเสมือนตัวแทนของธนาคาร ดังนั้น การให้บริการอย่างจริงใจ การดูแลต้อนรับ จนสามารถส่งมอบประสบการณ์ที่ดี รวมถึงพร้อมจะดำเนินการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าในทุกกรณีเสมือนเป็นปัญหาของตนเองนั้น จึงเป็นหัวใจสำคัญของธนาคารกสิกรไทยที่จะสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า (www.kasikornbank.com สืบค้นวันที่ 1 เมษายน 2556)

ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว เป็นสาขาของธนาคารกสิกรไทย ซึ่งเริ่มก่อตั้งเมื่อ 21 พฤศจิกายน พ.ศ.2540 โดยมีความคาดหวังในการบริการและการขายเหมือนกับทุกสาขาของธนาคารกสิกรไทย คือ“ลูกค้ามาใช้บริการที่สาขา แล้วได้รับบริการที่ดี พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส กระตือรือร้นในการให้บริการอย่างใส่ใจและจริงใจ ไม่หวังผล หากลูกค้ามาแจ้งปัญหา ก็จะดำเนินการแก้ไขปัญหาลงมืออย่างรวดเร็วและครบถ้วน เสมือนเป็นปัญหาของตนเอง

พนักงานสามารถให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาทางการเงินแบบมืออาชีพ จนผู้รับบริการรู้สึกได้ว่า หากฝากธนาคารกสิกรไทยให้ช่วยดูแลทางการเงินแล้ว น่าจะส่งผลที่ดีที่สุดต่อตัวเขา ครอบครัวและคนที่เขารักและห่วงใยในระยะยาว โดยการมีการพูดคุยกันในหมู่เพื่อนของผู้รับบริการในเรื่องผู้ให้บริการแล้ว ผู้รับบริการจะแนะนำธนาคารกสิกรไทยให้กับเพื่อนของเขา โดยผู้รับบริการจะรู้สึกว่าได้ให้คำแนะนำที่ดีไปกับเพื่อน และเพื่อนจะกลับมาขอบคุณ แสดงความชื่นชมเขาที่ได้ให้คำแนะนำให้ไปใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทย (ธนาคารกสิกรไทย หลักสูตรพัฒนานักธนาคารรุ่นใหม่ ภาคทฤษฎี, 2555) และเนื่องจากปัจจุบันประเทศไทยกำลังจะก้าวเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงของโลกรวมทั้งอีก 3 ปีข้างหน้าประเทศไทยจะเข้าสู่ AEC ซึ่งส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจและสภาพสังคมภายในประเทศเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย การเจริญเติบโตของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องจึงมีส่วนก่อให้เกิดโอกาสทางธุรกิจขึ้นหลากหลายประเภท โดยเฉพาะธุรกิจบริการทางการเงิน ซึ่งประเทศไทยกำลังเปิดประตูรับการแข่งขันจากทั่วโลก การแข่งขันกันอย่างรุนแรงระหว่างธนาคารจึงเกิดขึ้น ดังนั้น ธนาคารต่างๆ จึงต้องคิดที่จะหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาเสนอให้แก่ลูกค้าด้วยความสะดวก รวดเร็วและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จึงทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความแตกต่างจากธนาคารอื่นนั่นก็คือ ผลิตภัณฑ์ด้านการบริการ การบริการจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ธนาคารแต่ละแห่งได้พยายามคิดหาวิธีนำเสนอแก่ลูกค้า เพื่อสร้างความแตกต่างทางธุรกิจบริการ นับว่าเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจยุคใหม่ เพราะรูปแบบการดำเนินชีวิตและความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปตามค่านิยม ผู้บริโภคยุคใหม่สนใจในความอยู่ดีกินดีและความสะดวกสบายมากขึ้น การให้บริการที่ดี รวดเร็วและง่าย จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันธุรกิจภาคบริการต่างๆ ก็มุ่งเน้นที่จะแข่งขันกันเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค นอกเหนือการแข่งขันในเรื่องมาตรฐานสินค้าแล้วการแข่งขันด้านการให้บริการที่เป็นเลิศถือว่าเป็นหัวใจสำคัญในธุรกิจการให้บริการ คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจคือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งกัน โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามผู้ให้บริการคาดหวังไว้ ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ผู้ให้บริการต้องการตามประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณาของธุรกิจ ผู้ใช้บริการจะเกิดความพึงพอใจถ้าได้รับในสิ่งที่ต้องการ ผู้บริโภคจะประเมินคุณภาพการให้บริการในรูปแบบทัศนคติ โดยเปรียบเทียบระหว่างบริการที่คาดหวัง (Expected Service)

กับการให้บริการตามการรับรู้ (Perceived Service) ว่า มีความสอดคล้องกันเพียงไรซึ่งพบว่า การให้บริการที่มีคุณภาพหมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวังของผู้บริโภค ในปัจจุบันการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เพราะการระดมทุน การฝาก ถอน โอนเงินและการปฏิบัติการ อย่างถูกต้องและรวดเร็วก็เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง การตรวจนับเงิน โอนเงินอย่างถูกต้องและรวดเร็วก็ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือและให้ความไว้วางใจกับธนาคาร ในปัจจุบันพนักงานบริการปฏิบัติการฝาก ถอน โอนเงิน ของธนาคารกสิกรไทย ไม่ได้มีหน้าที่แค่ ฝาก ถอน โอนเงิน ยังมีหน้าที่ในการขายประกันชีวิตให้ได้ตามเป้าหมายของแต่ละเดือน มีหน้าที่ให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ แก่ลูกค้า เพราะถือว่าพนักงานบริการปฏิบัติการ ฝาก ถอน โอนเงิน เป็นผู้มีหน้าที่รับลูกค้ามากที่สุด คุณภาพการบริการ การให้คำแนะนำจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะสื่อความต้องการและขายผลิตภัณฑ์ของธนาคารได้ ธนาคารจึงจะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

เนื่องจากการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นจากการเข้ามาของ AEC จะทำให้ธุรกิจธนาคารมีการแข่งขันอย่างรุนแรง ดังนั้นคุณภาพการให้บริการถือเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจและจงรักภักดีต่อธุรกิจธนาคารพนักงานจึงควรต้องใส่ใจในทุกรายละเอียด เพราะหากลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจเพียงจุดใดจุดหนึ่งในการใช้บริการ ย่อมทำให้การบริการทั้งระบบส่งผลกระทบต่อ คุณภาพการให้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องศึกษา และนำมาปรับใช้เพื่อสร้างคุณภาพการบริการที่ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาเพื่อนำผลการศึกษามาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้การบริการมีความเหมาะสมและสามารถแข่งขันในระดับ AEC ได้

2. วัตถุประสงค์การศึกษา

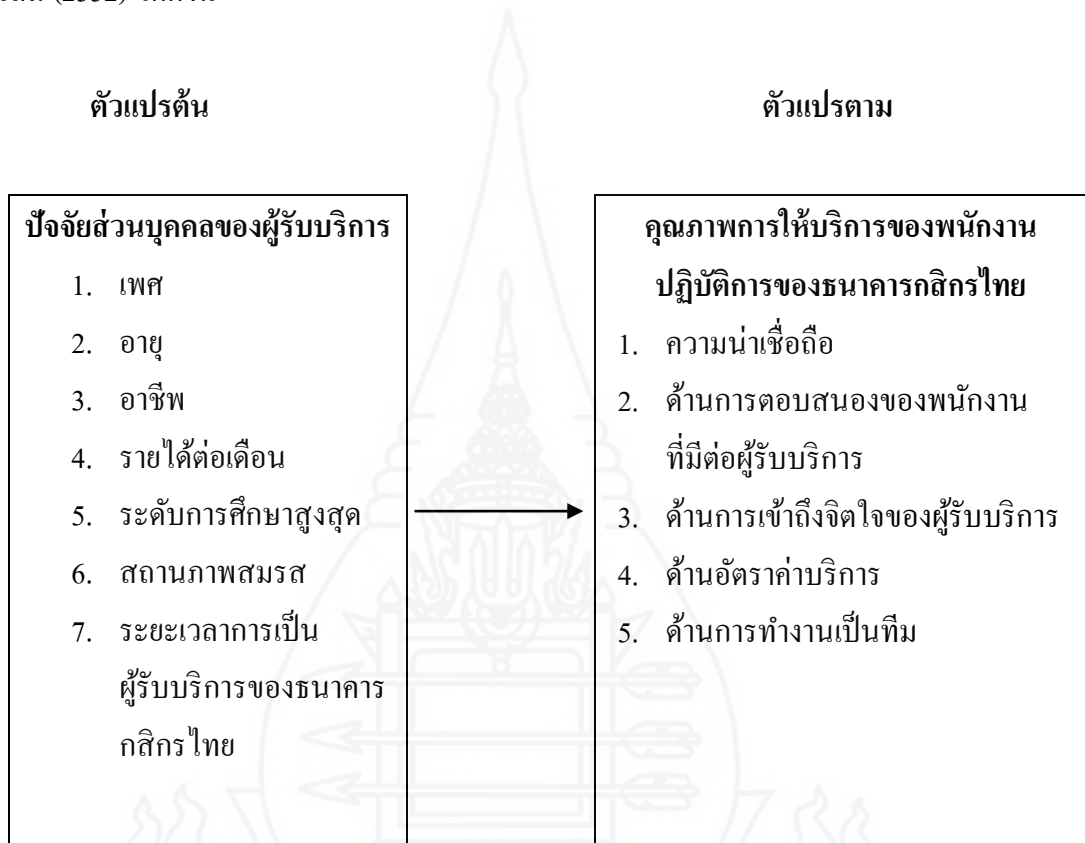
2.1 เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

2.2 เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ

2.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้แก่ธนาคารกสิกรไทย ให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้มารับบริการ

3. กรอบแนวคิดการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาโดยตัวแปรตามพัฒนามาจาก “SERVQUAL” ของพาราสุรามานและคณะ (Parasuraman et al., 1991) ในวิทยานิพนธ์ของ กนิษฐา วิสม (2552) ได้ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

4. สมมติฐานการศึกษา

คุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่แตกต่างกัน

5. ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษาคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

5.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ที่มารับบริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี โดยทำการคำนวณย้อนหลัง 1 ปี แล้วหาค่าเฉลี่ยจำนวนผู้รับบริการต่อเดือน ได้จำนวนผู้รับบริการต่อเดือน จำนวน 3,714 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่มารับบริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานีขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษากำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Yamane's กำหนดให้ (Sampling Error) ไม่เกิน 0.08 (ผ่องศรี วาณิชย์ศุภวงศ์, 2545)

จากสูตร

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

เมื่อ n หมายถึง ขนาดของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

N หมายถึง ขนาดของประชากร

e หมายถึง ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

เมื่อแทนค่าจะได้

$$n = \frac{3,714}{1 + 3,714 (0.08)^2}$$

$$n = 149$$

ในที่นี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 149 คน จากผู้มารับบริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

5.3 ขอบเขตของเนื้อหา การศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงคุณภาพการบริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี โดยอาศัย โดยอาศัยแนวคิดที่พัฒนามาจาก SERVQUALของพาราสุรามานและคณะ (Parasuraman, A., Berry, L.L. & Zeithaml, V.A., 1991)

5.4 ขอบเขตด้านตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้แบ่งขอบเขตตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรอิสระของผู้รับบริการ ได้แก่

1. เพศ
2. อายุ
3. อาชีพ
4. รายได้ต่อเดือน
5. ระดับการศึกษาสูงสุด
6. สถานภาพการสมรส
7. ระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการของธนาคารกสิกรไทย

ตัวแปรตาม ได้แก่

1. ด้านความน่าเชื่อถือ
2. ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ
3. ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการ
4. ด้านอัตราค่าบริการ
5. ด้านการทำงานเป็นทีม

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ลักษณะธุรกรรมการให้บริการปฏิบัติการด้านการฝาก ถอน โอนเงินที่กำลังดำเนินอยู่ของธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ที่ผู้รับบริการวินิจฉัยถึงคุณภาพการบริการตามนโยบายและวัตถุประสงค์ของธนาคารกสิกรไทย ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้านได้แก่

6.1.1 ด้านความน่าเชื่อถือคือ การปฏิบัติงานด้วยความรอบคอบถูกต้องความซื่อสัตย์ของพนักงานผู้ให้บริการเป็นที่น่าไว้วางใจ

6.1.2 ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการคือ การกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ มีจำนวนพนักงานที่เหมาะสมเพียงพอต่อการให้บริการได้ รวมถึงเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ ที่นำมาให้บริการและขั้นตอนในการให้บริการมีความรวดเร็วไม่ยุ่งยาก

6.1.3 ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการคือ พนักงานผู้ให้บริการที่พยายามรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการเกี่ยวกับความต้องการต่างๆ และการจดจำรายละเอียดข้อมูลผู้รับบริการ นอกจากนี้ยังรวมถึงการที่ธนาคารได้จัดเพิ่มการบริการต่างๆ ตามความจำเป็นและความต้องการของผู้รับบริการ

6.1.4 ด้านอัตราค่าบริการคือ อัตราค่าบริการต่างๆ ที่ธนาคารเรียกเก็บจากลูกค้าว่ามีความสมเหตุสมผล ยอมรับได้ หรือมีอัตราใกล้เคียง หรือทัดเทียมกับธนาคารอื่นๆ ตลอดจนมีการเก็บค่าธรรมเนียมไม่ซับซ้อน

6.1.5 ด้านการทำงานเป็นทีมคือ พนักงานมีสื่อน้ำยืมเข้มแข็ง เป็นมิตรต่อกัน มีการให้บริการด้วยความเต็มใจ และช่วยเหลือกันขณะปฏิบัติงาน

6.2 ผู้รับบริการ หมายถึง ประชาชนที่มารับบริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี โดยเปิดบัญชีเงินฝาก หรือมีรายชื่อในการทำธุรกรรมทางการเงินด้านปฏิบัติการ ที่ธนาคารเรียกว่า ลูกค้าของธนาคาร

6.3 พนักงานปฏิบัติการ คือ พนักงานที่ให้บริการฝาก ถอน โอนเงิน ของธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

6.4 ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้วหมายถึง ธนาคารกสิกรไทยที่ตั้งอยู่ภายในเขตอำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ได้แนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการแก่ธนาคารกสิกรไทย

7.2 นำผลการศึกษาไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาทบทวนแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ทั้งจากการค้นคว้าเอกสาร ตำราวิชาการ รายงานการวิจัย และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้แบ่งเนื้อหาต่างๆ ได้ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

1. ความหมายและความสำคัญของการบริการ

พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ.2530 ให้ความหมายของคำว่า “บริการ” หมายถึง “การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ” ส่วนความหมายโดยทั่วไปที่มักกล่าวถึง คือ การกระทำที่เชื่อมไปด้วยความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ซึ่งความหมายของการบริการนั้นได้มีนักวิชาการให้คำจำกัดความไว้หลายราย

การบริการ เป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการการให้บุคคลต่างๆ ได้ใช้ประโยชน์ทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใดๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลาย ในการทำให้คนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ จัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น ซึ่งการจัดอำนวยความสะดวกก็เป็นการให้บริการ การสนองความต้องการของผู้ใช้บริการก็เป็นการให้บริการ และการบริการจึงสามารถดำเนินการได้หลากหลายวิธี จุดสำคัญคือเป็นการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ (สมิต สัจฉกร, 2546)

การให้บริการ หมายถึง การกระทำหรือการปฏิบัติ ซึ่งฝ่ายหนึ่งนำเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่ง เป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณะหรือตัวตน โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จนนำไปสู่ความพึงพอใจ

ผู้ให้บริการ หมายถึง บุคคลที่มีหน้าที่ปฏิบัติงานให้บริการทั้งที่ต้องติดต่อสัมพันธ์กับผู้รับบริการโดยตรงและผู้ที่ไม่ได้ติดต่อกับผู้รับบริการโดยตรง เช่น ผู้ปฏิบัติงานบริการอาหาร ผู้ปฏิบัติงานรับโทรศัพท์ เป็นต้น

ผู้รับบริการ หมายถึง บุคคลที่มีความต้องการรับบริการ มีอำนาจในการซื้อบริการ มีพฤติกรรมการซื้อบริการ และมีพฤติกรรมการบริโภคบริการ

จากการศึกษาสรุปได้ว่า การบริการหมายถึง กระบวนการในการปฏิบัติเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจจากการได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกัน รวดเร็ว ถูกต้อง ต่อเนื่องในการได้รับการปฏิบัติ และเพียงพอต่อความต้องการ รวมทั้งได้รับการปฏิบัติที่มีความคืบหน้ามากขึ้น โดยที่ใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

