

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง

สารนิพนธ์
ของ
นางสาวลักขณา เกษไตรกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

มีนาคม 2546

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

332.1
ค2/8ค
ร.3

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง



บทคัดย่อ
ของ
นางสาวลักขณา เกษไตรกุล

24 เม.ย. 2546

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มีนาคม 2546

h. 157264

ลักขณา เกษไตรกุล. (2546). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง.
สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรีร์ ลิ้มไทย

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ใน 4 ด้าน คือ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในรายด้านและรวมทุกด้าน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance)

ผลการศึกษาพบว่า

1. ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านการบริการของพนักงานอยู่ในระดับมาก

2. ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง แตกต่างกันในด้านสถานที่ประกอบการ และด้านการบริการของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจแตกต่าง อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน และด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน และด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ลูกค้าที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

7. ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

**THE CUSTOMERS' SATISFACTION TOWARD
THE GOVERNMENT SAVINGS BANK SERVICE AT HUAI KHWANG BRANCH**

AN ABSTRACT

BY

MISS LUCKANA KETTRIKUL

**Presented in Partial Fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration in Management
at Srinakharinwirot University**

March 2003

Luckana Kettrikul. (2003). *The Customers' Satisfaction toward The Government Savings Bank Service at Huai Khwang Branch. Protection Co., Ltd.* Master Project, M.B.A.(Management).
Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Assist. Prof.
Supee Limthai

The objectives of this investigation was to study and compare the customers' satisfaction on the services from The Government Saving Bank. (Huai Khwang Branch) in 4 aspects : on location, personnel on service duty, speed and time of services, information and public relation activities classified by sex, age, education background, occupation, income and average time of services using.

The samples were 400 customers. Questionnaire was constructed as a tool to collect data. Percentage, means, standard deviation , t - test , and One - Way Analysis of Variance were used for analyzing data. If there was statistical significance difference will be paired – test by Least – Significant Difference (LSD).

The research result revealed that :

1. The satisfaction of customer in overall and each aspect were at moderate level except the aspect of personal on service duty was at high level.
2. There was statistic significance different level at 0.05 for the satisfaction towards the services from The Government Saving Bank, (Huai Khwang Branch) in overall aspects from the customers with different sex. However, for analyzing each aspect of services: It showed that there was statistical significance different level at 0.05 for the aspect of location and personnel on service duty. In addition to being the other aspects showed no statistical significance difference.
3. There was statistic significance different level at 0.05 for the satisfaction towards the services from The Government Saving Bank, (Huai Khwang Branch) in overall aspects from the customers with different ages. However, for analyzing each aspect of services: It showed that there was statistical significance different level at 0.05 for the aspect of location, personnel on service duty and speed and time of services.
4. There was statistic significance different level at 0.05 for the satisfaction towards the services from The Government Saving Bank, (Huai Khwang Branch) in overall aspects from the customers with different education background. However, for analyzing each aspect of services: It showed that there was statistical significance different level at 0.05 for the aspect of location, personnel on service duty , speed and time of services and information and public relation activities.
5. There was statistic significance different level at 0.05 for the satisfaction towards the services from The Government Saving Bank, (Huai Khwang Branch) in overall aspects from the customers with different occupation. However, for analyzing each aspect of services: It showed that there was statistical significance different level at 0.05 for the aspect of location, personnel on service duty and speed and time of services.

6. There was no statistic significance different for the satisfaction towards the services from The Government Saving Bank, (Huai Khwang Branch) in overall aspects and each aspect from the customers' various of income.

7. There was no statistic significance different for the satisfaction towards the services from Service Center of Telecom Asia Corp., in overall aspects and each aspect from the customers' various average time of services using.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและคณะกรรมการสอบได้
พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรณ สิริแพทย์พิสุทธิ)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ชุติ วงศ์รัตนะ)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหาร
ธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรกวิน)
วันที่ เดือน มีนาคม พ.ศ. 2546

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรีร์ ลี้มไทย อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำ และเป็นทีปรึกษา คอยช่วยเหลือเป็นอย่างดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง และอาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ ที่ได้กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถาม

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบปากเปล่า คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรีร์ ลี้มไทย รองศาสตราจารย์ฐศรี วงศ์รัตน และ รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ ที่ได้ให้คำแนะนำและพิจารณาการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาดาลีร์กุตตา รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง และท่านอื่นๆ ที่มีได้กล่าว ณ ที่นี้ ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ ตลอดเวลาที่ศึกษาตามหลักสูตรนี้ ผู้วิจัยกราบขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณกฤษณา เนตรพรหม ผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ที่ได้อนุเคราะห์ให้ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยใช้ลูกค้าของธนาคารเป็นกลุ่มตัวอย่าง จนงานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม ทำให้ผู้วิจัยสามารถทำงานวิจัยนี้ได้จนสำเร็จ

กราบขอบพระคุณมารดา และขอขอบคุณพี่ๆ และหลานๆ ที่เป็นแรงบันดาลใจ และกำลังใจตลอดเวลาที่ทำการศึกษา ตลอดจนเพื่อน ๆ MBA. (การจัดการ) ที่ให้ความช่วยเหลือและแนะนำในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ตลอดจนผู้มีส่วนสำเร็จต่องานวิจัยนี้ทุกท่าน

ท้ายสุดนี้ คุณค่า และประโยชน์ที่พึงมี อันเกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาคุณบิดามารดาและบูรพาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา อบรมสั่งสอน จนกระทั่งประสบผลสำเร็จในวันนี้

ลักขณา เกษไทรกุล

สารบัญ

บทที่

หน้า

1	บทนำ.....	1
	ภูมิหลัง.....	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
	ขอบเขตของการวิจัย.....	3
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
	ตัวแปรที่ศึกษา.....	3
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
	สมมุติฐานในการวิจัย.....	6
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
	ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธนาคารออมสิน.....	8
	ความเป็นมาของธนาคารออมสิน.....	8
	การให้บริการของธนาคารออมสินสาขา.....	10
	แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	11
	ความหมายของความพึงพอใจ.....	11
	ความหมายของทัศนคติ.....	11
	ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและทัศนคติ.....	13
	แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ.....	14
	หลักการให้บริการ.....	15
	เทคนิคการต้อนรับลูกค้า.....	19
	การให้บริการแบบครบวงจร.....	19
	ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการ.....	20
	การวัดความพึงพอใจต่อการบริการ.....	20
	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	21
	ทฤษฎีความต้องการ.....	21
	ทฤษฎีด้านลูกค้าสัมพันธ์.....	21
	ทฤษฎีด้านความยุติธรรม.....	23
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	26
	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	26
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	26
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	28

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
3	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า (ต่อ).....
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	28
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
เกณฑ์ระดับค่าเฉลี่ยและการแปลความหมาย.....	32
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....
สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	66
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	69
อภิปรายผล.....	73
ข้อเสนอแนะ.....	77
บรรณานุกรม.....	78
ภาคผนวก.....	81
ภาคผนวก ก.....	82
แบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย.....	83
ภาคผนวก ข.....	88
หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ.....	89
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม.....	90
หนังสือขอความร่วมมือเพื่อการวิจัย.....	91
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	93

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและอัตราร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการ.....	34
2	แสดงจำนวนและอัตราร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการ หลังจากปรับจำนวนและอัตรา ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแล้ว	35
3	แสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะอาดที่ได้รับบริการ และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร ในภาพรวม....	37
4	แสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในด้านสถานที่ประกอบการ รายข้อ.....	38
5	แสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในด้านการบริการของพนักงาน รายข้อ.....	39
6	แสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในด้านความสะอาดที่ได้รับบริการ . รายข้อ.....	40
7	แสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร รายข้อ.....	41
8	แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ห้วยขวาง โดยรวม จำแนกตามเพศ.....	43
9	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง จำแนกตามอายุ.....	44
10	แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ห้วยขวาง โดยรวม จำแนกตามอายุ.....	45
11	แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ห้วยขวาง โดยรวม จำแนกตามอายุ.....	46
12	แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ห้วยขวาง ด้านสถานที่ประกอบการ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอายุ.....	47
13	แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ห้วยขวาง ด้านการบริการของพนักงาน เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอายุ.....	48
14	แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ห้วยขวาง ด้านความสะอาดที่ได้รับบริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอายุ....	49
15	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	50
16	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง จำแนกตามอาชีพ.....	51

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง โดยรวม จำแนกตามอาชีพ.....	53
18 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง โดยรวม เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ.....	54
19 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ด้านสถานที่ประกอบการ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ.....	55
20 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ด้านสถานที่ประกอบการ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ.....	57
21 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ.....	59
22 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง โดยรวม จำแนกตามรายได้.....	61
23 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง จำแนกตามระยะเวลาที่เคยใช้บริการ.....	62
24 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง จำแนกตามระยะเวลาที่เคยใช้บริการ.....	64
25 แสดงข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนำของลูกค้าที่มีต่อการมาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง.....	65

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2 โครงสร้างธนาคารออมสินสาขา.....	8
3 โครงสร้างการให้บริการของธนาคารออมสินสาขา.....	10

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปลายปี 2539 ประเทศไทยประสบกับภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากปัญหาโครงสร้างทางเศรษฐกิจและการเงิน ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการขาดความมั่นใจในสถาบันการเงิน การสั่งปิดสถาบันการเงินจำนวนมากเป็นชนวนการขาดความมั่นใจลุกลามไปถึงระบบธนาคารพาณิชย์ รวมทั้งปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) เป็นอุปสรรคต่อการประกอบธุรกรรมทางการเงินของภาคเศรษฐกิจที่แท้จริง ปัญหาสถาบันการเงินและการขาดสภาพคล่องจึงได้กลายเป็นวิกฤตเศรษฐกิจที่รุนแรงที่สุด ปัญหาต่างๆ ยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับ รัฐบาลจึงจำเป็นต้องเร่งแก้ไขปัญหาการขาดทุนสำรองระหว่างประเทศและปัญหาความเชื่อมั่นต่อค่าเงินบาทร่วมกับกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ซึ่งเข้ามามีบทบาทสำคัญในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจของประเทศ โดยให้ความช่วยเหลือธนาคารแห่งประเทศไทยตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2540 เป็นต้นมา

สถาบันการเงินของไทยได้เผชิญกับการปรับตัวที่รุนแรงส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศชะลอตัว ธนาคารออมสินซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของระบบสถาบันการเงิน และเศรษฐกิจของไทยก็ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์เศรษฐกิจและการเงินอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้เช่นเดียวกันกับธนาคารพาณิชย์ทั่วไป การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อโครงสร้างระบบเศรษฐกิจไทย และเริ่มมีการเข้ามาลงทุนของชาวต่างชาติในลักษณะการครอบงำกิจการมากขึ้น เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เศรษฐกิจของประเทศโดยรวมดีขึ้น ส่งผลให้การดำเนินงานของสถาบันการเงินต่างๆ มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงทั้งในระดับภายในประเทศต้องแย่งชิงลูกค้าและส่วนแบ่งของตลาดกันทุกรูปแบบ ส่วนภายนอกประเทศก็ต้องแข่งขันในด้านการขยายตลาดให้มากขึ้น ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงตามกระแสเศรษฐกิจโลก ซึ่งมีทิศทางมุ่งไปสู่ระบบการค้าโลกที่ไร้พรมแดน การเปิดการค้าเสรีและความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ทำให้วงการธุรกิจและสถาบันการเงินต่างๆ เติบโตและแข่งขันกันมาก ระบบสถาบันการเงินในอนาคตข้างหน้าจะมีโครงสร้างที่เปลี่ยนแปลงไปในสังคมไทย โดยต่างประเทศจะเข้ามามีบทบาทในการถือครองสถาบันการเงินในประเทศมากขึ้น มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและความเป็นมืออาชีพ ซึ่งจะสร้างความรุนแรงในการแข่งขันและการวางกลยุทธ์ที่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ประชาชนมีโอกาสมากยิ่งขึ้น ความภาคภูมิใจต่อองค์กรหรือตราสัญลักษณ์ของสินค้าจะลดลงและจะแสวงหาสินค้าและบริการที่ดีที่สุด ถูกที่สุด และมีประโยชน์มากที่สุด ธนาคารออมสินซึ่งดำเนินงานมุ่งส่งเสริมการออมทรัพย์ในหมู่ประชาชนตลอดระยะเวลา 87 ปี แม้จะมีการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ รวมทั้งพัฒนาเทคโนโลยี ตลอดจนการบริการตลอดเวลา เพื่อเป็นสถาบันการเงินที่มั่นคงเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม จำเป็นอย่างยิ่งต้องปรับตัวให้พร้อมกับการแข่งขันนี้เช่นกัน การสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้บริการที่มีคุณภาพแก่ผู้มาใช้บริการ จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะสามารถยึดครองใจลูกค้าของธนาคารได้ (ชูศรี ออสเตเรีย. 2543 : 4) แต่ด้วยเพราะธนาคารออมสินได้รับความเชื่อมั่นศรัทธาจากประชาชนและธนาคารออมสินยังมีนโยบายในการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ สังคม และประชาชน ทุกระดับมาโดยตลอด ประกอบกับได้พัฒนาองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพมาอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้การดำเนินงานของธนาคารออมสินอยู่ในระดับที่น่าพอใจ การเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานให้มีความพร้อมที่จะก้าวสู่เวทีการแข่งขันด้วยการพัฒนาด้านการให้บริการของธนาคารออมสิน ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของสังคมอยู่อย่างสม่ำเสมอ

ธนาคารออมสินเป็นสถาบันการเงินของรัฐบาล ที่มีภารกิจหลักมุ่งส่งเสริมการออมทรัพย์และให้บริการ ด้านการเงินอย่างครบวงจร โดยผ่านสาขาธนาคารทั่วประเทศ ตลอดจนการให้เงินสนับสนุนแก่รัฐบาลและหน่วยงานของรัฐ เพื่อนำไปพัฒนาประเทศ จึงมุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพในการบริการสนองความต้องการของของลูกค้า สร้างความพึงพอใจสูงสุด โดยมีการปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพการบริการให้ดีขึ้นโดยลำดับ ให้เหมาะสมกับยุคของการเปลี่ยนแปลง และมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสภาพการแข่งขัน

ดังคำกล่าวที่ว่า " อันว่าลูกค้า คือ บุคคลที่สำคัญที่สุดที่มาเยือนเราในสถานที่นี้ เขาไม่ได้ฟังเรา แต่เราต่างหากที่จำเป็นต้องฟังเขา เขาไม่ได้มาขัดจังหวะการทำงานของเร หากแต่การได้รับใช้เขาคือวัตถุประสงค์ของเรา เขาไม่ได้เป็นบุคคลภายนอก แต่เขาเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจของเราทีเดียว ในการรับใช้เขาเราไม่ได้ช่วยเหลืออะไรเขาเลย เขาต่างหากที่เป็นฝ่ายช่วยเหลือเรา โดยให้อีกโอกาสแก่เราที่จะได้รับใช้เขา (มหาตมะคานธี)" ขอให้พึงระลึกอยู่เสมอว่า ผู้ที่มาใช้บริการธนาคาร คือ ผู้ที่มีอุปการะคุณต่อธนาคาร เราจำเป็นต้องสร้างศรัทธา ทศนคติที่ดีและความประทับใจต่อผู้ใช้บริการให้มากที่สุด "จุดขาย" ที่สำคัญของธนาคารอยู่ที่ "การให้บริการ" ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนากระบวนการที่เอื้ออำนวยความสะดวก รวดเร็ว การจัดสถานที่ การต้อนรับ การพูด การฟังเสียงลูกค้า การให้บริการโดยการสื่อสารทางโทรศัพท์ ตลอดจนความพร้อมของพนักงาน ทั้งในด้านความรู้ ความสามารถ ทักษะ ไหวพริบ ปฏิภาณ บุคลิกภาพและทัศนคติในการให้บริการ สิ่งเหล่านี้จะนำมาซึ่งการตัดสินใจของผู้มาใช้บริการทั้งสิ้น (นนทวัฒน์ สุขผล. 2544)

ในปัจจุบัน ประชาชนยังคงยึดติดอยู่กับภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินแบบดั้งเดิม ซึ่งมีการบริการงานแบบระบบราชการ มีขั้นตอนการทำงานที่ซับซ้อนส่งผลให้การทำงานล่าช้า รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีที่ล้าสมัย ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนของลูกค้าในการตัดสินใจใช้บริการของธนาคาร

ดังนั้นธนาคารออมสินจึงมีการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและพัฒนาคุณภาพการให้บริการเพื่อพัฒนาระบบการบริการ ภาพลักษณ์ขององค์กร และตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในอันที่จะยกระดับระบบการเงินของไทยให้ได้มาตรฐานสากลและสอดคล้องกับการพัฒนาประเทศสู่ความเป็นศูนย์กลางทางการเงินในภูมิภาคนี้ ซึ่งการพัฒนาคุณภาพการให้บริการจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสนับสนุนให้การดำเนินงานบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของธนาคาร และเพื่อเป็นการรณรงค์ เสริมสร้างจิตสำนึกของพนักงาน ให้ประพฤติตนตามแนวทางปฏิบัติในการให้บริการเพื่อสู่ความเป็นเลิศ เพื่อสร้างความเชื่อถือและศรัทธาจากลูกค้า ประชาชนและสังคมต่อไป (นนทวัฒน์ สุขผล. 2544)

จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา ปัญหาต่าง ๆ ในการศึกษาว่าปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ให้บริการ ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร ว่าเป็นอย่างไร และอยู่ในระดับไหน เพื่อเป็นข้อมูลทางด้านสารสนเทศสำหรับธนาคารออมสิน ในการวางแผนปรับปรุงแนวทางการดำเนินงาน กำหนดนโยบาย และรูปแบบการให้บริการของธนาคารออมสินให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ อันเป็นพื้นฐานที่จะนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ใน 4 ด้าน คือ
 - 1.1 ด้านสถานที่ประกอบการ
 - 1.2 ด้านการบริการของพนักงาน
 - 1.3 ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ
 - 1.4 ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในรายด้านและรวมทุกด้าน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการ
3. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง อย่างน้อย 2 ครั้ง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience sampling) เริ่มสุ่มตัวอย่างจากเวลาที่ธนาคารเปิดให้บริการลูกค้า ตั้งแต่ 8.30 – 15.30 น. ในวันจันทร์ – ศุกร์ โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ตามตารางการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ยามาเน่ (Yamane. 1973 : 1088)

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง แบ่งเป็นดังนี้

1.1 เพศ

- 1.1.1 ชาย
- 1.1.2 หญิง

1.2 อายุ

- 1.2.1 อายุต่ำกว่า 20 ปี
- 1.2.2 อายุ 21 – 30 ปี
- 1.2.3 อายุ 31 – 40 ปี
- 1.2.4 อายุ 40 ปีขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษา

- 1.3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 1.3.2 ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป

1.4 อาชีพ

- 1.4.1 นักเรียน / นิสิตนักศึกษา
- 1.4.2 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 1.4.3 รับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน
- 1.4.4 ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
- 1.4.5 แม่บ้าน

1.5 รายได้/เดือน

- 1.5.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท
- 1.5.2 10,001 – 20,000 บาท
- 1.5.3 20,001 – 30,000 บาท
- 1.5.4 30,001 – 40,000 บาท
- 1.5.5 สูงกว่า 40,000 บาทขึ้นไป

1.6 ระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการ

- 1.6.1 น้อยกว่า 1 ปี
- 1.6.2 1 – 3 ปี
- 1.6.3 4 – 5 ปี
- 1.6.4 มากกว่า 5 ปี

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ซึ่งแบ่งเป็นด้านต่างๆ ดังนี้

- 2.1 ด้านสถานที่ประกอบการ
- 2.2 ด้านการบริการของพนักงาน
- 2.3 ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ
- 2.4 ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ หมายถึง ความคิดเห็นที่ดี ความรู้สึกในทางบวก ความรู้สึกของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ใน 4 ด้านดังนี้ คือ

1.1 ด้านสถานที่ประกอบการ หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับบรรยากาศในสำนักงานและการจัดตกแต่งภายในอาคาร ความสะดวก และความเรียบร้อย พื้นที่สำหรับให้บริการเพียงพอ ที่พักรับการบริการ และสิ่งแวดล้อมบริเวณใกล้เคียงสำนักงาน

1.2 ด้านการบริการของพนักงาน หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับการให้บริการของพนักงานเกี่ยวกับการมีอัธยาศัยไมตรีความกระตือรือร้นและการเอาใจใส่ดูแลลูกค้า การแนะนำและให้ข้อมูลต่างๆ การแต่งกายกริยามารยาทสุภาพ การมีมนุษยสัมพันธ์ และการให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน

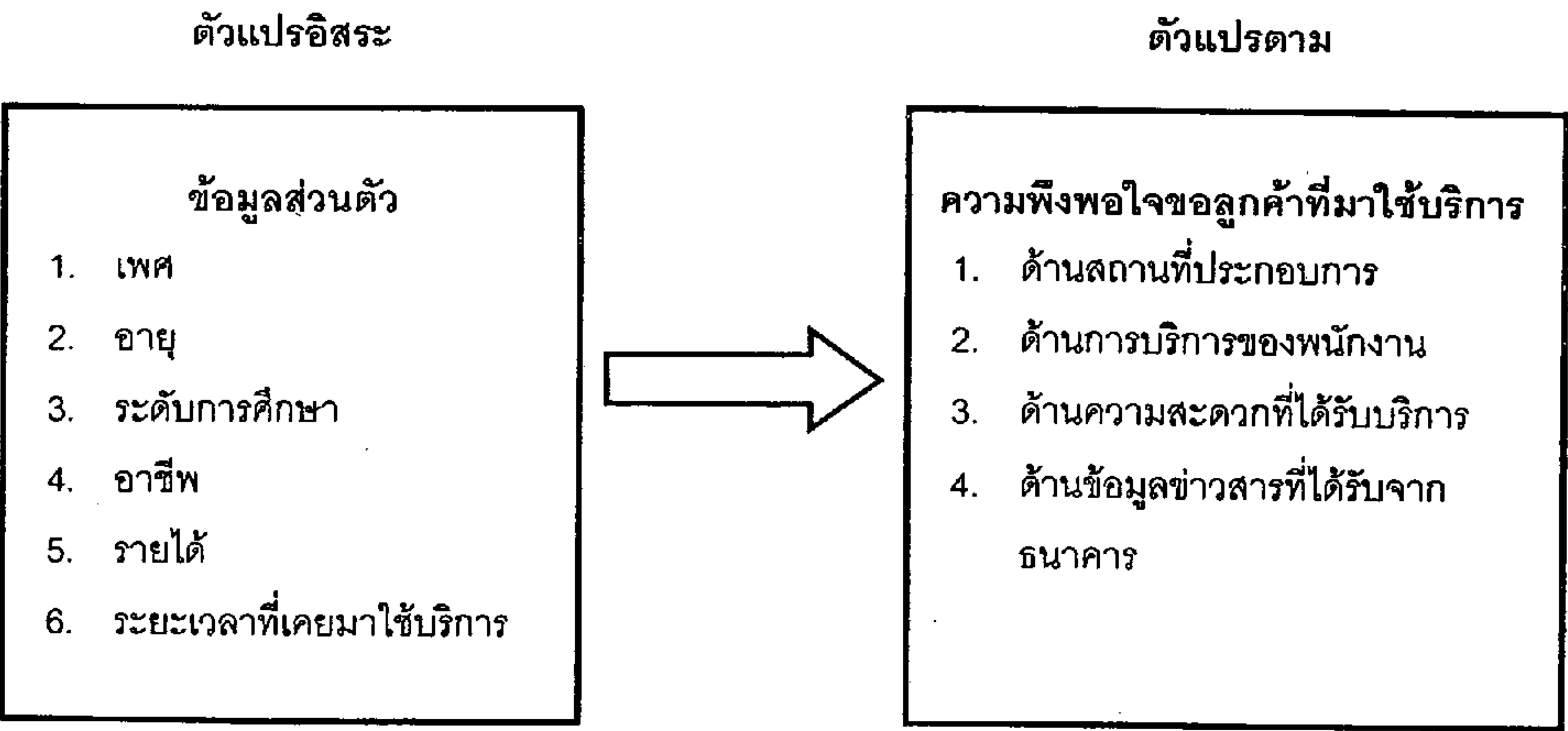
1.3 ด้านความสะดวกที่รับจากการบริการ หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับความสะดวกด้านการให้บริการด้วยระยะเวลาที่รวดเร็ว ในการบริการและดำเนินการในขั้นตอนต่างๆ เวลาในการเปิดและการปิดเวลาทำการของธนาคาร การให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยมีการติดตามเอาใจใส่ลูกค้า มีการจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการ มีจำนวนพนักงานอย่างเพียงพอในการให้บริการ และมีระบบเทคโนโลยีในการบริการที่ทันสมัย

1.4 ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับการที่ลูกค้าได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ ของธนาคาร การติดต่อสื่อสารระหว่างธนาคารกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลที่มีความถูกต้อง แม่นยำเชื่อถือได้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อลูกค้ามีการจัดเอกสารคำแนะนำบริการต่างๆ และรูปแบบการบริการที่ง่ายแก่การเข้าใจ

- 2. ลูกค้า (Customer) หมายถึง ผู้ที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง อย่างน้อย 2 ครั้ง
- 3. พนักงาน (Employee) หมายถึง พนักงานและลูกจ้างที่ทำงานอยู่ในธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง
- 4. บริการ (Service) หมายถึง กิจกรรม ผลประโยชน์หรือการปฏิบัติที่สนองความต้องการของลูกค้าด้านบริการรับเงินฝาก ด้านบริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต ด้านบริการสลากและพันธบัตร ด้านบริการสินเชื่อ และบริการตามโครงการของรัฐบาล

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการ ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการ ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน
3. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการ ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน
4. ลูกค้าที่ประกอบอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการ ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน
5. ลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการ ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน
6. ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการ ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะได้กล่าวถึง แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวความคิดและวิธีดำเนินการวิจัยต่อไป ดังนี้

2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธนาคารออมสิน

- 2.1.1 ความเป็นมาของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง
- 2.1.2 การให้บริการของธนาคารออมสินสาขา

2.2 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 2.2.1.1 ความหมายของความพึงพอใจ
 - 2.2.1.2 ความหมายของทัศนคติ
 - 2.2.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและทัศนคติ
- 2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
 - 2.2.2.1 หลักการให้บริการ
 - 2.2.2.2 เทคนิคการต้อนรับลูกค้า
 - 2.2.2.3 การให้บริการแบบครบวงจร
 - 2.2.2.4 ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการ
 - 2.2.2.5 การวัดความพึงพอใจต่อการบริการ
- 2.2.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2.2.3.1 ทฤษฎีความต้องการ (Maslow's Needs Hierachy Theory)
 - 2.2.3.2 ทฤษฎีด้านลูกค้าสัมพันธ์
 - 2.2.3.3 ทฤษฎีความยุติธรรม (Equity Theory)

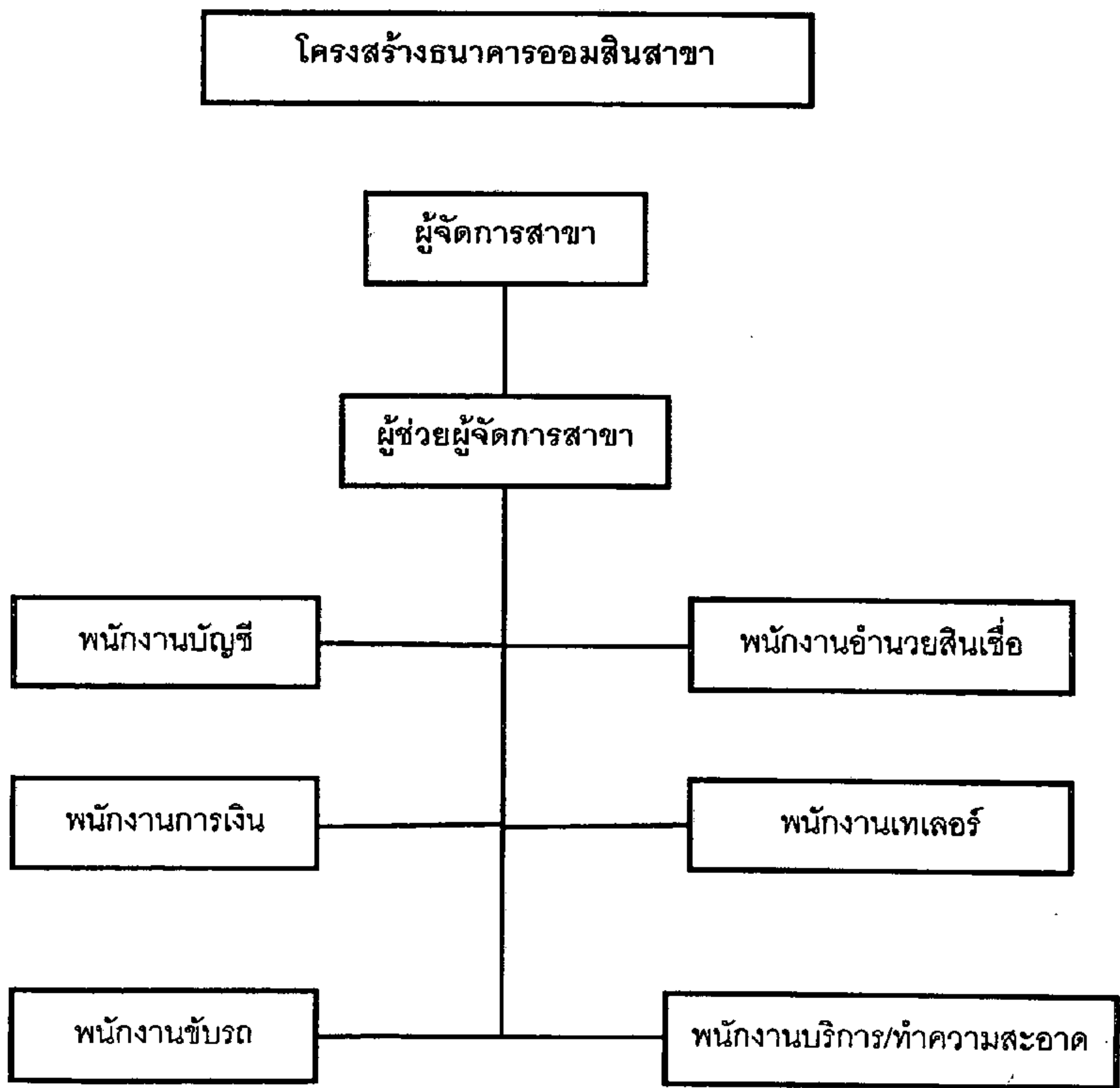
2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับของธนาคารออมสิน

2.1.1 ความเป็นมาของธนาคารออมสิน

ธนาคารออมสินเป็นธนาคารของรัฐที่ประกอบธุรกิจเชิงธนาคารพาณิชย์ ซึ่งมีความมั่นคงทำหน้าที่ส่งเสริมการออมทรัพย์ และให้บริการด้านสินเชื่อ สามารถสนองนโยบายของรัฐด้านการเงิน การคลังและสนับสนุนเงินทุนแก่รัฐบาล หน่วยงานของรัฐ ตลอดจนให้บริการด้านเงินฝากและสินเชื่อแก่บุคคลทั่วไป โดยมุ่งเน้นสินเชื่อประกอบธุรกิจ ผ่านเครือข่ายสาขาของธนาคารและสถาบันการเงินอื่นทั่วประเทศ ด้วยบริการที่สะดวก จริงใจ สุจริต และยุติธรรม โดยการพัฒนาธุรกิจและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและพัฒนาองค์กร บุคลากร เทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพ และคุณภาพยิ่งขึ้น

ธนาคารออมสินสาขาห้วยขวาง ตั้งอยู่เลขที่ 2000/2 - 4 ถนนประชาราษฎร์บำเพ็ญ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10300 ขึ้นตรงต่อธนาคารออมสินภาคพลโยธิน โดยมีโครงสร้างการบริหารงานดังนี้



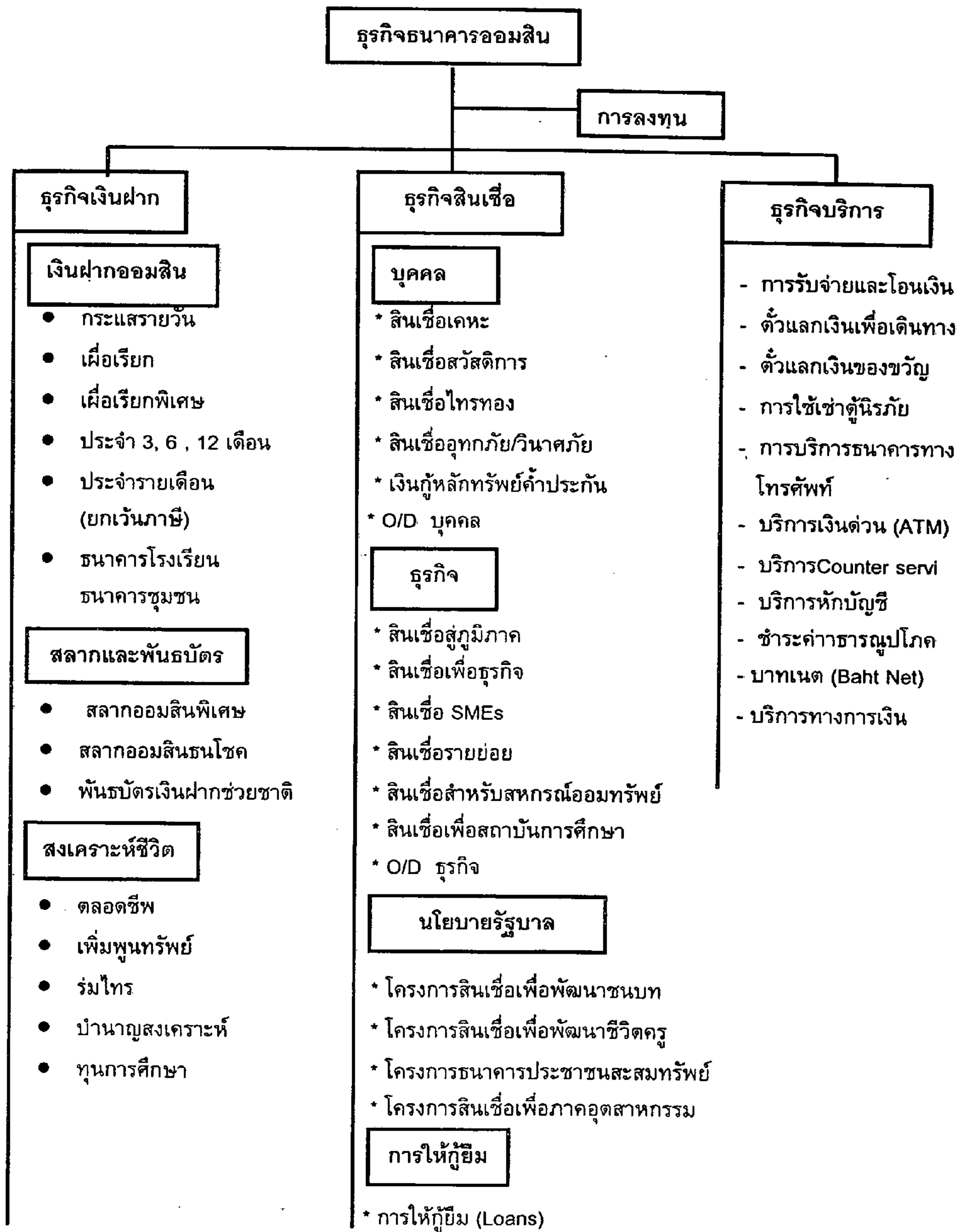
ธนาคารออมสินสาขาห้วยขวาง ได้เปิดดำเนินการธุรกิจการบริการด้าน แก่ลูกค้าเพื่อให้เป็นไปตามระเบียบ และคำสั่งของธนาคาร โดยฝ่ายบริหารได้พยายามที่จะดำเนินการในด้านต่างๆ เพื่อให้กิจการของธนาคารบรรลุตาม วัตถุประสงค์ การดำเนินธุรกิจของธนาคารได้รับความศรัทธาและความเชื่อถือจากประชาชน ในท้องถิ่นมาโดยตลอด ธนาคารให้บริการของลูกค้ามีทุกสาขาอาชีพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ในการรักษาเงินที่ประชาชนนำมาฝาก

และรับภาระจัดให้เงินนั้นเกิดผลแก่ผู้ฝากตามสมควร และเพื่อส่งเสริมสวัสดิภาพแห่งสังคมในทางทรัพย์สิน ซึ่งมีวัตถุประสงค์รวมดังนี้

- 1) เพื่อส่งเสริมให้ประชาชน รู้จักประหยัด และมีการออมทรัพย์กับธนาคารออมสินมากขึ้น
- 2) เพื่อให้บริการรับฝากเงินโดยทั่วไป และให้ประชาชนมีที่เก็บรักษาทรัพย์ให้ปลอดภัยมั่นคงอย่างทั่วถึง โดยมีประโยชน์ตอบแทนอันจะเป็นการคงไว้ซึ่งความเชื่อถือของสังคมฐานะที่เป็นธนาคารของรัฐ
- 3) เพื่อระดมเงินมาให้รัฐบาลใช้ในการพัฒนาประเทศ
- 4) เพื่ออำนวยความสะดวก และให้บริการทางการเงินแก่ประชาชน นิติบุคคลและหน่วยงานของรัฐ อันจะเป็นการจูงใจให้นำเงินมาฝากไว้กับธนาคารออมสิน
- 5) เพื่อนำเงินมาลงทุนหาผลประโยชน์ให้มีรายได้มากพอที่จะนำมาใช้จ่ายสามารถปรับปรุงกิจการ ขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจให้กว้างขวางยิ่งขึ้นรวมทั้งจัดสวัสดิการที่เหมาะสมให้เพียงพอแก่พนักงาน

ธนาคารออมสินได้พัฒนาปรับปรุงธุรกิจการเงินทุกประเภท ให้มีความหลากหลายและสนองความต้องการของประชาชนทุกระดับอาชีพ อายุ การศึกษา เป็นแนวทางการดำเนินงาน และปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารงานของธนาคารออมสินให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยเพิ่มความสำคัญต่อบทบาทในด้านการส่งเสริมเงินลงทุนตามนโยบายของรัฐบาลเพื่อช่วยเหลือประชาชน ตามนโยบายของรัฐ และมีการขยายเครือข่ายการให้บริการทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคให้สามารถบริการประชาชนได้อย่างทั่วถึง

2.1.2 การให้บริการของธนาคารออมสินสาขา



2.2 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.2.1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2528:659) ได้ให้ความหมายคำว่า “พอใจ” หมายถึง ชอบ ชอบใจ พึงใจ สมใจ

ความพึงพอใจ หรือความพอใจตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมาย ดังต่อไปนี้

โวลแมน (Wolman.1973 : 378) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดหมายหมาย (Goal) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

เซลลี (สมัย เจริญช่าง. 2540 : 20 ; อ้างอิงจาก shelly.1975) ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนั้นเป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับและความสุขนี้สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่ซับซ้อน และความสุขนี้มีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ

วอลเลสเตียน (วราพรรณ สันทสันะโชค. 2540 : 7 ; อ้างอิงจาก Wallestein.1971) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้าย (end state in feeling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

กู๊ด. (Good.1973 : 27) กล่าวว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการเป็นผลทางจิตวิทยา สาระวิทยา และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้ากล้าตัดสินใจเลือกใช้บริการ

มอส (Morse.1953 : 27 อ้างอิงจาก พูนพิศมัย พรหมภิบาล, 2540:5) ได้ให้ความหมายไว้ว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการ หมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดถ้ามีมากก็จะทำให้เกิดความไม่พอใจต่อการให้บริการ ซึ่งความตึงเครียดนั้นมีผลมาจากความต้องการของมนุษย์ ถ้ามนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง แต่เมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนองก็จะทำให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการได้ ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วนความเครียดก็จะลดลง ความพอใจก็จะเกิดขึ้น และถ้าหากความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้นเช่นกัน

กิตติมา ปรีดีติลล (2534:321-322) กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบ และสิ่งจูงใจในด้านต่างๆ ของงาน และเขาได้รับการตอบสนองตามความต้องการของเขาได้

ชรีณี เดชจินดา (2530 : 4) กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดหมายในระดับหนึ่งความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

วิมลสิทธิ ทรยางกูร (2526 : 7) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของเรามีความสัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อม จะแตกต่าง เช่น ความรู้สึก ดี – เลว พอใจ – ไม่พอใจ สนใจ – ไม่สนใจ เป็นต้น

✓ อัจฉรา โทบุญ (2534:11 – 12) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจว่าความพึงพอใจเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึกและทัศนะของบุคคลอันเนื่องมาจากสิ่งเร้าและสิ่งจูงใจจึงจะปรากฏออกมาทางพฤติกรรมและเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการทำกิจกรรมต่างๆ ของบุคคล

หลุยส์ จำปาเทศ (สุรยุทธ วิชาลทราง. 2541 : 28 ; อ้างอิงจาก หลุยส์ จำปาเทศ. 2533) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (Needs) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สังเกตได้จาก สายตา คำพูดและการแสดงออก

พิน ทองพูน (2529 : 21) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง ความรู้สึกชอบ ยินดี เต็มใจ หรือมีเจตคติที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการทั้งด้านวัตถุและด้านจิตใจ

ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (2538 : 8) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจ จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุ จุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการ จุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความรู้สึกที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์มักจะได้ทรัพยากร หรือสิ่งเร้า การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจ คือการศึกษาว่าทรัพยากร (Resources) หรือสิ่งเร้า (Stimulus) แบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพอใจและความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

สาโรช ไสยสมบัติ (ชนะ กล้าชิงชัย. 2541 : 7 ; อ้างอิงจาก สาโรช ไสยสมบัติ. 2534) ได้พูดถึงปัจจัยที่สำคัญของความพึงพอใจไว้ว่าความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยทำให้งานประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการ นอกจากผู้บริการจะดำเนินการให้ผู้ทำงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้ว ยังจำเป็นต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วยเพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการ ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ก็คือจำนวนผู้ที่มาใช้บริการ ดังนั้น ผู้บริการที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้ที่มาใช้บริการ เพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด

จากความหมายของความพึงพอใจที่กล่าวมาแล้วข้างต้น พอสรุปได้ว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการ หมายถึง ความรู้สึกชอบ พอใจ ดี สุขใจ สมความต้องการเมื่อได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นความรู้สึกที่ปราศจากความเครียด อันมีผลมาจากความต้องการของมนุษย์ เมื่อใจความต้องการได้รับการตอบสนองก็จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการ

2.2.1.2 ความหมายของทัศนคติ (Attitude)

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (อึ้งใน อังคณา บุญสาม , 2539:12) ให้ความหมายไว้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกส่วนตัวที่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เป็นคำสมาสระหว่างคำว่าทัศนะซึ่งแปลว่าความเห็นกับคติซึ่งแปลว่าแบบอย่างหรือลักษณะ เมื่อรวมกันเข้าจึงแปลว่าลักษณะของความเห็น

ทิวส์โตน (Thurstone.1967 : 82) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับทัศนคติว่าทัศนคติเป็นความรู้สึกทางด้านบวกและด้านลบต่อวัตถุทาง จิตวิทยานี้แตกต่างกันไป

นิวคอม (Newcomb.1964 : 128) ได้กล่าวว่าทัศนคติ ซึ่งมีอยู่เฉพาะในบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อม อาจแสดงออกในพฤติกรรมซึ่งเป็นไปได้ในสองลักษณะ คือลักษณะชอบหรือพึงพอใจซึ่งทำให้บุคคลอื่นเกิดความพึงพอใจรักใคร่อยากจะทำอะไรกับสิ่งนั้นอีกลักษณะหนึ่งซึ่งแสดงออกในรูปความไม่ชอบความไม่พอใจ เกลียดชังไม่อยากจะใกล้สิ่งนั้น

ร็อกอีช (Rokeach.1970 : 112) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นการผสมผสานหรือการจัดระเบียบของความเชื่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งผลรวมนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลในการที่มีปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะชอบหรือไม่ชอบ

เคช (โชติช่วง ภิรมย์.2538 : 7-8 ; อ้างอิงจาก Katz.1960) ได้กล่าวว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่มุ่งใจให้บุคคลประเมินสิ่งใด ในรูปแบบของความชอบและไม่ชอบ

วูม (ชวลิต เล่ารุ่งกาญจน์.2538 : 7 ; อ้างอิงจาก Vroom.1964) ได้กล่าวว่า ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้หมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติในทางบวกแสดงถึงสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติในทางลบแสดงถึงสภาพไม่พึงพอใจในสิ่งนั้น

ดวงเดือน พันธุมนาวิน (2518:4) ให้ความหมายทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติหมายถึง ความพร้อมในการกระทำของบุคคลต่อสิ่งใด บุคคลใด ความพร้อมดังกล่าวของบุคคลเห็นได้จากพฤติกรรมที่บุคคลแสดงต่อสิ่งนั้นว่า ชอบ หรือ ไม่ชอบ เห็นด้วย หรือ ไม่เห็นด้วย

ทิตยา สุวรรณะชญ (2520 : 603) กล่าวถึงลักษณะของทัศนคติว่ามีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. ทัศนคติ เป็นสภาวะก่อนที่พฤติกรรมได้ตอบจะเกิดขึ้นต่อเหตุการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือ จะเรียกว่าเป็นสภาวะพร้อมที่จะมีพฤติกรรมจริง

2. ทัศนคติ จะมีความคงอยู่ในช่วงระยะเวลา คือมีความมั่นคงถาวรพอสมควร เปลี่ยนแปลงได้ยาก แต่ไม่ได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง

3. ทัศนคติ เป็นตัวแปรที่จะนำไปสู่ความสอดคล้องของพฤติกรรมกับความรู้สึกนึกคิด ไม่ว่าจะ เป็นไปในรูปของการแสดงออกโดยวาจาหรือความรู้สึก ตลอดจนการที่ต้องเผชิญหรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4. ทัศนคติ มีคุณสมบัติเป็นแรงจูงใจในอันที่จะทำให้บุคคลประเมินผลเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายถึงการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมที่เป็นจริงด้วย

ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นทัศนคติในส่วนขององค์ประกอบด้านความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ หรือ ดี – ไม่ดี หรือ การเห็นด้วย – ไม่เห็นด้วย ความพึงพอใจจึงไม่สามารถอธิบายเชิงเหตุผลได้เสมอไป ความพึงพอใจเป็นปฏิกิริยา ด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าที่แสดงออกมาเป็นผลสุดท้ายของกระบวนการประเมินในทิศทางลบหรือบวก หรือเฉยๆต่อสิ่งเร้า

5. ทัศนคติ มีคุณสมบัติเป็นแรงจูงใจในอันที่จะทำให้บุคคลประเมินผลเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายถึง การกำหนดทิศทางของพฤติกรรมที่เป็นจริงด้วย

2.2.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและทัศนคติ

จากดังที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้น ว่ามีผู้ให้ความหมายของ “ความพึงพอใจ” ต่างๆ กันแต่พอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเป็นผลมาจากการได้รับการตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล ทำให้เกิดความพึงพอใจ และความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงประเมินค่า ซึ่งจะเห็นว่าแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจนี้เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างแยกไม่ออก

สำหรับความหมายของทัศนคตินั้นได้มีผู้ศึกษากันอย่างกว้างขวาง โดยแบ่งองค์ประกอบที่ใช้วัดทัศนคติออกเป็น 3 ส่วน (รัตนา เพชรพรรณ.2539 : 11 – 12)

- 1) องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) เป็นเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกและค่านิยมส่วนตัว ซึ่งมีแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ทำให้เกิดทัศนคติในทางหนึ่งต่อเรื่องนั้น เช่น ชอบหรือไม่ชอบ เป็นต้น
- 2) องค์ประกอบด้านความคิด (Cognitive Component) เป็นเรื่องของความเชื่อ (Belief) การรับรู้ (Perception) ของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งทั้งในบวกหรือทางลบ
- 3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นความพร้อมที่จะกระทำหรือแนวโน้มของบุคคลที่จะแสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางใดทางหนึ่ง เช่น พร้อมที่จะช่วยเหลือหรือพร้อมที่จะต่อต้าน เป็นต้น

ทั้งนี้ เมื่อบุคคลหนึ่งได้รับสิ่งเร้าต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นบุคคล สถานการณ์ หรือวัตถุใด บุคคลนั้นก็เกิดความรู้สึก ความเข้าใจ ความพร้อมที่จะแสดงออก สิ่งเหล่านี้คือองค์ประกอบของทัศนคติที่เราสามารถวัดได้จากคำพูดที่แสดงความรู้สึก ความเชื่อ หรือปฏิกิริยาที่แสดงออก

ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความรู้สึกของทั้ง 3 นี้ เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจ จะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์มักจะ ได้แก่ ทรัพยากร หรือสิ่งเร้า การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจ คือ การศึกษาว่า ทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจและความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่ต้องการอย่างครบถ้วน

จากการศึกษาแนวคิดเรื่องความพึงพอใจสามารถสรุปได้ดังนี้ “ความพึงพอใจ” เป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติที่ไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไปได้

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

การบริการ หมายถึง กระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น ดังนั้น ผู้ที่จะให้การบริการควรมีคุณสมบัติที่สามารถจะอำนวยความสะดวก และทำตนเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบและมีความสุข (วราพรรณ สันตสนะ ไซค.2540 : 21) ดังนั้นการให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคล ซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะ และความแน่วแน่มั่นคงต่างๆ ที่จะทำให้ชนะใจลูกค้าผู้มาติดต่อธุรกิจหรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการจึงถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบันนี้การให้การบริการสามารถกระทำได้ทั้งก่อนการติดต่อ ในระหว่างการติดต่อ หรือภายหลังการติดต่อโดยได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กรรวมทั้งผู้บริหารขององค์กรนั้นๆ การบริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ที่ติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความเชื่อถือศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการอื่น ๆ ในโอกาสหน้า ซึ่งการบริการจะทำได้ในรูปแบบต่างๆ เช่น การต้อนรับและการเอาใจใส่ การให้การบริการทางโทรศัพท์ การบริการขายหน้าร้าน การให้การบริการในร้านค้าหรือสำนักงานการบริการภายหลังการขาย การบริการสำหรับพนักงานช่าง ทักษะในการปฏิบัติงานเพื่อบริการในสำนักงาน เป็นต้น

2.2.2.1 หลักการให้บริการ

กุลธน ธนาพงศธร (2530 : 303 – 304) ได้ชี้ให้เห็นถึงหลักการบริการที่สำคัญมี 5 ประการ

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่กล่าวคือ ประโยชน์และการบริการองค์กรส่งให้นั้น ต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่หรือทั้งหมดมิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะมิฉะนั้นจะไม่ได้ประโยชน์สูงสุดในการอำนวยความสะดวกและบริการ และยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้นๆ ด้วย

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการต้องต่อเนื่องสม่ำเสมอ มิใช่ทำๆ หยุดๆ ตามความพอใจของผู้ให้บริการหรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาคบริการที่จัดให้นั้นต้องให้ผู้รับบริการอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกันไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใด ในลักษณะต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด

4. หลักความประหยัดค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติง่าย สะดวกสบาย สั้นเปลี่ยนทรัพยากรไม่มาก และไม่เป็นการระย่งยากใจแก่ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการมากเกินไป

สมชาย กิจयरรวง (2536 : 44 – 57) ได้ให้หลักการสำคัญในการให้บริการ เพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการ ไว้ดังนี้

1. การเข้าใจในความต้องการของลูกค้า

เพื่อที่จะได้ล่วงรู้ถึงความต้องการและเข้าใจในความต้องการของลูกค้าอย่างง่าย ๆ ดังนี้

1.1 สดับ ได้แก่ การรับฟัง จากคำพูด คำบอก คำกล่าว หรือแม้แต่คำบ่น เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการจากลูกค้า ซึ่งผู้ทำหน้าที่ในการให้บริการก็ต้องมีศิลปะในการฟังคือ ตั้งใจและพร้อมที่จะแก้ไขปัญหาคือช่วยเหลือ

1.2 สอบถามเพื่อให้รู้ถึงความต้องการเช่น คำถามต่อไปนี้

“สวัสดีครับ มีปัญหาอะไรให้ผมรับใช้ครับ”

“สวัสดีค่ะ ยินดีให้คำแนะนำค่ะ”

“เชิญตามสบายนะคะ หากสงสัยสามารถสอบถามพนักงานได้นะครับ”

1.3 สังเกต คือ การสังเกตพฤติกรรม ภาษาท่าทางและการแสดงออกของลูกค้าในอิริยาบถต่าง ๆ และเราในฐานะผู้ให้บริการจะต้องแปลความหมายออก เช่น การที่ลูกค้าสบตาเรา หุ่ยตมองอย่างสนใจ ยิ้มเมื่อเห็นสิ่งที่ต้องการ นั้นหมายถึงความต้องการที่ลูกค้าแสดงออกจากภาษาท่าทางนอกเหนือจากการยิ้มให้เรา พยักหน้าให้เรา ฯลฯ

1.4 สถิติ คือ การใช้ประสบการณ์ในการบริการลูกค้าชนิด ประเภทต่าง ๆ ไว้เป็นข้อมูลในการให้บริการ เช่น การคาดหวังถึงสิ่งที่ลูกค้าชอบทานอาหารชนิดใดหรือประเภทใด ๆ โดยการสอบถามล่วงหน้าสำหรับการบริการในร้านอาหารหรือภัตตาคารและต่อไปนี้เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของลูกค้าทั่ว ๆ ไปซึ่งผู้ให้บริการก็ควรจะเข้าใจถึงความต้องการที่เป็นนิสัย หรือธรรมชาติของคนโดยทั่ว ๆ ไป ดังนี้

1. ชอบหรืออยากได้ของฟรี ของแถม ราคาถูก จำนวนมาก และมีคุณภาพดี
2. ชื้อหรือมีความต้องการตามกัน เข้าทำนองที่ว่าซื้อตามผู้นำ
3. อยากได้โดยการลัดคิวคนอื่น
4. ต้องการความสะดวกสบายในการได้รับการบริการ ได้นั่งสบายไม่ต้องออกแรงมาก
5. ชอบขั้นตอนการบริการที่ไม่ยุ่งยาก
6. ต้องการได้รับการต้อนรับ การบริการที่มีไมตรีจิต จริงใจ และได้รับเกียรติ
7. ต้องการที่จะให้จำชื่อหรือรายละเอียดประวัติสินค้าหรือรายละเอียดเดิมของเขาได้
8. ต้องการได้รับการบริการที่ดีกว่า หรือไม่ยิ่งหย่อนกว่าคนอื่น ๆ
9. ชอบที่จะได้พบเห็น หรืออยู่ในบรรยากาศที่สะอาด สว่าง สงบ ปลอดภัย และเป็นระเบียบ
10. ต้องการข่าวสารข้อมูลที่ดี เข้าใจง่าย และทันเวลา

11. ต้องการได้ซักถามได้แสดงความคิดเห็นของตนหรือได้มีโอกาส

ระบายความอัดอั้นของตน

ฉะนั้น นักบริการควรที่จะต้องเข้าใจความต้องการพื้นฐานของลูกค้า โดยทั่วไปเพื่อจะได้ไม่รู้สีกกดดัน ตึงเครียด หรือแสดงอาการโมโหโกรธาเมื่อเราได้ทำหน้าที่บริการ

2. การรู้จักวิธีติดต่อสื่อสารที่ดี

การติดต่อสื่อสารที่ดีทั้งภาษาคำพูดและที่ไม่ใช่ภาษาคำพูด หรือที่เรียกว่าภาษาท่าทางหรืออาจอธิบายได้ดังนี้

1. ให้ใช้คำสุภาพ คือ ให้ฝึกใช้คำสุภาพจนเป็นนิสัย เช่น สวัสดีค่ะ สวัสดีครับ ขอโทษ ขอบคุณค่ะ ขออภัยค่ะ เป็นต้น
2. หลีกเลี่ยงในการพูดเรื่องส่วนตัวต่อหน้าลูกค้าหรือต่อหน้าแขก
3. หลีกเลี่ยงที่จะพูดภาษาเฉพาะ หรือคำแสลงกับลูกค้า
4. หลีกเลี่ยงการด่าต่อหน้าลูกค้า
5. หน้าทีการบริการที่ดี จะฟังมากกว่าพูด
6. อย่าตอบห้วนๆ กับลูกค้าหรือตอบว่า “ผมไม่ทราบว่าจะตอบอย่างไร”
7. อย่าทะเลาะกับลูกค้า
8. อย่าหัวเราะเยาะลูกค้า จงช่วยเหลือหรือบอกเขา
9. จงมองลูกค้าเมื่อพูดกับเขาเสมอ
10. พูดในเรื่องที่กำลังติดต่อสื่อสารกันอยู่ ไม่พูดออกนอกเรื่องราว
11. พูดจาภาษาเดียวกันกับคู่สนทนา ผู้ฟัง ด้วยถ้อยคำที่สุภาพ ชัดเจน และเข้าใจง่าย
12. คำพูดมีเหตุผลอยู่บนหลักของความจริง
13. พูดในเรื่องที่ไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อน
14. ไม่นำสิ่งที่เป็นข่าวลือมาติดต่อในสำนักงาน
15. เป็นการพูดที่ก่อประโยชน์แก่ผู้พูดและผู้มาติดต่อ
16. ไม่พูดในลักษณะของการประชดประชัน เสียดสี แดกดันหรือนินทา
17. ไม่นำเรื่องละเอียดอ่อนมาเป็นหัวข้อสนทนา ซึ่งอาจจะเกิดความแตกแยกได้ เช่น เรื่องการเมือง ศาสนา สถาบันต่างๆ ความเชื่อ เงิน ฯลฯ
18. พูดอย่างสนใจผู้ฟัง โดยเห็นว่าผู้ฟังเป็นบุคคลสำคัญคนหนึ่ง
19. ไม่พูดเยินยอจนไร้เหตุผล
20. ไม่พูดตลกที่ก่อให้เกิดความเสียหาย อับอายแก่ผู้ฟังหรือผู้อื่น
21. การพูดที่ดีจะต้องประกอบด้วยน้ำเสียง สีหน้า แววตา และท่าทางที่ดีด้วย

คนเราจะมีการติดต่อกันโดยไม่ใช้ภาษาอยู่ตลอด โดยบางครั้งจะใช้ควบคู่ไปกับการพูด ซึ่งการแสดงออกโดยไม่ใช้ภาษานี้ จะสร้างให้เกิดมนุษยสัมพันธ์ที่ดี หรือไม่ดีก็ได้ ดังนี้

การแสดงออก	ลักษณะที่ควรแสดง	ลักษณะที่ไม่ควรแสดง
1. ทางใบหน้า	- ใบหน้ายิ้มแย้ม เมตตา มีสายตาที่เป็นมิตร	- หน้าบึ้งตึง เจยเมย
(สีหน้า จมูก แหวตา)		- สายตาดูถูกเหยียดหยาม
2. ทางเสียง	- น้ำเสียงสุภาพ อ่อนโยน	- ย่นจมูกแสดงอาการรังเกียจ
(น้ำเสียง หางเสียง)		- น้ำเสียงแสดงความไม่เป็นมิตร
3. ท่าทางและการแสดงออก	- กระตือรือร้นที่จะให้บริการ	- ท่าทางเหนียวหนำหรือแสดง
(ทำนอง ทำยืນ)	- กระฉับกระเฉงมีชีวิตชีวา	ความดุดัน
	- มีท่าทางของความเป็นมิตร	- แสดงความรำคาญไม่สนใจให้บริการ/แสดงความก้าวร้าว
4. ทางการแต่งกาย	- เหมาะสมกับหน้าที่และกาลเทศะ	- ไม่เหมาะสมขัดกับลักษณะงาน
	- สุภาพ เรียบร้อย สมวัย	- ไม่สุภาพ ไม่สมวัย
	- เครื่องแต่งกายสะอาด	- สกปรก รกร้าง ไม่น่ามอง
	- ร่างกายมีความสะอาด	- ปลอ่ยให้ร่างกายสกปรก
5. สภาพแวดล้อมรอบตัวเรา	- จัดสถานที่ที่แสดงถึงการต้อนรับ (นำติดต่อ มีลักษณะเปิด)	- จัดสถานที่ปิดกั้นผู้มารับบริการ (มีโต๊ะ ตู้ ขวางกั้น ปิดประตูทึบ)
	- มีคำแนะนำการติดต่อ	- ไม่มีคำแนะนำในการติดต่อ
	- มีที่พักให้รอในขณะติดต่อ	- ไม่มีลูกศรชี้เส้นทาง
	- มีผู้ต้อนรับและประชาสัมพันธ์	- ไม่มีที่พักให้รอขณะติดต่อ
	- มีบรรยากาศที่น่ารื่นรมย์	- ไม่มีประชาสัมพันธ์และผู้ต้อนรับ
	- สว่าง สะอาด ไม่อึดอัด	- บรรยากาศอึดอัดทึบไม่น่ารื่นรมย์

3. ความมีมารยาท คือ การที่ผู้ให้บริการมีการแสดงออกที่ดีต่อหน้าลูกค้า การแสดงที่ดีก็คือ การมีกิริยาที่งดงามนั่นเอง ซึ่งแสดงออกทั้งการพูด การนั่ง การยืน การเดินหรือการแสดงออกด้วยภาษากาย ซึ่งประกอบด้วย

1) การสุภาพอ่อนน้อม คือ อ่อนน้อมถ่อมตนแต่ไม่อ่อนแอ แข็งแรง แต่ไม่แข็งกระด้างรู้จักไปลามาไหว

2) การรู้จักเก็บและรักษาอารมณ์ คือ อย่าใช้อารมณ์เป็นที่ตั้งในการทำงานด้านบริการ อย่าอารมณ์เสื่อง่าย ไม่เป็นคนขี้หงุดหงิด

3) ระวังกิริยาท่าทางไม่ว่าจะเป็นการลุก นั่ง ยืน เดิน ก้ม ควมมี การระมัดระวังและมีการสำรวจกิริยาท่าทางไว้พอสมควร

