

สำนักงานตม. มหาววิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโสธร อำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร

พนิตนันท์ พงษ์วิชัย

21 พ.ค. 2558

TH 00222558

353386

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการภาครัฐและเอกชน

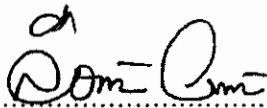
วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

สิงหาคม 2553

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษทางการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน และ
คณะกรรมการควบคุมมาตรฐานวิชาปัญหาพิเศษทางการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน ได้พิจารณา
ปัญหาพิเศษของ พนิศนันท์ พงษ์วิชัย ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน
ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษทางการบริหาร



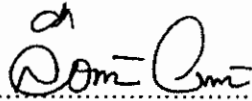
(อาจารย์ลือชัย วงษ์ทอง)

คณะกรรมการควบคุมมาตรฐานปัญหาพิเศษทางการบริหาร



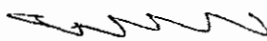
ประธานกรรมการ

(ดร.มล.ปริญญา จรุงโรจน์)



กรรมการ

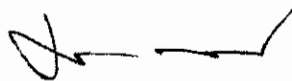
(อาจารย์ลือชัย วงษ์ทอง)



กรรมการและเลขานุการ

(อาจารย์พรเทพ นามกร)

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอนุมัติให้รับปัญหาพิเศษฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา



คณบดีวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สรุติ สกฤรัตน์)

วันที่ 28 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2553

ประกาศคุณูปการ

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองโยธธร จังหวัดโยธธร สำเร็จลงได้ด้วยความสามารถจากหลายท่านที่ได้อนุเคราะห์ให้ความช่วยเหลือและให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางที่ถูกต้องอย่างคียง โดยเฉพาะ ลือชัย วงษทอง ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ และตรวจแก้ไขปัญหาพิเศษฉบับนี้ด้วยดีมาโดยตลอด และเพื่อน ๆ อีกหลายท่านที่ช่วยเหลือ จนทำให้การศึกษาสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความอนุเคราะห์ของท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

นอกจากนี้ยังต้องขอขอบคุณเป็นพิเศษสำหรับประชาชนที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองโยธธร จังหวัดโยธธร ที่ได้สละเวลาและให้ความร่วมมืออย่างคียงในการกรอกแบบสอบถามและร่วมแสดงความคิดเห็น ทำให้การศึกษาครั้งนี้ได้รับข้อมูลที่สมบูรณ์ครบถ้วน และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองโยธธร จังหวัดโยธธร อย่างคียง

พนิตนันท์ พงษ์วิชัย

ชื่อปัญหาพิเศษ	คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร
ชื่อผู้เขียนปัญหาพิเศษ	พนิตนันท์ พงษ์วิชัย
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณัฒิต (การจัดการภาครรัฐและภาคเอกชน)
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร 2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้คือ ประชาชนที่มาใช้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาโยธธร จำนวน 353 คน โดยการเปิดตารางทาไร่ ยามาเน่ ทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ใช้สถิติค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, ใช้สถิติ t -test สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่ม และใช้สถิติ One-way ANOVA สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มีตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ใช้ LSD เพื่อทดสอบว่าตัวแปรใดมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร พบว่า ประชาชนที่มารับบริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร ในภาพรวมด้านต่าง ๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก และผลการทดสอบสมมุติฐานเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนที่มารับบริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาการวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
สมมติฐานการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดความเกี่ยวกับการบริการ.....	7
แนวคิดพื้นฐานคุณภาพงานบริการ.....	12
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ.....	13
หลักการให้บริการที่ดีของธนาคาร.....	20
ประวัติความเป็นมาของธนาคารออมสิน.....	27
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่	
3	
วิธีการดำเนินการวิจัย.....	36
ประชากร.....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
เกณฑ์การแปลผล.....	40
4.	
ผลการวิจัย.....	41
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป.....	42
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน	
สาขา โสธร อำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร.....	44
ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน.....	51
5.	
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	57
สรุปผลการศึกษา.....	57
อภิปรายผลการวิจัย.....	59
ข้อเสนอแนะ.....	61
บรรณานุกรม.....	63
ภาคผนวก.....	69
ประวัติย่อของผู้เขียนปัญหาพิเศษ.....	73

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล.....	42
2. จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองยโยธธร จังหวัดยโยธธร ด้านความนำเชื่อถือ ของธนาคาร.....	44
3. จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองยโยธธร จังหวัดยโยธธร ด้านสภาพแวดล้อมและ สถานที่ของธนาคาร.....	45
4. จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการ ของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองยโยธธร จังหวัดยโยธธร ด้านภาพลักษณ์ การให้บริการของพนักงานธนาคาร.....	47
5. จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการ ของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองยโยธธร จังหวัดยโยธธร ด้านการ ให้บริการของธนาคาร.....	49
6. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองยโยธธร จังหวัดยโยธธร ในภาพรวมด้านต่างๆ.....	50
7. ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการ ให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองยโยธธร จังหวัดยโยธธร จำแนกตามเพศ.....	51
8. ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการ ให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองยโยธธร จังหวัดยโยธธร จำแนกตามอายุ.....	52
9. ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการ ให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองยโยธธร จังหวัดยโยธธร จำแนกตามระดับการศึกษา.....	53

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
10.	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัคโยธธร จำแนกตามอาชีพ.....	54
11.	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัคโยธธร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	55
12.	สรุปรการทดสอบสมมติฐาน.....	56

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	35

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กิจการธนาคารในประเทศไทยนั้น นับได้ว่าเจริญรุ่งเรืองขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังจะเห็นได้จากปัจจัยที่อำนวยยอดอกเงินฝากทุกประเภทของธนาคารขยายตัวเป็นอันมาก โดยปัจจัย ดังกล่าวได้แก่ 1. การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศในระยะเวลาที่ผ่านมา 2. ความนิยมของประชาชนอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกี่ยวกับการเก็บรักษาเงินสด การออมทรัพย์ ตลอดจนการมองเห็นความสำคัญของผลตอบแทนที่จะได้รับจาก ดอกเบี้ย 3. ความนิยมของประชาชน และธุรกิจการใช้เครดิต ตลอดจนความสะดวกต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจที่ธนาคารอำนวยให้

ในยุคเทคโนโลยีก้าวหน้า ธุรกิจธนาคารพาณิชย์ของไทยมีการแข่งขันในด้านการให้บริการเพิ่มขึ้นสูงมาก ทั้งนี้เนื่องจากธนาคารพาณิชย์ของไทยมีลักษณะเป็นการผูกขาดตลาดโดยผู้ขายน้อยราย เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการดำเนินงานของธนาคารหนึ่ง จะมีผลต่อการดำเนินงานของธนาคารอื่น ๆ ด้วย จึงก่อให้เกิดการแข่งขันในด้านการบริการ โดยนำระบบคอมพิวเตอร์มาช่วยในการพัฒนาระบบการทำงาน เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการทำงาน เป็นการแก้ปัญหาด้านการเก็บรักษาเอกสาร และช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายของธนาคารในระยะยาว ซึ่งจะเห็นได้ว่าวิวัฒนาการการแข่งขันของธุรกิจธนาคาร ได้มาถึงจุดที่แข่งขันกันด้วยเทคโนโลยีและความแปลกใหม่ของการบริการ รวมทั้งความฉับไวในการตัดสินใจเสนอบริการใหม่ด้วย ดังนั้นความรวดเร็วจึงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ จะเห็นได้จากเมื่อธนาคารเมื่อธนาคารได้นำบริการใหม่ ออกมาเสนอลูกค้า ธนาคารอื่น ๆ จะไม่รีรอที่จะปฏิบัติตาม แม้จะต้องลงทุนด้วยเงินจำนวนสูง และทำให้ต้นทุนการบริการสูงขึ้นก็ตาม (อ้างถึงใน เรื่องอุไร วรรณ โภ, 2547, หน้า 1 – 2)

ธนาคารเป็นธุรกิจการให้บริการด้านการเงินที่มีการแข่งขันสูงทั้งภายในและภายนอกประเทศ ฉะนั้น ต้องใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยทั้งทางด้านคอมพิวเตอร์ การสื่อสารโทรคมนาคม และการบริหาร เพื่อให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของวิวัฒนาการด้านการเงินของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจอื่น จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารและการปฏิบัติงาน นอกจากนี้การเปิดเสรีของ

รัฐบาล โดยเฉพาะการเปิดเสรีทางการเงินตามข้อตกลงแกดด์ ทำให้เกิดการกดดันการแข่งขันในระบบการเงิน สิ่งหนึ่งซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักของการเอาชนะคู่แข่งในการทำธุรกิจในปัจจุบันคือ คุณภาพการบริการที่สมบูรณ์แบบ ซึ่งส่งผลให้สถาบันการเงินพยายามปรับมาตรฐานการบริการให้มีคุณภาพใกล้เคียงมาตรฐานสากล เพื่อลดต้นทุนการให้บริการลง

ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจที่ดำเนินเกี่ยวข้องจึงต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด และจุดนี้ คือ จุดสำคัญที่ธนาคารของไทย จะต้องหาทางปรับตัวให้เหมาะสม เพราะขณะนี้ นักการเงินธนาคารต่างตระหนักแล้วว่า การทำธุรกิจพาณิชย์ไม่ใช่เรื่องง่ายดังที่ผ่านมา เนื่องจากความก้าวหน้าของระบบเศรษฐกิจ ทำให้ลูกค้ามีโอกาสมากขึ้น โดยเฉพาะลูกค้ารายใหญ่ ซึ่งสามารถหาแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น เช่น จากตลาดหลักทรัพย์ฯ และการออกตราสารตามวิวัฒนาการระบบการเงิน ซึ่งหลายคนเรียกว่า “วิชะการการเงิน” ทั้งภาวะการแข่งขันกันอย่างรุนแรง และจากแรงโลภภักวิวัฒน์ที่แพร่กระจายข่าวสาร เทคโนโลยีไปถึงกันอย่างรวดเร็ว ทำให้ขอบเขตของประเทศใกล้ชิดกันยิ่งขึ้น ในด้านข้อมูลข่าวสาร ทางรอดที่ดีที่สุดที่เหลืออยู่ คือ การปรับตัวตามกระแสที่เปลี่ยนแปลงเท่านั้น

จากแนวทางที่ธนาคารจะต้องมีการปรับองค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการแข่งขันเสรี โดยได้คำนึงถึงการใช้นวัตกรรมที่มีความรู้ ความสามารถ ตลอดจนสามารถรับรู้และใช้เทคโนโลยีใหม่ที่ธนาคารจำเป็นต้องนำมาใช้ในการให้บริการกับลูกค้าของธนาคารให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด การปรับปรุงบุคลากรให้มีคุณภาพ มีความพร้อม และพึงพอใจในการทำงาน ย่อมส่งผลถึงการบริการที่มีคุณภาพ อันเป็นเป้าหมายที่สำคัญอย่างหนึ่งของธนาคาร เพราะงานของธนาคารเป็นการขายบริการอย่างหนึ่ง ไม่ใช่การขายสินค้าที่สามารถ ปรับปรุงหีบห่อผลิตภัณฑ์ได้ ต้องปรับปรุงด้านคุณภาพการให้บริการเท่านั้น

การบริการที่มีคุณภาพเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จปัจจัยหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้เนื่องจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในสายตาของลูกค้านับวันจะไม่แตกต่างกัน ด้วยความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ และเทคโนโลยีเกี่ยวกับการผลิตที่ใกล้เคียงกัน ประกอบกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายในตลาดมิให้เลือกซื้อตามความพอใจมากขึ้น ลูกค้าจึงหันมาพิจารณาให้ความสำคัญกับคุณภาพของการบริการ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการควบคู่กันไปด้วย ด้วยเหตุนี้ธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใด จึงให้ความสำคัญกับการบริการ มากขึ้น

ธนาคารจัดเป็นธุรกิจบริการการเงินซึ่งปัจจุบันผลิตภัณฑ์และบริการของแต่ละธนาคารจะคล้ายคลึงกัน ทั้งในด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ ธนาคารจึง แข่งขันในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ด้วยการนำระบบคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในระบบการปฏิบัติงาน เพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การพัฒนาคุณภาพการให้บริการ นอกจากพัฒนาด้านระบบการปฏิบัติงานแล้ว การพัฒนาผู้ปฏิบัติงานบริการ

เพื่อให้บริการที่ดี ถือเป็นหัวใจสำคัญของการยกระดับคุณภาพการให้บริการ และสร้างความเป็นเลิศให้กับธุรกิจ เพราะเป็นการเพิ่มพูนศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานให้สามารถสนองบริการที่มีคุณภาพให้กับลูกค้า หรือทำให้ลูกค้าพอใจมากยิ่งขึ้น การพัฒนาผู้ปฏิบัติงานบริการนี้จะต้องจัดให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการกระตุ้นจิตสำนึกในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพตลอดเวลา

ในฐานะที่ผู้ศึกษาเป็นพนักงานของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร จึงสนใจที่จะศึกษาการคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองยโยธธร จังหวัดยโยธธร ว่าเป็นอย่างไร เพื่อนำข้อมูลที่ได้ นำเสนอต่อผู้บริหารเพื่อปรับปรุงระบบการให้บริการของธนาคารให้มีประสิทธิภาพตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ต่อไป

ปัญหาการวิจัย

1. คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองยโยธธร จังหวัดยโยธธร อยู่ในระดับใด
2. ประชาชนที่มาใช้บริการโดยดูจากปัจจัยส่วนบุคคลผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองยโยธธร จังหวัดยโยธธร แตกต่างกันหรือไม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองยโยธธร จังหวัดยโยธธร
2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองยโยธธร จังหวัดยโยธธร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองยโยธธร จังหวัดยโยธธร แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองยโยธธร จังหวัดยโยธธร แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ประชาชนที่มีการศึกษาต่างกัน คุณภาพการให้บริการของ
ธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดยโยธธ แดกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน คุณภาพการให้บริการของ
ธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดยโยธธ แดกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน คุณภาพการให้บริการของ
ธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดยโยธธ แดกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา : การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคาร
ออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดยโยธธ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีของ Parasuraman
ที่ ชัยเสฏฐ์ พรหมศรีและแนวคิดทฤษฎีของ Cothberg ที่ จงรัก มงคลธรรม ได้นำมาสร้างเป็น
องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ
จังหวัดยโยธธ

สำหรับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ (independent variable) คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้
ของผู้มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ

ตัวแปรตาม (dependent variable) คือ คุณภาพการให้บริการของ
ธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดยโยธธ ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี
และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้ (Parasuraman อ้างถึงใน ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี,
2549, หน้า 53-54) และ (Cothberg อ้างถึงใน จงรัก มงคลธรรม, 2548, หน้า 22)

1. ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร
2. ด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่ของธนาคาร
3. ด้านภาพลักษณ์การให้บริการของพนักงานธนาคาร
4. ด้านการให้บริการของธนาคาร

ขอบเขตด้านพื้นที่ : การวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนที่ใช้บริการ
ณ ธนาคารออมสิน สาขาโยธธ จำนวนทั้งสิ้น 3,000 คน (ตามรายงานของ ธนาคารออมสิน
ณ วันที่ 1 มกราคม 2553 – 31 มกราคม 2553)

ขอบเขตด้านระยะเวลา : ในการวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษา และเก็บข้อมูลในช่วงเดือน ตุลาคม 2552 – มีนาคม 2553

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ระดับความดีเลิศที่ตามมาตรฐานวิชาชีพ เพื่อให้ผู้ให้บริการได้บริการตรงตามความคาดหวังของผู้รับบริการ หรือมากกว่าที่ผู้รับบริการคาดหวัง
2. ธนาคาร หมายถึง ธนาคารออมสิน สาขาโยธยา
3. ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร (reliability) หมายถึง เป็นความสามารถในการปฏิบัติ หรือให้บริการตามที่สัญญาไว้อย่างถูกต้อง สามารถประยุกต์ใช้กับธุรกิจบริการ ได้แก่ เป็นธนาคาร ที่ให้บริการอย่างครบวงจรที่มีขนาดใหญ่ เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมาก มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี ธนาคารมีฐานะการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น มีมาตรฐานระดับสากล มีการบริหารจัดการที่ดี เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
4. ด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่ หมายถึง สภาพการทำงานที่เป็นด้านกายภาพ ได้แก่ สภาพแวดล้อม เครื่องมือเครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก ในการปฏิบัติงาน ต่าง ๆ เช่น ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมและสะดวกต่อการมาติดต่อ ป้ายชื่อธนาคารมีความชัดเจนและเห็นได้ง่าย สถานที่จอดรถสะดวกและมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย สถานที่ทำงานทั้งภายในและภายนอก อาคารสะอาดเป็นระเบียบ มีการจัดระบบแผนผังของหน่วยงานและป้ายบอกบริเวณต่างๆ ได้ดี มีการจัดเจ้าหน้าที่ประจำคอยแนะนำก่อนการติดต่องานในฝ่ายต่างๆ สถานที่จัดให้ลูกค้าขณะรอรับบริการและเก้าอี้นั่งคอยเพียงพอ
5. ด้านภาพลักษณ์การให้บริการ หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกของแต่ละบุคคลต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นการผ่านการตีความหมาย การเลือกสรร และการให้ความหมายของตนเอง มีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานของหน่วยงาน มีความจริงใจในการให้บริการ มีการจัดองค์กรที่ดี มีการบริหารงานที่ดี เช่น มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอในการให้บริการ กล่าวคำสวัสดิและขอบคุณทุกครั้งเมื่อใช้บริการเสร็จ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีความรู้ในด้านการเงินและการลงทุน พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยนและยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเอง มีความสัมพันธ์อันเครือญาติ/รู้จักคุ้นเคยกับผู้บริหาร/พนักงานสาขา
6. ด้านการให้บริการ หมายถึง การแสดงออกถึงความพยายามที่จะรับฟังและเข้าใจลูกค้าทั้งภายในและภายนอกองค์กร การรับรู้ถึงความต้องการ เช่น มีการให้บริการที่รวดเร็วทันใจ การให้บริการมีความถูกต้องไม่ผิดพลาด มีบริการอย่างต่อเนื่องไม่หยุดชะงักหรือติดขัด มีการบริการ

ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน มีการจัดเตรียมแบบฟอร์มอย่างเพียงพอ ขั้นตอนในการดำเนินการ ให้บริการลูกค้าไม่ยุ่งยาก

7. เพศ หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ที่มาใช้บริการจำแนกตามเพศหญิงและเพศชาย

8. อายุ หมายถึง อายุของผู้ที่มาใช้บริการ สามารถจำแนกได้ดังนี้ ต่ำกว่า 20ปีลงมา, 21-30 ปี , 31-40 ปี, 41-50 ปี, ตั้งแต่ 51ปีขึ้นไป

9. การศึกษา หมายถึง วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุดของผู้ที่มาใช้บริการ สามารถจำแนกได้ดังนี้ ต่ำกว่าปริญญาตรี, ปริญญาตรี, สูงกว่าปริญญาตรี

10. อาชีพ หมายถึง ลักษณะงานของผู้ที่มาใช้บริการ ได้แก่ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา, ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัทเอกชน, เกษตรกร, ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว, อื่น ๆ (ระบุ).....

