



คุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสันสระบุรี จังหวัดสระบุรี



ชยพล บุญบำรุง

GRAD VRU

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

พ.ศ. 2560



SERVICE QUALITY OF LOANS FROM THE GOVERNMENT SAVINGS BANK
ROBINSON BRANCH SARABURI SARABURI PROVINCE

CHAYAPON BOONBUMRUNG

GRAD VRU

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS ADMINISTRATION
GRADUATE SCHOOL
VALAYA ALONGKORN RAJABHAT UNIVERSITY
UNDER THE ROYAL PATRONAGE PATHUM THANI

2017


ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ
บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี


ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ คุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน
สระบุรี จังหวัดสระบุรี
ชื่อนักศึกษา ชยพล บุญบำรุง
รหัสประจำตัว 56B53170104
ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



..... ประธาน
(อาจารย์ ดร.ภัทรพล ชุ่มมี)

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



..... ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีร์ธนิษ์ ศิริโวหาร)


..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.รัตนา สิตี)


..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ไอลดา อรุณศรี)


..... กรรมการและเลขานุการ
(อาจารย์ ดร.ภัทรพล ชุ่มมี)


..... ผู้ทรงคุณวุฒิ
(อาจารย์ ดร.กิติมา ทามาลี)


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีร์ธนิษ์ ศิริโวหาร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 17 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ

ชื่อนักศึกษา
รหัสประจำตัว
ปริญญา
สาขาวิชา
ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

คุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน
สาขาโรบินสันสระบุรี จังหวัดสระบุรี
ชยพล บุญบำรุง
56B53170104
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บริหารธุรกิจ
อาจารย์ ดร.ภัทรพล ชุ่มมี

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการสินเชื่อ ธนาคารออมสิน สาขาโรบินสันสระบุรี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสันสระบุรี และ 3) เพื่อศึกษาประเภทสินเชื่อที่มีผลต่อคุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสันสระบุรี ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสันสระบุรี จังหวัดสระบุรี โดยใช้ข้อมูลของผู้ใช้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสินสาขาโรบินสันสระบุรี จังหวัดสระบุรี ณ วันที่ 16 มกราคม 2559 ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 782 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และค่าความแปรปรวนทางเดียว ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี เป็นเพศหญิงและเพศชายจำนวนเท่ากัน มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีพนักงานบริษัท/หน่วยงานเอกชน และมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 40,000 บาท ลูกค้าให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ส่วนใหญ่ คือ ธนาคารมีสถานที่ตั้งสะดวก เหมาะสมที่จอดรถเพียงพอพนักงาน มีความซื่อสัตย์ตรงต่อเวลามีความน่าเชื่อถือไม่มีความซับซ้อนในกระบวนการให้บริการ ธนาคารมีการรับประกันหากเกิดกรณีที่ผิดพลาดต่อการให้บริการและพนักงานมีความเป็นกันเอง และดูแลเอาใจใส่

ผลการวิจัยพบว่า

1. จากการศึกษาในระดับคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี โดยรวม พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการให้ระดับคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากทุกด้าน
2. เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ลูกค้า ที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ในทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน
3. ประเภทสินเชื่อ โดยรวม พบว่าลูกค้าที่มีสินเชื่อที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกัน และพบว่าลูกค้าสินเชื่อธุรกิจให้ความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี มากกว่า ลูกค้าสินเชื่อบุคคล เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ลูกค้า ที่สินเชื่อแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ สินเชื่อ

Independent Study Title	Service Quality of Loans from the Government Savings Bank Robinson Branch Saraburi Saraburi Province
Student	Chayapon Boonbumrung
Student ID	56B53170104
Degree	Master of Business Administration
Field of Study	Business Administration
Independent Study Advisor	Dr.Pattarapon Chummee

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the quality of the loan service of Government Savings Bank (GSB), Robinson Saraburi Branch, 2) to study the personal factors affecting the service quality of GSB, Robinson Saraburi Branch, and 3) to study the types of loans affecting the service quality of GSB, Robinson Saraburi Branch. The population of this research consisted of all the loan customers of GSB, Robinson Saraburi Branch. This research used the data from a total of 782 loan customers of GSB, Robinson Saraburi Branch on January 16, 2016. The research instrument for this study was a questionnaire. The data were analyzed using statistics including frequency, percentage, mean, standard deviation and t – test and One – Way ANOVA. The results of this study showed that: the sample consisted of an equal number of men and women aged 26-35 years; holding a Bachelor’s degree; employed by corporations and the private sector; and with a monthly income of 25,001 - 40,000 baht. The participants in the sample were satisfied with the quality of the loan service of GSB, Robinson Saraburi Branch in the following areas: convenient location; enough parking spaces; honest, punctual and reliable employees; uncomplicated process; bank guarantee in case of any service related errors and; friendly and empathic employees.

The analysis results can be summarized as follows:

1. Overall, the participants rated all the areas of the loan service quality of GSB, Robinson Saraburi Branch at a high level.
2. When individual aspects were considered, the analysis revealed that gender did not affect the level of satisfaction for any of the areas of the service quality, thus rejecting the established hypothesis.
3. Overall, the different types of loans did not produce different levels of satisfaction with the service quality of GSB, Robinson Saraburi Branch. The business loan customers had higher levels of satisfaction than the personal loan customers. When individual aspects were considered, customers of different types of loans had different levels of satisfaction with the service quality in terms of responsiveness at the statistical significance level of 0.05.

Keywords: Service Quality, Loan

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีด้วยความกรุณาจากบุคคลหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุก ๆ ท่าน เป็นอย่างสูง โดยเฉพาะอาจารย์ ดร.ภัทรพล ชุ่มมี ประธานที่ปรึกษา การค้นคว้าอิสระ ที่ท่านได้เสียสละเวลาให้คำปรึกษา และให้ความช่วยเหลือในหลายสิ่งจนกระทั่งลุล่วงไปได้ด้วยดี ทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สอาด บรรเจิดฤทธิ์ อาจารย์ ดร.รัตนา สีดี และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วงศ์ธีรา สุวรรณิน ที่ได้กรุณาสละเวลาในการตรวจสอบเครื่องมือ ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้ให้คำแนะนำและให้กำลังใจตลอดการศึกษาที่ผ่านมา

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบระลึกถึง บิดา มารดา อาจารย์ ที่ได้อบรมสั่งสอนและให้โอกาสผู้วิจัยได้ศึกษาเล่าเรียน และคอยให้กำลังใจอย่างดียิ่ง สำหรับผู้วิจัยมาโดยตลอด ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นแรงผลักดันอันสำคัญที่ทำให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์

ชยพล บุญบำรุง

GRAD VRU

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	2
1.4 สมมติฐานของงานวิจัย.....	3
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	4
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดคุณภาพการให้บริการ.....	6
2.2 ทฤษฎีและแนวคิดพฤติกรรมบริการ.....	14
2.3 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์.....	16
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	25
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	25
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	26
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	26
3.4 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	27
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	28
3.6 แหล่งข้อมูล.....	28
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
4.2 ตัวแปรที่ศึกษา.....	30
4.3 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	52
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	52
5.2 อภิปรายผล.....	54
5.3 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย.....	56
บรรณานุกรม.....	57
ภาคผนวก.....	60
ภาคผนวก ก ประวัติธนาคารออมสิน.....	61
ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	64
ภาคผนวก ค ค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัย.....	68
ภาคผนวก ง ผลการหาค่า Reliability.....	71
ประวัติผู้วิจัย.....	74



GRAD VRU

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ.....	31
4.2	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการ ให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านสิ่งที่สัมผัสได้.....	33
4.3	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการ ให้บริการ สินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ.....	34
4.4	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการ ให้บริการ สินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสันจังหวัดสระบุรี ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ.....	35
4.5	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการ ให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ.....	36
4.6	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการ ให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการเอาใจใส่ ลูกค้าเป็นรายบุคคล.....	37
4.7	แสดงการเปรียบเทียบการให้ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับบริการสินเชื่อของ ธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามเพศ.....	38
4.8	การทดสอบความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) จำแนกตามอายุ..	39
4.9	เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามอายุ โดยการทดสอบวิธี Welch.....	40
4.10	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามอายุ.....	40
4.11	การทดสอบความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) จำแนกตาม ระดับ การศึกษา.....	41
4.12	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรีจำแนกตามระดับการศึกษา.....	42
4.13	การทดสอบความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) จำแนกตาม อาชีพ.....	43

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามอาชีพ.....	44
4.15 การทดสอบความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	45
4.16 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการทดสอบวิธี Welch.....	46
4.17 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้วยวิธี Dunnett's T3.....	46
4.18 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตาม ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน..	47
4.19 การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	48
4.20 แสดงการเปรียบเทียบการให้ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับบริการสินเชื่อจากธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามประเภทสินเชื่อ.....	49
4.21 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	50
4.22 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	51

สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	2
2.1	ความสัมพันธ์ของปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการใน SERVQUAL และปัจจัยพื้นฐาน สำหรับการประเมินคุณภาพบริการ.....	9



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สภากรรมการทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2558 จากผลการศึกษาศาสนาบันการเงิน ตลอดจนหน่วยงานกำกับอย่างธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) และกระทรวงการคลัง ได้กล่าวถึงทิศทางการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในอนาคตที่จะมีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจในประเทศไทย เนื่องจากมีการชะลอตัวตามภาวะเศรษฐกิจโลก อีกทั้งความเชื่อมั่นและกำลังซื้อที่ชะลอตัวจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่ชะลอตัวโดยเฉพาะจีนและอาเซียน ทำให้เกิดปัญหาการชะลอตัวของธุรกิจต่าง ๆ ภายในประเทศ ธนาคารออมสินในฐานะธนาคารรัฐวิสาหกิจ จึงได้รับนโยบายในการให้สินเชื่อแก่ธุรกิจขนาดใหญ่ และขนาดเล็ก รวมถึงบุคคลต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือประชาชน และกระตุ้นเศรษฐกิจอีกทางหนึ่ง เพราะฉะนั้นธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี จึงหันมาให้ความสำคัญในการปรับตัวด้านคุณภาพ ในการให้บริการสินเชื่อเพื่อตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า

การบริการเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้ตั้งเอาไว้ ทั้งนี้การบริการนั้น ๆ จะต้องเป็นการบริการที่ดี ตอบสนองได้ตรงต่อความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ ซึ่งการบริการที่ดี คือ การกระทำของเจ้าหน้าที่ หรือผู้ให้บริการ ตลอดจนสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ อันจะทำให้ผู้มาใช้บริการหรือลูกค้าพึงพอใจ มีความสุขและได้รับผลประโยชน์อย่างเต็มที่ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าการบริการจะมีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ และความคาดหวังของผู้มาใช้บริการหรือลูกค้า ในแต่ละองค์กร

วิทยา ดำเนินการกุล (2549, น.43) กล่าวว่า การบริการลูกค้า (Customer Service) ถือเป็นเรื่องสำคัญสำหรับทุกธุรกิจ เพราะเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างความแตกต่าง และความสามารถในการแข่งขัน การบริการลูกค้าที่มีคุณภาพยังช่วยผูกใจลูกค้าไว้ได้ในระยะยาวและเพิ่มคุณค่าให้กับกิจการอีกด้วย อย่างไรก็ตามแม้ธุรกิจจะตระหนักในความสำคัญของการบริการลูกค้า แต่ลูกค้า ก็ยังพบกับบริการที่ไร้คุณภาพ หลายกิจการผูกการบริการลูกค้าไว้กับความบังเอิญที่ได้พนักงาน ที่ยิ้มแย้ม แจ่มใสหรือมีใจรักบริการ เป็นพิเศษเข้ามาทำงาน หรือไม่ก็ปล่อยให้การปรับปรุงบริการเกิดขึ้นหลังจากที่ได้รับการต่อว่าจากผู้มาใช้บริการจนทนไม่ไหวแล้ว การบริการลูกค้าอย่างไรก็ดีทิศทางและขาดการวางแผนที่ดีย่อมทำให้อะไรก็ถดถอยลงไปเรื่อย ๆ และยากที่จะรักษาลูกค้าเอาไว้ได้ ในยุคที่ลูกค้ามีทางเลือกมากมายแทบจะไม่มีจำกัดอย่าง

ภาวการณ์แข่งขันกันระหว่างธนาคารในห้างสรรพสินค้าโรบินสันสาขาสระบุรีที่มีทั้งหมด 8 ธนาคาร ได้แก่ ธนาคารออมสิน ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารทหารไทย

จากที่กล่าวข้างต้นชี้ให้เห็นว่า ผู้มาใช้บริการ เป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินกิจการใด ๆ ก็ตาม หากไม่มีผู้มาใช้บริการงานต่าง ๆ ก็คงไม่บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี ทั้งนี้เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อให้มีศักยภาพสูงสุดในอนาคต และสามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของ ผู้มาใช้บริการ

อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการสินเชื่อในด้านต่าง ๆ ให้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย ทั้งนี้เพื่อให้ธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรี นั้นมีความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาว และเป็นการรักษารากฐานความมั่นคงของธนาคารต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการสินเชื่อ ธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี
- 1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของ ธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี
- 1.2.3 เพื่อศึกษาประเภทสินเชื่อที่มีผลต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี

1.3 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

ในการวิจัยเรื่องคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี สามารถกำหนดกรอบแนวคิดโดยตัวแปรอิสระเป็นปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตัวแปรตามคือ คุณภาพในการให้บริการ โดยใช้แนวความคิดและทฤษฎีของ (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1990) ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยมีตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

1.4 สมมติฐานของการวิจัย

1.4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะให้ระดับคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี แตกต่างกัน

1.4.2 ประเภทการสินเชื่อที่แตกต่างกันจะให้ระดับคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี แตกต่างกัน

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ต้องการศึกษาถึงคุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี โดยกำหนดขอบเขตของ ดังต่อไปนี้

1.5.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้มาใช้บริการสินเชื่อธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน สระบุรีจังหวัดสระบุรี โดยใช้ข้อมูลของผู้ใช้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรี ณ วันที่ 16 มกราคม 2559 ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 782 ราย (ที่มา : รายงานผู้ให้บริการสินเชื่อ ธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี)

1.5.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรี ซึ่งหาได้จากวิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ได้จำนวน 265 คน โดยคำนวณจากสูตรทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ดังต่อไปนี้

$$\text{แทนค่า } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

โดย n = จำนวนของขนาดตัวอย่าง
 N = จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา
 e = ค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้
 (โดยในการวิจัยนี้กำหนดให้ = 0.05)

1.5.3 ทำการแจกแบบสอบถามผู้ให้บริการสินเชื่อธุรกิจทุกคน และสินเชื่อบุคคลตามสัดส่วนจนได้กลุ่มตัวอย่างครบตามต้องการจำนวน 265 ตัวอย่าง และทำการเก็บเพิ่มอีก 15 ตัวอย่างเพื่อการเสียหายของแบบสอบถาม รวมเป็น 280 ตัวอย่าง

1.5.4 ขอบเขตของเนื้อหาการวิจัยครั้งนี้เป็นระดับคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรี ในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

1.5.5 ขอบเขตของด้านสถานที่ การวิจัยครั้งนี้เป็นการสอบถามลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อ ธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรี

1.5.6 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัยตั้งแต่ เดือน มีนาคม พ.ศ. 2559 – เมษายน พ.ศ. 2559

1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

- 1.6.1 ธนาคาร หมายถึง ธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน สระบุรี
- 1.6.2 ประเภทสินเชื่อ หมายถึง ประเภทสินเชื่อที่ธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน สระบุรีให้บริการ โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ 1) สินเชื่อบุคคล 2) สินเชื่อธุรกิจ
- 1.6.3 สินเชื่อบุคคล หมายถึง สินเชื่อกู้ยืมอเนกประสงค์ ใช้ในการปิดหนี้ หรือเป็นทุนหมุนเวียน ในธุรกิจขนาดเล็ก รวมถึงสินเชื่อเคหะ
- 1.6.4 สินเชื่อธุรกิจ หมายถึง สินเชื่อกู้ยืมเพื่อใช้ลงทุนในธุรกิจ หรือเป็นทุนหมุนเวียนในธุรกิจ
- 1.6.5 พนักงานผู้ให้บริการ หมายถึง พนักงานของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน สระบุรี ที่ทำหน้าที่ให้บริการแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคาร
- 1.6.6 ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรีซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้

1.6.7 คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การให้บริการที่ดีเลิศ ตรงกับความต้องการหรือเกิน ความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเกิดความจงรักภักดี โดยมีองค์ประกอบ ของคุณภาพในการให้บริการ ดังนี้ คือ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความ รวดเร็ว ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

1.6.8 สิ่งสัมผัสได้ หมายถึง สภาพแวดล้อมทั่วไป ณ บริเวณสถานที่ที่การส่งมอบบริการ นั้น ๆ เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การตกแต่ง บรรยากาศ ที่จอดรถ ของสถานที่นั้น ๆ ยังรวมถึงการแต่งกาย และบุคลิกภาพของพนักงานที่ทำการส่งมอบบริการนั้นด้วย ธนาคารมีป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินเชื่อ มองเห็นชัดเจน, โบชัวร์สินเชื่อมีข้อมูลละเอียด ครบถ้วน, อุปกรณ์เครื่องใช้ในการให้บริการ ได้แก่ ปากกา เอกสารแนะนำสินเชื่อ เอกสารคำขอสินเชื่อ, ธนาคารมีป้ายบอกบริการ/ชื่อหน่วยงานติดต่อชัดเจน และเข้าใจง่าย

