

ความคาดหวังและการให้บริการของธนาคารออมสิน

สารนิพนธ์

ของ

นางสาววรรณ หวังเลิศสกุลชัย

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2546

332.21

9274A

8.3

ความคาดหวังและการให้บริการของธนาคารออมสิน

ของ

นางสาววรรณ หวังเลิศสกุลชัย

10 ต.ค. 2546

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2546

วรรณ หวังเลิศสกุลชัย. (2546). ความคาดหวังและการได้รับการของธนาคารออมสิน กรณีศึกษา
ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ).
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา :
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วัลลภ ลำพาย.

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ใช้บริการกับการได้รับ
บริการจากการให้บริการของธนาคารออมสิน ในปัจจัยกำหนดคุณภาพ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกาย
ภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างสนองรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ
โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ
ถนนเพชรบุรี จำนวน 385 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วน
ประมาณค่า 7 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม SPSS PC เพื่อหาค่าสถิติ คือ ค่า
ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้ทดสอบค่าที และการวิเคราะห์
ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26 – 35 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี
มีอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง และมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ผลการศึกษาพบว่า

1. ช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับการได้รับการในด้านความเชื่อถือได้ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความมั่นใจ และการเข้าถึงจิตใจ มีค่าเป็นบวก แสดงว่า คุณภาพบริการดีกว่าที่คาดหวัง ส่วนด้าน
ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเป็นลบ แสดงว่า คุณภาพบริการไม่ด้อย่างที่คาดหวัง

2. ความคาดหวังต่อการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ความเชื่อถือได้ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความมั่นใจ และการเข้าถึงจิตใจของเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

3. ความคาดหวังต่อการบริการในด้านความเชื่อถือได้ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความมั่นใจ และการเข้าถึงจิตใจของอาชีพที่แตกต่างกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้าน
ลักษณะทางกายภาพของอาชีพที่แตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

4. การได้รับการในด้านลักษณะทางกายภาพ ความเชื่อถือได้ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความ
มั่นใจและการเข้าถึงจิตใจของเพศและอาชีพที่แตกต่างกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

5. การได้รับการในด้านลักษณะทางกายภาพ ความเชื่อถือได้ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความ
มั่นใจและการเข้าถึงจิตใจของรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

6. การได้รับการในด้านความเชื่อถือได้ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการเข้าถึงจิตใจของอายุ
ที่แตกต่างกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านลักษณะทางกายภาพและความมั่นใจของ
อายุที่แตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

7. การได้รับการในด้านลักษณะทางกายภาพ ความเชื่อถือได้ และการตอบสนองอย่างรวดเร็ว
ของระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านความมั่นใจและการ
เข้าถึงจิตใจของระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

CUSTOMER EXPECTATION AND ACTUAL SERVICE OF GOVERNMENT SAVINGS BANK

AN ABSTRACT

BY

MISS WARARAT WANGLERDSAKULCHAI

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

May 2003

Worarat Wanglerdsakulchai. (2003). *Customer Expectation and Actual Service of Government Savings Bank : A case study of Thanon Petchburee credit and service center*
Master Project ; M.B.A. (Management). Bangkok : Graduate School, Srinakarinwirot University. Advisor. Asst.Prof.Dr. Wanlop Lumpai.

This research study had an aim to study and compare customer expectation and actual service of Government Saving Bank about five dimension of services : tangibles, reliability, responsiveness assurance and empathy. Classified by genders , age , education , occupation and income.

The sample size used in the research were were a number of 388 Thanan Petchburee credit and service center Customers with whom a questionnaire was used as means for collecting data. Data is analyzed by SPCC PC program on Personal Computer. The statistics used in data analysis were percentage, mean, standard deviation, difference analysis using t-test and one-way variation analysis.

As the research result, it was found that the customers were females more than males, had the age between 26-35 years, had the bachelor's degree education level, had the job of employee and had the income between 10,001-15,000 bahts. As the study result, it was found that :

1. Gap between Customer expectation and actual service in the dimensions of reliability, responsiveness, assurance and empathy are positive. This implies that the quality of service as perceived by Customer is higher than expected. Except, tangible dimension. Is negative. This implies the quality of service in tangible dimension is lower than expected.