11. รายได้ หมายถึง รายได้ของผู้ที่มาใช้บริการ จำแนกได้ดังนี้ ตั้งแต่ 10,000 บาทลงมา, ตั้งแต่ 10,001 – 20,000 บาท, ตั้งแต่ 20,001 – 30,000 บาท, ตั้งแต่ 30,001 -40,000 บาท, ตั้งแต่ 40,001-50,000 บาท, ตั้งแต่ 50,001 บาท ขึ้นไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ธนาคารออมสิน สาขาโสธร ได้ทราบถึงการให้บริการของธนาคารออมสิน และนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุง พัฒนาเพื่อให้การปฏิบัติงานของธนาคารออมสิน มีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับต่อประชาชนมากขึ้น

2. สามารถนำผลการศึกษาไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติของระบบการ ให้บริการของธนาคารออมสิน ให้ผู้บริหารธนาคารออมสิน ได้ทราบต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัคโยธธร ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเนื้อหาของการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
2. แนวคิดพื้นฐานคุณภาพงานบริการ
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
4. หลักการให้บริการที่ดีของธนาคาร
5. ประวัติความเป็นมาของธนาคารออมสิน
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดในการศึกษา

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

คอตเลอร์ (Kotler, 2000, p. 428 อ้างถึงใน ปัญญา ฮวดเฮง, 2551, หน้า 7) ได้ให้คำจำกัดความของการบริการ คือ กิจกรรมหรือประโยชน์เชิงนามธรรมซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขยายให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้น ๆ อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคุมไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้

เรแกน (Regan, 1963, p.57 อ้างถึงใน ธวัชชัย เจริญเทศประสิทธิ์, 2550, หน้า 14) ได้กล่าวว่า การบริการ แสดงถึง ผลของความพึงพอใจที่ไม่สามารถจับต้องได้ที่แสดงออกมาโดยตรง หรือผลของความพึงพอใจที่ไม่สามารถจับต้องได้เมื่อมีการซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่าง ๆ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547, หน้า 18) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (intangible good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนี้ จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ ซึ่งการจัดประเภทของธุรกิจบริการสามารถจัดออกได้เป็น 4 ประเภทคือ

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้าและนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อม
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าและขายบริการให้กับผู้ซื้อ เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสารบริการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์
3. เป็นการซื้อบริการและสินค้าควบคู่กันด้วย เช่น ร้านอาหาร
4. เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องเช่น สถาบันลดน้ำหนัก สถาบันวางแผนโบราณ คลินิกทำฟัน จิตแพทย์ ธนาคาร

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2548, หน้า 20) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการ กระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) โดยการบริการเป็นสิ่งที่จับสัมผัสและแตะต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้น โดยการบริการจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการเพื่อใช้บริการนั้น ๆ โดยทันทีหรือเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการให้บริการนั้น

การบริการ (ชัยเสกฐ์ พรหมศรี, 2549, หน้า 11) หมายถึงผลิภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้เกี่ยวข้องกับการกระทำ การปฏิบัติ หรือความพยายามที่ไม่สามารถเป็นเจ้าของได้ทางร่างกายปกติการบริการมักจะหมายถึงความพยายามของผู้ให้บริการหรือเครื่องจักร ที่มีผลโดยตรงต่อบุคคลหรือสิ่งของ ไม่ว่าจะเป็นการบริการทางการศึกษาที่ครูมีต่อนักเรียน หรือการใช้เครื่องจักรอำนวยความสะดวกต่อมนุษย์ เช่น การโดยสารทางเครื่องบิน หรือต่อวัตถุ เช่น การขนส่งสินค้าทางเรือ

กล่าวโดยสรุป การบริการ (service) หมายถึง สินค้าที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องได้เหมือนสินค้า (goods) โดยลักษณะของการขาย การบริการจะเป็นไปในรูปแบบของกระบวนการปฏิบัติงานอย่างใดอย่างหนึ่งให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยที่ผู้รับบริการจะไม่สามารถเป็นเจ้าของบริการนั้น ๆ ได้เหมือนกับการเป็นเจ้าของสินค้า ทำให้การประเมินคุณค่าของบริการทำได้ยากกว่าการประเมินคุณค่าของสินค้าที่มีตัวตน ความเชื่อถือระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายจึงมีความสำคัญอย่างมาก นอกจากนั้นจะพบว่าบริการจะมีความแตกต่างกันและยากที่จะทำให้เหมือนกันได้ทุกครั้ง เนื่องจากการผลิตและการจำหน่ายจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันและไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้

ความสำคัญของการบริการ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเด็น

1. ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ แบ่งย่อยได้ 2 ลักษณะคือ

1.1 ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะผู้ให้บริการหรือผู้ปฏิบัติงานส่วนหนึ่งซึ่งต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มารับบริการโดยตรง การเข้าใจการบริการจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานตระหนักถึงการปฏิบัติตนต่อผู้รับบริการด้วยจิตสำนึกของการให้บริการ (service mind) และเรียนรู้การพัฒนาศักยภาพตนเองในการเป็นนักบริการระดับมืออาชีพ

- เกิดความรับรู้เป้าหมายการบริการที่ถูกต้อง เน้นผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง

- เข้าใจและยอมรับพฤติกรรมของผู้รับบริการซึ่งมีความหลากหลายสูง
- ตระหนักถึงบทบาทและพฤติกรรมของการให้บริการที่พึงปฏิบัติ
- รู้จักวิเคราะห์ความต้องการของผู้รับบริการและคุณลักษณะการบริการที่สร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการ

1.2 ความสำคัญต่อผู้ประกอบการ การทำความเข้าใจจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างความเป็นเลิศในการดำเนินการด้วยคุณภาพของการที่สอดคล้องกันได้

- ตระหนักถึงความสำคัญของผู้รับบริการเป็นอันดับแรก รู้จักความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการเพื่อนำข้อมูลมาใช้วางแผนและปรับปรุงการดำเนินการให้เหมาะสม
- เห็นความสำคัญของบุคลากร และมุ่งที่จะสนับสนุนและเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการที่มีคุณภาพ
- เข้าใจกลยุทธ์การบริการต่าง ๆ และใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพมาประยุกต์ใช้ในการบริหารงาน
- สามารถวิเคราะห์ปัญหา ข้อบกพร่องและแนวโน้มของการบริการได้

2. ความสำคัญต่อผู้รับบริการ เป็นการให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการและการให้อำนาจการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้รับบริการ

2.1 เกิดความรับรู้และเข้าใจลักษณะของงานบริการ ที่ตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลาย

2.2 ตระหนักถึงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในกระบวนการบริการในฐานะผู้แสดงเจตนาในการบริการ

พื้นที่ของการบริการสามารถขยายความออกได้เป็น

1. ความพึงพอใจ (satisfaction) สามารถแบ่งออกเป็น 2 มุมมอง คือ ความพึงพอใจในการรับบริการและการพึงพอใจในการทำงานบริการ ซึ่งหากความพึงพอใจทั้งสองด้านบรรจบกัน การให้บริการที่เกิดขึ้นนั้นก็จะมีคุณภาพมากที่สุด แต่การมีความพึงพอใจของผู้รับบริการนั้นเกิดจากได้รับบริการที่ตรงกับความต้องการและเป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ

ความพึงพอใจของการทำงานบริการเป็นการที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในงานของตน อันเกิดจากสภาพแวดล้อมในการทำงาน ค่าตอบแทนและอื่น ๆ ซึ่งเป็นแนวท่่องค์ธุรกิจบริการจะต้องจัดให้มีขึ้นทั้งสองด้านและประสานให้สอดคล้องกัน โดยสื่อสารให้ผู้ให้บริการทำความเข้าใจในความหวังในการบริการของผู้รับบริการเต็มใจที่จะให้บริการตามนั้น ก็จะนำไปสู่ความพึงพอใจ ในการบริการร่วมกัน

2. ความคาดหวัง (expectation) เป็นไปในสองแนวทางเช่นกันทั้งผู้รับบริการและผู้ให้บริการต่างก็มีความคาดหวังต่องานบริการ ซึ่งหากองค์การธุรกิจบริหารสามารถทราบและจัดสิ่งต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่มีอยู่ ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจในการบริการขึ้น

3. ความพร้อม (readiness) เป็นสิ่งที่ผู้บริการจะต้องมีการจัดเตรียมให้เกิดทั้งในด้านบุคลากร อาคาร สถานที่ อุปกรณ์ ระบบสื่อสาร และเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพเต็มรูปแบบได้

4. ความมีคุณค่า (values) เป็นคุณค่าที่ผู้รับบริการประเมินได้จากการได้รับการบริการที่มีคุณภาพเมื่อเทียบกับค่าบริการที่เกิดขึ้น

5. ความสนใจ (interest) เป็นความสนใจ กระตือรือร้นของผู้ให้บริการที่จะดำเนินการให้บริการอย่างเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ และพร้อมที่จะรับบริการแก่ผู้รับบริการอย่างเสมอภาคกัน

6. ความมีไมตรีจิต (courtesy) เป็นการแสดงออกของพฤติกรรมการให้บริการอย่างจริงจังมีอัธยาศัยและเป็นมิตร โดยไม่เป็นผู้รับบริการเป็นงานที่เพิ่มขึ้น แต่บุคคลสำคัญที่ทำงานให้งานบริการมีคุณค่า

7. ความมีประสิทธิภาพ (efficiency) กระบวนการในการให้บริการจะต้องมีระบบที่ทำให้การบริการเกิดขึ้นอย่างมีคุณภาพสม่ำเสมอ ทุกฝ่ายมีบทบาทหน้าที่ชัดเจนและทำงานประสานกัน เพื่อให้เกิดการให้บริการที่ดี มีประสิทธิภาพ

ลักษณะของการบริการ

ลักษณะของการบริการ การบริการมีคุณลักษณะที่แตกต่างกับการผลิตสินค้าทั่วไป โดยการบริการมีลักษณะที่สำคัญดังนี้

1. ความไว้วางใจ (trust) การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการในขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้น ผู้รับบริการจะไม่ทราบล่วงหน้าว่าจะได้รับการปฏิบัติเช่นไร ดังนั้นการตัดสินใจซื้อบริการจึงเป็นสิ่งต้องเกิดจากความไว้วางใจ ซึ่งต่างจากสินค้าที่สามารถเห็นรูปสัญลักษณ์หรือเลือกคุณภาพได้

2. สิ่งที่จับต้องไม่ได้ (intangibility) การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่อาจสัมผัสได้ก่อนซื้อ ดังนั้นการตัดสินใจซื้อบริการต้องอาศัยความคิดเห็น เจตคติ และประสบการณ์เดิมที่ได้รับจากการตัดสินใจซื้อบริการนั้นในครั้งก่อน

3. ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (inseparability) การบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถแยกตัวบุคคลหรืออุปกรณ์ทำหน้าที่ให้บริการได้ การผลิต การบริโภคและการบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันกับการขายบริการนั้น ๆ ซึ่งแตกต่างจากสินค้าต้องการผลิตและการขายแล้วจึงมีการบริโภคในภายหลัง

4. ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ (heterogeneity) การมีบริการที่มีลักษณะไม่คงที่ และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้ การบริการขึ้นอยู่กับแต่ละแบบของผู้ให้บริการ ซึ่งมีวิธีการให้บริการเป็นหลักเฉพาะของตนเองทั้งนี้การบริการขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ ช่วงเวลาของการบริการและสภาพแวดล้อมขณะบริการ

5. ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาได้ (perishability) เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการจะเกิดความสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา

6. ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (non-ownership) การบริการมีลักษณะที่ไม่มีความเป็นเจ้าของเมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้น

คุณลักษณะของการบริการ (characteristics of the service)

การให้บริการขององค์การธุรกิจบริการต่าง ๆ นั้นมีสิ่งที่จะต้องคำนึงในการจัดให้มีเพื่อให้เกิดการบริการที่สามารถส่งถึงผู้รับบริการได้อย่างมีคุณภาพ และสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการรับบริการ ผู้ประกอบการควรที่จะตระหนักถึงคุณลักษณะที่สำคัญ 10 ประการ ได้แก่

1. การอบรมคนและการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ (orientation) เป็นการให้การอบรมผู้ให้บริการถึงงานที่จะต้องกระทำ รวมไปถึงการฝึกให้สามารถใช้เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการให้บริการได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

2. การนำเสนอเทคโนโลยี (technology) องค์การธุรกิจบริการจะต้องการบริการโดยพิจารณาความเหมาะสมของเทคโนโลยีที่ใช้ร่วมกัน อาจเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ หรือการนำเสนอบริการแบบพื้นบ้านหรือแบบเป็นศิลปะ

3. การติดต่อกับผู้รับบริการ (interaction) เป็นการพิจารณาการให้รูปแบบการบริการ โดยใช้มุมมองการติดต่อกับผู้ใช้บริการว่าจะต้องมีการติดต่อกันในด้านใดมีพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงการแสดงออกต่อกันในสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อพิจารณานุเคราะห์ที่เหมาะสมกับตำแหน่งต่าง ๆ

4. ระยะเวลาในการบริการ (time) เป็นการพิจารณาความถี่บ่อยของการใช้บริการและช่วงเวลาในการให้บริการว่ามีความยาวนานเพียงใดเพื่อการจัดระบบการให้บริการ

5. สถานที่ให้บริการ (location) ตำแหน่งที่จะให้บริการนั้นเป็นอย่างไร เป็นสถานที่เฉพาคือต้องจัดให้มีหรือการจัดส่งถึงบ้านผู้รับบริการหรือไม่

6. ความซับซ้อนของการบริการ (complexity) เป็นการพิจารณาระบบการให้บริการว่ามีขั้นตอนซับซ้อนเพียงใด โดยพิจารณาถึงถึงความซับซ้อนของทั้งระบบบริการ และส่วนที่ปรากฏให้ผู้รับบริการพบเห็น ทำอย่างไรให้ระบบดูเรียบง่ายไม่ซับซ้อน

7. การจัดระบบการ (accommodation) เป็นการจักระบบให้มีการบริการที่ดี

8. จำนวนผู้รับบริการ (number served per tranation) เป็นการให้บริการ 1 ครั้งนั้นมีจำนวนผู้รับบริการมากน้อยเพียงใด คนเดียว สองคน กลุ่มเล็ก หรือกลุ่มคนใหญ่ เพื่อการจัดระบบและสถานที่ที่เหมาะสม

9. จำนวนผู้ให้บริการ (training) ในการให้บริการนั้นจำเป็นที่จะต้องให้บริการที่ผ่านการศึกษาอบรม หรือมีความชำนาญในการบริการจำนวนเท่าใด

10. การควบคุม (supervision) ในการให้บริการนั้นต้องมีการควบคุมดูแลมากน้อยเพียงใด ผู้ให้บริการต้องการอิสระในการทำงานตามระบบหรือไม่

เมื่อพิจารณาคุณลักษณะของรูปแบบบริการทั้ง 10 ด้านแล้ว ผู้ประกอบการจึงจะสามารถกำหนดแนวทางการให้บริการที่เหมาะสมและเพิ่มศักยภาพของตนเองในการแข่งขันในตลาดธุรกิจบริการได้

แนวคิดพื้นฐานของคุณภาพงานบริการ

ความหมายและลักษณะของคุณภาพ

คุณภาพ (quqlity) มีผู้ให้คำจำกัดความไว้หลากหลาย เช่น

Deming (1990-1993 อ้างถึงใน ปิ่นแก้ว ศิริวรรณดี, 2548, หน้า 12) กล่าวว่า “การปรับปรุงคุณภาพหมายถึงการปรับปรุงกระบวนการเพื่อช่วยเพิ่มความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ ลดความผิดพลาดและซ่อมแซมแก้ไข ลดการสูญเปล่าของแรงงาน วัสดุ และเครื่องจักร ทำให้สามารถเพิ่มผลผลิตได้ด้วยการลงทุนที่น้อยลง”.