1.6.9 ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความเชื่อถือและไว้วางใจผู้ให้บริการ ว่าสามารถที่จะการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ ซึ่งความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจของ ผู้ให้บริการแต่ละคนย่อมไม่เท่ากัน ซึ่งวัดได้จากประสบการณ์ที่เคยลองใช้บริการ หรืออาจวัดจากความรู้สึก ที่สัมผัสได้ครั้งแรกของผู้รับบริการ โดยดูได้จาก ความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลของพนักงาน ผู้ให้บริการ ความซื่อสัตย์ และการตรงต่อเวลา อีกทั้งยังรวมถึงการไม่เปิดเผยข้อมูล ผู้ใช้บริการแก่ผู้อื่น อีกด้วย เช่น พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อ, พนักงานมีความ ซื่อสัตย์ ตรงต่อเวลา มีความน่าเชื่อถือ, พนักงานแต่งกายเรียบร้อย มีบุคลิกภาพดี มีความน่าเชื่อถือ, พนักงานไม่วิจารณ์ลูกค้า หรือเผยแพร่ข้อมูลสำคัญของลูกค้าให้แก่บุคคลภายนอก หรือเพื่อแสวงหา ผลประโยชน์

1.6.10 ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ หมายถึง ช่วงเวลาที่พนักงานสามารถที่จะตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าได้ด้วยความตั้งใจและเต็มใจที่จะบริการ เพื่อแสดงถึงความเอาใจใส่ในงาน อย่างเต็มที่ ได้แก่ ความรวดเร็ว และความพร้อมที่จะให้บริการให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อ พนักงานสามารถให้ข้อมูล และคำแนะนำกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและไม่ปฏิเสธต่อคำขอของลูกค้า เช่น พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการทันที ที่ลูกค้าต้องการ, ไม่มีความซับซ้อนในกระบวนการ

ให้บริการ, ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ, อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อที่ใช้, ประเภทสินเชื่อที่ใช้ตรงกับความต้องการ

1.6.11 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ หมายถึง การที่สถานบริการนั้นมีหลักประกันว่าสามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพแก่ผู้ใช้บริการได้ โดยพนักงานมีความรู้ ความสามารถ ไม่ก้าวร้าว และยิ่งรวมถึงมาตรฐานต่าง ๆ ของสถานที่บริการ การรับประกันผู้ใช้บริการอาจจะวัดคุณภาพจากรางวัลต่าง ๆ ที่ทางผู้ให้บริการเคยได้รับ เช่น พนักงานธนาคาร ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อเป็นอย่างดี, ธนาคารมีระบบการจัดการ และระบบตรวจสอบที่ได้มาตรฐาน, ธนาคารมีการรับประกันหากเกิดกรณีที่เกิดพลาด, พนักงานมีความรับผิดชอบในการให้บริการ

1.6.12 การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล หมายถึง การที่ผู้รับบริการต้องการได้รับความรู้สึกว่าเป็นคนที่มีความสำคัญในสถานบริการ และผู้ให้บริการดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการอย่าง กระจ่างหรือร้อน และตั้งอกตั้งใจ สามารถบริการ แก้ปัญหาต่าง ๆ ให้แก่ผู้รับบริการได้เป็นรายบุคคล และมีการสื่อสารกับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ที่สำคัญควรเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการแต่ละคนเท่า ๆ กัน เช่น ความกระจ่างหรือร้อนเอาใจใส่ให้บริการ ของพนักงาน ,มีพนักงานคอยให้คำแนะนำในทุก ๆ เรื่อง ที่เพียงพอต่อความต้องการ, ธนาคารให้บริการด้วยความเสมอภาค, พนักงานมีความเป็นกันเอง และดูแลเอาใจใส่

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี เพื่อให้ไปปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพในการให้บริการให้มีศักยภาพสูงสุดในอนาคต

1.7.2 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์และปรับปรุงการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี สามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

1.7.3 ข้อมูลด้านประเภทสินเชื่อ ต่อคุณภาพการให้บริการที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการของพนักงานผู้ให้บริการ เพื่อให้บริการได้ศักยภาพสูงสุดในอนาคต

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องคุณภาพในการให้บริการสินค้าของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรี ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสารรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้อธิบายตัวแปร นิยามปฏิบัติการ และการกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีและแนวคิดคุณภาพการให้บริการ
- 2.2 ทฤษฎีและแนวคิดพฤติกรรมการให้บริการ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดคุณภาพการให้บริการ

มีนักวิชาการหลายท่านทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ ดังนี้ เลิฟล็อก และไลท์ (Lovelock, C. & Wright, L. 2003, pp.12-14) ได้นิยามความหมายของการบริการว่า บริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหาคุณประโยชน์ให้แก่ลูกค้าในเวลา และสถานที่เฉพาะแห่งอันเป็นผลมาจากผู้รับบริการหรือผู้แทนที่นำ เอาความเปลี่ยนแปลงมาให้

กรอนรูส (Gronroos อ้างถึงใน พรพรรณ ประจักษ์เนตร, 2544, น. 54) กล่าวว่า “การบริการ คือ กิจกรรม หรือชุดของกิจกรรมซึ่งอาจอยู่ในสภาพที่มีตัวตนหรือไม่ก็ตาม เกิดขึ้นในลักษณะที่ผู้ให้บริการ มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า หรือผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับระบบของการบริการ ซึ่งจัดเตรียมไว้เพื่อแก้ปัญหา หรือความต้องการของลูกค้า”

สรุปการให้บริการหมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวก ให้ความช่วยเหลือให้การ สนับสนุน แก่ผู้มาใช้บริการ ทั้งนี้ในการให้บริการนั้นอาจมีการใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือใด ๆ ก็ได้

เวปเบอร์ (Weber, 1966, p.340 อ้างถึงใน ชัชวาลย์ ทัดศิวิชัย, 2552, น.17-25) กล่าวว่า การให้บริการที่มีประสิทธิภาพเป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการมากที่สุด คือ การให้บริการที่คำนึงถึงตัวบุคคล หมายถึง เป็นการบริการโดยปราศจากอารมณ์โกรธ ความเครียด และไม่มีความชอบพอใครเป็นพิเศษโดย สิ่งที่สำคัญ คือ ทุกคนต้องได้รับการปฏิบัติอย่างตรงไปตรงมา อย่างเท่าเทียมกันหากอยู่ในสภาพการณ์ เหมือนกัน

ตัวแบบที่ใช้วัดคุณภาพการให้บริการที่ได้รับความนิยมนำมาใช้อย่างแพร่หลายนั้น ได้แก่ ผลงาน ของพาราสุรามาน ซีแธมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry อ้างถึงใน ชัชวาล ทัดศิวิชัย, 2552) ซึ่งได้พัฒนาตัวแบบเพื่อใช้สำหรับการประเมินคุณภาพการให้บริการโดยอาศัยการประเมินจาก พื้นฐานการรับรู้ของผู้รับบริการหรือลูกค้า พร้อมกับได้พยายามหาความหมายของคุณภาพการ ให้บริการและปัจจัยที่กำหนดคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสม ผลงานความคิดและการพัฒนาตัวแบบ SERVQUAL ของซีแธมล์ พาราสุรามาน และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1985; 1990 อ้างถึงใน ชัชวาล ทัดศิวิชัย, 2552) มาจากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้าง คุณภาพการให้บริการ ที่ได้แบ่งระยะของการวิจัยออกเป็น 4 ระยะ โดยระยะที่ 1 ศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ในกลุ่มผู้รับบริการและผู้ให้บริการของบริษัทชั้นนำหลายแห่ง และนำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนา

รูปแบบคุณภาพในการให้บริการ ระยะที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงประจักษ์โดยมุ่งศึกษาที่ผู้รับบริการโดยเฉพาะ ใช้รูปแบบคุณภาพในการให้บริการที่ได้จากระยะที่ 1 มาปรับปรุงได้เป็นเครื่องมือที่เรียกว่า SERVQUAL และปรับปรุงเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินคุณภาพในการให้บริการตามการรับรู้ และความคาดหวังของผู้รับบริการ ระยะที่ 3 ได้ทำการศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์เหมือนในระยะเวลาที่ 2 แต่มุ่งขยายผลการวิจัยให้ครอบคลุมองค์การต่าง ๆ มากขึ้น มีการดำเนินงานหลายขั้นตอน เริ่มต้นด้วยการวิจัยในสำนักงาน 89 แห่ง ของ 5 บริษัทชั้นนำในการบริการ แล้วนำงานมาวิจัยทั้ง 3 ระยะเวลาศึกษาร่วมกันโดยการทำสัมมนากลุ่มผู้รับบริการและผู้ให้บริการ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในกลุ่มผู้บริหารและท้ายสุดได้ทำการวิจัยสำรวจในทุก ๆ กลุ่มต่อมาได้ทำการศึกษาอีกครั้งในธุรกิจบริการ 6 ประเภท ได้แก่ งานบริการซ่อมบำรุง งานบริการบัตรเครดิต งานบริการประกัน งานบริการโทรศัพท์ทางไกล งานบริการธนาคารสาขาย่อย และงานบริการนายหน้าซื้อขาย และระยะที่ 4 เป็นมุ่งศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการโดยเฉพาะ

งานวิจัย ของนักวิชาการทั้งสามท่านนี้ นับได้ว่ามีชื่อเสียงและเป็นพื้นฐานแนวคิดของการศึกษาในเรื่องการตลาดบริการ (Service Marketing)

ข้อสรุปทั่วไปจากงานวิจัยข้างต้น ซีแฮมล์ พาราซุรามานและคณะ (Ziethaml, Parasuraman, & Berry, 1990 อ้างถึงใน สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2550) ได้กำหนดมิติที่จะใช้วัดคุณภาพในการให้บริการ (Dimension of Service Quality) ไว้ 10 ด้าน มีมาตรวัดความพึงพอใจของการบริการรวม 22 คำถามด้วยกัน ซึ่งได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมบริการ

ตัวแปรหลัก 10 ตัวแปรที่ ซีแฮมล์ พาราซุรามานและคณะที่ได้พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้วัดคุณภาพในการให้บริการ สามารถสรุปได้ในตารางด้านล่าง ก่อนที่จะมีการปรับปรุงให้คงเหลือเพียง 5 ตัวแปรหลัก และได้ให้ความหมายของมิติหรือมุมมองของคุณภาพการให้บริการไว้กล่าวคือ

มิติที่ 1 ลักษณะของการบริการ (Appearance) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในการให้บริการ

มิติที่ 2 ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่เป็นไปตามคำมั่นสัญญาได้อย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง

มิติที่ 3 ความกระตือรือร้น (Responsiveness) หมายถึง การที่องค์การที่ให้บริการแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างเต็มที่ ทันทีทันใด

มิติที่ 4 สมรรถนะ (Competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ

มิติที่ 5 ความมีไมตรีจิต (Courtesy) หมายถึง มีอัธยาศัยยนอบน้อม มีไมตรีจิตที่เป็นกันเอง รู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริงใจ มีน้ำใจ และมีความเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติการให้บริการ

มิติที่ 6 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความสามารถในการด้านการสร้างความเชื่อมั่นด้วยความซื่อตรงและสุจริตของผู้ให้บริการ

มิติที่ 7 ความปลอดภัย (Security) หมายถึง สภาพที่บริการปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัยหรือปัญหา ต่าง ๆ

มิติที่ 8 การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับบริการเป็นไปด้วยความสะดวกไม่ยุ่งยาก

มิติที่ 9 การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ และการสื่อความหมาย

มิติที่ 10 การเข้าใจลูกค้าหรือผู้รับบริการ (Understanding of Customer) ในการค้นหา และทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ รวมทั้งการให้ความสนใจต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ

ต่อมาภายหลัง ตัวแบบและวิธีการประเมินคุณภาพการให้บริการหรือ SERVQUAL ได้รับการนำมาทดสอบซ้ำจากโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกลุ่มทั้งสิ้น 12 กลุ่ม คำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์ จำนวน 97 คำตอบ ได้ทำการจับกลุ่มเหลือเพียง 10 กลุ่มที่แสดงถึงคุณภาพการให้บริการ โดยแบบวัด SERVQUAL นี้ได้ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ใช้วัดถึงความคาดหวัง ในบริการจากองค์กรหรือหน่วยงาน และส่วนที่ 2 เป็นการวัดการรับรู้ภายหลังจากได้รับบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ในการแปลคะแนนของแบบวัด SERVQUAL สามารถทำได้โดยการนำคะแนนการรับรู้ ในบริการลบกับคะแนนความคาดหวังในบริการ และถ้าผลลัพธ์ของคะแนนอยู่ในช่วงคะแนนตั้งแต่ +6 ถึง -6 แสดงว่า องค์กรหรือหน่วยงานดังกล่าวมีคุณภาพการให้บริการในระดับดี ทั้งนี้ นักวิชาการ ที่ทำการวิจัยดังกล่าว ได้นำหลักวิชาสถิติเพื่อพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวัดการรับรู้คุณภาพในการ บริการของผู้รับบริการ และได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) พบว่า SERVQUAL สามารถแบ่งมิติได้เป็น 5 มิติหลักและยังคงมีความสัมพันธ์กับมิติของ คุณภาพการให้บริการทั้ง 10 ประการ SERVQUAL ที่ทำการปรับปรุงใหม่จะเป็นการยุบรวมบางมิติ จากเดิมให้รวมกันภายใต้ชื่อมิติใหม่ SERVQUAL ที่ปรับปรุงใหม่ประกอบด้วย 5 มิติหลัก (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1990: 28; Lovelock, 1996 อ้างถึงใน ชัชวาล ทัดศิวิฐ, 2552) ประกอบด้วย

มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ ให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าจะได้รับการดูแล ห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการ ให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจนขึ้น

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผล ออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจ ที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถ เข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไป อย่างทั่วถึง รวดเร็ว

มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความ เชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการ

ให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

กมลลักษณ์ อัครตั้งเสถียร (2555) กล่าวว่า พาราซูราแมน ซีเทมส์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990) ได้พัฒนาและสร้างเครื่องมือในการประเมินคุณภาพบริการเรียกว่า SERVQUAL (Service Quality) ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์ดังภาพที่ 2.1

ปัจจัยสำหรับการประเมินคุณภาพบริการ (SERVQUAL)					
ปัจจัยพื้นฐานสำหรับการประเมินคุณภาพการบริการ	สิ่งที่สัมผัสได้	ความน่าเชื่อถือ	การตอบสนอง	ความมั่นใจ	การเอาใจใส่
ลักษณะทางกายภาพ	■				
ความเชื่อถือ		■			
การตอบสนอง			■		
ความสามารถ				■	
ความมีมารยาท				■	
ความน่าศรัทธา				■	
ความปลอดภัย				■	
การเข้าถึงบริการ					■
การสื่อสาร					■
ความเข้าใจ					■

ภาพที่ 2.1 ความสัมพันธ์ของปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการใน SERVQUAL และปัจจัยพื้นฐานสำหรับการประเมินคุณภาพบริการ

ที่มา : Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990).

1) สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) คือ การบริการที่นำเสนอในลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และสามารถสัมผัสได้ ได้แก่ เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลากร และการใช้สัญลักษณ์ หรือเอกสารที่ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสาร

2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ ความสามารถในการให้บริการนั้นตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งมีความถูกต้อง เหมาะสมและมีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของบริการที่จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้

3) การตอบสนอง (Responsiveness) คือ ผู้ให้บริการมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการโดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมารับบริการ

4) การให้ความมั่นใจ (Assurance) คือ ผู้ให้บริการมีทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ รวมทั้งการเอาใจใส่ กิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการให้บริการ รวมทั้งสามารถทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจและเกิดความมั่นใจในการรับบริการได้

5) การเอาใจใส่ (Empathy) คือ ความสามารถในการดูแล ความเอื้ออาทร เอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการ

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการจะเห็นว่า คุณภาพการบริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการในด้านของคุณภาพบริการภายหลังจากที่ผู้รับบริการได้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการนั้น ๆ และมีความต้องการที่จะใช้บริการนั้น โดยตัวแบบและวิธีการประเมินคุณภาพการให้บริการหรือ SERVQUAL ของ ซีแทมส์, พาราซูราแมน และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1990) ซึ่งระบุมิติที่สำคัญต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดผลรวมในการรับรู้ของลูกค้าว่าเป็นการบริการที่มีคุณภาพไว้ 5 มิติ ผู้วิจัยจึงนำตัวแบบและวิธีการประเมินคุณภาพการให้บริการหรือ SERVQUAL มากำหนดเป็นตัวแปรตาม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550, น.145) ได้กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ การให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือคู่แข่งขึ้น โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ถูกคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีตจากการพูดปากต่อปาก จากโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) ในรูปแบบที่เขาต้องการ (How) นักการตลาดต้องการทำการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้าทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตาม ลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการ

1) การเข้าถึงลูกค้า บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาสถานที่แก่ลูกค้า ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนานทำเลที่ตั้งอันเหมาะสมแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า

2) การติดต่อสื่อสาร มีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่ลูกค้า เข้าใจง่าย เช่น ป้ายบอกวิธีการใช้โทรศัพท์สาธารณะสำหรับผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ เป็นรูปแบบซึ่งแม่ ผู้ที่ไม่สามารถอ่านหนังสือได้หรือชาวต่างชาติก็สามารถรู้วิธีใช้ได้

3) ความสามารถ บุคลากรหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงานหรือทำงานโดยไม่มีข้อผิดพลาด

4) ความมีน้ำใจ บุคลากรหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจารณ์ญาณหรือสามารถตรวจสอบข้อผิดพลาดจากการสั่งการของลูกค้าและแจ้งให้ทราบโดยชัดเจน

5) ความน่าเชื่อถือ บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและ ความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า การคิดค่าบริการถูกต้อง

6) ความไว้วางใจ บริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

7) การตอบสนองลูกค้า พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

8) ความปลอดภัย บริการที่ให้อาจปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ

9) การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนคุณภาพของบริการดังกล่าวได้

10) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า พนักงานหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการต้องได้รับการออกแบบเพื่อพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจ ตอบสนองความต้องการดังกล่าว

บัซเซลและเกลล์ (Buzze & Gale, 1987 อ้างถึงใน อนุวัฒน์ ศุภชุติกุล, 2542, น. 2-3) ได้กล่าวถึงเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการไว้ ดังนี้