ความสำคัญของการบริการ

การบริการที่ดีย่อมมีผลดีต่อการปฏิบัติงาน ความล้มเหลวในการบริการจะเป็นผลเสียหายอย่างร้ายแรงหากไม่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะ ที่จะทำให้นutzerพอใจผู้รับบริการ โดยมีหลักพื้นฐานของการบริการคือ

1. ทำให้ผู้รับบริการพอใจ
2. อย่าให้ผู้รับบริการอยู่นานเกินไป
3. อย่าทำผิดพลาดจนผู้รับบริการเดือดร้อน
4. สร้างบรรยากาศของหน่วยบริการ
5. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความคุ้นเคย
6. เตรียมความสะดวกให้พร้อม

2. ลักษณะการให้บริการ

2.1 ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) การให้บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการเลือกใช้บริการ จึงมีความเสี่ยงตามการรับรู้ของลูกค้ามากกว่าสินค้าทั่วไป ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อบริการ ผู้ซื้อจึงต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือวัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

2.1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อมีที่นั่งเพียงพอมีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึที่ดี

2.1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ให้บริการต้องมีการแต่งกายที่เหมาะสม บุคลิกภาพดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พูดยาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

2.1.3 เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็วเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

2.1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication Material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขายและลักษณะของลูกค้า

2.1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) ชื่อและตราสัญลักษณ์ควรชี้แนะถึงการบริการที่รวดเร็ว

2.1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2.2 ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) การให้บริการมีความแตกต่างไปจากการผลิตและการจำหน่ายสินค้าประเภทต่างๆ ตรงที่สินค้าสามารถผลิตในคราวหนึ่งแล้วนำไปเก็บเพื่อรอการจำหน่าย จากนั้นจึงจัดจำหน่ายไปสู่ลูกค้าอีกทีหนึ่ง ขณะที่การให้บริการนั้นจะมีการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในคราวเดียวกัน ดังนั้น จึงไม่สามารถแยกการบริการออกจากผู้ให้บริการ

2.3 ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ให้บริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหนและอย่างไร เนื่องจากผู้ให้บริการอาจมีพฤติกรรมทำให้บริการที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการบริการต่างกัน อีกทั้งเวลาสถานที่และสิ่งแวดล้อมในการให้บริการก็มีส่วนทำให้การบริการอาจแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลให้การบริการชนิดเดียวกันมีความแตกต่างที่หลากหลายได้

2.4 ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) การให้บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่นถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอการบริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหาคือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า ด้วยลักษณะเฉพาะของการให้บริการดังกล่าวผู้บริหารต้องใช้ความเฉพาะดังกล่าวในการจัดการให้บริการให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง

3. การจำแนกระดับของการให้บริการ

เลิฟล็อก (Lovelock, 2003 อ้างถึงในอดุลย์ จาตุรงกกุล และคณะ, 2546: 53-54) ได้แบ่งการให้บริการออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้าไปมีส่วนร่วมกับการให้บริการของผู้ให้บริการ ดังนี้

3.1 บริการที่มีการติดต่อในระดับสูง (High-contact Services) เป็นบริการที่ลูกค้าต้องเข้าไปมีส่วนร่วมกับการให้บริการโดยตลอดเกือบทุกกระบวนการในการส่งผ่านบริการหรืออีกนัยหนึ่งลูกค้าต้องเข้าไปในสถานที่ให้บริการและอยู่ที่นั่นตลอดจนกระบวนการส่งผ่านบริการเสร็จสิ้นลง

3.2 บริการที่มีการติดต่อในระดับปานกลาง (Medium-contact Services) เป็นบริการที่มีระดับการมีส่วนร่วมของลูกค้าในกระบวนการการส่งผ่านบริการต่ำกว่าบริการแบบแรก ซึ่งลูกค้าจะเข้าไปในสถานที่ให้บริการแต่ไม่ได้อยู่ที่นั่นตลอดจนกระบวนการส่งผ่านบริการเสร็จสิ้น บริการระดับนี้จะรวมถึงการให้บริการแบบช่วยเหลือตัวเอง (Self Services) ด้วย

3.3 บริการที่มีการติดต่อในระดับต่ำ (Low-contact Services) เป็นบริการที่มีระดับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการการส่งผ่านบริการต่ำที่สุดหรืออาจไม่มีเลยก็ได้ซึ่งบริการระดับนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการให้บริการผ่านสื่อหรือเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ

4. หลักการให้บริการ

การให้บริการซึ่งเป็นการให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นนั้นต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติมิใช่ว่าการให้ความช่วยเหลือหรือการทำประโยชน์ต่อผู้อื่นจะเป็นไปตามใจของเราผู้ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ โดยทั่วไปหลักการให้บริการมีข้อควรคำนึง (สมิต สัจฉกร, 2542: 173-174)

4.1 สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการการให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลักจะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดีและเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใดแต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจไม่ให้ความสำคัญการให้บริการนั้นก็อาจไร้ค่า

4.2 ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ “คุณภาพคือ ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น” เพราะฉะนั้นการให้บริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจและถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการ ไม่ว่าเราจะตั้งใจให้บริการมากมายเพียงใด แต่ก็เพียงด้านปริมาณแต่คุณภาพของการให้บริการวัดได้ด้วยความพึงพอใจของลูกค้า

4.3 ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วนการให้บริการซึ่งจะตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัดคือ การปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะหากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้วก็จะยากที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจแม้จะมีคำขอโทษขออภัยก็ได้รับเพียงความเมตตา

4.4 เหมาะสมแก่สถานการณ์การให้บริการที่รวดเร็ว ส่งสินค้าหรือให้บริการตรงตามกำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญ ความล่าช้าไม่ทันกำหนดทำให้การให้บริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากการส่งสินค้าทันกำหนดเวลาแล้วจะต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้าและสนองตอบให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย

4.5 ไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่น ๆ การให้บริการในลักษณะใดก็ตามจะต้องพิจารณาโดยรอบคอบในทุกด้านจะมุ่งแต่ประโยชน์จะเกิดแก่ลูกค้าและฝ่ายเราเท่านั้นไม่เป็นการเพียงพอ จะต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่ายรวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงควรยึดหลักในการให้บริการว่าจะระมัดระวังไม่ทำให้เกิดผลกระทบทำความเสียหายให้แก่บุคคลอื่น ๆ ด้วย

5. วิธีการให้บริการ

ธุรกิจสามารถให้บริการ โดยผ่านเครื่องมือหรือวิธีต่างๆ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2547: 19) ได้แก่

5.1 การให้บริการด้วยคนหรือพนักงาน เป็นวิธีการให้บริการที่มีความสำคัญมากกว่าการให้บริการด้วยวิธีอื่นๆ เนื่องจากการให้บริการแบบนี้สามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้รวมทั้งเป็นการให้บริการอย่างใกล้ชิด (Personal Touch)

5.2 การให้บริการด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งการให้บริการประเภทนี้จะพบเห็นได้โดยทั่วไปได้แก่ การให้บริการทางการเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็ม (Automatic Machine: ATM) เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ เครื่องแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอัตโนมัติ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าการให้บริการด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญมากเนื่องจากมีต้นทุนการให้บริการต่ำกว่าการให้บริการแบบคนและการส่งมอบบริการในแต่ละครั้งได้มาตรฐานตามที่ได้กำหนดไว้

6. ประเภทของการให้บริการ

โดยปกติแล้วในธุรกิจบริการประเภทใดๆ ก็ตามสามารถแบ่งบริการออกได้เป็น 3 ประเภทตามความสำคัญหรือการทำกำไรให้ธุรกิจ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2547: 23) ดังนี้

6.1 การให้บริการ หลักการบริการประเภทนี้เป็นหัวใจหลักของธุรกิจ โดยทั่วไปบริการหลักจะสร้างกำไรให้กับธุรกิจมาก แต่อย่างไรก็ตามการให้บริการหลักมักก็มีความซับซ้อนในการให้บริการหรือการส่งมอบให้กับลูกค้ามาก

6.2 การให้บริการเสริม การบริการประเภทนี้สร้างรายได้และทำกำไรให้กับธุรกิจได้แต่น้อยกว่าการบริการหลัก บริการเสริมมีความซับซ้อนน้อยกว่าบริการหลัก ดังนั้น ธุรกิจใดจะมีบริการเสริมได้ก็ต่อเมื่อได้พัฒนาบริการหลักให้มีความไว้วางใจจากลูกค้าก่อน เพราะมีเช่นนั้นแล้วบริการเสริมจะกลายเป็นการบริการหลักและในที่สุดจะต้องเปลี่ยนประเภทของธุรกิจนั้นไป

6.3 การให้บริการอื่นๆ การบริการประเภทนี้ไม่ได้เป็นหัวใจหลักของธุรกิจแต่เป็นบริการที่ขาดไม่ได้ เนื่องจากเป็นบริการที่สนับสนุนบริการหลักและบริการเสริมให้ดำเนินต่อไปได้อย่างสะดวก การบริการประเภทนี้มักไม่ทำกำไรให้กับธุรกิจหรือเป็นค่าใช้จ่ายนั่นเอง อย่างไรก็ตาม การให้บริการนั้นธุรกิจจะต้องระวังในเรื่องความเหมาะสมสอดคล้องกันระหว่างบริการหลักกับบริการเสริมเพิ่มเข้าไปด้วยเพื่อเป็นการรักษาลูกค้าให้ใช้บริการได้ตลอดไปและไม่เป็นการทำลายลูกค้าในภายหลัง

7. หลักการสำคัญในการให้บริการเพื่อนำสู่ความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการดังนี้

7.1 การเข้าใจในความต้องการของลูกค้าเพื่อที่จะได้ล่วงรู้ถึงความต้องการของลูกค้าเพื่อที่จะได้เข้าใจในความต้องการของลูกค้าอย่างง่าย ๆ

7.2 การรู้จักวิธีติดต่อสื่อสารที่ดี การติดต่อสื่อสารที่ดีทั้งภาษาคำพูดและที่ไม่ใช่ภาษาคำพูด หรือที่เรียกว่าภาษาท่าทางหรือวัจนภาษา

7.3 ความมีมารยาท คือ การที่ผู้ให้บริการมีการแสดงออกที่ดีต่อหน้าลูกค้า การแสดงที่ดีก็คือ การมีกริยามารยาทที่งดงามนั่นเอง ซึ่งแสดงออกทั้งการพูดการนั่ง การยืน การเดิน หรือการแสดงออกด้วยภาษากาย

7.4 การมีความรับผิดชอบ ต่อไปนี้เป็นสูตรสำเร็จในการแสดงถึงความรับผิดชอบในการทำงาน และเป็นการเพิ่มผลผลิตในการทำงาน

7.5 ความสามารถรอบรู้ผู้ให้บริการที่ดีจะต้องมีความสามารถรอบรู้ต่างๆ เพราะความรู้ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการทำงานติดตามมา และจะทำให้เกิดขวัญและกำลังใจที่ดีอีกด้วย

7.6 การมีความน่าเชื่อถือการที่ผู้ที่มีหน้าที่ในการบริการจะมีความเชื่อถือได้นั้น คุณสมบัติประจำตัวของแต่ละคนเป็นสิ่งที่สำคัญในการทำหน้าที่บริการปัญหาที่อยู่ที่ว่าทำอะไรจึงจะให้ลูกค้าหรือผู้ที่กำลังติดต่อเกิดความศรัทธาและเชื่อถือ

7.7 ความน่าไว้วางใจนอกจากการทำให้คนเชื่อถือหรือเชื่อมั่นแล้วผู้ที่ทำหน้าที่บริการควรจะต้องทำให้เป็นคนที่น่าไว้วางใจอีกด้วย

7.8 การมีสุขภาพและสุขภาพจิตที่ดี ผู้ให้บริการจะดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงสมบูรณ์อยู่เสมอ เมื่อมีสุขภาพกายที่ดีแล้วสุขภาพจิตย่อมดีตามด้วย (สมชาติ กิจยรรยง, 2536: 44-57)

Weber (อ้างถึงใน Suchitra, 1986: 46) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการให้บริการว่า การจะให้การบริการมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด คือการให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ไม่มีความชอบพอสนใจเป็นพิเศษ ทุกคนได้รับการปฏิบัติเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์ในสภาพที่เหมือนกัน

Verma (อ้างถึงใน Suchitra, 1986: 45) กล่าวว่า การให้บริการที่ดีส่วนหนึ่งขึ้นกับการเข้าถึงบริการ ซึ่ง (Thomas, 1961) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงการบริการ ดังนี้

1. ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ (Availability) คือความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับความต้องการของการรับบริการ
2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวก โดยคำนึงถึงลักษณะที่ตั้งการเดินทาง
3. ความสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ (Accommodation) ได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้รับบริการยอมรับว่า ให้ความสะดวก และมีสิ่งอำนวยความสะดวก
4. ความสามารถของผู้รับบริการ ในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ
5. การยอมรับคุณภาพบริการ (Acceptability) ซึ่งในการนี้จะรวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย

Millett (อ้างถึงใน ขวลิขิต เหล่ารุ่งกาญจน์, 2538: 15-16) ได้ชี้ให้เห็นว่าคุณค่าประการแรกของการบริหารงานรัฐกิจทั้งหมดคือ การปฏิบัติงานด้วยการให้บริการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจซึ่งมีลักษณะที่สำคัญ 5 ประการ คือ

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Service) โดยยึดหลักที่ว่าคนเราทุกคนเกิดมาเท่าเทียมกันความเท่าเทียมกันนั้นหมายถึงประชาชนทุกคนควรมีสสิทธิ์เท่าเทียมกันทั้งทางกฎหมายและทางการเมือง การให้บริการของรัฐจะต้องไม่แบ่งแยกเชื้อชาติผิวหรือความยากจนตลอดจนสถานะทางสังคม
2. การให้บริการอย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely Service) จะไม่มีผลงานทางสาธารณะใดๆ ที่เป็นผลงานที่มีประสิทธิภาพไม่ตรงต่อเวลาหรือทันต่อเหตุการณ์ เช่น รถดับเพลิงมาถึงหลังจากไฟไหม้หมดแล้วการบริการนั้นก็ถือว่าไม่เป็นสิ่งที่ถูกต้อง และน่าพอใจ
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) นอกจากให้บริการอย่างเท่าเทียมกันและให้อย่างรวดเร็วแล้วต้องคำนึงถึงจำนวนคนที่เหมาะสม จำนวนความต้องการ สถานที่ที่เพียงพอในเวลาที่เหมาะสมอีกด้วย
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) คือ การให้บริการตลอดเวลาต้องพร้อมและเตรียมตัวบริการต่อความสนใจของสาธารณชนเสมอ มีการฝึกอบรมอยู่ตลอดเวลา เช่น การทำงานของตำรวจจะต้องบริการตลอด 24 ชั่วโมง

5. การบริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) เป็นการบริการที่มีความเจริญ คืบหน้าไปทั้งทางด้านผลงาน และคุณภาพเทคโนโลยีที่ทันสมัย

กฤษณ ธนาพงศ์ธร (2530: 303-304) ได้ชี้ให้เห็นถึงหลักการให้บริการที่สำคัญ มี 5 ประการ คือ

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์การจัดให้นั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ หรือทั้งหมดมิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากจะไม่เกิด ประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์และบริการแล้วยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้นๆ ด้วย

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ มิใช่ทำๆ หยุดๆ ตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติการ

3. หลักความเสมอภาคบริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่าง เสมอหน้าและเท่าเทียมกันไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดกลุ่มบุคคลหนึ่งใน ลักษณะต่างจากกลุ่มคนอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด

4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินผล ที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวกบริการที่จัดให้แก่ผู้บริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติ ได้ง่าย สะดวก สบายสิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนักทั้งยังไม่เป็นการสร้างความยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้ บริการหรือผู้ให้บริการมากจนเกินไป

8. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548: 13) ได้สรุปว่าปัจจัยที่ผู้รับบริการอ้างถึงอยู่เสมอมี จำนวน 10 ปัจจัยดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ในคุณลักษณะหรือมาตรฐานการให้บริการ ประกอบด้วย
 - 1.1 ความสม่ำเสมอ (Consistency)
 - 1.2 ความพึ่งพาได้ (Dependability)
2. การตอบสนอง (Responsiveness) การตอบสนองต่อความต้องการหรือความรู้สึกของผู้รับบริการ ประกอบด้วย
 - 2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการ
 - 2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา
 - 2.3 มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง
 - 2.4 ปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี

3. ความสามารถ (Competence) สมรรถนะในการให้บริการอย่างรอบรู้ถูกต้อง เหมาะสมและเชี่ยวชาญจริง ประกอบด้วย

- 3.1 สามารถในการให้บริการ
- 3.2 สามารถในการสื่อสาร
- 3.3 สามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ

4. การเข้าถึงบริการ (Access) คือ การใช้บริการได้ง่ายไม่ยุ่งยาก ประกอบด้วย

4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวกระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมาย ซับซ้อนเกินไป

- 4.2 ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยไม่นาน
- 4.3 เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ใช้บริการ
- 4.4 อยู่ในสถานที่ที่ผู้บริการติดต่อได้สะดวก

5. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) เคารพอ่อนน้อม ความอ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทที่ดีของผู้ให้บริการ

- 5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการ
- 5.2 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม
- 5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี

6. การสื่อสาร (Communication) คือ ความสามารถและสมบูรณ์ในการสื่อสาร และสัมพันธ์กับผู้รับบริการทำให้ผู้รับบริการทราบเข้าใจและได้รับคำตอบในข้อสงสัยหรือความไม่เข้าใจต่างๆ ได้อย่างกระจ่างชัด ประกอบด้วย

- 6.1 มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการ
- 6.2 มีการอธิบายขั้นตอนให้บริการ

7. ความซื่อสัตย์ (Creditability) คือ ความเชื่อถือได้คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรง

8. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) ประกอบด้วยความปลอดภัยทางกายภาพเช่น เครื่องมืออุปกรณ์ทำให้รู้สึกสบายใจของผู้รับบริการในขณะที่ใช้บริการ

9. ความเข้าใจ (Understanding) คือ ความเข้าใจในตัวของผู้รับบริการเอาใจผู้รับบริการมาใส่ใจตนประกอบด้วย

- 9.1 การเรียนรู้ผู้ให้บริการ
- 9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ให้บริการ
- 9.3 การให้ความสนใจต่อผู้ให้บริการ

10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) คือ ส่วนที่สัมผัสได้และรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการประกอบด้วย

10.1 การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับการให้บริการ

10.2 การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

10.3 การจัดสถานที่ให้บริการสวยงามสะอาด

การวัดคุณภาพการให้บริการของลูกค้าจะต้องพิจารณาระดับความพึงพอใจที่ลูกค้าได้รับจากปัจจัยคุณภาพต่างๆ ตลอดเวลาที่ใช้บริการจนกระทั่งเสร็จกระบวนการรับบริการปัจจัยคุณภาพมี 5 ประการ (Lovelock, 2002 อ้างถึงใน สุพรรณิ อินทร์แก้ว, 2547: 30-31) ดังนี้

1. ความเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการ (Reliability) ความเชื่อถือได้ในการให้บริการเป็นความสามารถในการส่งมอบบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ได้กำหนดหรือบอกกล่าวแก่ลูกค้าไว้ลูกค้าจะเกิดความเชื่อถือและไว้วางใจเมื่อได้รับการบริการที่ตรงตามความต้องการและถูกต้องซึ่งจะก่อให้เกิดความจงรักภักดี (Loyalty) ในที่สุด

2. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) สิ่งสัมผัสได้ของธุรกิจบริการได้แก่ อาคารสถานที่อุปกรณ์เครื่องมือเช่นตัวอาคารที่มีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์เป็นต้นว่าบ้านไร่กาแฟบรรยากาศรอบๆ อาคารรวมถึงการตกแต่งประดับประดาห้องน้ำที่จอดรถแต่งกายของพนักงานรวมทั้งการให้บริการของพนักงานด้วยบริการที่คาดหมายไว้

3. การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทีเมื่อลูกค้าต้องการด้วยความรวดเร็วไม่ทำให้ลูกค้ารอคิวนานและต้องกู่ก้อจ้อต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาใช้บริการซึ่งความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4. ความไว้วางใจในการให้บริการ (Assurance) หมายถึง พนักงานบริการมีความรู้ความสามารถและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีตลอดจนมีจริยธรรมในการให้บริการเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าจะได้รับการตามมาตรฐานและปลอดภัย

5. การให้ความสำคัญกับลูกค้า (Empathy) ผู้ให้บริการควรจะศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละรายให้ความสนใจดูแลเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการด้วยความเต็มใจหลังจากที่ได้รับบริการไปแล้วลูกค้าจะเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังไว้ (Expected Service) กับบริการที่ได้รับจริง (Actually Service) แล้วตัดสินว่าเขาได้รับความพึงพอใจ (Satisfaction) แค่ไหนกับการส่งมอบบริการดังนั้นการวัดคุณภาพบริการของลูกค้าจะเห็นได้ว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังความพึงพอใจและบริการที่เขารับรู้ได้

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการ (วีรพงษ์ เฉลิมจินะรัตน์, 2539) หมายถึง ความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ และระดับของความสามารถของการบริการในการบำบัดความต้องการของผู้รับบริการ และระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการหลังจากได้รับบริการแล้ว

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539: 291) ได้กล่าวว่า ในธุรกิจการให้บริการคุณภาพของบริการเป็นสิ่งที่สำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือการรักษาระดับการให้บริการที่เหนือคู่แข่งขึ้น โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามผู้รับบริการคาดหวังไว้ ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ที่ผู้รับบริการต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณาธุรกิจให้บริการ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับในสิ่งที่ต้องการ (What) เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ (When) ณ สถานที่ๆ ผู้รับบริการต้องการ (Where) ในรูปแบบที่ต้องการ (How)

เรวดี ศิรินคร (2541: 6) ให้ความหมายของคุณภาพบริการ หมายถึง การบริการทั้งหมดที่ผู้รับบริการได้รับ และเป็นไปตามความคาดหวังของผู้มารับบริการ ซึ่งมีลักษณะในทางบวก เช่น ความรวดเร็ว สะดวกสบาย มีความปลอดภัย ผู้ให้บริการมีความสามารถ มีประสบการณ์ และความรู้สึที่ดีในขณะที่ให้บริการ กิจกรรมการบริการตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้รับบริการ

คุณภาพบริการ (เพ็ญจันทร์ แสนประสาน, 2542) หมายถึง การที่ทำให้ผู้รับบริการได้รับความพึงพอใจ เป็นบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการตลอดจนขั้นตอนของการบริการนั้นจนถึงภายหลังบริการด้วย ทั้งนี้ต้องตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการด้วย และตอบสนองต่อความต้องการในเบื้องต้นตลอดจนครอบคลุมไปถึงความคาดหวังของผู้รับบริการ ย่อมทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

สุภาวดี วรชัน (2542: 17) อธิบายว่าคุณภาพบริการหมายถึง ลักษณะการทำหน้าที่ได้อย่างถูกต้อง ผลงานดีเลิศ ผู้ใช้บริการพึงพอใจ สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ เหมาะสม เชื่อถือได้ ปลอดภัย มีคุณค่าในสังคม และรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมประทับใจ และกลับมาใช้บริการอีก และจะเป็นผู้ใช้บริการประจำและเป็นผู้บอกกล่าวแก่ผู้อื่นจากปากต่อปากต่อไป

ศิริระ ศรีชุมหเดช (2545: 26-27) ให้ความหมายว่าเป็นการรักษาความมั่นใจสัญญาขององค์กรบริการกับผู้ใช้บริการ โดยผู้ใช้บริการมักจะคาดหวังว่าผู้ให้บริการจะให้ในสิ่งที่องค์กรได้แสดงเจตจำนงหรือสัญญาไว้

จิตติมา ชีรพันธุ์เสถียร (2549: 2) ให้ความหมายว่าคุณภาพบริการ (Service Quality) คือระดับความสามารถของบริการในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งเป็นความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังและรับรู้ต่อบริการนั้น

คุณภาพบริการ (Parasuraman et al., n.d. cited in Youssef, Johners, & Hunt, 1996) หมายถึงปริมาณความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับของผู้ได้รับบริการ เป็นการเปรียบเทียบระหว่างบริการที่ผู้รับบริการได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ถ้าพบบริการที่ได้รับจริงน้อยกว่าบริการที่คาดหวัง ผู้รับบริการจะไม่พอใจและไม่กลับมาใช้บริการอีก ในทางตรงข้ามถ้าบริการที่ได้รับเท่ากับหรือมากกว่าบริการที่คาดหวังไว้ย่อมเกิดความพึงพอใจประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก

กล่าวอย่างสรุป คือ คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งจนได้การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการเมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กณิน ปาจวง (2538: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการเลือกธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝาก โดยทำการศึกษาข้อมูลจากลูกค้าธนาคารรวมทั้งสิ้น 180 ราย ที่ใช้บริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์จำนวน 15 ธนาคาร 52 สาขา ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างลูกค้าส่วนใหญ่เลือกธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้บริการเงินฝากอันดับแรกคือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ อันดับรองลงมา คือ ท่าเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้าน และที่ทำงานสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก และพนักงานของธนาคารมีความสุภาพและน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ยังเห็นว่าธนาคารที่เลือกใช้บริการมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักดี มีความน่าเชื่อถือ แต่อย่างไรก็ตามเมื่อวิเคราะห์ในด้านปัญหาที่เกิดจากการใช้บริการเงินฝากของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ลูกค้ามีความเห็นว่าปัญหาที่พบมากที่สุด คือ สถานที่จอดรถของธนาคารไม่สะดวก อันดับรองลงมา คือ ให้บริการล่าช้า เครื่องฝากถอนเงินขัดข้องเป็นประจำ รวมทั้งพนักงานมีจำนวนค่อนข้างน้อยและอหยาบคายในการต้อนรับที่ยังไม่ดีพอ นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการให้ธนาคารพาณิชย์ปรับปรุงการให้บริการในด้าน จำนวน

พนักงานที่ให้บริการให้มีจำนวนที่เพียงพอ มีการให้คำแนะนำบริการต่างๆ ปรับปรุงการบริการให้รวดเร็วยิ่งขึ้น มีการรักษาความปลอดภัยมากขึ้น มีเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติที่ทันสมัย สามารถใช้งานได้ มีสถานที่จอดรถที่สะดวกเพียงพอ และมีกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน ขณะรอรับบริการ ปรับปรุงการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายให้ดีขึ้น มีของชำร่วยของแจกในโอกาสพิเศษหรือเทศกาลสำคัญ และที่สำคัญคือไม่ต้องการให้ธนาคารจัดเก็บค่าธรรมเนียมในการบริการหลายขั้นตอน

วราพรรณ สันต์สนะโชค (2540: บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาพญาไท กรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจในด้านต่างๆ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านพนักงานและการต้อนรับมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านสถานที่ประกอบการและด้านความสะดวกที่ได้รับจากการให้บริการตามลำดับ เพศ อาชีพ สถานภาพสมรส ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า ประเภทที่ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนระดับการศึกษา รายได้ และอายุของลูกค้า มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจในการบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นิเวศน์ เชื้อพรรณงาม (2542: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกธนาคารพาณิชย์ในเขตสุขภาพิบาลอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ของผู้ประกอบการธุรกิจที่ใช้บริการเงินฝาก โดยสุ่มตัวอย่าง จำนวน 152 ราย จากประชากรผู้ประกอบการธุรกิจทั้งที่เป็นนิติบุคคล และบุคคลธรรมดา ในเขตสุขภาพิบาลอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ประกอบด้วย บริษัท 1 ราย ห้างหุ้นส่วน 6 ราย และบุคคลธรรมดา 145 ราย จากผลจากผลการวิจัยได้ข้อสรุปว่าผู้ประกอบการธุรกิจได้เคยใช้บริการเงินฝากกับธนาคารในจังหวัดแม่ฮ่องสอนหลายธนาคาร แต่ธนาคารที่เลือกใช้บริการมากที่สุดคือ ธนาคารออมสิน ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารทหารไทย และธนาคารกรุงไทย ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์มากที่สุด คือ ด้านพนักงานและด้านการตลาด ส่วนธนาคารที่มีปัญหาได้แก่ธนาคารกรุงไทย ธนาคารออมสิน และธนาคารทหารไทย ตามลำดับ นอกจากนี้แล้ว ผู้ประกอบการได้เสนอแนะเพิ่มเติมสรุปได้ว่า ธนาคารพาณิชย์ควรจัดให้มีบริการเสริมอื่นๆ ด้วย ได้แก่ การหักค่าใช้จ่ายผ่านธนาคาร บริการบัตรเอทีเอ็ม การควบคุมพนักงานในด้านการบริการผู้ประกอบการให้ความสำคัญด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการตลาด ด้านอาคารสถานที่ และควรมีการติดตามความเป็นไปของระบบการเงินของประเทศ เป็นต้น

ประภาพร สุขุมวิริยกุล (2544: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ศึกษากรณี ธนาคารออมสินสาขานานนท์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลจากการศึกษาพบว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการบริการโดยรวมและทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านพนักงานให้บริการด้านสถานที่ให้บริการ ด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยี ด้านธุรกิจเงินฝาก – ถอน ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์มากขึ้น โดยการใช้แผ่นพับหรือให้พนักงานแนะนำข้อมูลกับลูกค้า ที่ใช้บริการเพิ่มขึ้น ด้านธุรกิจสงเคราะห์ชีวิตธนาคารมีการพัฒนาประเภทบริการให้มากขึ้น ด้านธุรกิจสินเชื่อให้ลูกค้าเป็นผู้ส่งเอกสารในการกู้ด้วยตนเอง ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จัดให้มีการหมุนเวียนการทำงานด้านสถานที่ให้บริการ จัดทำป้ายเตือนเป็นที่จอดรถสำหรับลูกค้าธนาคาร และด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ เทคโนโลยีธนาคารอยู่ระหว่างการปรับปรุงงานระบบออนไลน์ ธุรกิจสงเคราะห์ชีวิตและธุรกิจสินเชื่อ

สุทัศน์ บริการพานิชไพศาล (2549: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพของธนาคารทหารไทยที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้า: ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาความคิดเห็นต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของธนาคารทหารไทยด้านต่างๆ รวม 5 ด้าน พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในด้านรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการสร้างความมั่นใจ และด้านความเห็นอกเห็นใจ มีเกณฑ์อยู่ในระดับมาก กล่าวโดยสรุป ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการของธนาคารทหารไทยกับความภักดีของลูกค้าในภาพรวมแล้วกล่าวได้ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการทหารไทยกับความภักดีของลูกค้า

จตุพร สังขวรรณ (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพบริการของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อการศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร และเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25–35 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,000–20,000 บาท สำหรับการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 4 ด้าน โดยด้านสิ่งที่จับต้องได้มีการรับรู้มากที่สุด ด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้ามีการรับรู้คุณภาพบริการน้อยที่สุด เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ สถานภาพ อายุ อาชีพ ธนาคารที่ใช้บริการ และประเภทของการบริการ ที่แตกต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน สำหรับผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกันมีการรับรู้คุณภาพที่ไม่แตกต่างกัน

เพียงพร บุญแสน (2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการของสำนักงานประกันสังคมต่อผู้ประกันตนในเขตจังหวัดลพบุรี ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-45 ปี สถานภาพสมรส จบการศึกษา/ปวช. มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท และมาใช้บริการ 1-2 ครั้ง คุณภาพการบริการของสำนักงานประกันสังคมต่อผู้ประกันตนในจังหวัดลพบุรี ในภาพรวมและในรายด้านทั้ง 10 ด้าน จำแนกเป็นด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านขีดความสามารถ ด้านการเข้าถึง ด้านอรรถาศัย ด้านการสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความมั่นคง ด้านความเข้าใจ ด้านลักษณะทางกายภาพที่สัมผัสได้ พบว่า คุณภาพการบริการของสำนักงานประกันสังคม จังหวัดลพบุรี ในความคิดของผู้ประกันตนอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรายด้านจากมากไปน้อย ของระดับคุณภาพการบริการของสำนักงานประกันสังคมต่อผู้ประกันตนในจังหวัดลพบุรี ได้แก่ ด้านขีดความสามารถ รองมาคือด้านความเชื่อถือได้ ด้านความมั่นคง ด้านลักษณะทางกายภาพที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเข้าใจ ด้านการตอบสนอง ด้านการเข้าถึง ด้านอรรถาศัย ด้านการสื่อสาร การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของสำนักงานประกันสังคมต่อผู้ประกันตนในจังหวัดลพบุรี จำแนกตามเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และจำนวนครั้งที่มารับบริการพบว่า ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 แต่เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

