

คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินสาขาบางละมุง
อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

ชญชิตา สังข์ทอง

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
กลุ่มวิชาการบริหารทั่วไป
วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
พฤษภาคม 2559
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากหลายท่านที่ได้ อนุเคราะห์ให้ความช่วยเหลือด้วยดีตลอดมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาจารย์สุณี หงส์วิเศษ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้คำแนะนำ ชี้แนะ และช่วยแก้ไขข้อบกพร่อง ทำให้การศึกษาสำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงในความกรุณาไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ของวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ทุกท่าน ที่ได้ถ่ายทอดความรู้ในสาขาวิชาต่าง ๆ ทำให้ผู้วิจัยนำความรู้ที่ได้มาบูรณาการงานสามารถ ทำงานวิจัยได้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.กฤษฎา นันทเพ็ชร อาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา นางอรทัย ต้นดวงษ์ ผู้จัดการธนาคาร ออมสิน สาขาบางละมุง นางสาวณภัทร ชัยพชรพร ผู้ช่วยผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่ให้ความอนุเคราะห์ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของเครื่องมือ ในการวิจัย

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่ให้ความอนุเคราะห์ และอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลเพื่อการวิจัย และการวิจัยครั้งนี้จะสำเร็จลงไม่ได้ หากไม่ได้รับความร่วมมือจากผู้ใช้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของบริการธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลและเสนอข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็น ประโยชน์ต่อการแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ในด้านต่าง ๆ ให้มีมาตรฐานและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และตรงกับความต้องการของผู้รับบริการต่อไป ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณจากใจ

ชนัญชิตา สังข์ทอง

57930132: กลุ่มวิชา: การบริหารทั่วไป; ปร.ม. (การบริหารทั่วไป)

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ/ สินเชื่อธนาคารประชาชน/ ธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง
อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

ชัญญชิตา สังข์ทอง: คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคาร
ออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี (QUALITY OF LOAN SERVICE FOR
A PUBLIC BANK PROJECT OFFERED BY GOVERNMENT SAVINGS BANK,
BANGLAMUNG BRANCH, AMPHOE BANGLAMUNG, CHON BURI PROVINCE)
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: สุณี หงษ์วิเศษ, ปร.ม. 75 หน้า. ปี พ.ศ. 2559.

การวิจัย เรื่อง คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน
สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ
ธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี และ
เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง
อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
ต่อเดือน โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 290 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม
ข้อมูล คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ
(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และวิเคราะห์โดยใช้
สถิติ ค่าที่ (t-test) ทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ถ้าพบความแตกต่างจาก
การทดสอบค่าสถิติ จะทำการตรวจสอบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

จากผลการศึกษา พบว่า คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคาร
ออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพ
การให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ในภาพรวม อยู่ในระดับ
มากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย
สูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น ด้านความเอาใจ
ใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน
สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของ
ธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน
มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง
อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อ
คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง
จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

57930132: MAJOR: GERNERAL ADMINISTRATION, M.P.A.

(GERNERAL ADMINISTRATION)

KEYWORDS: QUALITY OF SERVICE/ LOAN FOR A PUBLIC BANK PROJECT/
GOVERNMENT SAVINGS BANK, BANGLAMUNG BRANCH, AMPHOE
BANGLAMUNG, CHON BURI PROVINCE

CHANANCHIDA SANGTHONG: QUALITY OF LOAN SERVICE FOR A PUBLIC
BANK PROJECT OFFERED BY GOVERNMENT SAVINGS BANK, BANGLAMUNG
BRANCH, AMPHOE BANGLAMUNG, CHON BURI PROVINCE. ADVISOR: SUNEE
HONGWISSET, Ph.D. 75 P. 2016.

The purposes of this study were to examine quality of loan service for a public bank project offered by Government Savings Bank, Banglamung branch, Amphoe Banglamung, Chon Buri Province and to compare the level of opinion toward quality of loan service for a public bank project offered by Government Savings Bank as classified by gender, age, status, educational level, occupation, and monthly income. The data were collected from 290 subjects who were requested to complete a questionnaire. The statistical tests used to analyze the collected data included frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and One-way ANOVA. LSD was also administered to test the differences between pairs.

The results from the study revealed that the subjects expressed their opinion at the highest level toward quality of loan service for a public bank project offered by Government Savings Bank. When considering each aspect, the one in relation to willingness to give prompt service was rated with the highest mean score, followed by the ones related to making service users feel confident, attention given to service users, reliability of the bank, and physical environment, respectively.

Based on the results from the comparisons, it was shown that there were no statistically significant differences in the level of opinion toward quality of loan service for a public bank project offered by Government Savings Bank among the subjects with different gender, age, status, educational level, and monthly income. Finally, a statistically significant difference was found in the level of opinion toward quality of loan service for a public bank project offered by Government Savings Bank among the subjects with different occupation at a significant level of 0.05.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ.....	8
แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	20
ข้อมูลรณการออมสินกับเงื่อนไขการรับบริการสินเชื่อประชาชน.....	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	32
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	32
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33
การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	34
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	34
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
เกณฑ์การแปลผล.....	36

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	37
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	37
ตอนที่ 2 ข้อมูลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการสินเชื่อกิจการประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี.....	39
ตอนที่ 3 ข้อมูลผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อกิจการ ประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	45
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	55
สรุปผลการวิจัย.....	55
อภิปรายผล.....	57
ข้อเสนอแนะ.....	63
บรรณานุกรม.....	65
ภาคผนวก.....	69
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	75

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4-1	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 37
4-2	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ ธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ภาพรวม..... 39
4-3	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ ธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านลักษณะทางกายภาพ..... 40
4-4	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ ธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร..... 41
4-5	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ ธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว..... 42
4-6	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ ธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น..... 43
4-7	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ ธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ..... 44
4-8	การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ..... 45
4-9	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุ..... 46
4-10	การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคาร ประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุ..... 46

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตาม สถานภาพ.....	47
4-12 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพ.....	48
4-13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	48
4-14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา.....	49
4-15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ...	50
4-16 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกอาชีพ.....	50
4-17 ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ..	51
4-18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	52
4-19 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกรายได้ต่อเดือน.....	53
4-20 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	53

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2-1 การตัดสินใจซื้อ.....	20

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นต่างฝ่ายต่างนำเอากลยุทธ์วิธีการตลาดขึ้นมาใช้ ไม่ว่าจะเป็นการลด แลก แจก แถม การคิดค้น โปรโมชัน สร้างสรรค์สินค้าใหม่ ๆ แต่สิ่งที่ธุรกิจทางการค้าขาดไม่ได้ คือการบริการ การบริการ หมายถึง การเอาชนะใจลูกค้าด้วยการบริการเบื้องหลังความสำเร็จทางธุรกิจต่าง ๆ มักพบว่า งานบริการเป็นเครื่องมือสนับสนุนงานด้านต่าง ๆ เช่น งานต้อนรับ งานฝ่ายตลาด ประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เพราะถ้ามีการบริการที่ดีลูกค้าเกิดความประทับใจยอดขายก็จะเพิ่มขึ้น อีกทั้งการบริการยังถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์กร

สำหรับธุรกิจบริการกำลังได้รับความนิยมและทวีความสำคัญเพิ่มขึ้นทุกขณะทั้งจากการให้บริการต่าง ๆ เช่น ส่งตรง บริการธุรกรรมต่าง ๆ การให้ข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ผ่านพนักงาน จนทำให้การบริการถือเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจซึ่งธุรกิจปัจจุบันมีการเน้นให้บริการโดยเฉพาะกันมากขึ้น เนื่องจากลูกค้าต้องการความสะดวกสบายจึงแสวงหาสิ่งที่จะมาตอบสนองความต้องการเหล่านั้นและจากความต้องการตอบสนองความสะดวกสบายแก่ผู้ให้บริการนั่นเอง ที่ทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านบริการเพื่อเป็นการรองรับการให้บริการแก่ลูกค้าที่มีความต้องการใช้บริการเป็นจำนวนมาก (ชลธิชา ศรีบำรุง, 2557, หน้า 2)

ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านต่าง ๆ ให้มีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วและปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของธนาคารได้อย่างครบวงจร เช่น บริการรับฝากเงิน บริการการเงินระหว่างประเทศ เคาน์เตอร์เซอวิส บริการด้านสินเชื่อส่วนบุคคล บริการด้านธุรกิจ บริการด้านหลักทรัพย์ เป็นต้น ธนาคารพาณิชย์แข่งขันเพิ่มขึ้นทวีคูณในเรื่องการรักษาฐานขององค์กรเพื่อให้องค์กรมีฐานลูกค้าที่แข็งแกร่ง การบริการบางชนิดไม่ได้เพิ่มฐานเพียงแต่ด้านบุคคลยังขยายฐานไปยังส่วน ธุรกรรม โดยจะเจาะกลุ่มลูกค้าที่มีธุรกิจรายใหญ่ ซึ่งธุรกิจลูกค้ารายใหญ่ก่อให้เกิดรากฐานที่มั่นคง และทำให้ลูกค้ารายย่อยนั้นเชื่อมั่นต่อธนาคาร ฉะนั้นธนาคารจึงส่งเสริมรากฐานและพัฒนาบุคลากร เพื่อการขยายฐานลูกค้ารายใหญ่ พร้อมกันนี้ยังได้ดำเนินการทางด้านข้อมูลลูกค้าให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าแบบเฉพาะกลุ่มประกอบกับยังได้มีขบวนการที่จะดำเนินการพัฒนาระบบข้อมูลลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้ลูกค้ารายย่อยด้วยการพัฒนาระบบเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยความทันสมัยและเน้นเรื่องระบบ

ความปลอดภัย การให้บริการที่สะดวกรวดเร็วถูกต้องแม่นยำสอดคล้องกับชีวิตประจำวันของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าผู้ทำธุรกรรมการเงินมีความสะดวกปลอดภัยง่ายขึ้น (สาวิชชา เดือนแรม, 2558, หน้า 1) ธุรกิจบริการหนึ่งที่มีการแข่งขันด้านบริการอย่างมากในตอนนี้ คือ ธนาคารพาณิชย์ เนื่องจาก ผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการเลือกบริการทางการเงินเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์ต่างหันมาให้ความสนใจกับการปรับกลยุทธ์งานบริการมากขึ้น นำมาซึ่งนโยบายการตลาดสมัยใหม่ที่มี ผู้บริโภคเป็นผู้นำ (Customer orientation marketing driven) เพื่อหาวิธีการและแนวทางในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพและครองส่วนแบ่งตลาดให้ได้มากที่สุด รวมทั้งผู้มาใช้บริการเองที่เป็นฝ่ายให้ความสนใจกับเรื่องคุณภาพและครองส่วนแบ่งตลาดให้ได้มากที่สุด รวมทั้งผู้มาใช้บริการเองที่เป็นฝ่ายให้ความสนใจกับเรื่องคุณภาพบริการของธนาคารพาณิชย์ (อานวยพร มณีงาม, 2542, หน้า 2) และจะพบได้ว่าในปัจจุบัน ธุรกิจธนาคารที่มีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นนี้ เป็นการนำเอากลยุทธ์วิธีการตลาดขึ้นมาใช้ไม่ว่าจะเป็น การลดแลกแจกแถม การคิดค้น โปรโมชัน สร้างสรรค์สินค้าใหม่ ๆ แต่สิ่งที่ธุรกิจทางการค้าขาดไม่ได้ คือ การบริการ การบริการหมายถึงการเอาชนะใจลูกค้าด้วยการบริการ เบื้องหลังความสำเร็จทางธุรกิจ ต่าง ๆ มักพบว่างานบริการเป็นเครื่องมือสนับสนุนงานด้านต่าง ๆ เช่น งานต้อนรับงานฝ่ายตลาด ประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เพราะถ้ามีการบริการที่ดีลูกค้าเกิดความประทับใจยอดขายก็จะเพิ่มขึ้น อีกทั้งการบริการยังถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์กร เนื่องจากลูกค้าต้องการความสะดวกสบายจึงแสวงหาสิ่งที่จะมาตอบสนองความต้องการเหล่านั้นและจากความต้องการตอบสนองความสะดวกสบายแก่ผู้ให้บริการนี้เองที่ทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านบริการเพื่อเป็นการรองรับการให้บริการแก่ลูกค้าที่มีความต้องการ ใช้บริการเป็นจำนวนมาก

สำหรับธนาคารออมสิน มีประวัติการก่อตั้งที่ยาวนาน ด้วยสายพระเนตรอันยาวไกลของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ที่ทรงเห็นคุณประโยชน์ของการออมทรัพย์ เพื่อให้ประชาชนรู้จักการประหยัด การเก็บออม มีสถานที่เก็บรักษาทรัพย์สินเงินทองของประชาชน ให้ปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย จึงทรง ริเริ่มจัดตั้งคลังออมสินทดลองขึ้น โดยทรงพระราชทานนามธนาคารว่า “ลีฟอเทีย” ในปี พ.ศ. 2450 เพื่อทรงใช้ศึกษาและสำรวจนิสัยคนไทยในการออมเบื้องต้น พระองค์ทรงเข้าใจในราษฎรของพระองค์และทรงทราบดีว่าควรใช้ กุศโลบายใดอันจะจูงใจคนไทยให้มองเห็นความสำคัญของการออม เพื่อให้คลังออมสินได้เป็นประโยชน์แก่กุลเพื่อแผ่ไปถึงราษฎรโดยทั่วกัน พระองค์จึงได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ดำเนินการจัดตั้ง “คลังออมสิน” ขึ้นในสังกัด กรมพระคลังมหาสมบัติ กระทรวงพระคลังมหาสมบัติ และพระราชทานพระบรมราชานุญาตประกาศใช้ “พระราชบัญญัติคลังออมสิน พ.ศ. 2456” ประกาศใช้ในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2456 ต่อมาในปี พ.ศ. 2472 พระบาทสมเด็จพระ

พระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 ทรงมีพระราชดำริเห็นควรโอนกิจการคลังออมสินให้ไปอยู่ในความรับผิดชอบของกรมไปรษณีย์โทรเลข กิจการได้เริ่มแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับของประชาชนอย่างกว้างขวาง ซึ่งนับได้ว่ากิจการคลังออมสินในช่วงระยะนี้เติบโตขึ้นมาก จึงเรียกได้ว่าเป็น “ยุคแห่งความก้าวหน้าของการคลังออมสินแห่งประเทศไทย” ต่อมาภายหลังเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลง รัฐบาลได้เห็นถึงคุณประโยชน์ของการออมทรัพย์และความสำคัญของคลังออมสินที่มีต่อการพัฒนาประเทศ จึงได้ยกฐานะของคลังออมสินขึ้นเป็นองค์การของรัฐ มีฐานะเป็นนิติบุคคล ดำเนินธุรกิจภายใต้ “พระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พ.ศ. 2489” มีการบริหารงานโดยอิสระ ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการ ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง เริ่มดำเนินธุรกิจในรูปแบบธนาคารออมสิน ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2490 และคำว่า “คลังออมสิน” ก็ได้เปลี่ยน เป็นคำว่า “ธนาคารออมสิน” นับแต่บัดนั้นเป็นต้นมา ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธนาคารออมสินได้เปลี่ยนแปลง ปรับปรุงพัฒนาระบบการดำเนินงาน และการบริการในทุกด้านอย่างเป็นพลวัตร ธนาคารจึงได้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ เพื่อรักษาฐานลูกค้ามากกว่า 26 ล้านบัญชี โดยระดมทรัพยากรในทุกด้าน เตรียมการเพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์ และรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยและครบวงจรยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการให้บริการที่สอดคล้องต่อความต้องการและครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ และทุกช่วงวัย ปัจจุบันธนาคารออมสินมีฐานะเป็นนิติบุคคล เป็นรัฐวิสาหกิจ ในรูปของสถาบันการเงินที่มีรัฐบาล เป็นประกันอยู่ภายใต้ การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง มีสาขา 1,141 สาขา ทั่วประเทศ มีอายุครบ 102 ปี เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2558

ในปัจจุบันธนาคารออมสิน ได้ให้ความสำคัญความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

โดยปรับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และโครงสร้างองค์กร ให้ หน่วยงานฝ่ายพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม

มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม วมโดยตรง นอกจากนี้ยังมีการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม คณะทำงานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

เพื่อกำหนดนโยบาย แผนแม่บทด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการติดตาม

การดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย ทั้งในระดับผลผลิต (Output) ผลลัพธ์ (Outcome) และผลกระทบ (Impact) อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประโยชน์ สูงสุด โดยได้

กำหนดนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

1. การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน
2. สนับสนุนค้ำ^๓านการศึกษา ยกมาตรฐานการศึกษา และจัดกิจกรรมพัฒนาเยาวชนของชาติ ทั้งด้านสุขภาพกาย สุขภาพจิต และสติปัญญา
3. ออกแบบผลิตภัณฑ์^๓ทางการเงิน ที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
4. บริหารจัดการอย่างมีจริยธรรม โปร่งใส เป็^๓นธรรม คำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน
5. การจัดกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการ
ธนาคารออมสิน ผู้บริหาร พนักงาน ชุมชน และเยาวชน
6. คู่มือธุรกิจ^๓ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตามโครงการพระราชดำริ
7. สร้างเครือข่าย และสร้ง^๓างวัฒนธรรมองค์กร ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้^๓เป็นรูปธรรมแก่^๓ ผู้^๓ปฏิบัติงานในทุกระดับ

ธนาคารออมสินได้พัฒนาให้เกิดสินเชือธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืน การสนับสนุนค้ำ^๓านการศึกษา ยกมาตรฐานการศึกษา และจัดกิจกรรมพัฒนาเยาวชนของชาติ ทั้งด้านสุขภาพกาย สุขภาพจิต และสติปัญญา ตามแนวนโยบายดังกล่าว ผู้วิจัย ซึ่งปฏิบัติงานในธนาคารออมสิน จึงสนใจที่จะศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชือธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี โดยศึกษาประเด็นด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว และด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น เพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพการให้บริการสินเชือธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ให้มีขีดความสามารถในการให้บริการได้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ลูกค้าสร้างความประทับใจ และตรงตามความต้องการของลูกค้าของธนาคารต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชือธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

สมมติฐานของการวิจัย

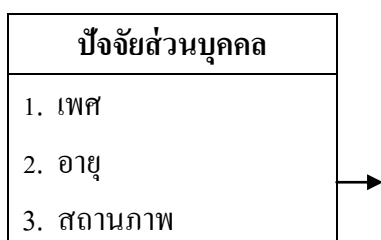
1. ผู้ใช้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน
3. ผู้ใช้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน
4. ผู้ใช้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน
5. ผู้ใช้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน
6. ผู้ใช้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษา คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดของ Parasuraman (1985 อ้างถึงใน ฌรัฐพัชร สือประดิษฐ์พงษ์, 2551, หน้า 37-38) มาปรับให้มีความเหมาะสมกับงานวิจัย ที่ศึกษา โดยได้กำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



- | |
|---|
| 4. ระดับการศึกษา
5. อาชีพ
6. รายได้ต่อเดือน |
|---|

ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ที่ได้เข้ามาใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำนวนทั้งสิ้น 1,033 คน (ธนาคารออมสิน, 2559)

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งวิจัยเกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี โดยกำหนดตัวแปรดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพ
4. ระดับการศึกษา
5. อาชีพ
6. รายได้

ตัวแปรตาม คือ คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี แบ่งเป็น 5 ด้าน

1. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Tangibles)
2. ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร (Reliability)
3. ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว (Responsiveness)
4. ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น (Assurance)
5. ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ (Empathy)

ขอบเขตด้านเวลา การศึกษาครั้งนี้ศึกษาตั้งแต่เดือน มกราคม พ.ศ. 2559-มีนาคม

คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
--

1. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Tangibles)
2. ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร (Reliability)
3. ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว (Responsiveness)
4. ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น (Assurance)
5. ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ (Empathy)

พ.ศ. 2559

นิยามศัพท์เฉพาะ

การตัดสินใจ หมายถึง การที่ผู้ใช้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ตัดสินใจทำนิติกรรมสัญญากู้ยืมเงิน ตามรายละเอียดและเงื่อนไขของการให้บริการ สินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสินที่ธนาคารกำหนด

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความคิดเห็นของประชาชนต่อการได้รับคุณภาพบริการ ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง จังหวัดชลบุรี แบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านลักษณะทาง กายภาพ (Tangibles) ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร (Reliability) ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการ ด้วยความรวดเร็ว (Responsiveness) ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น (Assurance) และด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ (Empathy)

1. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) หมายถึง อาคารสถานที่ของธนาคารที่ดูดี อุปกรณ์เครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัย พนักงานธนาคารแต่งกายสุภาพเรียบร้อย เช่น ท่าเลที่ตั้งของ ธนาคาร ฯ สะดวกต่อการเดินทาง มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ มีเครื่องบริการรับฝากเงินสด เครื่องปรับสมุดเงินฝาก เป็นต้น

2. ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้ บริการลูกค้าได้อย่างถูกต้องตามที่ได้ให้สัญญาไว้ เช่น พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ สามารถทำรายการฝาก-ถอนเงินสดได้อย่างถูกต้อง การคำนวณดอกเบี้ย

3. ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว (Responsiveness) หมายถึง ความตั้งใจและเต็มใจที่จะให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว เช่น พนักงานมีความกระตือรือร้น ในการให้บริการสามารถให้บริการท่านด้วยความรวดเร็วและมีความเต็มใจให้ความช่วยเหลือท่าน ในทุกครั้งที่ท่านมาใช้บริการ

4. ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น (Assurance) หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ ในการให้บริการ ไว้วางใจได้และปลอดภัย รวมถึงมารยาทของพนักงานธนาคารและความมีมนุษย สัมพันธ์อันดีที่แสดงออกทำให้มั่นใจในบริการที่ได้รับ เช่น พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม กัน มีความรู้ที่จะแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ รวมถึงพนักงานต้องมีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจ และผลิตภัณฑ์ทุกประเภทของธนาคาร ตลอดจนสามารถเก็บความลับของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

5. ความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ (Empathy) หมายถึง การเอาใจใส่ให้ความสนใจ ต่อลูกค้าเฉพาะราย เช่น พนักงานให้ความสะดวกสบายเอาใจใส่เป็นอย่างดี ธนาคารมีบุคลากร ที่เพียงพอต่อการให้บริการ รวมถึงทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าเป็นคนพิเศษเสมอ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
2. สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ได้ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ และมีประสิทธิภาพ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี” ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร ข้อมูล ตำรา บทความ วิชาการ สืบค้นทางอินเทอร์เน็ต และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาดังประเด็นต่อไปนี้

1. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
2. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการตัดสินใจ
3. ข้อมูลธนาคารออมสินกับเงื่อนไขการรับบริการสินเชื่อบริการประชาชน
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

ความหมายของการบริการ

พรเทพ ปิยวัฒนาเมธา (2536) ได้กล่าวว่า บริการ หมายถึง การให้สิ่งที่ลูกค้าต้องการ หรือการรับรู้ และสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อบำบัดความต้องการ และความจำเป็น พร้อม ๆ กัน โดยที่การให้บริการที่ดีจะครอบคลุมการให้ลูกค้าในสิ่งที่เขาต้องการในเวลาที่เขาต้องการในเวลาที่ต้องการ และในรูปแบบที่เขาต้องการ เพื่อเขาจะมีความพอใจเต็มที่

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2543, หน้า 20) ได้ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการ กระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) โดยการบริการเป็นสิ่งที่จับสัมผัสและแตะต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการดีขึ้นโดยการบริการจะมอบสู่ผู้รับบริการเพื่อใช้บริการนั้น ๆ โดยทันทีหรือเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการให้บริการนั้น

ชัยเสถียร พรหมศรี (2549, หน้า 11) การบริการ หมายถึง ผลลัพธ์ที่จับต้องไม่ได้เกี่ยวกับข้อบกพร่อง การกระทำ การปฏิบัติ หรือความพยายามที่ไม่สามารถเป็นเจ้าของได้ทางร่างกาย ปกติการบริการนั้นมักจะหมายถึง ความพยายามของผู้ให้บริการหรือเครื่องจักร ที่มีผลโดยตรงต่อบุคคลหรือสิ่งของ ไม่ว่าจะเป็นการบริการทางการศึกษาที่ครูมีต่อนักเรียน หรือการใช้เครื่องจักรอำนวยความสะดวกต่อมนุษย์ เช่นการโดยสารเครื่องบิน หรือต่อวัตถุ เช่นการขนส่งสินค้าทางเรือ

สมชาย กิจยรรยง (2536) ได้ให้ความหมายว่า การบริการ เป็นกระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น ในอันที่จะทำให้ผู้อื่นได้รับความสุข ความสะดวกหรือความสบาย

ปลายฝัน สุขารมณ (2534 อ้างถึงใน นันทพร ดำรงพงศ์, 2542, หน้า 8) ได้ให้ความหมายว่า การบริการเป็นการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือ การดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

Millett (1954) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญของการบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชนและความพึงพอใจบริการ หรือความสามารถในการที่จะพิจารณาว่าบริการที่ให้นั้นจะเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ให้พิจารณาจาก

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่า คนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติ อย่างเท่าเทียมกัน ในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนรับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน
2. การให้บริการที่ตรงเวลา หมายถึง ในการให้บริการจะต้องมอง ว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ จะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลย ถ้าไม่มีการตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พอใจแก่ประชาชน
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ หมายถึง การให้บริการสาธารณะ ต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการ และสถานที่บริการอย่างเหมาะสม
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงาน ที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยคือ การเพิ่มประสิทธิภาพ หรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

Stanton (n.d. อ้างถึงใน ไมตรี วิไลกิจ, 2539, หน้า 13) ได้อธิบายว่า การบริการนั้น หมายถึง กิจกรรมหรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจด้วยลักษณะเฉพาะในตัวของมันเองที่จับต้องไม่ได้ และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการใด การให้บริการอาจจะเกี่ยวข้องกับการใช้หรือไม่ใช้สินค้าที่มีตัวตน แต่ไม่แสดงความเป็นเจ้าของสินค้านั้น

Cothberg (n.d. อ้างถึงใน สำรวย เกษกุล, 2538, หน้า 9) ให้ความเห็นว่า งานบริการนั้นต้องประกอบด้วย 3 ประการ คือ

1. คุณภาพของทรัพยากร ต้องเลือกสรรแล้วว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ และมีคุณภาพดี
2. คุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการนั้นต้องมีความรอบรู้เกี่ยวกับการบริการ นั้นเป็นอย่างดี
3. การสื่อสาร เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการ การใช้ภาษาสัญลักษณ์ ต้องสามารถ สื่อความหมายให้เข้าใจกันได้เป็นอย่างดี

Regan (1963, p. 57) ได้กล่าวว่า การบริการแสดงถึงผลของความพึงพอใจที่ไม่สามารถ จับต้องได้ที่แสดงออกมาโดยตรง หรือผลของความพึงพอใจที่ไม่สามารถจับต้องได้ เมื่อมีการซื้อ สินค้าหรือใช้บริการต่าง ๆ

Kotler (2000) ได้ให้คำจำกัดความของการบริการ คือ กิจกรรมหรือประโยชน์ เิงนามธรรมซึ่งฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้รับ ครอบครองการบริการนั้น ๆ อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการ จำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า การบริการ (Service) สินค้าที่มีลักษณะนามธรรม ไม่สามารถ จับต้องได้เหมือนสินค้า โดยลักษณะของการขาย การบริการจะเป็นไปในรูปแบบของกระบวนการ ปฏิบัติงานอย่างใดอย่างหนึ่งให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยที่ผู้รับบริการจะไม่สามารถเป็นเจ้าของบริการ นั้น ๆ ได้เหมือนการเป็นเจ้าของสินค้า ทำให้การประเมินคุณค่าของบริการทำได้ยากกว่า การประเมินคุณค่าของสินค้าที่มีตัวตน ความเชื่อถือระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย จึงมีความสำคัญ อย่างมาก นอกจากนั้นจะพบว่าบริการจะมีความแตกต่างกันและยากที่จะทำให้เหมือนกันได้ ทุกครั้ง เนื่องจากการผลิตและการจำหน่ายจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันและไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้

ลักษณะเฉพาะของการบริการ

การบริการมีลักษณะเฉพาะ 5 ประการด้วย (Payne, 1993 อ้างถึงใน ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2550, หน้า 27; วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์, 2549, หน้า19) ดังนี้

1. ความไม่มีตัวตน/ ไม่สามารถจับต้องได้ บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึก ได้ก่อนที่จะมีการซื้อ จับต้องและสัมผัสได้โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้าไม่ว่าจะเป็นตา หู คอ จมูก ลิ้น ผิวหนัง บริการไม่สามารถแบ่งแยกเป็นชิ้นได้เหมือนสินค้า
2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ/ ความแยกจากกันไม่ได้ระหว่างผู้ให้บริการ และลูกค้าผู้รับบริการ ในช่วงของการให้บริการนั้นผู้ให้บริการและผู้รับบริการจะต้องอยู่พร้อมกัน สถานที่ที่ให้บริการ หรือแม้ว่าผู้ให้บริการและผู้รับบริการจะอยู่คนละสถานที่แต่ทั้งสองฝ่าย ก็ไม่สามารถแยกจากกันได้ในช่วงเวลาที่ให้บริการนั้น เช่น การตั้งธนาคารขนาดเล็กใน ซุปเปอร์มาเก็ต การตั้งตู้ ATM ในบริเวณศูนย์การค้า เป็นต้น

3. เก็บรักษาไม่ได้/ ไม่สามารถเก็บไว้ได้ บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้า ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอการให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา เนื่องจากการบริการต้องอาศัยคนในการให้บริการดังนั้นหากไม่มีลูกค้ามาใช้บริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง พนักงานที่ให้บริการก็จะว่างงานเกิดการสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านแรงงานโดยเปล่าประโยชน์ไม่ก่อให้เกิดรายได้ใด ๆ ดังนั้นจึงต้องมีการจ้างพนักงานให้มีจำนวนเหมาะสมกับจำนวนลูกค้าและมีการจัดการที่ดีในการจ่ายค่าแรง

4. ความต้องการที่ไม่แน่นอน ความต้องการใช้บริการของลูกค้าขึ้นลงอยู่เสมอ การให้บริการนั้นจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการจะมากหรือน้อยต่างกันขึ้นกับช่วงเวลาในแต่ละวัน ในต้นสัปดาห์หรือท้ายสัปดาห์ รวมทั้งฤดูกาล เช่น ร้านอาหาร ช่วงพักกลางวันจะมีลูกค้ามาใช้บริการมากกว่าช่วงบ่าย

5. ไม่แน่นอน/ ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง ลักษณะของการให้บริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่า ผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อใด ที่ไหน และอย่างไร ซึ่งหมายถึง ความแตกต่างในด้านคุณภาพในการให้บริการ เนื่องจากการบริการต้องอาศัยคนหรือพนักงาน ในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งการพนักงานจะขี้หรือไม่ จะให้บริการด้วยจิตใจอย่างแท้จริงหรือไม่ ต้องขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอื่น ๆ ทั้งในด้านร่างกายและจิตใจ เช่น พนักงานคนหนึ่งเมื่อวานนี้ให้บริการดีมาก ขี้มึนแจ่มใส ทักทายลูกค้าเป็นอย่างดี แต่วันรุ่งขึ้นพนักงานคนเดียวกัน อาจถูกร้องเรียนว่าบริการไม่ดี ไม่ขี้มึนแจ่ม พูดยาไม่ไพเราะ สาเหตุมาจากพนักงานคนนั้นไม่ได้นอนหลับอย่างเต็มอิ่ม เพราะต้องดูแลลูกสาววัยหนึ่งปีที่ป่วยเป็นไข้หวัดตลอดทั้งคืนที่ผ่านมา ซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า การบริการมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากสินค้า ไม่สามารถสัมผัสการบริการได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้าในเบื้องต้น เพียงแต่บอกได้ว่าน่าจะดี ซึ่งการประเมินผลการบริการต้องทดลองใช้บริการเพื่อสร้างประสบการณ์

องค์ประกอบของการบริการ

นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึง องค์ประกอบของการบริการไว้ ดังนี้

รัชยา กุลวานิชไชยนันท์ (2535) ได้ให้ความเห็นว่างานบริการต้องประกอบด้วย

คุณลักษณะ 2 ประการคือ

1. คุณภาพของประชากร ต้องเลือกสรรแล้วสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ และคุณภาพดี

2. คุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีความรอบรู้ในงานการสื่อสาร เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ใช้บริการ การใช้ภาษาสัญลักษณ์ต้องสามารถสื่อความหมายให้เข้าใจได้อย่างดี