1) คุณภาพการให้บริการ จะถูกกำหนดโดยผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการจะเป็นผู้พิจารณาว่าอะไรที่เรียกว่าคุณภาพ โดยไม่ได้ใส่ใจว่ากระบวนการทำให้การบริการเกิดขึ้นนั้นเป็นอย่างไร องค์กรที่ดี ผู้ใช้บริการแต่ละคนย่อมมีมุมมองในเรื่องคุณภาพที่อาจแตกต่างกันไปบ้าง

2) คุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งที่องค์กรจะต้องค้นหาอยู่ตลอดเวลาไม่มีจุดสิ้นสุด โดยที่เราไม่สามารถกำหนดคุณภาพการให้บริการให้เป็นไปโดยเฉพาะเจาะจง หรือเป็นสูตรสำเร็จตายตัวได้ การให้บริการที่ดีมีคุณภาพจึงต้องทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ทั้งในช่วงเวลาที่กิจการดำเนินไปได้ด้วยดีหรือไม่ดีก็ตาม

3) คุณภาพการให้บริการ จะเกิดขึ้นได้ด้วยความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้ปฏิบัติงานในส่วนใด การควบคุมคุณภาพของการปฏิบัติงานของแต่ละคนเป็นเรื่องที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการให้บริการที่มีคุณภาพได้ สิ่งที่ผู้ปฏิบัติงานจำเป็นต้องได้รับคือการปลูกฝังจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อการให้บริการ และการนำเสนอบริการที่มีคุณภาพอยู่เสมอ ทั้งต่อเพื่อนร่วมงานและผู้ใช้บริการ

4) คุณภาพการให้บริการ การบริหารการบริการ และการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งที่ไม่อาจแยกออกจากกันได้ ในการนำเสนอการให้บริการที่มีคุณภาพนั้น ผู้ปฏิบัติงานให้บริการจะต้องมีความรู้และเข้าใจคำติชมผลงาน ซึ่งให้การนี้ ผู้บริการจะต้องเอาใจใส่ต่อการบริหารจัดการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานบริการด้วยความจริงใจและสร้างสรรค์ ภายใต้อความมุ่งหวังที่จะให้บริการที่ออกมาดีมีคุณภาพดี

5) คุณภาพการให้บริการ จะต้องอยู่บนพื้นฐานความเป็นธรรม

6) คุณภาพการให้บริการจะดีเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของการบริการภายในองค์กร ที่เน้นความเป็นธรรมและคุณค่าของคน โดยองค์กรที่ให้บริการที่สามารถปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการ และบุคลากรขององค์กรได้อย่างเท่าเทียมกัน ย่อมสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพการให้บริการอย่างแท้จริง

7) คุณภาพการให้บริการขึ้นอยู่กับความพร้อมในการให้บริการแม้ว่าคุณภาพการให้บริการ จะไม่สามารถหรือยากที่จะกำหนดตายตัวลงไป แต่การวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมของการบริการไว้ล่วงหน้า รวมทั้งการเรียนรู้ในสิ่งที่เป็นความต้องการหรือความคาดหวังของ ผู้ใช้บริการ ย่อมก่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพที่ดี

8) คุณภาพการให้บริการ หมายถึงการรักษาความมั่นใจสัญญาว่าองค์กรจะให้บริการลูกค้าหรือผู้รับบริการได้อย่างที่เป็นไปตามความคาดหวัง และเป็นไปตามเงื่อนไขที่ผู้ปฏิบัติงานให้บริการ

เลิฟล็อก และไลท์ (Lovelock, C. & Wright, L. 2003, p.12-14) กล่าวถึงองค์ประกอบของการบริหารบริการ ดังนี้

1) องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ผู้บริหารจะต้องพิจารณาผลิตภัณฑ์ทั้งผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) และองค์ประกอบเสริมในส่วนที่เป็นบริการควบคู่กับตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้บริหารต้อง

พิจารณาผลิตภัณฑ์ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า รวมถึงการพิจารณาผลิตภัณฑ์ของ คู่แข่งขันทำได้ดีมาน้อยเพียงใด

2) สถานที่ ไซเบอร์สเปซ และเวลา การส่งมอบองค์ประกอบของสินค้าไปสู่ลูกค้านั้นต้องเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ทั้งในเรื่องเวลาและสถานที่ รวมไปถึง ช่องทางการจำหน่าย ซึ่งเป็นช่องทางทั่วไปและใช้อิเล็กทรอนิกส์ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับรูปแบบของผลิตภัณฑ์บริการที่ ส่งมอบ บริการส่งข่าวสารข้อความ และอินเทอร์เน็ต ช่วยให้ข้อมูลผ่านไซเบอร์สเปซ การไม่มีสถานที่ที่พบเห็นได้ จึงมีการใช้การสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์แทนไปยังลูกค้าในเวลาที่ต้องการโดยผ่านโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ บริษัทอาจส่งมอบผลิตภัณฑ์บริการถึงลูกค้าโดยตรง หรือการใช้ผ่านตัวการซึ่งเป็นองค์กรอื่น ได้เช่น ร้านค้าปลีกของบริษัทอื่น โดยจะได้รับค่าธรรมเนียม หรือเปอร์เซ็นต์จากราคาขาย และการติดต่อกับลูกค้า สิ่งสำคัญที่ถือเป็นกลยุทธ์ในด้านบริการ ได้แก่ ความรวดเร็ว และความสะดวก ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับ

3) กระบวนการ การสร้างและส่งมอบสินค้าองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้า นั้น ต้องมีการออกแบบและจัดการขบวนการในเชิงปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพกระบวนการนั้นสามารถอธิบายได้ว่าเป็นวิธีการและลำดับขั้นตอนซึ่งระบบบริการต้องดำเนินไป กระบวนการผลิตบริการที่ออกแบบมาไม่ดีมักจะสร้างความไม่พอใจให้กับลูกค้าเนื่องจากอาจมีความล่าช้า มีขั้นตอนมาก และประสิทธิภาพในการบริการต่ำ ในขณะที่กระบวนการผลิตบริการที่ดี ก็จะส่งผลกระทบต่อพนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้า ในการทำงาน สิ่งเหล่านี้ จะส่งผลถึงคุณภาพของผลผลิตในการบริการและความล้มเหลวในการบริการในที่สุด

4) ผลผลิตและคุณภาพ องค์ประกอบเหล่านี้โดยมากมักจะพิจารณาแยกกันที่ละส่วนแต่ ไม่ควรพิจารณาองค์ประกอบเหล่านี้แยกกันโดยเด็ดขาด การปรับปรุงผลผลิตเป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะทำให้การควบคุมต้นทุนมีประสิทธิภาพ แต่ผู้บริหารต้องระวังไม่ให้มีการลดคุณภาพและระดับบริการลงอย่างไม่เหมาะสมจนลูกค้าเกิดความไม่พอใจ คุณภาพบริการตามที่ลูกค้ากำหนดเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งทำให้เป็นความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ ธุรกิจจำเป็นต้องมีการรักษาระดับบริการ เพื่อสร้างให้ผู้บริโภคพอใจ และเกิดความภักดีในการใช้บริการอย่างใดก็ได้ การลงทุนปรับปรุงคุณภาพโดยปราศจากความเข้าใจถึงต้นทุนที่เพิ่มขึ้นและรายได้ที่เพิ่มขึ้นอาจทำให้บริษัท มีความสามารถในการทำกำไรพร้อม ๆ กับมีความเสี่ยงสูงในเวลาเดียวกัน

5) บุคคล ผลิตภัณฑ์บริการทั้งหลายขึ้นอยู่กับคนที่บุคคลปฏิบัติต่อกันสองฝ่าย คือ ระหว่างลูกค้ากับพนักงานของบริษัท สภาพของการปฏิบัติต่อกันสองฝ่ายมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้าในด้านคุณภาพของบริการเป็นอย่างมาก ลูกค้ามักตัดสินใจเกี่ยวกับคุณภาพของบริการ ที่เขาได้รับจากการประเมินบุคคลที่เป็นผู้ให้บริการบริษัทที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มักทุ่มเทความพยายามอย่างมากกับการรับและคัดเลือกพนักงาน การฝึกอบรม การจูงใจพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีหน้าที่ติดต่อกับลูกค้า

6) การส่งเสริมตลาดและการให้ข้อมูลแก่ผู้ใช้บริการ ไม่มีการส่งเสริมตลาดใดจะสำเร็จลงได้โดยปราศจากการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ องค์ประกอบนี้มีบทบาทสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ให้ข่าวสารและคำแนะนำที่จำเป็น จูงใจกลุ่มเป้าหมายให้เห็นถึงความดีของผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมลูกค้าให้ก่อปฏิกริยาเมื่อถึงเวลาอันควร ในการตลาดบริการการสื่อสารส่วนมากมีลักษณะคล้ายกับการอบรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

กับลูกค้ากลุ่มใหม่ บริษัทอาจต้องให้ความรู้แก่ลูกค้าเกี่ยวกับคุณสมบัติของบริการ สถานที่และเวลาที่ผู้ใช้บริการ รวมถึงวิธีการเข้าร่วมในกระบวนการ ส่งมอบอย่างได้ผล การสื่อสารอาจทำโดยตัวบุคคล เช่น พนักงานขาย ผู้ให้การฝึกอบรม หรือผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับและเว็บไซต์

7) หลักฐานที่เป็นตัววัตถุ รูปร่างของตัวตึก สวนหย่อม พาหนะ เฟอร์นิเจอร์ตกแต่ง เครื่องมือ สมาชิกที่เป็นพนักงาน ป้ายวัสดุสิ่งพิมพ์ และสิ่งเร้าที่มองเห็นด้วยตาเปล่าทั้งหมดนี้เป็นหลักฐานเสริมที่พอมองเห็นได้ และแสดงถึงรูปแบบและคุณภาพบริการของบริษัท ธุรกิจด้านบริการจำเป็นต้องบริหารหลักฐานที่เป็นตัววัตถุอย่างรอบคอบเนื่องจากอาจมีผลกระทบอย่างแรงต่อความประทับใจและความรู้สึกของลูกค้าได้ในบริการที่มีองค์ประกอบที่จับต้องได้

8) ราคาและค่าใช้จ่ายอื่นของผู้ใช้บริการ องค์ประกอบนี้ชี้ให้เห็นถึงการบริหารค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เนื่องจากลูกค้าได้รับคุณประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ในรูปบริการ ความรับผิดชอบไม่จำกัด อยู่ที่งาน การตั้งราคาหรือสร้างราคาขายแก่ลูกค้าเท่านั้น ซึ่งก็รวมถึงการตั้งกำไรจากการค้าและตั้งข้อตกลงเกี่ยวกับสินเชื่อด้าน นอกจากนั้นผู้จัดการบริการยังต้องตระหนักถึงทางปฏิบัติเพื่อหาวิธีลดต้นทุนและสิ่งอื่นที่ลูกค้ารับภาระไว้ในกาซื้อและพยายามในรูปวัตถุและจิตใจ รวมไปถึงประสบการณ์ของลูกค้าในอดีตที่อาจจะ เป็นลบหรือไม่พอใจต่อรูปแบบบริการก็ได้

เพนชานสกี และโทมัส (Penchansky & Thomas, 1961, p. 8 อ้างถึงในสมุมาริ พรณนิยม, 2548, น. 23) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงบริการ ดังนี้

1) ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ คือ ความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับความต้องการขอรับบริการ

2) การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวก โดยคำนึงถึงลักษณะที่ตั้งของ การเดินทาง

3) ความสะดวกและอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ ได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้รับบริการยอมรับว่าให้ความสะดวกและมีสิ่งอำนวยความสะดวก

4) ความสามารถของผู้รับบริการ ในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ

5) การยอมรับคุณภาพของบริการ ซึ่งในที่นี้รวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย ดังนั้นความเข้าใจถึงบริการจึงมีบทบาทสูงมากที่จะช่วยให้พนักงานบริการปฏิบัติงานด้วยความใส่ใจ ถูกต้องตรงตามนโยบายคุณภาพของอุตสาหกรรมบริการ เพื่อให้เกิดความมีมาตรฐานในการทำงาน โดยขั้นต้นควรเข้าใจความหมายของคำว่าให้บริการ (Service) ดังนี้

S = Smile สิ่งแรกที่พนักงานต้องยิ้มเป็นและยิ้มอย่างเป็นมิตร อันแสดงถึงยิ้มสยามที่ชาวต่างชาติชื่นชมมามากที่สุด

E = Eye Contact เมื่อพนักงานยิ้มให้ลูกค้า แล้วต่อมาก็ต้องตามด้วยการสบตาหรือการมองหน้า และกล่าวคำทักทาย

R = Remember เมื่อยิ้มแล้ว สบตาแล้ว กล่าวคำทักทายพร้อมเรียกชื่อด้วยจะถือเป็นสิ่งที่ดีมาก เพราะหากพนักงานสามารถจำชื่อได้จุดนี้ คือ สุดยอดแห่งการบริการ

V = Viewing การมองดูไปรอบ ๆ เอาใจใส่ คือ สิ่งจำเป็นอีกข้อหนึ่ง

I = Information การให้ข้อมูลและการนำเสนอการขายผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องถือเป็นข้อได้เปรียบคู่แข่งไม่น้อย เพราะพนักงานที่มีข้อมูลบริษัทมากยิ่งขึ้นทำให้ไขข้อข้องใจของลูกค้ามากขึ้น

C = Courtesy ความสุภาพอ่อนน้อม ให้เกียรติ เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการบริการพนักงานจงอย่าเผลอทำตัวเสมอลูกค้า ถึงแม้ว่าจะสนิทสนมกันมากแค่ไหนก็ตาม

E = Empathy รู้จักกาลเทศะ และเข้าอกเข้าใจลูกค้าว่าขณะนี้ผู้โดยสารกำลังต้องการอะไร เหล่านี้คือสิ่งที่ผู้ทำงานด้านบริการ ต้องทำงานความเข้าใจและใส่ใจ ถ้าสามารถปฏิบัติได้ตามที่กล่าวไว้ข้างต้นก็จะช่วยยกระดับการบริการของตนเองและบริษัทได้เป็นอย่างมาก

กล่าวโดยสรุป คือ คุณภาพการให้บริการ เป็นแนวคิดหนึ่งได้รับการนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการให้บริการ และได้รับความสนใจนำมาปรับปรุงเพื่อใช้เป็นเครื่องมือวัดสมรรถนะในการให้บริการขององค์กรต่าง ๆ มากขึ้นเป็นลำดับในปัจจุบัน ซึ่งคุณภาพการให้บริการนี้เป็นการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (ให้เกินความคาดหวังของผู้รับบริการ) ซึ่งจะดำเนินการในบริเวณที่ใช้บริการโดยตรงโดยเน้นตั้งแต่ผู้รับบริการเข้ามาใช้บริการ จนเสร็จสิ้น การบริการเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จ แต่คุณภาพการให้บริการจากที่กล่าวมาในข้างต้นไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่จะต้องอาศัยความพยายามมุ่งมั่นการเอาใจใส่ของผู้บริหาร และการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับภายในองค์กร ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ได้นำแนวคิดของซีแฮมล์ และเบิร์นเนอร์ (Zeithaml & Bitner, 1996 อ้างถึงใน ชัยสมพล ชาวประเสริฐม. 2548, น. 106) ซึ่งประกอบไปด้วย คุณภาพในการให้บริการในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็ว ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล มาใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดระดับคุณภาพการให้บริการ

2.2 ทฤษฎีและแนวคิดพฤติกรรมกรให้บริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552, น. 18) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่าเป็นกิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการโดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

สมชาติ กิจยรรยง (2542, น. 42) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นกิจกรรมหรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจด้วยลักษณะของตนเอง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับการขายสินค้า หรือบริการใด ๆ การให้บริการอาจจะเกี่ยวข้องกับการใช้ หรือไม่ใช่สินค้าที่มีตัวตน แต่ไม่ได้แสดงความเป็นเจ้าของสิ่งนั้น

วารสารรถไฟสัมพันธ์ (2544, น. 13) ได้กล่าวถึง การให้บริการ คือ การที่ผู้ให้บริการในงานด้านนั้น ๆ จำเป็นที่จะต้องมียอดประกอบของผู้ให้บริการที่ดี ซึ่งการที่มีองค์ประกอบของผู้ให้บริการที่ดี จะช่วยให้ผู้มารับบริการ เกิดความพึงพอใจ หรือความรู้สึกที่ประทับใจ ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวประกอบไปด้วย

- 1) การทำให้ผู้อื่นชื่นชอบ
- 2) การทำให้ผู้อื่นได้รับสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามความต้องการ
- 3) การทำให้ผู้อื่นรู้สึกประทับใจ
- 4) ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์โดยมีเงื่อนไขแห่งการให้ ทั้งที่เป็นสิ่งที่จับต้องได้และไม่ได้ด้วยความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และอัธยาศัยดี
- 5) การขยายตลาด หรือแม้กระทั่งความหมายในเชิงประชาสัมพันธ์ คือการให้บริการแก่ประชาชน ลูกค้า รวมทั้งอำนวยความสะดวกสบาย เพื่อเป็นการสร้างค่านิยมและภาพพจน์

ผู้ให้บริการ คือ ผู้ที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการให้บริการ ในที่นี้มีหน้าที่หลัก ๆ คือการส่งมอบบริการที่ดีที่สุด เป็นเลิศที่สุดให้แก่ผู้รับบริการ โดยที่ผู้รับบริการนั้นจะต้องได้รับความพึงพอใจมากที่สุดด้วยเช่นกัน ในการให้บริการนี้เองผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการบริการสามารถที่จะส่งมอบการบริการต่าง ๆ ไปยังผู้รับบริการได้หลายวิธี โดยให้บริการด้วยตนเอง ให้บริการผ่านพนักงานหรือการให้บริการผ่านเครื่องอัตโนมัติ ไม่ว่าจะเป็นการส่งมอบการบริการด้วยวิธีใดก็ตาม การบริการนั้นจะต้องระวังเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเกิดขึ้น ณ เวลาที่ผู้รับบริการใช้บริการนั่นเอง ดังนั้นการบริการที่ส่งมอบไปยังผู้รับบริการจึงจำเป็นที่จะต้องดีที่สุดเท่าที่จะทำได้