Philip B. Crosby (ผู้เขียนตำราชื่อ “Quality Is Free” ในปี ค.ศ. 1979) ได้ให้นิยามของคุณภาพไว้ว่า “quality is conformance to requirement = คุณภาพ คือ ความสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการ”

Robert Costello นิยามว่า “คุณภาพคือความคาดหวังของลูกค้า”

Feigenbaum ปรมาจารย์อีกท่านหนึ่งได้ให้นิยามว่า “คุณภาพหมายถึงสิ่งที่ดีที่สุด สำหรับเงื่อนไขของลูกค้า (การใช้งานและราคา)”

Duncan William L. นิยามว่า “คุณภาพคือมูลค่าที่มอบให้แก่ลูกค้า” บริษัท Westinghouse ได้นิยามความหมายของคุณภาพสำหรับใช้ภายในบริษัทว่า “คุณภาพคือสมรรถนะในการสนองตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการทำในสิ่งที่ลูกค้าต้องการให้ถูกต้องเสียตั้งแต่ครั้งแรก”

AT&T นิยามว่า “คุณภาพคือการสนองตอบความคาดหวังของลูกค้า กระบวนการปรับปรุงคุณภาพ คือ ชุดของหลักการนโยบาย โครงสร้าง และการปฏิบัติ ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมาเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและประสิทธิผลแห่งวิถีชีวิตของเราอย่างต่อเนื่อง”

ดังนั้น สำหรับในหนังสือเล่มนี้เราจะได้อ่านนิยามของ “คุณภาพ” ไว้เพียงสั้น ๆ แต่มีความหมายอันยิ่งใหญ่ว่า “คุณภาพคือความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเป้าประสงค์นั่นเอง

คุณภาพ (quality) ตามความหมายของ (Webster’s new world dictionary, 1989, p. 1099 อ้างถึงใน พิษยากร กาศสกุล, 2547, หน้า 7) หมายถึงสิ่งที่ได้มาซึ่งระดับของความเลิศ (The degree of excellence which a thing possesses)

พจนานุกรมของ คอริน (Collins Cobuild, 1995, p. 1344, อ้างถึงใน เรือเอกหญิงนกุลยา ส่งสวัสดิ์, 2547, หน้า 7) ได้กล่าวไว้ว่า “การที่จะบอกได้ว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่ดีหรือไม่ดี เป็นสิ่งที่มีคุณภาพได้นั้น สิ่งนั้นจะต้องมีมาตรฐานที่สูง ถึงจะมีคุณภาพได้”

พิเชษฐ เศษอุดมศิริ (2548) ได้ให้ความหมายของคุณภาพ หมายถึง ความสอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการหรือลูกค้า

สุรศักดิ์ นานานุกูล และคณะ (2548, หน้า 111) กล่าวว่า แนวความคิดในการปรับปรุงคุณภาพ และผลิตภัณฑ์ถือว่า คุณภาพเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีความสำคัญระดับสูงสุด

ทุกองค์กรที่ประสบความสำเร็จจะกำหนดให้คุณภาพเป็นเป้าหมายสูงสุดขององค์กร ถ้ามีคุณภาพแล้วก็จะสามารถเอาชนะคู่แข่งขั้นได้โดยเด็ดขาดจะขยายตัวและช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดได้ด้วย คุณภาพที่เหนือกว่า และบรรลุเป้าหมายได้ด้วยคุณภาพ ซึ่งในแนวความคิดใหม่บอกว่า จะต้องเน้นความพอใจของลูกค้าก่อน จะต้องรู้ระดับความพอใจของลูกค้าหลังจากนั้นจะต้องทำงานอย่างมีประสิทธิภาพแต่ให้ถูกใจลูกค้า

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นพอสรุปได้ดังนี้ คุณภาพ หมายถึง ระดับความดีเลิศที่ตามมาตรฐานวิชาชีพ เพื่อให้ผู้ให้บริการได้บริการตรงตามความคาดหวังของผู้รับบริการ หรือมากกว่าที่ผู้รับบริการคาดหวัง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

รัชดา ดันติสารศาสน์ (2548, หน้า 14) กล่าวว่า คุณภาพบริการนั้นขึ้นอยู่กับ การเปรียบเทียบของผู้รับบริการที่คาดหวังไว้ล่วงหน้า (expect services) กับบริการที่ได้รับในความคิดของผู้บริการ (perceived service) เป็นสำคัญ

ปีติชัย รังสิยานนท์ (2547, หน้า 20) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการคือความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ ระดับความสามารถของการบริการในการบำบัดความต้องการของผู้รับบริการระดับความพึงพอใจของผู้บริการหลังจากได้รับบริการแล้ว

พรพรรณ เกิดในมงคล (2547, หน้า 11) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการ ซึ่งประกอบไปด้วยแพทย์ที่มีความถูกต้องแม่นยำในการวินิจฉัยโรคและการรักษาโรค ตลอดจนพยาบาลที่มีความรู้ความสามารถในการให้การพยาบาล การมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยในการตรวจรักษา การสื่อสารที่ผู้ให้บริการให้ข้อมูลข่าวสารด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาพยาบาลแก่ผู้รับบริการ

เพ็ญจันทร์ แสนประสาน และคณะ (2548, หน้า 17) กล่าวว่า คุณภาพบริการหมายถึง การทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ต้องตอบสนองต่อความต้องการเบื้องต้นจนครอบคลุมไปถึงความคาดหวัง (expectation) ของผู้ใช้บริการด้วย

พาราสุรามาน (Parasuraman, 1985, p. 335 อ้างถึงใน สุทธิ ปันมา, 2548, หน้า 17)

ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ (service quality) ว่าหมายถึง คุณภาพของการบริการตามการรับรู้ (perceived service quality) ของผู้บริโภคคือ การประเมินหรือลงความเห็นเกี่ยวกับความดีเลิศของการบริการ โดยภาพรวม (global judgment) แต่จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินคุณภาพของการบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภค พบว่า นักวิชาการทางการตลาดจำนวนไม่น้อยมีทัศนะว่า ผู้บริโภคจะประเมินคุณภาพของการบริการในรูปแบบของทัศนคติโดยเปรียบเทียบบริการที่คาดหวัง (expected service) กับบริการตามการรับรู้ว่ามีความสอดคล้องกันเพียงไร การให้บริการที่มีคุณภาพ หมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความหวัง หรือการไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้บริโภค

ชนิษฐา เล็กรุ่งเรือง (2548, หน้า 63-67) ได้กล่าวถึงคุณภาพการบริการ คือภาวะที่เกื้อกูลต่อผู้ใช้บริการ ด้วยการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้ป่วย หรือลูกค้าอย่างเหมาะสม ตามมาตรฐานวิชาชีพและความรู้ที่ทันสมัย ไม่มีปัญหา (zero defect) คือความที่ไม่มีความเสี่ยง ไม่มีภาวะแทรกซ้อนทำในสิ่งที่ถูกต้องอย่างเหมาะสม ตั้งแต่เริ่มแรกลูกค้าพอใจ (response to customer's need & expectation) ความพึงพอใจ ของลูกค้าจะเกิดก็ต่อเมื่อความต้องการที่จำเป็น (need) ของตนได้รับการตอบสนองนั่นคือปัญหาสุขภาพที่นำผู้ป่วยมาหาได้รับการแก้ไขอย่างเหมาะสม ในสภาพแวดล้อมที่น่าพึงพอใจได้มาตรฐาน (professional standard) เป็นการศึกษาปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดขึ้นจากความรู้ที่ทันสมัย เหมาะกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม สถานคุณภาพชีวิต (quality of life) เป็นผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ของระบบบริการผู้รับบริการ

คุณภาพที่ต้องมี (Must ve quality) เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง หากไม่ได้รับการตอบสนองผู้รับบริการจะไม่พอใจอย่างมาก เป็นระดับที่ยอมรับได้ขั้นต่ำ

คุณภาพที่ประทับใจ (Attractive quality) เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการไม่ได้คาดหวัง ไม่มีก็ไม่เป็นไร แต่ถ้ามีจะทำให้เกิดความชื่นชม ประทับใจ แต่เมื่อเวลาผ่านไป สิ่งนี้อาจกลายเป็นความคาดหวังของผู้รับบริการ เป็นคุณภาพที่ต้องมี

กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ

ธุรกิจให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) เช่นเดียวกับสินค้า ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

2. ราคา (Price)

3. การจัดจำหน่าย (Place)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

5. บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

6. ต้องมีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM)

7. มีกระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า (Customer Satisfaction)

จากแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า คุณภาพบริการ คือ ลักษณะที่แสดงถึงผลดีเลิศของการให้บริการที่สมบูรณ์แบบสามารถตอบสนองความต้องการของรับบริการทั้งในระดับบุคคล ครอบครัว และชุมชน โดยมุ่งเน้นให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก

การพัฒนาคุณภาพการบริการ

พัฒวรรณ สุกกล้า (2549, หน้า 19) กล่าวว่า การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเจริญก้าวหน้าหรือเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีกว่า ปัจจุบันการพัฒนาเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งของการเปลี่ยนแปลง เพื่อการวิเคราะห์แหล่งที่มาของปัญหา และการดำเนินแผนงานเพื่อการแก้ปัญหา การพัฒนาเป็นกระบวนการร่วมมือร่วมใจของสมาชิกที่ถูกครอบงวนจากการเปลี่ยนแปลงให้มีส่วน

ร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา และพัฒนาเป็นกระบวนการดำเนินงานใหม่ขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาภายในหน่วยงาน

โฮฟเวอร์ และซิมเมอร์ (Hover&Zimmer, 1987. อ้างถึงใน อรุณลักษณ์ พรหมทัตตานนท์, 2547, หน้า 15) กล่าวว่า แนวคิดในการพัฒนาคุณภาพบริการที่เป็นความคาดหวังว่าต้องเป็นการปรับเปลี่ยนการบริการให้มีคุณภาพสูงสุดและพร้อม ๆ กันนั้นผู้ให้บริการในระดับวิชาชีพจะต้องค้นหาวิธีการปรับปรุงคุณภาพของการบริการที่ตนให้อยู่เสมอ การพัฒนาคุณภาพของการให้บริการในวิชาชีพเปรียบเสมือนความรับผิดชอบในหน้าที่ส่วนหนึ่งของบุคคลในวิชาชีพนั้นที่จะต้องยึดปฏิบัติด้วยตนเองอยู่ตลอดเวลา

นิรันดร์ ปรัชญกุล (2549, หน้า 23) กล่าวว่า การพัฒนาคุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และมีการผสมผสานความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในสังคมที่มีผลให้ปัญหาสุขภาพของประชาชนที่มีความซับซ้อน และรุนแรงขึ้นในการพัฒนาคุณภาพบริการนั้นต้องคำนึงการให้บริการแบบองค์รวมแก่ทุกคน

กริฟฟิซ (Griffith, 1995 อ้างถึงใน จุฑารัตน์ เพ็ญเขตต์วิทย์, 2547, หน้า 15) ได้เสนอแนะแนวทางไว้ว่าการพัฒนาคุณภาพการบริการที่ดีจะต้องมีการบริการองค์กรให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จะต้องมีการศึกษาปัญหาและต้องมีการตรวจสอบประมวลผลปรึกษาหารือแนวทางแก้ไข สร้างแนวทางการปฏิบัติ วิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้รับบริการและปฏิบัติเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการแต่ละกรณี เพื่อให้ได้คุณภาพการบริการอย่างแท้จริง

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นพอสรุปได้ว่า การพัฒนาคุณภาพบริการ หมายถึง กิจกรรมที่ผู้ปฏิบัติมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา แก้ปัญหา กำหนดแนวทางในการปฏิบัติร่วมกันในสถานการณ์จริงเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทำให้ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานหมดไป

คุณภาพการบริการ ลูกค้าคือผู้ตัดสิน

คุณภาพการบริการ หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อการบริการว่าตรงหรือเหนือความคาดหวังมากน้อยเพียงใด ดังนั้นลูกค้าจึงเป็นผู้ตัดสินคุณภาพการบริการ ที่นำเสนอโดยพนักงานของธุรกิจนั้น ๆ (ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี, 2549, หน้า 50-52)

ประเมินผลคุณภาพการบริการ (Customer evaluation of service quality)

ดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่า การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องยากที่ลูกค้าจะประเมิน เพราะการบริการไม่เหมือนการประเมินคุณภาพสินค้าที่สามารถจับต้องได้ สัมผัสได้หรือลองได้ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ หรือที่เรียกว่า “การค้นหาคุณภาพ” ไม่ว่าจะเป็นการลองเสื้อผ้า ก่อนตัดสินใจซื้อ หรือการลองขับรถยนต์ เป็นต้น

ส่วนมากแล้วการตัดสินคุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับ “ประสบการณ์” เช่น รสชาติความพึงพอใจ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สามารถประเมินได้เฉพาะช่วงเวลาที่ได้รับบริการเท่านั้น นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับ “ความเชื่อถือ ศรัทธา” แม้บางครั้งลูกค้าก็ไม่สามารถประเมินคุณภาพได้หลังจากรับบริการ เช่น การผ่าตัด การรับคำปรึกษาทางกฎหมาย เพราะลูกค้ามีความรู้ไม่เพียงพอที่จะประเมินคุณภาพของการบริการในลักษณะนี้ได้

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพ

การนำเสนอบริการที่มีคุณภาพให้ลูกค้าไม่ใช่เรื่องง่ายนัก เพราะความผิดพลาดสามารถเกิดขึ้นได้เสมอ ทั้งจากการกระทำของมนุษย์และเครื่องจักรที่มีมนุษย์เป็นผู้ควบคุม ทำให้ธุรกิจไม่สามารถให้บริการที่มีคุณภาพได้ 100% แต่ผู้ให้บริการก็ต้องพิจารณาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพเพื่อนำไปสู่การหาวิธีปรับปรุง ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการมีด้วยกัน 4 ประการคือ

1. การวิเคราะห์ความต้องการหรือคาดหวังของลูกค้า โดยที่ผู้ให้บริการต้องเข้าใจความต้องการและคาดหวัง เพื่อให้ตรงหรือเกินกว่าความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
2. เจาะจงคุณภาพการบริการ เมื่อบริษัทหรือองค์กรเข้าใจความต้องการของลูกค้าแล้ว ต้องกำหนดเป้าหมายเพื่อสร้างความแน่ใจต่อการนำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพ ซึ่งเป้าหมายเหล่านี้ถูกกำหนดขึ้นจากการปฏิบัติของพนักงานหรือเครื่องจักร
3. การปฏิบัติของพนักงาน หลังจากที่ยังคงได้กำหนดมาตรฐานคุณภาพการบริการ โดยที่ผู้จัดการและพนักงานทุกคนให้คำมั่นสัญญาที่จะปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดไว้แล้ว ก็ต้องหาแนวทางที่จะทำให้พนักงานได้รับการฝึกอบรมอย่างเหมาะสม เพื่อแน่ใจว่ามีประสิทธิภาพในการให้บริการในการให้บริการเป็นอย่างดี
4. จัดการต่อความคาดหวังในการบริการ เนื่องจากความคาดหวังที่เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อประเมินคุณภาพ ดังนั้นองค์กรหรือผู้ใช้บริการต้องกำหนดความคาดหวังที่เป็นจริงในการนำลูกค้าซึ่งสามารถได้โดยผ่านการโฆษณาหรือการสื่อสารภายในองค์กร เช่น ให้คำมั่นสัญญาเกี่ยวกับการบริการที่จะมอบให้ลูกค้า เพื่อไม่ให้เกิดความรู้สึกที่ไม่ดี หากการบริการนั้น ๆ ไม่เป็นตามที่คาดหวัง

องค์ประกอบเพื่อการวัดคุณภาพการบริการ

Parasuraman ได้ทำการวิจัยคุณภาพการให้บริการโดยพัฒนาเทคนิคที่เรียกว่า “SERVOUAL” ซึ่งใช้องค์ประกอบที่สำคัญ 5 ด้านในการวัดความคาดหวังและรับรู้ของลูกค้าเพื่อประเมินคุณภาพการบริการ องค์ประกอบเหล่านี้ได้แก่ (อ้างถึงใน ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี, 2549, หน้า 53-54)

1. รูปลักษณ์ที่สัมผัสได้ (tangibles) หมายถึง สาธารณูปโภคอุปกรณ์เครื่องมือ และการแต่งกายของบุคลากรในองค์กร สามารถประยุกต์ใช้กับธุรกิจบริการแต่ละแห่งได้ดังนี้

ก. ควรมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพ

ข. มีอาคารสถานที่ที่ดี

ค. พนักงานและเจ้าหน้าที่แต่งกายเหมาะสม

2. ความน่าเชื่อถือ (reliability) เป็นความสามารถในการปฏิบัติหรือให้บริการตามที่สัญญาไว้อย่างถูกต้อง สามารถประยุกต์ใช้กับธุรกิจบริการดังนี้

ก. ให้บริการอย่างที่สัญญาไว้หรือไม่

ข. ไม่ควรมีความผิดพลาดเกิดขึ้นในการบริการ

3. ความรับผิดชอบ (responsiveness) คือความตั้งใจที่จะช่วยลูกค้าและให้บริการที่ฉับไว

ก. ควรบริการลูกค้าได้อย่างทันท่วงที

ข. ตั้งใจช่วยเหลือลูกค้า

4. ความแน่นอน (assurance) หมายถึง ความรู้และมารยาทของพนักงาน รวมถึงความสามารถในการสร้างความเชื่อถือและไว้วางใจ

ก. รับมือกับปัญหาลูกค้าได้

ข. เก็บความลับของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ค. มีความสุภาพ อ่อนโยนกับลูกค้าตลอดเวลา เช่น การพูดจา กิริยามารยาท

ง. มีความรู้ที่จะตอบคำถามของลูกค้า

5. ความเอาใจใส่ (empathy) เป็นความเข้าใจ เข้าใจ ให้ความสนใจแก่ลูกค้าเฉพาะราย

ก. ลูกค้าควรได้รับความสนใจเป็นรายบุคคล

ข. ควรมีบุคลากรที่เพียงพอต่อการให้คำปรึกษา

ค. มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในลักษณะที่เป็นห่วงเป็นใย

คอธเบิร์ก (Cothberg อ้างถึงใน จงรัก มงคลธรรม, 2548, หน้า 22) ให้ความเห็นว่า การบริการต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ คือ

1. ด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่ หมายถึง สภาพการทำงานที่เป็นด้านกายภาพ ได้แก่ สภาพแวดล้อม เครื่องมือเครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก ในการปฏิบัติงาน ต่าง ๆ

2. ด้านภาพลักษณ์การให้บริการ หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกของแต่ละบุคคลต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นการผ่านการตีความหมาย การเลือกสรร และการให้ความหมายของตนเอง มีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานของหน่วยงาน มีความจริงใจในการให้บริการ มีการจัดองค์กรที่ดี มีการบริหารงานที่ดี

3. ด้านการให้บริการ หมายถึง การแสดงออกถึงความพยายามที่จะรับฟังและเข้าใจลูกค้าทั้งภายในและภายนอกองค์กร การรับรู้ถึงความต้องการ

จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบเหล่านี้เป็นเรื่องที่ธุรกิจบริการแต่ละแห่งต้องถามตัวเองให้ได้ว่ามี ความพร้อมตามมิติต่าง ๆ แล้วหรือยัง โดยเฉพาะความเข้าใจซึ่งเป็นเรื่องที่องค์ประกอบที่ถูก มองข้าม แต่ท่ามกลางสภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน คงปฏิเสธไม่ได้ว่าความต้องการเพิ่มฐานลูกค้า หรือรักษาลูกค้าเดิมเป็นเรื่องที่ธุรกิจแต่ละแห่งพยายามแสวงหา หากมองตามมิติด้านคุณภาพการ บริการ องค์ประกอบทั้งหมดเป็นสิ่งที่ธุรกิจแต่ละแห่งต้องพัฒนาให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ต่อการ บริการด้วยความเข้าใจ

จริง ๆ แล้วทักษะด้านความเข้าใจ เป็นสิ่งที่พนักงานบริการหลาย ๆ คนมีติดตัวอยู่ ก่อนจำทำหน้าที่ด้วยซ้ำไป ไม่เช่นนั้นคงไม่เลือกเดินเข้ามาบนเส้นทางสายนี้ แต่ทำอย่างไรที่จะเพิ่ม ประสิทธิภาพทักษะให้สูงขึ้น เพราะเมื่อออกไปปฏิบัติงานจริง ต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่แตกต่าง ท่ามกลางความกดดัน เร่งรีบ และจำนวนลูกค้าที่มีมากน้อยแตกต่างกันในแต่ละวัน อาจส่งผลให้ ประสิทธิภาพการบริการด้วยความเข้าใจลดน้อยลง