4) ความเป็นผู้รู้จักอดทน อดกลั้น งานบริการเป็นงานที่ต้องอาศัยความอดทน ทางด้านจิตใจ และร่างกายค่อนข้างสูง

5) ยอมรับคำตำหนิตชม จงถือคติว่าการติหรือตำหนินั้น เป็นการกระทำหรือการติเพื่อก่อมิใช้ติเพื่อการทำลายล้าง เพื่อเราจะได้พัฒนาปรับปรุงหรือแก้ไขให้ดีขึ้นดังมีผู้เคยกล่าวว่าข้อบกพร่องนั้นเปรียบเสมือนขุมทรัพย์ผู้ที่สามารถชี้ข้อบกพร่องให้เราเห็นหรือรู้ได้ก็เหมือนกับคนนั้นซึ่งขุมทรัพย์ให้แก่เรา

6) จงตั้งใจฟังลูกค้า เพื่อเป็นการรักษามารยาท อย่าขัดคอ อย่าขัดจังหวะ โบราณกล่าวว่าขัดด้วยขัดขามเป็นเงางาม แต่การขัดคอขัดผล (ประโยชน์) คือ การทะเลาะวิวาท

7) การกล่าวขออภัย ให้ชี้แจงเหตุผลด้วยเสมอ เพื่อความเข้าใจที่ดีต่อกัน

8) ขอบคุณลูกค้าในโอกาสอันควร

สำหรับการแสดงออกที่ไม่ควรทำต่อไปนี้จะแสดงถึงความไม่มีมารยาทซึ่งผู้มีหน้าที่ให้บริการไม่ควรกระทำ คือ

- 1) เดินแทรกหรือเดินผ่านกลางระหว่างลูกค้า
- 2) การไหว้วานหรือขอความช่วยเหลือจากลูกค้า
- 3) ลูกค้าเดินหนีออกไป โดยไม่บอกเหตุผล
- 4) กระเข้าเฝ้าหย่าลูกค้า หรือเล่นกับเพื่อน ๆ ต่อหน้าลูกค้า
- 5) ทำงานอย่างอื่นที่ไม่จำเป็นต่อหน้าลูกค้า เช่น เล่นเกมกด ถักผ้าคลุมโต๊ะ
- 6) หลีกเลียงการพูดถึงเรื่องส่วนตัวกับลูกค้า
- 7) ไม่การสบุหรือต่อหน้าลูกค้า

สุรศักดิ์ นานานุกุล (วราพรณ สันทัศน์ะโชค. 2540 : 33 ; อ้างอิงจาก สุรศักดิ์ นานานุกุล. 2539) กล่าวว่า ธุรกิจบริการที่ดีจะต้องมี

1. ธุรกิจบริการต้องมีนโยบายบริการที่ดี นโยบายนี้รวมถึง ประสิทธิภาพการให้บริการและความมุ่งมั่นที่จะสร้างความพอใจและความสุขให้แก่ลูกค้า และแฝงไว้ด้วยการให้เกียรติแก่ลูกค้า และการให้ความสำคัญแก่สถานที่ห้องน้ำ และบรรยากาศในการต้อนรับลูกค้าให้สมเกียรติ และสำหรับพนักงานให้มีสถานที่ที่ทำงานที่สะอาดได้โดยไม่ต้องกังวลลูกค้า ซึ่งจะต้องจัดงบประมาณให้เหมาะสม

2. ธุรกิจบริการต้องมีระบบการให้บริการที่ดี หมายถึง ระบบเกี่ยวกับการวางตัว และกิริยาท่าทางตลอดจนทัศนคติที่พนักงานพึงมีต่อลูกค้า ระบบเกี่ยวกับวิธีการทำงานทุก ๆ อย่าง ไม่ว่าจะเป็นหน้าที่งานด้านการต้อนรับ การรักษาความสะอาด การอธิบาย การให้ข้อมูล หรือการตอบคำถามของลูกค้า การตกแต่งสถานที่ และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าซึ่งจะต้องกำหนดมาตรฐานให้ชัดเจนระบบเกี่ยวกับการให้อำนาจพนักงานหรือผู้บริหารได้พิจารณาและตัดสินใจในการทำงาน ซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากวิธีการทำงานตามปกติ เพื่อแก้ไขปัญหาในสถานการณ์พิเศษ ซึ่งอาจจะต้องให้บริการหรือความคาดหวังของลูกค้า ระบบเกี่ยวกับการพูดจา ที่มีการทักทายลูกค้าและการกล่าวขอบคุณเพื่อให้เกียรติแก่ลูกค้า ตลอดจนถ้อยคำที่จะต้องพูดในระหว่างที่ให้บริการลูกค้า ระบบเกี่ยวกับการจำชื่อของลูกค้า และทักทายลูกค้าด้วยชื่อของเขา ตลอดจนกิริยาท่าทางที่นอบน้อมและไหว้ลูกค้าเพื่อให้เกียรติระบบเกี่ยวกับการรับฟังและสังเกตความต้องการของลูกค้าและพยายามตอบสนองและจดจำหรือบันทึกไว้ในคอมพิวเตอร์เพื่อให้บริการในครั้งต่อ ๆ ไป และระบบการวิจัยความเห็นของลูกค้าที่กระทำสม่ำเสมอเพื่อจะได้ปรับตัวตาม

3. ธุรกิจบริการต้องมีคนให้บริการที่ดี หมายถึงตั้งแต่การคัดเลือกบุคคลที่มีลักษณะที่เหมาะสมกับงานบริการ เช่น มีหน้าตาดีมีอัธยาศัย มีบุคลิกที่เป็นมิตรและอบอุ่น มีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ให้บริการ ตามด้วยระบบการอบรมที่ดีหมายถึงหลักสูตรการฝึกอบรมที่ชี้ให้เห็นบทบาทของผู้ให้บริการที่ชัดเจนไม่ว่าจะเป็นกิริยา ท่าทาง สีหน้า การพูดจา น้ำเสียง และบทพูดในการให้บริการ การฝึกอบรมในห้องเรียน และการฝึกปฏิบัติรวมถึงระบบพี่เลี้ยงซึ่งทำให้พนักงานเกิดความคุ้นเคยและความชำนาญ

2.2.2.2 เทคนิคการต้อนรับลูกค้า

สมชาย กิจยรรยง (ชิตพันธ์ ฉัตรเนตร. 2540 : 25 ; อ้างอิงจาก สมชาย กิจยรรยง. 2536 : 30) กล่าวว่าในการต้อนรับลูกค้า ควรมีเทคนิคในการปฏิบัติดังนี้

1. ต้อนรับด้วยความคุ้นเคยเป็นกันเอง
2. ต้อนรับด้วยความสุภาพอ่อนโยน และให้เกียรติลูกค้าเสมอ
3. ต้อนรับด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส
4. ต้อนรับด้วยความอบอุ่นพร้อมจะให้ความช่วยเหลือ

5. ต้อนรับด้วยความเอาใจใส่
6. ต้อนรับด้วยการปฏิบัติหน้าที่ให้ทันใจ เห็นคุณค่าของเวลา
7. ต้อนรับด้วยความอดทน อย่าขุ่นเคือง
8. ต้อนรับด้วยความเพียร ค้นหาข้อเท็จจริง
9. ต้อนรับด้วยความจริงใจ อย่าแสวงหา
10. ต้อนรับด้วยการให้บริการเสมอ

2.2.2.3 การให้บริการแบบครบวงจร

ชูวงศ์ ฉายะบุตร (2536 : 14) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการแบบครบวงจรว่าต้องเป็นไปตามหลักการ ซึ่งอาจเรียกว่า Package Service ไว้ดังนี้

1. ยึดการตอบสนอง ถือว่าการให้บริการเป็นภาระหน้าที่ที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องพยายามจัดบริการให้ครอบคลุมผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการทุกคน
 - 1.1 ข้าราชการจะต้องถือว่าการให้บริการเป็นภาระหน้าที่ที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องโดยจะต้องพยายามจัดบริการให้ครอบคลุมผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการทุกคน
 - 1.2 พยายามให้ผู้รับบริการได้สิทธิประโยชน์ที่ควรจะได้รับอย่างสะดวกและรวดเร็ว
 - 1.3 ต้องมองผู้มารับบริการว่ามีฐานะและศักดิ์ศรีเท่าเทียมกับตน
2. ความรวดเร็วในการให้บริการ (Acceleration)
3. การให้บริการจะต้องเสร็จสมบูรณ์ (Completion) หมายถึง การเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ที่ผู้รับบริการจะต้องได้รับ โดยที่ผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้งนัก
4. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ (Keen) จะทำให้ผู้มารับบริการเกิดทัศนคติที่ดียอมรับฟังเหตุผลคำแนะนำต่าง ๆ มากขึ้นและเต็มใจที่จะมารับบริการเรื่องอื่น ๆ
5. การให้บริการด้วยความถูกต้องสามารถตรวจสอบได้ (Accountability)
6. ความสุภาพอ่อนน้อม(Gentle) จะทำให้ผู้รับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อข้าราชการและการติดต่อกับทางราชการ
7. ความเสมอภาค (Equality) ซึ่งจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขดังนี้
 - 7.1 การให้บริการจะต้องเป็นไปภายใต้ระเบียบแบบแผนเดียวกัน
 - 7.2 การให้บริการจะต้องคำนึงถึงความเสมอภาคในโอกาสที่จะได้รับบริการ

2.2.2.4 ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการ

มิลเลท (สมัย เจริญช่าง. 2540 : 29 ; อ้างอิงจาก Millet. 1954 : 397) กล่าวว่าเป้าหมายสำคัญของการบริการคือ การสร้างความพึงพอใจในบริการให้แก่ประชาชนโดยมีหลักหรือแนวทางดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equity Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมายไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน
2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพเลยถ้าไม่มีการตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะ ต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม มีเลข เห็นว่าความเสมอภาคหรือการตรงเวลา จะไม่มีความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะ ที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการ ว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า(Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

2.2.2.5 การวัดความพึงพอใจต่อการบริการ

ความพึงพอใจต่อการบริการจะเกิดขึ้นได้หรือไม่นั้น จะพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่างๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้นในการวัดความพึงพอใจต่อการบริการ อาจจะกระทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้ (สาโรช ไสยสมบัติ, 2543 : 39)

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่งโดยการขอรับรอง หรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบ หรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามที่ถามอาจจะถามถึงความพอใจในด้านต่างๆ ที่หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่ เช่น ลักษณะการให้บริการ สถานที่บริการ พนักงานให้บริการ เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์ เป็นอีกวิธีการหนึ่งในการที่ได้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการซึ่งเป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจงใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีการที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพมากอีกวิธีหนึ่ง

3. การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่ง ที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยวิธีการสังเกตจากพฤติกรรม ทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการ เช่น การสังเกตกิริยา ท่าทาง การพูด สีหน้า และความถี่ของการมาขอรับบริการ เป็นต้น การวัดความพึงพอใจโดยวิธีนี้ ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจัง และมีแบบแผนที่แน่นอน จึงจะสามารถประเมินถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง

จะเห็นได้ว่า การวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการนั้น สามารถที่จะทำการวัดได้หลายวิธีทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะ ต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม มีเลข เห็นว่าความเสมอภาคหรือการตรงเวลา จะไม่มีความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะ ที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการ ว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า(Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

2.2.2.5 การวัดความพึงพอใจต่อการบริการ

ความพึงพอใจต่อการบริการจะเกิดขึ้นได้หรือไม่นั้น จะพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่างๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้นในการวัดความพึงพอใจต่อการบริการ อาจจะกระทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้ (สาโรช ไสยสมบัติ, 2543 : 39)

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่งโดยการขอรับรอง หรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบ หรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามที่ถามอาจจะถามถึงความพอใจในด้านต่างๆ ที่หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่ เช่น ลักษณะการให้บริการ สถานที่บริการ พนักงานให้บริการ เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์ เป็นอีกวิธีการหนึ่งในการที่ได้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการซึ่งเป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีการที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพมากอีกวิธีหนึ่ง

3. การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่ง ที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยวิธีการสังเกตจากพฤติกรรม ทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการ เช่น การสังเกตกิริยา ท่าทาง การพูด สีหน้า และความถี่ของการมาขอรับบริการ เป็นต้น การวัดความพึงพอใจโดยวิธีนี้ ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจัง และมีแบบแผนที่แน่นอน จึงจะสามารถประเมินถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง

จะเห็นได้ว่า การวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการนั้น สามารถที่จะทำการวัดได้หลายวิธีทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้



2.2.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.3.1 ทฤษฎีความต้องการ (Maslow's Needs Hierachy Theory)

มาสโลว์ (ชนะ กล้าชิงชัย. 2541 : 10 ; อ้างอิงจาก Maslow. 1954) ได้ตั้งทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ โดยมีสมมติฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมความต้องการของมนุษย์ ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการมีอยู่เสมอ และไม่มีที่สิ้นสุด แต่สิ่งที่มนุษย์ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับว่ามีสิ่งนั้นอยู่แล้วหรือยัง ขณะที่ความต้องการใดได้รับการตอบสนองและความต้องการอื่นจะเข้ามาแทนที่กระบวนการนี้จะไม่มีที่สิ้นสุดและจะเริ่มต้นตั้งแต่เกิดจนตาย
2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองจะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นเป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม
3. ความต้องการของมนุษย์เป็นลำดับขั้นตามลำดับความสำคัญ (Hierachy of Needs) เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนองทันที

3.1 ความต้องการปัจจัย 4 (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิต ได้แก่อาหาร น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการการพักผ่อนและความต้องการทางเพศ

3.2 ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety or Security Needs) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองทางร่างกาย แล้วความต้องการทางด้านจิตใจก็จะตามมา

3.3 ความต้องการมีส่วนร่วมในสังคม (Social Needs or Love Needs) ขั้นนี้เป็นความต้องการที่สูงขึ้น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ต้องการให้ผู้อื่นรักใคร่เห็นความสำคัญของตน และเป็นที่รู้จักของคนในสังคม

3.4 ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงหรือได้รับการยกย่องในสังคม (Esteem Needs or Status Needs) เป็นความต้องการที่ต้องการเติบโตสูงขึ้น ทั้งตำแหน่งหน้าที่การงานเพื่อความมีชื่อเสียงมีหน้ามีตา ได้รับการยกย่องสรรเสริญในสังคม

3.5 ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization Needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดเพื่อให้ได้ทุกสิ่งที่ปรารถนาเป็นความต้องการพิเศษซึ่งคนธรรมดาส่วนมากมักอยากได้แต่ไม่สามารถเสาะหาได้ ความพอใจในลักษณะดังกล่าวนี้มักมีลักษณะกว้างขวางมากและแตกต่างกันไปในแต่ละคน มนุษย์มีความต้องการเหล่านี้อยู่ตลอดเวลาเมื่อความต้องการอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนอง ก็จะเกิดความต้องการอย่างอื่นมาแทนเป็นกระบวนการที่ไม่สิ้นสุด ดังนั้นการที่จะกำหนดรูปแบบการให้บริการอย่างมีคุณภาพ จะต้องรู้ให้เท่าทันว่าขณะนี้ลูกค้ามีความต้องการอะไรเมื่อรู้จักทิศทางความต้องการของลูกค้า และตอบสนองความต้องการของเขาได้ก็จะนำไปสู่ความพึงพอใจตามมา

2.2.3.2 ทฤษฎีด้านลูกค้าสัมพันธ์

การสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายมีผลต่อยอดขายจึงต้องมีการวางแผนการขายในระยะยาวและต้องมีเจตนารมณ์อันแน่วแน่ เพราะสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ซื้อหรือผู้รับบริการกับผู้ขายหรือผู้ให้บริการนั้น มีค่าดังทอง เพราะเสาะแสวงหาได้ยาก เมื่อได้แล้วก็ยากที่จะรักษาไว้ การสร้างสัมพันธภาพที่ดีนี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ตั้งแต่ผู้ประกอบการหรือพนักงานของบริษัท หรือองค์กรทางการขาย ต้องได้รับการอบรม และชี้แจงให้ทราบถึงนโยบาย และแนวทางปฏิบัติให้เกิดสัมพันธภาพที่ดี ซึ่งสถาบันโฟว์แมนส์ ได้ให้แนวทางการพัฒนาลูกค้าสัมพันธ์ ไว้ดังนี้ (อ้อยทิพย์ กองสมบัติ. 2538:13 –15 ; อ้างอิงจาก National Foremen's Institute.1963)

1. ผู้ประกอบการจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ และจะต้องทำให้ลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อผู้ขายด้วย
 2. พนักงานของบริษัทที่ประกอบธุรกิจต่างๆ จะต้องเป็นผู้มีความรู้ มีบุคลิกดี แต่งกายเรียบร้อย
 3. ในการติดต่อลูกค้า เจ้าหน้าที่ต้องทราบว่าตนมีหน้าที่อะไร ใช้เวลาเท่าใดมีพนักงานอื่นที่ลูกค้าต้องการพบอีกหรือไม่ ต้องสร้างความรู้สึกว่าผู้ให้บริการมีความพร้อม และตั้งใจบริการอย่างเต็มที่
 4. ต้องให้ความสนใจกับลูกค้าทันทีที่มาติดต่อ แม้ว่าจะทำงานอื่นอยู่
 5. กับลูกค้าประจำไม่ต้องเน้นสินค้า แต่ต้องกล่าวถึงความสำคัญของลูกค้าประจำที่มีต่อบริษัท
 6. พยายามให้ความช่วยเหลือ และบริการบางอย่างที่ช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้า และการให้อะไร นอกเหนือจากสินค้าจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดสัมพันธภาพที่ดี
 7. ถ้าเกิดความล่าช้าในการส่งสินค้าหรือบริการ ต้องรีบแก้ไขและขอภัย ใน เหตุการณ์ที่ไม่คาดหมายพร้อมป้องกันไม่ให้เกิดเหตุซ้ำอีก
 8. เมื่อลูกค้าขบขันใจต้องให้ความสนใจโดยไม่มีการรื้อ
 9. ต้องตอบหรืออธิบายข้อร้องเรียนของลูกค้าทันที
 10. ในยามที่ไม่สามารถให้สินค้าหรือบริการแก่ลูกค้าได้ เช่น สินค้าในบริษัทหมด ต้องให้ความช่วยเหลือหาสินค้าจากที่อื่นแทนให้ เพราะลูกค้าอาจกลับมาอีกในอนาคต และ 30 ปีต่อมาได้มีความพัฒนา จาก 10 ข้อ เป็น 14 ข้อ ดังนี้ (อ้อยทิพย์ กองสมบัติ. 2538:15-20 ; อ้างอิงจาก Freemantle. 1993)
1. รักษาความสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้าหรือผู้รับบริการ ควรให้บริการด้วยความรวดเร็ว
 2. ตอบรับโทรศัพท์ที่โทรเข้ามาอย่างรวดเร็วภายในเวลาไม่เกิน 5 วินาที การช้าเป็นการทำลายภาพพจน์ และความน่าเชื่อถือของบริษัท
 3. ตอบรับในเรื่องเอกสารต่างๆ ภายใน 2 วัน เมื่อเป็นเอกสารเกี่ยวกับการขอใช้บริการ หรือสอบถามบริการ
 4. ไม่ควรให้ลูกค้าคอยนานเกิน 5 นาที เพราะเวลาเป็นเงินเป็นทอง การรอคอยเป็นการสูญเสียทางเศรษฐกิจ
 5. พนักงานทุกคนจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า ให้เกียรติ แสดงกิริยามารยาทเรียบร้อย เป็นมิตร สนใจลูกค้าและขอบคุณลูกค้าเสมอ ซึ่งจะเป็นมนต์ขลังเรียกลูกค้าให้กลับมาใช้บริการอีก
 6. เมื่อมีสิ่งบกพร่อง ต้องรีบติดต่อและแจ้งให้ลูกค้าทราบ
 7. การติดต่อสื่อสาร การเจรจากับลูกค้าต้องตั้งอยู่บนฐานของความซื่อสัตย์และเปิดเผย
 8. ระบบการทำงานต้องมีความน่าเชื่อถือ ต้องอยู่ในสภาพที่ติดตลอดเวลา เช่น โทรศัพท์, ลิฟท์, เครื่องถ่ายเอกสาร
 9. แก้ไขปัญหาหรือข้อผิดพลาด อย่างรวดเร็ว
 10. พนักงานทุกคนในที่ทำงานต้องเป็นผู้รู้
 - 10.1 รู้เรื่องเกี่ยวกับสินค้าที่ตนขาย (Know the product)
 - 10.2 รู้เกี่ยวกับบริการที่ให้ (Know the service)
 - 10.3 รู้ข้อมูลหรือองค์กรที่ตนทำอยู่ (Know the Organization)
 - 10.4 รู้ว่าจะต้องทำงานอะไรบ้างให้สำเร็จลุล่วง (Know how to get thing done)
 - 10.5 รู้วิธีแก้ไขปัญหา (Know how to get problems resolved)
 - 10.6 รู้จักชื่อของลูกค้าประจำ (Know regular customers by their name)