ผู้รับบริการ คือ ผู้บริโภคที่ได้เข้ามาใช้บริการต่าง ๆ ที่ผู้ให้บริการจัดให้มีไว้ ณ จุดที่บริการ ถือได้ว่าผู้รับบริการเป็นผู้ที่สร้างรายได้ และกำหนดทิศทางอนาคตของธุรกิจบริการนั้น ๆ ผู้รับบริการสามารถที่จะบอกได้ว่าธุรกิจจะสามารถอยู่รอดได้มากน้อยเพียงใด สังเกตได้จากความสัมพันธ์อันดีระหว่าง ผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ และความสามารถของผู้ให้บริการในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้มากน้อยเพียงใด การที่ผู้รับบริการเป็นผู้ที่กำหนดทิศทางในการดำเนินธุรกิจบริการว่าจะสามารถดำเนินกิจการไปได้อีกนานหรือไม่ ผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงปัจจัยหลาย ๆ ด้าน และคอยปรับปรุงให้สอดคล้องกับผู้รับบริการมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างการส่งมอบ สินค้าที่ดีหรือการบริการที่ดี ความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการ การคาดหวังจากการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ปรัชญา เวสารัชช์ (2540, น.26) กล่าวถึง การให้บริการโดยสรุปได้ว่า พฤติกรรมและวิธีการบริการของเจ้าหน้าที่บริการมีความสำคัญมากที่สุดในการสร้างความประทับใจในการบริการประชาชน ทั้งนี้เพราะประชาชนได้รับประสบการณ์โดยตรงจากสัมผัสกับเจ้าหน้าที่บริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทยซึ่งยังมีได้พัฒนาเทคโนโลยีบริการ ซึ่งลดโอกาสสัมผัสติดต่อโดยตรงระหว่างเจ้าหน้าที่บริการกับประชาชน เรื่องที่จะทำให้ประชาชนเกิดการประทับใจที่ดีหรืออาจเกลียดชังประทับใจถ้าได้รับบริการที่ไม่ดี ขึ้นกับปัจจัย ดังนี้

1) บุคลิกภาพและการปรากฏตัวของเจ้าหน้าที่บริการ โดยแสดงออกในลักษณะต่าง ๆ คือ

1.1) รูปร่างหน้าตา สีหน้าและการแสดงออกนั้นเป็นลักษณะที่เจ้าหน้าที่บริการแสดงให้ปรากฏต่อผู้พบเห็นนอกจากรูปร่างหน้าตา

1.2) เสื้อผ้าเครื่องประดับ เจ้าหน้าที่ควรแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าที่เรียบร้อยไม่ดูหยาบตามแฟชั่น หากเป็นหญิงก็ไม่ควรให้ดูโป๊ โดยทั่วไปควรแต่งตัวให้ดูเหมาะสมกับการเป็นข้าราชการคือควรมีความเรียบร้อยดูแล้วสะอาดตา

1.3) การแต่งตัว การแต่งหน้า แต่งเล็บ ทำผม และการประเทืองร่างกาย ควรแต่งหน้าเพียงบาง ๆ ใช้สีสันทันทีไม่ฉูดฉาด ผมเผ้าไม่รุงรัง นอกจากนี้ยังไม่ควรชโลมน้ำหอมจนมากเกินไป

2) การพูดจาตอบคำถาม ในกรณีการบริการเป็นลักษณะกึ่งอัตโนมัติซึ่งผู้รับบริการรู้หน้าที่และไม่ต้องถามคำถาม รวมทั้งผู้ให้บริการก็ไม่จำเป็นต้องถามคำถาม ความจำเป็นต้องพัฒนาการพูดจาและการตอบคำถามก็ไม่มี กรณีดังกล่าวนี้หาได้ยากมาก หากเป็นเช่นนั้นหน่วยงานบริการก็ควรหาเครื่องจักรมาแทนคนได้ แต่บริการเป็นเรื่องเสียไม่ได้ในการพบปะและการสื่อสาร ผู้รับบริการจะประทับใจในประเด็นต่อไปนี้ มีการยิ้มแย้มแจ่มใสและทักทาย มีการซักถาม ความต้องการ การอธิบาย วิธีการพูดที่สุภาพ

2.3 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550, น.57-59) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญมี ดังนี้

1) อายุ เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างของส่วนตลาด ได้ค้นคว้าความต้องการของตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้น

2) เพศ เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดเช่นกัน นักการตลาดต้องศึกษาตัวแปรนี้อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่สตรีทำงานมากขึ้น

3) ลักษณะครอบครัว ในอดีตถึงปัจจุบันลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอดและมีความสำคัญยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวกับหน่วยผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่ง และยังสนใจการพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์ และโครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจในครัวเรือน เพื่อช่วยในการพัฒนายุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

4) รายได้ การศึกษา และอาชีพ เป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไป นักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวย แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนตลาดโดยถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือ รายได้จะเป็นตัวชี้วัดความสามารถในการจ่ายสินค้าหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า ในขณะเดียวกันการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่แท้จริงอาจถือเป็นเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ แม้รายได้เป็นตัวแปรที่ใช้บ่อยมาก นักการตลาดส่วนใหญ่จะโยงเกณฑ์รายได้รวมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่น ๆ เพื่อให้กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

โครงสร้างทางประชากรศาสตร์

คอตเลอร์ (Kotler, 1997, p.211 อ้างถึงใน ธนพร วรศักดิ์, 2552, น.18) ได้กล่าวว่า โครงสร้างทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย คุณลักษณะหลายประการซึ่งองค์ประกอบด้านประชากรที่สำคัญได้แก่ อายุ เพศ เชื้อชาติ สถานภาพ การศึกษา รายได้ ภาษา และศาสนา เป็นต้น

องค์ประกอบด้านเพศ พบว่า เพศชายและหญิง มีความแตกต่างกัน ทั้งด้านการศึกษา การเข้าสู่แรงงาน อาชีพ รายได้ และคุณลักษณะอื่น ๆ ทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เป็นต้น

องค์ประกอบด้านอายุของประชากร เป็นพื้นฐานของการวิเคราะห์ทางประชากรเกือบทุกด้าน เพราะอายุเป็นตัวเลขพื้นฐานที่สุดของคุณลักษณะส่วนบุคคล สัดส่วนของประชากรในแต่ละกลุ่มอายุที่แตกต่างกันมีผลต่ออัตราการเกิด การตาย สมรส และย้ายถิ่นที่อยู่

องค์ประกอบด้านสถานภาพ ศึกษาถึงสถานภาพการสมรส ตลอดจนจนถึงสิ้นสุดการสมรสโดยการหย่าร้างหรือหม้าย การทราบถึงสัดส่วนของประชากรที่เป็นโสดหรือสมรส สามารถใช้เป็นเครื่องวัดความแตกต่างทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมได้ในระหว่างประเทศ

องค์ประกอบด้านการศึกษา ระดับการศึกษาเป็นดัชนีแสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

องค์ประกอบด้านอาชีพ หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลประกอบเพื่อเลี้ยงชีพตน และครอบครัว สถานะด้านอาชีพของประชากรเป็นเรื่องที่ต้องศึกษาอย่างละเอียด ทั้งนี้เพราะตัวเลขด้านอาชีพจะแสดงถึงการมีงานทำ การว่างงาน รวมถึงสถานะด้านอาชีพเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

องค์ประกอบด้านรายได้ เป็นการแสดงถึงคุณลักษณะในเชิงเศรษฐกิจของประชากรจากการศึกษา ทำให้ทราบว่าประชากรจำนวนเท่าใดในประเทศที่ทำงานและไม่ทำงาน

การแบ่งองค์ประกอบทางประชากร

โพล และโทมัส (Pol & Thomas, 1997 อ้างถึงใน ธนพร วรศักดิ์, 2552, น.18-19) ได้แบ่งองค์ประกอบทางประชากรออกเป็น 2 ลักษณะ ทั้งในความหมายที่จำแนกตามกลุ่มอายุ ตามเพศ เป็นต้น และในความหมายกว้างโดยมีการพิจารณาแยกตามสถานภาพการสมรส ความหนาแน่นของประชากร การกระจายตัว รวมทั้งคุณลักษณะที่แตกต่างกันตามเศรษฐกิจสังคมของประชากรบุคคล หรือกลุ่มบุคคลนั้น ๆ ทั้งสองลักษณะดังกล่าวประกอบด้วย

1) คุณลักษณะทางชีวสังคมน เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องตามคติชีววิทยา หรือองค์ประกอบทางกายภาพ ดังนั้นจึงเป็นคุณลักษณะที่ติดมากับตัวหรือเป็นมาตั้งแต่เกิด คุณลักษณะทางชีวภาพดังกล่าวประกอบด้วย อายุ เพศ เชื้อชาติ และจริยธรรมจรรยา เป็นต้น ทั้งนี้คุณลักษณะสามประการแรกเป็นองค์ประกอบทางชีววิทยา ในขณะที่จริยธรรมจรรยามีพื้นฐานมาจากมรดกวัฒนธรรม

2) คุณลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม อาจใช้เป็นตัวลำดับชั้นทางสังคมของแต่ละตัวบุคคล ดังนั้นปัจจัยทางสังคมนี้อาจแตกต่างจากปัจจัยทางชีวสังคมน เนื่องจากเป็นปัจจัยที่เปลี่ยนแปลงได้ ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย สถานภาพการสมรส รูปแบบความเป็นอยู่ โครงสร้างครอบครัว รายได้ การศึกษา ตลอดจนอาชีพและสถานภาพการทำงาน นอกจากนี้การนับถือศาสนา รูปแบบคุณลักษณะบ้านเรือนที่อยู่อาศัย และรูปแบบชุมชนในบางครั้งก็จัดอยู่ในปัจจัยนี้เช่นกัน

จึงสรุปได้ว่า จากแนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ตามทัศนะของผู้วิจัยได้นำแนวคิดนี้มาใช้เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาตัวแปรต้นด้านปัจจัยส่วนบุคคล โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ เพื่อนำแนวคิดและทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษา และเป็นแนวทางดำเนินงานวิจัยในเพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่เกิดความแตกต่างในการวัดคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี จากการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ

ปนัดดา ต้นดีวัฒนพานิช (2550) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการของบริษัทรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาถึงความคาดหวัง การรับรู้ ซึ่งนำไปสู่การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ปัจจุบันในธุรกิจรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศได้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เกิดการแข่งขันกันในการให้บริการอย่างรุนแรง ซึ่งแต่ละบริษัทจะต้องมีกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อจะสามารถดึงดูดให้ลูกค้าสนใจ ที่จะมาใช้บริการ และเมื่อเกิดการบริการแล้วผู้ให้บริการก็ยังคงต้องมีกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการบริการเพื่อให้เกิดการใช้บริการซ้ำหรือให้เกิดการใช้

บริการอย่างต่อเนื่อง ไม่เปลี่ยนใจที่จะไปทดลองหรือสนใจ บริษัทอื่น ๆ การศึกษาวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นในการให้บริการอย่างไรที่จะตรงเป้าหมายและตรงกับความต้องการ ของลูกค้ามากที่สุด จึงมีการศึกษาความคาดหวังที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับการจากผู้ให้บริการ จากนั้นก็จะมีการศึกษาถึงการรับรู้ซึ่งผู้ให้บริการจะรับรู้ได้จากการบริการที่รับจริงซึ่งเป็นผลให้สามารถประเมินได้ถึงความพึงพอใจที่ลูกค้ามีต่อการบริการที่ได้รับอยู่

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้บริการให้ความคาดหวังต่อ บริษัท เอปซี จำกัดมากกว่าบริษัทอื่น ๆ ที่ใช้บริการอยู่ในทุก ๆ ด้าน 2) ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ต่อ บริษัท เอปซี จำกัด มากกว่าบริษัทอื่นที่ให้บริการอยู่ในทุก ๆ ด้าน 3) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการบริการของ บริษัท เอปซี จำกัด มากกว่าบริษัทอื่นที่ให้บริการอยู่ในทุก ๆ ด้าน

วิภา คະนิรัมย์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรี สี่แยกสาธุประดิษฐ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 21 – 30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ทำงานรับจ้างหรือเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ที่ 10,000 – 20,000 บาท ผลการวิจัยข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่ไปใช้บริการด้านการเงินฝาก ไปใช้บริการช่วงเที่ยง (11.01-13.00 น.) ส่วนใหญ่ไปใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง เหตุผลที่เลือกใช้บริการเพราะใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ผลการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจ พบว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านความสะดวก ด้านข้อมูล 6 ที่จะได้รับจากการบริการด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน มีระดับความพึงพอใจมาก การทดสอบสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์พบว่าผู้ให้บริการที่มี เพศ สถานภาพอาชีพ ที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้าน อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการ แตกต่างกัน การทดสอบสมมติฐานด้านการใช้บริการจากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เช่นประเภทของการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ความถี่ และเหตุผลที่มาใช้บริการที่ต่างกัน พบว่าการใช้บริการที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการบริการแตกต่างกัน

สิริลักษณ์ วงศ์กวีวิทย์ (2550) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการ ต่อการบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง จังหวัดตรัง สรุปได้ว่า

กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่ำกว่า 15,001 - 20,000 บาท/เดือน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง จังหวัดตรัง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจด้านพนักงานอยู่ในอันดับที่สูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านบริการ ด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์ ด้านสถานที่ และด้านประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ให้บริการที่มี อายุ อาชีพ รายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ช่อทิพย์ สิริรัตนพล (2551) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องคุณภาพการให้บริการในทัศนะของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ จำนวน 370 คน ผลการศึกษา พบว่า

ลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หญิง อายุ 41 - 50 ปี อาชีพรับจ้างพนักงานบริษัท รายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ประเภทบริการของธนาคารกรุงไทยที่ใช้มากที่สุดด้านเงินฝาก คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า พึงพอใจมากที่สุดอันดับสูงสุด ด้านสถานที่ของธนาคาร รองลงมาพอใจมากด้านเทคโนโลยี ด้านการให้บริการ และพอใจปานกลางด้านประชาสัมพันธ์ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวมผู้ใช้บริการที่มีอายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของการบริการต่างกันมีคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

ยุพาภรณ์ พิรุณมิ (2551, น.58 - 60) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาในสังกัดบางแค กรุงเทพมหานคร

พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งลูกค้าให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย ได้แก่ การให้บริการที่มีหลักฐานชัดเจน ด้านความคงเส้นคงวาในการให้บริการ ได้แก่ พนักงานให้บริการตามลำดับก่อนหลัง ด้านความสุภาพเป็นมิตรของผู้ให้บริการ ได้แก่ การแต่งกายสุภาพ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ได้แก่ การเต็มใจช่วยเหลืออย่างทันทีทันใด ด้านความรู้ความสามารถของบุคลากร ได้แก่ พนักงานตอบข้อสงสัยได้ทุกประเด็น ด้านความน่าเชื่อถือ ได้แก่ การแสดงอัตราดอกเบี้ย/ค่าภาษีที่เกี่ยวข้อง ด้านความเข้าใจลูกค้า ได้แก่ มีการสอบถามความต้องการของลูกค้า ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้ ได้แก่ บุคลิกภาพของผู้ให้บริการแบบมืออาชีพ และความสะอาดในการให้บริการ ได้แก่ แบบอย่างการกรอกแบบฟอร์ม

กันยารัตน์ รุณทรัพย์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาคุณภาพในการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าและศึกษาประเภทการให้บริการของธนาคารที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วงมากกว่า 40 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10,000 - 20,000 บาท ผลการวิจัยข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการประเภทต่าง ๆ พบว่า ผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่ใช้บริการด้านเงินกู้สำหรับผู้ซื้อบ้านทั่วไป ด้านเงินฝากประเภทออมทรัพย์ ใช้บริการด้านชำระค่าสาธารณูปโภคโดยวิธีชำระผ่านหน้าเคาน์เตอร์ธนาคาร ผลการวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ พบว่า ธนาคารมีคุณภาพในการให้บริการด้านความไว้วางใจได้ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสามารถด้านการเข้าถึงบริการ ด้านความสุภาพ/อหยาอหิมาตรี ด้านการติดต่อสื่อสารด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความปลอดภัย ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง และด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม มีระดับคุณภาพมาก

เสรี วงศ์ทวีลาภ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองครุ จังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ถึงความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองครุ จังหวัดสมุทรสาคร ผลศึกษาพบว่า ด้านรูปลักษณ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพ บริการสูงสุด คือ พนักงานธนาคารมีการแต่งกายที่สุภาพและเรียบร้อย บริการจริงที่ได้รับสูงสุด คือ พนักงาน ธนาคารมีการแต่งกายที่สุภาพและเรียบร้อย และความไม่พึงพอใจสูงสุด คือ เอกสารและข้อมูลแนะนำ บริการด้านเงินฝาก/สินเชื่อและบริการต่าง ๆ มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจด้านรูปลักษณ์ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวัง ต่อคุณภาพบริการสูงสุด คือ พนักงานแสดงออกถึงความ ซื่อสัตย์ สุจริต โดยรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า และการนำ ข้อมูลนั้นมาใช้ในการบริการลูกค้า บริการจริงที่ได้รับสูงสุด คือ พนักงานแสดงออกถึงความ ซื่อสัตย์ สุจริต โดยรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าและการนำ ข้อมูลนั้นมาใช้ในการบริการลูกค้า และ ความไม่พึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ ทำให้ไม่ต้องบริการอย่างเร่งรีบ โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความไม่พึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจด้านรับประกัน/การให้ ความมั่นใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการสูงสุด คือ พนักงานให้การบริการ ด้วยความเป็นมิตร สุภาพและมีมารยาท บริการจริงที่ได้รับสูงสุด คือ พนักงานให้การบริการด้วย ความ เป็นมิตร สุภาพและมีมารยาท และความไม่พึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการด้านเงินฝาก/สินเชื่อ/บริการต่าง ๆ โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความไม่พึงพอใจ ด้านรับประกัน/การให้ความมั่นใจด้านการตอบสนองลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวัง ต่อคุณภาพบริการสูงสุด คือ พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว บริการจริงที่ได้รับสูงสุด