วัชรียา โกมลสสุต (2550: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจคุณภาพการบริการของธุรกิจสถานที่พักผ่อนในเมืองพัทยาที่มีผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญเพื่อศึกษาความพึงพอใจคุณภาพการบริการของธุรกิจสถานที่พักผ่อนในเมืองพัทยาที่มีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักผ่อนในเขตพัทยา จากการวิเคราะห์ด้านความพึงพอใจคุณภาพการบริการซึ่งเป็นการเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้คุณภาพการบริการพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจถึง 1 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญจากทั้งหมด 24 ด้าน ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความพึงพอใจคุณภาพการบริการและความพึงพอใจคุณภาพการบริการของผู้เดินทางทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีแตกต่างกัน ซึ่งทำให้ธุรกิจสถานที่พักผ่อนสามารถนำคุณภาพการบริการที่ลูกค้าต้องการแตกต่างกัน ไปพัฒนาองค์กรเพื่อสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีเพื่อตรงตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายขององค์กร

กนิษฐา วิสม (2552: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินเขตเพชรบุรี โดยครอบคลุมกรอบแนวคิดในเรื่อง 1. ลักษณะภายนอก 2. ความน่าเชื่อถือ 3. การตอบสนองที่รวดเร็ว 4. ความมั่นใจในการให้บริการ 5. การเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการ 6. อัตราค่าบริการ 7. ทีมงาน 8. การประชาสัมพันธ์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินเขตเพชรบุรี และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสินเขตเพชรบุรี เพื่อให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการธนาคารออมสินเขตเพชรบุรีจำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยโดยสรุปมีดังนี้ 1. คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินเขตเพชรบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการ ด้านความมั่นใจในการให้บริการ และด้านทีมงาน นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการในระดับเห็นด้วยโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ 1. ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านลักษณะภายนอก ด้านอัตราค่าบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ 2. คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินเขตเพชรบุรีโดยรวมและรายด้านจำแนกตามปัจจัยด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารพบว่า ปัจจัยที่ผู้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษาอาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ 3. แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่สำคัญคือการสร้างความเชื่อมั่นในความสามารถในการให้บริการแก่ผู้บริการให้ผู้บริหารใส่ใจกับคุณภาพการให้บริการมากขึ้นอบรมให้พนักงานรู้จักใช้เทคโนโลยีและพัฒนาทักษะในการให้บริการ

วรสุภา ชมวงศ์ (2552: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทยงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาคุณภาพการบริการของ โรงแรมในประเทศไทย ซึ่งขึ้นชื่อว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีขีดความสามารถในการพัฒนาศักยภาพอย่างมากในระดับอาเซียน โดยใช้แบบสอบถามที่ประยุกต์มาจาก SERVQUAL ซึ่งเป็นเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการที่มีมาตรฐานและได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในธุรกิจบริการหลายประเภทรวมถึงธุรกิจโรงแรม วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ต้องการศึกษาและลำดับความสำคัญความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการ เพื่อระบุจุดเด่นและจุดด้อยของคุณภาพบริการใน โรงแรม อันจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริหารในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของ

ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวัง การรับรู้และ ช่องว่างระหว่างโรงแรมธุรกิจและโรงแรมบูติกผลของการวิจัยพบว่าคุณภาพการบริการโดยรวม ของประเทศไทยยังไม่ดีนัก ลูกค้ามีความคาดหวังในเรื่องความปลอดภัยของโรงแรมมากที่สุด และ รับรู้ในเรื่องการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นกันเองของพนักงานมากที่สุด ช่องว่างที่ควรปรับปรุงมาก ที่สุดคือ โรงแรมไม่สามารถแก้ปัญหาและชดเชยข้อบกพร่องให้กับลูกค้าได้ตามที่คาดหวังไว้ และ จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของโรงแรมบูติกและโรงแรมธุรกิจพบว่า ความคาดหวัง และการรับรู้ในการบริการต่อโรงแรมบูติกแตกต่างจากโรงแรมธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม คุณภาพการบริการของโรงแรมทั้งสองประเภทไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ในมุมมอง ของลูกค้า

วัชรวิ พิษผล (2553: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การศึกษาคุณภาพการให้บริการของบุคลากร ในธุรกิจบริการสปา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 4 ประการคือ (1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของบุคลากรในธุรกิจบริการสปาในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี (2) เพื่อศึกษาคุณลักษณะของบุคลากรในธุรกิจบริการสปาที่นักท่องเที่ยวพึงประสงค์ (3) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของบุคลากรในธุรกิจบริการสปาใน เขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี 5 ด้าน คือ คุณสมบัติด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านความสามารถ ด้านหน้าที่ความรับผิดชอบ และด้านบุคลิกภาพ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20–30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ระดับ รายได้ต่อเดือน 40,000–50,000 บาท พฤติกรรมการท่องเที่ยวเคยมาอำเภอเกาะสมุย มากกว่า 4 ครั้ง สถานที่พักอาศัยคือ โรงแรม สำหรับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปา รู้จักบริการสปาจากแผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ สาเหตุที่มาใช้บริการคือ ต้องการผ่อนคลายความเครียด และความถี่ในการใช้บริการส ปาคือ เดือนละครั้ง ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสปาต่อคุณภาพในการให้บริการของบุคลากร ในธุรกิจบริการสปา เมื่อนำการรับรู้และความคาดหวังมาหาความแตกต่างทั้ง 5 ด้าน คือ คุณสมบัติ ด้านความรู้ ทักษะ หน้าที่และความรับผิดชอบ และด้านบุคลิกภาพ พบว่า ระดับความคาดหวังและ การรับรู้ในคุณภาพการบริการ ไม่มีความแตกต่างกัน

นันทิกา สายทอง (2554: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของพนักงาน ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาบ้านคู่อำเภอเมือง จ.เชียงราย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของพนักงานไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาบ้านคู่อ โดยการศึกษา พบว่า การประเมินคุณภาพการบริการ 5 ด้าน โดยเรียงลำดับความสำคัญคือ ด้านสิ่งที่ไม่สามารถจับ ต้องได้ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการรู้จัก และเข้าใจลูกค้า คุณภาพการบริการที่สำรวจได้จากผู้ใช้บริการสามารถแยกได้คือ ด้านสิ่งที่สามารถ

จับต้องได้พบว่า พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อยมีค่ามากที่สุด ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า พบว่า พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยนและยิ้มแย้มแจ่มใสมีค่ามากที่สุด ด้านความน่าเชื่อถือพบว่า พนักงานให้บริการด้วยความโปร่งใสมีค่ามากที่สุด ด้านการตอบสนองต่อบริการพบว่า มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการมีค่ามากที่สุด ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าพบว่า พนักงานสามารถจดจำรายละเอียดของผู้ใช้บริการมีค่ามากที่สุด โดยในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน ผู้ใช้บริการ เพื่อนร่วมงาน และ ผู้บังคับบัญชา เห็นตรงกันว่าได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด

พฤษ สิงหรรกิจ (2554: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สังกัดเขตส่วนภูมิภาคเขต 24 การศึกษานี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) โดยการศึกษาพบว่า 1. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 ถึง 30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท สถานภาพทางครอบครัวสมรสแล้ว จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ย น้อยกว่า 10,000 บาท เข้ารับบริการธนาคารเฉลี่ย 1 ถึง 2 ครั้ง ต่อสัปดาห์ และส่วนมากจะเข้ารับบริการจากธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ระดับสาขา ขนาดใหญ่ 2. ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) และเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านคุณภาพของผู้ให้บริการ ด้านพฤติกรรมการให้บริการ ด้านการสร้างบรรยากาศงานบริการ และด้านการให้บริการทางโทรศัพท์ อยู่ในระดับมาก 3. ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุ และระดับการศึกษา ต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เป็นรายด้านทั้ง 4 ด้านไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่เข้ารับ บริการจากธนาคารที่มีขนาดต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงศรี อยุธยา จำกัด (มหาชน) ทั้ง 4 ด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยลูกค้าธนาคารขนาดเล็กกว่ามี ความพึงพอใจต่อการบริการมากกว่าลูกค้าธนาคารขนาดกลางและใหญ่

Tamimi (2001: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์คุณภาพบริการใน UAE Islamic Banks ด้วยเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ของ Parasuraman et al. (1985) ใน 5 มิติ การบริการคือ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ความรับผิดชอบ (Responsiveness) การให้ ความมั่นใจ (Assurance) ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) และลักษณะที่จับต้องสัมผัสได้ (Tangibles) พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าพึงพอใจกับภาพรวมในคุณภาพการบริการของธนาคาร
2. มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญระหว่างคุณภาพบริการ โดยรวมกับมิติของ SERVQUAL ซึ่งธนาคารควรให้ความสำคัญต่อ 5 มิติของ SERVQUAL เพื่อปรับปรุงระดับคุณภาพ บริการ

3. ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างระดับคุณภาพการบริการในคุณภาพรวมของธนาคาร Dubai Islamic กับ Dhabi Islamic

4. การวิจัยครั้งนี้พบว่าการเอาใจใส่และการเป็นรูปธรรมในการบริการถือได้ว่าเป็นมิติสำคัญที่สุด ดังนั้นเพื่อปรับปรุงคุณภาพบริการของธนาคารควรเน้นให้ความสนใจเรื่องการเอาใจใส่ดูแลลูกค้าและการให้บริการที่เป็นรูปธรรมควรเน้นภาพลักษณ์ของสาขาและลูกค้าทุกคน มีโบว์ชัวร์และแบบฟอร์มที่ง่ายต่อการเข้าใจ การใช้เทคโนโลยีล่าสุด

5. ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในคุณภาพการบริการของธนาคารในเรื่องเพศ ลัญชาตัวอย่างไรก็ดีมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในเรื่องของอายุ ระดับการศึกษา จำนวนปีที่ใช้บริการของลูกค้า

จากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่ได้กล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าคุณภาพการให้บริการมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการให้บริการของหน่วยงานหรือองค์กร ทั้งนี้ เพราะสินค้าหรือการให้บริการที่มีคุณภาพย่อมนำมาสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เนื่องจากคุณภาพของการให้บริการสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ เนื่องจากคุณภาพของการให้บริการสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการได้ตามที่คาดหวังอย่างถูกต้องตรงตามความต้องการ ด้วยเหตุผลนี้ผู้ศึกษาจึงได้เลือกที่จะศึกษาคุณภาพการให้บริการเพื่อเป็นการวัดความสามารถของธนาคารในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการตามที่ได้คาดหวังไว้ ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการทบทวนเอกสารในเรื่องคุณภาพการให้บริการ เพื่อนำไปสู่การศึกษาในครั้งนี้โดยกำหนดกรอบแนวคิดตัวแปรตามพัฒนามาจาก“SERVQUAL” ของพาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman et al., 1991) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการของธนาคารกสิกรไทย 5 ด้าน ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการด้านอัตราค่าบริการและด้านการทำงานเป็นทีม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขา ลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี เป็นการศึกษาค้นคว้า รวบรวม แนวคิด ข้อมูลจากเอกสาร หลักฐาน ที่มีผู้เคยทำการศึกษาร่วมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ สรุปผล การศึกษาของกรณีศึกษา โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงพรรณนาในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งผู้ ศึกษาได้ดำเนินการเป็นขั้นตอนตามระเบียบการวิจัย ดังนี้

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

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้มารับบริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขา ลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี โดยทำการคำนวณย้อนหลัง 1 ปี แล้วหาค่าเฉลี่ยจำนวนผู้รับบริการต่อเดือนได้ จำนวนผู้รับบริการต่อเดือน จำนวน 3,714 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้รับบริการที่มารับบริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขา ลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษากำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วย วิธี Yamane's กำหนดให้ (Sampling Error) ไม่เกิน 0.08 (พ่องศรี วาณิชย์ศุภวงศ์, 2545) ได้กลุ่ม ตัวอย่าง 149 คน จากผู้มารับบริการของพนักงานปฏิบัติการธนาคารกสิกรไทย สาขา ลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

แบบสอบถามมี 3 ตอนแบ่งออกเป็น

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ ประกอบด้วยข้อมูลดังนี้

1. เพศ
2. อายุ
3. อาชีพ
4. รายได้ต่อเดือน
5. ระดับการศึกษา
6. สถานภาพสมรส
7. ระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการของธนาคารกสิกรไทย

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ในเรื่องดังต่อไปนี้ คือ

1. ความน่าเชื่อถือ
2. ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้มารับบริการ
3. ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้มารับบริการ
4. ด้านอัตราค่าบริการ
5. ด้านการทำงานเป็นทีม

โดยให้เลือกคำตอบได้เพียง 1 คำตอบใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

- | | | |
|---|---------|-------------------------------------|
| 5 | หมายถึง | คุณภาพการให้บริการเหมาะสมมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | คุณภาพการให้บริการเหมาะสมมาก |
| 3 | หมายถึง | คุณภาพการให้บริการเหมาะสมปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | คุณภาพการให้บริการเหมาะสมน้อย |
| 1 | หมายถึง | คุณภาพการให้บริการเหมาะสมน้อยที่สุด |

ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดเกณฑ์ความหมายค่าเฉลี่ยโดยการหาค่าพิสัยอันตรภาคชั้นและนำผลต่างๆ ที่ได้นำมากำหนดเกณฑ์การวัดระดับค่าเฉลี่ยของคำถาม โดยผู้ศึกษาได้กำหนดสูตร ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{สูตรการคำนวณช่วงคะแนน} &= \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{ระดับการแบ่ง}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

คะแนน 4.21 – 5.00 หมายถึง	มีคุณภาพการให้บริการเหมาะสมมากที่สุด
คะแนน 3.41 – 4.20 หมายถึง	มีคุณภาพการให้บริการเหมาะสมมาก
คะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง	มีคุณภาพการให้บริการเหมาะสมปานกลาง
คะแนน 1.81 – 2.60 หมายถึง	มีคุณภาพการให้บริการเหมาะสมน้อย
คะแนน 1.00 – 1.80 หมายถึง	มีคุณภาพการให้บริการเหมาะสมน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด แสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ เพื่อเพิ่มหรือปรับปรุงคุณภาพของพนักงานปฏิบัติการธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้วจังหวัดปทุมธานี

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล และการทดสอบเครื่องมือ

ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการศึกษาไปตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นตามเนื้อหา โดยได้นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา และผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อให้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นสามารถวัดความตรงในเชิงเนื้อหา (Content Validity) ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดการศึกษา ซึ่งการตรวจสอบความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์นั้น ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index Objective Congruency – IOC) ได้และหาค่าความเที่ยงของเครื่องมือ โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha) ของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.943

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รวบรวมจากภาคสนาม (Field Research) โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 1 ชุด เป็นเครื่องมือศึกษา มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม ดังนี้

3.1 นำแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นจากคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ส่งให้แก่ประชากรกลุ่มตัวอย่าง พร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์ในการตอบแบบสอบถาม

3.2 เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้รับคืนมาทั้งหมด แล้วตรวจนับ และตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลเพื่อนำไปใช้วิเคราะห์ต่อไป

3.3 นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติ

3.4 สรุปผลที่ได้จากการศึกษา พร้อมทั้งข้อเสนอแนะของผู้ทำการศึกษา

3.5 ใช้เวลารวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1– 31 มีนาคม 2556 รวมระยะเวลา 1 เดือน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ มีขั้นตอนดังนี้

4.1.1 ตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้ศึกษาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

4.1.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องมาลงรหัส

4.1.3 การประมวลผลข้อมูลนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

4.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาครั้งนี้ใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ โดยใช้สถิติพรรณนา จากการหาค่าร้อยละ

4.3 วิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ระดับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงาน โดยใช้สถิติ t-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way ANOVA)

4.5 วิเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้รับบริการ โดยใช้ค่าร้อยละ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการให้ของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

การศึกษาใช้วิธีออกแบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากผู้รับบริการธนาคารกสิกรไทยในสาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี จำนวน 149 ชุด ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แล้วนำเสนอผลการศึกษารูปของตารางและการบรรยายประกอบโดยเรียงลำดับการศึกษาดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลระดับคุณภาพการให้บริการ