หลักการให้บริการที่ดีของธนาคาร

เนื่องจากความสำคัญของสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่มีต่อยอดขาย การพัฒนาทางด้านลูกค้าสัมพันธ์จึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการขายในระยะยาว การจะ สร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยเจตนาอันแน่วแน่ สัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ขายสินค้าหรือบริการ และลูกค้าหรือผู้รับบริการนั้น ถือว่าเป็นสิ่งที่มีค่า ดังทอง ทั้งนี้เพราะเป็นสิ่งที่เสาะแสวงหาได้ยาก เมื่อได้มาแล้วก็ยากที่จะรักษาไว้ ดังความสวยของ ดอกไม้ที่ไม่มีความคงทน นอกจากนี้ยังมีผู้กล่าวอีกว่า สัมพันธภาพที่ดีระหว่างลูกค้ากับผู้ขายมีพลัง ดังเครื่องเทอร์โบ ซึ่งยากที่จะสร้างขึ้นได้ (อนุชา อานมวัฒน์, 2547, หน้า 13 – 15) ในการสร้าง สัมพันธภาพที่ดีระหว่างลูกค้าหรือผู้ใช้บริการกับผู้ขายหรือผู้บริการนั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือ จากทุกฝ่าย แต่ผู้ประกอบการหรือพนักงานของบริษัทร้านค้าหรือองค์การทางการขายต่างจะต้อง ได้รับการอบรมและชี้แจงให้ทราบถึงนโยบายและแนวทางในการปฏิบัติ ให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งสถาบัน โฟว์แมนส์ ได้ให้แนวทางการพัฒนาลูกค้าสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ และขณะเดียวกัน ก็จะต้องกระทำตนให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ขายหรือผู้บริการเช่นกัน การที่จะพูด อะไรทำอะไร จะต้องทำด้วยความมั่นใจว่าจะไม่ก่อให้เกิดทัศนคติในทางลบขึ้นกับฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด ที่สำคัญที่สุดพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของผู้ประกอบการจะต้องสร้างทัศนคติที่ดีขึ้นในตัวลูกค้าหรือ

ผู้มารับบริการว่า บริษัทหรือองค์กรที่ถูกนำมาทำธุรกิจนี้เป็นสถานที่ที่ดีที่สุด ให้บริการที่ดีที่สุด และน่าเชื่อถือมากที่สุด

2. พนักงานของบริษัทที่ประกอบธุรกิจต่างๆ จะต้องเป็นผู้มีความภูมิฐานมีบุคลิกภาพที่ดี มีการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อยดูมีสง่าราศีในทางปฏิบัติ หรือในความเป็นจริงพนักงานที่ต้องพบลูกค้า หรือผู้ให้บริการจำเป็นที่จะต้องแต่งตัวให้เรียบร้อยดูสะอาดตามากกว่าพนักงานที่ทำงานในส่วนที่ไม่ต้องติดต่อกับลูกค้า หรือผู้ให้บริการ

3. ในการติดต่อหรือให้บริการลูกค้านั้น เจ้าหน้าที่หรือพนักงานควรจะให้ลูกค้า หรือผู้รับบริการทราบว่าตนเองต้องทำอะไรบ้างจะต้องใช้เวลาอย่างน้อยเท่าใด มีพนักงานคนอื่นหรือไม่ ลูกค้าจะต้องพบหรือติดต่อด้วย ในการติดต่อหรือให้บริการนั้นจะต้องสร้างความรู้สึกลูกค้าว่าเป็นบุคคลที่มีความพร้อม และตั้งใจที่จะช่วยเหลือให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่

4. เมื่อมีลูกค้าหรือผู้รับบริการเข้ามาติดต่อธุรกิจหรือขอรับบริการ พนักงานของผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญและความสนใจแก่ลูกค้าทันที แม้ว่าในขณะนั้นอาจจะกำลังทำงานอื่นอยู่ก็ตาม การให้ความสนใจนั้นยังจะต้องรวมไปถึงความพยายามที่จะให้ความช่วยเหลือหรือบริการทันที

5. อย่าพยายามพูด หรือเน้นในสิ่งที่เป็นจุดเด่นของสินค้าหรือบริการกับลูกค้าประจำ แต่จะต้องพูดถึง หรือกล่าวถึงความสำคัญของตัวลูกค้าประจำที่มีต่อบริษัทหรือธุรกิจที่ประกอบอยู่

6. พยายามให้ความช่วยเหลือ หรือบริการบางสิ่งบางอย่างที่สามารถแก้ไขปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าก็สามารถทำได้ การให้อะไรนอกเหนือจากสินค้า หรือบริการที่ได้รับตามปกติจะต้องเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีระหว่างลูกค้าหรือผู้ให้บริการกับบริษัทที่ประกอบการ

7. ถ้าเกิดความล่าช้าในการส่งสินค้า หรือการให้บริการอันเนื่องมาจากเหตุขัดข้องบางประการที่มีได้คาดหมายนับว่าเป็นความสูญเสียในทางธุรกิจอย่างมาก ซึ่งในสถานการณ์เช่นนั้น ความเสียหายต่าง ๆ ยากที่จะแก้ไขหรือทำให้ลดน้อยลง แต่หนทางเดียวที่จะป้องกันความรู้สึกที่ไม่ดีของลูกค้า หรือผู้ให้บริการที่มีต่อบริษัทก็คือการขอภัยและรับผิดชอบลูกค้า และอธิบายให้ทราบถึงสาเหตุให้ลูกค้าทราบแต่ต้องไม่ลืมนำทางบริษัท หรือผู้ประกอบการจำเป็นอย่างยั้งที่จะต้องป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์เช่นนี้อีกในอนาคต

8. ในยามที่ลูกค้า หรือผู้ให้บริการมีความข้องใจหรือมีข้อสงสัยในเรื่องใด พนักงาน หรือผู้ให้บริการจะต้องให้ความสนใจ และตอบคำถามโดยไม่มีการรีรอ หรือล่าช้า

9. ตอบหรืออธิบาย หรือแก้ไขข้อร้องเรียนของลูกค้าอย่างทันทีทันใด เช่นเดียวกับการไม่รีรอในการตอบซักถามข้อข้องใจ การไม่รีบแก้ไขข้อร้องเรียนเป็นการสูญเสียทางธุรกิจอันเนื่องมาจากการสูญเสียความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

10. ในยามที่ไม่สามารถให้สินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการได้ อันเนื่องมาจากเหตุต่าง ๆ เช่น สินค้าหมด พนักงานของบริษัทผู้ประกอบการจะต้องให้ความช่วยเหลือลูกค้าให้ได้รับสินค้า หรือบริการจากที่อื่น ลูกค้าที่ได้รับความช่วยเหลือนี้อาจกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อไปในอนาคต การไม่ให้ความช่วยเหลือจึงเป็นการสูญเสียลูกค้า ไปจำนวนหนึ่ง

กรอบแนวคิดทฤษฎีที่กล่าวมานี้ เป็นกรอบแนวคิดที่มองความสัมพันธ์ที่ระหว่างลูกค้าหรือผู้ใช้บริการกับผู้ขายหรือผู้ให้บริการว่าเป็นตัวกำหนดความพึงพอใจในบริการ ที่ได้รับซึ่งแนวความคิดที่กล่าวมานี้เป็นแนวความคิดที่พัฒนามาตั้งแต่ทศวรรษ 1960 และประมาณ 35 ปีที่ผ่านมา แนวความคิดนี้ได้รับการพัฒนาไปบ้างจากกฎเกณฑ์ในการสร้างความพึงพอใจโดยผ่านความสัมพันธ์ที่ระหว่างฝ่ายผู้รับบริการกับฝ่ายผู้ให้บริการที่มีเพียง 10 ข้อ ได้พัฒนาเพิ่มเป็น 13 ข้อ ดังนี้ (อ้างถึงใน อดุลย์ ทรัพย์เสาวณีย์, 2547, หน้า 15-20)

1. รักษาความสัตย์สุจริตที่ไว้ให้กับลูกค้าหรือผู้รับบริการในการประกอบธุรกิจใด ๆ ก็ตาม มักจะต้องมีการนัดหมายในการให้บริการต่าง ๆ เช่น บริการซ่อมหลังการขาย หรือบางครั้งถ้าสินค้าเป็นเรื่องของการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ ถ้าผู้รับบริการมีปัญหาใดก็ตาม องค์กรหรือผู้ประกอบการจะต้องให้ความสนใจในการให้บริการ เมื่อมีการนัดหมายจะให้บริการเมื่อใดก็ตามหรืออย่างไรก็ตาม องค์กรนั้นจะต้องทำตามการนัดหมาย หรือข้อตกลงนั้นโดยไม่บิดพลิ้ว และควรให้บริการอย่างรวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างมีมิตรภาพด้วยสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส มีความนอบน้อมโดยไม่มีการบ่นถึงความเหนื่อยยากหรือสิ้นเปลืองต่าง ๆ การกระทำเช่นนี้ถือว่าเป็นกฎสำคัญข้อแรกของผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นกฎเกณฑ์ให้บริการแก่ลูกค้า

2. ตอบรับโทรศัพท์ที่โทรเข้ามาอย่างรวดเร็วภายในไม่เกิน 5 วินาที การตอบรับโทรศัพท์ช้าถือว่าเป็นการทำลายภาพพจน์และความน่าเชื่อถือของบริษัท ได้มีการวิจัยพบว่าเวลา 5 วินาที เป็นการทำที่ผู้โทรศัพท์จะมีความรู้สึกสามารถอดทนการรอคอยได้ดีที่สุดการปล่อยให้ลูกค้าที่ใช้บริการทางโทรศัพท์รอคอยเกิน 5 วินาที อาจมีผลทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อบริษัท และบริการนั้น ๆ หรือลูกค้าอาจจะเปลี่ยนใจไปใช้บริการที่อื่น

แนวความคิดในข้อนี้เป็นแนวคิดของการประกอบธุรกิจสมัยใหม่ที่ต้องใช้โทรศัพท์เป็นการสื่อสาร ซึ่งต่างจากแนวคิดสมัยก่อน ซึ่งเมื่อการใช้โทรศัพท์ในธุรกิจน้อย หรือ ไม่มีเลย

3. ตอบรับในเรื่องได้รับเอกสารหรือหลักฐานต่าง ๆ ภายใน 2 วัน เอกสารบางอย่างที่ส่งมายังบริษัทอาจจะไม่จำเป็นต้องตอบ แต่ว่าเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการขอใช้บริการหรือสอบถามบริการ หรือข้อเสนอต่าง ๆ ที่มีต่อองค์กร ควรจะได้รับการตอบรับทันที การตอบจะตอบในรูปจดหมาย โทรศัพท์หรือบุคคลก็ได้ แต่ทั้งหมดนี้ควรจะได้แล้วเสร็จภายใน 2 วัน อาจจะมีเอกสารบางอย่างที่ไม่สามารถตอบได้ภายใน 2 วัน แต่ผู้ขาย หรือผู้ให้บริการจะต้องมีการตั้งเป้าหมายที่แน่ชัดว่าจะทำให้เสร็จเมื่อใด ในการตอบเอกสารต่าง ๆ เหล่านี้ เจ้าของหรือบุคคลที่อ้างถึงในจดหมายหรือเอกสารนั้น ควรจะเป็นผู้ตอบหรือมีลายเซ็นแสดงว่าได้ตอบ ไม่ใช่ให้ผู้อื่นตอบแทน

4. ไม่ควรให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรอคอยนานเกิน 5 นาที การให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรอคอยเป็นเวลานาน ก่อนที่จะมีผู้ให้บริการ เป็นการสร้างความรู้สึกที่ไม่ดีต่อลูกค้า หรือผู้รับบริการ หลักความจริงข้อหนึ่งที่เราควรยึดถือ คือ “เวลาเป็นเงินเป็นทอง” ดังนั้นการปล่อยให้ลูกค้ารอคอยเป็นเวลานาน ๆ เป็นการสูญเสียทางเศรษฐกิจของลูกค้า ลูกค้าก็จะมีความรู้สึกว่าบริการที่ตนได้รับนั้นมันราคาแพงทั้ง ๆ ที่มองไม่เห็นตัวเงินที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นการที่ผู้ขายหรือผู้ให้บริการสามารถให้บริการโดยรวดเร็วจึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการ การจัดระบบนัดหมายให้ดีมีประสิทธิภาพจะเป็นมาตรการหนึ่งในการลดเวลาการรอคอยแต่ต้องระมัดระวังไม่ให้ลูกค้าต้องมารอคอย และมีการผิดเวลานัดหมายเป็นอันขาด

5. พนักงานทุกคนจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้าการติดต่อหรือทำธุรกิจทุกครั้งพนักงานจะต้องทำแบบให้เกียรติแก่ลูกค้าแสดงกริยามารยาทเรียบร้อยอ่อนน้อมถ่อมตน มีความเป็นมิตรกับลูกค้า และต้องแสดงความสนใจในตัวลูกค้า มีผู้วิจัยพบว่าลูกค้าอยู่ประมาณ 1 เปอร์เซ็นต์ที่แสดงกริยามารยาทไม่เรียบร้อย หรือก้าวร้าวต่อพนักงานหรือผู้ให้บริการ ซึ่งจำนวนนี้จะถือว่า เล็กน้อยเมื่อเทียบกับลูกค้าอีก 99 เปอร์เซ็นต์ ที่สุภาพเรียบร้อย นอบน้อม แต่ในกฎหรือแนวทางของการสร้างลูกค้าสัมพันธ์ที่ดีนั้น ลูกค้าจำนวน 1 เปอร์เซ็นต์นี้ ก็ควรจะได้รับการอย่างสุภาพและไม่ต้องแสดงอาการก้าวร้าวตอบ การมีทัศนคติที่ดีของพนักงานผู้ขาย หรือเจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการนั้นจะสามารถเห็นได้จากรอยยิ้มบนใบหน้า คำพูดที่อ่อนหวานหรือราบรื่น ความสนใจที่ให้แก่ลูกค้าที่อาจผ่านสายตาที่มองดูลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ และคำพูดขอบคุณที่ให้แก่ลูกค้า สิ่งเหล่านี้เป็นเพียงสิ่งเล็กน้อยที่ผู้ให้บริการจะสามารถให้แก่ลูกค้า หรือผู้มารับบริการได้ แต่เมื่อให้ไปแล้วพบว่ามันมีผลอย่างยิ่งมากในการดึงดูดตัวลูกค้าให้กลับมาใช้บริการอีก

6. เมื่อมีสิ่งบกพร่องเกิดขึ้นรีบไปหาลูกค้าหรือผู้ให้บริการก่อนที่ผู้ซื้อสินค้า หรือผู้ให้บริการจะมาหา ความผิดพลาดหรือบกพร่องบางประการเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้เสมอ เช่น บริษัทได้ให้สัญญาแก่ลูกค้าว่าจะส่งมอบของให้ภายในเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือสัญญาว่าจะซ่อมสินค้าที่ซื้อไปให้เสร็จภายในเวลาที่นัดหมาย แต่ไม่สามารถทำได้เนื่องจากเหตุสุดวิสัย เช่น พนักงานซ่อมหรือ

พนักงานส่งของไม่มาทำงาน อันเนื่องมาจากอุบัติเหตุ หรือเหตุสุดวิสัยต่าง ๆ ในสถานการณ์เช่นนี้ จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ขายหรือผู้ให้บริการจะต้องรับผิดชอบและแจ้งให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการทราบก่อนที่เขาจะมาพบหรือทราบว่าท่านไม่สามารถทำตามที่เขาคาดหวังไว้ การกระทำเช่นนี้จะทำให้สถานการณ์ต่าง ๆ ไม่เลวลง และผู้ขายและผู้ให้บริการสามารถลดความรู้สึกที่ไม่ดีของลูกค้า หรือผู้รับบริการได้ในปัจจุบันนี้ระบบการสื่อสารได้พัฒนาไปมาก การติดต่อกับลูกค้าหรือผู้รับบริการจึงเป็นสิ่งที่กระทำได้ง่ายงานโดยโทรศัพท์ หรือไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) หรือแม้กระทั่งโดยทางรถยนต์ จึงไม่มีเหตุผลอะไรที่จะไม่แจ้งให้ลูกค้า หรือผู้รับบริการทราบล่วงหน้า

7. การติดต่อสื่อสารหรือเจรจาธุรกิจต่าง ๆ ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายบริการจะต้องดำเนินการอยู่บนรากฐานของความซื่อสัตย์ต่อกันและกันอย่างเปิดเผย ตัวอย่างในเรื่องนี้ได้แก่การที่จะให้ลูกค้าทราบว่ามิบริการซ่อม หรือรับประกันอะไรบ้าง หลังจากการขายและจะต้องบอกด้วยว่าบริการนั้นมีข้อบกพร่องอะไรบ้าง มิใช่มุ่งพูดแต่ด้านดีเพียงเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือเลือกใช้บริการ

8. ระบบการทำงานจะต้องมีความน่าเชื่อมั่นในที่นี้หมายถึงว่า ระบบการให้บริการ ต่าง ๆ จะต้องอยู่ในสภาพดี ทำงานได้ตลอดเวลา เช่น เครื่องรับโทรศัพท์ในห้องพักของโรงแรม หรือเครื่องทำน้ำอุ่น หรือลิฟท์ของโรงแรม จะต้องทำงานได้ตลอดเวลา จะต้องมีการตรวจสอบตลอดเวลา ถ้าเสียหรือไม่สามารถทำงานได้จะต้องรีบจัดการแก้ไขในการให้บริการทางด้านธนาคารก็อาจหมายถึงว่า ระบบการส่งใบแจ้งยอดเงินไม่ว่าจะเป็นเงินฝากหรือเงินกู้จะต้องถึงมือผู้รับอย่างรวดเร็ว ไม่ช้า หรือเจ้าหน้าที่ผู้ผิดพลาด หรือแจ้งยอดผิดพลาด เป็นต้น ถ้าภาวะการณ์ ทางด้านลบเหล่านี้เกิดขึ้น อันเนื่องมาจากความไม่น่าเชื่อถือของระบบ ก็ย่อมจะมีภาพพจน์ที่ไม่ดีต่อองค์กรหรือผู้ประกอบการและที่สำคัญย่อมสร้างความไม่น่าพึงพอใจให้แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ

9. การแก้ไขปัญหา หรือข้อผิดพลาดทุกด้านอย่างรวดเร็ว ข้อนี้หมายถึงว่าไม่ควรให้ความผิดพลาดในเรื่องเดียวกันเกิดขึ้นเป็นครั้งที่สอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับลูกค้าคนเดียวกันหรือผู้รับบริการรายเดียวกัน ตัวอย่างเช่น ลูกค้าแจ้งว่ายอดเงินฝากผิดพลาด หรือสะกดชื่อหรือนามสกุลผิดพลาด ธนาคารก็ยังไม่ได้แก้ไขปัญหาที่นั่นทันที ยังคงสะกดชื่อ หรือนามสกุลลูกค้าผิดพลาดเหมือนเช่นเดิม

10. พนักงานทุกคนในที่ทำงานจะต้องเป็นผู้รู้ คือรู้ข้อมูลที่จำเป็นและสำคัญเกี่ยวกับงาน สินค้า และอื่น ๆ ฟรีแมนเทิล (FREEMANTLE) กล่าวว่าการพนักงานทุกคนจะต้องรู้เรื่องดังต่อไปนี้

10.1 รู้เรื่องเกี่ยวกับสินค้าที่ตนขาย (know the product)

10.2 รู้เกี่ยวกับบริการที่ให้ (know the service)