2. The expectation of service in the dimension of tangibles Reliability Responsiveness assurance and empathy of genders ages education and income in different is insignificantly different Abstract

3. The expectation of service in the dimensions of reliability responsiveness assurance and empathy of different occupation is significant different at 0.05 level but the dimensions of tangibles of different occupation is insignificant different

4. The actual service in all dimensions of genders occupation with different is significant different at 0.05 level.

5. The actual service in the dimensions of tangible responsiveness and empathy of different income is in significant different

6. The actual service in the dimensions of reliability responsiveness and empathy of different age is significant different at 0.05 but the dimensions of tangibles and assurance of different age is insignificant

7. The actual service in the dimensions of tangibles reliability and responsiveness of different education is significant different at 0.05 but the dimensions of reliability and empathy of different education is insignificant

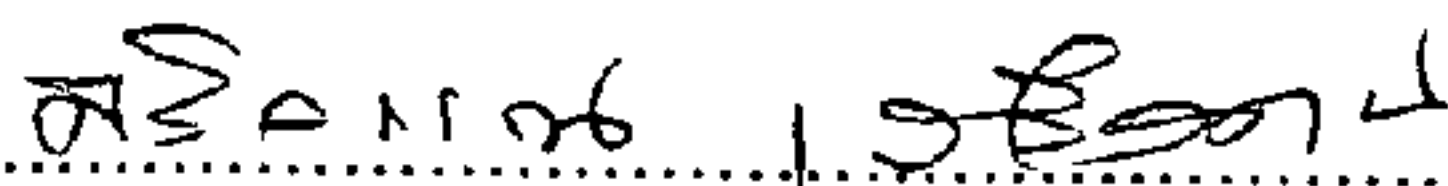
อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ ได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วัลลภ ลำพาย)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

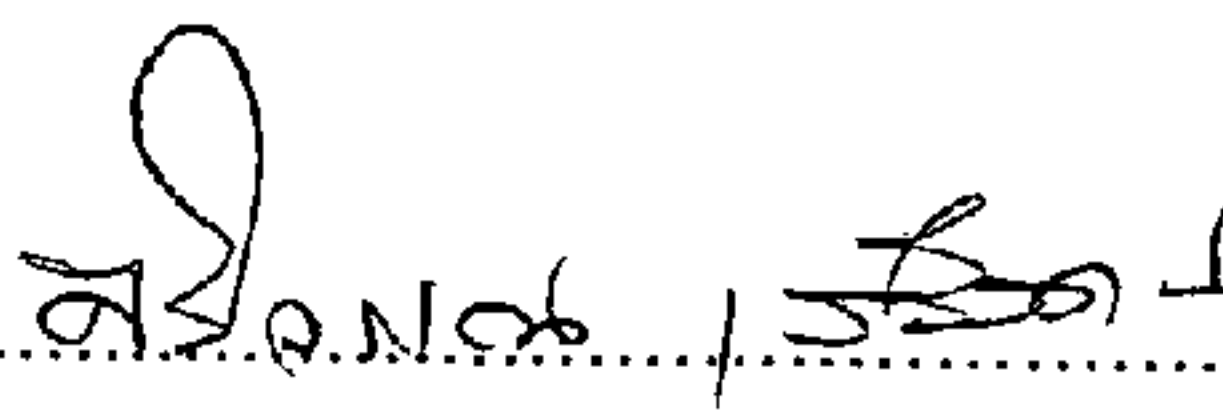


(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

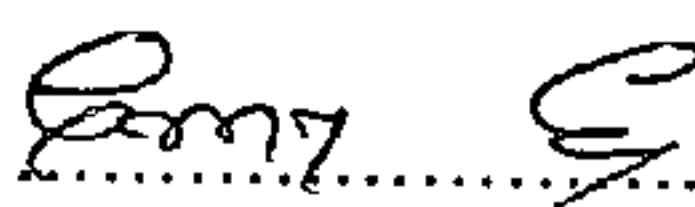
คณะกรรมการสอบ



.....ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วัลลภ ลำพาย)

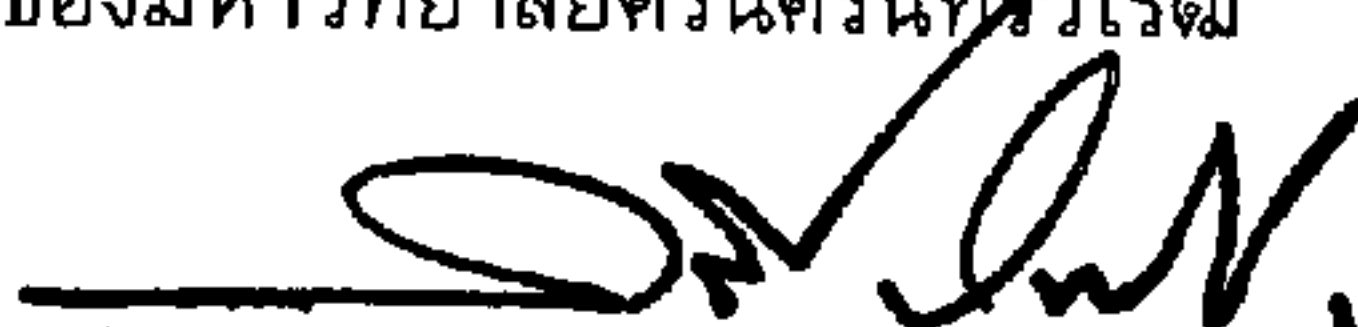


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)