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆในการแปลความหมายดังนี้

\bar{X}	แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
N	แทน จำนวนผู้รับบริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม (t-Test)
F	แทน ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม (F-test)
p	แทน ค่าความน่าจะเป็น
*	แทน ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ

ผู้ศึกษาทำการศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส และระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการของ ธนาคารกสิกรไทยดังแสดงในตาราง 4.1-4.7

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศของผู้รับบริการ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	75	50.30
หญิง	74	49.70
รวม	149	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษารุ่นนี้ประกอบไปด้วยเพศหญิงและเพศชาย ในสัดส่วนที่เพศชายมากกว่าเพศหญิงคือ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.30 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 49.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุของผู้รับบริการ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15-20 ปี	2	1.30
21- 35 ปี	44	29.50
36-40 ปี	42	28.20
41-45 ปี	46	30.90
46-50 ปี	9	6.00
51 ปีขึ้นไป	6	4.00
รวม	149	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามนี้มีอายุ อยู่ระหว่าง 41 – 45 ปี จำนวนมากที่สุดคือ ร้อยละ 30.90 รองลงมาคือ อายุ 21 –35 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาคือ อายุ 36 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.20 รองลงมาคือ อายุ 46-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.00 รองลงมาคือ อายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.00 รองลงมาคือ 15 – 20 ปีคิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน นักศึกษา	3	2.00
พนักงานบริษัทเอกชน	49	32.90
ธุรกิจส่วนตัว	43	28.90
พนักงานของรัฐ	39	26.20
เกษตรกร	15	10.10
รวม	149	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามนี้มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท เอกชนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.90 รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 28.90 รองลงมา คือ อาชีพพนักงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 26.20 รองลงมาคือ อาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 10.10 รองลงมาคือ อาชีพนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	3	2.00
10,001 – 15,000 บาท	21	14.10
15,001 – 20,000 บาท	28	18.80
20,001 – 25,000 บาท	50	33.60
25,001 – 50,000 บาท	27	18.10
50,001 บาทขึ้นไป	20	13.40
รวม	149	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนมากที่สุดคือ 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.60 รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.80 รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือน 25,001 – 50,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 18.00 รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 14.10 รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือน 50,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.40 รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า ป.6	4	2.70
ประถมศึกษา (ป.6)	14	9.40
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3)	21	14.10
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) หรือ ปวช.	25	16.80
อนุปริญญา หรือ ปวส.	28	18.80
ปริญญาตรี หรือสูงกว่า	57	38.30
รวม	149	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรี หรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 38.30 รองลงมาคือ ระดับการศึกษานอนปริญญาหรือ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 18.80 รองลงมาคือ ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) หรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 16.80 รองลงมาคือ ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3) คิดเป็นร้อยละ 14.10 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาประถมศึกษา (ป.6) คิดเป็นร้อยละ 9.40 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาต่ำกว่า ป.6 คิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	44	29.50
สมรส	90	60.40
หม้าย/หย่าร้าง	15	10.10
รวม	149	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพการสมรสมากที่สุดคือ สมรส คิดเป็นร้อยละ 60.40 รองลงมาคือ สถานภาพการสมรส โสด คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาคือ สถานภาพการสมรส หม้าย/หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 10.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการของ
ธนาคารกสิกรไทย

ระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการ ของธนาคารกสิกรไทย	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	15	10.10
1 ปีหรือน้อยกว่า 3 ปี	42	28.20
3ปี หรือน้อยกว่า 5 ปี	26	17.40
5 ปีขึ้นไป	66	44.30
รวม	149	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการของธนาคารกสิกรไทยมากที่สุดคือ 5 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 44.30 รองลงมาคือ 1 ปีหรือน้อยกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.20 รองลงมาคือ 3 ปี หรือน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.40 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.10 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลระดับคุณภาพการให้บริการ

การศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของพนักงานปฏิบัติการ วิชาการกสิกรไทย สาขา
ลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ในครั้งนี้ทำการศึกษาดัชนีตัวแปรในหัวข้อใหญ่ 5 ด้านคือ

1. ด้านความน่าเชื่อถือ
2. ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ
3. ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการ
4. ด้านอัตราค่าบริการ
5. ด้านการทำงานเป็นทีม

ดังแสดงในตารางที่ 4.8 – 4.12 ดังนี้

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการด้านความ
น่าเชื่อถือ

ด้านความน่าเชื่อถือ	\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพ
พนักงานให้บริการด้วยความรอบคอบและถูกต้อง	4.58	0.59	มากที่สุด
พนักงานให้บริการด้วยความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้	4.62	0.55	มากที่สุด
พนักงานชี้แจงและตอบข้อสงสัยได้ชัดเจนและตรงประเด็น	4.51	0.62	มากที่สุด
พนักงานรักษาความลับหรือข้อมูลของผู้รับบริการได้	4.47	0.60	มากที่สุด
พนักงานให้คำแนะนำลูกค้าได้อย่างถูกต้อง	4.42	0.59	มากที่สุด
รวม	4.52	0.50	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.8 พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือในภาพรวมอยู่ใน
ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.50) ค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการ
ด้านความน่าเชื่อถือด้านพนักงานให้บริการด้วยความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้มีค่าสูงสุดอยู่ในระดับ
มากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.59) ส่วนค่าเฉลี่ยของคุณภาพการให้บริการ
ด้านความน่าเชื่อถือด้านพนักงานให้คำแนะนำลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีค่าต่ำสุด อยู่ในระดับมากที่สุด
($\bar{X} = 4.42$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.59)

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ

ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพ
พนักงานมีการปรับการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละรายให้มีคุณภาพการบริการสูงสุด	4.33	0.63	มากที่สุด
พนักงานมีทักษะการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี	4.31	0.64	มากที่สุด
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.28	0.69	มากที่สุด
พนักงานมีจำนวนที่เหมาะสมเพียงพอต่อการให้บริการ	4.42	0.63	มากที่สุด
พนักงานตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้	4.32	0.59	มากที่สุด
รวม	4.33	0.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.9 พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.51) ค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการด้านพนักงานมีจำนวนที่เหมาะสมเพียงพอต่อการให้บริการการให้บริการมีค่าสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.63) ค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการด้านพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการมีค่าต่ำสุดในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.69)

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้มารับบริการ

ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้มารับบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพ
พนักงานสอบถามความต้องการของผู้รับบริการก่อนให้บริการ	4.42	0.63	มากที่สุด
พนักงานให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกันที่สุด	4.24	0.70	มาก
พนักงานรับฟังปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้รับบริการ	4.34	0.61	มากที่สุด
พนักงานมีบริการเสริมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ	4.26	0.64	มากที่สุด
พนักงานสามารถจดจำข้อมูลของผู้รับบริการได้	4.30	0.60	มากที่สุด
รวม	4.31	0.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้มารับบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.52) คุณภาพการให้บริการด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้มารับบริการด้านพนักงานสอบถามความต้องการของผู้รับบริการก่อนให้บริการมีค่าสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.63) และคุณภาพการให้บริการด้านพนักงานให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกันมีค่าต่ำสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.70)

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการด้านอัตราค่าบริการ

ด้านอัตราค่าบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพ
อัตราค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสมตามที่กฎหมายกำหนด	4.08	0.64	มาก
พนักงานแจ้งค่าธรรมเนียมทุกครั้งและเสนอทางเลือกสำหรับผู้รับบริการที่ไม่ต้องการเสียค่าธรรมเนียม	4.13	0.68	มาก
การเก็บค่าธรรมเนียมไม่ซ้ำซ้อน	4.13	0.69	มาก
พนักงานมีการแจ้งค่าธรรมเนียมทุกครั้งเมื่อมีการเก็บค่าธรรมเนียม	4.23	0.65	มากที่สุด
พนักงานแจ้งอัตราค่าธรรมเนียมได้อย่างถูกต้อง	4.22	0.62	มากที่สุด
รวม	4.16	0.55	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่าคุณภาพการให้บริการด้านอัตราค่าบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.55) คุณภาพการให้บริการด้านอัตราค่าบริการด้านพนักงานแจ้งค่าธรรมเนียมทุกครั้งเมื่อมีการเก็บค่าธรรมเนียมมีค่าสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.65) คุณภาพการให้บริการด้านอัตราค่าบริการด้านอัตราค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสมเป็นไปตามกฎหมายกำหนดมีค่าต่ำสุดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.64)

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการให้บริการด้านการ
ทำงานเป็นทีม

ด้านการทำงานเป็นทีม	\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพ
พนักงานมีสีหน้ายิ้มแย้มและเป็นมิตรกับผู้รับบริการ	4.38	0.63	มากที่สุด
พนักงานให้บริการด้วยความรับผิดชอบที่สุด	4.33	0.64	มากที่สุด
พนักงานร่วมมือช่วยเหลือกันแก้ปัญหาให้ผู้รับบริการ	4.36	0.67	มากที่สุด
พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วช่วยกันรับ ผู้รับบริการที่นั่งรอคิว	4.17	0.76	มาก
พนักงานร่วมมือช่วยเหลือกันในขณะปฏิบัติงาน	4.32	0.70	มากที่สุด
รวม	4.31	0.58	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการทำงานเป็นทีมในภาพรวมอยู่ใน
ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.58) คุณภาพการให้บริการด้านการ
ทำงานเป็นทีมด้านพนักงานมีสีหน้ายิ้มแย้มและเป็นมิตรกับผู้รับบริการมีค่าสูงสุดอยู่ในระดับมาก
ที่สุด ($\bar{X} = 4.38$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.63) คุณภาพการให้บริการด้านการทำงานเป็นทีม
ด้านพนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วช่วยกันรับผู้รับบริการที่นั่งรอคิวมีค่าต่ำสุด อยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 4.17$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.76)

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับคุณภาพการให้บริการเป็น
รายด้าน

ด้านการทำงานเป็นทีม	\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพ
ความน่าเชื่อถือ	4.52	0.50	มากที่สุด
การตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ	4.33	0.51	มากที่สุด
ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการ	4.31	0.52	มากที่สุด
อัตราค่าบริการ	4.16	0.55	มาก
ด้านการทำงานเป็นทีม	4.31	0.58	มากที่สุด
รวม	4.33	0.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการรายด้านในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.44) คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.50) คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.51) คุณภาพการให้บริการด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.52) คุณภาพการให้บริการด้านอัตราค่าบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.55) คุณภาพการให้บริการด้านการทำงานเป็นทีม ($\bar{X} = 4.31$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.44)

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ

การศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขา ลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ในครั้งนี้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการได้ ตามตารางที่ 4.14-4.21



ตารางที่ 4.14 แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการรายด้านของพนักงานปฏิบัติการจำแนกตามเพศของผู้รับบริการ

คุณภาพการให้บริการ	ชาย	หญิง	t	p	\bar{X}	S.D.
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.49	0.56	4.55	0.42	0.65	0.51
ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ	4.29	0.57	4.37	0.44	1.02	0.31
ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการ	4.30	0.56	4.32	0.48	0.33	0.74
ด้านอัตราค่าบริการ	4.11	0.59	4.20	0.51	0.97	0.33
ด้านการทำงานเป็นทีม	4.18	0.63	4.44	0.48	2.85**	0.01
รวม	4.27	0.49	4.38	0.32	1.52	0.13

**P < 0.01

จากตารางที่ 4.14 พบว่า คุณภาพการให้บริการจำแนกตามเพศของผู้รับบริการ โดยภาพรวมไม่มีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อลูกค้า ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการและด้านอัตราค่าบริการ ไม่มีความแตกต่างกัน ยกเว้นด้านการทำงานเป็นทีมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ตารางที่ 4.15 แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการรายด้านของพนักงานปฏิบัติการจำแนกตามอายุของผู้รับบริการ

คุณภาพการให้บริการ	อายุ	\bar{X}	S.D.	F	p
ด้านความน่าเชื่อถือ	15 – 20 ปี	4.80	0.00	0.56	0.73
	21 – 35 ปี	4.45	0.43		
	36 – 40 ปี	4.54	0.55		
	41 – 45 ปี	4.53	0.49		
	46 - 50 ปี	4.44	0.65		
	51 ปีขึ้นไป	4.73	0.39		
ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ	15 – 20 ปี	4.80	0.00	1.28	0.28
	21 – 35 ปี	4.23	0.46		
	36 – 40 ปี	4.34	0.55		
	41 – 45 ปี	4.38	0.48		
	46 - 50 ปี	4.20	0.67		
	51 ปีขึ้นไป	4.63	0.43		

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ	อายุ	\bar{X}	S.D.	F	p
ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้มารับบริการ	15 – 20 ปี	4.10	0.14	0.67	0.64
	21 – 35 ปี	4.28	0.52		
	36 – 40 ปี	4.33	0.51		
	41 – 45 ปี	4.34	0.55		
	46 - 50 ปี	4.09	0.52		
	51 ปีขึ้นไป	4.53	0.41		
ด้านอัตราค่าบริการ	15 – 20 ปี	4.00	0.00	1.73	0.13
	21 – 35 ปี	4.15	0.51		
	36 – 40 ปี	4.19	0.58		
	41 – 45 ปี	4.06	0.55		
	46 - 50 ปี	4.20	0.62		
	51 ปีขึ้นไป	4.73	0.41		
ด้านการทำงานเป็นทีม	15 – 20 ปี	3.50	0.42	2.40*	0.04
	21 – 35 ปี	4.47	0.50		
	36 – 40 ปี	4.29	0.63		
	41 – 45 ปี	4.23	0.58		
	46 - 50 ปี	4.07	0.57		
	51 ปีขึ้นไป	4.60	0.38		
รวม	15 – 20 ปี	4.24	0.57	0.92	0.47
	21 – 35 ปี	4.32	0.36		
	36 – 40 ปี	4.34	0.47		
	41 – 45 ปี	4.31	0.41		
	46 - 50 ปี	4.20	0.52		
	51 ปีขึ้นไป	4.65	0.33		

*P < 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า คุณภาพการให้บริการจำแนกตามอายุของผู้รับบริการ โดยภาพรวมไม่มีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการทำงานเป็นทีมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้มารับบริการ และด้านอัตราค่าบริการ ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการรายด้านของพนักงานปฏิบัติการจำแนกตามอาชีพของผู้รับบริการ

คุณภาพการให้บริการ	อาชีพ	\bar{X}	S.D.	F	p
ด้านความน่าเชื่อถือ	นักเรียน นักศึกษา	4.60	0.53	2.48*	0.05
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.49	0.44		
	ธุรกิจส่วนตัว	4.48	0.48		
	พนักงานของรัฐ	4.69	0.42		
	เกษตรกร	4.25	0.76		
ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ	นักเรียน นักศึกษา	4.40	0.53	1.16	0.33
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.36	0.48		
	ธุรกิจส่วนตัว	4.32	0.49		
	พนักงานของรัฐ	4.40	0.46		
	เกษตรกร	4.08	0.71		
ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้มารับบริการ	นักเรียน นักศึกษา	4.40	0.53	0.94	0.44
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.30	0.56		
	ธุรกิจส่วนตัว	4.28	0.46		
	พนักงานของรัฐ	4.41	0.52		
	เกษตรกร	4.12	0.59		
ด้านอัตราค่าบริการ	นักเรียน นักศึกษา	4.07	0.12	2.63*	0.04
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.25	0.59		
	ธุรกิจส่วนตัว	4.07	0.61		
	พนักงานของรัฐ	4.28	0.54		
	เกษตรกร	3.81	0.47		
ด้านการทำงานเป็นทีม	นักเรียน นักศึกษา	4.33	0.23	5.05**	0.001
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.45	0.50		
	ธุรกิจส่วนตัว	4.28	0.56		
	พนักงานของรัฐ	4.38	0.58		
	เกษตรกร	3.74	0.56		
รวม	นักเรียน นักศึกษา	4.36	0.24	3.35**	0.01
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.37	0.39		
	ธุรกิจส่วนตัว	4.29	0.39		
	พนักงานของรัฐ	4.43	0.38		
	เกษตรกร	4.00	0.54		

*P < 0.05, **P < 0.01

จากตารางที่ 4.16 พบว่า คุณภาพการให้บริการจำแนกตามอาชีพต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ และคุณภาพการให้บริการด้านการอัตราค่าบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 คุณภาพการให้บริการด้านการทำงานเป็นทีม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ส่วนด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ และด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการ ไม่มีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการรายด้านของพนักงานปฏิบัติการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้รับบริการ