- 10.3 รู้ข้อมูลหรือรู้จักองค์กรที่ตนทำงานอยู่ (know the organization)
- 10.4 รู้ว่าจะต้องทำงานอะไรบ้างให้สำเร็จลุล่วง (know how to get things done)
- 10.5 รู้จักวิธีแก้ไขปัญหา (know how to get problems resolved)
- 10.6 รู้จักชื่อของลูกค้าประจำ (know regular customers by their name)

พนักงานที่ต้องติดต่อทำงาน หรือให้บริการลูกค้าจะต้องเป็นผู้ที่สามารถตัดสินใจ หรือตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าโดยไม่ต้องเกรงกลัวฝ่ายบริหารจะตำหนิพนักงานที่ทำงาน ในลักษณะนี้จะต้องไม่ผลัดความรับผิดชอบไปให้ผู้อื่น หรือกล่าวว่าคุณเองไม่มีอำนาจในการวินิจฉัยตัดสินใจเรื่องนี้ขอให้ไปถามผู้อื่นหรือผู้บริหาร นอกจากนี้ผู้ให้บริการที่ติดต่อกับลูกค้าจะต้องมีการเอาใจใส่ลูกค้าที่ติดต่อกับตนได้รับการบริการ หรือตอบคำถามเป็นที่พอใจหรือยัง แม้ว่าบางครั้งตนจะไม่ใช่ผู้บริการหรือผู้ตอบโดยตรงก็ตาม ตัวอย่างเช่น พนักงานประชาสัมพันธ์ที่ ลูกค้ามาติดต่อกับฝ่ายอื่นเชื่อพนักงานประชาสัมพันธ์จะต้องสามารถพาไป หรือชี้ทางหรือ แนะนำให้ไปหาบุคคลที่ลูกค้าต้องไปติดต่อกับ และจะต้องมีการติดตาม หรือซักถามลูกค้าว่า ได้รับบริการที่ตนต้องการติดต่อแล้วหรือยัง ลักษณะเช่นนี้จะทำให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกว่าคุณพนักงานทุกคนมีความพยายามที่จะสนองตอบความต้องการของตนเอง

11. ในสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ หรือบริการพิเศษเล็ก ๆ น้อย ๆ ซึ่งหลักข้อนี้พบว่าในปัจจุบันมีผู้พบเห็นความสำคัญและมีการนำไปใช้กันมากเพื่อมุ่งสร้างทั้งความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้า ตัวอย่างเช่น การแจกหรือแถมเมื่อซื้อสินค้าภายในวงเงินหนึ่ง บางครั้งก็มีการให้ส่วนลดเป็นรูปของ เพื่อไปซื้อหรือและซื้อสินค้าอื่น ๆ ดังที่เราเห็นกันตามศูนย์การค้าต่าง ๆ ในประเทศและหลาย ๆ ประเทศ คำอธิบายหรือเหตุที่อยู่เบื้องหลัง หลักปฏิบัติข้อนี้คือมนุษย์ทุกคนจะมีความพึงพอใจถ้าหากรู้ว่าตนเองได้รับสิทธิพิเศษเหนือคนอื่น หรือได้รับความสนใจเป็นพิเศษการให้จะให้เล็ก ๆ น้อย ๆ นอกเหนือจากที่ได้ตามปกติ ทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรู้สึกว่าตนเองเป็นบุคคลพิเศษกว่าคนอื่น ๆ

12. อย่านองข้ามความสำคัญของรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ การมองข้ามสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ แม้ว่าส่วนสำคัญใหญ่ ๆ จะสมบูรณ์ก็อาจทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความรู้สึกแปลกแยกหรือขาดความรู้สึกที่ดีต่อผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการได้เช่นกับตัวอย่างของการผิดพลาดเล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น การสะกดชื่อลูกค้าผิดพลาด การทำสมุดบัญชี หรือแฟ้มของลูกค้าหายไป หรือการขายสินค้าที่มีคุณภาพดี แต่ไม่ได้ตรวจตราความเรียบร้อยว่าสินค้ามีตำหนิ ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าตนเองได้รับสินค้าไม่สมบูรณ์

13. พยายามจัดสำนักงานและทุกอย่างในสำนักงานให้มีความสง่า การแต่งการของพนักงานก็อาจจะต้องให้ดูเรียบร้อยสวยงาม มีสง่า มีใช้แต่งตัวเหมือนกับประกวดแฟชั่นหรือสวบบาคารา หรือนักแสดง กล่าวคือต้องมีความเหมาะสม หลักการข้อนี้เป็นเรื่องทางจิตวิทยาพื้นฐานที่ว่าผู้ใดก็ตามถ้ามองเห็นว่าสำนักงานนั้นไม่สวยงามก็จะตีความหรือมีความรู้สึกนึกคิดเอาว่าบริการที่ให้นั้นคงจะมีคุณภาพไม่ดี ในทำนองเดียวกันถ้าเห็นพนักงานแต่งกายไม่สง่าก็จะนึกคิดไปเองว่าพนักงานผู้นั้น ไม่มีความสามารถในการให้บริการที่ดี หรือมีคุณสมบัติด้อย อันเนื่องมาจากภูมิหลังที่ด้อยเป็นต้น

ประวัติความเป็นมาของธนาคารออมสิน

“แบงก์ลีฟอเทีย” ต้นแบบการออม พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงเห็นคุณประโยชน์ของการออมทรัพย์ เพื่อให้ประชาชนรู้จักการประหยัด การเก็บออม มีสถานที่เก็บรักษาทรัพย์สินเงินทองของประชาชน ให้ปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย จึงทรงริเริ่มจัดตั้งคลังออมสินทดลองขึ้น โดยทรงพระราชทานนามแบงก์ว่า “ลีฟอเทีย” ในปี พ.ศ. 2450 เพื่อทรงใช้ศึกษาและสำรวจนิสัยคนไทยในการออมเบื้องต้น พระองค์ทรงเข้าใจในราษฎรของพระองค์และทรงทราบดีว่าควรใช้กุศโลบายใดอันจะจูงใจคนไทยให้มองเห็นความสำคัญของการออม

กำเนิดธนาคารออมสิน

ยุคที่ 1 คลังออมสิน สังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติ กระทรวงพระคลังมหาสมบัติ

พ.ศ. 2456 – 2471

เพื่อให้คลังออมสินได้เป็นประโยชน์เกื้อกูลแผ่ไปถึงราษฎรโดยทั่วกัน พระองค์จึงได้ทรงพระกรุณาให้ดำเนินการจัดตั้ง “คลังออมสิน” ขึ้น ในสังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติ กระทรวงพระคลังมหาสมบัติ และพระราชทานพระบรมราชานุญาตประกาศใช้ “พระราชบัญญัติคลังออมสิน พ.ศ. 2456” ประกาศใช้ในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2456

เติบโตอย่างรวดเร็ว

ยุคที่ 2 กองคลังออมสิน สังกัดกรมไปรษณีย์โทรเลข กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม

พ.ศ. 2472 – 2489

ต่อมาในปี พ.ศ. 2472 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 ทรงมีพระราชดำริเห็นควรโอนกิจการคลังออมสินให้ไปอยู่ในความรับผิดชอบของกรมไปรษณีย์โทรเลข กิจการได้เริ่มแพร่หลายและเป็นที่นิยมของประชาชนอย่างกว้างขวาง ซึ่งนับได้ว่ากิจการคลังออมสินในช่วงระยะนี้เติบโตขึ้นมาก จึงเรียกได้ว่าเป็น “ยุคแห่งความก้าวหน้าของการคลังออมสินแห่งประเทศไทย

รากฐานความมั่นคง

ยุคที่ 3 ธนาคารออมสิน สังกัดกระทรวงการคลัง พ.ศ. 2490 – ปัจจุบัน

ต่อมาภายหลังเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลง รัฐบาลได้เห็นถึงคุณประโยชน์ของการออมทรัพย์และความสำคัญของคลังออมสินที่มีต่อการพัฒนาประเทศ จึงได้ยกฐานะของคลังออมสินขึ้นเป็นองค์การของรัฐ มีฐานะเป็นนิติบุคคล ดำเนินธุรกิจภายใต้ “พระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พ.ศ. 2489” มีการบริหารงานโดยอิสระ ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการ ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากรัฐมนตรีว่าการ กระทรวงการคลัง เริ่มดำเนินธุรกิจในรูปธนาคารออมสินตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2490 และคำว่า “คลังออมสิน” ก็ได้เปลี่ยนเป็นคำว่า “ธนาคารออมสิน” นับแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

โฉมใหม่สู่ความทันสมัยครบวงจร

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธนาคารออมสินได้เปลี่ยนแปลงปรับปรุงพัฒนาระบบการดำเนินงานและการบริการ ในทุกด้านอย่างเป็นพลวัตร ธนาคารจึงได้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์เพื่อรักษาฐานลูกค้ามากกว่า 26 ล้านบัญชี โดยระดมทรัพยากรในทุกด้านเตรียมการเพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์และรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยและครบวงจรยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการให้บริการที่สอดคล้องต่อความต้องการและครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ และทุกช่วงวัย

ปัจจุบันธนาคารออมสิน สาขาโยธยา มีฐานะเป็นนิติบุคคล เป็นรัฐวิสาหกิจ ในรูปของสถาบันการเงินที่มีรัฐบาลเป็นประกัน อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง เปิดดำเนินการ ณ วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2498 ลำดับสาขาที่ 92

ที่ตั้ง 208 ถนนแจ้งสนิท ตำบลในเมือง อำเภอเมืองโยธยา จังหวัดโยธยา 35000

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรพรรณ เกิดในมงคล (2547, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน): ศึกษากรณีฝ่ายการค้าต่างประเทศ 2 ศูนย์การค้าต่างประเทศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ฝ่ายการค้าต่างประเทศ 2 ศูนย์การค้าต่างประเทศ แห่มลบัง ในช่วงระหว่างวันที่ 15 สิงหาคม- 15 กันยายน 2540 จำนวน 100 รายผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านพนักงานมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการบริการ และด้านสถานที่ตามลำดับ

พลหัส สิงหรงกิจ (2547, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สังกัดเขตส่วนภูมิภาค 24 พบว่า 1. กลุ่มตัวอย่างลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 ถึง 30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท สถานภาพทางครอบครัวสมรสแล้ว จบการศึกษาปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท เข้ารับการบริการเฉลี่ย 1 ถึง 2 ครั้งต่อสัปดาห์ และส่วนมากจะเข้ารับบริการจากธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ระดับสาขาขนาดใหญ่ 2. ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สังกัดเขตส่วนภูมิภาค 24 โดยภาพรวม และเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก 3. ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุ และระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการมีแตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจากธนาคารที่ขนาดต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แสงชัย โชติพงษ์สิริสกุล (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม ซอย 114 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝากมีความพึงพอใจในด้านภาพรวมของการใช้บริการด้านเงินฝากในระดับมาก เนื่องจาก

1. ด้านพนักงาน ลูกค้าที่ใช้บริการได้สัมผัสบุคลิกภาพ ความมีอัธยาศัย ความรู้ความสามารถของพนักงาน โดยตรง ความพึงพอใจ ในด้านนี้จึงเกิดจากการที่ลูกค้าได้สัมผัสเอง
2. ด้านบริการ ลูกค้าที่ใช้บริการได้รับความช่วยเหลือ ในเรื่องการใช้บริการ คำแนะนำเกี่ยวกับการรับบริการ ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการด้านเงินฝาก ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจที่พนักงานให้บริการอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว
3. ด้านสถานที่ ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน เพราะต้องการความสะดวก รวดเร็วและประหยัดเวลาในการติดต่อ ขณะเดียวกันสถานที่บริการภายใน กว้างขวางและจัดระบบการบริการอย่างระเบียบสวยงาม
4. ด้านความเชื่อมั่น ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารเป็นประจำจะมีความคุ้นเคยกับผู้บริหารหรือพนักงานสาขา จึงมีความรู้สึกว่าการธนาคารมีความมั่นคงเชื่อถือได้ เพราะภาพลักษณ์ของธนาคารไม่เคยออกมาในทางเลวร้าย มีแต่สร้างสรรค์สิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเสมอ

อนุชา อานามวัฒน์ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง การประเมินคุณภาพการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาจันทบุรี ตามทัศนนะของผู้ใช้บริการ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาจันทบุรี และเปรียบเทียบคุณภาพให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์สาขาจันทบุรี ของผู้ใช้บริการจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลด้าน

การเข้ารับบริการ โดยทำการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของผู้มารับบริการที่ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาจันทบุรี ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยที่ทั้งหมด 295 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมการคำนวณค่าสถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาจันทบุรีเห็นว่า คุณภาพการให้บริการด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของธนาคารอยู่ในระดับดี เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้และ เมื่อพิจารณาในแต่ละเรื่อง พบว่า “การให้บริการของเจ้าหน้าที่เป็นกันเอง พุดจาสุภาพ มารยาทดี” ธนาคารมีความชัดเจนในขั้นตอนการให้บริการ และการให้บริการมีความถูกต้องเสมอและการให้บริการรวดเร็วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนดและ คุณภาพการให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของธนาคารอยู่ในระดับที่ดี

อดุลย์ ทรัพย์รักษาเสาวณีย์ (2547, บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจและสภาพปัญหาของลูกค้าต่อการให้บริการของ บมจ. ธนาคารกสิกรไทย เขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก สภาพแวดล้อมภายใน การจัดเตรียมความพร้อมและอุปกรณ์อำนวยความสะดวก การให้บริการของพนักงาน และด้านภาพลักษณ์ภาพพจน์ของพนักงานและธนาคาร ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการศึกษาโดยการสัมภาษณ์ลูกค้าที่มาใช้บริการของ บมจ. ธนาคารกสิกรไทย เขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

ผลของการศึกษาพบว่า ลูกค้าของธนาคารส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการหลังรื้อปรับระบบในภาพรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1. ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในทำเล ที่ตั้ง มีความเหมาะสมและสะดวก ความสะอาดเรียบร้อย ความชัดเจนของป้ายชื่อและสัญลักษณ์ ส่วนที่พบว่าไม่ค่อยพึงพอใจ คือ ความสะดวกของสถานที่จอดรถ

2. ด้านสภาพแวดล้อมภายใน จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในรูปแบบการตกแต่งภายในทันสมัย ความสะอาดเรียบร้อย ความชัดเจนของป้ายชี้บอกจุดให้บริการ ส่วนที่พบว่าไม่ค่อยพึงพอใจ คือ การรักษาความปลอดภัย สถานที่ที่จัดให้ลูกค้าขณะรอรับบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการด้านต่างๆ

3. ด้านการจัดเตรียมความพร้อมและอุปกรณ์อำนวยความสะดวก จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในความสะอาดและง่ายในการใช้แบบฟอร์มมีอย่างพอเพียง ส่วนที่พบว่าไม่ค่อยพึงพอใจ คือ การบริการเครื่องถอนเงินอัตโนมัติ

4. ด้านการให้บริการของพนักงาน จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในภาพสุภาพ อ่อนโยนของพนักงาน ความรวดเร็วในการให้บริการ ความกระตือรือร้นของพนักงาน และ

ความถูกต้องไม่ผิดพลาดในการให้บริการ ส่วนที่พบว่าไม่ค่อยพึงพอใจ คือ การให้บริการอย่างไม่เท่าเทียมกัน และการจัดบริการให้เพียงพอ

5. ด้านภาพลักษณ์ ภาพพจน์ของพนักงานและธนาคาร จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจ คือ การรื้อปรับระบบ ความน่าเชื่อถือ การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ความซื่อสัตย์ และการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าไว้เป็นความลับ

นุศรินทร์ แสงนวล (2548) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัญหาในการดำเนินโครงการพัฒนาคุณภาพการบริการของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย: ศึกษากรณี สาขาในสำนักงานเขตระยอง จากการศึกษาพบว่าพนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาในสำนักงานเขตระยอง ส่วนใหญ่ประสบปัญหาในการดำเนินโครงการพัฒนาคุณภาพบริการในระดับปานกลาง โดยปัญหาในการดำเนินงานการพัฒนาคุณภาพบริการที่ประสบมากเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาด้านคุณภาพงานสำหรับปัญหาในการดำเนินงานการพัฒนาคุณภาพบริการด้านบุคลากรนั้นในภาพรวมพนักงาน ส่วนใหญ่ประสบปัญหาในระดับปานกลาง ซึ่งในเรื่องกิจกรรมการพัฒนาคุณภาพถือเป็นการเพิ่มงาน เป็นประเด็นปัญหาการพัฒนาคุณภาพบริการด้านบุคลากรที่พนักงานประสบมากเป็นลำดับแรก ในภาพรวมของปัญหาในการดำเนินงานพัฒนาคุณภาพบริการด้านคุณภาพงาน พบว่ามีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง โดยในเรื่องของความจำเป็นต้องรอบรู้ในงานด้านต่าง ๆ เช่นผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ค่าธรรมเนียมอัตราดอกเบี้ย เป็นประเด็นปัญหาการการพัฒนาคุณภาพบริการด้านคุณภาพงานที่พนักงานประสบปัญหาเป็นลำดับแรก ในภาพรวมของปัญหาในการดำเนินงานในการจัดทำทะเบียนดัชนีเพื่อควบคุมและสะดวกในการค้นเอกสาร สามารถค้นพบได้ภายใน 1 นาที เป็นประเด็นปัญหาการพัฒนาคุณภาพบริการด้านอาคารสถานที่ที่พนักงานประสบปัญหาเป็นลำดับแรก

พิเชษฐ เศษอุดมศิริ (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านเงินสดของ บมจ. ธนาคารกสิกรไทย หลังการรื้อปรับระบบ ศึกษากรณี: สาขาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินสด งานรับฝาก-ถอนเงินสด ระหว่างวันที่ 21-25 กันยายน 2541 จำนวน 300 คน ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านภาพพจน์ของพนักงานและธนาคารสูงสุด รองลงมาคือด้านสภาพแวดล้อมภายใน ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านการจัดเตรียมแบบฟอร์มและอุปกรณ์ และด้านสภาพแวดล้อมภายนอกตามลำดับ และพบว่าลูกค้าที่มีการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกัน แต่ลูกค้าที่มีอายุ อาชีพ และระยะเวลาในการเป็นลูกค้าต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน

สุทธิ ปันมา (2548, บทคัดย่อ) เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ โดยศึกษาจากลูกค้าที่มาใช้บริการในช่วงเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ.2535 ความพึงพอใจของลูกค้าประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านพึงพอใจต่อพนักงาน และการต้อนรับด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะอาดที่ได้รับ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการของธนาคาร ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจโดยภาพรวม ในแต่ละด้านพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนลูกค้าที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารแตกต่างกัน

สันติ วิริยะรังสฤษฎ์ และเสริมศักดิ์ สุกรวรรณ (2548, หน้า 188-192) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. เหตุผลที่เลือกใช้บริการจากธนาคารบ่อยที่สุด เนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้บ้านสะดวกในการติดต่อ เหตุผลรองลงมา คือ การจ่ายเงินเดือนฝากธนาคาร พนักงานธนาคารให้บริการดีธนาคารมีหลายสาขาสะดวกต่อการให้บริการ และมีเครื่องบริการเงินเดือน A.T.M