.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรกวิน)

วันที่ 4 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2546

ประกาศขอบคุณ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วัลลภ ลำพาย อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ อีกทั้งรองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง และอาจารย์ วรินทร์า ศิริสุทธิกุล ที่ได้เสียสละเวลาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อการปรับปรุง เพื่อให้ สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณอาจารย์ด้วยความเคารพอย่างสูง และขอกราบ ขอบพระคุณคุณอาจารย์คณะสังคมศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้มอบความรู้อันเป็นทุนชีวิตแก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณ คุณพิมุข สัตยอุดม ผู้อำนวยการศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ที่ได้ อนุเคราะห์ให้ผู้วิจัยดำเนินการวิจัย โดยใช้ข้อมูลลูกค้า/ผู้ใช้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและ บริการถนนเพชรบุรี เป็นกลุ่มตัวอย่าง ตลอดจนลูกค้า/ผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและ บริการถนนเพชรบุรี ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และแนะนำในการเก็บข้อมูล

ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัย ทุกท่าน ตลอดจน ผู้มีส่วนสำเร็จต่องานวิจัยนี้ทุกท่าน

กราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ ที่เป็นกำลังใจ และคอยช่วยเหลือเป็น อย่างดี ตลอดจน พี่น้อง M.B.A. (การจัดการ) ที่ให้ความช่วยเหลือและแนะนำในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็น อย่างดี

ท้ายสุดนี้ คุณงามความดีและประโยชน์อันเกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาคุณบิดา มารดาและบูรพนาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาอบรมสั่งสอน ข้าพเจ้า จนกระทั่งประสบผลสำเร็จใน วันนี้

วรัรัตน์ หวังเลิศสกุลชัย

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ.....	1
	ภูมิหลัง.....	1
	ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	2
	ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	2
	ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	3
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	3
	ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	3
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
	กรอบแนวความคิดในการศึกษาค้นคว้า.....	6
	สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า.....	7
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
	แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	8
	ความหมาย แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการ.....	8
	วิธีการประเมินคุณภาพในการให้บริการ.....	13
	แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ.....	14
	ลักษณะที่สำคัญของบริการ.....	19
	ความหมาย แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวัง.....	20
	ความหมาย แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความรู้ความเข้าใจ.....	26
	ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารออมสิน.....	27
	ประวัติธนาคารออมสิน.....	27
	ธุรกิจบริการของธนาคารออมสิน.....	27
	ประวัติธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี.....	32
	ธุรกิจบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี.....	32
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
3	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	38
	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	38
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	39
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
	การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
	ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน.....	43

สารบัญ(ต่อ)

บทที่		หน้า
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	95
	ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	95
	สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า.....	96
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	96
	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	96
	วิธีดำเนินการรวบรวมข้อมูล.....	97
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	97
	สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	98
	การอภิปรายผล.....	103
	ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย.....	105
	ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	105
	บรรณานุกรม.....	106
	ภาคผนวก ก.....	111
	แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	112
	การวิเคราะห์แบบสอบถาม.....	116
	ภาคผนวก ข.....	118
	หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ.....	119
	หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย.....	120
	รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	123
	ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	124