วีรพงษ์ เถлимจิระรัตน์ (2545, หน้า 172) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของการบริการที่มีผลด้านคุณภาพของการบริการนั้น ๆ และอาจช่วยสร้างความพึงพอใจหรือก่อให้เกิดความไม่พอใจในสายตาของผู้รับบริการได้ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

1. ปัจจัยที่มีผลก่อนการรับบริการ ได้แก่
 - 1.1 ภาพพจน์ กิตติศัพท์ ชื่อเสียงขององค์กร
 - 1.2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ขององค์กร
 - 1.3 ค่าใช้จ่ายเพื่อขอรับบริการ
 - 1.4 ความแปลกใหม่ของบริการ
2. กลุ่มปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการ ได้แก่
 - 2.1 ความสะดวกสบายขณะใช้บริการ
 - 2.2 ความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดขั้นตอนการบริการ
 - 2.3 ความซับซ้อนยุ่งยากในขั้นตอนการรับบริการ
 - 2.4 ฝีมือ ภูมิปัญญา และความสามารถของผู้ให้บริการหรือองค์กร
3. กลุ่มปัจจัยที่มีผลหลังการรับบริการ ได้แก่
 - 3.1 ความสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการ
 - 3.2 ความสมบูรณ์ครบถ้วนของการบริการ
 - 3.3 ความคงเส้นคงวาด้านคุณภาพของการบริการ
 - 3.4 การปฏิบัติต่อคำร้องเรียนของผู้รับบริการ
 - 3.5 ความคุ้มค่าเงินหรือการไม่ชอบบริการนั้น

คริสโตเฟอร์ เอช เลิฟล็อก และลอเรน ไรท์ (2546, หน้า 59) กล่าวว่า การผลิตบริการอาจแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการให้บริการหรือเครื่องมือ อุปกรณ์เครื่องใช้ เครื่องอำนวยความสะดวก และสิ่งจำเป็นที่ผู้รับบริการเป็นผู้ประเมินผลลัพธ์เกี่ยวกับองค์ประกอบเหล่านั้น ซึ่งผู้รับบริการเคยมีประสบการณ์ จากการที่เคยใช้บริการ ระบบการให้บริการและเจ้าหน้าที่ที่อยู่เบื้องหลัง เช่นเจ้าหน้าที่ออกบิล เจ้าหน้าที่รับคำสั่งซื้อและการบัญชี มีผลกระทบต่อคุณภาพของการบริการ

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบของการบริการก็เป็นส่วนสำคัญในการบริการของศูนย์โทรศัพท์มือถือ เพราะการให้บริการทุกด้านต้องมีการกำหนดเป้าหมายที่เหมาะสมสอดคล้องกับนโยบาย และต้องคำนึงถึงในทุกขั้นตอนการให้บริการ ตั้งแต่ก่อนการให้บริการ ขั้นตอนขณะให้บริการจนกระทั่งได้รับการบริการแล้วผู้รับบริการต้องได้รับความพึงพอใจและบรรลุวัตถุประสงค์ตามความต้องการด้วย ซึ่งเจ้าหน้าที่หรือผู้ให้บริการต้องมีทักษะและความรู้

เกี่ยวกับรายละเอียดของงานบริการและขั้นตอนการดำเนินงานเป็นอย่างดี เพื่อให้เป็นพื้นฐานในการบริการลูกค้าได้อย่างเหมาะสมส่งผลให้ผู้รับบริการได้รับประโยชน์สูงสุด

หลักและแนวทางการให้บริการ

กุลธนา ธนาพงศธร (2530, หน้า 303-304) หลักการให้บริการที่สำคัญมี 5 ประการ ดังนี้

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ คือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดการให้ นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคลากรเป็นส่วนใหญ่ หรือทั้งหมดมิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้อำนวยประโยชน์และบริการแล้ว ยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้น ๆ

2. หลักความสม่ำเสมอ คือ การให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้ให้บริการ

3. หลักความเสมอภาค คือ บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน

4. หลักความประหยัด คือ ค่าใช้จ่ายที่จะต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากเกินไปกว่าผลที่ได้รับจากการบริการ

5. หลักความสะดวก คือ บริการที่จัดขึ้นจะต้องเป็นไปตามลักษณะปฏิบัติง่าย สะดวก สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มาก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากแก่ผู้ให้บริการมากจนเกินไป

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549, หน้า 23) กล่าวว่า การให้บริการในอนาคตจะเน้นแนวทางการให้บริการ โดยแบ่งประเภทออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. บริการหลัก เป็นการบริการประเภทที่เป็นหัวใจหลักขององค์กร บริการหลักมีความซับซ้อนในการให้บริการ หรือการส่งมอบให้ผู้รับบริการมากกว่าประเภทของการให้บริการเสริม และบริการอื่น ๆ ซึ่งเป็นบริการที่ผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญมาก ในการที่จะพัฒนาบริการเพื่อส่งมอบบริการที่ดีสร้างความพึงพอใจให้ผู้รับบริการ

2. บริการเสริม การบริการประเภทนี้เป็นบริการที่ซับซ้อนน้อยกว่าบริการหลักเป็นบริการที่ช่วยทำให้องค์กรมีการบริการหลักที่ดีมากขึ้น และไม่ได้ขัดกับการให้บริการเป็นการตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของผู้รับบริการ

3. บริการอื่น ๆ เป็นบริการที่สนับสนุนบริการหลัก และบริการเสริม แต่อย่างไรก็ตามผู้บริการจะต้องมีการฝึกฝนและอบรมพนักงานให้มีคุณภาพและส่งมอบบริการที่ดี

Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1990, pp. 21-22) กล่าวว่า การบริการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วยหลักสำคัญต่าง ๆ เหล่านี้

1. ความไว้วางใจ หมายถึง ความสามารถในการบริการตามคำมั่นสัญญา

2. การตอบสนอง การแสดงความเต็มใจและความพร้อมที่จะให้บริการ รวมทั้งมีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง และปฏิบัติต่อผู้รับบริการเป็นอย่างดี

3. ความสามารถ ความสามารถในการให้บริการความสามารถในการสื่อสารและความสามารถในการรู้วิชาการที่จะให้บริการ

4. การเข้าถึงบริการ หมายถึง ผู้รับบริการสามารถเข้าใช้บริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายซับซ้อนเกินไป ใช้เวลารอคอยน้อย และเวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้รับบริการ รวมทั้งสถานที่ที่รับบริการสามารถติดต่อได้สะดวก

5. ความสุภาพอ่อนโยน หมายถึง ผู้ให้บริการต้องมีบุคลิกภาพที่ดีแสดงความสุภาพต่อผู้รับบริการ ให้การต้อนรับที่เหมาะสมรู้จักให้เกียรติ มีน้ำใจ และเป็นมิตร

6. การสื่อสาร หมายถึง ความสามารถในการชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการ มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการแก่ผู้รับบริการ ได้อย่างชัดเจนเข้าใจง่าย

7. ความน่าเชื่อถือ หมายถึง ผู้ให้บริการมีความสามารถในการสร้างความเชื่อถือของผู้ให้บริการ

8. ความมั่นคง หมายถึง ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมืออุปกรณ์ ปราศจากอันตราย ความเสี่ยง และปัญหาต่าง ๆ

9. ความเข้าใจลูกค้า ความพยายามในการค้นหาเรียนรู้ และทำความเข้าใจความต้องการ ความสนใจของผู้รับบริการ รวมทั้งให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้รับบริการ

10. สร้างสิ่งที่จับต้องได้ การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ พร้อมให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า จากแนวคิดนักวิชาการหลักการและแนวทางในทางบริการ มีวิธีการและมีจุดมุ่งหมายเป็นหนึ่งเดียวกันคือให้เกิดการบริการที่ดี เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้มารับบริการ

ความหมายของคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ ได้มีแนวคิดและปรัชญา ที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพหลายท่านได้ให้แนวคิดไว้ ดังนี้

วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2545, หน้า 11) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการไว้ว่า คือ ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า รวมถึงระดับความสามารถของการบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า และระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากที่ได้รับบริการไปแล้ว

สมเกียรติ โภชิสต์ (2551, หน้า 3) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ คือ การกระทำตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ เพื่อแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ใช้

สินค้าและบริการ การที่ผลงานของเราจะเป็นประโยชน์ต่อลูกค้าได้นั้น จะต้องทำในสิ่งที่ควรทำให้ ถูกต้องตั้งแต่เริ่มแรก การทำสิ่งที่ควรทำคือการแก้ปัญหาหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้า การทำให้ถูกต้องตั้งแต่เริ่มแรก คือการปฏิบัติตามมาตรฐานทางเทคนิคหรือมาตรฐานทางวิชาชีพ

ทองหล่อ เดชไทย (2544 อ้างถึงใน วรรณลักษณ์ คุลยากุล, 2552, หน้า 11)

ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการ คือ ความพยายามอย่างต่อเนื่องของสมาชิกทุกคนในองค์กร ที่จะให้ผู้รับบริการได้รับสิ่งที่เขาต้องการหรือคาดหวัง ซึ่งสามารถสรุปได้ 3 ประเด็น ได้แก่

1) ความพยายามอย่างต่อเนื่อง 2) สมาชิกทุกคนในองค์กร 3) ความหวังของผู้รับบริการ

บุษกร พงษ์สวัสดิ์ (2541, หน้า 11) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการ คือ

ความพึงพอใจของประชาชน ที่มีต่อการบริการซึ่งประกอบไปด้วยความถูกต้องแม่นยำ ตลอดจน ความรู้ความสามารถในการให้บริการ การมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย การสื่อสารที่ผู้ให้บริการ ให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้รับบริการ

Kotler (1994) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการ คือ ตามแนวความคิดทางการตลาด ว่าในการแข่งขันด้านธุรกิจบริการผู้ให้บริการต้องสร้างบริการให้เท่ากับหรือมากกว่าคุณภาพบริการ ที่ผู้รับบริการคาดหวัง เมื่อผู้รับบริการใช้บริการก็จะเปรียบเทียบบริการที่ตนได้รับจริงกับบริการที่ คาดหวังไว้ ถ้าผลพบว่าบริการที่ได้รับจริงในสถานการณ์นั้นน้อยกว่าบริการที่คาดหวัง ผู้รับบริการ จะไม่พึงพอใจและไม่กลับมาใช้บริการอีก ในทางตรงกันข้ามถ้าบริการที่ได้รับเท่ากันหรือมากกว่า บริการที่คาดหวังไว้ผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจ ประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก ดังนั้น คุณภาพบริการจึงขึ้นอยู่กับเปรียบเทียบของผู้รับบริการระหว่างบริการที่คาดหวังไว้ล่วงหน้า กับ บริการที่ได้รับในความคิดของผู้รับบริการเป็นสำคัญ

Boone and Kurtz (2000) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง ความคาดหวังต่อคุณภาพ และคุณภาพที่รับรู้จากการนำเสนอการบริการ

Gerson (1993) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ จะถูกกำหนดโดยมีพื้นฐานอยู่บนการรับรู้ ของลูกค้า ดังนั้นสิ่งใดก็ตามที่ลูกค้าบอกว่ามีคุณภาพ นั้นจึงถือว่ามีคุณภาพอย่างแท้จริง

Crosby (1979) คุณภาพ หมายถึง คุณลักษณะและประโยชน์ของการใช้งาน โดยรวม ของผลิตภัณฑ์ ที่จะทำให้สามารถตอบสนองการใช้งานได้ เหมาะสมสำหรับการใช้งาน สอดคล้อง เหมาะสมกับความต้องการ ส่วนประกอบทั้งหมดของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ทั้งด้านการตลาด วิศวกรรมการผลิต และการซ่อมบำรุง ที่ตรงกับความคาดหวัง และความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับมาตรฐานซึ่งเป็นที่ต้องการและคาดหวังของลูกค้า

Parasuraman (1985 อ้างถึงใน ฉัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์, 2551, หน้า 37-38) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ คือความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ เมื่อพิจารณา

คุณภาพของสินค้ามักจะพิจารณาจากตัวสินค้าและยึดถือผลที่สินค้าตอบสนองความต้องการ เป็นสำคัญ ไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงกระบวนการผลิต แต่สำหรับคุณภาพของบริการแล้ว จะมีความแตกต่างกันออกไป เนื่องจากลักษณะของบริการ 4 ประการ ดังกล่าวคือ บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ มีความหลากหลายในตัวเอง ไม่สามารถถูกแบ่งแยก และเก็บรักษาไม่ได้ ทำให้คุณภาพการบริการถูกประเมินทั้งจากกระบวนการให้บริการ และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการบริการนั้น โดยเฉพาะการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการที่จะทำให้คุณภาพการบริการประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติต่าง ๆ กันเหล่านี้คือ

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ หมายถึง ลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ มีการจัดสถานที่ให้บริการอย่างสะอาดสวยงาม อุปกรณ์เครื่องมือพร้อมสำหรับให้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ บุคลากรและวัสดุในการติดต่อสื่อสาร
2. ความเชื่อมั่นวางใจได้ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามที่สัญญาไว้ และความน่าเชื่อถือ มาตรฐานให้บริการไม่ตกต่ำ มีความสม่ำเสมอและความพร้อมที่จะให้บริการ
3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ หมายถึง ความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการ และพร้อมที่จะให้บริการได้ในทันที สะดวกรวดเร็ว และใช้เวลาในการให้บริการเหมาะสม
4. สมรรถนะของผู้ให้บริการ หมายถึง การมีความรู้ ความสามารถ ทักษะในการบริการ ที่ให้และสามารถแสดงออกมาให้ผู้รับบริการประจักษ์ได้
5. ความมีอัธยาศัยไมตรี หมายถึง ความสุภาพอ่อนโยน มีน้ำใจ และเป็นมิตร ต่อผู้รับบริการ ให้การต้อนรับเหมาะสมต่อผู้รับบริการ
6. ความน่าเชื่อถือ หมายถึง ความน่าไว้วางใจ เชื่อถือได้ ซึ่งเกิดจากความซื่อสัตย์ และความจริงใจของผู้ให้บริการ
7. ความมั่นคงปลอดภัย หมายถึง ความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน ชื่อเสียง ปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตราย และข้อสงสัยต่าง ๆ รวมทั้งการรักษาความลับของผู้รับบริการ
8. การเข้าถึงบริการ หมายถึง การที่ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมารับบริการ ระเบียบขั้นตอนในการรับบริการไม่มากนัก ชับซ้อนเกินไป ใช้เวลาน้อย อยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้สะดวก
9. การติดต่อสื่อสาร หมายถึง การให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่ผู้รับบริการ ใช้การสื่อสารด้วยภาษาที่ผู้รับบริการเข้าใจ
10. การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ หมายถึง การทำความเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ การให้คำแนะนำเอาใจใส่ผู้รับบริการ

Berry et al. (1985; Zeithaml & Bitner, 1996 อ้างถึงใน ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2549, หน้า 106-107) เนื้อหาบางส่วนในหนังสือได้สรุปเนื้อหาจาก Text Book ชื่อ การตลาดบริการ กล่าวว่า คุณภาพบริการเป็นสิ่งที่กำหนดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของผู้บริโภค มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับระดับของคุณภาพบริการและใช้เป็นแนวทางในการประเมินคุณภาพของการบริการ 5 ประการ ดังนี้

1. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) ได้แก่ อาคารของธุรกิจ เครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องกดบัตรคิว ป้ายประชาสัมพันธ์ ห้องน้ำ การตกแต่ง แบบฟอร์มต่าง ๆ รวมทั้งการแต่งกายของพนักงาน สิ่งสัมผัสได้เหล่านี้นอกจากจะสวยงามและสะอาดแล้ว การใช้งานยังต้องเป็นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึง เช่น การบริการรับบัตรคิว ต้องมีพนักงานคอยดูแลกดบัตรคิวให้

2. ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) เป็นความสามารถในการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ได้สัญญาหรือควรจะเป็นได้อย่างถูกต้องและตรงวัตถุประสงค์ของการบริการนั้นภายในเวลาอันเหมาะสม นั้นหมายความว่าลูกค้าจะได้รับ การสนองตอบความพึงพอใจในทุกครั้งที่ใช้บริการ เช่น การบริการชำระค่าบริการ โทรศัพท์ ต้องมีการตรวจสอบทอนเงินให้ลูกค้าถูกต้องไม่มีผิดพลาด