2. การใช้บริการส่วนใหญ่ ผู้ใช้บริการนิยมใช้บริการทางด้านเงินฝาก รองลงมา คือ ด้านสินเชื่อ และด้านต่างประเทศ

3. ธนาคารที่ผู้ใช้บริการชอบมากที่สุด 5 อันดับ คือ 1. ธนาคารกรุงเทพ 2. ธนาคารกสิกรไทย 3. ธนาคารไทยพาณิชย์ 4.ธนาคารออมสินและธนาคารทหารไทย 5. ธนาคารทหารไทย

สำหรับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อธนาคารกสิกรไทยพบว่า สาเหตุที่ผู้ที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย เนื่องจาก ความสะดวก รวดเร็ว มารยาทของพนักงาน การประชาสัมพันธ์ ภาพพจน์ ทำเลที่ตั้ง สถานที่จอดรถ และจุดบริการ A.T.M. นอกจากนี้ยังพบว่า การให้บริการของธนาคารยังมีสาเหตุอีกหลายประการ ที่ทำให้ลูกค้าไม่เกิดความประทับใจ หรือไม่เกิดความพึงพอใจในบริการของธนาคาร

อนุรักษ์ มหาวีรวัฒน์ (2548, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าและของพนักงานธนาคารกสิกรไทย ในเขต 33 โดยทำการศึกษาข้อมูลจากลูกค้าของธนาคาร จำนวน 384 คน และพนักงานของธนาคาร ในเขต 33 จำนวน 144 คน ผลการวิจัยมีดังนี้

1. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร โดยภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในระดับดีมาก และเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามอาชีพของลูกค้า ไม่พบความแตกต่างในความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มอาชีพต่าง ๆ

2. ระดับความพึงพอใจพนักงานธนาคาร และเปรียบเทียบความพึงพอใจ จำแนกตามกลุ่มตำแหน่ง พบว่า พนักงานธนาคารกสิกรไทย ในเขต 33 มีความพึงพอใจการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มผู้ปฏิบัติการจะมีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มผู้บริหาร

นิคม สะอาดเอี่ยม (2549) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาซีคอนแควร์ กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจ มีความพึงพอใจโดยภาพรวมของบริการทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับความพอใจและเมื่อพิจารณาองค์ประกอบความพึงพอใจแต่ละด้านพบว่าอยู่ระดับพอใจ เช่นกัน คือด้านสถานที่ ได้แก่ สถานที่ตั้งของธนาคารด้านบริการฝากถอน โอนและชำระเงิน ได้แก่ เครื่องเอทีเอ็ม ที่ธนาคารนำมาให้บริการและด้านสินเชื่อ ได้แก่ การเรียกดูเอกสารประกอบการพิจารณาสินเชื่อ ได้แก่ การเรียกดูเอกสารประกอบการพิจารณาสินเชื่อ

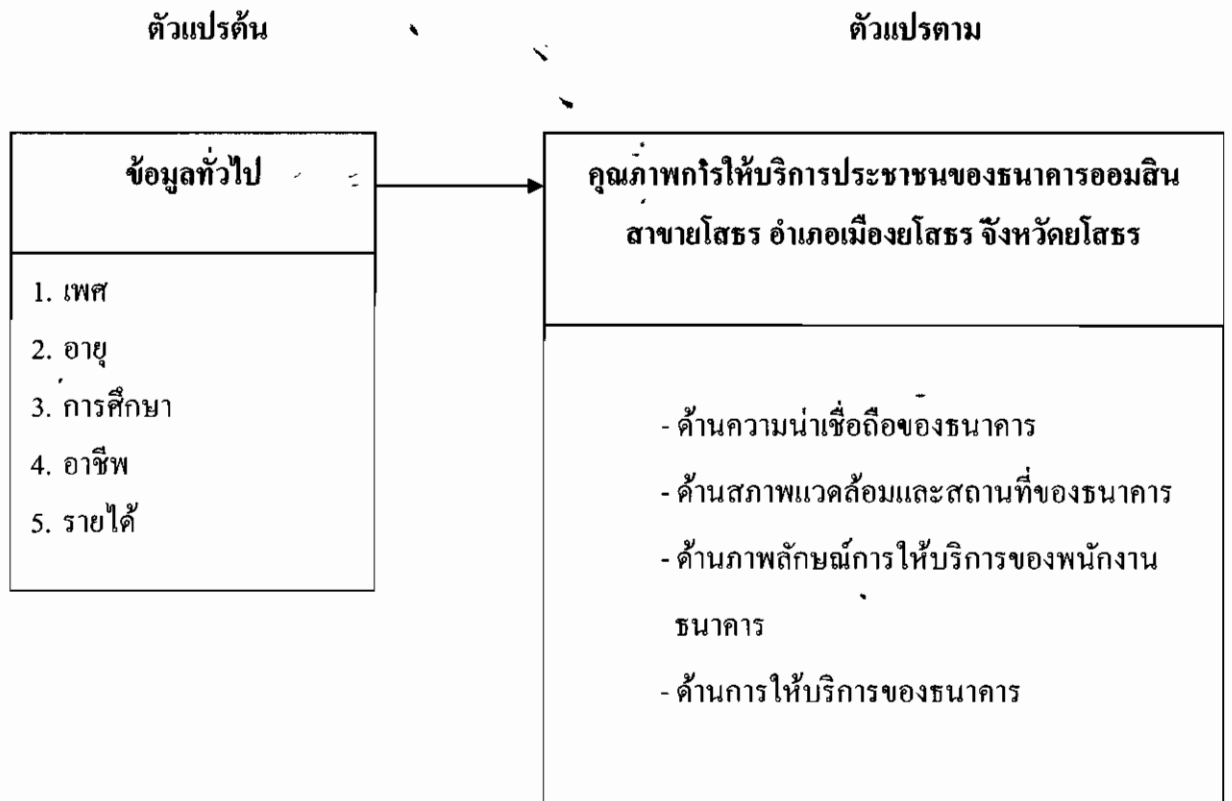
พัชววรรณ สุกกล้า (2549, บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี โดยศึกษาจากผู้มาขอรับบริการด้านเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่า (1) ปัจจัยภูมิหลังของผู้มาขอรับบริการด้านเงินฝากมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอศรีราชา ได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพ (2) ปัจจัยข้อมูลคุณภาพบริการของธนาคารต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอศรีราชา ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของธนาคาร สภาพแวดล้อมและสถานที่ พนักงานของธนาคารและการให้บริการของธนาคาร

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยดังกล่าวได้นำไปสู่แนวคิดที่แสดงให้เห็นว่า

ด้านประสิทธิภาพ ด้านความทั่วถึง ด้านความเสมอภาค ด้านความเป็นธรรม ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการตอบสนองความพึงพอใจ ด้านความต่อเนื่อง ด้านความสะดวก ด้านความพร้อมในการให้บริการ และ ด้านคุณภาพ เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ ผู้วิจัยจึงได้เลือกประเด็น ดังกล่าวในการวิจัยครั้งนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวความคิดในการวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาโยธิน อำเภอเมืองโยธิน จังหวัดโยธิน ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีของ Parasuraman ที่ชัย เสถียร พรหมศรี และแนวคิดทฤษฎีของ Cothberg ที่ จงรัก มงคลธรรม ได้นำมาสร้างเป็นองค์ของ คุณภาพการให้บริการโดยมีรายละเอียดดังนี้ (Parasuraman อ้างถึงใน ชัยเสถียร พรหมศรี, 2549, หน้า 62) และ (Cothberg อ้างถึงใน จงรัก มงคลธรรม, 2548, หน้า 28)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษา “คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธยา อำเภอเมืองโยธยา จังหวัดโยธยา” ดำเนินการวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ประชากร
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. เสนอผลการแปลผล

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือประชาชนที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธยา อำเภอโยธยา จังหวัดโยธยา ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 – 31 มกราคม 2553 (ตามรายงานของธนาคารออมสิน สาขาโยธยา จำนวนทั้งสิ้น 3,000 คน) โดยจะกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตาม Yamane ด้วยความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05%

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

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = ประชากร 3,000 คน

e = ความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม กำหนดให้คลาดเคลื่อนได้ 0.05 %

เมื่อแทนค่าในสูตร

$$N = \frac{3,000}{1 + (3,000 \times 0.0025)}$$

n = 353 คน

ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนผู้มาใช้บริการทั้งสิ้นรวม 3,000 คน (ตามรายงานของธนาคารออมสิน สาขาโคราช ณ วันที่ 1 มกราคม 2553 – 31 มกราคม 2553) แต่ผู้ศึกษาขอใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 353 คน และได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบวิธีการสุ่มแบบบังเอิญของ (accidental sampling) ผู้ที่ใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโคราช

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโคราช อำเภอเมืองโคราช จังหวัดโคราช โดยแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ (checklist) เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ, อายุ, การศึกษา, อาชีพ, รายได้ มีคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามมาตราวัดแบบให้คะแนน (rating scale) เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโคราช แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร
2. ด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่ของธนาคาร
3. ด้านภาพลักษณ์การให้บริการของพนักงานธนาคาร
4. ด้านการให้บริการของธนาคาร

โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนคุณภาพการให้บริการตามระดับความคิดเห็นดังนี้ มีคำตอบให้เลือก 4 ระดับ คือ มากที่สุด มาก น้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การใช้คะแนนดังนี้

มากที่สุด	ใช้คะแนน	4	คะแนน
มาก	ใช้คะแนน	3	คะแนน
น้อย	ใช้คะแนน	2	คะแนน
น้อยที่สุด	ใช้คะแนน	1	คะแนน

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

แบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง มีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา โสธร อำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร จากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย กำหนดนิยาม และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา โสธร อำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน คือ

- | | |
|-------------------------|---------------------------------|
| 3.1 นายสุริยะ กาพบุตร | ผู้อำนวยการธนาคารออมสินเขตยโสธร |
| 3.2 นายลำพูน สุดาวงษ์ | ผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขา โสธร |
| 3.3 นายวีรพจน์ ครูเกษตร | ผู้ช่วยธนาคารออมสิน สาขา โสธร |

เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) จากนั้นนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

4. นำแบบสอบถามไปทดสอบใช้ (try out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) แบบ Cronbach' Alpha ได้ค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.7508 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้สามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป

5. นำแบบสอบถามที่ได้จัดพิมพ์เป็นฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปเก็บข้อมูลต่อไป

การรวบรวมและเก็บข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้ศึกษาทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลผู้มาใช้บริการของธนาคาร ออมสิน สาขา โสธร

2. ส่งแบบสอบถามไปให้ประชากรที่ใช้ในการศึกษาผู้มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขา โสธร พร้อมทั้งชี้แจงรายละเอียดและวัตถุประสงค์ของแบบสอบถามนี้เพื่อความเข้าใจที่ตรงกันในการตอบแบบสอบถาม

3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้ศึกษาดำเนินการเก็บข้อมูลของผู้มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธิน ด้วยตนเอง โดยนำแบบสอบถามไปให้ โดยตรงพร้อมทั้งชี้แจงทราบละเอียดและวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม

ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือน ตุลาคม 2552 ถึง มีนาคม 2553

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบกลับคืนมาได้แล้ว ผู้ศึกษานำมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ จากนั้นมาตรวจการให้คะแนนและนำผลคะแนนทำการประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยมีวิธีการวิเคราะห์ดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถาม
2. นำข้อมูลที่ได้มาบันทึกลงในโปรแกรมคอมพิวเตอร์
3. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธิน อำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร โดยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

ตอนที่ 3 ทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธิน อำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร โดยใช้สถิติ t-test และ One-way ANOVA (ระดับความเชื่อมั่น 95%)

เกณฑ์ในการแปรผล

นำผลคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต โดยมีเกณฑ์ในการแปลผล ดังนี้ (อ้างถึงใน พ.ต.ท. พัฒนารอบรู้, 2550, หน้า 36)

$$\begin{aligned}
 \text{สูตรการหาอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการ}} \\
 &= \frac{4 - 1}{4} \\
 &= 0.75
 \end{aligned}$$

ค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ย 3.26 – 4.00	หมายถึง	คุณภาพการให้บริการดีมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.25	หมายถึง	คุณภาพการให้บริการดี
ค่าเฉลี่ย 1.76 – 2.50	หมายถึง	คุณภาพการให้บริการแย่มาก
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.75	หมายถึง	คุณภาพการให้บริการแย่มาก

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัคโยธธร” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัคโยธธร และเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัคโยธธร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ ประชากรที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอยโยธธร จังหวัคโยธธร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาจำนวนทั้งสิ้น 353 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัคโยธธร

ส่วนที่ 3 ทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1)ชาย	193	54.67
2)หญิง	160	45.33
รวม	353	100.00
2. อายุ		
1) ตั้งแต่ 20 ปี ลงมา	29	8.22
2) 20- 30 ปี	91	25.78
3) 31 - 40 ปี	118	33.43
4) 41-50 ปี	75	21.25
5) ตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป	40	11.33
รวม	353	100.00
3. ระดับการศึกษา		
1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	154	43.63
2) ปริญญาตรี	121	34.28
3) สูงกว่าปริญญาตรี	78	22.10
รวม	353	100.00
4. อาชีพ		
1) นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	70	19.83
2) ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	71	20.11
3) พนักงานบริษัทเอกชน	59	16.71
4) เกษตรกร	89	25.21
5) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	64	18.13
6) อื่น ๆ (ระบุ)	-	
รวม	353	100.00

ตารางที่ 1 (ต่อ)

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
1) ตั้งแต่ 10,000 บาทลงมา	151	42.78
2) 10,001-20,000 บาท	81	22.95
3) 20,001-30,000 บาท	54	15.30
4) 30,001-40,000 บาท	51	14.45
5) 40,001-50,000 บาท	7	1.98
6) ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป	9	2.55
รวม	353	100.00

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนที่มารับบริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 54.67 เพศหญิง ร้อยละ 45.33 มีอายุ 31-40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.43 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 20 – 30 ปี อายุ 41 - 50 ปี ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป และตั้งแต่ 20 ปีลงมา คิดเป็นร้อยละ 25.78, 21.25, 11.33 และ 8.22 ตามลำดับ สำเร็จการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มากที่สุด ร้อยละ 43.63 รองลงมาคือ ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 34.28, และ 22.10 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอาชีพเกษตรกร มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.21 รองลงมาคือ อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ, นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา, ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 20.11, 19.83, 18.13, 16.71 ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ย ตั้งแต่ 10,000 บาทลงมา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.78 รองลงมาคือ ตั้งแต่ 10,001-20,000 บาท, 20,001-30,000 บาท, 30,001-40,000 บาท, 40,001-50,000 บาท, และตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 22.95, 15.30, 14.45, 2.55 และร้อยละ 1.98 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ
อำเภอเมืองโยธธ จังหวัดโยธธ

ตารางที่ 2 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการของธนาคาร
 ออมสิน สาขาโยธธ อำเภอเมืองโยธธ จังหวัดโยธธ ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร

ด้านความน่าเชื่อถือของ ธนาคาร	จำนวนร้อยละ				ระดับการให้บริการ			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	\bar{x}	-S.D.	ระดับการ ให้บริการ	อันดับ
1. เป็นธนาคารที่ให้บริการอย่าง ครบวงจรที่มีขนาดใหญ่	168 (47.59)	163 (46.18)	19 (5.38)	3 (0.85)	3.41	0.63	ดีมาก	3
2. เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมาก	176 (49.86)	157 (44.48)	19 (5.38)	1 (0.28)	3.44	0.61	ดีมาก	1
3. มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี	166 (47.03)	164 (46.46)	22 (6.23)	1 (0.28)	3.40	0.61	ดีมาก	4
4. ธนาคารมีฐานะการเงินมั่นคงเมื่อ เทียบกับธนาคารอื่น	157 (44.48)	176 (49.86)	19 (5.38)	1 (0.28)	3.39	0.60	ดีมาก	5
5. มีมาตรฐานระดับสากล	123 (34.84)	142 (40.23)	66 (18.70)	22 (6.23)	3.04	0.88	ดี	7
6. มีการบริหารจัดการที่ดี	165 (46.74)	171 (48.44)	17 (4.82)	- (-)	3.42	0.58	ดีมาก	2
7. เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ	133 (37.68)	171 (48.44)	47 (13.31)	2 (0.57)	3.23	0.69	ดี	6
ภาพรวม					3.33	0.52	ดีมาก	

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษา คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัคโยธธร ด้านควมนำเชือถือของธนาคาร พบว่า ประชาชนที่มารับบริการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัคโยธธร ด้านควมนำเชือถือของธนาคาร

การให้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.33, S.D. = 0.52$) เมื่อจำแนกตามรายข้อได้ดังนี้

เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมาก อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.44, S.D. = 0.61$) เป็นอันดับที่ 1

มีการบริหารจัดการที่ดี อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.42, S.D. = 0.58$) เป็นอันดับที่ 2

เป็นธนาคารที่ให้บริการอย่างครบวงจรที่มีขนาดใหญ่ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.41, S.D. = 0.63$) เป็นอันดับที่ 3

มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.40, S.D. = 0.61$) เป็นอันดับที่ 4

ธนาคารมีฐานะการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.39, S.D. = 0.60$) เป็นอันดับที่ 5

เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.23, S.D. = 0.69$) เป็นอันดับที่ 6

มีมาตรฐานระดับสากล อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.04, S.D. = 0.88$) เป็นอันดับที่ 7

ตารางที่ 3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัคโยธธร ด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่ ของธนาคาร

ด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่ของธนาคาร	จำนวนร้อยละ				ระดับการให้บริการ			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับการให้บริการ	อันดับ
1. ทำเลที่ตั้งเหมาะสมและสะดวกต่อการมาติดต่อ	122 (34.56)	142 (40.23)	80 (22.66)	9 (2.55)	3.07	0.81	ดี	6
2. ป้ายชื่อธนาคารมีความชัดเจนและเห็นได้ง่าย	183 (51.84)	161 (45.61)	8 (2.27)	1 (0.28)	3.49	0.56	ดีมาก	1
3. สถานที่จอดรถสะดวกและมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	169 (47.88)	170 (48.16)	14 (3.97)	- (-)	3.44	0.57	ดีมาก	3

ตารางที่ 3(ต่อ)