คุณภาพการให้บริการ	รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	S.D.	F	p
ด้านความน่าเชื่อถือ	น้อยกว่า 10,000 บาท	4.87	0.12	0.92	0.47
	10,001 – 15,000 บาท	4.54	0.43		
	15,001 – 20,000 บาท	4.49	0.43		
	20,001 – 25,000 บาท	4.59	0.48		
	25,001 – 50,000 บาท	4.47	0.62		
	50,001 บาทขึ้นไป	4.37	0.52		
ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ	น้อยกว่า 10,000 บาท	4.60	0.53	1.11	0.36
	10,001 – 15,000 บาท	4.37	0.45		
	15,001 – 20,000 บาท	4.40	0.49		
	20,001 – 25,000 บาท	4.38	0.47		
	25,001 – 50,000 บาท	4.17	0.61		
	50,001 บาทขึ้นไป	4.23	0.52		
ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการ	น้อยกว่า 10,000 บาท	4.33	0.58	0.51	0.77
	10,001 – 15,000 บาท	4.33	0.45		
	15,001 – 20,000 บาท	4.43	0.53		
	20,001 – 25,000 บาท	4.30	0.54		
	25,001 – 50,000 บาท	4.21	0.58		
	50,001 บาทขึ้นไป	4.26	0.46		
ด้านอัตราค่าบริการ	น้อยกว่า 10,000 บาท	4.33	0.58	0.82	0.54
	10,001 – 15,000 บาท	4.23	0.48		
	15,001 – 20,000 บาท	4.27	0.40		
	20,001 – 25,000 บาท	4.17	0.59		
	25,001 – 50,000 บาท	4.05	0.62		
	50,001 บาทขึ้นไป	4.02	0.60		

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ	รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	S.D.	F	p
ด้านการทำงานเป็นทีม	น้อยกว่า 10,000 บาท	4.33	0.61	1.65	0.15
	10,001 – 15,000 บาท	4.56	0.46		
	15,001 – 20,000 บาท	4.36	0.54		
	20,001 – 25,000 บาท	4.33	0.59		
	25,001 – 50,000 บาท	4.13	0.68		
	50,001 บาทขึ้นไป	4.17	0.46		
รวม	น้อยกว่า 10,000 บาท	4.49	0.44	1.19	0.32
	10,001 – 15,000 บาท	4.41	0.32		
	15,001 – 20,000 บาท	4.39	0.38		
	20,001 – 25,000 บาท	4.35	0.42		
	25,001 – 50,000 บาท	4.21	0.51		
	50,001 บาทขึ้นไป	4.21	0.38		

จากตารางที่ 4.17 พบว่า คุณภาพการให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนในภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการรายด้านของพนักงานปฏิบัติการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดของผู้รับบริการ

คุณภาพการให้บริการ	ระดับการศึกษาสูงสุด	\bar{X}	S.D.	F	p
ด้านความน่าเชื่อถือ	ต่ำกว่า ป.6	4.60	0.43	1.14	0.34
	ประถมศึกษา (ป.6)	4.46	0.45		
	มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3)	4.39	0.74		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) หรือ ปวช.	4.71	0.36		
	อนุปริญญา หรือ ปวส.	4.49	0.52		
	ปริญญาตรี หรือสูงกว่า	4.50	0.43		
ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ	ต่ำกว่า ป.6	4.45	0.64	1.02	0.41
	ประถมศึกษา (ป.6)	4.41	0.72		
	มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3)	4.15	0.72		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) หรือ ปวช.	4.45	0.48		
	อนุปริญญา หรือ ปวส.	4.38	0.53		
	ปริญญาตรี หรือสูงกว่า	4.29	0.43		

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ	ระดับการศึกษาสูงสุด	\bar{X}	S.D.	F	p
ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้มารับบริการ	ต่ำกว่า ป.6	4.35	0.55	0.72	0.61
	ประถมศึกษา (ป.6)	4.43	0.36		
	มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3)	4.28	0.60		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) หรือ ปวช.	4.40	0.54		
	อนุปริญญา หรือ ปวส.	4.37	0.51		
	ปริญญาตรี หรือ สูงกว่า	4.22	0.52		
ด้านอัตราค่าบริการ	ต่ำกว่า ป.6	4.10	0.62	2.02	0.78
	ประถมศึกษา (ป.6)	4.01	0.41		
	มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3)	4.02	0.62		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) หรือ ปวช.	4.45	0.49		
	อนุปริญญา หรือ ปวส.	4.19	0.59		
	ปริญญาตรี หรือ สูงกว่า	4.11	0.53		
ด้านการทำงานเป็นทีม	ต่ำกว่า ป.6	4.10	0.85	1.29	0.27
	ประถมศึกษา (ป.6)	4.19	0.41		
	มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3)	4.09	0.75		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) หรือ ปวช.	4.45	0.56		
	อนุปริญญา หรือ ปวส.	4.36	0.52		
	ปริญญาตรี หรือ สูงกว่า	4.36	0.54		
รวม	ต่ำกว่า ป.6	4.32	0.51	1.38	0.24
	ประถมศึกษา (ป.6)	4.30	0.30		
	มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3)	4.18	0.59		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) หรือ ปวช.	4.49	0.40		
	อนุปริญญา หรือ ปวส.	4.36	4.41		
	ปริญญาตรี หรือ สูงกว่า	4.30	0.56		

จากตารางที่ 4.18 พบว่า คุณภาพการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการรายด้านของพนักงานปฏิบัติการ จำแนกตามสถานภาพสมรสของผู้รับบริการ

คุณภาพการให้บริการ	สถานภาพสมรส	\bar{X}	S.D.	F	p
ด้านความน่าเชื่อถือ	โสด	4.52	0.53	0.00	1.00
	สมรส	4.52	0.48		
	หม้าย/หย่าร้าง	4.52	0.54		
ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ	โสด	4.35	0.53	0.26	0.77
	สมรส	4.34	0.49		
	หม้าย/หย่าร้าง	4.24	0.62		
ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้มารับบริการ	โสด	4.30	0.55	0.32	0.73
	สมรส	4.33	0.49		
	หม้าย/หย่าร้าง	4.21	0.63		
ด้านอัตราค่าบริการ	โสด	4.19	0.53	0.35	0.71
	สมรส	4.16	0.57		
	หม้าย/หย่าร้าง	4.05	0.53		
ด้านการทำงานเป็นทีม	โสด	4.45	0.53	3.94**	0.002
	สมรส	4.30	0.58		
	หม้าย/หย่าร้าง	3.99	0.57		
รวม	โสด	4.36	0.44	0.83	0.44
	สมรส	4.33	0.39		
	หม้าย/หย่าร้าง	4.20	0.49		

**P < 0.01

จากตารางที่ 4.19 พบว่าคุณภาพการให้บริการจำแนกตามสถานภาพสมรสในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านสถานภาพสมรสในการทำงานเป็นทีมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้มารับบริการ และด้านอัตราค่าบริการ ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการรายด้านของพนักงานปฏิบัติการ จำแนกตามระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการ

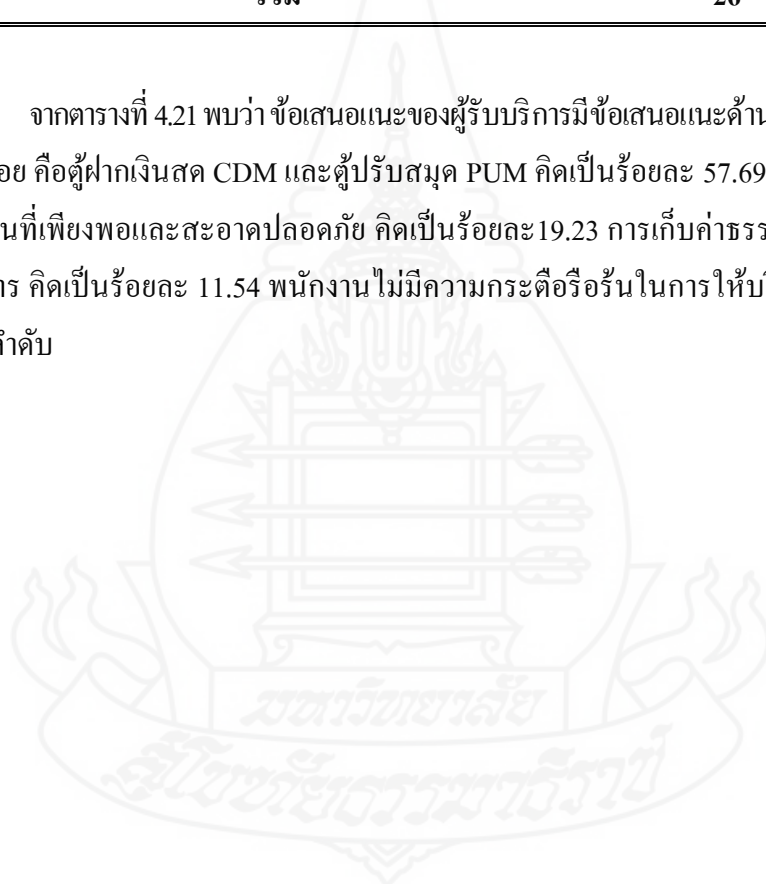
คุณภาพการให้บริการ	ระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการ	\bar{X}	S.D.	F	p
ด้านความน่าเชื่อถือ	น้อยกว่า 1 ปี	4.25	0.77	1.90	0.13
	1 ปีหรือน้อยกว่า 3 ปี	4.60	0.43		
	3 ปีหรือน้อยกว่า 5 ปี	4.54	0.41		
	5 ปีขึ้นไป	4.52	0.48		
ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ	น้อยกว่า 1 ปี	4.23	0.72	1.16	0.88
	1 ปีหรือน้อยกว่า 3 ปี	4.34	0.45		
	3 ปีหรือน้อยกว่า 5 ปี	4.22	0.50		
	5 ปีขึ้นไป	4.39	0.61		
ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้มารับบริการ	น้อยกว่า 1 ปี	4.23	0.65	1.89	0.13
	1 ปีหรือน้อยกว่า 3 ปี	4.41	0.48		
	3 ปีหรือน้อยกว่า 5 ปี	4.12	0.52		
	5 ปีขึ้นไป	4.34	0.50		
ด้านอัตราค่าบริการ	น้อยกว่า 1 ปี	4.12	0.70	0.98	0.41
	1 ปีหรือน้อยกว่า 3 ปี	4.21	0.56		
	3 ปีหรือน้อยกว่า 5 ปี	4.00	0.49		
	5 ปีขึ้นไป	4.19	0.53		
ด้านการทำงานเป็นทีม	น้อยกว่า 1 ปี	4.39	0.77	0.39	0.76
	1 ปีหรือน้อยกว่า 3 ปี	4.33	0.61		
	3 ปีหรือน้อยกว่า 5 ปี	4.21	0.51		
	5 ปีขึ้นไป	4.32	0.53		
รวม	น้อยกว่า 1 ปี	4.24	0.67	1.12	0.34
	1 ปีหรือน้อยกว่า 3 ปี	4.38	0.38		
	3 ปีหรือน้อยกว่า 5 ปี	4.22	0.37		
	5 ปีขึ้นไป	4.35	0.38		

จากตารางที่ 4.20 พบว่า คุณภาพการให้บริการจำแนกตามระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการในภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละข้อเสนอแนะของผู้รับบริการ

ข้อเสนอแนะของผู้รับบริการ	จำนวน	ร้อยละ
ระบบอิเล็กทรอนิกส์มีปัญหาบ่อย คือผู้ CDM, PUM	15	57.69
เก็บค่าธรรมเนียมซ้ำซ้อนกรณีต่างธนาคาร	3	11.54
พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	2	7.69
ควรมีหนังสือพิมพ์ให้นั่งอ่านระหว่างรอคิว	1	3.85
ลานจอดรถควรมีสถานที่เพียงพอและสะอาดปลอดภัย	5	19.23
รวม	26	100.00

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ข้อเสนอแนะของผู้รับบริการมีข้อเสนอแนะด้านระบบอิเล็กทรอนิกส์มีปัญหาบ่อย คือผู้ฝากเงินสด CDM และผู้ปรับสมุด PUM คิดเป็นร้อยละ 57.69 ด้านสถานที่จอดรถควรมีสถานที่เพียงพอและสะอาดปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 19.23 การเก็บค่าธรรมเนียมซ้ำซ้อนกรณีต่างธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 11.54 พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 3.85 ตามลำดับ



บทที่ 5

สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาคูณาการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลและผลการวิจัยมาเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารในการปรับปรุงพัฒนาปัจจัยต่างๆที่จะเสริมสร้างคูณาการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้คล่องตัวในการให้บริการมากขึ้น ทั้งช่วยให้ผู้บริหารเข้าใจถึงความต้องการของผู้รับบริการที่จะทำให้ผู้มารับบริการเกิดความพึงพอใจในคูณาการบริการมากขึ้น ผู้ศึกษาจึงได้ทำการศึกษาโดยอาศัยหลักการทางสถิติเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ ซึ่งได้สรุปผลตามลำดับการศึกษา ดังนี้

สรุปการศึกษา

1. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.1 เพื่อศึกษาระดับคูณาการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี
- 1.2 เพื่อเปรียบเทียบคูณาการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ
- 1.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาคูณาการให้บริการแก่ธนาคารกสิกรไทย ให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้มารับบริการ

2. สมมติฐานการศึกษา

คูณาการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่มีความแตกต่างกัน

3. วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ที่มีรูปแบบวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้มารับบริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี โดยทำการคำนวณย้อนหลัง 1 ปี แล้วหาค่าเฉลี่ยจำนวนผู้รับบริการต่อเดือน ได้จำนวนผู้รับบริการต่อเดือน จำนวน 3,714 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้รับบริการที่มารับบริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษากำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Yamane's กำหนดให้ (Sampling Error) ไม่เกิน 0.08 (พองศรี วาณิชย์สุภวงศ์, 2545) ได้กลุ่มตัวอย่าง 149 คน จากผู้มารับบริการของพนักงานปฏิบัติการธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามประเภทมาตรปริมาณแบบลิเคิร์ต (Likert Rating Scales) เป็นเครื่องมือในการศึกษา แบบสอบถามมี 3 ตอนแบ่งออกเป็น

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในลักษณะคำถามแบบเลือกตอบประกอบด้วยข้อมูลดังนี้

1. เพศ
2. อายุ
3. อาชีพ
4. รายได้ต่อเดือน
5. ระดับการศึกษา
6. สถานภาพสมรส
7. ระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการของธนาคารกสิกรไทย

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ในเรื่องดังต่อไปนี้คือ

1. ความน่าเชื่อถือ
2. ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้มารับบริการ
3. ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้มารับบริการ

4. ด้านอัตราค่าบริการ

5. ด้านการทำงานเป็นทีม

โดยให้เลือกคำตอบได้เพียง 1 คำตอบ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ของ Likert แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

5	หมายถึง	คุณภาพการให้บริการเหมาะสมมากที่สุด
4	หมายถึง	คุณภาพการให้บริการเหมาะสมมาก
3	หมายถึง	คุณภาพการให้บริการเหมาะสมปานกลาง
2	หมายถึง	คุณภาพการให้บริการเหมาะสมน้อย
1	หมายถึง	คุณภาพการให้บริการเหมาะสมน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด แสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ เพื่อเพิ่มหรือปรับปรุงคุณภาพของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีการแจกแบบสอบถามผู้มารับบริการด้วยตนเองและพนักงานปฏิบัติการ เคนเตอร์อื่น และนำแบบสอบถามกลับมาเพื่อนำมารวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ทางสถิติ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการบริการโดยใช้ค่า t-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และวิเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้รับบริการโดยใช้ค่าร้อยละ

4. ผลการศึกษา แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลพบว่ากลุ่มตัวอย่างเมื่อจำแนกตามเพศส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 50.30 เมื่อจำแนกตามอายุส่วนใหญ่มีอายุ 41-45 ปี มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 30.90 เมื่อจำแนกตามอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 32.90 เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 33.60 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่เป็นปริญญาตรีหรือสูงกว่า จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 38.30) เมื่อจำแนกตามสถานภาพการสมรสส่วนใหญ่ อยู่ในสถานภาพสมรส จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 60.40 จำแนกตามระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการส่วนใหญ่รับบริการของธนาคารกสิกรไทย 5 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 44.30

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาในระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการพบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่าง 149 คน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้มารับบริการ ด้านการทำงานเป็นที่อยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด ส่วนด้านอัตราค่าบริการมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับเหมาะสมมาก

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการศึกษาในครั้งนี้คุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงแสดงจำแนกปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ ดังนี้