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเดิม 10 ประการกับองค์ประกอบใหม่ 5 ประการ ของ Parasuraman , Zeithaml and Berry.....	18
2	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจ สินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้	46
3	การเปรียบเทียบความคาดหวังโดยรวม และรายด้าน ของผู้ใช้บริการ ธนาคารออมสินศูนย์ ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มีเพศต่างกัน	49
4	การเปรียบเทียบความคาดหวังโดยรวม และรายด้าน ของผู้ใช้บริการ ธนาคารออมสินศูนย์ ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มีอายุต่างกัน	50
5	การเปรียบเทียบความคาดหวังโดยรวม และรายด้าน ของผู้ใช้บริการ ธนาคารออมสินศูนย์ ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มีระดับการศึกษาต่างกัน	52
6	การเปรียบเทียบความคาดหวังโดยรวม และรายด้าน ของผู้ใช้บริการ ธนาคารออมสิน ศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มีอาชีพต่างกัน	54
7	การเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ ถนนเพชรบุรีโดยรวม จำแนกตามอาชีพที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่	56
8	การเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ ถนนเพชรบุรีในด้านความเชื่อถือได้ จำแนกตามอาชีพที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่	57
9	การเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ ถนนเพชรบุรีในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว จำแนกตามอาชีพที่พบความแตกต่าง เป็นรายคู่	58
10	การเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ ถนนเพชรบุรีในด้านความมั่นใจ จำแนกตามอาชีพที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่	59
11	การเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ ถนนเพชรบุรีในด้านการเข้าถึงจิตใจ จำแนกตามอาชีพที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่	60
12	การเปรียบเทียบความคาดหวังโดยรวม และรายด้านของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มีรายได้ต่างกัน	61
13	การเปรียบเทียบการได้รับบริการโดยรวม และรายด้าน ของผู้ใช้บริการ ธนาคารออมสิน ศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มีเพศต่างกัน	63
14	การเปรียบเทียบการได้รับบริการโดยรวม และรายด้าน ของผู้ใช้บริการ ธนาคารออมสิน ศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มีอายุต่างกัน	64
15	การเปรียบเทียบการได้รับบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี โดยรวม จำแนกตามอายุที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่	66
16	การเปรียบเทียบการได้รับบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ในด้านการเชื่อถือได้ จำแนกตามอายุที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่	66

บัญชีตาราง(ต่อ)

[illegible]

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง

หน้า

34	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการ และการได้รับการบริการ ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีตามลักษณะส่วน บุคคลทางด้านระดับการศึกษา	84
35	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการ และการได้รับการบริการ ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีตามลักษณะ ส่วนบุคคลทางด้านอาชีพ	86
36	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการ และการได้รับการบริการ ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีตามลักษณะ ส่วนบุคคลทางด้านรายได้	88
37	คุณภาพบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี โดยรวมใน แต่ละด้านและรายข้อ	90

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในกรอบแนวความคิดในการศึกษาค้นคว้า.....	6
2 แนวคิดพื้นฐานในการประเมินคุณภาพ.....	14
3 แบบจำลองคุณภาพบริการ.....	16
4 ระดับความคาดหวังในบริการ.....	19
5 รูปปิรามิดแห่งความต้องการของ Abraham Maslow.....	21
6 ทฤษฎีความคาดหวัง.....	25

บทที่ ๑

บทนำ

ภูมิหลัง

จากสภาวะโลกไร้พรมแดน การเปิดการค้าเสรีและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ทำให้ธุรกิจและสถาบันการเงินต่างๆ เติบโตและแข่งขันกันมาก จะเห็นได้ว่าการแข่งขันของธนาคารในปัจจุบันได้ทำการแข่งขันโดยการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อให้บริการ เนื่องจากการบริการนับว่าเป็นหัวใจของธุรกิจยุคใหม่ ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการจำเป็นจะต้องศึกษาและให้ความสำคัญกับการดำเนินงานบริการอย่างจริงจัง ทั้งนี้ระบบการบริการประกอบด้วยส่วนสำคัญที่ต้องคำนึงถึงคือ ลูกค้าหรือผู้รับบริการ ผู้ปฏิบัติงานบริการ องค์กรบริการ ผลิตภัณฑ์บริการและสภาพแวดล้อมของบริการ กลยุทธ์การบริการจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในวงการธุรกิจปัจจุบันเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือไม่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าใดๆ ก็ตาม ต่างหันมาให้ความสนใจแข่งขันกันในการบริการลูกค้าเพิ่มขึ้น

ธนาคารออมสินเป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ซึ่งเป็นหน่วยหนึ่งในระบบเศรษฐกิจที่จะต้องก้าวไปพร้อมกับองค์กรธุรกิจอื่นๆ จึงจำเป็นต้องพัฒนาองค์กรของธนาคารและปรับเปลี่ยนระบบงาน ตลอดจนวิธีการทำงานเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน โดยธนาคารได้เร่งปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานและการให้บริการเพื่อก้าวเข้าสู่การแข่งขันในธุรกิจธนาคารที่ทวีความรุนแรง ด้วยขยายการติดตั้งระบบฝาก – ถอนเงินด้วยระบบ On-line ให้ครบทุกสาขา พัฒนาระบบงานเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว (ประกันชีวิต) On-line เพิ่มการติดตั้งเครื่อง A.T.M. Pool เพื่อขยายการให้บริการแก่ประชาชนทั่วไป ได้มุ่งเน้นการตลาดเชิงรุกและได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ของธนาคารให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครอบคลุมทุกระดับ โดยได้ให้ความสำคัญกับการให้บริการ และการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า มีการจัดทำแผนการปรับปรุงแก้ไขบริการขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับการให้บริการให้มีความทันสมัยและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