ด้านสภาพแวดล้อมและ สถานที่ของธนาคาร	จำนวนร้อยละ				ระดับการให้บริการ			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	\bar{x}	S.D.	ระดับการ ให้บริการ	อัน ดับ
4. สถานที่ทำงานทั้งภายในและ ภายนอกอาคารสะอาดเป็น ระเบียบ	168 (47.59)	168 (47.59)	16 (4.53)	1 (0.28)	3.42	0.59	ดีมาก	5
5. มีการจัดระบบแผนผังของ หน่วยงานและป้ายบอกบริเวณ ต่างๆ ได้ดี	173 (49.01)	155 (43.91)	24 (6.80)	1 (0.28)	3.42	0.63	ดีมาก	4
6. มีการจัดเจ้าหน้าที่ประจำคอย แนะนำก่อนการติดต่อกงานในฝ่าย ต่างๆ	194 (54.96)	135 (38.24)	22 (6.23)	2 (0.57)	3.48	0.64	ดีมาก	2
7. สถานที่จัดให้ลูกค้าขณะรอรับ บริการและเก้าอี้นั่งคอยเพียงพอ	85 (24.08)	177 (50.14)	81 (22.95)	10 (2.83)	2.95	0.76	ดี	7
ภาพรวม					3.32	0.44	ดีมาก	

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษา คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ
อำเภอเมืองโยธธ จังหวัดโยธธ ด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่ของธนาคาร พบว่า ประชาชน
ที่มารับบริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอ
เมืองโยธธ จังหวัดโยธธ ด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่ของธนาคาร ในภาพรวม อยู่ในระดับดี
มาก ($\bar{x} = 3.32, S.D. = 0.44$) เมื่อจำแนกตามรายชื่อได้ดังนี้

ป้ายชื่อธนาคารมีความชัดเจนและเห็นได้ง่าย อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 3.49, S.D. = 0.56$)
เป็นอันดับที่ 1

มีการจัดเจ้าหน้าที่ประจำคอยแนะนำก่อนการติดต่อกงานในฝ่ายต่างๆ อยู่ในระดับดีมาก
($\bar{x} = 3.48, S.D. = 0.64$) เป็นอันดับที่ 2

สถานที่จอดรถสะดวกและมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 3.44,$
 $S.D. = 0.57$) เป็นอันดับที่ 3

มีการจัดระบบแผนผังของหน่วยงานและป้ายบอกบริเวณต่าง ๆ ได้ดี อยู่ในระดับดีมาก
($\bar{X} = 3.42, S.D. = 0.63$) เป็นอันดับที่ 4

สถานที่ทำงานทั้งภายในและภายนอกอาคารสะอาดเป็นระเบียบ อยู่ในระดับดีมาก
($\bar{X} = 3.42, S.D. = 0.59$) เป็นอันดับที่ 5

ทำเลที่ตั้งเหมาะสมและสะดวกต่อการมาติดต่ออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.07,$
 $S.D. = 0.81$) เป็นอันดับที่ 6

สถานที่จัดให้ลูกค้าชำระค่าบริการและเก้าอี้นั่งคอยเพียงพอ อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.95,$
 $S.D. = 0.76$) เป็นอันดับที่ 7

ตารางที่ 4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการของ
ธนาคารออมสิน สาขาโยธิน อำเภอเมืองโยธิน จังหวัดโยธิน ด้านภาพลักษณ์การ
ให้บริการของพนักงานธนาคาร

ด้านภาพลักษณ์การให้บริการ ของพนักงานธนาคาร	จำนวนร้อยละ				ระดับการให้บริการ			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ให้บริการ	อัน ดับ
1. มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอในการให้บริการ	170 (48.16)	159 (45.04)	21 (5.95)	3 (0.85)	3.41	0.64	ดีมาก	7
2. กล่าวคำสวัสดิและขอบคุณทุกครั้งเมื่อใช้บริการเสร็จ	182 (51.56)	154 (43.63)	13 (3.68)	4 (1.13)	3.46	0.62	ดีมาก	3
3. พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	187 (52.97)	154 (43.63)	10 (2.83)	2 (0.57)	3.49	0.58	ดีมาก	1
4. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	185 (52.41)	154 (43.63)	13 (3.68)	1 (0.28)	3.48	0.58	ดีมาก	2
5. พนักงานมีความรู้ในด้านการเงินและการลงทุน	186 (52.69)	146 (41.36)	20 (5.67)	1 (0.28)	3.46	0.61	ดีมาก	4

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ด้านภาพลักษณ์การให้บริการ ของพนักงานธนาคาร	จำนวนร้อยละ				ระดับการให้บริการ			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{x}	S.D.	ระดับการ ให้บริการ	อันดับ
6. พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยน และยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเอง	182 (51.56)	155 (43.91)	14 (3.97)	2 (0.57)	3.46	0.60	ดีมาก	5
7. มีความสัมพันธ์ฉันเครือญาติ/ รู้จักคุ้นเคยกับผู้บริหาร/พนักงาน สาขา	171 (48.44)	168 (47.59)	11 (3.12)	3 (0.85)	3.44	0.60	ดีมาก	6
ภาพรวม					3.46	0.50	ดีมาก	

จากตารางที่ 4 ผลการศึกษา คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ยโสธร อำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร ด้านภาพลักษณ์การให้บริการของพนักงานธนาคาร พบว่า ประชาชนที่มารับบริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ยโสธร อำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร ด้านภาพลักษณ์การให้บริการของพนักงานธนาคาร พบว่า ประชาชนในภาพรวม อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 3.46, S.D. = 0.50$) เมื่อจำแนกตามรายชื่อได้ดังนี้

พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 3.49, S.D. = 0.58$) เป็นอันดับที่ 1

พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 3.48, S.D. = 0.58$) เป็นอันดับที่ 2

กล่าวคำสวัสดิและขอบคุณทุกครั้งเมื่อใช้บริการเสร็จ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 3.46, S.D. = 0.62$) เป็นอันดับที่ 3

พนักงานมีความรู้ในด้านการเงินและการลงทุน อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 3.46, S.D. = 0.61$) เป็นอันดับที่ 4

พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยนและยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นกันเอง อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 3.46, S.D. = 0.60$) เป็นอันดับที่ 5

มีความสัมพันธ์ด้านเครือข่าย/รู้จักคุ้นเคยกับผู้บริหาร/พนักงานสาขา อยู่ในระดับดีมาก
($\bar{X} = 3.44$, $S.D. = 0.60$) เป็นอันดับที่ 6

มีความสัมพันธ์ด้านเครือข่าย/รู้จักคุ้นเคยกับผู้บริหาร/พนักงานสาขา อยู่ในระดับดีมาก
($\bar{X} = 3.41$, $S.D. = 0.64$) เป็นอันดับที่ 7

ตารางที่ 5 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการของ
ธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ ด้านการให้บริการ
ของธนาคาร

ด้านการให้บริการของธนาคาร	จำนวนและร้อยละ				ระดับการให้บริการ			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	$S.D.$	ระดับการให้บริการ	อันดับ
1. มีการให้บริการที่รวดเร็วทันใจ	139 (39.38)	201 (56.94)	13 (3.68)	- (-)	3.36	0.55	ดีมาก	6
2. การให้บริการมีความถูกต้องไม่ผิดพลาด	128 (36.26)	171 (48.44)	49 (13.88)	5 (1.42)	3.20	0.72	ดี	7
3. มีบริการอย่างต่อเนื่องไม่หยุดชะงักหรือติดขัด	152 (43.06)	182 (51.56)	19 (5.38)	- (-)	3.38	0.58	ดีมาก	4
4. มีการบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	186 (52.69)	146 (41.36)	20 (5.67)	1 (0.28)	3.46	0.61	ดีมาก	3
5. มีการจัดเตรียมแบบฟอร์มอย่างเพียงพอ	223 (63.17)	103 (29.18)	20 (5.67)	7 (1.98)	3.53	0.69	ดีมาก	2
6. ขั้นตอนในการดำเนินการให้บริการลูกค้าไม่ยุ่งยาก	268 (75.92)	73 (20.68)	6 (1.70)	6 (1.70)	3.70	0.58	ดีมาก	1
7. ความเอาใจใส่และการแนะนำบริการ	188 (53.26)	118 (33.43)	39 (11.05)	8 (2.27)	3.37	0.77	ดีมาก	5
ภาพรวม					3.41	0.36	ดีมาก	

จากตารางที่ 5 ผลการศึกษา คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร ด้านการให้บริการของธนาคาร พบว่า ประชาชนที่มารับบริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร ด้านการให้บริการของธนาคารในภาพรวม อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.41$, $S.D. = 0.36$) เมื่อจำแนกตามรายชื่อได้ดังนี้

ขั้นตอนในการดำเนินการให้บริการลูกค้าไม่ยุ่งยากอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.70$, $S.D. = 0.58$) เป็นอันดับที่ 1

มีการจัดเตรียมแบบฟอร์มอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.53$, $S.D. = 0.69$) เป็นอันดับที่ 2

มีการบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.46$, $S.D. = 0.61$) เป็นอันดับ ที่ 3

มีบริการอย่างต่อเนื่องไม่หยุดชะงักหรือติดขัด อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.38$, $S.D. = 0.58$) เป็นอันดับที่ 4

ความเอาใจใส่ และการแนะนำบริการอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.37$, $S.D. = 0.77$) เป็นอันดับที่ 5

มีการให้บริการที่รวดเร็วทันใจอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.36$, $S.D. = 0.55$) เป็นอันดับที่ 6 การให้บริการมีความถูกต้องไม่ผิดพลาด อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.20$, $S.D. = 0.72$) เป็นอันดับที่ 7

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร ในภาพรวมด้านต่าง ๆ

คุณภาพการให้บริการ	\bar{X}	$S.D.$	ระดับการให้บริการ	อันดับ
1. ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร	3.33	0.52	ดีมาก	3
2. ด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่ของธนาคาร	3.32	0.44	ดีมาก	4
3. ด้านภาพลักษณ์การให้บริการของพนักงานธนาคาร	3.45	0.50	ดีมาก	1
4. ด้านการให้บริการของธนาคาร	3.41	0.36	ดีมาก	2
ภาพรวม	3.38	0.39	ดีมาก	

จากตารางที่ 6 ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร ในภาพรวมด้านต่าง ๆ พบว่า ประชาชนที่มารับบริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร ในภาพรวมด้านต่าง ๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.38, S.D. = 0.39$) เมื่อจำแนกตามรายชื่อได้ดังนี้

ด้านภาพลักษณ์การให้บริการของพนักงานธนาคาร อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.45, S.D. = 0.50$) เป็นอันดับที่ 1

ด้านการให้บริการของธนาคาร อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.41, S.D. = 0.36$) เป็นอันดับที่ 2

ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.33, S.D. = 0.52$) เป็นอันดับที่ 3

ด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่ของธนาคาร อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 3.32, S.D. = 0.44$) เป็นอันดับที่ 4

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 สมมติฐานที่ 1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ชาย	193	3.40	0.41	1.018	0.309
หญิง	160	3.36	0.38		

* $P < .05$

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้วยการใช้สถิติ t -test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร จำแนกตามเพศ พบว่า ประชาชนที่มารับบริการทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอเมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร ไม่แตกต่างกัน ($t = 1.018, Sig = 0.309$) จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 2 สมมติฐานที่ 2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน คุณภาพการให้บริการของ
ธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ แตกต่างกัน

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการ
ให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ
จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
ระหว่างกลุ่ม	4	0.752	0.19	1.208	0.307
ภายในกลุ่ม	348	54.18	0.16		
รวม	352	54.93			

* $P < .05$

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้วยการใช้สถิติ One - Way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ จำแนกตามอายุ พบว่า ประชาชนที่มารับบริการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ ไม่แตกต่างกัน ($F = 1.208, Sig = 0.307$) จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สรุปผลการศึกษา จะเห็นได้ว่าประชาชนที่มารับบริการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ ไม่แตกต่างกัน เพราะธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ มีมาตรฐานของกระบวนการให้บริการต่อผู้มารับบริการทุกคนเหมือน ๆ กัน ทั้งเด็ก ผู้ใหญ่และผู้สูงอายุ โดยให้ความเสมอภาคในการให้บริการแก่ประชาชนทุกชนชั้นอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ว่าบุคคลนั้นจะมีเพศ อายุ ฐานะ ชาติตระกูล การศึกษา หรือสถานะทางสังคมในระดับใด เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการก็จะให้บริการในมาตรฐานเดียวกัน โดยไม่มีความเหลื่อมล้ำ

สมมติฐานที่ 3 สมมติฐานที่ 3 ประชาชนที่มีการศึกษาต่างกัน คุณภาพการให้บริการของ
ธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ แดกต่างกัน

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการ
ให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ
จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
ระหว่างกลุ่ม	2	0.006	0.003	.019	0.981
ภายในกลุ่ม	350	54.924	0.16		
รวม	352	54.930			

* $P < .05$

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้วยสถิติ One – Way ANOVA เพื่อ
เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมือง
โยธธ จังหวัดโยธธ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ประชาชนที่มารับบริการที่มีระดับ
การศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมือง
โยธธ จังหวัดโยธธ ไม่แตกต่างกัน ($F = .019, Sig = 0.981$) จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สรุปผลการศึกษา จะเห็นได้ว่าประชาชนที่มารับบริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน
มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ
จังหวัดโยธธ ไม่แตกต่างกัน เพราะธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัด
โยธธมีมาตรฐานของกระบวนการให้บริการต่อผู้มารับบริการทุกคนเหมือน ๆ กัน โดยให้ความ
เสมอภาคในการให้บริการแก่ประชาชนทุกคนชั้นอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะบุคคลนั้นจะมีเพศ อายุ
ฐานะ ชาติตระกูล การศึกษา หรือสถานะทางสังคมในระดับใด เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการก็จะให้บริการ
ในมาตรฐานเดียวกัน โดยไม่มีความเหลื่อมล้ำ

สมมติฐานที่ 4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ยโสธร อำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร แตกต่างกัน

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการ ให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ยโสธร อำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
ระหว่างกลุ่ม	4	0.604	0.151	0.968	.425
ภายในกลุ่ม	348	54.33	0.16		
รวม	352	54.93			

* $P < .05$

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้วยสถิติ One – Way ANOVA เพื่อ เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ยโสธร อำเภอเมือง ยโสธร จังหวัดยโสธร จำแนกตามอาชีพ พบว่า ประชาชนที่มารับบริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความ คิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ยโสธร อำเภอเมืองยโสธร จังหวัด ยโสธร ไม่แตกต่างกัน ($F = 0.968, Sig = 0.425$) จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สรุปผลการศึกษา จะเห็นได้ว่าประชาชนที่มารับบริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็น ต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ยโสธร อำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร ไม่แตกต่างกัน เพราะธนาคารออมสิน สาขา ยโสธร อำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธรมีมาตรฐาน ของกระบวนการให้บริการต่อผู้มารับบริการทุกคนเหมือนกัน โดยให้ความเสมอภาคในการ ให้บริการแก่ประชาชนทุกชนชั้นอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะบุคคลนั้นจะมีเพศ อายุ ฐานะ ชาติตระกูล การศึกษา หรือสถานะทางสังคมในระดับใด เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการก็จะให้บริการในมาตรฐาน เดียวกันโดยไม่มีความเหลื่อมล้ำ

สมมติฐานที่ 5 ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน คุณภาพการให้บริการของ
ธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองยโยธธ จังหวัดยโยธธ แดกต่างกัน

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการ
ให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองยโยธธ จังหวัดยโยธธ
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

แหล่งความแปรปรวน	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
ระหว่างกลุ่ม	5	0.54	0.11	0.688	0.633
ภายในกลุ่ม	347	54.391	0.16		
รวม	352	54.930			

* $P < .05$

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้วยสถิติ One – Way ANOVA เพื่อ
เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมือง
ยโยธธ จังหวัดยโยธธ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ประชาชนที่มีรายรับบริการที่มีอาชีพต่างกัน
มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองยโยธธ
จังหวัดยโยธธ ไม่แตกต่างกัน ($F = 0.688, Sig = 0.633$) จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สรุปผลการศึกษา จะเห็นได้ว่าประชาชนที่มีรายรับบริการที่มีรายได้อื่นต่างกัน มีความ
คิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองยโยธธ จังหวัดย
ยโยธธ ไม่แตกต่างกัน เพราะธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองยโยธธ จังหวัดยโยธธมี
มาตรฐานของกระบวนการให้บริการต่อผู้รับบริการทุกคนเหมือน ๆ กัน โดยให้ความเสมอภาค
ในการให้บริการแก่ประชาชนทุกชนชั้นอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ว่าบุคคลนั้นจะมีเพศ อายุ ฐานะ ชาติ
ตระกูล การศึกษา หรือสถานะทางสังคมในระดับใด เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการก็จะให้บริการใน
มาตรฐานเดียวกัน โดยไม่มีความเหลื่อมล้ำ

ตารางที่ 12 สรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโคราช อำเภอเมืองโคราช จังหวัดโคราช แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโคราช อำเภอเมืองโคราช จังหวัดโคราช แตกต่างกัน	-ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 ประชาชนที่มีการศึกษาต่างกัน คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโคราช อำเภอเมืองโคราช จังหวัดโคราช แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโคราช อำเภอเมืองโคราช จังหวัดโคราช แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 5 ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโคราช อำเภอเมืองโคราช จังหวัดโคราช แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร” วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร และเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอยโยธธร จังหวัดยโยธธร จำนวน 353 คน สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ค่าร้อยละ การวิเคราะห์ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร โดยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของ ค่าเฉลี่ยของระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร โดยใช้สถิติ T-Test และ One-Way ANOVA สรุปผลการวิจัยดังนี้

สรุปผลวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของพบว่า ประชาชนที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี สำเร็จการศึกษาระดับ ค่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 10,000 บาทลงมา

ส่วนที่ 2 ระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร

ผลการศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร พบว่า ประชาชนที่มาใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธร อำเภอมืองโยธธร จังหวัดยโยธธร ในภาพรวมด้านต่าง ๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก เมื่อจำแนกตามรายด้านได้ดังนี้

ประชาชนที่มารับบริการมีความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์การให้บริการของพนักงานธนาคาร อยู่ในระดับดีมาก เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการให้บริการของธนาคาร อยู่ในระดับดีมาก ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร อยู่ในระดับดีมาก เป็นอันดับที่ 3 ด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่ของธนาคาร อยู่ในระดับดีมาก เป็นอันดับสุดท้าย.