11. พนักงานผู้ติดต่อลูกค้าต้องตัดสินใจ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว ต้องไม่ผลักความรับผิดชอบเอาใจใส่ลูกค้า
12. ให้สิ่งของเล็กๆ น้อยๆ เป็นบริการพิเศษ เช่นของแจก แคม ให้ส่วนลด ลูกค้าจะรู้สึกว่าเป็นคนพิเศษ
13. อย่ามองข้ามความสำคัญเล็กๆ น้อยๆ เช่นสะกดชื่อลูกค้าให้ถูกต้อง
14. จัดสำนักงานและทุกอย่างในสำนักงานให้มีความสวยงามการแต่งกายของพนักงานให้ดูเรียบร้อย

2.2.3.3 ทฤษฎีความยุติธรรม (Equity Theory)

อารี เพชรผุด (พูนพิสมัย พรหมภิบาล. 2540 : 11 ; อ้างอิงจาก อารี เพชรผุด. 2529) กล่าวว่า นักจิตวิทยาหลายคนได้เห็นว่า บางคนชอบหรือพอใจในเรื่องของความยุติธรรมหรือความเท่าเทียมกันจะพอใจถ้าผลออกมาไม่แตกต่างจากที่เขาเชื่อหรือคาดหวังไว้ ถ้าผลที่ออกมาไม่ว่าสูงหรือต่ำกว่าที่คาดไว้เขาจะไม่พอใจ

อดัมส์ (พูนพิสมัย พรหมภิบาล. 2540 : 11 ; อ้างอิงจาก Adams. 1965) ได้เขียนไว้ว่า บุคคลจะรับรู้ว่ายุติธรรมและรู้สึกไม่สบายใจถ้าเขาเห็นว่าเขาได้รับสิ่งตอบแทนจากการทำงานที่ไม่เท่ากับคนอื่น เมื่อเกิดการเปรียบเทียบเขาจะคิดว่าเขาทำงานเท่ากับคนอื่น และควรได้รับสิ่งตอบแทนเท่ากัน และเขาจะประเมินค่าสิ่งตอบแทนว่าควรได้รับคุ้มกับที่เขาได้ใช้ความสามารถเขาจะรู้สึกพอใจ ถ้าเขารู้สึกว่าอัตราส่วนที่เขาได้รับนั้นเท่ากับที่คนงานควรได้รับและเท่ากับคนงานอื่นๆ

2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โชติช่วง ภิรมย์ (2538 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการสินเชื่อ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและองค์ประกอบแต่ละด้านของความพึงพอใจบริการเรียงลำดับจากด้านที่พอใจมากที่สุดไปถึงด้านที่พื่อน้อยที่สุด ได้ดังนี้คือ การพัฒนาบริการสินเชื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกความเป็นธรรมในการบริการสินเชื่อ พฤติกรรมพนักงาน นโยบายสินเชื่อ สถานที่ต้อนรับอุปกรณ์ และบรรยากาศในการบริการสินเชื่อ ขั้นตอนในการบริการสินเชื่อ ความรวดเร็วฉับไวในการบริการสินเชื่อ และความเพียงพอของสินเชื่อและจำนวนพนักงานผู้ให้บริการสินเชื่อ

นิคม สะอาดเอี่ยม (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของ ลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาชื้อคอนสแควร์ กรุงเทพมหานครพบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจ มีความพึงพอใจโดยภาพรวมของบริการ ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับ “พอใจ” และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบความพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่าอยู่ในระดับพอใจเช่นกัน มีดังนี้

1. ด้านสถานที่มีองค์ประกอบของบริการ 10 ด้าน พบว่าทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ “พอใจ” โดยด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าด้านอื่น ได้แก่ สถานที่ตั้งของธนาคาร
2. ด้านบริการฝาก ถอน โอน และชำระเงิน มีองค์ประกอบของบริการรวม 15 ด้าน ปรากฏว่าผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ “พอใจ” รวม 12 ด้าน โดยด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุดได้แก่เครื่อง ATM ที่ธนาคารนำมาให้บริการ

3. ด้านสินเชื่อ มีองค์ประกอบของบริการรวม 7 ด้าน ทุกด้านผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ “พอใจ” โดยด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ องค์ประกอบด้านการเรียกดูเอกสารประกอบการพิจารณาสินเชื่อ

สำหรับองค์ประกอบของบริการที่มีผู้รับบริการมีความพึงพอใจในระดับต่ำที่สุดของบริการแต่ละด้านมีดังนี้

1. ด้านสถานที่ ได้แก่ ห้องน้ำ ห้องส้วม
2. ด้านบริการฝาก ถอน โอน และชำระเงิน ได้แก่
 - 1) ด้านบริการฝากเงิน
 - 2) ด้านบริการถอนเงิน
 - 3) ด้านการจัดแบ่งแยกช่องประเภทบริการ
3. ด้านสินเชื่อ ได้แก่ ระยะเวลาที่ใช้ในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ

สำหรับปัจจัยเหตุที่ทำให้ผู้รับบริการ “ไม่พึงพอใจ” ของแต่ละด้านสรุปได้ดังนี้

1. ด้านสถานที่ที่มีปัจจัยเหตุของความไม่พึงพอใจ คือ ความไม่สะดวกจากบริการ
2. ด้านบริการฝาก ถอน โอน และชำระเงิน ปัจจัยเหตุของความไม่พึงพอใจ คือ
 - 1) ความเพียงพอของบริการ
 - 2) ความล่าช้าของบริการ
 - 3) ความไม่สะดวกของบริการ

พูนพิศมัย พรหมภิบาล (2540 : 59-65) ได้ศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกในบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์เครือสมิตเวช จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ลำดับความพึงพอใจของสมาชิกในบริการของสหกรณ์ฯ พบว่าสมาชิกฯ มีความพึงพอใจในบริการเรียงลำดับจากด้านที่พึงพอใจมากที่สุดไปถึงด้านที่พึงพอใจน้อยที่สุด ดังนี้ คือ ด้านสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่ให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมหรือเป็นธรรม ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ ด้านการให้บริการอย่างสุภาพอ่อนน้อม มีมนุษยสัมพันธ์ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ สำหรับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ พบว่า เพศ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก และอายุงานในบริษัท มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการ ส่วนตัวแปรด้าน อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ ตำแหน่งหน้าที่การงาน และวัตถุประสงค์ในการเป็นสมาชิก ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในบริการ

สุวัฒนา ใบเจริญ (2540 : 80-82) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคคำ)” ผลของการวิจัยพบว่า

1. ด้านการให้บริการในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้จากการให้บริการและด้านระยะเวลาในการดำเนินนั้น ลูกค้ามีความพึงพอใจมาก ส่วนด้านสถานที่ประกอบการ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับที่ปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายพบว่า ในเรื่องของทำเลที่ตั้ง การจัดตกแต่งสถานที่ความกว้างขวางและเอกสารสิ่งพิมพ์ที่จัดไว้ให้ลูกค้าขณะรอรับบริการนั้นมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนในเรื่องที่จอดรถจะมีความพึงพอใจในระดับน้อย

2. ลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียนมีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ ค้าขาย และอาชีพอื่นๆ

3. ลูกค้ายี่อายุที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่ลูกค้าที่มีอายุ 7-15 ปี จะมีระดับความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่มีอายุ 16 ปีขึ้นไป

สุนทร พรรณดวงเนตร (2540 : 43-45) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการฝาก-ถอนเงินของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในสาขาที่ใช้ระบบ CBPM. : ศึกษากรณีสาขา อุบลราชธานี” ผลของการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณาความพึงพอใจในองค์ประกอบพบว่า ความพึงพอใจในด้านพนักงานและการต้อนรับจะมีความพึงพอใจสูงสุด ส่วนความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับจะต่ำสุด ส่วนลำดับองค์ประกอบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการฝาก-ถอนเงินพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านพนักงานและการต้อนรับจะมีความพึงพอใจสูงสุด โดยพิจารณาเฉลี่ยจาก การแต่งกายของพนักงานและการสร้างบรรยากาศแห่งความเป็นมิตรที่ดี รองลงไปได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านสถานที่ประกอบการ โดยพิจารณาจากทำเลที่ตั้งของธนาคารและความกว้างของพื้นที่จอดรถ ส่วนความพึงพอใจในด้านข้อมูลที่ได้รับบริการมีความพึงพอใจต่ำสุด โดยพิจารณาจากคำแนะนำตอบปัญหาเกี่ยวกับบริการเงินฝากต่าง ๆ ของธนาคารและการตอบปัญหาเกี่ยวกับการฝากถอนเงิน ส่วนภูมิหลังของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับของลูกค้าคือ ด้านการศึกษาซึ่งลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะมีความพึงพอใจต่อการบริการฝาก-ถอนเงินมากกว่าลูกค้าที่ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ทั้งนี้เมื่อพิจารณาภูมิหลังของลูกค้าด้านอายุ อาชีพ รายได้ ต่อเดือน จำนวนเงินบัญชีเงินฝาก ระยะเวลาที่ติดต่อกับธนาคาร ความสัมพันธ์ส่วนตัวกับพนักงานหรือผู้จัดการและการมาใช้บริการได้รับทราบข้อมูลจากแหล่งใด ไม่มีความสัมพันธ์พึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนเงิน

นันทพร ดำรงพงศ์ (2541 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาอัมรินทร์พลาซ่า กรุงเทพมหานคร พบว่า ในการใช้บริการของธนาคารในภาพรวมพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจมาก และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านพนักงานและการต้อนรับมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสถานที่ประกอบการ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ อันดับสุดท้ายคือ ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง อย่างน้อย 2 ครั้ง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience sampling) เริ่มสุ่มตัวอย่างจากเวลาที่ธนาคารเปิดให้บริการลูกค้า ตั้งแต่ 8.30 – 15.30 น. ในวันจันทร์ – ศุกร์ โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ตามตารางการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ยามาเน่ (Yamane. 1973 : 1088)

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีเป้าประสงค์ที่จะหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจของลูกค้า โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นโดยอาศัยพิจารณาจากกรอบแนวคิด โดยนำตัวแปรแต่ละตัวมาสร้างเป็นแบบสอบถาม ในการรวบรวมข้อมูลซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) เป็นคำถามเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคลของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง เป็นแบบมาตราส่วน จำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ
2. ความพึงพอใจด้านการบริการของพนักงาน
3. ความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ
4. ความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้

คะแนน	1	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด
คะแนน	2	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
คะแนน	3	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
คะแนน	4	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
คะแนน	5	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเป็นคำถามชนิดปลายเปิด เพื่อให้ลูกค้าได้เสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่จะให้ธนาคารปรับปรุงการบริการด้านต่าง ๆ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ดำเนินการสร้างดังนี้

1. ศึกษาตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย และสร้างเครื่องมือ ในการวิจัยให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายการวิจัย
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาแบบทดสอบ จะได้มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายการวิจัยยิ่งขึ้น
3. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการใน 4 ด้าน คือ ด้านสถานที่ประกอบการ 10 ข้อ ด้านการบริการของพนักงาน 10 ข้อ ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ 10 ข้อ และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร 10 ข้อ
4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปขอรับคำแนะนำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้ความเที่ยงตรงในเชิงเนื้อหา และความเชื่อถือได้ เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ
5. แบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปตรวจสอบการหาความเที่ยงตรง (Validity) ตามเนื้อหา โดยใช้สถิติในการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน คือ
 - 5.1 รองศาสตราจารย์สุภาพพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์
 - 5.2 อาจารย์ผจงศักดิ์ หมดสง
 - 5.3 อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไข และผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา สารนิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้งให้สมบูรณ์ก่อนนำไปทดสอบ (Try out)
7. การทดสอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามดังกล่าวไปทำการทดสอบก่อนนำไปใช้ กับลูกค้า และผู้ที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน เพื่อหาค่าอำนาจจำแนก โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน แล้วเลือกข้อที่มีค่าอำนาจจำแนก ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ข้อคำถามจำนวน 40 ข้อ คือ ด้านสถานที่ประกอบการ 10 ข้อ ด้านการบริการของพนักงาน 10 ข้อ ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ 10 ข้อ และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร 10 ข้อ
8. วิเคราะห์หาความเชื่อถือได้ และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) โดยใช้สูตรของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.94

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

จากการกำหนดขนาดตัวอย่างและวิธีการเลือกตัวอย่างดังกล่าว ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ผู้วิจัยได้เน้นการตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือรับรองและแนะนำตัวผู้วิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือต่อผู้บริหารของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง
2. ผู้วิจัยติดต่อผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล
3. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถาม พร้อมหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ไปดำเนินการให้ลูกค้าตอบแบบสอบถาม พร้อมให้คำแนะนำในการตอบแบบสอบถามแก่ลูกค้าของธนาคาร
5. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับการตอบแล้วทั้งหมด เพื่อดำเนินการขั้นตอนการวิจัยต่อไป

4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมทั้งหมดมาวิเคราะห์ ดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ล่วงหน้า สำหรับแบบสอบถามที่เป็นปลายปิด (Close-ended) ส่วนแบบสอบถามที่เป็นปลายเปิด (Open-ended) ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มคำตอบแล้วจึงนับคะแนนใส่รหัส
3. การประมวลผลข้อมูลที่ลงรหัสแล้ว โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences (SPSS)) และการแจกแจงความถี่ของทุกตัวแปรแล้ว คำนวณค่าร้อยละ (Percentage)
4. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้า โดยหา ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation (S.D.)) เป็นรายด้านและรายข้อ ซึ่งพิจารณาแบ่งเกณฑ์ออกเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่า (Rating scales) โดยกำหนดให้ระดับความพึงพอใจ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด มีค่าคะแนนเป็น 1, 2, 3, 4, 5 ตามลำดับ สามารถแบ่งเกณฑ์ค่าคะแนนเฉลี่ยดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
5. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้สถิติ t - test (Analysis of Variance) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติในการทดสอบที่ 0.05 และ 0.01 มีวิธีการทางสถิติดังนี้คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) การวิเคราะห์ตัวแปรกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบ t - test และระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way Analysis of Variance) ถ้าพบค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01
6. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดจะนำเสนอเป็นข้อมูลเพิ่มเติม

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยข้อมูลมีการใช้ค่าสถิติดังต่อไปนี้

1. ค่าสถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 สูตรค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

$$\begin{aligned} \bar{X} &= \text{คะแนนเฉลี่ยหรือค่าเฉลี่ย} \\ \frac{\sum X}{N} &= \text{ผลรวมของคะแนนข้อมูล} \\ &= \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง} \end{aligned}$$

1.3 สูตรส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

$$S.D = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
$\sum X^2$		แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
$(\sum X)^2$		แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
N		แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

2. สถิติใช้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

2.1 ค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) ของแบบสอบถามใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายข้อของกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ โดยใช้ t-test (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541 : 90)

$$t = \frac{\bar{X}_H - \bar{X}_L}{\sqrt{\frac{S_H^2}{n_H} + \frac{S_L^2}{n_L}}}$$

เมื่อ t แทน ค่าที่ใช้ตัดสินว่าข้อความนั้นมีอำนาจจำแนกอยู่ในเกณฑ์ที่ใช้ได้หรือไม่

$\bar{X}_H, \bar{X}_L$ แทน ค่าเฉลี่ยที่ได้จากกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ตามลำดับ

S_H^2, S_L^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนจากกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ตามลำดับ

n_H, n_L แทน จำนวนผู้ตอบในกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ตามลำดับ

2.2 ตรวจสอบคุณภาพความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (Alpha – Coefficient) ของ Cronbach

$$\alpha = \frac{n}{(n-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right\}$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่น

n แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum Si^2$ แทน ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

St^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ตามตัวแปรเพศ โดยใช้สถิติ t - test ในกรณีความแปรปรวน 2 กลุ่มใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution

$\bar{X}_1, \bar{X}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

S_1^2, S_2^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ

n_1, n_2 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ตามตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) ใช้สูตร

$$F = \frac{MS_{\text{ระหว่างกลุ่ม}}}{MS_{\text{ภายในกลุ่ม}}}$$

F แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F – distribution

$MS_{\text{ระหว่างกลุ่ม}}$ แทน ความแปรปรวน (Mean Square) ระหว่างกลุ่ม

$MS_{\text{ภายในกลุ่ม}}$ แทน ความแปรปรวน (Mean Square) ภายในกลุ่ม

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วานิชย์ปัญญา. 2544 : 333)

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{\frac{2MSE}{n_i}}$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$

$$r = n - k$$

เมื่อ LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j

MSE แทน ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

k แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

n แทน จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาหัวขวาง ครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ในการแปลความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- n = จำนวนผู้รับบริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
- $\bar{x}$ = ค่าเฉลี่ย (Mean)
- S.D. = ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- SS = ค่าผลรวมคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
- MS = ค่าเฉลี่ยผลรวมคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean of Squares)
- t = ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา t - Distribution
- F = ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา F - Distribution
- df = ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
- p = ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
- $*$ = ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- $**$ = ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เกณฑ์ระดับค่าเฉลี่ยและการแปลความหมาย

ระดับค่าเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด
ระดับค่าเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายถึง	พึงพอใจมาก
ระดับค่าเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
ระดับค่าเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึง	พึงพอใจน้อย
ระดับค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาหัวขวาง ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะอาดที่ได้รับบริการ และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐาน เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ให้บริการ และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์คำถามปลายเปิด เพื่อรวบรวมเป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ให้บริการ และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการ โดยแจกแจงเป็นจำนวนและค่าร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง 1 และ 2

ตาราง 1 จำนวนและอัตราร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการ

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ			
	ชาย	162	40.50
	หญิง	238	59.50
	รวม	400	100.00
2. อายุ			
	ต่ำกว่า 20 ปี	41	10.25
	20 – 30 ปี	129	32.25
	31 – 40 ปี	154	38.50
	40 ปี ขึ้นไป	76	19.00
	รวม	400	100.00
3. ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	310	77.50
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	83	20.75
	สูงกว่าปริญญาตรี	7	1.75
	รวม	400	100.00
4. อาชีพ			
	นักเรียน / นิสิตนักศึกษา	67	16.75
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	42	10.50
	รับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน	152	38.00
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	95	23.75
	แม่บ้าน	31	7.75
	อาชีพอื่น	13	3.25
	รวม	400	100.00

อาชีพอื่น หมายถึง แม่ชี เกษียณอายุ และนวดแผนโบราณ

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน	ร้อยละ
5.	รายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	255	66.25
	10,001 – 20,000 บาท	103	25.25
	20,001 – 30,000 บาท	21	5.25
	30,001 – 40,000 บาท	9	2.25
	สูงกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	2	0.50
	รวม	400	100.00
6.	ระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการ		
	ต่ำกว่า 1 ปี	103	25.75
	1 – 3 ปี	184	46.00
	4 – 5 ปี	44	11.00
	มากกว่า 5 ปี	69	17.25
	รวม	400	100.00

ตาราง 2 ตารางหลังจากผู้วิจัยได้ปรับค่าจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากตาราง 1 เพื่อการวิเคราะห์ผลเปรียบเทียบ ปรากฏผลดังนี้

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน	ร้อยละ
1.	เพศ		
	ชาย	162	40.50
	หญิง	238	59.50
	รวม	400	100.00
2.	อายุ		
	ต่ำกว่า 20 ปี	41	10.25
	20 – 30 ปี	129	32.25
	31 – 40 ปี	154	38.50
	40 ปี ขึ้นไป	76	19.00
	รวม	400	100.00
3.	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	310	77.50
	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	90	22.50
	รวม	400	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน	ร้อยละ
4.	อาชีพ		
	นักเรียน / นิสิตนักศึกษา	67	16.75
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	42	10.50
	รับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน	152	38.00
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	95	23.75
	แม่บ้าน	31	7.75
	อาชีพอื่น	13*	3.25
	รวม	400	100.00
5.	รายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	255	66.25
	สูงกว่า 10,000 ขึ้นไป	135	33.75
	รวม	400	100.00
6.	ระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการ		
	ต่ำกว่า 1 ปี	103	25.75
	1 – 3 ปี	184	46.00
	4 – 5 ปี	44	11.00
	มากกว่า 5 ปี	69	17.25
	รวม	400	100.00

* ไม่นำมาวิเคราะห์เนื่องจากมีจำนวนน้อย

จากตาราง 2 แสดงว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพรับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการ 1 – 3 ปี

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร

เป็นการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตาราง 3 - 7

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร ในภาพรวม

ความพึงพอใจในภาพรวม		$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.	ด้านสถานที่ประกอบการ	3.17	0.46	ปานกลาง
2.	ด้านการบริการของพนักงาน	3.60	0.50	มาก
3.	ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ	3.48	0.43	ปานกลาง
4.	ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร	3.44	0.50	ปานกลาง
รวม		3.42	0.39	ปานกลาง