3. การตอบสนองด้วยความรวดเร็ว (Responsiveness) บุคลากรผู้ให้บริการมีความเต็มใจและความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้การบริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้ต้องรอคิวนาน รวมทั้งยังต้องมีความกตัญญู เห็นลูกค้าต้องรีบต้อนรับให้ความช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลยความรวดเร็ว ต้องมาจากพนักงานและกระบวนการให้บริการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4. การรับรองความเชื่อมั่น/ การรับประกัน (Assurance) เป็นการรับประกันว่า พนักงานที่ให้บริการมีความรู้ ความสามารถ และมีความสุภาพ จริยธรรมในการให้บริการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าจะได้รับการบริการที่เป็นไปตามมาตรฐานและความปลอดภัยไว้กังวล นอกจากนี้ อาจจะต้องประกันถึงมาตรฐานองค์กรด้วย เช่น ISO 9001: 2000 หรือรางวัลจากสถาบันต่าง ๆ

5. การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) เป็นการดูแลเอาใจใส่ให้บริการอย่างตั้งอกตั้งใจ เนื่องจากเข้าใจปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าที่ต้องได้รับการตอบสนอง เน้นการบริการและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างเป็นรายบุคคล ตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน มีการสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้าอย่างถ่องแท้

ความสำคัญของคุณภาพการบริการ

ความสำคัญของคุณภาพในการบริการ สามารถพิจารณาได้ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2549, หน้า 109) ดังนี้

1. เชิงคุณภาพ ประกอบด้วย

1.1 สร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีให้ลูกค้า การให้บริการอย่างมีคุณภาพ ย่อมทำให้ลูกค้าคิดและรู้สึกพอใจ ต้องมาใช้บริการครั้งต่อไป ไม่ต้องการเปลี่ยนไปใช้กับธุรกิจ บริการอื่นที่ไม่คุ้นเคย ในที่สุดย่อมเกิดความจงรักภักดี ซึ่งมีผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ

1.2 มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ การให้บริการที่มีคุณภาพย่อมทำให้ลูกค้า ชื่นชมธุรกิจ และความชื่นชมนั้นจะถูกถ่ายทอดไปยังผู้อื่น ทำให้ธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่ดี

1.3 มีอิทธิพลต่อขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการ คุณภาพการบริการมีผลอย่างมาก ในขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการ เนื่องจากลูกค้าจะพิจารณาถึงความคุ้มค่าของการใช้บริการ สิ่งที่เป็นพื้นฐานในการบอกถึงความคุ้มค่าคือ คุณภาพในการบริการ

1.4 เป็นกลยุทธ์ถาวรแทนส่วนประสมทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดล้วนไม่คงทน ธุรกิจอาจคิดกลยุทธ์หรือพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดใหม่ ๆ มาสู่ตลาด ไม่นานคู่แข่งรายอื่น ก็ลอกเลียนแบบได้ หลักฐานอันหนึ่งที่ชัดเจนคือ ผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ ในธุรกิจหนึ่ง ๆ จะเหมือนกันหรือคล้ายกันมาก แยกความแตกต่างหรือชัดเจนได้ยาก เช่น โปร โมชั่น Internet ของแต่ละเครือข่าย แต่สิ่งที่ช่วยให้ลูกค้าแยกความแตกต่างคือ คุณภาพในการบริการ ซึ่งเกิดจาก พนักงานทุกคนที่มอบการบริการผ่านกระบวนการที่ให้บริการที่มีประสิทธิภาพภายใต้ การสนับสนุนทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย

1.5 สร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืนและความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน ด้วยเหตุผล ทั้งหมดดังกล่าวข้างต้น ทำให้การบริการที่มีคุณภาพเป็นการสร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืนให้ธุรกิจ ยากที่คู่แข่งจะลอกเลียนแบบได้ในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

2. เชิงปริมาณประกอบด้วย

2.1 ลดค่าใช้จ่ายในการแก้ไขข้อผิดพลาด การที่ธุรกิจต้องมาตามแก้ไขข้อผิดพลาด จากการให้บริการ ย่อมทำให้เสียค่าใช้จ่าย เสียเวลา เสียแรงงานพนักงานที่ต้องมาตามแก้ไข และการสูญเสียลูกค้าดังนั้นการปรับปรุงธุรกิจเพื่อสร้างคุณภาพในการให้บริการย่อมช่วยลดค่าใช้จ่าย และเวลาในการแก้ไขข้อผิดพลาด ซึ่งเป็นการลงทุนที่ถูกแต่ได้ประโยชน์คุ้มค่า

2.2 เพิ่มรายได้และส่วนแบ่งตลาดให้ธุรกิจ เมื่อลูกค้าเกิดการมั่นใจการบริการที่ได้รับ แล้วว่าคุ้มค่า การเสนอขายบริการอย่างอื่นเพิ่มเติมที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ย่อมทำให้ลูกค้า ตัดสินใจได้ไม่ยาก และทำให้ธุรกิจสามารถเพิ่มรายได้ จากฐานลูกค้าปัจจุบันในขณะที่เดียวกัน การเพิ่มรายได้และส่วนแบ่งการตลาดจากลูกค้าใหม่และจากลูกค้าปัจจุบันที่พอใจในบริการ ของธุรกิจย่อมเป็นไปได้ไม่ยากนัก

Mertin (1995) กล่าวว่า คุณภาพบริการมีความสำคัญเนื่องเหตุผลหลัก 4 ประการ ดังนี้

1. การเจริญเติบโตของธุรกิจบริการ เนื่องจากทุกวันนี้ผู้ประกอบการต่าง ๆ หันมาให้ความสำคัญกับการบริการมากขึ้น การทำธุรกิจต่าง ๆ จึงมีการทำควบคู่ไปกับการบริการส่งผลให้การเจริญเติบโตของธุรกิจบริการอยู่ในอัตราที่สูงมาก
2. การแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้น คุณภาพการบริการถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในการแข่งขันกับคู่แข่ง และถ้าบริษัทหรือองค์กรใดให้คุณภาพการบริการที่เหนือกว่าก็ถือว่าเป็นจุดของความได้เปรียบมาให้บริษัทหรือองค์กรนั้น
3. ความต้องการของผู้บริโภคหรือลูกค้าที่มีมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันนี้โลกอยู่ในยุคของการติดต่อสื่อสาร ลูกค้ามีความรู้มากขึ้น มีความต้องการมากขึ้น การซื้อสินค้าเพื่อที่จะได้สินค้ามีคุณภาพ เหมาะสมกับราคาอย่างเดียวไม่พอ เพราะว่าลูกค้าคิดว่าเป็นสิ่งที่ต้องได้รับอยู่แล้ว แต่ที่ลูกค้าต้องการก็คือ การบริการที่มีคุณภาพ และสิ่งนี้นับเป็นสิ่งที่ลูกค้า ใช้ในการประเมินการซื้อซ้ำ หรือการมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้า หรือบริษัทองค์กรนั้น ๆ
4. คุณภาพการบริการสะท้อนถึงสถานะเศรษฐกิจ เนื่องจากผลของการมีคุณภาพบริการที่ดี นำไปสู่การเกิดการซื้อซ้ำในสินค้าหรือธุรกิจ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการทุกคนต้องการให้เกิดขึ้นกับสินค้าหรือบริษัทของตน นอกจากตอนนี้การที่มีคุณภาพการบริการที่ดี เป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดลูกค้าหรือผู้บริโภคเดิมให้ยังคงอยู่ อีกทั้งยังเป็นการสร้างลูกค้าใหม่ ๆ เข้ามาอีกด้วย ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนมาจากคุณการบริการที่ดีขององค์กรนั่นเอง

Ghobadian and Ashworth (1994) กล่าวถึง คุณภาพบริการว่า มีความสำคัญเนื่องมาจากภาคธุรกิจบริการตลอดทศวรรษที่ผ่านมาถือเป็นภาคธุรกิจที่มีความสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจโลก และเป็นภาคธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง ดังนั้นบริษัทหรือองค์กรห้างร้านต่าง ๆ ที่อยู่ในธุรกิจบริการจึงต้องพยายามสร้างคุณภาพการบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด เพื่อที่จะอยู่รอดในธุรกิจนี้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า คุณภาพบริการมีความสำคัญทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยในเชิงคุณภาพจะเกี่ยวข้องในเรื่องของการสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีให้ลูกค้า มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ มีอิทธิพลต่อขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการ เป็นกลยุทธ์ถาวรแทนส่วนประสมทางการตลาด และสร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืนและความได้เปรียบในการแข่งขัน ในส่วนเชิงปริมาณจะทำให้องค์กรลดค่าใช้จ่ายในการแก้ไขข้อผิดพลาด และสามารถเพิ่มรายได้และส่วนแบ่งตลาดให้ธุรกิจ ซึ่งองค์กรสมัยใหม่มักให้ความสำคัญกับคุณภาพของการบริการเพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่มีต้นทุนต่ำและสามารถใช้เป็นกลยุทธ์สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมอ

องค์ประกอบของคุณภาพบริการ

จากที่กล่าวไปข้างต้นว่าการวัดคุณภาพบริการ ผู้บริโภครหรือลูกค้าจะพิจารณาในส่วนที่เป็นผลที่ได้จากการรับบริการควบคู่ไปกับส่วนที่เป็นกระบวนการบริการนั้น ๆ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าคุณภาพการบริการเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากหลาย ๆ เหตุการณ์องค์ประกอบมารวมกัน ผู้ให้บริการไม่สามารถจะมอบคุณภาพการบริการให้กับลูกค้าได้โดยปราศจากการเข้าใจในแต่ละองค์ประกอบที่บ่งชี้ถึงลักษณะการบริการ ซึ่งประโยชน์ของแต่ละองค์ประกอบจะขึ้นอยู่กับสถานการณ์นั้น ๆ

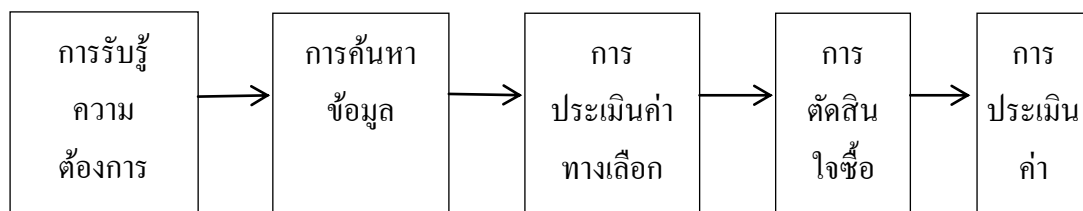
Gronroos (1978 cited in Ghobadian & Ashworth, 1994; Gronroos, 1988; 1991 cited in Philip & Hazlett, 1997) กล่าวว่า ลูกค้าจะรับรู้ถึงคุณภาพการบริการ โดยแบ่งองค์ประกอบคุณภาพออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลทางเทคนิคคุณภาพการบริการ ด้านการส่งมอบบริการระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า และด้านภาพลักษณ์ขององค์กรที่ให้บริการ ได้รวมองค์ประกอบการรับรู้คุณภาพการบริการที่ได้รับจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการระหว่างการเกิดกระบวนการให้บริการ

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ผู้บริโภคหรือลูกค้า หรือผู้รับบริการ จะรับรู้องค์ประกอบคุณภาพการบริการจากการตัดสินใจว่าจะรับหรือซื้อสิ่งที่เขาได้รับ และได้มาอย่างไร ซึ่งเมื่อรวมทั้งสองอย่างเข้าด้วยกัน จะได้เป็นคุณภาพโดยรวมนั่นเอง

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการตัดสินใจ

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ

กระบวนการในที่นี่ หมายถึง กรรมวิธีหรือลำดับการกระทำ ซึ่งดำเนินต่อไปจนสำเร็จ ณ ระดับหนึ่ง ก่อนหน้าที่ผู้บริโภคจะมีการแสดงออกในการซื้อนั้น ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจย่อยอย่างเป็นกระบวนการมาก่อน กระบวนการในการพิจารณาตัดสินใจซื้อของบริโภค เรียกลำดับดังนี้



ภาพที่ 2-1 การตัดสินใจซื้อ

1. การรับรู้ความต้องการ (Need recognition) คือ การที่ผู้บริโภครู้ว่าตนเองมีความต้องการผลิตภัณฑ์ หรือใช้บริการ เช่น การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจำเป็นต้องหาสถานที่พักผ่อน เป็นต้น
2. การค้นหาข้อมูล (Information search) ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อประกอบการเลือกซื้อจากแหล่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้
 - 2.1 แหล่งบุคคล (Personal sources) เป็นการค้นหาข้อมูลจากบุคคลอื่น เช่น จากคนในครอบครัวและญาติมิตร เป็นต้น
 - 2.2 แหล่งทางการค้า (Commercial sources) เป็นการค้นหาข้อมูลจากสิ่งทีผู้ประกอบการค้าจัดทำขึ้น
 - 2.3 แหล่งทางสาธารณะ (Public sources) เป็นการค้นหาข้อมูลโดยผู้บริโภคเองที่เกิดจากการเคยใช้มาก่อน การตรวจสอบ หรือสัมผัสเกี่ยวข้องกับวิธีอื่น ๆ ผู้บริโภคจะใช้เวลาพยายามค้นหาข้อมูลมากหรือน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับข้อมูลทีผู้บริโภคมีอยู่ก่อนแล้ว และความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ ตลอดจนปัจจัยทางจิตวิทยา เช่น ความชอบ เป็นต้น
3. การประเมินค่าทางเลือก (Evaluation of alternative) หลังจากการค้นหาข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคจะกำหนดเกณฑ์ต่าง ๆ ขึ้นมา เพื่อทำการวัดหรือเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้รวบรวมมา โดยเหล่านี้จะเป็นเครื่องชี้คุณสมบัติที่พึงประสงค์ หรือ ไม่พึงประสงค์ของผลิตภัณฑ์ และของผู้บริโภค เช่น ราคา ความสะดวกสบาย และอื่น ๆ

ถ้าเกณฑ์การประเมินมีมากกว่าหนึ่งเกณฑ์ผู้บริโภคอาจกำหนดน้ำหนักความสำคัญในเกณฑ์แต่ละอย่าง โดยการให้คะแนนแก่เกณฑ์ต่าง ๆ สำหรับข้อมูลทุก ๆ ส่วน จากนั้นนำคะแนนรวมมาเปรียบเทียบกัน แล้วเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้ออย่างไรก็ตาม การประเมินทางเลือกนี้ไม่สามารถคำนวณตัวเลขได้ง่าย เพราะบางครั้งเป็นสัญชาตญาณ
4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการ โดยอาศัยผลการประเมินทางเลือกเป็นเครื่องตัดสินใจ
5. การประเมินผลภายหลังการซื้อ (Post purchase evaluation) หลังการซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการแล้ว ผู้บริโภคจะเรียนรู้ว่าผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้นตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้ได้มากเพียงใด เกณฑ์ในการวัดความพื่อนั้น ผู้บริโภคจะใช้เวลาคาดหวังที่ตั้งเอาไว้ก่อนการซื้อผลิตภัณฑ์ หรือใช้บริการมาตรวจดู ถ้าผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นสามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้มากกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง ผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจ แต่ถ้าน้อยกว่าเกณฑ์ที่คาดหวังผู้บริโภคจะรู้สึกไม่พอใจ

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

นักวิชาการหลายท่านกล่าวถึงความหมายเกี่ยวกับ “การตัดสินใจ” ไว้หลายความหมาย แต่ผู้ศึกษาได้นำเสนอเพียงบางส่วน ดังนี้

Schiffman and Kanuk (1994, p. 659) ได้ให้ความหมายของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ ทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมด้านจิตใจ และกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อ และเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, สุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช (2538, หน้า 18) ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Decision process) หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมทางด้านจิตใจและทางกายภาพ ซึ่งเกิดขึ้นช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อและเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น กระบวนการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย ขั้นตอนที่สำคัญ คือ การรับรู้การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ขวลิต ประภาวนนท์, สมชาย หิรัญกิตติ, สมศักดิ์ วานิชยาภรณ์ และสุดา สุวรรณภิญโญ (2539, หน้า 470) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะซื้อหรือปฏิเสธผลิตภัณฑ์ เป็นช่วงข้อเท็จจริงข้อสุดท้ายสำหรับนักการตลาดซึ่งชี้ความสำคัญว่า กลยุทธ์การตลาด ฉลาด มองการณ์ไกลและมีประสิทธิผลหรือชี้ว่าการวางแผนที่เลวและผิดพลาด ดังนั้นนักการตลาดจะสนใจในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเมื่อผู้บริโภคตัดสินใจมากกว่าหนึ่งทางเลือกขึ้นไป การตัดสินใจว่าจะไม่ซื้อก็เป็นทางเลือกเช่นเดียวกัน