เพศพบว่าในภาพรวมของผู้มารับบริการเพศชายและเพศหญิงมีระดับคุณภาพการให้บริการที่ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นเพศจึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อายุพบว่าในภาพรวมของผู้มารับบริการที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับคุณภาพการให้บริการที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น อายุจึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อาชีพพบว่าในภาพรวมของผู้มารับบริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น อาชีพจึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

รายได้ต่อเดือน พบว่าในภาพรวมของผู้มารับบริการที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีระดับคุณภาพการให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้น รายได้ต่อเดือนจึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ระดับการศึกษาสูงสุดพบว่าในภาพรวมของผู้มารับบริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันมีระดับคุณภาพการให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ระดับการศึกษาสูงสุดจึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สถานภาพสมรสพบว่าในภาพรวมของผู้มารับบริการที่มีสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีระดับคุณภาพการให้บริการที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น สถานภาพการสมรสจึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการของธนาคารกสิกรไทยพบว่าในภาพรวมของผู้มารับบริการที่มีระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพการให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการของธนาคารกสิกรไทยจึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายได้ ดังนี้

2.1 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ

เพศที่แตกต่างกันมีระดับคุณภาพการให้บริการที่ไม่แตกต่างกันสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กนิษฐา วิสม (2552) เพียงพร บุญแสน(2550)สาเหตุที่ผลการศึกษากลับมาเป็นเช่นนี้ อาจเป็นเพราะว่า ปัจจุบันเพศไม่เป็นอุปสรรคและปัญหาในการมารับบริการกับธนาคารทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกันจึงไม่แตกต่างกันในระดับคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อลูกค้า ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้มารับบริการ ด้านอัตราค่าบริการ ไม่แตกต่างกัน

อายุที่แตกต่างกันมีระดับคุณภาพการให้บริการที่ไม่แตกต่างกันสอดคล้องกับผลงานวิจัยของพฤษ สิงหรรกิจ (2544) สาเหตุอาจเป็นเพราะว่า การให้บริการของพนักงานไม่ได้จำแนกว่าอายุเป็นอุปสรรคต่อการให้บริการเนื่องจากพนักงานให้บริการเท่าเทียมกันโดยไม่แบ่งแยกการให้บริการ โดยให้บริการตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

อาชีพที่แตกต่างกันมีระดับคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนิษฐา วิสม (2552) นันทิกา สายทอง (2554) อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการเป็นผู้ที่มีหน้าที่การทำงานที่ดี อาชีพมีความมั่นคง การเข้ามาใช้บริการกับธนาคาร ผู้ใช้บริการมีความต้องการให้พนักงานคอยให้บริการและอำนวยความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการในแต่ละครั้ง เนื่องจากเห็นว่าลูกค้าที่มีรายได้มั่นคงจะทำประโยชน์ในด้านเงินฝากและด้านอื่นๆให้กับธนาคาร ได้มากจึงอาจให้บริการแตกต่างกันกับผู้ที่มีรายได้น้อยและมีอาชีพไม่มั่นคง แต่ในด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อลูกค้า และด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้มารับบริการ ไม่แตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีระดับคุณภาพการให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของพฤษ สิงหรรกิจ (2544) อาจเป็นเพราะการให้บริการของพนักงานให้บริการโดยไม่คำนึงถึงรายได้ของลูกค้าให้บริการลูกค้าตามคิว โดยไม่คำนึงถึงรายได้ของลูกค้า โดยให้บริการตามลำดับก่อนหลังจึงทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีคามเสมอภาค เท่าเทียมกับผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า

ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันมีระดับคุณภาพการให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของพลุหัส สิงหกรกิจ (2544) เพียงพร บุญแสน (2550) อาจเป็นเพราะระดับการศึกษาของลูกค้าไม่มีผลต่อการให้บริการของพนักงาน เนื่องจากการให้บริการของพนักงานให้บริการโดยไม่ทราบว่าลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับใด การให้บริการจึงทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความเสมอภาค เท่าเทียมกัน แต่ถึงแม้พนักงานทราบว่าลูกค้ามีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับใดก็ไม่ทำให้พนักงานลดความเสมอภาคของลูกค้าได้เช่นกัน ระดับคุณภาพการให้บริการจึงไม่มีความแตกต่างกัน

สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีระดับคุณภาพการให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วราพรรณ สันท์สนะโชค (2540) อาจเป็นเพราะพนักงานไม่ได้แบ่งแยกว่าผู้ใช้บริการมีสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันจะให้บริการที่แตกต่างกันจึงทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกเสมอภาคเท่าเทียมกัน

ระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกันมีระดับคุณภาพการให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วราพรรณ สันท์สนะโชค (2540) อาจเป็นเพราะระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการของธนาคารพนักงานได้รับการฝึกอบรมมาว่าผู้รับบริการทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกัน การให้บริการไม่ควรแบ่งแยกในทุกกรณี ควรรักษาผู้รับบริการเก่าไว้และควรเพิ่มผู้รับบริการใหม่และควรให้บริการให้เท่าเทียมกันทำให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกที่ดีกับธนาคารจึงทำให้ผู้รับบริการมีความเสมอภาคเท่าเทียมกัน

2.2 ผลการศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการ ผู้ศึกษาได้มีการอภิปรายในแต่ละด้านดังนี้

ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ใช้บริการมีระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด โดยมีปัจจัยด้านพนักงานให้บริการด้วยความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ สอดคล้องกับผลงานวิทยานิพนธ์ของ กนิษฐา วิสม 2552 ทั้งนี้เพราะพนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ได้ตามกำหนด และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ตลอดจนมีจริยธรรมในการให้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อถือและไว้วางใจในการให้บริการ เมื่อได้รับการให้บริการตรงกับความต้องการ และถูกต้อง ซึ่งก่อให้เกิดความจงรักภักดี ในที่สุด สิ่งที่ผู้รับบริการต้องการมากที่สุดคือความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ อันดับรองลงมาคือทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้าน และที่ทำงานสามารถเดินทางไปมาสะดวก และพนักงานของธนาคารมีความสุภาพและน่าเชื่อถือ ทั้งนี้เพราะ ธนาคารใช้เครื่องมืออุปกรณ์ที่มีความถูกต้อง และเป็นที่ยอมรับในการเก็บข้อมูล จึงทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและจงรักภักดี สอดคล้องกับคำกล่าวของ (Lovelock, 2002 อ้างถึงใน สุพรรณิ อินทร์แก้ว, 2547: 30-31) ที่กล่าวว่าความเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการ (Reliability) ความเชื่อถือได้ในการให้บริการเป็นความสามารถในการส่งมอบบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ได้

กำหนดหรือบอกกล่าวแก่ลูกค้าไว้ ลูกค้าจะเกิดความเชื่อถือและไว้วางใจเมื่อได้รับการบริการที่ตรงตามความต้องการ และถูกต้อง ซึ่งจะก่อให้เกิดความจงรักภักดี (Loyalty) ในที่สุด

ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ ผู้รับบริการมีระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด โดยมีปัจจัยด้านพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เพราะธนาคารมีการให้บริการที่มีประสิทธิภาพพนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ ด้วยความรวดเร็ว ถูกต้องในการให้บริการ ไม่ให้ลูกค้าต้องรอคิวนาน ส่วนพนักงานมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี ทั้งนี้เพราะ พนักงานธนาคารได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานให้บริการกับผู้รับบริการเป็นอย่างดี สอดคล้องกับคำกล่าวของ พาราสุรามาน และคนอื่นๆ อ้างถึงใน กนิษฐา วิสม (2552) และ นันทิกา สายทอง (2554) ที่กล่าวถึงความสามารถ หมายถึงการให้ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถ และทักษะที่ปฏิบัติงานด้านบริการเป็นอย่างดี เช่นพนักงานได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้ความสามารถ ในการปฏิบัติงานให้บริการแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี คุณภาพการบริการของพนักงานก็จะมีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ สอดคล้องกับคำกล่าวของ (Lovelock, 2002 อ้างถึงใน สุพรรณิ อินทร์แก้ว, 2547: 30-31) ที่กล่าวว่าความเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการ (Reliability) ความเชื่อถือได้ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้อง สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทีเมื่อลูกค้าต้องการ ด้วยความรวดเร็ว ไม่ให้ลูกค้ารอคิวนานและต้องกู่กู่จอต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาใช้บริการ ซึ่งความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงาน และกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้มารับบริการ ผู้รับบริการมีระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด โดยมีปัจจัย พนักงานสอบถามความต้องการของผู้รับบริการก่อนให้บริการ ทั้งนี้เพราะพนักงานจะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้รับบริการ เพื่อให้การบริการของธนาคาร มีความถูกต้อง ตรงต่อความต้องการของผู้รับบริการ และทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ และความประทับใจในการรับบริการ สอดคล้องกับคำกล่าวของ กนิษฐา วิสม (2552) ที่กล่าวว่า หลักการให้บริการจะต้องสอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้มารับบริการ มาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ เพื่อให้การบริการตรงกับความต้องการของผู้มารับบริการ และทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นันทิกา สายทอง (2554) ที่พบว่าพนักงานสามารถเข้าใจถึงความต้องการของผู้รับบริการได้ จะทำให้การบริการมีคุณภาพจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

ด้านอัตราค่าบริการ ผู้รับบริการมีระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับเหมาะสมมาก สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กนิษฐา วิสม (2552) คุณภาพการให้บริการด้านพนักงานแจ้งค่าธรรมเนียมทุกครั้งเมื่อมีการเก็บค่าธรรมเนียมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากการให้บริการ ผู้รับบริการในการทำธุรกรรมต่างๆ ผู้รับบริการอาจยังไม่ทราบค่าธรรมเนียมบางครั้งอาจตัดสินใจเลี่ยงค่าธรรมเนียมไม่ได้ แต่การที่พนักงานแจ้งค่าธรรมเนียมทุกครั้ง ทำให้ผู้รับบริการเกิดการตัดสินใจได้ว่าจะเลี่ยงค่าธรรมเนียมหรือ เต็มใจจะเสียค่าธรรมเนียมในอัตราของธนาคาร การแจ้งผู้รับบริการทุกครั้งก่อนทำธุรกรรมจึงทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในการให้บริการ

ด้านการทำงานเป็นทีม ผู้รับบริการมีระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด ในด้านพนักงานมีสีหน้ายิ้มแย้มและเป็นมิตรกับผู้รับบริการอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด พนักงานแต่งกายเหมือนกันเป็นทีม ทั้งนี้เพราะ พนักงานของธนาคารมีความสามัคคี และความร่วมมือ ร่วมใจกัน ในการสร้างภาพลักษณ์ของธนาคาร โดยการแต่งกายเหมือนกันยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นมิตรเป็นกันเองกับลูกค้า ช่วยเหลือกันช่วยกันแก้ปัญหาให้ลูกค้าด้วยความรวดเร็วสอดคล้องกับคำกล่าวของกนิษฐา วิสม (2552) ที่กล่าวว่า ความร่วมมือร่วมใจกันและการประสานงานที่ดีในการทำงาน เพื่อส่งผลให้งานนั้นสำเร็จลุล่วง และพนักงานให้บริการด้วยความรับผิดชอบและเต็มใจ ทั้งนี้เพราะพนักงานของธนาคารได้รับการปลูกฝังในการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจกับผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการควรจะศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ให้ความสนใจดูแลเอาใจใส่ และตอบสนองความต้องการด้วยความเต็มใจก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และทำให้การบริการของธนาคารมีคุณภาพในการบริการมากที่สุด

3. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ผู้ศึกษาขอเสนอแนะแนวทางการแก้ไขเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ดังต่อไปนี้

3.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาของผู้ศึกษา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ในด้านอาชีพที่แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันผู้ศึกษาขอเสนอแนะแนวทางการแก้ไขเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการปรับปรุง แต่ละด้านดังนี้

3.1.1 ด้านความน่าเชื่อถือควรมีการฝึกอบรมความรู้ให้พนักงานธนาคาร มีความรอบรู้ธุรกิจในทุกประเภทของธนาคาร เพื่อให้สามารถชี้แจงหรือตอบข้อสงสัยต่างๆ ของลูกค้าได้ชัดเจน ตรงประเด็น รวมทั้งสามารถแก้ไขปัญหาทางการเงินของลูกค้าให้เป็นที่น่าพอใจมากขึ้น ทำธุรกรรมของลูกค้าด้วยความรอบคอบตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย

3.1.2 ด้านการตอบสนองของพนักงาน ธนาคารควรนำเครื่องมืออุปกรณ์ที่ให้บริการได้อย่างรวดเร็วมาให้บริการ อีกทั้งควรปรับปรุงการให้บริการด้านต่างๆ ให้สามารถดำเนินได้อย่างรวดเร็ว และในช่วงที่ผู้รับบริการมีจำนวนมาก ควรเปิดบริการทุกเคาน์เตอร์ และควรจัดให้มีการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการเขียนใบรายการต่างๆ เพื่อให้บริการเป็นไปอย่างถูกต้องและรวดเร็วยิ่งขึ้น และควรปรับการบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละรายให้มีคุณภาพการบริการสูงสุด

3.1.3 ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการ พนักงานควรจดจำรายละเอียดของผู้รับบริการ ที่มารับบริการเป็นประจำให้มากขึ้น จัดเตรียมเอกสารจำพวก STATEMENT ใบแจ้งหักบัญชี ใบเสร็จเงินกู้หรือใบรายการของลูกค้าที่ส่งมาจากสำนักงานใหญ่และส่งมอบให้ลูกค้า ทักทายด้วยรอยยิ้ม ด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส ใช้วาจาสุภาพ และควรให้บริการที่มุ่งตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเป็นหลัก

3.1.4 ด้านอัตราค่าบริการ ควรมีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการให้บริการในอัตราที่เหมาะสม เสนอทางเลือกให้กับลูกค้าที่ไม่ต้องการเสียค่าธรรมเนียมซ้ำซ้อนหรือจัดเก็บหลายขั้นตอน และการให้บริการใดที่มีการเก็บค่าธรรมเนียมควรมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบทุกครั้ง และควรชี้แจงในกรณีที่มีการเก็บค่าธรรมเนียมซ้ำซ้อน เช่นการ โอนเงินต่างธนาคารมีการเก็บค่าธรรมเนียมต้นทาง และเก็บปลายทางด้วยต้องชี้แจงให้ลูกค้าทราบก่อนทำรายการ

3.1.5 ด้านการทำงานเป็นทีม ควรมีการฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับการให้คำแนะนำ รวมทั้งการให้บริการที่จะเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส ให้บริการด้วยความเต็มใจ มีความรับผิดชอบร่วมกันและช่วยเหลือกันแก้ปัญหาให้ลูกค้า และควรมีการประเมินผลเป็นระยะๆ อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพื่อให้พนักงานสร้างความพึงพอใจด้านการให้บริการแก่ลูกค้าสูงสุดต่อไป

3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษานี้มุ่งเน้นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้รับบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ซึ่งเป็นข้อมูลในมิติของผู้รับบริการเพียงด้านเดียวเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษา

3.3.1 คุณภาพการให้บริการตามความคิดเห็นของพนักงานธนาคาร ซึ่งเป็นผู้ให้บริการอีกด้านหนึ่งด้วย จะช่วยให้ทราบข้อมูลที่กว้างและครอบคลุมยิ่งขึ้น

3.3.2 การศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการในแต่ละสาขาเพื่อให้ทราบถึงข้อแตกต่างที่ต้องนำมาใช้ในการปรับปรุงให้เหมาะสมกับแต่ละสาขาเพราะอาจมีข้อที่ควรต้องปรับปรุงที่แตกต่างกันไป เพราะสาขาแต่ละสาขามีผู้ให้บริการที่แตกต่างกัน

3.3.3 การศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการกับธนาคารอื่นๆ เพื่อจะได้ทราบว่ากุญแจแห่งความสำเร็จของการทำธุรกิจธนาคารที่แท้จริงนั้น มีจุดสำคัญประการใดที่ส่งผลเป็นอย่างมาก ซึ่งช่วยให้ได้ข้อมูลที่มีประโยชน์และสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และกำหนดแนวทางการทำธุรกิจบริการของธนาคารได้ดียิ่งขึ้น