ชลธิชา ศรีบำรุง (2557) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหิวฬ่อ จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่าง 370 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียว และการเปรียบเทียบแบบรายคู่ โดยวิธีของเซฟเฟ่ ผลการศึกษา พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างบริการ โดยผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ผู้รับบริการมีความคิดเห็น ต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพสาขาดอนหิวฬ่อ จังหวัดชลบุรี โดยรวม อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ของธนาคาร และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ พฤติกรรมของผู้รับบริการจากธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหิวฬ่อ จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่มาใช้บริการประเภท ฝาก - ถอน โดยมีความถี่ ในการมารับบริการเดือนละ 2 - 3 ครั้ง วันที่มาใช้บริการเป็นส่วนใหญ่ คือ วันจันทร์ - ศุกร์ ช่วงเวลา ที่มาใช้บริการมากที่สุดคือระหว่าง 13.01 - 16.30 น. ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการ ต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหิวฬ่อ จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการจาก ธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหิวฬ่อที่มีอาชีพ และความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพ การให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.02 ส่วนผู้รับบริการธนาคารกรุงเทพสาขา

คอนหัวฟ่อที่มีระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน วันที่มาติดต่อของรับบริการ และช่วงเวลามาติดต่อรับบริการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพให้บริการไม่แตกต่างกัน

ภักจิรา บานเพียร (2555) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการศึกษาได้จำแนกตามสาขาที่ให้บริการ คือ ลูกค้ำที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ และสาขานวนคร รวม 1,047,500 คน กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ ค่าสถิติทดสอบค่าที ความแปรปรวนทางเดียว ผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25 - 35 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อาชีพพนักงานบริษัท/หน่วยงานเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 25,000 บาท คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ โดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยมีความคิดเห็นด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้สูงสุด และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ต่ำสุด สาขานวนคร โดยรวม อยู่ในระดับสูงที่สุด โดยมีความคิดเห็น ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้สูงสุด และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ต่ำสุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลูกค้ำที่มีเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสาขาที่ให้บริการแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน และลูกค้ำที่ใช้บริการสาขาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็ว และด้านการรับประกันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพการให้บริการด้านการเอาใจใส่ลูกค้ำเป็นรายบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยลูกค้ำที่ใช้บริการที่สาขานวนครมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพการให้บริการสูงกว่า ลูกค้ำที่ใช้บริการสาขาประตูน้ำพระอินทร์ทุกด้าน

สุรางคนา ภัทรเมฆินทร์ (2555) การศึกษา SERVQUAL Model กับคุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ กรณีศึกษาธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้ำที่มาใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 6 สาขา จำนวน 46,044 บัญชี กลุ่มตัวอย่างทางการเลือกสุ่มตัวอย่างจากลูกค้ำที่มาใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 40 - 49 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีความถี่ในการใช้บริการกับธนาคาร 2 - 5 ครั้งต่อ 3 เดือน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการฝาก - ถอน ที่สาขาเทศบาลโกลด์ส ท็อปแลนด์ในช่วงเวลา 17.31 - 20.00 น. มากที่สุด

จากการศึกษาคุณภาพการบริการ SERVQUAL Model ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของธนาคารทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการบริการที่จับต้องได้ ด้านการบริการที่ไว้วางใจได้ ด้านการมุ่งมั่นเต็มใจให้บริการ ด้านการบริการที่เชื่อมั่น และด้านการบริการที่เอาใจใส่อยู่ในระดับมาก และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บังอร สุขประสงค์ (2556) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพบริการของแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลบางปะอิน ในการศึกษากลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้มารับบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบางปะอิน จำนวน 354 คน ผลการศึกษา พบว่า

ส่วนใหญ่ผู้รับบริการเป็นเพศหญิง มีอายุ 21 - 30 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี สถานภาพสมรสแล้ว รายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท และประกอบอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ระดับคุณภาพบริการโดยรวมพบว่าอยู่ในระดับสูง โดยด้านความเป็นรูปธรรม อยู่ในระดับสูงสุด จากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ต่อคุณภาพการให้บริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบางปะอิน พบว่าไม่แตกต่างกัน

นวรรตน์ วิมุตตา (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการของศูนย์บริการ บริษัท โตโยต้าปทุมธานี ในการศึกษากลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่ใช้บริการ จำนวน 376 คน โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา และนำข้อมูลที่รวบรวมได้ประมวลผลใช้ค่าสถิติร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษา พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 30 - 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 26,700 บาท และประเภทของรถยนต์รถเก๋ง และพบว่าผู้ใช้บริการได้ประเมินคุณภาพการบริการในภาพรวม อยู่ในระดับสูง โดยมีด้านการเข้าถึงบริการอยู่ในระดับสูงสุด รองลงมา ด้านความไว้วางใจ และด้านความกระตือรือร้น ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีคุณภาพบริการ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทรถยนต์ที่มาใช้บริการกับคุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมจินต์ หัสถิรัถย์ (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 ภาคกลาง กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่มาใช้บริการชำระเงินค่าไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค รังสิต และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 193 คน ผลการศึกษา พบว่า

คุณภาพการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ อยู่ในระดับสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านรู้จักและเข้าใจลูกค้า ผลการทดสอบพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ต่อประเภทช่องทางชำระเงินที่แตกต่างกัน ให้ผลไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และผลการทดสอบพบว่าผู้ใช้ไฟฟ้าที่ใช้สถานที่รับบริการแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าคุณภาพการให้บริการ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาครังสิต มากกว่าการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เสาวนีย์ พวงยอด (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลพยอม อำเภอลำลูกขัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลพยอม อำเภอลำลูกขัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 375 คน ผลการศึกษา พบว่า

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่อายุ 20 - 35 ปี จบการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ไม่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน คุณภาพการให้บริการโดยรวม อยู่ในระดับสูงสุด เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต่อ คุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลพยอม อำเภอลำลูกขัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน

จุฑามาส โภยทา (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของบริษัท โตโยต้า พีเอส เอ็นเตอร์ไพรซ์ จำกัด กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้รับบริการของบริษัท โตโยต้า พีเอส เอ็นเตอร์ไพรซ์ จำกัด จำนวน 387 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการทำวิจัย ผลการศึกษา พบว่า

คุณภาพการให้บริการโดยภาพรวม อยู่ในระดับสูง โดยพบว่าด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ อยู่ในระดับสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต่อ คุณภาพการให้บริการ ไม่มีความแตกต่างกัน เปรียบเทียบแผนกการให้บริการต่อ คุณภาพการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ

ทาริก คาอิล บาวาน่า, โมฮซิน บาเซีย, โมฮัมหมัด โมฮซิน (Tariq Khalil Bharwana, Dr. Mohsin Bashir, Mohammad Mohsin, 2013) ได้ทำการศึกษารื่อง ผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการของวิทยาลัยเอกชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ใช้ข้อมูลจากนักศึกษาของวิทยาลัยจำนวน 185 คน การวัดมิติของการประเมินคุณภาพเครื่องมือที่ได้จากการวิจัยของตุงไหล (2004) คุณภาพการให้บริการ รวมถึงการเอาใจใส่ รูปธรรม ประกัน การตอบสนองและความน่าเชื่อถือ เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับความพึงพอใจของนักศึกษาที่ได้รับจากงานวิจัย แบบสอบถามประกอบไปด้วย 26 คำถามไม่รวมประชากรผู้ตอบ เช่น เพศ อายุ ประสบการณ์ และคุณวุฒิ ฯลฯ ใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale

นักศึกษาที่แสดงความคิดเห็นถึงความพอใจในคุณภาพการให้บริการ ในขณะที่การประเมินคุณภาพได้คะแนนต่ำสุด ความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจมีมุมมองที่เป็นลบ วิธีการดำเนินการในการแก้ไข คือ ศึกษาและจัดการเพิ่มคุณภาพในการบริการ โดยให้ความสนใจอย่างยิ่ง เพราะกลุ่มตัวอย่างเน้นมุมมองทางด้านการบริการ และจะได้รับความเชื่อถือก็ต่อเมื่อวิทยาลัยมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแล้ว ข้อจำกัดของการศึกษาในการทำวิจัยนี้คือ งานวิจัยนี้ถูกจำกัดให้เฉพาะภาคบริการ โดยเฉพาะวิทยาลัย ภาคบริการอื่น ๆ ยังสามารถแสดงผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน

เอ็มดี. ฮัสเซียน กาแบร์ และเธเรเซคาร์ลสัน (Md. Hussain Kabir & Teresecarlson, 2010) ได้ทำการศึกษาคูณภาพการให้บริการและความคาดหวังของการรับรู้และความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการที่มีคุณภาพของมหาวิทยาลัย Gotland ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Likert Scales ตัวอย่างของประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ทางเลือกของประชากรของเราเป็นทางเลือกที่ไม่น่าจะเป็นทางเลือก คือ การทำด้วยความสะดวกสบาย ซึ่งหมายความว่าได้รับการติดต่อคนที่เราพบมีอยู่ เช่น วันหนึ่งเราเดินทางไปโดยเรือข้ามฟาก เราก็ได้กลุ่มตัวอย่างจากผู้ให้บริการเรือข้ามฟาก วันไหนเราเดินทางโดยรถไฟก็ได้กลุ่มตัวอย่างจากผู้ให้บริการรถไฟ เป็นต้น ได้จำนวนแบบสอบถามทั้งสิ้น 178 ตัวอย่าง การสำรวจที่สร้างขึ้นเป็นกรณีศึกษาและขึ้นอยู่กับวิธีการเชิงปริมาณ ผลจากขนาดที่แตกต่างกันแสดงให้เห็นว่ามีช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ ซึ่งหมายความว่าลูกค้าไม่พอใจเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ปลายทางของมหาวิทยาลัย Gotland ในทางตรงกันข้ามผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าใช่กับคำถามที่ว่าพวกเขาคิดว่าการบริการตอบสนองความต้องการของพวกเขา จากผลการดำเนินงานที่เราจะเห็นว่ามีความช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ซึ่งหมายความว่าคุณภาพการให้บริการไม่ได้เต็มที่กับความคาดหวัง ผลที่ได้แสดงให้เห็นจากตารางที่ได้ทำการวิเคราะห์ทางสถิติ

อีมาน โมฮัมเหม็ด และคนอื่น ๆ (Eman Mohamed & et al., 2013) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์และชื่อเสียงคุณภาพการให้บริการและความภักดีของลูกค้าต่อองค์กร กลุ่มตัวอย่างลูกค้าของบริษัทอียิปต์ที่ใหญ่ที่สุดใช้กลุ่มลูกค้าจำนวน 800 คน เป็นเพศชายร้อยละ 74.20 และเป็นเพศหญิง 25.80 อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20 – 30 ปี สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ห้ในการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เช่น ไค - สแควร์ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และการถดถอยเชิงเส้น มาตรการการใช้แบบสอบถามเพื่อให้ได้มาตรการของภาพลักษณ์และชื่อเสียง คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจชัดเจนสำหรับเนื้อหาของคำถามและมีคำแนะนำมีความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรง พบว่า คุณภาพการให้บริการโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกแบบมีนัยสำคัญ ภาพลักษณ์และชื่อเสียง แสดงให้เห็นว่าองค์กรมีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่แข็งแกร่งมาก และยังให้ระดับความเห็นด้วยในเรื่องของการบริการที่ดีเยี่ยม การวิจัยในครั้งนี้สามารถให้คำแนะนำและเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานในอนาคต และสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้วิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการโดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวก ระหว่างภาพลักษณ์และชื่อเสียง



บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องคุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรี ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 แหล่งข้อมูล
- 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรี โดยใช้ข้อมูลของผู้ใช้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรี ณ วันที่ 16 มกราคม 2559 ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 782 ราย (ที่มา : รายงานผู้ให้บริการ สินเชื่อ ธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรี) กลุ่มตัวอย่าง ได้จากการสุ่มตัวอย่างประชากรตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 คำนวณจำนวนของขนาดตัวอย่าง จากจำนวนประชากรทั้งหมด 782 ราย โดยคำนวณจากสูตรทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ดังต่อไปนี้

การบริการในด้านสินเชื่อ ข้อมูลลูกค้า ณ วันที่ 16 มกราคม 2559

- สินเชื่อบุคคล

1) สินเชื่อสวัสดิการ	8	ราย
2) สินเชื่อไทรทอง	62	ราย
3) สินเชื่อชีวิตสุขสันต์	289	ราย
4) สินเชื่อเคหะ	67	ราย
5) สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน	324	ราย

- สินเชื่อเพื่อการประกอบธุรกิจ

1) สินเชื่อธุรกิจ	8	ราย
2) สินเชื่อธุรกิจห้องแถว	24	ราย
รวม	782	ราย

$$\text{แทนค่า } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

โดย n = จำนวนของขนาดตัวอย่าง
 N = จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา
 e = ค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้
 (โดยในการศึกษานี้กำหนดให้ $e = 0.05$)

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าในสูตร } n &= \frac{782}{1 + 782(0.05)^2} \\ &= 264.636 \\ &= 265 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

ขั้นตอนที่ 2 ทำการแจกแบบสอบถามผู้ใช้บริการสินเชื่อบุคคลทุกคน และสินเชื่อบุคคลตามสัดส่วน จนได้กลุ่มตัวอย่างครบตามต้องการจำนวน 265 ตัวอย่าง และทำการเก็บเพิ่มอีก 15 ตัวอย่าง เพื่อกันการเสียหายของแบบสอบถาม รวมเป็น 280 ตัวอย่าง

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรี ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และประเภทสินเชื่อ

ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณภาพในการให้บริการ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาถึงระดับคุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรี ในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และศึกษาเปรียบเทียบระดับคุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรี ในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลชนิดของแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและระดับรายได้ของผู้มาใช้บริการ

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรี ในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็ว ด้าน

การรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล โดยคำถามจะมีลักษณะเป็น มาตรการวัดจำนวน 20 ข้อ ซึ่งให้ผู้ตอบเลือกตอบว่า สูงที่สุด สูง ปานกลาง ต่ำ ต่ำที่สุด โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ (วัฒนา สุนทรธัย, 2551, น. 56)

คะแนน	หมายถึง	ระดับคุณภาพการให้บริการ
5	หมายถึง	สูงที่สุด
4	หมายถึง	สูง
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	ต่ำ
1	หมายถึง	ต่ำที่สุด

$$\text{ความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8/\text{ชั้น}$$

กำหนดความหมายของระดับค่าเฉลี่ยของการวิเคราะห์ ดังนี้ (วัฒนา สุนทรธัย, 2551, น.71-73)

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง	มีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูงที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง	มีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง	มีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง	มีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับต่ำ
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง	มีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับต่ำที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี เพิ่มเติม

3.4 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

3.4.1 ทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพในการให้บริการ และนำมาสร้างเป็นร่างแบบสอบถาม

3.4.2 นำร่างแบบสอบถามเสนอคณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระเพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของคณะกรรมการที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ

3.4.3 เชิญผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหา (Validity) โดยแปลความหมายของคะแนนดังนี้

+1	สอดคล้องตรงกับคำจำกัดความ
0	ไม่แน่ใจกับคำจำกัดความ
-1	ไม่สอดคล้องตรงกับคำจำกัดความ

3.4.4 นำแบบสอบถามที่ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแล้วมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruency หรือ IOC) โดยคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ส่วนข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องที่ต่ำกว่า 0.50 นำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ ค่า IOC คือ 0.90

3.4.5 ผู้วิจัยขอหนังสือ ขอบความอนุเคราะห์ทดลองใช้เครื่องมือ จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ถึงผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรี

3.4.6 นำแบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ไปทดลองใช้ (Try Out) กับลูกค้าที่มาใช้บริการ จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1970 อ้างถึงใน ยุทธพงษ์ กัยวรรณ, 2543) จะต้องได้ค่า Cronbach's Alpha มากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 จึงจะถือว่าแบบสอบถามชุดนี้ยอมรับได้ ถ้ามีค่า Cronbach's Alpha ระหว่าง 0.60 – 0.70 อาจยอมรับได้ถ้าสามารถแสดงให้เห็นได้ว่าแบบสอบถามนั้นมีความเที่ยงตรงในระดับดี (Hair et al., 2006, p.778) ค่า ครอนบาค คือ 0.83

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5.1 ผู้วิจัยขอหนังสือ เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ถึงผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรี

3.5.2 ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์และทาง E-mail ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรี ในช่วงเดือน มีนาคม พ.ศ. 2559 - เมษายน พ.ศ. 2559

3.5.3 เก็บรวบรวมแบบสอบถามคืน เพื่อทำการตรวจสอบ และคัดเลือกฉบับที่สมบูรณ์เพื่อดำเนินการต่อไป

3.6 แหล่งข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นที่คุณภาพในการให้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรี ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยนี้ได้จำแนก ตามแหล่งที่มา 2 ส่วน คือ

3.6.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยได้จากการศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเช่น เอกสารจากผู้วิจัยท่านอื่นที่ได้ศึกษาไว้ก่อนหน้านี้อแล้ว รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากตำราและหนังสือต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นศึกษาข้อมูล ที่มา หลักวิชาการ บทความ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิจัย

3.6.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) มาเป็นเครื่องมือ โดยให้กลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้ตอบคำถามด้วยตนเอง