ปัจจุบันธนาคารออมสินมีนโยบายมุ่งสู่ธนาคารคุณภาพ โดยเล็งเห็นว่ากลไกสำคัญในการดำเนินงานและสร้างมาตรฐานของการให้บริการทางการเงินสูงขึ้น โดยเน้นเป้าหมายของการสร้างสรรค์ให้เกิดคุณภาพคือ

1. เพิ่มคุณภาพของการให้บริการแก่ลูกค้า (Customer service quality) ทั้งนี้เนื่องจากลูกค้าเป็นหัวใจแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจธนาคาร ดังนั้นธนาคารจึงมุ่งมั่นที่จะตอบสนองความต้องการลูกค้า ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการทางการเงินที่สะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา และประหยัดค่าใช้จ่าย ส่งเสริมและพัฒนาบริการทางการเงินในรูปแบบใหม่ๆ ที่ทันสมัยและมีหลากหลาย เพื่อให้ลูกค้ามีโอกาสเลือกใช้บริการทางการเงินที่สอดคล้องกับความต้องการได้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งเน้นคุณภาพของการให้บริการที่สามารถเพิ่มความพึงพอใจและสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าผู้ใช้บริการ

2. พนักงานที่มีคุณภาพ (Quality staff) โดยธนาคารให้ความสำคัญที่จะส่งเสริมให้พนักงานมีศักยภาพในการทำงานที่สูงขึ้นด้วยการจัดโครงการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ในธุรกิจการเงินสมัยใหม่ และเพื่อเพิ่มทักษะในการให้บริการ รวมทั้งปลูกฝังให้พนักงานมีจิตสำนึกของการให้บริการ (เอกสารการเพิ่มคุณค่าในการให้บริการ ธนาคารออมสินภาคกรุงเทพ. 2544 : 1 - 18)

แต่ในปัจจุบันธนาคารเกิดปัญหาการให้บริการของธนาคารในด้านต่างๆ เช่น ด้านการให้บริการซ้ำ และผิดพลาดบ่อย ด้านการให้บริการอย่างไม่เท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างไม่สุภาพอ่อนน้อม ไม่มีมนุษย

สัมพันธที่ดี การให้บริการที่ไม่ทันสมัย การให้บริการอย่างไม่ต่อเนื่อง การให้บริการด้วยความไม่ซื่อสัตย์สุจริตของพนักงาน ซึ่งจะพบได้ว่าปัญหาเหล่านี้จะมีผลกระทบต่อธนาคารโดยตรง เพราะธุรกิจธนาคารเป็นงานด้านการให้บริการที่ต้องอาศัยผู้มาใช้บริการ ในการดำเนินธุรกิจให้สามารถดำเนินต่อไปได้ ดังนั้นเมื่อผู้มาใช้บริการประสบกับปัญหาในการให้บริการในด้านต่างๆ แล้วมักจะมีการถ่ายทอดให้บุคคลอื่นต่อไปเรื่อยๆ เป็นลูกโซ่ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ย่อมมีผลกระทบต่อเสถียรภาพของธนาคารทั้งองค์กร กล่าวคือ ลูกค้าน่าจะเกิดอคติ เกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อธนาคาร เกิดความไม่พึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคาร ธุรกิจธนาคารก็ย่อมขายบริการไม่ได้ เมื่อขายบริการไม่ได้การดำเนินงานก็ต้องปิดตัวลง ดังคำกล่าวที่ว่า “ไม่มีลูกค้า ไม่มีงาน ไม่มีธนาคาร ไม่มีเรา”

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยซึ่งเป็นพนักงานธนาคารออมสิน จึงสนใจที่จะศึกษาถึงความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ซึ่งมีหน้าที่ในการให้บริการธุรกิจสินเชื่อ ธุรกิจเงินฝากถอนและบริการอื่นๆ รวมถึงพิจารณาอนุมัติสินเชื่อที่เกินวงเงินของธนาคารออมสินสาขาที่อยู่ในความรับผิดชอบ ดำเนินงานทางด้านการตลาด ติดตามเร่งรัดหนี้ ประenomหนี้ และให้คำปรึกษาแนะนำแก่ธนาคารออมสินสาขาที่อยู่ในความรับผิดชอบ ก็เพื่อที่จะได้รับข้อมูลจากลูกค้า มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการนำมาปรับปรุงหรือกำหนดนโยบาย ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการดำเนินการด้านวางแผนกลยุทธ์ ในการส่งเสริมการตลาด การจัดการ และการดำเนินการกิจกรรมของธนาคาร ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม ซึ่งผลที่ได้ธนาคารสามารถนำมาปรับปรุง ก็จะเป็นการรักษาลูกค้าและเพิ่มส่วนครองตลาดให้กับธนาคารให้สามารถเข้าสู่ตลาดการแข่งขันได้อย่างทัดเทียมคู่แข่ง