ผลศึกษา ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร พบว่า ประชาชนที่มารับบริการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร การให้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับดีมาก เมื่อจำแนกตามรายชื่อได้ดังนี้

ประชาชนมีความคิดเห็นในเรื่องการเป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมาก อยู่ในระดับดีมาก เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีการบริหารจัดการที่ดี อยู่ในระดับดี และมีมาตรฐานระดับสากล อยู่ในระดับดี เป็นอันดับสุดท้าย

ผลศึกษา ด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่ของธนาคาร พบว่า ประชาชนที่มารับบริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ ด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่ของธนาคาร ในภาพรวม อยู่ในระดับดี เมื่อจำแนกตามรายชื่อได้ดังนี้

ประชาชนมีความคิดเห็นในเรื่องป้ายชื่อธนาคารมีความชัดเจนและเห็นได้ง่าย อยู่ในระดับดีมาก เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีการจัดเจ้าหน้าที่ประจำคอยแนะนำก่อนการติดต่องานในฝ่ายต่างๆ อยู่ในระดับดีมาก และสถานที่จัดให้ลูกค้าขณะรอรับบริการและเก้าอี้นั่งคอยเพียงพอ อยู่ในระดับดี เป็นอันดับสุดท้าย

ผลศึกษา ด้านภาพลักษณ์การให้บริการของพนักงานธนาคาร พบว่า ประชาชนที่มารับบริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ ด้านภาพลักษณ์การให้บริการของพนักงานธนาคาร พบว่า ประชาชนในภาพรวม อยู่ในระดับดีมาก เมื่อจำแนกตามรายชื่อได้ดังนี้

ประชาชนมีความคิดเห็นในเรื่องพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย อยู่ในระดับดีมาก เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ อยู่ในระดับดีมาก และมีความสัมพันธ์อันเครือญาติ/รู้จักคุ้นเคยกับผู้บริหาร/พนักงานสาขา อยู่ในระดับดีมาก เป็นอันดับสุดท้าย

ผลศึกษา ด้านการให้บริการของธนาคาร พบว่า ประชาชนที่มารับบริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ ด้านการให้บริการของธนาคารในภาพรวม อยู่ในระดับดีมาก เมื่อจำแนกตามรายชื่อได้ดังนี้

ประชาชนมีความคิดเห็นในเรื่องขั้นตอนในการดำเนินการให้บริการลูกค้าไม่ยุ่งยากอยู่ในระดับดีมาก เป็นอันดับแรก รองลงมาคือมีการจัดเตรียมแบบฟอร์มอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับดีมาก และการให้บริการมีความถูกต้องไม่ผิดพลาด อยู่ในระดับดี เป็นอันดับสุดท้าย

ส่วนที่ 3. ผลการทดสอบสมมุติฐาน

ผลการทดสอบสมมุติฐานเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ยโสธร อำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนที่มารับบริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ยโสธร อำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัย

อภิปรายผล

ผลศึกษา ประชาชนที่มาใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ยโสธร อำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร มีความพึงพอใจต่อการให้บริการทั้ง 4 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พิเชษฐ เดชอุดมศิริ (2548) ซึ่งศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านเงินสดของ บมจ. ธนาคารกสิกรไทย หลังการรื้อปรับระบบ ศึกษากรณี: สาขาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผลการวิจัยพบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของ อนุรักษ์ มหาวิวัฒน์ (2548) ซึ่งศึกษาการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าและของพนักงานธนาคารกสิกรไทย ในเขต 33 ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร โดยภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในระดับดีมาก โดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับดีมาก และขัดแย้งกับการศึกษาของ นุศรินทร์ แสงนวล (2548) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัญหาในการดำเนินโครงการพัฒนาคุณภาพการบริการของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย: ศึกษากรณี สาขาในสำนักงานเขตระยอง จากการศึกษาพบว่าพนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาในสำนักงานเขตระยอง ส่วนใหญ่ประสบปัญหาในการดำเนินโครงการพัฒนาคุณภาพบริการในระดับปานกลาง

ด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่ของธนาคาร พบว่า ระดับความคิดเห็นของประชาชนคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ยโสธร อำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร ด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่ของธนาคาร โดยภาพรวม อยู่ในระดับดีมาก แต่มีความคิดเห็นน้อยกว่าด้านอื่น ๆ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะประชาชนที่มาติดต่อต้องการความสะดวกรวดเร็ว ไม่มีขั้นตอน

มากมาย แต่ด้วยข้อจำกัดของระเบียบกฎหมายบางประการที่ประชาชนที่คาดหวังขอรับบริการ จะต้องปฏิบัติตาม แต่การประชาสัมพันธ์ยังไม่เพียงพอ ทำให้ประชาชนไม่เข้าใจ แม้ว่าจะมีการจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยแนะนำขั้นตอนการติดต่อขอรับบริการและมีการนำวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยมาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้การบริการมีความสะดวก รวดเร็ว ยิ่งขึ้น และทำให้ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ ด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่ของธนาคาร อยู่ในระดับดีมาก แต่อย่างน้อยกว่าด้านอื่น ๆ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ คอธเบิร์ก (Cothberg อ้างถึงใน จงรัก มงคลธรรม, 2548, หน้า 22) หมายถึง สภาพการทำงานที่เป็นด้านกายภาพ ได้แก่ สภาพแวดล้อม เครื่องมือเครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก ในการปฏิบัติงาน ต่าง ๆ และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ในส่วนของ การให้บริการในปัจจุบันของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ ผลการวิจัยพบว่า การให้บริการในปัจจุบันของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามได้รับจากธนาคารในภาพรวม อยู่ในระดับดีมาก เมื่อแยกเป็นรายข้อระดับการให้บริการปัจจุบัน พบว่า ด้านภาพลักษณ์การให้บริการของพนักงานธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับบริการจากธนาคารเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ ด้านการให้บริการของธนาคาร และด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่ของธนาคาร เป็นอันดับสุดท้าย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ คอธเบิร์ก (Cothberg อ้างถึงใน จงรัก มงคลธรรม, 2548, หน้า 22) ที่ว่า ด้านภาพลักษณ์การให้บริการ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกรักของแต่ละบุคคลต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นการผ่านการตีความหมาย การเลือกสรร และการให้ความหมายของตนเอง มีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานของหน่วยงาน มีความจริงใจในการให้บริการ มีการจัดองค์กรที่ดีมีการบริหารงานที่ดี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษาเรื่อง “คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ” พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ ทั้ง 4 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก และเป็นไปตามแนวนโยบายของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ อำเภอมืองโยธธ จังหวัดโยธธ ที่เน้นการบริการและการอำนวยความสะดวกให้กับประชาชน โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง

ดังนั้น ข้อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงการให้บริการจึงเน้นเรื่องการรักษามาตรฐาน และการพัฒนาประสิทธิภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอแนวทางในการพัฒนาเชิงนโยบาย ดังนี้

1.1 ควรพัฒนาประสิทธิภาพระบบบริการ ให้มีความสะดวก รวดเร็ว เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนเพิ่มมากขึ้น

1.2 ควรพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ให้มีความรู้ความสามารถในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

จากการศึกษาในเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธยโสธร อำเภอเมืองโยธยโสธร จังหวัดโยธยโสธร ในรายละเอียดทั้ง 4 ด้าน พบว่า ยังมีจุดบกพร่องด้านระบบบริการ ดังนั้น เพื่อเป็นการแก้ปัญหาเชิงนโยบาย จึงควรมีการปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบบริการ ดังนี้

2.1 ควรปรับปรุงทำเลที่ตั้งเหมาะสมและสะดวกต่อการมาติดต่อ

2.2 ควรปรับปรุงป้ายชื่อธนาคารมีความชัดเจนและเห็นได้ง่าย

2.3 ควรปรับปรุงสถานที่จอดรถสะดวกและมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

2.4 ควรปรับปรุงสถานที่ทำงานทั้งภายในและภายนอกอาคารสะอาดเป็นระเบียบมีการจัดระบบแผนผังของหน่วยงานและป้ายบอกบริเวณต่างๆ ได้ดี

2.5 ควรมีการจัดเจ้าหน้าที่ประจำคอยแนะนำก่อนการติดต่องานในฝ่ายต่างๆ

2.6 ควรปรับปรุงสถานที่จัดให้ลูกค้าขณะรอรับบริการและเก้าอี้นั่งคอย

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

เพื่อให้คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธยโสธร อำเภอเมืองโยธยโสธร จังหวัดโยธยโสธร มีการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางการพัฒนาคุณภาพ ดังนี้

3.1 ควรมีการศึกษาคูณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธยโสธร อำเภอเมืองโยธยโสธร จังหวัดโยธยโสธร ในเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและสังเกตพฤติกรรมของประชาชนที่มาติดต่อขอรับบริการ เพื่อให้ได้คำตอบเพิ่มเติมที่สะท้อนภาพความคิดเห็นของประชาชนในประเด็นการศึกษา เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบาย แผนงาน กิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนได้มากยิ่งขึ้น

3.2 ควรมีการศึกษาดังปัญหาของการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธยโสธร อำเภอเมืองโยธยโสธร จังหวัดโยธยโสธร

3.3 ควรศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ยโสธร อำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร

3.4 ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสำคัญในการคัดเลือกบุคลากรที่จะให้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขา ยโสธร อำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- ขนิษฐา เล็กรุ่งเรือง. (2548) ความพึงพอใจในบริการผู้ป่วยงานอุบัติเหตุและฉุกเฉิน
โรงพยาบาลสิงห์บุรี. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร
ทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จันจิรา จูทะสร. (2547). ความพึงพอใจของนักลงทุนในตลาดหุ้นต่อประสิทธิภาพในการ
ให้บริการของบริษัทหลักทรัพย์เกียรตินาคิน. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จุฑารัตน์ เพ็ญเขตต์วิทย์. (2547). การพัฒนาคุณภาพบริการของศูนย์สุขภาพชุมชน สังกัดกระทรวง
สาธารณสุขที่คัดสรร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จงรัก มงคลธรรม. (2548) การให้บริการตามหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าของโรงพยาบาล
พระปกเกล้า ตามทัศนะของผู้รับบริการ. นาคิน. วิทยานิพนธ์ปริญญา
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ
มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยเสกฐ์ พรหมสมณี. (2549) .ทำอย่างไรให้ลูกค้าเป็นขาประจำ. กรุงเทพฯ : เนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป.
- ชาญณรงค์ วิริยะลัทปะ. (2546). การให้บริการของพนักงานเทศบาลตำบลท่าช้าง จังหวัดจันทบุรีใน
ทัศนะของประชาชนผู้ใช้บริการ. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
นโยบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ดวงโกมล ฌรงค์หนู. (2548). ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงาน
ประกันสังคม: กรณีศึกษาสำนักงานประกันสังคมจังหวัดฉะเชิงเทรา. ปัญหาพิเศษ
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ถวัลย์รัฐ วรเทพพิพิงษ์. (2539). การประเมินผลนโยบาย: ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และความ เป็น
ธรรมของนโยบาย. กรุงเทพฯ : คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิต
พัฒนบริหารศาสตร์.

- นุศรินทร์ แสงนวล . (2548) .ปัญหาในการดำเนินโครงการพัฒนาคุณภาพการบริการของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย: ศึกษากรณี สำนักงานเขตระยอง. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นิกม สะอาดเยี่ยม .(2549).ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาซีคอนแควร์ กรุงเทพมหานคร. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นิรันดร์ ปรัชญกุล. (2546). *ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลบ้านฉาง*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เบญจพร วิจิตรปิยะกุล. (2547). *ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการของศูนย์บริการโตโยต้าพิทยา (1998) สาขาศรีราชา* ภายหลังการนำนโยบายซีเอสมาปฏิบัติ. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปิติชัย รังสิยานนท์. (2547). *ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ กรุงเทพมหานคร : ศึกษากรณีสำนักงานเขตบึงกุ่ม*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปิ่นแก้ว ศิรวรรณดี. (2548). *ความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานประปาศรีราชา*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปัญญา ฮวดเฮง (2551) *คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พรพรรณ เกิดในมงคล. (2541). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) : ศึกษากรณีฝ่ายการค้าต่างประเทศ 2 ศูนย์การค้าต่างประเทศ*. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

- พลุหัส สิงหรงกิจ (2547, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้ำต่อคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สังกัดเขตส่วนภูมิภาค 24. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยบูรพา.
- พัฒนวรรณ สุกกล้า. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พิเชษฐ เดชอุดมศิริ. (2541). ความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการให้บริการด้านเงินสดของ บจม. ธนาคารกสิกรไทย หลังการรื้อปรับระบบ ศึกษากรณี : สาขาในเขตเมือง จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เพชรินทร์ สิงหนันท์. (2549). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อโครงการประกันคุณภาพถ้วนหน้า (30 บาท รักษาทุกโรค) กรณีศึกษาโรงพยาบาลตราด. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยบูรพา.
- เพ็ญจันทร์ แสนประสาน และคณะ. (2548) การจัดการทางการแพทย์เพื่อความปลอดภัย. กรุงเทพฯ: สุขุมวิทการพิมพ์.
- รัชดา ดันติสารศาสน์ (2548) ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ณ โรงพยาบาลทันตกรรมคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เรืองอุไร วรรณโก. (2547). การประเมินการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด มหาชน สาขาตราด ในทัศนะของผู้ใช้บริการ. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์ (2548) คุณภาพในการบริการใน กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา. (ม.ป.ป). คู่มือการเขียนปัญหาพิเศษ ปัญหาพิเศษทางการบริหาร.
- ศรีรัฐ ชัชวาลปรีชา. (2547). คุณภาพในการให้บริการของฝ่ายทะเบียนรถและฝ่ายใบอนุญาตขับรถ : ศึกษากรณี สำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรี. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

- สาขาวิชานโยบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สันติ วิริยะรังสฤษดิ์ และเสริมศักดิ์ สุกรวรรณ .(2548) .ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคาร
ในเขตกรุงเทพมหานคร.ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา นโยบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สิริมา เกตุแก้ว. (2547). ความคาดหวังและการได้รับบริการของแผนกลูกค้าสัมพันธ์ : กรณีศึกษา
บริษัท แอ็ดวานซ์ อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน). ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุทธิ ปันมา. (2548) ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
สาขาภาพสินธุ์ . ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา นโยบายสาธารณะ,
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุนทร เกิดแก้ว. (2547). การบริหารโครงการ: การติดตาม ควบคุมและประเมินผล. กรุงเทพฯ
มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- แสงชัย โชติพงษ์ศิริสกุล (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการด้านเงิน
ฝากของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม ซอย 114.). ปัญหาพิเศษรัฐ
ประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
บูรพา.
- อดุลย์ ทรัพย์เสาวนีย์ (2547) ความพึงพอใจและสภาพปัญหาลูกค้าต่อการให้บริการของ บมจ.
ธนาคารกสิกรไทย เขตอำเภอบางละมุง. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา นโยบายสาธารณะ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อรุณลักษณ์ พรหมทัตตานนท์. (2547). ความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริการของศาลจังหวัด
จันทบุรี. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป,
บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยบูรพา.
- อนุชา อานามวัฒน์ (2547) การประเมินคุณภาพการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์
สาขาจันทบุรี ตามทัศนะของผู้ใช้บริการ. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อนูรักษ์ มหาวีรวัฒน์ .(2548). ความพึงพอใจของลูกค้าและของพนักงานธนาคารกสิกรไทย
ในเขต 33. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป,
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

อารีวัลด์ มหาชนรัตน์. (2550). คุณภาพบริการการแพทย์แผนไทยในศูนย์ส่งเสริมสุขภาพแผนไทย
จังหวัดจันทบุรี. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร
ทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

Cothberg, C.L. (1987-1990). In a large City: Laboratory of urban

Deming, H.A. (1990-1993). *Administrative Behavior*. New York: The Mcmillan
Company.

Kotler, D.L. (2000). The Cipp Model for Program Evaluation in George F. Madaus, Michea ; S
Criven and L. Stuffebeam (eds.), op.eit., 117.

Parasuraman, 1985, Managing organization Behavior. Toronto: John Wiley & Sons.

Regan, (1953). *Statistic: An Introductory Analysis*. 3 rd Ed. New York: Harper & Row.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาโยธธ
อำเภอเมืองโยธธ จังหวัดโยธธ

.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมคำตอบลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) ตั้งแต่ 20 ปีลงมา 2) 21 - 30 ปี
 3) 31 - 40 ปี 4) 41 - 50 ปี
 5) ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี 2) ปริญญาตรี 3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- 1) นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา 2) ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ
 3) พนักงานบริษัทเอกชน 4) เกษตรกร
 5) ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว 6) อื่น ๆ (ระบุ).....

5. รายได้ต่อเดือน

- 1) ตั้งแต่ 10,000 บาทลงมา 2) 10,001 - 20,000 บาท
 3) 20,001 - 30,000 บาท 4) 30,001 - 40,000 บาท
 5) 40,001 - 50,000 บาท 6) ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินยโสธร สาขาอำเภอเมือง
จังหวัดยโสธร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับความรู้สึของท่านมากที่สุดเพียง
ข้อเดียว

ข้อคำถาม	ระดับคุณภาพ			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร				
1. เป็นธนาคารที่ให้บริการอย่างครบวงจรที่มีขนาดใหญ่				
2. เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมาก				
3. มีภาพพจน์และมุมมองที่ดี				
4. ธนาคารมีฐานะการเงินมั่นคงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น				
5. มีมาตรฐานระดับสากล				
6. มีการบริหารจัดการที่ดี				
7. เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ				
ด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่ของธนาคาร				
1. ทำเลที่ตั้งเหมาะสมและสะดวกต่อการมาติดต่อ				
2. ป้ายชื่อธนาคารมีความชัดเจนและเห็นได้ง่าย				
3. สถานที่จอดรถสะดวกและมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย				
4. สถานที่ทำงานทั้งภายในและภายนอกอาคารสะอาดเป็นระเบียบ				
5. มีการจัดระบบแผนผังของหน่วยงานและป้ายบอกบริเวณต่างๆ ได้ดี				
6. มีการจัดเจ้าหน้าที่ประจำคอยแนะนำก่อนการติดต่องานในฝ่ายต่างๆ				
7. สถานที่จัดให้ลูกค้าขณะรอรับบริการและเก้าอี้นั่งคอยเพียงพอ				

ข้อคำถาม	ระดับคุณภาพ			
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านภาพลักษณ์การให้บริการของพนักงานธนาคาร				
1. มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอในการให้บริการ				
2. กล่าวคำสวัสดิ์และขอบคุณทุกครั้งเมื่อใช้บริการเสร็จ				
3. พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย				
4. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ				
5. พนักงานมีความรู้ในด้านการเงินและการลงทุน				
6. พนักงานมีความสุภาพอ่อน โขนและยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็น กันเอง				
7. มีความสัมพันธ์ฉันเครือญาติ/ รู้จักคุ้นเคยกับผู้บริหาร/ พนักงานสาขา				
ด้านการให้บริการของธนาคาร				
1. มีการให้บริการที่รวดเร็วทันใจ				
2. การให้บริการมีความถูกต้องไม่ผิดพลาด				
3. มีบริการอย่างต่อเนื่องไม่หยุดชะงักหรือติดขัด				
4. มีการบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน				
5. มีการจัดเตรียมแบบฟอร์มอย่างเพียงพอ				
6. ขั้นตอนในการดำเนินการให้บริการลูกค้าไม่ยุ่งยาก				
7. ความเอาใจใส่ และการแนะนำบริการ				