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- 3.7.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับที่ได้รับกลับคืน
- 3.7.2 จัดทำรหัสในแบบสอบถามตามที่กำหนดในตารางแจกแจงความถี่
- 3.7.3 ทำการกรอกข้อมูลตามรหัสลงในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ
- 3.7.4 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดจากการกรอกข้อมูล

3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อบรรยายลักษณะตัวแปรในกลุ่มตัวอย่าง เป็นการนำข้อมูลที่ได้เพื่อไปสรุปลักษณะของประชากรซึ่งผลที่ได้สามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจต่อไป

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ ใช้การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ย และการทดสอบตัวแปรด้วยค่าสถิติ t (t - test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้วยค่าสถิติ One - way ANOVA ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ตามลำดับ ดังนี้

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2 ตัวแปรที่ศึกษา

4.3 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติทดสอบ ที (t-test)
df	แทน	ค่าระดับชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
SS	แทน	ค่าผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยกำลังสองของคะแนน (Mean Square)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา (F-distribution)
Sig.	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 ตัวแปรที่ศึกษา

1) ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2) ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่จับต้องได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

4.3 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย สิ่งสัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

ตอนที่ 3 วิเคราะห์สมมติฐานการวิจัย ลูกค้ำที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรีแตกต่างกัน

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทสินเชื่อ

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ (n=280)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	140	50.00
หญิง	140	50.00
อายุ		
20-25 ปี	24	8.57
26-35 ปี	126	45.00
36-45 ปี	91	32.50
46-65 ปี	39	13.93
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือต่ำกว่า	14	5.00
อนุปริญญา/ปวส.	78	27.86
ปริญญาตรี	183	65.36
สูงกว่าปริญญาตรี	5	1.79
อาชีพ		
พนักงานบริษัท/หน่วยงานเอกชน	148	52.86
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	76	27.14
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	56	20.00
รายได้ต่อเดือน		
10,001 - 25,000 บาท	80	28.57
25,001 - 40,000 บาท	126	45.00
ประเภทสินเชื่อ		
สินเชื่อบุคคล	249	88.93
สินเชื่อธุรกิจ	31	11.07
รวม	280	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 เป็นเพศชาย จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 35 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็น ร้อยละ 45.00 รองลงมา ได้แก่ อายุ 36 - 45 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 อายุ 46 - 65 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13.93 และอายุ 20 - 25 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 65.36 รองลงมา ได้แก่ ระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 27.86 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือต่ำกว่า จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.79

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพนักงานบริษัท/หน่วยงานเอกชน จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 52.86 รองลงมา ได้แก่ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 27.14 และ ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 40,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมา ได้แก่ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 10,001 - 25,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 22.86 และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีจำนวนน้อยที่สุด ได้แก่ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 50,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.57

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ส่วนใหญ่ใช้สินเชื่อส่วนบุคคล จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 88.93 ส่วนสำหรับสินเชื่อธุรกิจ มีจำนวน 31 คนคิดเป็นร้อยละ 11.07

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย สิ่งที่สัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

GRAD VRU

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการ
สินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านสิ่งที่สัมผัสได้

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	\bar{x}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
ธนาคารมีป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินเชื่อ มองเห็น ชัดเจน	4.17	0.71	มาก
โบว์ชัวร์สินเชื่อมีข้อมูลละเอียด ครบถ้วน	4.07	0.64	มาก
อุปกรณ์เครื่องใช้ในการให้บริการได้แก่ ปากกา เอกสาร แนะนำสินเชื่อเอกสารคำขอสินเชื่อ	4.03	0.68	มาก
ธนาคารมีป้ายบอกบริการ/ชื่อหน่วยงานติดต่อชัดเจน และเข้าใจง่าย	3.98	0.70	มาก
รวม	4.06	0.35	มาก

จากตารางที่ 4.2 จะเห็นได้ว่า ลูกค้าให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการ
สินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ โดยรวม อยู่ในระดับ
มาก ($\bar{x}=4.06$, S.D.=0.35)

จากการวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการ
สินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่
คือ ธนาคารมีป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินเชื่อ มองเห็นชัดเจน ($\bar{x}=4.17$, S.D.=0.71) รองลงมา คือ
โบว์ชัวร์สินเชื่อมีข้อมูลละเอียด ครบถ้วน ($\bar{x}=4.07$, S.D.=0.64) อุปกรณ์เครื่องใช้ในการให้บริการ
ได้แก่ ปากกา เอกสารแนะนำสินเชื่อเอกสารคำขอสินเชื่อ ($\bar{x}=4.03$, S.D.=0.68) และธนาคารมีป้าย
บอกบริการ/ชื่อหน่วยงานติดต่อชัดเจนและเข้าใจง่าย ($\bar{x}=3.98$, S.D.=0.70)

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการ
สินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรีด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อ	3.98	0.66	มาก
พนักงานมีความซื่อสัตย์ตรงต่อเวลามีความน่าเชื่อถือ	4.06	0.69	มาก
พนักงานแต่งกายเรียบร้อยมีบุคลิกภาพดี มีความน่าเชื่อถือ	4.03	0.66	มาก
พนักงานไม่วิจารณ์ลูกค้าหรือเผยแพร่ข้อมูลสำคัญของลูกค้าให้แก่บุคคลภายนอกหรือเพื่อแสวงหาผลประโยชน์	3.96	0.67	มาก
รวม	4.01	0.41	มาก

จากตารางที่ 4.3 จะเห็นได้ว่า ลูกค้าให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$, S.D.=0.41)

จากการวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ตรงต่อเวลามีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X}=4.06$, S.D.=0.69) รองลงมา คือ พนักงานแต่งกายเรียบร้อยมีบุคลิกภาพดี มีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X}=4.03$, S.D.=0.66) พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อ ($\bar{X}=3.98$, S.D.=0.66) และพนักงานไม่วิจารณ์ลูกค้าหรือเผยแพร่ข้อมูลสำคัญของลูกค้าให้แก่บุคคลภายนอกหรือเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ ($\bar{X}=3.96$, SD=0.67)

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการ
 สินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสันจังหวัดสระบุรีด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการทันทีที่ลูกค้า ต้องการ	4.00	0.72	มาก
ไม่มีความซับซ้อนในกระบวนการให้บริการ	4.09	0.72	มาก
ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ	4.01	0.68	มาก
อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อ ที่ใช้เหมาะสม	3.95	0.68	มาก
ประเภทสินเชื่อที่ใช้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.98	0.69	มาก
รวม	4.01	0.40	มาก

จากตารางที่ 4.4 จะเห็นได้ว่า ลูกค้าให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ
 ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ โดยรวม อยู่ใน
 ระดับมาก ($\bar{X}=4.01$, S.D.=0.40)

จากการวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการ
 สินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ทุกข้ออยู่ใน
 ระดับมาก ส่วนใหญ่ คือ ไม่มีความซับซ้อนในกระบวนการให้บริการ ($\bar{X}=4.09$, S.D.=0.72) รองลงมา คือ
 ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ ($\bar{X}=4.01$, S.D.=0.68) พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการทันทีที่ลูกค้า
 ต้องการ ($\bar{X}=4.00$, S.D.=0.72) ประเภทสินเชื่อที่ใช้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ($\bar{X}=3.98$, S.D.=0.69)
 และอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อ ที่ใช้เหมาะสม ($\bar{X}=3.95$, S.D.=0.68)

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการ
 สินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ

ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
พนักงานธนาคาร ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการให้บริการ สินเชื่อเป็นอย่างดี	3.96	0.67	มาก
ธนาคารมีระบบการจัดการและระบบตรวจสอบที่ได้ มาตรฐาน	3.96	0.70	มาก
ธนาคารมีการรับประกันหากเกิดกรณีที่ผิดพลาดต่อการ ให้บริการ	4.13	0.62	มาก
พนักงานมีความรับผิดชอบในการให้บริการ	4.05	0.58	มาก
รวม	4.03	0.34	มาก

จากตารางที่ 4.5 จะเห็นได้ว่า ลูกค้าให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ
 ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ โดยรวม อยู่ในระดับ
 มาก ($\bar{X}=4.03$, S.D.=0.34)

จากการวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการ
 สินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ ทุกข้อ
 อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ คือ ธนาคารมีการรับประกันหากเกิดกรณีที่ผิดพลาดต่อการให้บริการ ($\bar{X}=4.13$,
 S.D.=0.62) รองลงมา คือ พนักงานมีความรับผิดชอบในการให้บริการ ($\bar{X}=4.05$, S.D.=0.58) ธนาคารมีระบบ
 การจัดการและระบบตรวจสอบที่ได้มาตรฐาน ($\bar{X}=3.96$, S.D.=0.70) และพนักงานธนาคาร ได้รับการ
 ฝึกอบรมเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อเป็นอย่างดี ($\bar{X}=3.96$, S.D.=0.67)

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการ
 สินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
ความกระตือรือร้น เอาใจใส่ให้บริการของพนักงาน	3.99	0.58	มาก
มีพนักงานคอยให้คำแนะนำในทุก ๆ เรื่อง ที่เพียงพอต่อ ความต้องการ	3.96	0.60	มาก
ธนาคารให้บริการด้วยความเสมอภาค	3.98	0.61	มาก
พนักงานมีความเป็นกันเอง และดูแลเอาใจใส่	4.04	0.68	มาก
รวม	3.99	0.38	มาก

จากตารางที่ 4.6 จะเห็นได้ว่า ลูกค้าให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ
 ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล โดยรวม
 อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99$, S.D.=0.38)

การวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการในการให้บริการ
 สินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ทุกข้อ
 อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ คือ พนักงานมีความเป็นกันเอง และดูแลเอาใจใส่ ($\bar{X}=4.04$, S.D.=0.68)
 รองลงมา คือ ความกระตือรือร้น เอาใจใส่ให้บริการของพนักงาน ($\bar{X}=3.99$, S.D.=0.58) ธนาคารให้บริการ
 ด้วยความเสมอภาค ($\bar{X}=3.98$, S.D.=0.61) และมีพนักงานคอยให้คำแนะนำในทุก ๆ เรื่อง เพียงพอต่อ
 ความต้องการ ($\bar{X}=3.96$, S.D.=0.60)

GRAD VRU

ตอนที่ 3 วิเคราะห์สมมติฐานการวิจัย ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันให้ระดับคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7 แสดงการเปรียบเทียบการให้ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับบริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจในการให้บริการ	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	4.06	0.38	4.06	0.32	-0.04	0.97
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	4.01	0.45	4.01	0.37	-0.07	0.94
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	4.03	0.41	3.98	0.39	0.98	0.33
ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ	4.04	0.34	4.01	0.35	0.52	0.60
ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	3.99	0.38	4.00	0.37	-0.32	0.75
ความพึงพอใจโดยรวม	4.02	0.30	4.01	0.27	0.29	0.77

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.7 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามเพศ โดยรวม พบว่าลูกค้าที่มีเพศที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกัน และพบว่าลูกค้าที่เป็นเพศชายมีระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการมากกว่าเพศหญิง และพบว่าลูกค้าเพศชายมีระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจ เท่ากันกับเพศหญิง และพบว่า ลูกค้าที่เป็นเพศชายมีระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล น้อยกว่าเพศหญิง

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ลูกค้า ที่มีเพศต่างกันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ในทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 การทดสอบความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) จำแนกตามอายุ

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	0.55	3	276	0.65
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	0.13	3	276	0.94
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	3.54	3	276	0.02*
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	0.66	3	276	0.58
ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	1.78	3	276	0.15
รวม	0.88	3	276	0.45

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันให้ระดับคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี โดยรวม ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ระดับคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี มีความแตกต่างกันในด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ จึงทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธี Welch ถ้าผลทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่ามีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ และพบว่า ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ไม่แตกต่างกัน จึงทำการทดสอบสถิติ F-test ในตาราง ANOVA

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามอายุ โดยการทดสอบวิธี Welch

Robust Tests of Equality of Means

	Statistica	df1	df2	Sig.
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	2.48	3	83.66	0.07

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.9 พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุแตกต่างกันให้ระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกัน จึงไม่ต้องทำการทดสอบในขั้นตอนต่อไป

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามอายุ

คุณภาพการบริการ	แหล่งความแปรปรวน	(SS)	(df)	(MS)	F	Sig.
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	ระหว่างกลุ่ม	0.30	3	0.10	0.81	0.49
	ภายในกลุ่ม	33.95	276	0.12		
	รวม	34.25	279			
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.64	3	0.21	1.30	0.28
	ภายในกลุ่ม	45.72	276	0.17		
	รวม	46.36	279			
ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.34	3	0.11	0.97	0.41
	ภายในกลุ่ม	32.36	276	0.12		
	รวม	32.70	279			
ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	0.45	3	0.15	1.07	0.36
	ภายในกลุ่ม	38.78	276	0.14		
	รวม	39.24	279			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.40	3	0.13	1.67	0.17
	ภายในกลุ่ม	22.28	276	0.08		
	รวม	22.68	279			

จากตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามอายุ โดยรวม พบว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกัน จึงไม่ต้องทำการทดสอบในขั้นต่อไป

ตารางที่ 4.11 การทดสอบความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) จำแนกตามระดับการศึกษา

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	0.16	3	276	0.92
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	0.57	3	276	0.64
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	0.29	3	276	0.84
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	0.68	3	276	0.57
ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	0.71	3	276	0.55
รวม	0.40	3	276	0.75

จากตาราง 4.11 การทดสอบความเป็นเอกพันธ์ของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) พบว่า ความแปรปรวนของคุณภาพการบริการทุกด้าน มีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน เนื่องจากค่า Sig. มากกว่า 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้สถิติทดสอบ F-test ในตาราง ANOVA

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรีจำแนกตามระดับการศึกษา

ANOVA

คุณภาพการบริการ	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านสิ่งสัมผัสได้	ระหว่างกลุ่ม	0.29	3	0.10	0.78	0.51
	ภายในกลุ่ม	33.96	276	0.12		
	รวม	34.25	279			
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.74	3	0.25	1.50	0.21
	ภายในกลุ่ม	45.62	276	0.17		
	รวม	46.36	279			
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.21	3	0.40	2.55	0.06
	ภายในกลุ่ม	43.54	276	0.16		
	รวม	44.75	279			
ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.37	3	0.12	1.07	0.36
	ภายในกลุ่ม	32.33	276	0.12		
	รวม	32.70	279			
ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	0.07	3	0.02	0.17	0.92
	ภายในกลุ่ม	39.16	276	0.14		
	รวม	39.24	279			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.42	3	0.14	1.73	0.16
	ภายในกลุ่ม	22.26	276	0.08		
	รวม	22.68	279			

จากตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสันจังหวัดสระบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม พบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกันจึงไม่ต้องทำการทดสอบในขั้นต่อไป

ตารางที่ 4.13 การทดสอบความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) จำแนกตามอาชีพ

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	2.35	2	277	0.10
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	0.84	2	277	0.43
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	1.93	2	277	0.15
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	1.07	2	277	0.34
ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	1.40	2	277	0.25
รวม	0.88	2	277	0.42

จากตารางที่ 4.13 การทดสอบความเป็นเอกพันธ์ของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) พบว่า ความแปรปรวนของคุณภาพการบริการทุกด้าน มีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน เนื่องจากค่า Sig. มากกว่า 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้สถิติทดสอบ F-test ในตาราง ANOVA

GRAD VRU

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามอาชีพ

ANOVA						
คุณภาพการบริการ	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	ระหว่างกลุ่ม	0.18	2	0.09	0.73	0.48
	ภายในกลุ่ม	34.07	277	0.12		
	รวม	34.25	279			
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.35	2	0.18	1.05	0.35
	ภายในกลุ่ม	46.01	277	0.17		
	รวม	46.36	279			
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.79	2	0.39	2.48	0.09
	ภายในกลุ่ม	43.96	277	0.16		
	รวม	44.75	279			
ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.22	2	0.11	0.95	0.39
	ภายในกลุ่ม	32.48	277	0.12		
	รวม	32.70	279			
ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	0.01	2	0.01	0.05	0.95
	ภายในกลุ่ม	39.22	277	0.14		
	รวม	39.24	279			
คุณภาพการบริการโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.19	2	0.10	1.18	0.31
	ภายในกลุ่ม	22.49	277	0.08		
	รวม	22.68	279			

จากตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามอาชีพ โดยรวมพบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นราย พบว่าลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกันจึงไม่ต้องทำการทดสอบในขั้นตอนต่อไป

ตารางที่ 4.15 การทดสอบความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	1.87	3	276	0.14
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	3.01	3	276	0.03*
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	0.63	3	276	0.60
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	0.30	3	276	0.83
ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	1.33	3	276	0.27
รวม	0.90	3	276	0.44

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 การทดสอบความเป็นเอกพันธ์ของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) พบว่า ความแปรปรวนของคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล มีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน เนื่องจากค่า Sig. มากกว่า 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้สถิติทดสอบ F-test ในตาราง ANOVA และพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ มีความแปรปรวนแตกต่างกัน จึงทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธี Welch ถ้าผลทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่ามีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการทดสอบวิธี Welch

Robust Tests of Equality of Means

	Statistica	df1	df2	Sig.
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	2.84	3	46.18	0.05*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.16 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันให้ระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบ Dunnett's T3

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้วยวิธี Dunnett's T3

	ค่าเฉลี่ย	ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจกับระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		10,001-25,000 บาท	25,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป
		3.93	4.08	3.95	4.05
10,001-25,000 บาท	3.93				
25,001-40,000 บาท	4.08	-0.15*			
40,001-50,000 บาท	3.95	-0.02	-0.13		
มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป	4.05	-0.12	-0.03	-0.10	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่าระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี มากที่สุด คือ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 40,000 บาท รองลงมา คือ มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป 40,001 - 50,000 บาท และ 10,001 - 25,000 บาท

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ลูกค้าที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 40,000 บาท ให้ระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี มากกว่า ลูกค้าที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 25,000 บาท

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตาม ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