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้ใช้บริการจากการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี
2. เพื่อศึกษาถึงการได้รับการบริการจากการให้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีโดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการกับการได้รับการบริการจากการให้บริการของธนาคารออมสิน ศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงการบริการในด้านต่างๆ อาทิเช่น ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าหรือผู้ให้บริการ ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี เพื่อให้ผู้ให้บริการได้รับการที่มีคุณภาพเป็นไปตามความคาดหวังและเกิดการได้รับการสูงสุดจากการให้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี
2. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการกำหนดแนวทางการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาอื่นๆ

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้านี้เกี่ยวกับความคาดหวังและการได้รับการจากธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี โดยใช้กรอบแนวคิดในเรื่องคุณภาพบริการของ Parasuraman , Zeithaml and Berry ซึ่งแบ่งเป็น 5 ด้าน คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจและด้านการเข้าถึงจิตใจ โดยทำการศึกษาค้นคว้าดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ประชากร

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประชากรได้แก่ ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มาใช้บริการของธนาคาร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าจำนวน 385 ราย โดยสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 อายุ

1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

1.3.1 ชั้นประถมศึกษา

1.3.2 ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น

1.3.3 ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

1.3.4 อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

1.3.5 ปริญญาตรี

1.3.6 สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 อาชีพ

1.4.1 นักเรียนนักศึกษา

1.4.2 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.4.3 ลูกจ้าง/รับจ้าง

1.4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

1.4.5 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.5 รายได้

1.5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท

1.5.2 5,001 – 10,000 บาท

1.5.3 10,001 – 15,000 บาท

1.5.4 15,001 – 20,000 บาท

1.5.5 20,001 – 25,000 บาท

1.5.6 25,001 – 30,000 บาท

1.5.7 มากกว่า 30,000 บาท

2. ตัวแปรตาม

ได้แก่ ความคาดหวังและการได้รับการบริการจากธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ด้านดังนี้

1. ด้านลักษณะทางกายภาพ
2. ด้านความเชื่อถือได้
3. ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว
4. ด้านความมั่นใจ
5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความคาดหวังในการใช้บริการ หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าผู้ใช้บริการที่ต้องการเกิดขึ้นกับพนักงานหรือธนาคารออมสิน ในการให้บริการที่เกิดประโยชน์สูงสุดจากการใช้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ประกอบด้วย

1. ความคาดหวังในด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าผู้ใช้บริการที่ต้องการเกิดขึ้นกับพนักงานหรือธนาคารออมสินเกี่ยวกับภาพของสิ่งต่างๆ ที่ปรากฏแก่สายตาของลูกค้าหรือผู้รับบริการ ซึ่งประกอบไปด้วย สถานที่ให้บริการ สถานที่จอดรถ เครื่องมืออุปกรณ์ เอกสารแนะนำ ป้ายบอกจุดบริการ และตัวพนักงานผู้ให้บริการ เป็นต้น
2. ความคาดหวังในด้านความเชื่อถือได้ หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าผู้ใช้บริการที่ต้องการเกิดขึ้นกับพนักงานหรือธนาคารออมสินในการให้บริการของธนาคารที่ผู้ให้บริการต้องทำให้ลูกค้าผู้รับบริการเกิดความเชื่อถือ เช่น มีความสามารถในการวินิจฉัยปัญหา หรือข้อคำถามต่างๆ อย่างถูกต้อง
3. ความคาดหวังในการตอบสนองอย่างรวดเร็ว หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าผู้ใช้บริการที่ต้องการเกิดขึ้นกับพนักงานหรือธนาคารออมสิน เกี่ยวกับความพร้อมที่จะให้บริการแก่ผู้ใช้บริการทันทีทันใด มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ไม่โอ้อ้อ หรือทำกิจกรรมอย่างอื่นที่ไม่ใช่การให้บริการลูกค้า เพื่อไม่ให้เป็นการเสียเวลารอนานเกินไปของผู้มาใช้บริการในเวลาที่เหมาะสมและตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ
4. ความคาดหวังในด้านความมั่นใจ หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าผู้ใช้บริการที่ต้องการเกิดขึ้นกับพนักงานหรือธนาคารออมสิน เกี่ยวกับการที่ผู้ให้บริการสามารถสร้างความรู้สึกปลอดภัยแก่ผู้ใช้บริการ
5. ความคาดหวังในการเข้าถึงจิตใจ หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าผู้ใช้บริการที่ต้องการเกิดขึ้นกับพนักงานหรือธนาคารออมสิน ในการดูแลเอาใจใส่และความสนใจที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้ใช้บริการ