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 192) ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคว่า ในการที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าใดสินค้านั้นจะต้องมีกระบวนการตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงทัศนคติหลังจากที่ได้ใช้สินค้าแล้ว ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นขั้นตอนได้ ดังนี้ การมองเห็นปัญหา การแสวงหาภายใน การแสวงหาภายนอก การประเมินทางเลือกการตัดสินใจซื้อ ทัศนคติหลังการซื้อ

การตัดสินใจซื้อ หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอในชีวิตประจำวัน โดยที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัด

ของสถานการณ์ ซึ่งถ้านักการตลาดสามารถทำความเข้าใจและเข้าถึงจิตใจของผู้บริโภค การกระจายสินค้าและสร้างความยอมรับของผู้บริโภคก็จะมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (Watson, n.d. อ้างถึงใน นัตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ, 2545, หน้า 23)

ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค คือ ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ดังนั้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างเหมาะสม โดยแบ่งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคออกเป็น 2 ประการ ได้แก่ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2538, หน้า 19)

1. ปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคล ในด้านความคิดและการแสดงออก ซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ โดยที่ปัจจัยภายในประกอบไปด้วย

1.1 ความจำเป็น ความต้องการ ความปรารถนา ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของความต้องการในการใช้สินค้าหรือบริการ

1.2 แรงจูงใจ เมื่อบุคคลเกิดปัญหาทางการหรือในจิตใจขึ้นเขาก็จะเกิดแรงจูงใจในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น

1.3 บุคลิกภาพ เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาขึ้นมาจากความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจต่าง ๆ

1.4 ทักษะคิด เป็นการประเมินความรู้สึกหรือความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล

1.5 การรับรู้ เป็นกระบวนการของบุคคลในการยอมรับความคิดหรือการกระทำของบุคคลอื่น

1.6 การเรียนรู้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดจากการรับรู้และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงและคงอยู่ในระยะที่ค่อนข้างยาวนาน

2. ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวบุคคลซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจัยภายนอกแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ ได้แก่

2.1 สภาพเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภค

2.2 ครอบครัวยุค การเลี้ยงดูในสภาพครอบครัวที่แตกต่างกันส่งผลให้บุคคลมีความแตกต่างกัน

2.3 สังคม เพื่อการยอมรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เรียกว่า กระบวนการขัดเกลาทางสังคม ประกอบด้วย รูปแบบการดำรงชีวิต ค่านิยมของสังคม และความเชื่อ

2.4 วัฒนธรรม เป็นวิถีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือว่าเป็นดีงามและยอมรับปฏิบัติตาม เพื่อให้สังคมดำเนินและมีพัฒนาการไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมเพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม

2.5 การติดต่อธุรกิจ หมายถึง โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้าหรือบริการนั้น ๆ สินค้าตัวใดที่ผู้บริโภคได้รู้จักและพบเห็นบ่อย ๆ ก็จะมีแนวโน้มความไว้วางใจและความยินดีที่จะใช้สินค้านั้น

2.6 สภาพแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น ความแปรปรวนแปรของสภาพอากาศ การขาดแคลนน้ำหรือเชื้อเพลิงส่งผลให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน

สรุปแนวคิดปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ข้อมูลธนาคารออมสินและเงื่อนไขการรับบริการสินเชื่อประชาชน

1. คุณสมบัติผู้กู้

1.1 เป็นผู้ประกอบการรายย่อย เช่น ผู้ประกอบอาชีพค้าขาย บริการ และผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค เพื่อจำหน่าย

1.2 ผู้มีรายได้ประจำ เช่น ข้าราชการ ทหาร ตำรวจ ลูกจ้างของหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชน ที่มีเงินเดือนประจำ

1.4 มีอายุครบ 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และเมื่อรวมอายุผู้กู้ กับระยะเวลาที่ชำระเงินกู้ ต้องไม่เกิน 65 ปีบริบูรณ์ ในกรณีที่ไม่มีเงินไปตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไขดังกล่าวให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการสินเชื่อสาขา โดยความเห็นชอบจากผู้จัดการเขต ส่วนกรณีที่ผู้กู้อายุไม่ครบ 20 ปีบริบูรณ์ ต้องให้บิดา-มารดา หรือผู้ปกครองเป็นผู้แทน

1.5 เป็นผู้ที่มีถิ่นที่อยู่แน่นอน สามารถติดต่อได้

1.6 มีสถานที่ประกอบอาชีพแน่นอน

1.7 เปิดบัญชีเงินฝากประเภทเพื่อเรียก ฌ สาขาที่ยื่นขอเงิน

2. วัตถุประสงค์การกู้ 1) เพื่อเป็นเงินทุน 2) เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบอาชีพ 3) เป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ และ 4) ชำระหนี้สินอื่น ๆ

3. จำนวนเงินให้กู้ ให้กู้ตามความจำเป็นและตามความสามารถในการชำระคืน ทั้งนี้ไม่เกินรายละ 200,000.-บาท

4. ระยะเวลาชำระคืนเงินกู้ ระยะเวลาชำระคืนเงินกู้และดอกเบี้ยไม่เกิน 8 ปี (96 งวด)

5. วิธีการคำนวณการชำระคืนเงินกู้ 1) ชำระเงินต้นและดอกเบี้ยเป็นงวดรายเดือน และ 2) การคำนวณชำระหนี้แบบอัตราดอกเบี้ยคงที่ (Flat rate)

6. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราดอกเบี้ยและการคิดอัตราดอกเบี้ยกรณีผิดนัดไม่ชำระหนี้ ให้เป็นไปตามประกาศธนาคารออมสิน เรื่อง อัตราดอกเบี้ยเงินกู้สินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชน

7. หลักประกันการกู้เงิน สามารถใช้หลักประกันประเภทหนึ่งประเภทใด ดังนี้

7.1 กรณีใช้บุคคลค้ำประกัน ผู้ค้ำประกันต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

7.1.1 มีอายุครบ 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และเมื่อรวมอายุผู้ค้ำประกันกับระยะเวลาที่ต้องชำระเงินกู้ต้องไม่เกิน 65 ปี

7.1.2 เป็นผู้มีถิ่นที่อยู่แน่นอน สามารถติดต่อได้

7.1.3 ค้ำประกันผู้กู้ได้ไม่เกิน 2 คน

7.1.4 หลักเกณฑ์และเงื่อนไข

(1) วงเงินกู้ไม่เกิน 50,000 บาท

เป็นบุคคลที่ธนาคารให้ความเชื่อถือ หรือเป็นผู้มีอาชีพและรายได้แน่นอน ตั้งแต่เดือนละ 7,000.-บาทขึ้นไป ไม่น้อยกว่า 1 คน

(2) วงเงินกู้ตั้งแต่ 50,001-200,000 บาท

(2.1) เป็นบุคคลที่ธนาคารให้ความเชื่อถือ หรือเป็นผู้มีอาชีพและรายได้แน่นอนตั้งแต่เดือนละ 7,000.-บาทขึ้นไป ไม่น้อยกว่า 2 คน

(2.2) เป็นผู้ที่มีอาชีพและรายได้แน่นอน ตั้งแต่เดือนละ 15,000.-บาทขึ้นไป ไม่น้อยกว่า 1 คน

*การให้บุคคลค้ำประกันผู้กู้เกินกว่า 2 คน ให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการสินเชื่อ สาขา โดยพิจารณาจากรายได้และความน่าเชื่อถือ

7.2 หลักประกันประเภทอื่น สามารถใช้หลักประกันที่เป็นของผู้กู้ หรือของบุคคลอื่นที่ยินยอมให้ใช้ค้ำประกันได้ ดังนี้

7.2.1 สมุดเงินฝากออมสินและหรือสลากออมสินพิเศษ ให้กู้ได้ไม่เกินร้อยละ 95 ของจำนวนเงินฝากคงเหลือในสมุดฝากเงินออมสิน หรือให้กู้ได้ไม่เกินร้อยละ 95 ของมูลค่าสลากออมสินพิเศษ

7.2.2 อสังหาริมทรัพย์ซึ่งตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีความเจริญ มีไฟฟ้า สาธารณูปโภคอื่น ๆ ตามความจำเป็น และมีทางสาธารณประโยชน์ซึ่งสามารถ เข้า-ออก ได้สะดวก โดยให้กู้ได้ ดังนี้

- (1) ไม่เกินร้อยละ 80 ของราคาประเมินที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง
- (2) ไม่เกินร้อยละ 70 ของราคาประเมินที่ดินว่างเปล่าหรือห้องชุด
- (3) ไม่เกินร้อยละ 60 ของราคาประเมินที่ดิน ที่เป็นที่ดิน ที่ไร่ ที่นา

8. เงื่อนไขอื่น ๆ กรณีหน่วยงานรวบรวมนำส่งชำระหนี้เป็นงวดรายเดือน ธนาคาร จะจ่ายค่าตอบแทนให้แก่หน่วยงานภาครัฐ/ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน ร้อยละ 1.00 ของเงินต้นที่ นำส่งธนาคารในการพิจารณาการให้สินเชื่อแก่ผู้กู้ คือ จะมีคณะกรรมการสินเชื่อสาขาในการพิจารณาอนุมัติ 3 คน ประกอบด้วย 1) ผู้จัดการสาขา 2) ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา และ 3) พนักงานสินเชื่อสาขา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนศ เทพพิทักษ์ (2546) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการสินเชื่อ บุคคล Personal plus ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด มหาชน สาขาราชประสงค์ พบว่า ลูกค้าที่ใช้ บริการสินเชื่อส่วนบุคคล Personal plus ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด มหาชน สาขาราชประสงค์ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุ 26-35 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระดับ รายได้ต่อเดือน 15,000-30,000 บาท และมีอาชีพพนักงานเอกชน ผลของการศึกษาพบว่า ลูกค้า มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการสินเชื่อส่วนบุคคล Personal plus โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ซึ่งความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการสินเชื่อส่วนบุคคล Personal plus และการรับรู้ต่อคุณภาพ การบริการสินเชื่อส่วนบุคคล Personal plus ของลูกค้ามีความแตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่า ลูกค้าที่มีเพศ และรายได้ต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการสินเชื่อส่วนบุคคล Personal plus แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และลูกค้าที่มีอายุ การศึกษาต่างกัน ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และผลจากการวิจัย พบว่า ลูกค้าที่ เพศ อายุ รายได้แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการสินเชื่อส่วนบุคคล Personal plus แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่มีการศึกษา และสถานภาพต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อรอนงค์ เกาทอง (2546) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของบุคลากรสำนักงาน เลขานุการ คณะศิลปกรรมศาสตร์ พบว่าด้านการให้บริการและอำนวยความสะดวกในภาพรวม และทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือสถานที่และ บรรยากาศที่มีไว้ในการให้บริการของสำนักงานสะดวกและเหมาะสม เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการในด้านการให้คำปรึกษา แนะนำ พบว่าความพอใจในการบริการ ขึ้นตอนและวิธีการในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ในการใช้บริการ และเจ้าหน้าที่ตอบ

ข้อสงสัย หรือให้คำแนะนำในข้อที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า ความพอใจต่อการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับงานสำนักงานเลขานุการคณะ และความพอใจกับการประชาสัมพันธ์ข่าวสารทั่วถึง จดหมายของคณะศิลปกรรมศาสตร์ทำให้ได้ทราบเรื่องราวของคณะอยู่เป็นประจำ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานพบว่า ความเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สำนักงานการติดตามงานและการให้บริการจนครบกระบวนการของเจ้าหน้าที่สำนักงาน กิริยา มารยาทของเจ้าหน้าที่สำนักงานในการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วิรัช สุวีลักษณ์ (2547) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบางโพ การศึกษาวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบางโพ รวมทั้งสิ้น 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ แบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .9666 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนตามมาตรฐาน t-test, F-test และเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ ผลการศึกษาพบว่า 1) ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 60.75 มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 35.50 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 49.00 อาชีพเอกชน ร้อยละ 46.00 รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 10,001-30,000 บาท ร้อยละ 49.75 2) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบางโพ ในภาพรวมมีความพึงพอใจมากโดยมีความพอใจด้านสถานที่เป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกสบาย ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และด้านระยะเวลาในการบริการ ตามลำดับ 3) การทดสอบสมมติฐานพบว่า ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบางโพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยด้านอายุพบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบางโพ ไม่แตกต่างกัน

เสาวนิตย์ ศรีทอง (2547) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาปากช่อง ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาปากช่อง โดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้พบว่าลูกค้าที่มี เพศอายุ ระดับการศึกษา อาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาปากช่อง โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อ

การบริการด้านประเภทของการบริการด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ด้านพนักงาน
ด้านขั้นตอนการทำงานบริการต่าง ๆ และด้านความพร้อมทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านสถานที่ประกอบการและด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการลูกค้า
มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ธีระศักดิ์ วรสุข (2550) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด
(มหาชน) สาขาอำนาจเจริญ พบว่าความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ
มีความเป็นอิสระจากตัวแปรด้านประชากร เศรษฐกิจและสังคม ซึ่งหมายความว่า มนุษย์ทุกคน
มีธรรมชาติเหมือนกัน บุคคลทุกวัย ทุกเพศ ทุกชั้น หรือแม้ว่าสถานภาพทางสังคมจะแตกต่างกัน
ทุกคนก็ต้องการความสุข ความสะดวก ความสบาย การได้รับการยกย่องนับถือ ความต้องการ
เหล่านี้ถ้าได้รับการตอบสนองจะบังเกิดความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ
ผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้โดยภาพรวมได้พบว่า การปรับปรุงบริการในด้านความรู้สึกรู้สึก
และสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้า การอบรมพัฒนาบุคลากรของธนาคาร ให้มีความรู้ความชำนาญ
ที่จะตอบสนองปัญหาและความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น เครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ
ต้องไม่เลียบ่อย หรือถ้าเกิดเสียต้องรีบแก้ไขอย่างรวดเร็ว ด้านอาคารสถานที่ความสะอาดของ
ธนาคารก็ต้องปรับปรุงเพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับ
ความคิดเห็น ได้แก่ ความตั้งใจที่จะใช้บริการกับธนาคารตลอดไป ส่วนผู้มีความพึงพอใจต่ำ
มักเป็นผู้มีความตั้งใจไม่แน่วแน่ว่าจะใช้บริการธนาคารตลอดไป จึงนับว่าความคิดเห็นของลูกค้า
ผู้มาใช้บริการ มีผลต่อการดึงดูดลูกค้าผู้ให้บริการให้ใช้บริการกับธนาคารตลอดไป

รังสิตรา สังข์อร่าม และต่อศักดิ์ ศิริโวหาร (2550) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการ
ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารัชโยธิน การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษา
ระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารัชโยธิน และ
เปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารัชโยธิน
ตามหน่วยงานที่ให้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้คือ
แบบสอบถามซึ่งผลการวัดค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่
ค่าร้อยละ ค่าความเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าเอฟทีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.05 ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
สาขารัชโยธินตามหน่วยงานที่ให้บริการ ด้านความไว้วางใจได้ ด้านความรับผิดชอบ
ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับสูง
ส่วนด้านความสุภาพ/ อหยาศัยไมตรี ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริงและ
ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/ บริการที่เป็นรูปธรรม อยู่ในระดับที่สูงสุด 2) การเปรียบเทียบระดับ

คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารัชโยธิน ตามหน่วยงาน
 ที่ให้บริการพบว่า ด้านความสามารถด้านการเข้าถึงบริการ ด้านการติดต่อสื่อสารและด้าน
 ความน่าเชื่อถือ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนด้านความไว้วางใจได้ด้าน
 ความรับผิดชอบด้วยสุขภาพ/ ทัศนคติไม่ตรี ด้านความปลอดภัยด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง
 และด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/ บริการที่เป็นรูปธรรมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จันทนา ประสงค์กิจ (2552) วิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา
 จำกัด (มหาชน) สาขาย่อย แหลมฉบัง เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการและเปรียบเทียบคุณภาพ
 การบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยแหลมฉบัง จำแนกตามเพศ อายุ
 ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประเภทของการใช้บริการ และช่วงเวลาในการใช้บริการ
 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนผู้มาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
 สาขาย่อยแหลมฉบัง จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency)
 ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และทดสอบ
 ความแตกต่างโดยใช้ค่าสถิติ t-test และ One-way ANOVA ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง
 มีความเห็นว่าคุณภาพบริการด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นมีคุณภาพในการบริการ
 ที่ดีมากที่สุด โดยพบว่าด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น มีคุณภาพในการบริการที่ดี
 มากที่สุด โดยพบว่า พนักงานสามารถเก็บความลับของลูกค้าเป็นอย่างดีและมีกริยามารยาทที่สุภาพ
 ตลอดจนใช้น้ำเสียงหรือวาจาที่อ่อนโยนต่อลูกค้าเสมอ รวมถึงพนักงานมีความรู้ความเข้าใจใน
 การตอบคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ได้เป็นอย่างดีและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า
 ของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ปัจจัยทางด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน
 มีคุณภาพการบริการแก่ประชาชนของธนาคาร ฯ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
 และวิจัยมีข้อเสนอแนะให้ทางธนาคารควรมีนโยบายจัดสรรพื้นที่สำหรับจอดรถและสถานที่
 นั่งรอรับบริการให้เพียงพอและเหมาะสมกับปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการ ตลอดจนส่งเสริมหรือ
 สร้างทัศนคติที่ดีในงานบริหาร เพื่อให้พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ รวมถึง
 ควรจัดสรรอัตรากำลังคนให้เพียงพอกับความปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อให้การบริการ
 เป็นไปตามนโยบายที่ทางธนาคารตั้งไว้ และส่งเสริมให้มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้ความเข้าใจ
 ในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคาร คุณภาพการบริการการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เพื่อให้พนักงาน
 สามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการตอบคำถามหรือแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้

ณัฐศรินทร์ สถิตวราทร (2554) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของธนาคารกสิกรไทย
 สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการ
 ของธนาคารกสิกรไทย สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ชลบุรี เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็น

ของผู้ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ชลบุรี โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ประชากรที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 379 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติ One way ANOVA ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ชลบุรี ที่ออกแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 26-35 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-25,000 บาท และมีอาชีพพนักงานเอกชน ผลของการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการบริการธนาคารกสิกรไทย สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ชลบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการธนาคารกสิกรไทย สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ชลบุรี ในภาพรวมที่อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการเห็นว่าคุณภาพการให้บริการด้านการรับประกันมีค่าเฉลี่ยอยู่สูงเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ส่วนด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล มีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับสุดท้าย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าผู้ให้บริการที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ชลบุรี ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ให้บริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ชลบุรี แตกต่างกัน อย่างมีที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.50 ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีคุณภาพการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ชลบุรี ในภาพรวมพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับดี

ชลธิชา ศรีบำรุง (2557) วิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนห้วยพ่อ จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนห้วยพ่อ จังหวัดชลบุรี เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้รับบริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนห้วยพ่อ จังหวัดชลบุรี ได้แก่ ประเภทของการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ วันที่มาติดต่อขอรับบริการ และช่วงเวลา มาติดต่อรับบริการ และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนห้วยพ่อ จังหวัดชลบุรี จำแนกตาม อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประเภทของการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ วันที่มาติดต่อขอรับบริการ และช่วงเวลา มาติดต่อรับบริการ โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 370 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าที (t-test) ทดสอบความแปรปรวน

ทางเดียว (One-way ANOVA) ถ้าพบความแตกต่างจากการทดสอบค่าสถิติ จะทำการตรวจสอบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเซฟเฟ่ (Scheffe's method)

จากผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนห้วยพ่อ จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนห้วยพ่อ จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมมีความเหมาะสมของการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับ 1 รองลงมา คือ ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ ส่วนผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนห้วยพ่อ จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนห้วยพ่อที่มีอาชีพ และความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกันส่วนผู้ให้บริการธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนห้วยพ่อที่มีระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน วันที่มาติดต่อขอรับบริการ และช่วงเวลามาติดต่อรับบริการต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่มาใช้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้วยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัย โดยมีขั้นตอนการทำวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
7. เกณฑ์การแปลผล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่ได้เข้ามาใช้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำนวนทั้งสิ้น 1,033 คน (ธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง, 2559)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ได้เข้ามาใช้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ด้วยการใช้สูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ดังนี้

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

n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรที่ศึกษา

e = ความคลาดเคลื่อน (กำหนดความคลาดเคลื่อนที่ .05)

$$n = \frac{1,033}{1+1,033 (.05)^2}$$

$$n = \frac{1,033}{3.58}$$

$$= 288.34$$

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนถึงความคิดเห็นของประชากรให้ได้มากที่สุด ผู้วิจัยจึงได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างขึ้นเป็นจำนวน 290 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่มีกฎเกณฑ์ อาศัยความสะดวกของผู้วิจัยเป็นหลัก โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่ให้ความร่วมมือและยินดีกับให้ข้อมูลกับผู้วิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) สร้างขึ้นโดยการศึกษา แนวคิด และทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ตามแบบของมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) มี 4 ระดับ คือ มากที่สุด มาก น้อย และน้อยที่สุด จำนวนทั้งสิ้น 21 ข้อ แบ่งเป็น ดังนี้

- | | |
|--|-------------|
| 1. ด้านลักษณะทางกายภาพ | จำนวน 6 ข้อ |
| 2. ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร | จำนวน 4 ข้อ |
| 3. ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว | จำนวน 4 ข้อ |
| 4. ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น | จำนวน 4 ข้อ |
| 5. ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ | จำนวน 3 ข้อ |

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะต่อการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อนานาชาติ จากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย กำหนดนิยาม และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสินเชื่อนานาชาติประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ และนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ดังนี้

3.1 อาจารย์ ดร.กฤษฎา นันทเพ็ชร อาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี

3.2 นางอรทัย ดันติวงษ์ ตำแหน่งผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง จังหวัดชลบุรี

3.3 นางสาวณภัทร ชัยพรพร ตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง จังหวัดชลบุรี

จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

4. นำแบบสอบถามที่ไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) แบบ Cronbach's alpha ได้ค่าความเที่ยงหรือความเชื่อมั่นได้ของแบบสอบถาม เท่ากับ .85 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้สามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจค่าความเชื่อมั่นแล้ว ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยขอความร่วมมือจากผู้ใช้บริการสินเชื่อนานาชาติประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี และเก็บแบบสอบถามจากผู้ใช้บริการสินเชื่อนานาชาติประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่ให้ความร่วมมือและยินดีกับให้ข้อมูลกับผู้วิจัย

2. นำข้อมูลไปวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติ ด้วยการคำนวณทางคอมพิวเตอร์ แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้แบ่งการวิเคราะห์ ออกเป็น 3 ตอน คือ

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่มาใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี โดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency distribution) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
3. วิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติ t-test และ One-way ANOVA เมื่อพบความแตกต่างรายคู่ ใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างรายคู่ (Post hoc) โดยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency distribution) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
3. การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน
โดยใช้สถิติ t-test ทดสอบเพศกับคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี และใช้สถิติ One-way ANOVA ทดสอบความแตกต่างของ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน กับคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี เมื่อพบความแตกต่างรายคู่ ใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างรายคู่ (Post hoc) โดยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เกณฑ์การแปลผล

ผู้วิจัยนำผลคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต โดยมีเกณฑ์ในการแปลความ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2551) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรายภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{4-1}{4} \\ &= 0.75 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ตามช่วงคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระดับ 3.26-4.00	หมายถึง	คุณภาพการบริการสินเชื่อบริการประชาชน อยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระดับ 2.51-3.25	หมายถึง	คุณภาพการบริการสินเชื่อบริการประชาชน อยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระดับ 1.76-2.50	หมายถึง	คุณภาพการบริการสินเชื่อบริการประชาชน อยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระดับ 1.00-1.75	หมายถึง	คุณภาพการบริการสินเชื่อบริการประชาชน อยู่ในระดับน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี และเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 290 คน ซึ่งผู้วิจัย ได้เสนอผลการวิเคราะห์เป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 3 ข้อมูลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 290)	ร้อยละ (100.00)
เพศ		
ชาย	106	36.55
หญิง	184	63.45
อายุ		
น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี	20	6.90
21-30 ปี	47	16.21
31-40 ปี	125	43.10
41 ปีขึ้นไป	98	33.79

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 290)	ร้อยละ (100.00)
สถานภาพ		
โสด	105	36.20
สมรส	165	56.90
หย่า	10	3.45
หม้าย	10	3.45
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	10	3.45
มัธยมศึกษาตอนต้น	29	10.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	28	9.65
อนุปริญญา/ ปวส.	136	46.90
ปริญญาตรี	77	26.55
สูงกว่าปริญญาตรี	10	3.45
อาชีพ		
นิสิต/ นักศึกษา	10	3.45
พนักงานบริษัทเอกชน	39	13.45
รับราชการ	28	9.66
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	29	10.00
ค้าขาย	154	53.10
อื่น ๆ	30	10.34
รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10	3.45
10,001-15,000 บาท	19	6.55
15,001-20,000 บาท	107	36.90
20,001 บาทขึ้นไป	154	53.10

จากตารางที่ 4-1 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.45 มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.10 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 56.90 และส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 46.90 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 53.10 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,0001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 53.10 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 4-2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ภาพรวม

คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชน	\bar{X}	SD	ระดับคุณภาพ	อันดับการให้บริการ
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.08	0.53	มาก	5
ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร	3.42	0.48	มากที่สุด	4
ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว	3.60	0.43	มากที่สุด	1
ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น	3.53	0.42	มากที่สุด	2
ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ	3.44	0.51	มากที่สุด	3
ภาพรวมคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชน	3.38	0.35	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4-2 ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.38$, $SD = 0.35$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามอันดับแรก พบว่า ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 3.60$, $SD = 0.43$) รองลงมา คือ ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น ($\bar{X} = 3.53$, $SD = 0.42$) และด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ($\bar{X} = 3.44$, $SD = 0.51$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับของคุณภาพการให้บริการสินเชื่
ธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับคุณภาพการให้บริการ				\bar{X}	SD	คุณภาพ	
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด			การให้ บริการ	อันดับ
1. มีความสะดวกใน การเดินทางมาธนาคาร	79 (27.24)	104 (35.86)	85 (29.31)	22 (7.59)	2.83	0.91	มาก	6
2. ธนาคารมีสถานที่จอดรถ เพียงพอ	104 (35.86)	88 (30.34)	77 (26.55)	21 (7.25)	2.95	0.95	มาก	5
3. มีการจัดสถานที่ให้บริการ ที่สะอาด สวยงามเป็นระเบียบ เรียบร้อย	116 (40.00)	98 (33.80)	59 (20.34)	17 (5.86)	3.08	0.91	มาก	4
4. เอกสารและแบบฟอร์ม ต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการ อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	159 (54.83)	97 (33.45)	32 (10.03)	2 (0.69)	3.42	0.71	มากที่สุด	1
5. มีเครื่องมือ อุปกรณ์ ที่ ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ	113 (38.97)	108 (37.24)	64 (22.07)	5 (1.72)	3.13	0.81	มาก	2
6. มีระบบความปลอดภัย ในการดูแลชีวิตและทรัพย์สิน	115 (39.66)	101 (34.83)	65 (22.41)	9 (3.10)	3.11	0.85	มาก	3
ภาพรวมด้านลักษณะทางกายภาพ					3.08	0.53	มาก	-

จากตารางที่ 4-3 ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่ธนาคารประชาชนของ
ธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า
ผู้ให้บริการมีระดับคุณภาพการให้บริการเลือกใช้บริการสินเชื่ธนาคารประชาชนของธนาคาร
ออมสิน สาขาบางละมุง ด้านลักษณะทางกายภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.08$, $SD = 0.53$)
เมื่อพิจารณารายข้อสามอันดับแรก พบว่า เอกสารและแบบฟอร์มต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการ
อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 3.42$, $SD = 0.71$) รองลงมา
คือ มีเครื่องมือ อุปกรณ์ ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.13$, $SD = 0.81$) และมีระบบ
ความปลอดภัยในการดูแลชีวิตและทรัพย์สิน ($\bar{X} = 3.11$, $SD = 0.85$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ
ธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร

ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร	ระดับคุณภาพการให้บริการ				\bar{X}	SD	คุณภาพ	
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด			การให้บริการ	อันดับ
1. ผู้ให้บริการสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการตั้งแต่วินาทีแรก	134	109	41	6	3.28	0.78	มากที่สุด	4
2. ผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการทำธุรกรรมต่าง ๆ แก่ผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง	161	87	38	4	3.40	0.76	มากที่สุด	2
3. ผู้ให้บริการสามารถตอบข้อสงสัยหรือให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ได้ดี	143	120	26	1	3.40	0.66	มากที่สุด	3
4. ผู้ให้บริการสามารถให้บริการได้ตามเวลาที่กำหนดไว้	200	71	19	0	3.62	0.60	มากที่สุด	1
ภาพรวมด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร					3.42	0.48	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4-4 ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับคุณภาพการให้บริการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = .42$, $SD = 0.48$) เมื่อพิจารณารายข้อสามอันดับแรก พบว่า ผู้ให้บริการสามารถให้บริการได้ตามเวลาที่กำหนดไว้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 3.62$, $SD = 0.60$) รองลงมา คือ ผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการทำธุรกรรมต่าง ๆ แก่ผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X} = 3.40$, $SD = 0.76$) และผู้ให้บริการสามารถตอบข้อสงสัยหรือให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ได้ดี ($\bar{X} = 3.40$, $SD = 0.66$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ
ธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว

ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการ ด้วยความรวดเร็ว	ระดับคุณภาพการให้บริการ				\bar{X}	SD	คุณภาพ	
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด			การ ให้บริการ	อันดับ
1. มีจำนวนผู้ให้บริการเพียงพอ	184 (63.45)	97 (33.45)	9 (3.10)	0 (0.00)	3.60	0.55	มากที่สุด	2
2. ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ	208 (71.72)	73 (25.17)	7 (2.41)	2 (0.70)	3.68	0.55	มากที่สุด	1
3. มีการเปิดช่องบริการเพิ่ม เมื่อมีผู้รับบริการเป็นจำนวน มากขึ้น	184 (63.45)	93 (32.07)	13 (4.48)	0 (0.00)	3.59	0.57	มากที่สุด	3
4. ผู้ใช้บริการได้รับบริการ ด้วยความสะดวกรวดเร็ว	182 (62.76)	87 (30.00)	21 (7.24)	0 (0.00)	3.56	0.62	มากที่สุด	4
ภาพรวมด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว					3.60	0.43	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4-5 ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของ
ธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการ
ด้วยความรวดเร็ว พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับคุณภาพการให้บริการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคาร
ประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว
ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.60$, $SD = 0.43$) เมื่อพิจารณารายข้อสามอันดับแรก พบว่า
ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 3.68$,
 $SD = 0.55$) รองลงมา คือ มีจำนวนผู้ให้บริการเพียงพอ ($\bar{X} = 3.60$, $SD = 0.55$) และมีการเปิด
ช่องบริการเพิ่ม เมื่อมีผู้รับบริการเป็นจำนวนมากขึ้น ($\bar{X} = 3.59$, $SD = 0.57$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ
ธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น

ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการ เกิดความเชื่อมั่น	ระดับคุณภาพการให้บริการ				\bar{X}	SD	คุณภาพ	
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด			การ ให้บริการ	อันดับ
1. ผู้ให้บริการมีกิริยามารยาท สุภาพ	166 (57.24)	105 (36.21)	18 (6.21)	1 (0.34)	3.50	0.62	มากที่สุด	3
2. ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี เหมาะสมกับการให้บริการ	165 (56.90)	99 (34.14)	26 (8.96)	0 (0.00)	3.48	0.65	มากที่สุด	4
3. ผู้ให้บริการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย	202 (69.66)	78 (26.90)	9 (3.10)	1 (0.34)	3.66	0.55	มากที่สุด	1
4. ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ ดี ยิ้มแย้มอัธยาศัยดี มีความเป็นกันเอง	161 (55.52)	112 (38.62)	17 (5.86)	0 (0.00)	3.50	0.60	มากที่สุด	2
ภาพรวมด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น					3.53	0.42	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4-6 ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของ
ธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการ
เกิดความเชื่อมั่น พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับคุณภาพการให้บริการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคาร
ประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น
ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.53$, $SD = 0.42$) เมื่อพิจารณารายข้อสามอันดับแรก พบว่า
ผู้ให้บริการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 3.66$, $SD = 0.55$)
รองลงมา คือ ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มอัธยาศัยดี มีความเป็นกันเอง ($\bar{X} = 3.50$,
 $SD = 0.60$) และผู้ให้บริการมีกิริยามารยาท สุภาพ ($\bar{X} = 3.50$, $SD = .0.62$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ
ธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ

ด้านความเอาใจใส่ต่อ ผู้มาใช้บริการ	ระดับคุณภาพการให้บริการ				\bar{X}	SD	คุณภาพ	
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด			การ ให้บริการ	อันดับ
1. ผู้ให้บริการรับฟังปัญหา และข้อเสนอแนะและพร้อมที่จะ ปรับปรุงตามความต้องการ ของผู้ใช้บริการ	158 (54.48)	105 (36.21)	24 (8.28)	3 (1.03)	3.44	0.69	มากที่สุด	2
2. ผู้ให้บริการนำเสนอผลิตภัณฑ์/ บริการ ที่ตรงกับความต้องการ ของผู้ใช้บริการ	142 (48.97)	120 (41.38)	25 (8.62)	3 (1.03)	3.38	0.68	มากที่สุด	3
3. ผู้ให้บริการจดจำผู้ให้บริการ และข้อมูลต่างๆของผู้ใช้บริการ ได้พร้อมทั้งไม่เปิดเผยข้อมูล ของผู้ใช้บริการแก่บุคคลอื่น	175 (60.34)	93 (32.07)	21 (7.24)	1 (0.34)	3.52	0.64	มากที่สุด	1
ภาพรวมด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ					3.44	0.51	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4-7 ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของ
ธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มา
ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับคุณภาพการให้บริการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชน
ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับ
มากที่สุด ($\bar{X} = 3.44$, $SD = 0.51$) เมื่อพิจารณารายข้อสามอันดับแรก พบว่า ผู้ให้บริการจดจำ
ผู้ให้บริการและข้อมูลต่าง ๆ ได้พร้อมทั้งไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้ใช้บริการของธนาคารแก่บุคคลอื่น
มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 3.52$, $SD = 0.64$) รองลงมา คือ ผู้ให้บริการรับฟังปัญหา
และข้อเสนอแนะและพร้อมที่จะปรับปรุงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 3.44$, $SD = 0.69$)
และผู้ให้บริการนำเสนอผลิตภัณฑ์/ บริการ ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 3.38$,
 $SD = 0.68$) ตามลำดับ

**ตอนที่ 3 ข้อมูลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของ
ธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัย
ส่วนบุคคล**

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ผู้ใช้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุงที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-8 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ (n = 290)

คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชน ของธนาคารออมสิน	เพศ	จำนวน	\bar{X}	t	Sig.
ภาพรวม	ชาย	106	3.42	1.28	.20
	หญิง	184	3.36		

หมายเหตุ: * $p \leq .05$

จากตารางที่ 4-8 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุงที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน ($t = 1.28$, Sig. = .02) ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ผู้ใช้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุงที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชน
ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุ
(n = 290)

อายุ	จำนวน	\bar{X}	SD
น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี	20	3.30	0.29
21-30ปี	47	3.32	0.37
31-40ปี	125	3.42	0.34
41 ปีขึ้นไป	98	3.38	0.36

จากตารางที่ 4-9 ผลการทดสอบ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 31-40 ปี มีความคิดเห็น
ต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง
อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี มากที่สุด และพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุน้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี
มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน
สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี น้อยที่สุด

ตารางที่ 4-10 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคาร
ประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
จำแนกตามอายุ (n = 290)

คุณภาพการให้บริการสินเชื่อ						
ธนาคารประชาชนของ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ธนาคารออมสิน						
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	.53	.17	1.41	.23
	ภายในกลุ่ม	286	35.83	.12		
	รวม	289	36.36			

หมายเหตุ: *p ≤ .05

จากตารางที่ 4-10 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน ($F = 1.41, \text{Sig.} = .23$) ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ผู้ใช้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุงที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพ ($n = 290$)

สถานภาพ	จำนวน	\bar{X}	SD
โสด	105	3.41	0.31
สมรส	165	3.35	0.37
หย่า	10	3.58	0.29
หม้าย	10	3.40	0.31

จากตารางที่ 4-11 ผลการทดสอบ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพหย่า มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง มากที่สุด และพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุงน้อยที่สุด

ตารางที่ 4-12 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพ (n = 290)

คุณภาพการให้บริการสินเชื่อ ธนาคารประชาชนของ ธนาคารออมสิน	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	.58	.19	1.56	.19
	ภายในกลุ่ม	286	35.7	.12		
	รวม	289	36.36			

หมายเหตุ: *p ≤ .05

จากตารางที่ 4-12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน (F = 1.56, Sig = .19) ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุงที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา (n = 290)

ระดับการศึกษา	จำนวน	\bar{X}	SD
ประถมศึกษา	10	3.24	0.43
มัธยมศึกษาตอนต้น	29	3.39	0.35
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	28	3.47	0.27
อนุปริญญา/ ปวส.	136	3.37	0.36
ปริญญาตรี	77	3.36	0.35
สูงกว่าปริญญาตรี	10	3.53	0.31

จากตารางที่ 4-13 ผลการทดสอบ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุงมากที่สุด และพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุงน้อยที่สุด

ตารางที่ 4-14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา (n = 290)

คุณภาพการให้บริการสินเชื่อนาคาร ประชาชนของธนาคารออมสิน	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	.713	.14	1.13	.34
	ภายในกลุ่ม	284	35.65	.12		
	รวม	289	36.36			

หมายเหตุ: * $p \leq .05$

จากตารางที่ 4-14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน ($F = 1.13$, $Sig. = .34$) ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 ผู้ใช้บริการสินเชื่อนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุงที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริษัท
ประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
จำแนกตามอาชีพ (n = 290)

อาชีพ	จำนวน	\bar{X}	SD
นิสิต/ นักศึกษา	10	3.43	0.31
พนักงานบริษัทเอกชน	39	3.52	0.29
รับราชการ	28	3.49	0.25
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	29	3.29	0.40
ค้าขาย	154	3.36	0.36
อื่น ๆ	30	3.31	0.37

จากตารางที่ 4-15 ผลการทดสอบ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุงมากที่สุด และพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุงน้อยที่สุด

ตารางที่ 4-16 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริษัท
ประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
จำแนกอาชีพ (n = 290)

คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริษัท ประชาชนของธนาคารออมสิน	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	1.57	.31	2.57	.02*
	ภายในกลุ่ม	284	34.78	.12		
	รวม	289	36.36			

หมายเหตุ: *p ≤ .05

จากตารางที่ 4-16 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพ
การให้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง

จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 2.57$, $Sig. = .02$) ดังนั้น ขอมอบสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4-17 ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ (n = 290)

อาชีพ	\bar{x}	นิสิต/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท เอกชน	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย	อื่น ๆ
นิสิต/ นักศึกษา	3.43	-	-.08	-.06	.13	.07	.12
พนักงานบริษัทเอกชน	3.52		-	.02	.22*	.16*	.20*
รับราชการ	3.49			-	.19*	.13	.18*
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.29				-	-.06	-.01
ค้าขาย	3.36					-	.04
อื่น ๆ	3.31						-

หมายเหตุ: * $p \leq .05$ (นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05)

จากตารางที่ 4-17 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Post hoc) โดยวิธี LSD พบว่า คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ แตกต่างกัน จำนวน 5 คู่ คือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับคุณภาพการให้บริการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับอาชีพค้าขาย พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับคุณภาพการให้บริการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพค้าขาย อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับอาชีพอื่น ๆ พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับคุณภาพการให้บริการเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพอื่น ๆ อาชีพรับราชการ กับอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพรับราชการ มีระดับ

คุณภาพการให้บริการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพรับราชการ กับอาชีพอื่น ๆ พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพรับราชการ มีระดับคุณภาพการให้บริการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพอื่น ๆ

สมมติฐานการวิจัยที่ 6 ผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (n = 290)

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	\bar{X}	SD
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10	3.17	0.22
10,001-15,000 บาท	19	3.43	0.32
15,001-20,000 บาท	107	3.42	0.33
20,001 บาทขึ้นไป	154	3.37	0.37

จากตารางที่ 4-18 ผลการทดสอบ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุงมากที่สุด และพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุงน้อยที่สุด

ตารางที่ 4-19 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกรายได้ต่อเดือน (n = 290)

คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	.68	.22	1.82	.14
	ภายในกลุ่ม	286	35.68	.12		
	รวม	289	36.36			

หมายเหตุ: * $p \leq .05$

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน ($F = 1.82, \text{Sig.} = .14$) ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4-20 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. ผู้ใช้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
2. ผู้ใช้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
3. ผู้ใช้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่มีสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน

ตารางที่ 4-20 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
4. ผู้ใช้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
5. ผู้ใช้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
6. ผู้ใช้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน

ทั้งนี้ สำหรับข้อเสนอแนะต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี และเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 290 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และวิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าที (t-test) ทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ถ้าพบความแตกต่างจากการทดสอบค่าสถิติ จะทำการตรวจสอบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษา “คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี” สรุปผลได้ ดังนี้

1. จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ ปวส. ประกอบอาชีพค้าขาย และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ตามลำดับ
2. คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้านเป็น ดังนี้

2.1 ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า คุณภาพการให้บริการสินเชื่อนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านลักษณะทางกายภาพภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อสามอันดับแรก พบว่า เอกสารและแบบฟอร์มต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ มีเครื่องมือ อุปกรณ์ ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ และอันดับที่สามคือ มีระบบความปลอดภัยในการดูแลชีวิตและทรัพย์สิน ตามลำดับ

2.2 ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร พบว่า คุณภาพการให้บริการสินเชื่อนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อสามอันดับแรก พบว่า ผู้ให้บริการสามารถให้บริการได้ตามเวลาที่กำหนดไว้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการทำธุรกรรมต่าง ๆ แก่ผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง และอันดับที่สามคือ ผู้ให้บริการสามารถตอบข้อสงสัยหรือให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ได้ดี ตามลำดับ

2.3 ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว พบว่า คุณภาพการให้บริการสินเชื่อนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อสามอันดับแรก พบว่า ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ มีจำนวนผู้ให้บริการเพียงพอ และอันดับที่สามคือ มีการเปิดช่องบริการเพิ่มเมื่อมีผู้รับบริการเป็นจำนวนมากขึ้น ตามลำดับ

2.4 ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น พบว่า คุณภาพการให้บริการสินเชื่อนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อสามอันดับแรก พบว่า ผู้ให้บริการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มอัธยาศัยดี มีความเป็นกันเอง และอันดับที่สามคือ ผู้ให้บริการมีกิริยามารยาท สุภาพ ตามลำดับ

2.5 ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ พบว่า คุณภาพการให้บริการสินเชื่อนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อสามอันดับแรก พบว่า ผู้ให้บริการจดจำผู้มาใช้บริการและข้อมูลต่าง ๆ ได้พร้อมทั้งไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้ใช้บริการของธนาคารแก่บุคคลอื่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ผู้ให้บริการรับฟังปัญหา

และข้อเสนอแนะและพร้อมที่จะปรับปรุงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ และอันดับที่สามคือ ผู้ให้บริการนำเสนอผลิตภัณฑ์/ บริการ ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ตามลำดับ

3. ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุงที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ให้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากการศึกษา คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. จากผลการศึกษาค้นคว้าการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเจ้าหน้าที่สินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง มีความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว โดยมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ มีจำนวนเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเพียงพอต่อความต้องการของผู้รับบริการ และมีการเปิดช่องบริการเพิ่ม เมื่อมีผู้รับบริการเป็นจำนวนมากขึ้น ตลอดจนเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มอัธยาศัยดี มีความเป็นกันเอง ตลอดจนให้บริการด้วยกิริยามารยาทที่สุภาพเรียบร้อย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของจันทนา ประสงค์กิจ (2552) ซึ่งวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อย แหลมฉบัง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าคุณภาพบริการด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น มีคุณภาพในการบริการที่ดีมากที่สุด โดยพบว่าด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น มีคุณภาพในการบริการที่ดีมากที่สุด โดยพบว่า พนักงานสามารถเก็บความลับของผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี และมีกิริยามารยาทที่สุภาพ ตลอดจนใช้น้ำเสียงหรือวาจาที่อ่อนโยนต่อผู้ให้บริการเสมอ รวมถึงพนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการตอบคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารได้เป็นอย่างดี และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี เมื่อพิจารณารายด้าน เป็นดังนี้

1.1 ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านลักษณะทางกายภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากฝ่ายสินเชื่อนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง มีการจัดเอกสารและแบบฟอร์มต่าง ๆ ไว้ภายในธนาคารอย่างสมบูรณ์ เพียงพอและพร้อมสำหรับการให้บริการอยู่เสมอ โดยมีการจัดวางบนชั้นวางเอกสารที่เป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาดตา และสามารถหาได้ง่าย ตลอดจนที่ฝ่ายสินเชื่อนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยสามารถเชื่อมต่อระบบสารสนเทศของธนาคารได้อย่างรวดเร็วมาใช้ในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยชลธิชา ศรีบำรุง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาคอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี จากผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาคอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาคอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมมีความเหมาะสมของการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยผลการศึกษารายด้านพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาคอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมมีความเหมาะสมของการให้บริการอยู่ในระดับมาก

1.2 ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ให้บริการของฝ่ายสินเชื่อนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง สามารถให้บริการได้ตามเวลาที่กำหนดไว้ ผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการทำธุรกรรมต่าง ๆ แก่ผู้ให้บริการได้อย่างถูกต้อง ตลอดจนผู้ให้บริการสามารถตอบข้อสงสัยหรือให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ได้ดี สอดคล้องกับผลงานวิจัยของจันทนา ประสงค์กิจ (2552) ซึ่งวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อย แผลมฉับัง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าคุณภาพบริการด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นมีคุณภาพในการบริการที่ดีมากที่สุด โดยพบว่าด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น มีคุณภาพในการบริการที่ดีมากที่สุด โดยพบว่าพนักงานสามารถเก็บความลับของลูกค้าเป็นอย่างดีและมีกริยามารยาทที่สุภาพ ตลอดจนใช้น้ำเสียงหรือวาจาที่อ่อน โยนต่อลูกค้าเสมอ รวมถึงพนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการตอบคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารได้เป็นอย่างดี และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

1.3 ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ให้บริการของฝ่ายสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง สามารถรับรู้ถึงความกระตือรือร้นที่จะให้บริการของพนักงานที่มีจำนวนผู้ให้บริการเพียงพอ ตลอดจนธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง มีการเปิดช่องบริการเพิ่มเมื่อมีผู้รับบริการเป็นจำนวนมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยชลธิชา ศรีบำรุง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาคอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี จากผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาคอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาคอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมมีความเหมาะสมของการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยผลการศึกษารายด้านพบว่า ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาคอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมมีความเหมาะสมของการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด

1.4 ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ให้บริการของฝ่ายสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง แต่งกายสะอาดเรียบร้อย ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มอัธยาาศัยดี มีความเป็นกันเอง ตลอดจนผู้ให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง มีกิริยามารยาท สุภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยชลธิชา ศรีบำรุง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาคอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี จากผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาคอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี พบว่าผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาคอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมมีความเหมาะสมของการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยผลการศึกษารายด้านพบว่า ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาคอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมมีความเหมาะสมของการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด

1.5 ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง

จังหวัดชลบุรี ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ให้บริการฝ่ายสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง รับฟังปัญหา และข้อเสนอแนะและพร้อมที่จะปรับปรุงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ตลอดจนผู้ให้บริการนำเสนอผลิตภัณฑ์/ บริการ ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยชลธิชา ศรีบำรุง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี จากผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมมีความเหมาะสมของการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยผลการศึกษารายด้านพบว่า ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมมีความเหมาะสมของการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด

2. ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี มีประเด็นอภิปรายผล แยกตามปัจจัยส่วนบุคคล ดังนี้

2.1 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ผู้ใช้บริการไม่ว่าจะมีเพศใดต่างก็ได้รับการบริการด้านสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินจากพนักงานของธนาคารที่เป็นผู้ให้บริการที่สามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการทำธุรกรรมต่าง ๆ แก่ผู้ให้บริการได้อย่างถูกต้อง และผู้ให้บริการสามารถตอบข้อสงสัยหรือให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ได้ดี ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของธนศ เทพพิทักษ์ (2546) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการสินเชื่อบุคคล Personal plus ธนาคารคิบีเอส ไทยท努 จำกัดมหาชน สาขาราชประสงค์ พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการสินเชื่อบุคคล Personal plus แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผลจากการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่เพศแตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการสินเชื่อบุคคล Personal plus แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ

ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ผู้ใช้บริการไม่ว่าจะมีอายุแตกต่างกันเพียงใดต่างก็ได้รับการบริการด้านสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสินจากพนักงานของธนาคารที่เป็นผู้ให้บริการด้วยความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ และมีการจัดจำนวนผู้ให้บริการเพียงพอต่อจำนวนของผู้ที่เข้ามาใช้บริการโดยไม่ต้องรอคิวนาน ตลอดจนมีการเปิดช่องบริการเพิ่มเมื่อมีผู้รับบริการเป็นจำนวนมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวิรัช สุจิตลักษณ์ (2547) ซึ่งศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบางโพ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบางโพไม่แตกต่างกัน

2.3 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ใช้บริการไม่ว่าจะมีสถานภาพใดต่างก็ได้รับการบริการด้านสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสินจากพนักงานของธนาคารด้วยการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มอัธยาศัยไมตรีดีต่อผู้มาใช้บริการทุกคนเป็นอย่างดี มีกิจกรรมร่ายยา สุขภาพ ต่อผู้มาใช้บริการทุกคนโดยไม่มี การเลือกปฏิบัติแต่อย่างใด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของธนศ เทพพิทักษ์ (2546) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการสินเชื่อบุคคล Personal plus ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด มหาชน สาขาราชประสงค์ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพ การบริการแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.4 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ใช้บริการไม่ว่าจะมีระดับการศึกษาใดต่างก็ได้รับการบริการด้านสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสินจากพนักงานของธนาคารเป็นอย่างดี มาตรฐานเดียวกันตลอดจนผู้ให้บริการจดจำผู้ใช้บริการและข้อมูลต่าง ๆ ได้พร้อมทั้งไม่เปิดเผย ข้อมูลของผู้ใช้บริการของธนาคารแก่บุคคลอื่น มีการรับฟังปัญหา และข้อเสนอแนะและพร้อมที่จะปรับปรุงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ และผู้ให้บริการนำเสนอผลิตภัณฑ์/ บริการ

ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของณัฐศรีนทร์ สติฉะวารพร (2554) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ชลบุรี ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ชลบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.50

2.5 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ภาวรวมแตกต่างกัน โดยผู้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง มากกว่าผู้บริการที่มีอาชีพอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพค้าขาย และอาชีพอื่น ๆ และประชาชนที่มีอาชีพรับราชการ มีเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง มากกว่าผู้บริการที่มีอาชีพอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่น ๆ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพรับราชการ ได้รับมีโอกาสเข้ามาใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินและได้รับการบริการที่ดี อีกประการหนึ่งเนื่องมาจากความสะดวกในการที่ธนาคารออมสินทำข้อตกลงร่วมกันกับหน่วยงานของรัฐ ทำให้ได้รับการอำนวยความสะดวก และลดขั้นตอนต่างได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของเสาวนิตย์ ศรีทอง (2547) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาปากช่อง ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการด้านประเภทของการบริการของการบริการด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ด้านพนักงานด้านขั้นตอนการทำบริการต่าง ๆ และด้านความพร้อมทางกายภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.6 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ภาวรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริการไม่ว่าจะมีเพศใดต่างก็ได้รับการบริการด้านสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินจากพนักงานของธนาคารที่เป็นผู้ให้บริการที่สามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการทำธุรกรรมต่าง ๆ แก่ผู้บริการได้อย่างถูกต้อง และผู้ให้บริการสามารถตอบข้อสงสัยหรือให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ได้ดี พนักงานของธนาคารที่เป็นผู้ให้บริการ

ด้วยความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ และมีการจัดจำนวนผู้ให้บริการเพียงพอต่อจำนวนของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ โดยไม่ต้องรอคิวนาน ตลอดจนมีการเปิดช่องบริการเพิ่มเมื่อมีผู้รับบริการเป็นจำนวนมากขึ้น พนักงานของธนาคารด้วยการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มอัธยาศัยไมตรีดี ต่อผู้มาใช้บริการทุกคนเป็นอย่างดี มีกิริยามารยาท สุภาพ ต่อผู้มาใช้บริการทุกคน โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของของฉัตรินทร์ สติฉัตรนที (2554) ซึ่งศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ชลบุรี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ชลบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จากผลการศึกษา คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านลักษณะทางกายภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นอันดับที่น้อยที่สุด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.1 ธนาคารควรเสนอของบประมาณหรือจัดสรรงบประมาณสำหรับการปรับปรุงสถานที่ของธนาคารให้มีความสะดวกในการจอดรถเพื่อเข้ามาติดต่อทำธุรกรรมกับธนาคารให้มากขึ้น

2. จากผลการศึกษา คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด แต่เป็นอันดับที่รองสุดท้าย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

2.1 ธนาคารควรมีนโยบายด้านการพัฒนาศักยภาพการให้บริการ เช่น การจัดประชุมหรืออบรมด้านการให้บริการแก่พนักงานเป็นประจำ

2.2 ธนาคารควรกำหนดให้มีการสำรวจความต้องการด้านการรับบริการจากประชาชนในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อนำมากำหนดเป็นนโยบายของธนาคารที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. จากผลการศึกษา คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ด้านลักษณะทางกายภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นอันดับที่น้อยที่สุด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.1 ธนาคารควรมีปรับปรุงสถานที่ของธนาคารให้มีความสะดวกในการจอดรถเพื่อเข้ามาติดต่อทำธุรกรรมกับธนาคารให้มากขึ้น เช่น การจัดสรรที่จอดรถของเจ้าหน้าที่ธนาคารให้เป็นที่จอดรถของลูกค้าตามสัดส่วนความเหมาะสม เพื่อความสะดวกและความปลอดภัยของประชาชนผู้มาใช้บริการ เป็นต้น

1.2 ธนาคารควรมีพัฒนาสถานที่จอดรถเหมาะสม และเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการของธนาคาร เช่น การจัดทำอาคารจอดรถด้านหลังธนาคาร เป็นต้น

2. จากผลการศึกษา คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด แต่เป็นอันดับที่รองสุดท้าย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

2.1 ธนาคารควรมีการฝึกอบรมพนักงานให้เป็นผู้มีจิตสาธารณะ และรักในการให้บริการ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

2.2 ธนาคารควรฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับความรู้ด้านการเงิน การธนาคาร เพื่อสามารถตอบคำถาม อธิบาย และเสนอแนะช่องทางบริการที่ดีตามความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นประจำทุกปี

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ควรมีการศึกษาประสิทธิผลจากการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

2. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

3. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับ ปัญหา และอุปสรรคของการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

บรรณานุกรม

- กุลชน ชนาพงศ์ธร. (2530). *การบริหารงานบุคคล* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- คริสโตเฟอร์ เอช เลิฟล็อก และลอเรน ไรท์. (2546). *การตลาดบริการ* (อคูล์ จาตุรงค์กุล, ดลยา จาตุรงค์กุล และพิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล, แปลและเรียบเรียง). กรุงเทพฯ: เพียร์สันเ็ดดูเคชันอินโคไชน่า.
- จันทนา ประสงค์กิจ. (2552). *คุณภาพการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยแหลมฉบัง. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- ฉัตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ชลธิชา ศรีบำรุง. (2557). *คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาคอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2549). *การตลาดบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2550). *การตลาดบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี. (2549). *สุดยอดผู้บริหาร*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ณัฐพัชร์ ลือประดิษฐ์พงษ์. (2551). *ลดต้นทุนการผลิตด้วยกระบวนการ Self maintenance. วารสาร โพรคักทีวิตี เวิร์ลด์, 13(73), 37-78.*
- ณัฐศรินทร์ สถิตวราพร. (2554). *คุณภาพการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ชลบุรี. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- ธนาคารออมสิน. (2559). *รายงานของฝ่ายสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี*. กรุงเทพฯ: ธนาคารออมสิน
- ชเนศ เทพพิทักษ์. (2546). *ความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการสินเชื่อบุคคล Personal plus ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด มหาชน สาธาราชประสงค์. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- ธีระศักดิ์ วรรณสุข. (2550). *ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาอำนาจเจริญ. ภาคนิพนธ์ □ พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนาสังคม,*

คณะพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ □.

นันทพร คำรงพงศ์. (2542). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเอเชีย จำกัด

(มหาชน): ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาอัมรินทร์ พลาซ่า กรุงเทพมหานคร.

ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต, คณะพัฒนาสังคม,

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

บุญกร พงษ์สวัสดิ์. (2541). ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการทางการแพทย์ของ

โรงพยาบาลพนัสนิคมจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต,

สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.

พรเทพ ปิยวัฒนาเมธา. (2536). คู่มือแก้ไขปัญหาการขายและการบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ไมตรี วิไลกิจ. (2539). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด

(มหาชน):

ศึกษากรณีการให้บริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บสำนักงานใหญ่.

ภาคนิพนธ์ □ พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนาสังคม, คณะพัฒนาสังคม,

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

รังสิตรา สังข์อร่าม และต่อศักดิ์ ศิริโหวาร. (2550). คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์

จำกัด (มหาชน) สาขารัชโยธิน. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,

สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

รัชยา กุลวานิช ไชยนันท์. (2535). ความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการทางการแพทย์:

ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพฯ:

สำนักงานประกันสังคม.

วรรณลักษณ์ คุณยากุล. (2552). คุณภาพบริการงานคลินิกเบาหวาน โรงพยาบาลรัฐในจังหวัดสระบุรี

ตามการรับรู้ของผู้รับบริการ. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเวชศาสตร์

ชุมชน, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิรัช สุจิตลักษณ์. (2547). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด

(มหาชน) สาขาบางโพ. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป,

บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

วีรพงษ์ เฉลิมจิระวัฒน์. (2543). คุณภาพในการบริการ 1 (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ:

สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

วีรพงษ์ เฉลิมจิระวัฒน์. (2545). คุณภาพในงานบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ:

สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2549). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2551). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ชาลิต ประภวานนท์, สมชาย หิรัญกิตติ, สมศักดิ์ วานิชยาภรณ์ และสุดา สุวรรณภิญโญ. (2539). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปรีญา ลักษณ์านนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2538). *กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีตัวอย่าง*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สมเกียรติ โภชิสต์. (2551). *คู่มือการทบทวนอย่างเป็นระบบ*. นนทบุรี: สถาบันวิจัยและประเมินเทคโนโลยีทางการแพทย์ กรมการแพทย์.
- สมชาย กิจยรรยง. (2536). *สร้างบริการ สร้างความประทับใจ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สาวิชา เตือนแรม. (2558). *คุณภาพการให้บริการของธนาคารชนชาติ สาขาบางปลาสร้อย จังหวัดชลบุรี*. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหรรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำรวย เกษกุล. (2538). *ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการของสำนักทะเบียนอำเภอชุมพูนธ์ จังหวัดศรีสะเกษ*. ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนาสังคม, คณะพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เสรี วงษ์มณฑา (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- เสาวนิตย์ ศรีทอง. (2547). *ความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาปากช่อง*. ปัญหาพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อรอนงค์ เกาทอง. (2546). *คุณภาพการบริการของบุคลากรสำนักงานเลขานุการ คณะศิลปกรรมศาสตร์*. ชลบุรี: คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อำนวยการ มณีงาม. (2542). *ปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการเงินฝาก และอื่น ๆ จากธนาคารพาณิชย์: ศึกษากรณีเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง*. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานโยบายสาธารณะ, วิทยาลัยการบริหรรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Berry, L. L., Zeithaml, V. A., & Parasuraman, A. (1985). A quality counts in services too. *Business Horizons, Fall*, 44-52.
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (2000). *Contemporary business* (10th ed.). Fort Worth: Harcourt.

- Crosby, P. B. (1979). *Quality is free*. New York: McGraw-Hill.
- Gerson, R. F. (1993). *Measuring customer satisfaction*. California: Crisp Menlo Park.
- Ghobadian, A., & Ashworth, J. (1994). Performance measurement in local government-concept and practice. *International Journal of Operations & Production Management*, 14(5), 35-51.
- Kotler, P. (1994). *Marketing management: Analysis planning implementation and control* (8th ed.). Englewood cliffs: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management: Analyzing consumer marketing and buyer behavior (The Millennium)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Mertin, A. (1995). Investigating drivers of bank loyalty: The complex relationship between image, service quality and satisfaction. *International Journal Bank Marketing*, 16(7), 276-286.
- Millett, J. D. (1954). *Management in the public service*. New York: McGraw-Hill Book.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, Fall, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1990). *Delivery quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: Free Press.
- Philips, G., & Hazlett, S. A. (1997). The measurement of service: A new P-C-P attributes model International. *Journal of Quality & Reliability Management*, 14(3), 260-286.
- Regan, W. J. (1963). The service revolution. *Journal of Marketing*, 47, 57-62.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior* (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Yamane, T. (1967). *Elementary sampling theory*. New Jersey: Prentice-Hall.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง

เพื่อการวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 2) เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามลักษณะ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่อเดือน และ 3) เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

แบบสอบถามฉบับนี้มี 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน
สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะต่อการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน
สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

คำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จึงขอความกรุณาจากท่านได้โปรดตอบแบบสอบถามนี้ให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามฉบับนี้จะถือเป็นความลับ โดยผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวม โดยไม่มีผลกระทบต่อท่าน

ขอขอบคุณท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ด้วยความตั้งใจจริง

ชนัญชิตา สังข์ทอง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: ใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1) เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2) อายุ

1. น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี

2. 21-30 ปี

3. 31-40 ปี

4. 41 ปี ขึ้นไป

3) สถานภาพ

1. โสด

2. สมรส

3. หย่า

4. หม้าย

4) ระดับการศึกษา

1. ประถมศึกษา

2. มัธยมศึกษาตอนต้น

3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.

4. อนุปริญญา/ ปวส.

5.ปริญญาตรี

6. สูงกว่าปริญญาตรี

5) อาชีพ

1. นิสิต/ นักศึกษา

2. พนักงานบริษัทเอกชน

3. รับราชการ

4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ

5. ค้าขาย

6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6) รายได้ต่อเดือน

1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

2. 10,001-15,000 บาท

3. 15,001-20,000 บาท

4. 20,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง
อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง: โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1 คำตอบ
ดังนี้

- 4 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนมากที่สุด
3 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนมาก
2 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนน้อย
1 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนน้อยที่สุด

คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี	ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบริษัทประชาชนของธนาคารออมสิน			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านลักษณะทางกายภาพ				
1. มีความสะดวกในการเดินทางมาธนาคาร				
2. ธนาคารมีสถานที่จอดรถเพียงพอ				
3. มีการจัดสถานที่ให้บริการที่สะอาด สบายงามเป็นระเบียบเรียบร้อย				
4. เอกสารและแบบฟอร์มต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน				
5. มีเครื่องมือ อุปกรณ์ ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ				
6. มีระบบความปลอดภัยในการดูแลชีวิตและทรัพย์สิน				
ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร				
7. ผู้ให้บริการสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการได้ทันทั่วถึง				
8. ผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการทำธุรกรรมต่าง ๆ แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง				

คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบancar ประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี	ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบancar ประชาชนของธนาคารออมสิน			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
9. ผู้ให้บริการสามารถตอบข้อสงสัย หรือให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ได้ดี				
10. ผู้ให้บริการสามารถให้บริการ ได้ตามเวลาที่กำหนดไว้				
ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว				
11. มีจำนวนผู้ให้บริการเพียงพอ				
12. ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้น ที่จะให้บริการ				
13. มีการเปิดช่องบริการเพิ่ม เมื่อมีผู้รับบริการเป็นจำนวนมากขึ้น				
14. ท่านได้รับบริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว				
ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น				
15. ผู้ให้บริการมีกิจกรรมรยาท สุภาพ				
16. ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี เหมาะสม กับการให้บริการ				
17. ผู้ให้บริการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย				
18. ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม อัธยาศัยดี มีความเป็นกันเอง				
ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ				
19. ผู้ให้บริการรับฟังปัญหา และ ข้อเสนอแนะและพร้อมที่จะปรับปรุง ตามความต้องการของลูกค้า				
20. ผู้ให้บริการนำเสนอผลิตภัณฑ์/ บริการ ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ				