คุณภาพการบริการ	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	ระหว่างกลุ่ม	0.64	3	0.21	1.74	0.16
	ภายในกลุ่ม	33.61	276	0.12		
	รวม	34.25	279			
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.33	3	0.44	2.81	0.04*
	ภายในกลุ่ม	43.42	276	0.16		
	รวม	44.75	279			
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.34	3	0.11	0.96	0.41
	ภายในกลุ่ม	32.36	276	0.12		
	รวม	32.70	279			
ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	0.30	3	0.10	0.71	0.55
	ภายในกลุ่ม	38.94	276	0.14		
	รวม	39.24	279			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.59	3	0.20	2.47	0.06
	ภายในกลุ่ม	22.09	276	0.08		
	รวม	22.68	279			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวมพบว่า ลูกค้ำที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันให้ระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าลูกค้ำที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ แตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	ค่าเฉลี่ย	ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการกับระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		10,001-25,000 บาท	25,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป
		3.93	4.08	3.95	4.05
10,001-25,000 บาท	3.93				
25,001-40,000 บาท	4.08	-0.14			
40,001-50,000 บาท	3.95	-0.03	-0.11		
มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป	4.05	-0.21	-0.07	-0.18	

จากตารางที่ 4.19 พบว่าการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของลูกค้ำในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ได้มีความแตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตารางที่ 4.20 แสดงการเปรียบเทียบการให้ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับบริการสินเชื่อจากธนาคาร ออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามประเภทสินเชื่อ

ความพึงพอใจในการให้บริการ	สินเชื่อบุคคล		สินเชื่อธุรกิจ		t	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	4.05	0.34	4.12	0.40	-1.00	0.32
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	4.00	0.41	4.10	0.36	-1.30	0.19
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	3.99	0.39	4.15	0.44	-2.20	0.03*
ด้านการให้ความมั่นใจต่อ ผู้ใช้บริการ	4.02	0.35	4.07	0.29	-0.82	0.41
ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็น รายบุคคล	3.99	0.38	3.98	0.33	0.27	0.79
ความพึงพอใจโดยรวม	4.01	0.28	4.08	0.29	-1.36	0.17

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามสินเชื่อ โดยรวม พบว่าลูกค้าที่มีสินเชื่อที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกัน และพบว่าลูกค้าสินเชื่อธุรกิจให้ความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี มากกว่า ลูกค้าสินเชื่อบุคคล

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ลูกค้า ที่สินเชื่อแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.21 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะให้ระดับคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี แตกต่างกัน

ลำดับ	สมมติฐานการวิจัย	สมมติฐานการวิจัย	
		ยอมรับ	ปฏิเสธ
1	ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกันจะให้ระดับคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี แตกต่างกัน		✓
2	ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันจะให้ระดับคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี แตกต่างกัน	✓	
3	ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะให้ระดับคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี แตกต่างกัน		✓
4	ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันจะให้ระดับคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี แตกต่างกัน		✓
5	ลูกค้าที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะให้ระดับคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี แตกต่างกัน	✓	

จากตารางที่ 4.21 ลูกค้าที่มี อายุ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน ให้ระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

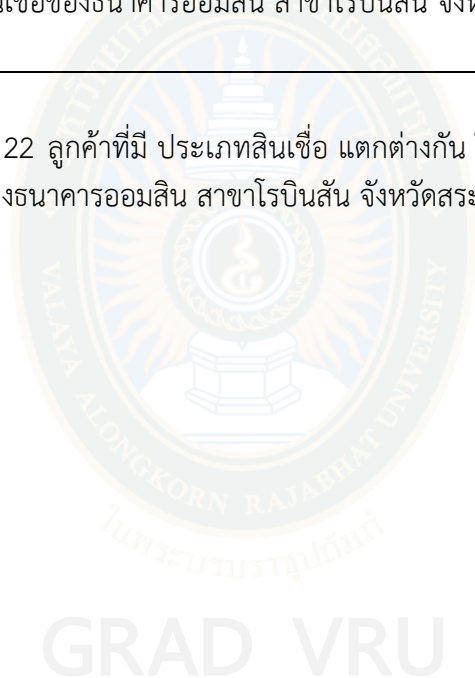
เพศ แตกต่างกัน ให้ระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน

ตารางที่ 4.22 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 2 ประเภทการสินเชื่อที่แตกต่างกันจะให้ระดับคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี แตกต่างกัน

ลำดับ	สมมติฐานการวิจัย	สมมติฐานการวิจัย	
		ยอมรับ	ปฏิเสธ
1	ลูกค้าที่มีประเภทสินเชื่อแตกต่างกันจะให้ระดับคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี แตกต่างกัน	✓	

จากตารางที่ 22 ลูกค้าที่มี ประเภทสินเชื่อ แตกต่างกัน ให้ระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จึงยอมรับสมมติฐาน



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวិจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการสินเชื่อ ธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี 3) เพื่อศึกษาประเภทสินเชื่อที่มีผลต่อคุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรีผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษากวาระที่ข้อมูลอภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผล
- 5.3 ข้อเสนอแนะ
- 5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาคคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าลูกค้าสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี เป็นเพศหญิงและเพศชายเท่ากัน มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีพนักงานบริษัท/หน่วยงานเอกชน และมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 40,000 บาท

5.1.2 จากการศึกษาระดับคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรีโดยรวม พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการให้ระดับคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณาคคุณภาพในการให้บริการจำแนกรายด้าน พบว่า

1) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ พบว่า ลูกค้าให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่คือ ธนาคารมีป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินเชื่อ มองเห็นชัดเจน ($\bar{x}=4.17$, $S.D.=0.71$) รองลงมาคือ โบว์ชัวร์สินเชื่อมีข้อมูลละเอียด ครบถ้วน ($\bar{x}=4.07$, $S.D.=0.64$) อุปกรณ์เครื่องใช้ในการให้บริการ ได้แก่ ปากกาเอกสารแนะนำสินเชื่อเอกสารคำขอสินเชื่อ ($\bar{x}=4.03$, $S.D.=0.68$) และธนาคารมีป้ายบอกบริการ/ชื่อหน่วยงานติดต่อชัดเจนและเข้าใจง่าย ($\bar{x}=3.98$, $S.D.=0.70$)

2) ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจลูกค้าให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรีด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ตรงต่อเวลามีความน่าเชื่อถือ ($\bar{x}=4.06$, $S.D.=0.69$) รองลงมาคือ พนักงานแต่งกายเรียบร้อยมีบุคลิกภาพดี มีความน่าเชื่อถือ ($\bar{x}=4.03$, $S.D.=0.66$) พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อ ($\bar{x}=3.98$, $S.D.=0.66$) และพนักงาน

ไม่วิจารณ์ลูกค้าหรือเผยแพร่ข้อมูลสำคัญของลูกค้าให้แก่บุคคลภายนอกหรือเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ ($\bar{x}=3.96, SD=0.67$)

3) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการลูกค้าให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ทุกข้ออยู่ในระดับมากส่วนใหญ่ คือ ไม่มีความซับซ้อนในกระบวนการให้บริการ ($\bar{x}=4.09, S.D.=0.72$) รองลงมา คือ ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ ($\bar{x}=4.01, S.D.=0.68$) พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการทันทีที่ลูกค้าต้องการ ($\bar{x}=4.00, S.D.=0.72$) ประเภทสินเชื่อที่ใช้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ($\bar{x}=3.98, S.D.=0.69$) และอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อ ที่ใช้เหมาะสม ($\bar{x}=3.95, S.D.=0.68$)

4) ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการลูกค้าให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ คือ ธนาคารมีการรับประกันหากเกิดกรณีที่เกิดพลาดต่อการให้บริการ ($\bar{x}=4.13, S.D.=0.62$) รองลงมา คือ พนักงานมีความรับผิดชอบในการให้บริการ ($\bar{x}=4.05, S.D.=0.58$) ธนาคารมีระบบการจัดการและระบบตรวจสอบที่ได้มาตรฐาน ($\bar{x}=3.96, S.D.=0.70$) และพนักงานธนาคาร ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อเป็นอย่างดี ($\bar{x}=3.96, S.D.=0.67$)

5) ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลลูกค้าให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ คือ พนักงานมีความเป็นกันเอง และดูแลเอาใจใส่ ($\bar{x}=4.04, S.D.=0.68$) รองลงมาคือความกระตือรือร้น เอาใจใส่ให้บริการของพนักงาน ($\bar{x}=3.99, S.D.=0.58$) ธนาคารให้บริการด้วยความเสมอภาค ($\bar{x}=3.98, S.D.=0.61$) และมีพนักงานคอยให้คำแนะนำในทุก ๆ เรื่อง ความต้องการที่เพียงพอต่อ ($\bar{x}=3.96, S.D.=0.60$)

จากผลการวิจัยจะเห็นว่าลูกค้าของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรีให้ระดับคุณภาพในการให้บริการมาก ในทุก ๆ ด้าน

5.1.3 จากการศึกษาการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสรุปได้ ดังต่อไปนี้

เพศ โดยรวม พบว่าลูกค้าที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกันและพบว่าลูกค้าที่เป็นเพศชาย มีระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการมากกว่าเพศหญิง และพบว่าลูกค้าเพศชายมีระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ เท่ากันกับเพศหญิง และพบว่า ลูกค้าที่เป็นเพศชาย มีระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล น้อยกว่าเพศหญิง

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ลูกค้า ที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ในทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน

อายุ โดยรวมพบว่า ลูกค้ำที่มีอายุแตกต่างกันให้ระดับคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี โดยรวม ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้ำที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ระดับคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี มีความแตกต่างกันในด้าน การตอบสนองต่อผู้รับบริการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ระดับการศึกษา โดยรวม พบว่า ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน

อาชีพ โดยรวมพบว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกันจึงปฏิเสธสมมติฐาน

ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวมพบว่า ลูกค้ำที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าลูกค้ำที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ แตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ประเภทสินเชื่อ โดยรวม พบว่าลูกค้ำที่มีสินเชื่อที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกันและพบว่าลูกค้ำที่มีสินเชื่อบุคคลมีระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการด้านการเอาใจใส่ลูกค้ำเป็นรายบุคคลมากกว่าเพศหญิง และพบว่าลูกค้ำเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ มากกว่าเพศชาย

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ลูกค้ำ ที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ดังนั้นจากผลการวิจัยโดยรวมสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทสินเชื่อ ที่แตกต่างกัน ลูกค้ำให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ระดับการศึกษา อาชีพที่แตกต่างกัน ลูกค้ำให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกัน

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี สามารถ โดยรวม พบว่าลูกค้ำที่มาใช้บริการให้ระดับคุณภาพการบริการสินเชื่ออยู่ในระดับมากทุกด้าน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก ไม่มีความแตกต่างกัน

5.2.1 จากการศึกษาคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี สามารถ โดยรวม พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการให้ระดับคุณภาพการบริการสินเชื่ออยู่ในระดับมาก ทุกด้าน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ทั้ง 5 ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล โดยในทุกๆด้านอยู่ในระดับมาก ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับกันยารัตน์ รุณทรัพย์ (2551) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาคูณภาพในการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าและศึกษาประเภทการให้บริการของธนาคารที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่โดยผลการวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่พบว่าธนาคารมีคุณภาพในการให้บริการด้านความไว้วางใจได้ด้านความรับผิดชอบด้านความสามารถด้านการเข้าถึงบริการด้านความสุภาพ/ อัยาศัยไมตรีด้านการติดต่อสื่อสารด้านความน่าเชื่อถือด้านความปลอดภัยด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริงและด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรมมีระดับคุณภาพมาก

สำหรับผลการวิจัยที่ไม่สอดคล้องกันเสริมวงศ์ ทวีลาภ (2552) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) สาขาอ้อยคลองครุจจังหวัดสมุทรสาครมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาอ้อยคลองครุจจังหวัดสมุทรสาครผลศึกษาพบว่าด้านรูปปลักษณ์ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการสูงสุด คือ พนักงานธนาคารมีการแต่งกายที่สุภาพและเรียบร้อย บริการจริงที่ได้รับสูงสุด คือ พนักงานธนาคารมีการแต่งกายที่สุภาพและเรียบร้อยและความไม่พึงพอใจสูงสุดคือเอกสารและข้อมูลแนะนำบริการด้านเงินฝาก/สินเชื่อและบริการต่าง ๆ มีความชัดเจนและเข้าใจง่ายโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านรูปปลักษณ์ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการสูงสุด

5.2.1 จากผลการวิจัยโดยรวม สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทสินเชื่อ ที่แตกต่างกัน ลูกค้าให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่แตกต่างกัน ลูกค้าให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ไม่แตกต่างกันไม่สอดคล้องกับวิภาคะ นิรมย์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาถนนรัชดาภิเษกสาธุประดิษฐ์มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) พบว่าผู้ใช้บริการที่มีเพศสถานภาพอาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่แตกต่างกันส่วนในด้านอายุระดับการศึกษารายได้ที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกันและไม่สอดคล้องกับสิริลักษณ์ วงศ์กวีวิทย์ (2550) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตราง จังหวัดตราง พบว่าผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการไม่แตกต่างกันส่วนผู้ใช้บริการที่มีอายุอาชีพรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการแตกต่าง

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย คุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสันสระบุรี จังหวัดสระบุรี ได้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ด้านคุณภาพการให้บริการ

5.3.1 จากการศึกษาคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสันสระบุรี จังหวัดสระบุรี โดยรวม พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการให้ระดับคุณภาพการบริการสินเชื่ออยู่ในระดับมาก ทุกด้าน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก ไม่มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันพนักงานของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี มีความพร้อมในการให้บริการ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ ดังนั้นจึงควรมีการตรวจสอบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มีมาตรฐานในการให้บริการสินเชื่อให้มีมาตรฐานที่ดีอย่างสม่ำเสมอที่ดียิ่งขึ้น

5.3.2 จากการศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสันสระบุรี จังหวัดสระบุรี ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ จะเห็นได้ว่าระดับความพึงพอใจโดยรวมของทุกข้ออยู่ในระดับมาก แต่ข้อที่ได้น้อยที่สุด คือ ข้อธนาคารมีป้ายบอกบริการ/ชื่อหน่วยงานติดต่อชัดเจนและเข้าใจง่าย ดังนั้นแสดงให้เห็นว่าธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี ควรมีการปรับปรุงติดป้ายบอกบริการ/ชื่อหน่วยงานติดต่อชัดเจนและเข้าใจง่าย โดยเร่งด่วน

5.3.3 จากการศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสันสระบุรี จังหวัดสระบุรีด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล จะเห็นได้ว่าระดับความพึงพอใจโดยรวมของทุกข้ออยู่ในระดับมาก แต่ข้อที่ได้น้อยที่สุด คือ ข้อมีพนักงานคอยให้คำแนะนำในทุก ๆ เรื่อง ตามความต้องการที่เพียงพอ แสดงให้เห็นว่าธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี พนักงานในสาขายังไม่สามารถตอบคำถาม หรือให้คำแนะนำต่าง ๆ ตามความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดี จึงควรจัดให้พนักงานเข้ารับการอบรมเพิ่มเติม และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือหมุนเวียนการทำงานเพื่อให้พนักงานได้เรียนรู้การทำงานในด้านต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถตอบคำถาม และให้คำแนะนำต่าง ๆ กับผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรีได้อย่างถูกต้อง

5.3.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

5.3.4.1 การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อ ของ ธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี โดยทำการศึกษาผู้มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี เท่านั้น ดังนั้นในการทำการศึกษารั้งต่อไปควรที่จะทำการศึกษาคุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสินในสาขา พื้นที่บริเวณใกล้เคียง และนำผลที่ได้จากการศึกษามาเปรียบเทียบหาความแตกต่าง และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์กัน

5.3.4.2 ควรมีการทำการศึกษาเชิงลึก หรือทำการศึกษาเชิงคุณภาพในเรื่องของคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อในแต่ละประเภท ของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรีโดยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรีที่มีความละเอียดยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

GRAD VRU

บรรณานุกรม

- จุฑามาส โภยกทา. (2558). **คุณภาพการให้บริการของบริษัท โตโยต้า พีเอส เอ็นเตอร์ไพรซ์ จำกัด. คำนวณค่าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.**
- ชัชวาลย์ ทัดศิวิชัย. (2552). **คุณภาพการให้บริการภาครัฐ. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันรัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยบริหารธุรกิจและรัฐกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต.**
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2548). **การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.**
- ช่อทิพย์ สิริรัตนพล. (2551). **คุณภาพการให้บริการในทัศนะของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.**
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2558). **“รายงานแนวโน้มธุรกิจ, บริการ”. แหล่งที่มา https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/BLP/BLP_TH_Q3_2015_123b1.pdf (1 พฤศจิกายน 2558)**
- นวรรตน์ วิมุตดา. (2557). **คุณภาพการบริการของศูนย์บริการ บริษัทโตโยต้าปทุมธานี. คำนวณค่าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.**
- บังอร สุขประสงค์. (2556). **คุณภาพบริการของแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบางปะอิน. คำนวณค่าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.**
- ปนัดดา ต้นดีวัฒนพานิช. (2550). **ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการของบริษัทรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา.**
- ปรัชญา เวสารัชช. (2540). **บริการประชาชนทำได้ไม่ยาก (ถ้าอยากทำ). กรุงเทพฯ: กราฟฟิคฟอร์แมท (ไทยแลนด์).**
- พรพรรณ ประจักษ์เนตร. (2544). **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ การรับรู้ประโยชน์ และ ความพึงพอใจในบริการ E-Banking ของธนาคารพาณิชย์ประเทศไทย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**
- ภวัต วรรณพิน. (2554). **การประเมินคุณภาพการบริการของร้าน True Coffee สาขาในมหาวิทยาลัย. คำนวณค่าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.**
- ยุทธพงษ์ กัยวรรณ. (2543). **พื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.**
- รถไฟสัมพันธ. (2544). สิงหาคม-กันยายน. **“กุญแจสู่ความสำเร็จแห่งการให้บริการ”.วารสารรถไฟสัมพันธ. 21, 13 -15.**
- วัฒนา สุนทรธัย. (2551). **เรียนสถิติด้วย SPSS ภาคสถิติอิงพารามิเตอร์. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒนา.**
- วิทยา ด้านธำรงกุล. (2549). **ซีอาร์เอ็ม-ซีอีเอ็ม หยินหยางการตลาด. กรุงเทพฯ: วงกลม.**
- วัชรา กิ่งโก้. (2555). **แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการในห้องอาหารจีนเมย์ฟลาวเวอร์. คำนวณค่าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.**
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ. (2543). **หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.**

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ. (2550). **กลยุทธ์การตลาดและการบริการเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด.** กรุงเทพฯ: ธนรัชการพิมพ์.
- สุรางคณา ภัทรเมธินทร์. (2555). **SERVQUAL Model กับคุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ กรณีศึกษาธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก.** ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บริหารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สมจินต์ หัสถียรักษ์. (2557). **คุณภาพการบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต1 ภาคกลาง.** ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- เสาวนีย์ พวงยอด. (2557). **คุณภาพการให้บริการขององค์การบริการส่วนตำบลพยอม อำเภอน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.** ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2542). **ยุทธวิธีบริการครองใจลูกค้า.** กรุงเทพฯ: ธีระป้อมวรรณกรรม.
- สิริลักษณ์ วงศ์กวีวิทย์. (2550). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาตรัง จังหวัดตรัง.** ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- สุนารี พรรณนิยม. (2548). **การตลาดบริการ.** กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **การบริหารการตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธี.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนวัธน์ ศุภชติกุล. (2542). **เส้นทางสู่การพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อประชาชน.** กรุงเทพฯ: ดีไซน์.
- Buzzell, R. D. & Bradley, T. G. (1987). **The PIMS Principles.** New York: The Free Press.
- Gronroos, C. (1990). "Relationship Approach to Marketing in Service Contexts: The Marketing and Organizational Behavior Interface." **Journal of Business Research** 20(1), 3-17.
- Lovelock, C. & Wright, L. (2003). **การตลาดบริการ.** กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- Weber, M. (1966). **The Theory of Social and Economic Organization.** New York: The Free Press.
- Yamane, Taro. (1941). **Statistics: An introductory analysis.** 3rd ed. New York: Harper and Row,
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (1996). **Services Marketing: Customer Focus Across the Firm.** 2nd ed. Boston. Massachusetts: McGraw-Hill.