การได้รับการบริการจากการใช้บริการของธนาคารออมสิน หมายถึง ความรู้สึกรับรู้ของผู้ใช้บริการของธนาคารออมสิน เมื่อได้ใช้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีแล้ว ประกอบด้วย

1. การให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ความรู้สึกรับรู้ของผู้ใช้บริการที่ได้ใช้บริการของธนาคารออมสินตามภาพของสิ่งต่างๆ ที่ปรากฏแก่สายตาของลูกค้าหรือผู้รับบริการ ซึ่งประกอบไปด้วยสถานที่ให้บริการ สถานที่จอดรถ เครื่องมืออุปกรณ์ เอกสารแนะนำ ป้ายบอกจุดบริการ และตัวพนักงานผู้ให้บริการ เป็นต้น

2. การให้บริการด้านความเชื่อถือได้ หมายถึง ความรู้สึกจากการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่ได้ใช้บริการของธนาคารออมสินที่รู้สึกถึงความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ

3. การให้บริการด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว หมายถึง ความรู้สึกจากการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่มารับบริการรู้สึกถึงความพร้อมที่จะให้บริการแก่ผู้ใช้บริการทันทีทันใด มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ไม่โอ้อ้อ หรือทำกิจกรรมอย่างอื่นที่ไม่ใช่การให้บริการลูกค้า เพื่อไม่ให้เป็นการเสียเวลารอนานเกินไปของผู้มาใช้บริการในเวลาที่เหมาะสมและตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

4. การให้บริการด้านความมั่นใจ หมายถึง ความรู้สึกจากการรับรู้ของผู้ใช้บริการในประเมินผลการให้บริการเชิงบวกจากการรับรู้ของผู้ใช้บริการ ที่มารับบริการรู้สึกถึงความปลอดภัยแก่ผู้ใช้บริการ

5. การให้บริการด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการ หมายถึง ความรู้สึกจากการรับรู้ของผู้ใช้บริการในเรื่องของการดูแลเอาใจใส่ และความสนใจที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้ใช้บริการ