จากตาราง 3 แสดงว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านการบริการของพนักงานอยู่ในระดับมาก

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขา
ห้วยขวาง ในด้านสถานที่ประกอบการ รายข้อ

ความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ		$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.	ทำเลที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการติดต่อ	3.74	0.63	มาก
2.	เอกลักษณ์ของธนาคารมีความชัดเจน	3.55	0.64	มาก
3.	บรรยากาศในสำนักงานทำให้เกิดความประทับใจ	3.40	0.71	ปานกลาง
4.	การจัดตกแต่งภายในอาคารสำนักงาน	3.47	0.65	ปานกลาง
5.	ความสะอาดภายในสำนักงาน	3.39	0.66	ปานกลาง
6.	การจัดที่นั่งเพื่อรอรับบริการ	2.51	0.80	ปานกลาง
7.	การติดป้ายชื่อส่วนงานบริการ	3.54	0.67	มาก
8.	ขนาดของพื้นที่ในการให้บริการ	2.50	0.84	ปานกลาง
9.	สภาพแวดล้อมบริเวณใกล้เคียงสำนักงาน	3.35	0.88	ปานกลาง
10.	มีสถานที่จอดรถสะดวก	2.30	0.96	น้อย
รวม		3.17	0.46	ปานกลาง

จากตาราง 4 แสดงว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ลูกค้าพึงพอใจน้อยคือมีสถานที่จอดรถสะดวก และข้อที่ลูกค้าพึงพอใจ มาก คือ ทำเลที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการติดต่อ เอกลักษณ์ของธนาคารมีความชัดเจน และ การติดป้ายชื่อส่วนงานบริการ ส่วนข้ออื่นๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขา
ห้วยขวาง ในด้านการบริการของพนักงาน รายข้อ

ความพึงพอใจด้านการบริการของพนักงาน		$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.	สร้างบรรยากาศแห่งความเป็นมิตรที่ดีต่อลูกค้า	3.71	0.58	มาก
2.	การใช้น้ำเสียงและกิริยาจาสุภาพ	3.67	0.61	มาก
3.	การมีอัธยาศัยไมตรีและมีมนุษยสัมพันธ์	3.63	0.61	มาก
4.	การเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.33	0.81	ปานกลาง
5.	การแต่งกายของพนักงาน	3.83	0.59	มาก
6.	บุคลิกภาพโดยรวมของพนักงาน	3.82	0.63	มาก
7.	การให้ข้อมูลบริการต่างๆ แก่ลูกค้า	3.54	0.70	มาก
8.	การให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม เสมอภาคกัน	3.71	0.72	มาก
9.	ความรวดเร็วและถูกต้องในการบริการ	3.26	0.84	ปานกลาง
10.	สามารถให้คำแนะนำชี้แจงแก่ลูกค้าได้ชัดเจน	3.54	0.72	มาก
รวม		3.60	0.50	มาก

จากตาราง 5 แสดงว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านด้านการบริการของพนักงาน โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ลูกค้าพึงพอใจปานกลางคือ การเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ และความรวดเร็วและถูกต้องในการบริการ ส่วนข้ออื่นๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ห้วยขวาง ในด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ รายข้อ

ความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ ได้รับบริการ		$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.	เวลาเปิดและปิดทำการของธนาคาร	3.51	0.62	มาก
2.	การจัดลำดับการให้บริการก่อน – หลัง	3.82	0.65	มาก
3.	รูปแบบการให้บริการเข้าใจง่าย	3.67	0.61	มาก
4.	ขั้นตอนการดำเนินการไม่ซับซ้อน	3.64	0.61	มาก
5.	ความรวดเร็ว ทันใจ ในการให้บริการ	2.94	0.82	ปานกลาง
6.	มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	3.19	0.84	ปานกลาง
7.	ความยืดหยุ่นให้แก่ลูกค้าในบางกรณี	3.46	0.65	ปานกลาง
8.	การเสนอบริการครบวงจร	3.63	0.67	มาก
9.	การติดต่อสื่อสารกับธนาคารทำได้ง่าย	3.56	0.68	มาก
10.	ระบบเทคโนโลยีการให้บริการที่ทันสมัย	3.37	0.79	ปานกลาง
รวม		3.48	0.43	ปานกลาง

จากตาราง 6 แสดงว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ลูกค้าพึงพอใจปานกลางคือ ความรวดเร็ว ทันใจ ในการให้บริการ มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ ความยืดหยุ่นให้แก่ลูกค้าในบางกรณี และระบบเทคโนโลยีการให้บริการที่ทันสมัย ส่วนข้ออื่นๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขา
หัวขวาง ในด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร รายข้อ

ความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสาร ที่ได้รับจากธนาคาร		$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.	มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพ ในการบริการ	3.47	0.75	ปานกลาง
2.	การจัดเอกสารคำแนะนำขั้นตอนการให้บริการ	3.65	0.67	มาก
3.	การบริการเอกสาร สิ่งพิมพ์ เกี่ยวกับธุรกิจของ ธนาคารโดยสม่ำเสมอ	3.41	0.64	ปานกลาง
4.	การส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์งานบริการของ ธนาคาร	3.37	0.66	ปานกลาง
5.	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ	3.36	0.91	ปานกลาง
6.	การแจ้งข่าวสารบริการพิเศษต่างๆ	3.34	0.67	ปานกลาง
7.	การแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าโดยตรง	2.77	0.99	ปานกลาง
8.	การบริการตอบปัญหาแก้ไขข้อสงสัยของลูกค้า	3.55	0.74	มาก
9.	ข้อมูลที่ได้รับมีความถูกต้องเชื่อถือได้	3.72	0.74	มาก
10.	ข้อมูลที่ได้รับมีประโยชน์ต่อลูกค้า	3.75	0.73	มาก
รวม		3.44	0.50	ปานกลาง

จากตาราง 7 แสดงว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร โดยรวม อยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ลูกค้าพึงพอใจมากคือ การจัดเอกสารคำแนะนำขั้นตอนการให้บริการ การบริการตอบปัญหาแก้ไขข้อสงสัยของลูกค้า ข้อมูลที่ได้รับมีความถูกต้องเชื่อถือได้ ข้อมูลที่ได้รับมีประโยชน์ต่อลูกค้า ส่วนข้ออื่นๆลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐานเป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ให้บริการ และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการ โดยมีผลการทดสอบสมมุติฐาน การวิจัยดังแสดงในตาราง 8 ถึง 26

การทดสอบสมมุติฐาน

3.1 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 1 : ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน ดังตาราง 8

ตาราง 8 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง โดยรวม จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจในภาพรวม ของลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามเพศ		เพศ							
		ชาย (n=162)			หญิง (n=238)			t	p
		$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ		
1.	ด้านสถานที่ประกอบการ	3.09	0.46	ปาน กลาง	3.23	0.46	ปาน กลาง	3.042**	0.003
2.	ด้านการบริการของพนักงาน	3.54	0.51	มาก	3.65	0.49	มาก	2.171*	0.031
3.	ด้านความสะดวกที่ได้รับ บริการ	3.43	0.44	ปาน กลาง	3.51	0.42	มาก	1.912	0.057
4.	ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ จากธนาคาร	3.41	0.50	ปาน กลาง	3.46	0.49	ปาน กลาง	0.931	0.352
รวม		3.37	0.40	ปาน กลาง	3.46	0.38	ปาน กลาง	2.429*	0.016

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01
* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 8 แสดงว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 และ มีความพึงพอใจด้านด้านการบริการของพนักงาน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้าที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่เป็นเพศชาย ส่วนด้านอื่นๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจ แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2 : ลูกค้ำที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในรายด้านและรวม ทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน ดังตาราง 9-14

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจในภาพรวม ของลูกค้าที่มารับบริการ จำแนกตามอายุ		ต่ำกว่า 20 ปี		20 – 30 ปี		31 – 40 ปี		40 ปีขึ้นไป		
		$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1.	ด้านสถานที่ประกอบการ	3.19	0.47	ปานกลาง	3.06	0.44	ปานกลาง	3.21	0.47	ปานกลาง
2.	ด้านการบริการของพนักงาน	3.60	0.50	มาก	3.51	0.54	มาก	3.61	0.49	มาก
3.	ด้านความสะดวกที่ได้รับ บริการ	3.47	0.43	ปานกลาง	3.36	0.44	ปานกลาง	3.53	0.44	มาก
4.	ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ จากธนาคาร	3.43	0.46	ปานกลาง	3.35	0.50	ปานกลาง	3.47	0.52	ปานกลาง
	รวม	3.42	0.39	ปานกลาง	3.32	0.41	ปานกลาง	3.45	0.39	ปานกลาง
								3.54	0.31	มาก

จากตาราง 9 แสดงว่า ลูกค้าในแต่ละระดับอายุมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ดังนี้

ลูกค้าที่มีระดับอายุต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นลูกค้าที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการบริการของพนักงานลูกค้าทุกกระดับอายุมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านสถานที่ประกอบการ ลูกค้าทุกระดับอายุมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ ลูกค้าอายุ 20 – 30 ปี และ อายุ 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง อายุ 31 – 40 ปี และ 40 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร ลูกค้าอายุ 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจในระดับ มาก นอกเหนืออยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง โดยรวม จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจในภาพรวม จำแนกตามอายุ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านสถานที่ประกอบการ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.91	0.97	4.654**	0.003
	ภายในกลุ่ม	396	82.62	0.21		
	รวม	399	85.53			
2. ด้านการบริการของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	3	2.66	0.89	3.640*	0.013
	ภายในกลุ่ม	396	96.36	0.24		
	รวม	399	99.02			
3. ด้านความสะดวกที่ได้รับ บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	3.04	1.01	5.803**	0.001
	ภายในกลุ่ม	396	69.11	0.17		
	รวม	399	72.15			
4. ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจาก ธนาคาร	ระหว่างกลุ่ม	3	1.84	0.61	2.525	0.057
	ภายในกลุ่ม	396	96.34	0.24		
	รวม	399	98.19			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	2.51	0.84	5.770**	0.001
	ภายในกลุ่ม	396	57.43	0.15		
	รวม	399	59.94			

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 10 แสดงว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านสถานที่ประกอบการและ ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการลูกค้ามีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านการบริการของพนักงานลูกค้ามีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน และด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ แตกต่างกัน ในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังผลในตารางต่อไปนี้

ตาราง 11 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาหัวขวาง โดยรวม เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอายุ

ระดับอายุ	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี 3.42	20 – 30 ปี 3.32	31 – 40 ปี 3.45	40 ปี ขึ้นไป 3.54
ต่ำกว่า 20 ปี	3.42	-	0.10 (0.140)	0.03 (0.618)	0.12 (0.116)
20 – 30 ปี	3.32		-	0.13** (0.003)	0.22** (0.000)
31 – 40 ปี	3.45			-	0.08 (0.122)
40 ปี ขึ้นไป	3.54				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 11 แสดงว่า ลูกค้าที่มีอายุ 31 – 40 ปี และลูกค้าที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวม มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ อายุ 20 – 30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ส่วนคู่อื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง
ด้านสถานที่ประกอบการ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอายุ

ระดับอายุ	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	40 ปี ขึ้นไป
		3.19	3.06	3.21	3.29
ต่ำกว่า 20 ปี	3.19	-	0.13 (0.118)	0.02 (0.797)	0.10 (0.245)
20 – 30 ปี	3.06		-	0.15** (0.007)	0.23** (0.001)
31 – 40 ปี	3.21			-	0.08 (0.199)
40 ปี ขึ้นไป	3.29				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01
* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 แสดงว่า ลูกค้าที่มีอายุ 31 – 40 ปี และลูกค้าที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจ
ด้านสถานที่ประกอบการ มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 20 – 30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ส่วนคู่
อื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ด้านการบริการของพนักงาน เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอายุ

ระดับอายุ	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี 3.60	20 – 30 ปี 3.51	31 – 40 ปี 3.61	40 ปี ขึ้นไป 3.75
ต่ำกว่า 20 ปี	3.60	-	0.09 (0.313)	0.01 (0.951)	0.15 (0.127)
20 – 30 ปี	3.51		-	0.09 (0.109)	0.24** (0.001)
31 – 40 ปี	3.61			-	0.14* (0.042)
40 ปี ขึ้นไป	3.75				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 แสดงว่า ลูกค้าที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านการบริการของพนักงาน มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 20 – 30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 และมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 31 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอายุ

ระดับอายุ	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	40 ปี ขึ้นไป
		3.47	3.36	3.53	3.58
ต่ำกว่า 20 ปี	3.47	-	0.11 (0.160)	0.06 (0.384)	0.12 (0.149)
20 – 30 ปี	3.36		-	0.17** (0.001)	0.22** (0.000)
31 – 40 ปี	3.53			-	0.05 (0.366)
40 ปี ขึ้นไป	3.58				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 แสดงว่า ลูกค้าที่มีอายุ 31 – 40 ปี และลูกค้าที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 20 – 30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ส่วนคู่อื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 3 : ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจที่มากใ้ใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาหัวขวาง ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน ดังตาราง 15

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่มากใ้ใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาหัวขวาง จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจในภาพรวมของลูกค้า		ระดับการศึกษา						
คำที่มารับบริการจำแนกตามระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 310)	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 310)		ปริญญาตรีขึ้นไป (n = 90)		t	p	
		$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{x}$			S.D.
1. ด้านสถานที่ประกอบการ	3.24	0.45	ปานกลาง	2.93	0.43	ปานกลาง	5.86	0.00
2. ด้านการบริการของพนักงาน	3.67	0.46	มาก	3.38	0.56	ปานกลาง	5.08	0.00
3. ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ	3.53	0.40	มาก	3.30	0.47	ปานกลาง	4.74	0.00
4. ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร	3.49	0.45	ปานกลาง	3.25	0.59	ปานกลาง	4.28	0.00
รวม	3.49	0.35	ปานกลาง	3.21	0.43	ปานกลาง	6.14	0.00

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 แสดงว่า ลูกค้าในแต่ละระดับการศึกษามีความพึงพอใจที่มากใ้ใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาหัวขวาง ดังนี้
 ลูกค้าในแต่ละระดับการศึกษาต่างกันลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับปานกลางและแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า
 ด้านการบริการของพนักงาน และด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนด้านอื่น ๆ ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 เช่นเดียวกันอยู่ในระดับปานกลาง

3.4 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 4 : ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจที่ใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน ดังตาราง 16 - 21

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจในภาพรวมของลูกค้าที่มารับบริการจำแนกตามอาชีพ									
	นักเรียน / นิสิตนักศึกษา			ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ			รับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านสถานที่ประกอบการ	2.98	0.48	ปานกลาง	3.13	0.38	ปานกลาง	3.23	0.46	ปานกลาง
2. ด้านการบริการของพนักงาน	3.38	0.52	ปานกลาง	3.64	0.38	มาก	3.63	0.51	มาก
3. ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ	3.28	0.44	ปานกลาง	3.50	0.38	มาก	3.50	0.44	มาก
4. ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร	3.28	0.54	ปานกลาง	3.46	0.52	ปานกลาง	3.46	0.47	ปานกลาง
รวม	3.23	0.42	ปานกลาง	3.43	0.31	ปานกลาง	3.46	0.38	ปานกลาง

ความพึงพอใจในภาพรวมของลูกค้า		ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว		แม่บ้าน			
คำที่มารับบริการจำแนกตามอาชีพ							
		$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.	ด้านสถานที่ประกอบการ	3.18	0.47	ปานกลาง	3.36	0.41	ปานกลาง
2.	ด้านการบริการของพนักงาน	3.67	0.51	มาก	3.67	0.47	มาก
3.	ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ	3.53	0.42	มาก	3.53	0.36	มาก
4.	ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร	3.50	0.49	มาก	3.45	0.44	ปานกลาง
รวม		3.47	0.40	ปานกลาง	3.50	0.32	มาก

จากตาราง 16 แสดงว่า ลูกคำที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นอาชีพแม่บ้าน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับจากธนาคาร ลูกคำที่อาชีพต่างกันมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นลูกคำที่เป็นนักเรียน/ นิสิตนักศึกษา มีความพึงพอใจในด้านดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านอื่นๆลูกคำมีความพึงพอใจระดับปานกลาง

ตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง โดยรวม จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจในภาพรวม จำแนกตามอาชีพ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านสถานที่ประกอบการ	ระหว่างกลุ่ม	5	4.29	0.86	4.165**	0.001
	ภายในกลุ่ม	394	81.24	0.21		
	รวม	399	85.53			
2. ด้านการบริการของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	5	4.20	0.84	3.488*	0.004
	ภายในกลุ่ม	394	94.82	0.24		
	รวม	399	99.02			
3. ด้านความสะอาดที่ได้รับบริการ	ระหว่างกลุ่ม	5	3.22	0.64	3.680**	0.003
	ภายในกลุ่ม	394	68.93	0.17		
	รวม	399	72.15			
4. ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร	ระหว่างกลุ่ม	5	2.39	0.48	1.966	0.083
	ภายในกลุ่ม	394	95.80	0.24		
	รวม	399	98.19			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5	3.15	0.63	4.375**	0.001
	ภายในกลุ่ม	394	56.78	0.14		
	รวม	399	59.94			

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01
* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 แสดงว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ด้านสถานที่ประกอบการ และด้านความสะอาดที่ได้รับบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ด้านการบริการของพนักงาน ลูกค้ามีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน และด้านความสะอาดที่ได้รับบริการ แตกต่างกัน ในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังผลในตารางต่อไปนี้

ตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้ำที่ใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาน้ำยขวาง โดยรวม เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน / นิสิต		ข้าราชการ / พนักงาน		รับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	แม่บ้าน
	ค่าเฉลี่ย	นักศึกษา	รัฐวิสาหกิจ				
	$\bar{x}$	3.23	3.43	3.46	3.47	3.50	
นักเรียน / นิสิตนักศึกษา	3.23	-	0.20*	0.23**	0.24**	0.27**	
			(0.007)	(0.000)	(0.000)	(0.001)	
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.43		-	0.02	0.04	0.07	
				(0.723)	(0.591)	(0.435)	
รับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน	3.46			-	0.01	0.05	
					(0.772)	(0.532)	
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	3.47				-	-0.03	
						(0.680)	
แม่บ้าน	3.50					-	

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 แสดงว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน มีความพึงพอใจโดยรวมมากกว่าลูกค้ำที่เป็นนักเรียน/นิสิตนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ส่วนคู่อื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารอมสิน สาขาห้วยขวาง ด้านสถานที่ประกอบการ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน / นิสิต นัก ข้าราชการ / พนักงาน					
	ค่าเฉลี่ย	ศึกษา	รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	แม่บ้าน
	$\bar{x}$	2.98	3.13	3.23	3.18	3.36
นักเรียน / นิสิต นักศึกษา	2.98	-	0.15 (0.085)	0.25** (0.000)	0.02** (0.006)	0.39** (0.000)
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.13	-	-	0.10 (0.212)	0.05 (0.571)	0.23* (0.032)
รับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน	3.23			-	0.05 (0.389)	0.13 (0.140)
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	3.18				-	0.18 (0.051)
แม่บ้าน	3.36					-

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 แสดงว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพรับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ มากกว่า ลูกค้ำที่เป็นนักเรียน/นิสิตนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ลูกค้ำที่เป็นแม่บ้านมีความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ มากกว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่นๆ แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้ำที่ใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาช่วยวาง ด้านการบริการของพนักงาน เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน / นิสิตนัก ข้าราชการ / พนักงาน					
	ค่าเฉลี่ย	ศึกษา	รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	แม่บ้าน
	$\bar{x}$	3.38	3.64	3.63	3.67	3.37
นักเรียน / นิสิตนักศึกษา	3.38	-	0.26** (0.008)	0.25** (0.001)	0.29** (0.000)	0.30** (0.006)
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.64	-	0.01 (0.949)	0.03 (0.711)	0.04 (0.650)	0.04 (0.741)
รับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน	3.63	-	-	0.04 (0.541)	0.00 (0.963)	-
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	3.67	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	3.67	-	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 แสดงว่า ลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รับจ้าง/ลูกจ้างเอกชน แม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านการบริการของพนักงาน มากกว่าลูกค้าที่เป็นนักเรียน/นิสิตนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ส่วนอื่นๆ แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้ำที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน / นิสิตนัก					
	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ศึกษา	รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	แม่บ้าน
นักเรียน / นิสิตนักศึกษา	3.28	-	0.22** (0.009)	0.22** (0.000)	0.25** (0.000)	0.24** (0.008)
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.50	-	-	0.00 (0.950)	0.03 (0.664)	0.03 (0.795)
รับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน	3.50			-	0.03 (0.595)	0.02 (0.797)
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	3.53				-	0.01 (0.927)
แม่บ้าน	3.53					-

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 แสดงว่า ลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รับจ้าง/ลูกจ้างเอกชน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ให้บริการ มากกว่าลูกค้าที่เป็นนักเรียน/นิสิตนักศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ส่วนคู่อื่นๆ แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.5 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 5 : ลูกค้าที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน ดังตาราง 22

ตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง โดยรวม จำแนกตามรายได้

		รายได้							
ความพึงพอใจในภาพรวมของ ลูกค้าที่มาใช้บริการจำแนก ตามการศึกษา		ต่ำกว่า 10,000 บาท			ตั้งแต่ 10,000ขึ้นไป			t	p
		(n=256)			(n=90)				
		$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ		
1.	ด้านสถานที่ประกอบการ	3.18	0.48	ปานกลาง	3.15	0.44	ปานกลาง	0.57	0.56
2.	ด้านการบริการของพนักงาน	3.61	0.48	มาก	3.59	0.53	มาก	0.32	0.74
3.	ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ	3.47	0.42	ปานกลาง	3.49	0.43	ปานกลาง	0.28	0.78
4.	ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร	3.46	0.48	ปานกลาง	3.38	0.51	ปานกลาง	1.58	0.12
รวม		3.43	0.38	ปานกลาง	3.40	0.40	ปานกลาง	0.69	0.49

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01
* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 แสดงว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านการบริการของพนักงานลูกค้ามีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.6 การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 6 : ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เคยใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจที่มากมาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาหัวขวาง ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน ดังตาราง 23

ตาราง 23 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาหัวขวาง จำแนกตามระยะเวลาที่เคยใช้บริการ

ความพึงพอใจในภาพรวมของลูกค้าที่มารับ บริการจำแนกตามระยะเวลาที่เคยใช้บริการ		ต่ำกว่า 1 ปี		1 – 3 ปี			
		$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.	ด้านสถานที่ประกอบการ	3.10	0.42	ปานกลาง	3.23	0.46	ปานกลาง
2.	ด้านการบริการของพนักงาน	3.59	0.49	มาก	3.63	0.52	มาก
3.	ด้านความสะดวกที่ให้บริการ	3.45	0.42	ปานกลาง	3.49	0.44	ปานกลาง
4.	ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร	3.40	0.46	ปานกลาง	3.47	0.50	ปานกลาง
รวม		3.38	0.36	ปานกลาง	3.46	0.40	ปานกลาง

ความพึงพอใจในภาพรวมของลูกค้าที่มารับ บริการจำนวนตามระยะเวลาที่เคยใช้บริการ		4 - 5 ปี		มากกว่า 5 ปี		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านสถานที่ประกอบการ	3.12	0.47	ปานกลาง	3.17	0.52	ปานกลาง
2. ด้านการบริการของพนักงาน	3.47	0.54	ปานกลาง	3.64	0.40	มาก
3. ด้านความสะอาดที่ได้รับบริการ	3.37	0.45	ปานกลาง	3.56	0.36	มาก
4. ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร	3.42	0.61	ปานกลาง	3.42	0.45	ปานกลาง
รวม	3.35	0.45	ปานกลาง	3.45	0.34	ปานกลาง

จากตาราง 23 แสดงว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เคยใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านการบริการของพนักงาน ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เคยใช้บริการต่ำกว่า 1 ปี , 1- 3 ปี, และมากกว่า 5 ปี มีความพึงพอใจในระดับมาก รวมทั้งด้านความสะอาดที่ได้รับบริการ ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เคยใช้บริการมากกว่า 5 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากเช่นเดียวกัน

ตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาหัวขวาง โดยรวม จำแนกตามระยะเวลาที่เคยใช้บริการ

ความพึงพอใจในภาพรวม จำแนกตามระยะเวลา ที่มาใช้บริการ	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	p
1. ด้านสถานที่ประกอบการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.18	0.39	1.841	0.139
	ภายในกลุ่ม	396	84.35	0.21		
	รวม	399	85.53			
2. ด้านการบริการของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	3	1.00	0.33	1.353	0.257
	ภายในกลุ่ม	396	98.01	0.25		
	รวม	399	99.02			
3. ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.14	0.38	2.119	0.097
	ภายในกลุ่ม	396	71.01	0.18		
	รวม	399	72.15			
4. ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจาก ธนาคาร	ระหว่างกลุ่ม	3	0.42	0.14	0.561	0.641
	ภายในกลุ่ม	396	97.77	0.25		
	รวม	399	98.19			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.66	0.22	1.478	0.220
	ภายในกลุ่ม	396	59.27	0.15		
	รวม	399	59.94			

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 แสดงว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เคยใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมและราย
ด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 4 การรวบรวมข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง

ตาราง 25 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกค้าที่มีต่อการมาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
1	ควรปรับปรุงคุณภาพและเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานในการให้บริการ
2	ต้องการให้มีตู้ ATM มากขึ้น เพื่อเพียงพอต่อการให้บริการ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในการวางแผนปรับปรุงแนวทางการดำเนินงาน การกำหนดนโยบาย การพัฒนารูปแบบการให้บริการของธนาคารออมสินให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ อันเป็นพื้นฐานที่จะนำไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารต่อไป

สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ใน 4 ด้าน

คือ

- 1.1 ด้านสถานที่ประกอบการ
- 1.2 ด้านการบริการของพนักงาน
- 1.3 ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ
- 1.4 ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร

2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในรายด้านและรวมทุกด้าน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการ

3. เพื่อรวบรวมเป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการให้บริการของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารออมสินสาขาห้วยขวาง

สมมุติฐานในการวิจัย

1. ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการ ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการ ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน
3. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการ ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน
4. ลูกค้าที่ประกอบอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการ ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน
5. ลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการ ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน
6. ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการ ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง อย่างน้อย 2 ครั้ง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience sampling) เริ่มสุ่มตัวอย่างจากเวลาที่ธนาคารเปิดให้บริการลูกค้า ตั้งแต่ 8.30 – 15.30 น. ในวันจันทร์ – ศุกร์ โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นโดยอาศัยการพิจารณาจากกรอบแนวคิด โดยนำตัวแปรแต่ละตัวมาสร้างเป็นแบบสอบถาม ในการรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าที่มาใช้บริการ เป็นแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 6 ข้อ เป็นคำถามเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคลของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง เป็นแบบมาตราส่วน (Rating scale) จำนวน 40 ข้อ จำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ
2. ความพึงพอใจด้านการบริการของพนักงาน
3. ความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ
4. ความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเป็นคำถามชนิดปลายเปิด เพื่อให้ลูกค้าได้เสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่จะให้ธนาคารปรับปรุงการบริการด้านต่าง ๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

จากการกำหนดขนาดตัวอย่างและวิธีการเลือกตัวอย่างดังกล่าว ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ผู้วิจัยได้เนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือรับรองและแนะนำตัวผู้วิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือต่อผู้บริหารของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง
2. ผู้วิจัยติดต่อผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล
3. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถาม พร้อมหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ไปดำเนินการให้ลูกค้าตอบแบบสอบถาม พร้อมให้คำแนะนำในการตอบแบบสอบถามแก่ลูกค้าของธนาคาร

5. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับการตอบแล้วทั้งหมด เพื่อดำเนินการขั้นตอนการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมทั้งหมดมาวิเคราะห์ ดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
 2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ล่วงหน้า สำหรับแบบสอบถามที่เป็นปลายปิด (Close-ended) ส่วนแบบสอบถามที่เป็นปลายเปิด (Open-ended) ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มคำตอบแล้วจึงนับคะแนนใส่รหัส
 3. การประมวลผลข้อมูลที่ลงรหัสแล้ว โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences (SPSS)) ในการแจกแจงความถี่ของทุกตัวแปร และคำนวณค่าร้อยละ (Percentage)
 4. การวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีการทางสถิติดังนี้ การวิเคราะห์เพื่อนำไปใช้ในการแก้ปัญหา คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) การวิเคราะห์ตัวแปรกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบ t - Test และกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way Analysis of Variance) ถ้าพบค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
 5. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดจะนำมาแจกแจงความถี่
- การวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนบุคคลและความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ แบ่งเกณฑ์การให้คะแนน สำหรับวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน ออกเป็นแบบมาตราวัดประมาณค่า (Rating scales) โดยกำหนดให้ระดับความพึงพอใจ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด มีค่าคะแนนเป็น 1 , 2 , 3 , 4, 5 ตามลำดับ สามารถแบ่งเกณฑ์ค่าคะแนนเฉลี่ยดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ผลการศึกษาค้นคว้า

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง

1. ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี การศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพรับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการ 1 – 3 ปี

2. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง

ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร มีความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจด้านการบริการของพนักงานอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร อยู่ในระดับปานกลาง

2.1 ด้านสถานที่ประกอบการ

ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง มีความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการติดต่อ ด้านเอกลักษณ์ของธนาคารมีความชัดเจน ด้านการติดป้ายชื่อส่วนงานบริการ อยู่ในระดับมาก ด้านบรรยากาศในสำนักงานทำให้เกิดความประทับใจ ด้านการจัดตกแต่งภายในอาคารสำนักงาน ด้านความสะอาดภายในสำนักงาน ด้านการจัดที่นั่งเพื่อรอรับบริการ ด้านขนาดของพื้นที่ในการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมบริเวณใกล้เคียงสำนักงาน อยู่ในระดับปานกลาง และด้านมีสถานที่จอดรถสะดวก อยู่ในระดับน้อย

2.2 ด้านการบริการของพนักงาน

ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง มีความพึงพอใจด้านการบริการของพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจด้านสร้างบรรยากาศแห่งความเป็นมิตรที่ดีต่อลูกค้า ด้านการใช้น้ำเสียงและกิริยาจาสุภาพ ด้านการมีอัธยาศัยไมตรีและมีมนุษยสัมพันธ์ ด้านการแต่งกายของพนักงาน ด้านบุคลิกภาพโดยรวมของพนักงาน ด้านการให้ข้อมูลบริการต่างๆ แก่ลูกค้า ด้านการให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม เสมอภาคกัน และด้านสามารถให้คำแนะนำชี้แจงแก่ลูกค้าได้ชัดเจน อยู่ในระดับมาก ด้านการเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการและด้านความรวดเร็วและถูกต้องในการบริการ อยู่ในระดับปานกลาง

2.3 ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ

ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง มีความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจด้านเวลาเปิดและปิดทำการของธนาคาร ด้านการจัดลำดับการให้บริการก่อน – หลัง ด้านรูปแบบการให้บริการเข้าใจง่าย ด้านขั้นตอนการดำเนินการไม่ซับซ้อน ด้านการเสนอบริการครบวงจร ด้านการติดต่อสื่อสารกับธนาคารทำได้ง่าย อยู่ในระดับมาก ด้านความรวดเร็วทันใจ ในการให้บริการ ด้านมีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ ด้านความยืดหยุ่นให้แก่ลูกค้าในบางกรณี และด้านระบบเทคโนโลยีการให้บริการที่ทันสมัย อยู่ในระดับปานกลาง

2.4 ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร

ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง มีความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจด้านการจัดเอกสารคำแนะนำการขั้นตอนการใช้บริการ ด้านการบริการตอบปัญหาแก้ข้อสงสัยของลูกค้า ด้านข้อมูลที่ได้รับมีความถูกต้องเชื่อถือได้ ด้านข้อมูลที่ได้รับมีประโยชน์ต่อลูกค้า อยู่ในระดับมาก ด้านมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพในการบริการ ด้านการบริการเอกสาร สิ่งพิมพ์ เกี่ยวกับธุรกิจของธนาคารโดยสม่ำเสมอ ด้านการส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์งานบริการของธนาคาร ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ ด้านการแจ้งข่าวสารบริการพิเศษต่างๆ ด้านการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าโดยตรง อยู่ในระดับปานกลาง

3. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง

3.1 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 และ มีความพึงพอใจด้านการบริการของพนักงาน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยลูกค้าที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่เป็นเพศชาย ส่วนด้านอื่นๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจ โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ยกเว้น ลูกค้าที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกที่ให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านการบริการของพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านอื่นๆมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

และเมื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า ในด้านสถานที่ประกอบการ ลูกค้าที่มีอายุ 31 – 40 ปี และลูกค้าที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 20 – 30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ในด้านการบริการของพนักงาน ลูกค้าที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านการบริการของพนักงานมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 20 – 30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 และมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 31 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ในด้านความสะดวกที่ให้บริการ ลูกค้าที่มีอายุ 31 – 40 ปี และลูกค้าที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ด้านความสะดวกที่ให้บริการ มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 20 – 30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนคู่อื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจ โดยรวมและรายด้าน ลูกค้าที่ความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.4 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจ โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน และด้านความสะดวกที่ให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการบริการ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน มีความพึงพอใจโดยรวม มากกว่า นักเรียน/นิสิตนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ 0.01 ด้านสถานที่ประกอบการ ลูกค้ายที่มีอาชีพรับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน ถ้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน มีความพึงพอใจมากกว่า นักเรียน/นิสิตนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 และลูกค้าที่เป็นแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ มากกว่า ลูกค้ายที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ด้านการบริการของพนักงาน ลูกค้ายที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ถ้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รับจ้าง/ลูกจ้างเอกชน แม่บ้าน มีความพึงพอใจ มากกว่า นักเรียน/นิสิตนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ ลูกค้ายที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ถ้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รับจ้าง/ลูกจ้างเอกชน และแม่บ้าน มีความพึงพอใจมากกว่า นักเรียน/นิสิตนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนอื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.5 การทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 5 ลูกค้ายที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจที่มารับบริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้ายที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจ โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

3.6 การทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 6 ลูกค้ายที่มีระยะเวลาที่เคยมารับบริการต่างกันมีความพึงพอใจที่มารับบริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้ายที่มีระยะเวลาที่เคยมารับบริการต่างกันมีความพึงพอใจ โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

4. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกค้าที่มารับบริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ได้แก่

4.1 ควรปรับปรุงคุณภาพและเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานในการให้บริการ

4.2 ควรเพิ่มตู้ ATM ให้มากขึ้น เพื่อเพียงพอต่อการให้บริการ

อภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง มีผลการศึกษาค้นคว้าที่น่าสนใจและมีประเด็นที่สมควรนำมาอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

1. จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า ระดับความพึงพอใจในภาพรวมของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ โชติช่วง ภิรมย์ (2538 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของ นันทพร ดำรงพงศ์ (2541 : บทคัดย่อ) ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเอเชียจำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาอัมรินทร์พลาซ่า กรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจโดยรวมทุกด้านในระดับมาก

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจในรายด้าน ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร พบว่า

2.1 ด้านสถานที่ประกอบการ ลูกค้ามีความพึงพอใจที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในด้านสถานที่ประกอบการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะ ข้อจำกัดในเรื่องสถานที่ตั้งสาขาอยู่ในแหล่งชุมชน เพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากคือ ท่าเลที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการติดต่อ เอกลักษณะของธนาคารมีความชัดเจน การติดป้ายส่วนงานบริการ ทั้งนี้เนื่องจาก ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นลูกค้าเดิม ซึ่งรู้จักธนาคารเป็นอย่างดี รวมทั้งลูกค้าส่วนใหญ่มีความสะดวกในการมาติดต่อที่สาขา โดยจะอยู่ใกล้กับสถานที่ทำงานหรือที่พักอาศัย และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยคือ สถานที่จอดรถสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัฒนา ไบเจริญ (2540:80-82) ที่พบว่า ด้านสถานที่ประกอบการ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับที่ปานกลาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิคม สะอาดเอี่ยม (2539 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า ด้านที่มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าด้านอื่น ได้แก่ สถานที่ตั้งของธนาคาร

2.2 ด้านการบริการของพนักงาน ลูกค้ามีความพึงพอใจที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในด้านการบริการของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะ ลูกค้าทั่วไปที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน จะกล่าวตรงกันว่า พึงพอใจเกี่ยวกับพนักงาน สืบเนื่องจากพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นกันเอง เอาใจใส่ลูกค้าที่มาใช้บริการ มากกว่า ธนาคารพาณิชย์อื่นๆ และที่สำคัญคือ นโยบายของธนาคารที่มุ่งให้ประชาชนทุกระดับสามารถใช้บริการทางการเงินได้เท่าเทียมกัน จึงส่งผลให้ลูกค้าพึงพอใจในตัวพนักงาน เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากคือ สร้างบรรยากาศแห่งความเป็นมิตรที่ดีต่อลูกค้า การใช้น้ำเสียงแลกริยาจาสุภาพ การมีอัธยาศัยไมตรีและมีมนุษยสัมพันธ์ การแต่งกายของพนักงาน บุคลิกภาพโดยรวมของพนักงาน การให้ข้อมูลบริการต่างๆ แก่ลูกค้า การให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมเสมอภาคกัน และสามารถให้คำแนะนำชี้แจงแก่ลูกค้าได้ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัฒนา ไบเจริญ (2540:80-82) ที่พบว่า ด้านพนักงานและการต้อนรับ ลูกค้ามีความพึงพอใจมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุเนตร พรรณดวงเนตร (2540 : 43-45) ที่พบว่าความพึงพอใจในด้านพนักงานและการต้อนรับจะมีความพึงพอใจสูงสุดและ นันทพร ดำรงพงศ์ (2541 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า ด้านพนักงานและการต้อนรับมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งหมายถึงลูกค้ามีความพึงพอใจมาก

2.3 ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในด้านความสะดวกที่ได้รับบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะ จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการแต่ละครั้งมีจำนวนมาก แต่จำนวนพนักงานที่ให้บริการมีน้อยโดยเฉพาะช่วงเร่งด่วน เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากคือ เวลาเปิดและปิดทำการของธนาคาร การจัดลำดับการให้บริการก่อน - หลัง รูปแบบการให้บริการเข้าใจง่าย ขั้นตอนการดำเนินการไม่ซับซ้อน การเสนอบริการครบวงจร การติดต่อสื่อสารกับธนาคารทำได้ง่าย

ทั้งนี้เนื่องจาก ธนาคารออมสินจะต่างจากธนาคารทั่วไป คือ มีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ซับซ้อน ตั้งแต่ลูกค้าเดินเข้ามาใช้บริการ เพียงนำหลักฐานมาให้ครบ ก็จะได้รับบริการดูแลให้บริการ โดยลูกค้าไม่ต้องลำบากในเรื่องขั้นตอนรายละเอียดย่อยๆ อีกเลย

2.4 ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร ลูกค้ามีความพึงพอใจที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะ ธนาคารออมสินมีนโยบายงบประมาณ ด้านการแจ้งข่าวสาร โดยตรงกับลูกค้าน้อย แต่จะเน้นไปในการประชาสัมพันธ์โดยรวมมากกว่า จึงทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าการแจ้งข่าวสาร หรือการติดต่อลูกค้าโดยตรงมีความล่าช้าไปในบางกรณี เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากคือ การจัดเอกสารคำแนะนำการใช้บริการ การบริการตอบปัญหา แก้อัปเดตข้อมูลของลูกค้า ข้อมูลที่ได้รับมีความถูกต้องเชื่อถือได้ ข้อมูลที่ได้รับมีประโยชน์ต่อลูกค้า

3. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง

3.1 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ของลูกค้าที่มีเพศต่างกัน พบว่า ลูกค้าทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง โดยรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 และมีความพึงพอใจด้านการบริการของพนักงาน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้าที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่เป็นเพศชาย ส่วนด้านอื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติ

ทั้งนี้เนื่องจาก ลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้างเอกชน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าส่วนหนึ่งของธนาคารออมสิน และสถานที่ตั้งของธนาคารยังอยู่ในแหล่งชุมชนหรือใกล้กับตลาด หรือแหล่งการค้า จึงทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่มีการติดต่อทำธุรกรรมทางการเงินอยู่บ่อยๆ จึงเกิดความคุ้นเคยกับพนักงานของธนาคาร โดยเฉพาะลูกค้าเพศหญิงก็จะได้รับการบริการมากกว่าเพศชายตามจำนวนร้อยละของลูกค้าที่มาใช้บริการจึงทำให้ลูกค้าเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการของธนาคาร

3.2 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ของลูกค้าที่มีอายุต่างกัน พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นลูกค้าที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่ประกอบการ และด้านความสะดวกที่ให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 และด้านการบริการของพนักงาน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

และเมื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า ด้านสถานที่ประกอบการ ลูกค้าที่มีอายุ 31 – 40 ปี และลูกค้าที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป มากกว่า ลูกค้าที่มีอายุ 20 – 30 ปี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ด้านการบริการของพนักงาน ลูกค้าที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจมากกว่า ลูกค้าที่มีอายุ 31 – 40 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และลูกค้าที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจมากกว่า ลูกค้าที่มีอายุ 20 – 30 ปี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ด้านความสะดวกที่ให้บริการ ลูกค้าที่มีอายุ 31 – 40 ปี และลูกค้าที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจมากกว่า ลูกค้าที่มีอายุ 20 – 30 ปี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ส่วนคู่อื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติ

ทั้งนี้เนื่องจาก ลูกค้าที่มีอายุมาก ส่วนจะเป็นลูกค้าที่ใช้บริการมาเป็นเวลานานพนักงานจะให้การดูแลเอาใจใส่และต้อนรับเป็นอย่างดี พนักงานจะมีความเกรงใจ อ่อนน้อมถ่อมตน และมีความสุภาพอ่อนโยนต่อลูกค้าที่อายุ 31 – 40 ปี และ อายุ 40 ปีขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับเทคนิคการต้อนรับลูกค้า (ชิตพันธ์ จัตุเรศ. 2540

: 25 ; อ้างอิงจาก สมชาย กิจยรรยง. 2536 : 30) กล่าวว่าการต้อนรับลูกค้าควรมีเทคนิคในการปฏิบัติดังนี้ ต้อนรับด้วยความคุ้นเคยเป็นกันเอง ต้อนรับด้วยความสุภาพอ่อนโยน และให้เกียรติลูกค้าเสมอ ต้อนรับด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส ต้อนรับด้วยความอบอุ่นพร้อมจะให้ความช่วยเหลือและต้อนรับด้วยความเอาใจใส่ สอดคล้องกับทฤษฎีความยุติธรรม (Equity Theory) ของ (พูนพิสมัย พรหมภิบาล. 2540 : 11 ; อ้างอิงจาก อารี เพชรมุฑ. 2529) กล่าวว่า นักจิตวิทยาหลายคนได้เห็นว่า บางคนชอบหรือพอใจ ในเรื่องของความยุติธรรมหรือความเท่าเทียมกันจะพอใจ ถ้าผลออกมาไม่แตกต่างจากที่เขาเชื่อหรือคาดหวังไว้ ถ้าผลที่ออกมาไม่ว่าสูงหรือต่ำกว่าที่คาดไว้เขาจะไม่พอใจ

3.3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจ โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

ทั้งนี้เนื่องจากนโยบายในการบริหารที่มุ่งเน้นในด้านการพัฒนาความเป็นอยู่ของผู้มีรายได้น้อย ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง จำนวนมากมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ดังนั้น ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารจึงมีความพึงพอใจในประโยชน์ที่ได้รับจากธนาคารตามนโยบาย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการ (ชนะ กล้าชิงชัย. 2541 : 10 ; อ้างอิงจาก Maslow.1954) ซึ่งลูกค้าที่มีรายได้น้อยเมื่อได้รับโอกาส หรือช่องทางในการทำมาหากิน อันเป็นการสร้างรายได้ให้กับครอบครัวมากขึ้น ส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงด้านสถานภาพเดิม จึงถือได้ว่าเป็นลำดับขั้นของความต้องการตามทฤษฎีของมาสโลว์ดังกล่าว จึงทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ของลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจ โดยรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ และด้านความสะดวกที่รับบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ด้านการบริการของพนักงาน ลูกค้ามีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่าลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน ถ้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน มีความพึงพอใจโดยรวมมากกว่าลูกค้าที่เป็นนักเรียน/นิสิตนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ลูกค้าที่มีอาชีพรับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน ถ้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ มากกว่า ลูกค้าที่เป็นนักเรียน/นิสิตนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 และลูกค้าที่เป็นแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ มากกว่า ลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ถ้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รับจ้าง/ลูกจ้างเอกชน และแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านการบริการของพนักงาน มากกว่าลูกค้าที่เป็นนักเรียน/นิสิตนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ถ้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รับจ้าง/ลูกจ้างเอกชน และแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านความสะดวกที่รับบริการ มากกว่าลูกค้าที่เป็นนักเรียน/นิสิตนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ส่วนคู่อื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจาก นโยบายการดำเนินการของธนาคารออมสินในปัจจุบันที่มุ่งส่งเสริมและพัฒนาอาชีพให้แก่ประชาชน สนับสนุนด้านการลงทุนแก่ผู้มีรายได้น้อย หรือผู้ทำอาชีพเสริมรายได้ จึงมีการเปลี่ยนแปลงจากในอดีตที่มุ่งเน้นในด้านการออมทรัพย์ เป็นด้านการส่งเสริมการลงทุน ทำให้ประชาชนมีรายได้มากขึ้น มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ดังนั้น ปัจจุบันอาชีพรับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน ผู้ที่มีอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน จึงมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารออมสินมากกว่านักเรียน / นิสิตนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการ (ชนะ กล้าชิงชัย. 2541 : 10 ; อ้างอิงจาก Maslow.1954) ซึ่งมีสมมติฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ ดังนี้ ความต้องการของ

มนุษย์เป็นลำดับชั้นตามลำดับความสำคัญ (Hierarchy of Needs) เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนองทันที

3.5 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ของลูกค้าที่มีรายได้ต่างกัน พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจ โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจาก พนักงานได้ให้ความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า ถือเป็นการสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้า อันจะส่งผลดีต่อการให้บริการทั้งในด้านธุรกรรมทางการเงิน รวมทั้งด้านความรู้สึกพึงพอใจในด้านอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีด้านลูกค้าสัมพันธ์ (อ้อยทิพย์ กองสมบัติ.2538 : 13 - 15 อ้างอิงจาก National Foremen's Institute.1963) ซึ่งกล่าวไว้ว่า การสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายมีผลต่อยอดขายจึงต้องมีการวางแผนการขายในระยะยาวและต้องมีเจตนาแน่วแน่ เพราะสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ซื้อหรือผู้รับบริการกับผู้ขายหรือผู้ให้บริการนั้น มีค่าดังทอง เพราะเสาะแสวงหาได้ยาก เมื่อได้แล้วก็ยากที่จะรักษาไว้ การสร้างสัมพันธภาพที่ดีนี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ตั้งแต่ผู้ประกอบการหรือพนักงานของบริษัท หรือองค์กรทางการขาย ต้องได้รับการอบรม และชี้แจงให้ทราบถึงนโยบาย และแนวทางปฏิบัติให้เกิดสัมพันธภาพที่ดี

3.6 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 6 ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในรายด้านและรวมทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน พบว่า

ลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสรุปได้ว่า ระยะเวลาที่เคยมาใช้บริการไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้า

จากผลการวิจัยแสดงได้ว่า ลูกค้าของธนาคารในแต่ละด้านกลุ่มมีความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารแตกต่างกัน ซึ่งอาจมาจากความแตกต่างกันในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสภาพโดยทั่วไป ที่แตกต่างกันของลูกค้าส่งผลให้ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวางในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง รวมทั้ง นโยบายการบริหารงาน และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อธนาคารออมสิน ซึ่งมีภาพลักษณ์เป็นธนาคารของรัฐบาล และเป็นธนาคารเพื่อการออม โดยคำนึงถึงหลักความต้องการ และการให้บริการแก่ประชาชน เป็นสำคัญมิได้เน้นในการบริหารจัดการเชิงพาณิชย์ มีนโยบายการบริหารงานตามนโยบายของรัฐบาล อีกทั้งงบประมาณการลงทุนในด้านสถานที่ตั้ง และการตกแต่งภายในยังมีไม่มากเท่ากับธนาคารพาณิชย์ ซึ่งปัจจุบันมีการแข่งขันในด้านการตลาดอย่างรุนแรง ธนาคารพาณิชย์อื่นจึงต้องมีการส่งเสริมด้านการตลาด ด้านสถานที่ตั้งและการตกแต่งภายใน และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ อันจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กร คือ ผลกำไร ซึ่งต่างจากธนาคารออมสิน มุ่งยึดหลักการให้บริการแก่สังคมตามที่สังคมต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมฐานะทางเศรษฐกิจของชาติโดยรวม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำเอาผลการศึกษาไปใช้

1. ด้านสถานที่ประกอบการ ควรปรับปรุงด้านการจัดที่นั่งเพื่อรอรับบริการและสถานที่จอดรถยนต์ให้แก่ลูกค้าที่จะมาใช้บริการที่ธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง อย่างเพียงพอ และมีการประชาสัมพันธ์แผนผัง ขั้นตอนการรับบริการให้แก่ลูกค้า เพื่อความเข้าใจและเพื่อความรวดเร็วในการให้บริการ และควรจัดให้มีแผ่นปลิว เอกสารประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ วางไว้ให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ในจุดที่ลูกค้าเห็นได้ง่าย และสามารถหยิบอ่านได้สะดวก เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ และนำเสนอขั้นตอนการทำงานของธนาคารให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการให้เข้าใจในเบื้องต้น ซึ่งจะทำให้การบริการมีประสิทธิภาพและรวดเร็วยิ่งขึ้น
2. ด้านการบริการของพนักงาน ควรจัดให้มีการทำมาตรฐานเวลาในการให้บริการแต่ละขั้นตอน และประชาสัมพันธ์ให้ทราบทั่วกัน ทั้งเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการและลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ลดความขัดแย้งในเรื่องของการรอคอย และจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวางอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการมากยิ่งขึ้น
3. ด้านความสะดวกที่ให้บริการ ควรพัฒนาและปรับปรุงระบบการบริการแบบครบวงจร ในลักษณะการบริการครบทุกอย่างในจุดเดียว (One stop shopping) และควรจัดให้มีระบบคอมพิวเตอร์ให้ลูกค้าดำเนินการหรือตรวจสอบข้อมูลที่ต้องการด้วยตนเองเป็นบางส่วน เช่น การปรับปรุงยอดบัญชีด้วยตนเอง ซึ่งเป็นการลดงานบางส่วนที่ไม่จำเป็นลง ทำให้ภาพลักษณ์ด้านเทคโนโลยีของธนาคารออมสินดีขึ้น และประสิทธิภาพในการบริการโดยรวมดีขึ้น
4. ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร ควรปรับปรุงระบบการแจ้งข้อมูลข่าวสารของธนาคารออมสิน ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะด้านข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อลูกค้า ความถูกต้องเชื่อถือได้ และความทันต่อเวลา เพื่อประโยชน์ของลูกค้าที่มาใช้บริการ และตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าในทุกกลุ่มอาชีพ และทุกกลุ่มอายุอย่างทั่วถึง ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการรับบริการมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มตัวแปรต้นในการศึกษาครั้งต่อไป ได้แก่ ประเภทของการใช้บริการ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสินโดยสามารถแยกแยะระดับความพึงพอใจในแต่ละประเภทการบริการของลูกค้าได้
2. ควรทำการศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคาร ทุกระยะ 1 ปี เพื่อการปรับปรุงคุณภาพของการบริการที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากที่สุด และรับทราบปัญหา และข้อเสนอแนะต่างๆ
3. ควรศึกษาเปรียบเทียบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสินในสาขาต่างกัน เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและพัฒนาการบริการของธนาคารออมสินในอนาคต

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- ชนะ กล้าชิงชัย. (2541) *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ กรณีศึกษาสาขา บึงบูรพ์ จ.ศรีสะเกษ*. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชิดพันธ์ จัตรเนตร. (2540) *ทัศนและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการดำเนินงานของธนาคารกรุงเทพพาณิชย์การ (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาทรวงวัด กรุงเทพมหานคร*. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- โชติช่วง ภิรมย์. (2538) *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์*. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย , สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นันทพร ดำรงพงศ์. (2541) *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาอัมรินทร์พลาซ่า กรุงเทพมหานคร*. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นิคม สะอาดเอี่ยม. (2539) *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์*. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พูนพิสมัย พรหมภิบาล. (2540) *ความพึงพอใจของสมาชิกในบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์เครือสมิติเวช จำกัด*. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วราพรรณ สันทัสนะโชค. (2540) *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาพญาไท กรุงเทพมหานคร*. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สมัย เจริญช่าง. (2540) *ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกรุงเทพมหานคร : ศึกษากรณีสำนักงานเขตมีนบุรี*. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. (พัฒนาสังคม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สาโรจน์ ไสยสมบัติ. (2543) *ความพึงพอใจในการทำงานของครูอาจารย์ ร.ร.มัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จ.ร้อยเอ็ด*. ปริญญานิพนธ์ ก.ศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.
- สุวัฒนา ไบเจริญ. (2540) *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคคำ)*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา), มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม , ถ่ายเอกสาร.
- สุนทร พรณดวงเนตร. *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก - ถอนเงินของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในสาขาที่ใช้ระบบ CBPM. : ศึกษากรณีสาขาอุบลราชธานี*. ภาคนิพนธ์ พบ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

อ้อยทิพย์ กองสมบัติ. **ความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน)**

สาขาเล็งหนกทาและสาขามุกดาหาร. ภาคินพนธ์ พบ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

ศิริชัย กาญจนวาสี และคณะ. (2540) **การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย**. กรุงเทพฯ : บริษัท พชร กานต์พับลิเคชั่น จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541) **การวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพฯ : บริษัท A.N. การพิมพ์.

วิเชียร เกตุสิงห์. (2541) **คู่มือการวิจัยเชิงปฏิบัติ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

วิเชียร เกตุสิงห์. (2541) **สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล.

บทความในวารสาร

ชูศรี ออสเตเรีย. (2540 : 4) "คุณภาพบริการออมสิน ปี 2000," **วารสารธนาคารออมสินพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร.

นนทวัฒน์ สุขผล. (2544) "หลักการบริการลูกค้า," **เอกสารประกอบการอบรมพนักงานธนาคารออมสิน** เมื่อ วันที่ 9 กันยายน 2544 ณ ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

ภาษาอังกฤษ

Maslow, A.H. (1954) **Motivation and Personality**. New York : Haper and Brothers.

Morse, Nancy C. (1958) **Satisfaction in the White Coller Jop**. Michigan : University of Michigan Press.

Thurstone, L.L. (1967). **Attitude theory and measurement**. p.21. New York : John Wiley & Sons.

Vroom, W.H. (1964) **Work and Motivation**. New York : John Wiley and Sons Inc.

Wolman, Benjamin. B. (1975) **Dictonary of Behavioral Science**. London : Macmillan.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา

กรุงเทพฯ 10110

กันยายน 2545

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้วยดิฉัน นางสาวลักขณา เกษไตรกุล เป็นนิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านกรุณารอกข้อมูลในแบบสอบถามทุกข้อด้วย

ข้อมูลที่ได้รับในครั้งนี้จะประโยชน์อย่างยิ่ง ในการศึกษาด้านการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ของผู้วิจัยเป็นอย่างมาก และคำตอบของท่านผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับ โดยจะนำเสนอข้อมูลเฉพาะในภาพรวม เพื่อประโยชน์ต่อธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในการพัฒนาและวางแผนปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้าของธนาคารให้ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดกรุณาให้ความร่วมมือ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ



(นางสาวลักขณา เกษไตรกุล)

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง () หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของลูกค้า ดังนี้

สำหรับผู้วิจัย

1. เพศ () 1
☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ () 2
☐ อายุต่ำกว่า 20 ปี
☐ อายุ 20 – 30 ปี
☐ อายุ 31 – 40 ปี
☐ อายุสูงกว่า 40 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา () 3
☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี
☐ ปริญญาตรี
☐ สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ () 4
☐ นักเรียน / นิสิตนักศึกษา
☐ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
☐ รับจ้าง / ลูกจ้างเอกชน
☐ ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
☐ แม่บ้าน
☐ อื่นๆ
5. รายได้/เดือน () 5
☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท
☐ 10,001 – 20,000 บาท
☐ 20,001 – 30,000 บาท
☐ 30,001 – 40,000 บาท
☐ สูงกว่า 40,000 บาทขึ้นไป

6. ระยะเวลาที่เคยใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง

() 6

() ต่ำกว่า 1 ปี

() 1 – 3 ปี

() 4 – 5 ปี

() มากกว่า 5 ปี

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับความพึงพอใจของท่าน

ลำดับ	หัวข้อ	ระดับความพึงพอใจ					สำหรับ ผู้วิจัย
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	ด้านสถานที่ประกอบการ						
1.	ทำเลที่ตั้งของสำนักงานสะดวกในการติดต่อ						() 7
2.	เอกลักษณ์ของธนาคารมีความชัดเจน						() 8
3.	บรรยากาศในสำนักงานทำให้เกิดความประทับใจ						() 9
4.	การจัดตกแต่งภายในอาคารสำนักงาน						() 10
5.	ความสะอาดภายในสำนักงาน						() 11
6.	การจัดที่นั่งเพื่อรอรับบริการ						() 12
7.	การติดป้ายชื่อส่วนงานบริการ						() 13
8.	ขนาดของพื้นที่ในการให้บริการ						() 14
9.	สภาพแวดล้อมบริเวณใกล้เคียงสำนักงาน						() 15
10.	มีสถานที่จอดรถสะดวก						() 16
	ด้านการบริการของพนักงาน						
11.	สร้างบรรยากาศแห่งความเป็นมิตรที่ดีต่อลูกค้า						() 17
12.	การใช้น้ำเสียงและกิริยาจาสุภาพ						() 18
13.	การมีอัธยาศัยไมตรีและมีมนุษยสัมพันธ์						() 19
14.	การเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ						() 20
15.	การแต่งกายของพนักงาน						() 21
16.	บุคลิกภาพโดยรวมของพนักงาน						() 22
17.	การให้ข้อมูลบริการต่างๆ แก่ลูกค้า						() 23
18.	การให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม เสมอภาคกัน						() 24
19.	ความรวดเร็วและถูกต้องในการบริการ						() 25
20.	สามารถให้คำแนะนำชี้แจงแก่ลูกค้าได้ชัดเจน						() 26

ลำดับ	หัวข้อ	ระดับความพึงพอใจ					สำหรับ ผู้วิจัย
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	ด้านความสะดวกที่ได้รับบริการ						
21.	เวลาเปิดและปิดทำการของธนาคาร						() 27
22.	การจัดลำดับการให้บริการก่อน - หลัง						() 28
23.	รูปแบบการให้บริการเข้าใจง่าย						() 29
24.	ขั้นตอนการดำเนินการไม่ซับซ้อน						() 30
25.	ความรวดเร็ว ทันใจ ในการให้บริการ						() 31
26.	มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ						() 32
27.	ความยืดหยุ่นให้แก่ลูกค้าในบางกรณี						() 33
28.	การเสนอบริการครบวงจร						() 34
29.	การติดต่อสื่อสารกับธนาคารทำได้ง่าย						() 35
30.	ระบบเทคโนโลยีการให้บริการที่ทันสมัย						() 36
	ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร						
31.	มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพในการบริการ						() 37
32.	การจัดเอกสารคำแนะนำการขั้นตอนการให้บริการ						() 38
33.	การบริการเอกสาร สิ่งพิมพ์ เกี่ยวกับธุรกิจของธนาคารโดยสม่ำเสมอ						() 39
34.	การส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์งานบริการของธนาคาร						() 40
35.	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ						() 41
36.	การแจ้งข่าวสารบริการพิเศษต่างๆ						() 42
37.	การแจ้งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าโดยตรง						() 43
38.	การบริการตอบปัญหาแก่ข้อสงสัยของลูกค้า						() 44
39.	ข้อมูลที่ได้รับมีความถูกต้อง เชื่อถือได้						() 45
40.	ข้อมูลที่ได้รับมีประโยชน์ต่อลูกค้า						() 46

ตอนที่ 3 โปรดให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงการบริการด้านต่างๆ

1. ด้านสถานที่และสถานประกอบการ

.....
.....

2. ด้านการบริการของพนักงาน

.....
.....

3. ด้านความสะอาดที่ได้รับจากการบริการ

.....
.....

4. ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร

.....
.....

ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มสว โทร. 5726, 5644

ที่ ทบ 1012/ 5254

วันที่ 12 กรกฎาคม 2545

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวลักขณา เกษโตฤกุล นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุธีร์ ล้มไทย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง และ อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐสุวรรณ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวลักขณา เกษโตฤกุล ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ลายเซ็น)

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์	อาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง	เลขานุการภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐสุวรรณ	อาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ที่ ทม 1012/ 6367



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

19 สิงหาคม 2545

เรื่อง ขอความร่วมมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวลักขณา เกษไตรกุล นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพียรุ ลิมไทย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขออนุญาตใช้สถานที่ และขอให้ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง จำนวน 50 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในระหว่างเดือนสิงหาคม 2545

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวลักขณา เกษไตรกุล ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพกรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5731, 5644

โทรสาร. 02-258-4119

ที่ ทม 1012/ 6368



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

26 สิงหาคม 2545

เรื่อง ขอความร่วมมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวลักขณา เกษไตรกุล นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพียรุ ลิ้มไทย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขออนุญาตใช้สถานที่ และขอให้ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง จำนวน 400 คน คอบแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาห้วยขวาง ในระหว่างเดือนกันยายน 2545

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวลักขณา เกษไตรกุล ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5731, 5644

โทรสาร. 02-258-4119

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวลักขณา เกษไตรกุล
วันเดือนปีเกิด	5 พฤศจิกายน 2516
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	99/114 หมู่บ้านพภันต์ทิศ หมู่ 3 ตำบลคูคต อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 12130
ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	เลขานุการรองอธิการบดีฝ่ายบริหารและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2534	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอุทัยวิทยาคม
พ.ศ. 2539	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการเงินการธนาคาร มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2545	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