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กนิษฐา วิสม (2552) “ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร
ออมสิน เขตเพชรบุรี” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ
ทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
- กุลชน ธนาพงศ์ธร (2530) ประโยชน์และบริการ ในเอกสารการสอนชุดวิชาการบริการงานบุคคล
(พิมพ์ครั้งที่ 7) นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- คณิน ปาจุwang (2538) “การเลือกธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของลูกค้าเพื่อใช้
บริการเงินฝาก” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- จตุพร สังขวรรณ (2549) “การรับรู้คุณภาพการบริการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร”
วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ (2548) การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 5)
กรุงเทพมหานคร: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (2538) “ความพึงพอใจ” ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) การตลาดบริการ *Services Marketing* กรุงเทพมหานคร:
ซีเอ็ดยูเคชั่น
- ธนาคารกสิกรไทย (2555) หลักสูตรพัฒนานักธนาคารรุ่นใหม่ ภาคทฤษฎี
_____. (2556) ประวัติธนาคาร (ระบบออนไลน์) ค้นคืนเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2556
จาก www.kasikornbank.com
- นิเวศน์ เชื้อพรรณงาม (2542) “ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกธนาคารพาณิชย์ในเขตสุขาภิบาล
อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน” ปัญหาพิเศษปริญญาโท มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- นันทิกา สายทอง (2554) “คุณภาพการบริการของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
สาขาบ้านคู่” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- ประภาพร สุขุมวิริยกุล (2544) “คุณภาพการบริการของสำนักประกันสังคมต่อผู้ประกันตน
ในเขตจังหวัดลพบุรี” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ
ทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

- พลหัส สิงหกรกิจ (2544) “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงศรี
อยุธยา จำกัด (มหาชน) สังกัดเขตภูมิภาคเขต 24” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- เพียงพร บุญแสน (2550) “คุณภาพชีวิตการทำงานของสำนักงานประกันสังคมต่อผู้ประกันตน
ในเขตจังหวัดลพบุรี” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ
ทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
- เพ็ญจันทร์ แสนประสาน (2547) การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง กรุงเทพมหานคร:
ซีเอ็ดยูเคชั่น
- ผ่องศรี วาณิชสุขวงศ์ (2545) เอกสารคำสอนและระเบียบวิธีวิจัยทางการศึกษา พิมพ์ครั้งที่ 3
ภาควิชาบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- เรวดี ศิรินคร (2541) การพัฒนาภาพลักษณ์โรงพยาบาลโดยเน้นคุณภาพ สารสภากาการพยาบาล
วารสารณ สันตสนะโชค (2540) “ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร
ทหารไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาพญาไท กรุงเทพมหานคร”
วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- วรสุภา ชมวงศ์ (2552) “คุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย: การศึกษา
เปรียบเทียบระหว่างโรงแรมบูติกและโรงแรมธุรกิจ” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วัชรวิ พิษผล (2553) “การศึกษาคุณภาพการให้บริการของบุคลากรในธุรกิจบริการสปา อำเภอ
เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี” บทความงานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
- วัชรวิยา โกมลสุด (2550) “ความพึงพอใจคุณภาพการบริการของธุรกิจสถานที่พักแรมในเมืองพัทยา
ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ” วิทยานิพนธ์
ปริญญาการพัฒนาศังคมมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- วีระพงษ์ เถลิ้มจิระรัตน์ (2539) คุณภาพในงานบริการ 1 โครงการสนับสนุนเทคนิคอุตสาหกรรม
กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)
- ศิริระ ศรีชุมชนเดช (2554) “แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการสำนักงานที่ดินจังหวัดขอนแก่น”
วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) การบริหารการตลาดยุคใหม่ กรุงเทพมหานคร:
ดวงกมลสมัย จำกัด

- สมชาติ กิจยรรยง (2536) *การสร้างบริการสร้างความประทับใจ* กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น
- สุพรรณิ อินทร์แก้ว (2547) *การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง* กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น
- สุทัศน์ บริการพานิชไพศาล (2549) “การรับรู้คุณภาพบริการของธนาคารทหารไทยที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้า: ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร” งานนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546) *การตลาดบริการ* กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า
- Parasuraman, A., Berry, L.L. & Zeithaml, V.A. (1991). *Understanding Customer Expectations of Service*. Sloan Management Review.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. Berry, I. V. (1996). *The Behavioral Consequences of Service Quality*. Journal of Marketing.
- Suchitra Punyaratabandhu. (1986). *Delivery of Public Service in Asian Countries: cases in Development Administration*. Bangkok: Thammasart University Press.
- Tamimi, A.H. (2001). *Analyzing. Service Quality in the use Islamio Bankin The International Conference Financial Development in Arab Countries* (pp.43-56) Arab. ISLAMIO Bank.



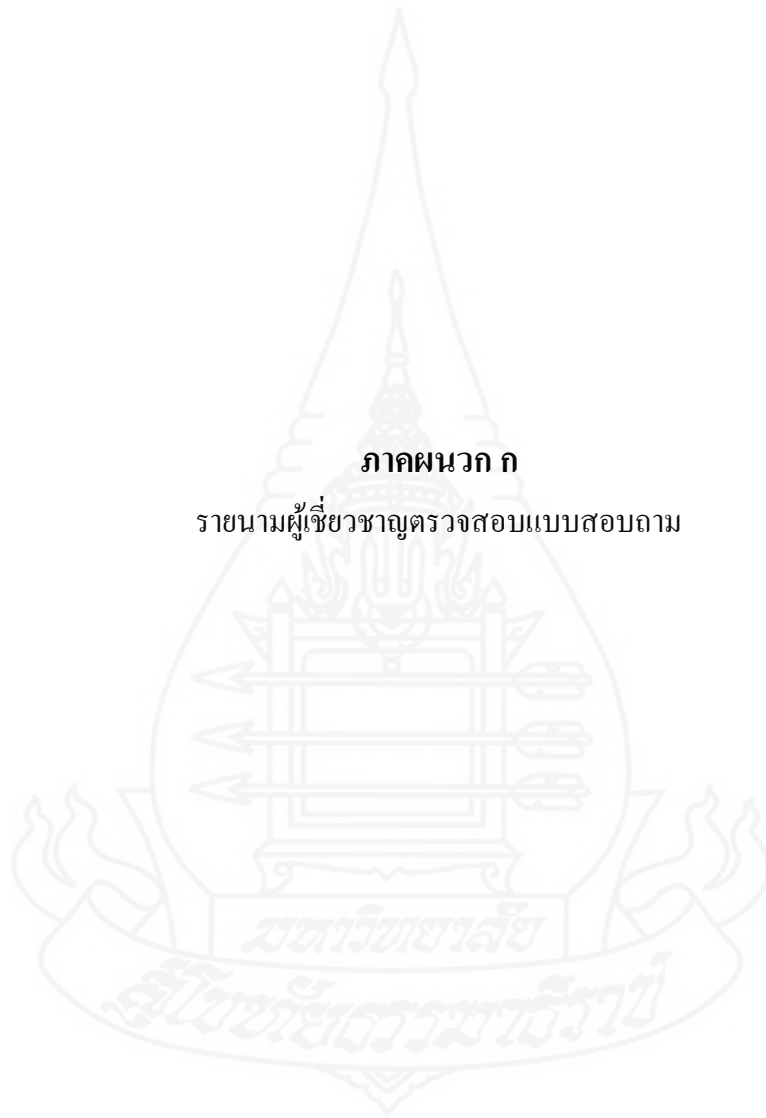
ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

สืบช่วยธรรมมาภิบาล

ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม



รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพการบริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย
สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1

1. นายชญานิน เอยะคนอง

ตำแหน่ง ผู้ช่วยฝ่ายวิจัย

มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ที่อยู่ 17/4 ม.13 ต.บางภาษี อ.บางเลน

จ.นครปฐม 73130

TEL 089 - 2008919

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2

2. นายเกรียงไกร มีถาวร

ตำแหน่ง ผู้ช่วยฝ่ายวิจัยพืชสวน

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน

ที่อยู่ 1 ม.6 ถ.มาลัยแมน ต.กำแพงแสน

อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม 73140

TEL 081 - 8664142

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3

3. น.ส.ปัทมาภรณ์ ไทยโพธิ์ศรี

ตำแหน่ง อาจารย์สอนกลุ่มโปรแกรมวิชาคอมพิวเตอร์

สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ที่อยู่ 62 ม.8 ต.ไทรงาม อ.บางเลน

จ.นครปฐม 73130

TEL 081 - 3760988



ภาคผนวก ข

ผลการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง

ผลการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence: IOC)

ของแบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ วิชาการศึกษารไทย สาขาลาดหลุมแก้ว
จังหวัดปทุมธานี

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ

คำถาม ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ			สูตร IOC = (e1+e2+e3)/3	ค่า IOC	ผลการประเมิน
	1	2	3			
1	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
2	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
3	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
4	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
5	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
6	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
7	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง

ส่วนที่ 2 คุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการของวิชาการศึกษารไทย

คำถาม ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ			สูตร IOC = (e1+e2+e3)/3	ค่า IOC	ผลการประเมิน
	1	2	3			
ด้านความน่าเชื่อถือ						
1	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
2	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
3	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
4	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
5	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง

คำถาม ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ			สูตร IOC $=\frac{(e1+e2+e3)}{3}$	ค่า IOC	ผลการประเมิน
	1	2	3			
ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ						
6	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
7	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
8	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
9	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
10	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้มารับบริการ						
11	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
12	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
13	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
14	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
15	1	0	1	2/3	0.67	สอดคล้อง
ด้านอัตราค่าบริการ						
16	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
17	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
18	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
19	1	1	0	2/3	0.67	สอดคล้อง
20	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
ด้านการทำงานเป็นทีม						
21	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
22	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
23	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
24	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง
25	1	1	1	3/3	1	สอดคล้อง

ผลรวม IOC = 24.34

25

= 0.9736



ภาคผนวก ค
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่องคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการธนาคารกสิกรไทย
สาขาลาดหลุมแก้วจังหวัดปทุมธานี

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าอิสระ ประกอบการศึกษาของ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช โดยข้อมูลที่ได้จากความอนุเคราะห์ของท่าน เป็นส่วนสำคัญยิ่งต่อการศึกษา และผลที่ได้รับจากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาคาดว่าจะก่อให้เกิดแนวทางที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อ ผู้บริหารในการปรับปรุงพัฒนาปัจจัยต่างๆ ที่จะเสริมสร้างคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ปฏิบัติการเพื่อเพิ่มคุณภาพการให้บริการตามความพึงพอใจของผู้มารับบริการให้มีประสิทธิภาพ ต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้จะไม่เปิดเผยหรือนำเสนอเป็นรายบุคคล แต่จะนำเสนอผลใน ภาพรวม การตอบแบบสอบถามนี้จะไม่ส่งผลเสียต่อการรับบริการของท่านแต่ประการใด จึงใคร่ขอ ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามให้ตรงกับความจริงในปัจจุบันและความคิดเห็นของท่านมากที่สุด เพื่อความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการศึกษา

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ
- ส่วนที่ 2 คำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ
- ส่วนที่ 3 คำถามแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มหรือปรับปรุงคุณภาพการ บริการของพนักงานปฏิบัติการ

แบบสอบถาม

เรื่องคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการธนาคารกสิกรไทย
สาขาลาดหลุมแก้วจังหวัดปทุมธานี

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน จำนวน 3 หน้า
2. โปรดตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นความเป็นจริงของท่านขอความกรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลโดยใส่เครื่องหมาย (✓) ในข้อที่ท่านต้องการเลือก

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1.1 ชาย

1.2 หญิง

2. อายุ

2.1 15 – 20ปี

2.2 21 – 35 ปี

2.3 36 – 40 ปี

2.4 41 – 45ปี

2.5 46 – 50 ปี

2.6 51 ปี ขึ้นไป

3. อาชีพ

3.1 นักเรียน นักศึกษา

3.2 พนักงานบริษัทเอกชน

3.3 เจ้าของกิจการ

3.4พนักงานรัฐวิสาหกิจ

3.5 เกษตรกรรม

3.6 อื่นๆ ระบุ.....

4. รายได้

4.1 น้อยกว่า 10,000 บาท

4.2 10,001 – 15,000 บาท

4.3 15,001 – 20,000 บาท

4.4 20,001 – 25,000 บาท

4.5 25,001 – 50,000 บาท

4.6 50,001 บาทขึ้นไป

5. ระดับการศึกษาสูงสุด

- 5.1 ต่ำกว่า ป.6 5.2 ประถมศึกษา (ป.6)
- 5.3 มัธยมต้น (ม.3) 5.4 มัธยมปลาย (ม.6) หรือ ปวช.
- 5.5 อนุปริญญา หรือ ปวส. 5.6 ปริญญาตรี ขึ้นไป

6. สถานภาพการสมรส

- 6.1 โสด 6.2 สมรส
- 6.3 หม้าย / หย่าร้าง

7. ระยะเวลาการเป็นผู้รับบริการของธนาคารกสิกรไทย

- 7.1 ต่ำกว่า 1 ปี 7.2 1 ปี หรือต่ำกว่า 3 ปี
- 7.3 3 ปี หรือต่ำกว่า 5 ปี 7.4 มากกว่า 5 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ตัวชี้วัดคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย
สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัด ปทุมธานี

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความในแบบสอบถามแล้วพิจารณาความเป็นจริงตามความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี โดยทำเครื่องหมาย (✓) ช่องที่ตรงกับระดับคุณภาพการให้บริการตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

มีคุณภาพเหมาะสมมากที่สุด	ให้	5	คะแนน
มีคุณภาพเหมาะสมมาก	ให้	4	คะแนน
มีคุณภาพเหมาะสมปานกลาง	ให้	3	คะแนน
มีคุณภาพเหมาะสมน้อย	ให้	2	คะแนน
มีคุณภาพเหมาะสมน้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

คุณภาพการให้บริการ	ตัวชี้วัด				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านความน่าเชื่อถือ					
1. พนักงานให้บริการด้วยความรอบคอบและถูกต้อง					
2. พนักงานให้บริการด้วยความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้					
3. พนักงานชี้แจงและตอบข้อสงสัยได้ชัดเจนและตรงประเด็น					
4. พนักงานรักษาความลับหรือข้อมูลของผู้รับบริการ					
5. พนักงานให้คำแนะนำผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง					
ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ					
6. พนักงานมีการปรับการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ แต่ละรายให้มีคุณภาพการบริการสูงสุด					
7. พนักงานมีทักษะการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี					
8. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
9. พนักงานมีจำนวนที่เหมาะสมเพียงพอต่อการให้บริการ					
10. พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้					
ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการ					
11. พนักงานสอบถามความต้องการของผู้รับบริการก่อนให้บริการ					
12. พนักงานให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน					
13. พนักงานรับฟังปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้รับบริการ					
14. พนักงานมีบริการเสริมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ					
15. พนักงานสามารถจดจำข้อมูลของผู้รับบริการได้					
ด้านอัตราค่าบริการ					
16. อัตราค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสมเป็นไปตามกฎหมายกำหนด					
17. พนักงานแจ้งค่าธรรมเนียมทุกครั้งและเสนอทางเลือกสำหรับผู้รับบริการที่ไม่ต้องการเสียค่าธรรมเนียม					
18. การเก็บค่าธรรมเนียมไม่ซ้ำซ้อน					
19. พนักงานมีการแจ้งค่าธรรมเนียมทุกครั้งเมื่อมีการเก็บค่าธรรมเนียม					
20. พนักงานแจ้งอัตราค่าธรรมเนียมได้อย่างถูกต้อง					

คุณภาพการให้บริการ	ตัวชี้วัด				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการทำงานเป็นทีม					
21. พนักงานมีสีหน้ายิ้มแย้มและเป็นมิตรกับผู้รับบริการ					
22. พนักงานให้บริการด้วยความรับผิดชอบ					
23. พนักงานร่วมมือช่วยเหลือกันแก้ปัญหาให้ผู้รับบริการ					
24. พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วช่วยกันรับผู้รับบริการที่นั่งรอคิว					
25. พนักงานร่วมมือช่วยเหลือกันในขณะปฏิบัติงาน					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

- ด้านความน่าเชื่อถือ

.....

- ด้านการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อผู้รับบริการ

.....

- ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้มารับบริการ

.....

- ด้านอัตราค่าบริการ

.....

- ด้านการทำงานเป็นทีม

.....

- ด้านอื่นๆ

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสาวนิสา บุรพาสิงห์
วัน เดือน ปีเกิด	12 พฤศจิกายน 2526
สถานที่เกิด	จังหวัดจันทบุรี
ประวัติการศึกษา	บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2548
สถานที่ทำงาน	ธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี
ตำแหน่ง	BSS1 (เจ้าหน้าที่บริการและการขาย 1)