ภาคผนวก

GRAD VRU



ภาคผนวก ก
ประวัติธนาคารออมสิน

GRAD VRU

ประวัติธนาคารออมสิน

“แบงก์สี่ฟอเทีย” ต้นแบบการออมพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงเห็นคุณประโยชน์ของการออมทรัพย์ เพื่อให้ประชาชนรู้จักการประหยัด การเก็บออม มีสถานที่เก็บรักษาทรัพย์สินเงินทองของประชาชน ให้ปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย จึงทรงริเริ่มจัดตั้งคลังออมสินทดลองขึ้น โดยทรงพระราชทานนามแบงก์ว่า “สี่ฟอเทีย” ในปี พ.ศ. 2450 เพื่อทรงใช้ศึกษาและสำรวจนิสัยคนไทยในการออมเบื้องต้น พระองค์ทรงเข้าใจในราษฎรของพระองค์และทรงทราบดีว่าควรใช้กุศโลบายใดอันจะจูงใจคนไทยให้มองเห็นความสำคัญของการออม

ในช่วงยุคที่ 1 กำเนิด ธนาคารออมสิน คลังออมสิน สังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติ กระทรวงพระคลังมหาสมบัติ พ.ศ. 2456 – 2471 เพื่อให้คลังออมสินได้เป็นประโยชน์เกื้อกูลแผ่ไปถึงราษฎรโดยทั่วกัน พระองค์จึงได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ดำเนินการจัดตั้ง “คลังออมสิน” ขึ้นในสังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติ กระทรวงพระคลังมหาสมบัติ และพระราชทานพระบรมราชานุญาตประกาศใช้ “พระราชบัญญัติคลังออมสิน พ.ศ. 2456” ประกาศใช้ในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2456

ในช่วงยุคที่ 2 เด็บโต อย่างรวดเร็วของคลังออมสิน สังกัดกรมไปรษณีย์โทรเลข กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม พ.ศ. 2472 – 2489 ต่อมาในปี พ.ศ. 2472 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 ทรงมีพระราชดำริเห็นควรโอนกิจการคลังออมสิน ให้ไปอยู่ในความรับผิดชอบของกรมไปรษณีย์โทรเลขกิจการได้เริ่มแพร่หลายและ เป็นที่นิยมของประชาชนอย่างกว้างขวาง ซึ่งนับได้ว่ากิจการคลังออมสินในช่วงระยะนี้เติบโตขึ้นมาก จึงเรียกได้ว่าเป็น “ยุคแห่งความก้าวหน้าของการคลังออมสินแห่งประเทศไทย”

ในช่วงยุคที่ 3 รากฐานความ มั่นคง ธนาคารออมสิน สังกัดกระทรวงการคลัง พ.ศ. 2490 – ปัจจุบันต่อมาภายหลังเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลง รัฐบาลได้เห็นถึงคุณประโยชน์ ของการออมทรัพย์และความสำคัญของคลังออมสินที่มีต่อการพัฒนาประเทศ จึงได้ยกฐานะของคลังออมสินขึ้นเป็นองค์การของรัฐ มีฐานะเป็นนิติบุคคล ดำเนินธุรกิจภายใต้ “พระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พ.ศ. 2489” มีการบริหารงานโดยอิสระ ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการ ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจาก รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง เริ่มดำเนินธุรกิจในรูปแบบธนาคาร ออมสิน ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2490 และคำว่า “คลังออมสิน” ก็ได้เปลี่ยน เป็นคำว่า “ธนาคารออมสิน” นับแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

ในช่วงยุคที่ 4 โฉมใหม่ สู่ความทันสมัยครบวงจรตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธนาคารออมสินได้เปลี่ยนแปลง ปรับปรุงพัฒนาระบบการดำเนินงาน และการบริการในทุกด้านอย่างเป็นพลวัตร ธนาคารจึงได้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ เพื่อรักษาฐานลูกค้ามากกว่า 26 ล้านบัญชี โดยระดมทรัพยากรในทุกด้าน เตรียมการเพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์ และรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยและครบวงจรยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการให้บริการที่สอดคล้องต่อความต้องการและครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ และทุกช่วงวัย

ปัจจุบันธนาคารออมสินมีฐานะเป็นนิติบุคคล เป็นรัฐวิสาหกิจ ในรูปของสถาบันการเงินที่มีรัฐบาลเป็นประกันอยู่ภายใต้ การกำกับดูแลของ กระทรวงการคลัง มีสาขา 1,141 สาขา ทั่วประเทศ มีอายุครบ 102 ปี เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2558

ธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี

เปิดดำเนินการ	เริ่มเปิดดำเนินการ ณ วันที่ 22 พฤศจิกายน 2556
ที่ตั้ง	เป็นสาขาที่ 992 ชั้นที่ 2 ห้องเลขที่ 223 ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน สระบุรี เลขที่ 99 หมู่ที่ 7 ตำบลตลิ่งชัน อำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี 18000
วันและเวลาทำการ	เปิดบริการทุกวัน (10.30 น. - 19.30 น.)
ตำแหน่งและจำนวนพนักงาน	
- ผู้จัดการสาขา	1 ตำแหน่ง
- ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา	1 ตำแหน่ง
- พนักงานบริการลูกค้า	6 ตำแหน่ง
- พนักงานธุรกิจสาขา	5 ตำแหน่ง
- พนักงานขับรถ	1 ตำแหน่ง
ประเภทการให้บริการ	
-	เปิด - ปิดบัญชี, ฝาก-ถอน เงินฝากและสลากออมสิน, จ่ายชำระสินเชื่อ และค่าบริการ, เปิด - ปิดประกันสงเคราะห์ชีวิต, บริการให้สินเชื่อ
-	การบริการในด้านสินเชื่อ ข้อมูลลูกค้า ณ วันที่ 16 มกราคม 2559
-	สินเชื่อบุคคล
1.	สินเชื่อสวัสดิการ 8 ราย
2.	สินเชื่อไทรทอง 62 ราย
3.	สินเชื่อชีวิตสุขสันต์ 289 ราย
4.	สินเชื่อเคหะ 67 ราย
5.	สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน 324 ราย
-	สินเชื่อเพื่อการประกอบธุรกิจ
1.	สินเชื่อธุรกิจ 8 ราย
2.	สินเชื่อธุรกิจห้องแถว 24 ราย
	รวม 782 ราย



ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม

GRAD VRU

แบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพในการบริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสันสระบุรี จังหวัดสระบุรี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ

<input type="checkbox"/> 1. ชาย	<input type="checkbox"/> 2. หญิง
---------------------------------	----------------------------------
2. อายุ

<input type="checkbox"/> 1. 20 - 25 ปี	<input type="checkbox"/> 2. 26 - 35 ปี
<input type="checkbox"/> 3. 36 - 45 ปี	<input type="checkbox"/> 4. 46 - 65 ปี
3. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> 1. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือต่ำกว่า	<input type="checkbox"/> 2. อนุปริญญา/ปวส.
<input type="checkbox"/> 3.ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 4. สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ

<input type="checkbox"/> 1. พนักงานบริษัท / หน่วยงานเอกชน	<input type="checkbox"/> 2. แม่บ้าน / พ่อบ้าน
<input type="checkbox"/> 3. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> 4. ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง
<input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	
5. ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

<input type="checkbox"/> 1. 10,001 - 25,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2. 25,001 - 40,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3. 40,001 - 50,000 บาท	<input type="checkbox"/> 4. ตั้งแต่ 50,001 บาท ขึ้นไป
6. ประเภทสินเชื่อ

<input type="checkbox"/> 1. สินเชื่อบุคคล	<input type="checkbox"/> 2. สินเชื่อธุรกิจ
---	--

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อคุณภาพในการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี จังหวัดสระบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ระดับความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการที่มีต่อคุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี	ระดับคุณภาพการให้บริการ				
	สูงที่สุด	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำที่สุด
ด้านสิ่งสัมผัสได้	5	4	3	2	1
1. ธนาคารมีป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินเชื่омองเห็นชัดเจน					
2. โบว์ชัวร์สินเชื่อบริการมีข้อมูลละเอียด ครบถ้วน					
3. อุปกรณ์เครื่องใช้ในการให้บริการ ได้แก่ ปากกา เอกสารแนะนำสินเชื่อบริการ เอกสารคำขอสินเชื่อบริการ					
4. ธนาคารมีป้ายบอกบริการ/ชื่อหน่วยงานติดต่อชัดเจนและเข้าใจง่าย					
ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้	5	4	3	2	1
5. พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อบริการ					
6. พนักงานมีความซื่อสัตย์ ตรงต่อเวลา มีความน่าเชื่อถือ					
7. พนักงานแต่งกายเรียบร้อย มีบุคลิกภาพดี มีความน่าเชื่อถือ					
8. พนักงานไม่วิจารณ์ลูกค้า หรือเผยแพร่ข้อมูลสำคัญของลูกค้าให้แก่บุคคลภายนอก หรือเพื่อแสวงหาผลประโยชน์					
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	5	4	3	2	1
9. พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการทันทีที่ลูกค้าต้องการ					
10. ไม่มีความซับซ้อนในกระบวนการให้บริการของธนาคาร					
11. ธนาคารมีความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อบริการ					
12. อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อบริการที่ใช้เหมาะสม					
13. ประเภทสินเชื่อบริการที่ใช้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ					
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ					
14. พนักงานธนาคาร ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อบริการเป็นอย่างดี					

ระดับความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการที่มีต่อคุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน สระบุรี	ระดับคุณภาพการให้บริการ				
	สูงที่สุด	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำที่สุด
15. ธนาคารมีระบบการจัดการ และระบบตรวจสอบที่ได้มาตรฐาน					
16. ธนาคารมีการรับประกันหากเกิดกรณีที่เกิดพลาดต่อการให้บริการ					
17. พนักงานมีความรับผิดชอบในการให้บริการ					
ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	5	4	3	2	1
18. ความกระตือรือร้น เอาใจใส่ให้บริการ ของพนักงาน					
19. มีพนักงานคอยให้คำแนะนำในทุกๆเรื่อง ที่เพียงพอต่อความต้องการ					
20. ธนาคารให้บริการด้วยความเสมอภาค					
21. พนักงานมีความเป็นกันเอง และดูแลเอาใจใส่					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามอย่างยิ่งที่ได้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามการวิจัยในครั้งนี้



ภาคผนวก ค

ผลการหาค่า (Index of Item Objective Congruency)

GRAD VRU

ผลประเมินค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญ
การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์
(Index of Item Objective Congruence: IOC)
เรื่องคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน สาขาโรบินสัน จังหวัดสระบุรี

ข้อ ที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ				
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ผล รวม	IOC
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้						
1	ธนาคารมีป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินเชื่อ มองเห็นชัดเจน	1	1	1	3	1.00
2	โบว์ชาร์ตสินเชื่อมีข้อมูลละเอียด ครบถ้วน	1	1	1	3	1.00
3	อุปกรณ์เครื่องใช้ในการให้บริการ ได้แก่ ปากกา เอกสารแนะนำสินเชื่อ เอกสารคำขอสินเชื่อ	1	1	1	3	1.00
4	ธนาคารมีป้ายบอกบริการ/ชื่อหน่วยงานติดต่อชัดเจน และเข้าใจง่าย	1	1	1	3	1.00
รวม						1.00
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ						
5	พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อ	1	1	1	3	1.00
6	พนักงานมีความซื่อสัตย์ ตรงต่อเวลามีความน่าเชื่อถือ	1	1	1	3	1.00
7	พนักงานแต่งกายเรียบร้อย มีบุคลิกภาพดี มีความน่าเชื่อถือ	1	1	1	3	1.00
8	พนักงานไม่วิจารณ์ลูกค้า หรือเผยแพร่ข้อมูลสำคัญ ของลูกค้าให้แก่บุคคลภายนอก หรือเพื่อแสวงหา ผลประโยชน์	1	1	1	3	1.00
รวม						1.00
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ						
9	พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการทันที ที่ลูกค้า ต้องการ	1	1	1	3	1.00
10	กระบวนการให้บริการของธนาคารไม่มีความซับซ้อน	1	1	1	3	1.00
11	ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ	1	1	1	3	1.00

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ				
		คนที่	คนที่	คนที่	ผล	IOC
		1	2	3	รวม	
12	อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อ ที่ใช้เหมาะสม	1	1	-1	1	0.33
13	ประเภทสินเชื่อที่ใช้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ	1	1	-1	1	0.33
รวม						0.73
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ						
14	พนักงานมีความรู้ ในการให้บริการเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อเป็นอย่างดี	1	1	1	3	1.00
15	ธนาคารมีระบบการจัดการ และระบบตรวจสอบที่ได้มาตรฐาน	1	1	1	3	1.00
16	ธนาคารมีการรับประกันหากเกิดกรณีที่เกิดพลาดต่อการให้บริการ	1	1	0	2	0.67
17	พนักงานมีความรับผิดชอบในการให้บริการ	1	1	1	3	1.00
รวม						0.92
ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล						
18	ความกระตือรือร้น เอาใจใส่ให้บริการ ของพนักงาน	1	1	1	3	1.00
19	มีพนักงานคอยให้คำแนะนำในทุก ๆ เรื่องที่เพียงพอต่อความต้องการ	1	1	1	3	1.00
20	พนักงานให้บริการด้วยความเสมอภาค	0	1	1	2	0.67
21	พนักงานมีความเป็นกันเอง และดูแลเอาใจใส่	1	1	1	3	1.00
รวม						0.92
รวมทุกด้าน						19.00
ค่า IOC						0.90



ภาคผนวก ง
ผลการหาค่า Reliability

GRAD VRU

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.00
	Excludeda	0	-
	Total	30	100.00

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.71	4

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.71	4

ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.70	5

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.71	4

ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.71	4

รวมคุณภาพการบริการทุกด้าน

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.00
	Excluded ^a	0	-
	Total	30	100.00

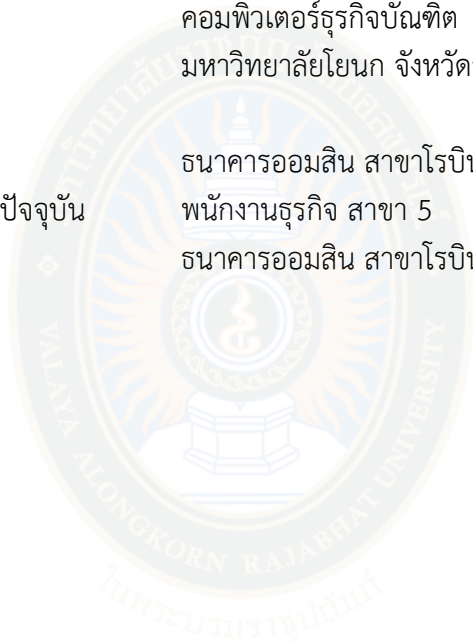
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.83	21

GRAD VRU

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล	ชยพล บุญบำรุง
วัน เดือน ปี ที่เกิด	8 มีนาคม 2525
สถานที่เกิด	จังหวัดสระบุรี
ที่อยู่ปัจจุบัน	7/23 ถนนเทศบาล 4 ซอย 10 ตำบลปากเพรียว อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี 18000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2546	คอมพิวเตอร์ธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยโยนก จังหวัดลำปาง
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2553	ธนาคารออมสิน สาขาโรบินสันสระบุรี
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	พนักงานธุรกิจ สาขา 5
ที่ทำงานปัจจุบัน	ธนาคารออมสิน สาขาโรบินสันสระบุรี



GRAD VRU