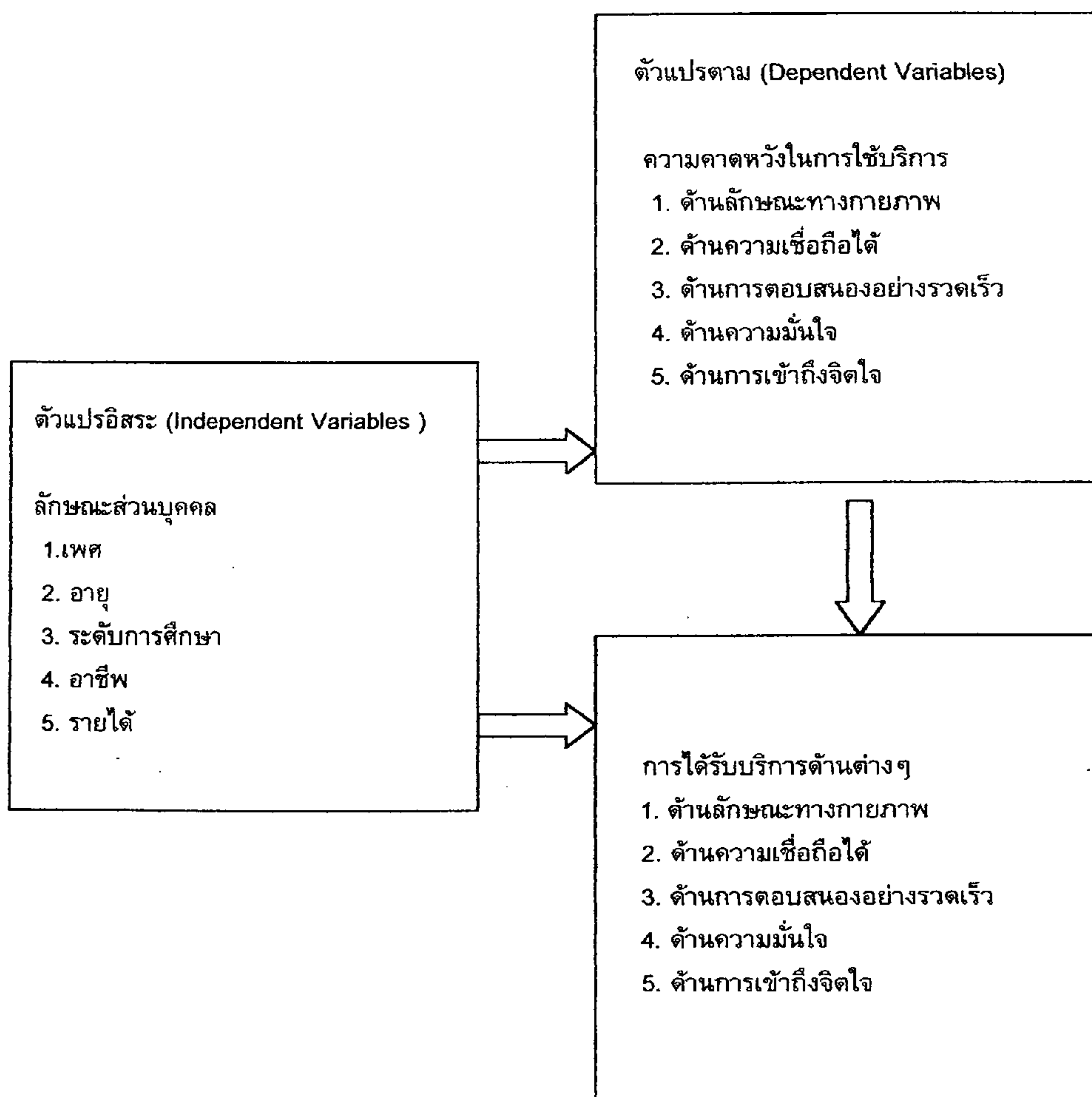
ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้ที่มาติดต่อใช้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี

การให้บริการ หมายถึง การให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ในด้านต่างๆ

ธนาคารออมสิน หมายถึง ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ที่ตั้งอยู่เลขที่ 1089/2-3 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400

กรอบแนวความคิดในการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาความคาดหวังและการได้รับการบริการจากธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีครั้งนี้ ใช้กรอบแนวคิดเรื่อง คุณภาพบริการ (Service Quality) ใน Gap 5 ของ พาราสูรามาน ไชแตรมอล และเบอรี่ (Parasuraman , Zeithaml and Berry. 1985 : 44) สรุปเป็นกรอบ 5 ด้านได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ จริยาภรณ์เมือง สันติ เจริญไชยและอนุรักษ มหาวิวัฒน์ ที่พบว่า ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังและการได้รับการบริการด้านต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญ ทำให้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาสรุปกรอบแนวความคิดในการวิจัยครั้งนี้



ภาพประกอบ 1 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในกรอบแนวความคิดในการศึกษาค้นคว้า

สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า

- ข้อที่1. ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่2. ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่3. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่4. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่5. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่6. ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่7. ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่8. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่9. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่10. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่11. ความคาดหวังและการได้รับบริการของธนาคารออมสินในปัจจุบันกำหนดคุณภาพแต่ละด้านแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- ความหมาย แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการบริการ
- วิธีการประเมินคุณภาพในการให้บริการ
- แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
- ลักษณะที่สำคัญของบริการ
- ความหมาย แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวัง
- ความหมาย แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความรู้ความเข้าใจ

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารออมสิน

- ประวัติธนาคารออมสิน
- ธุรกิจบริการของธนาคารออมสิน
- ประวัติธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี
- ธุรกิจบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ความหมาย แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการบริการ

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Marketing Association : AMA) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “บริการ” หมายถึง กิจกรรมซึ่งส่วนใหญ่เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่สามารถสร้างความพอใจให้แก่ผู้รับได้ การบริการไม่จำเป็นต้องเชื่อมโยงอยู่กับการขายสินค้าหรือการบริการอื่น การบริการอาจจะใช้สินค้าหรือไม่ใช้สินค้าเป็นองค์ประกอบก็ได้ และหากมีการใช้สินค้าเป็นองค์ประกอบ ก็จะไม่มีการโอนกรรมสิทธิ์ในสินค้านั้นไปให้ผู้ใช้บริการ

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2541 : 8) ได้ให้ความหมายของคำว่า “บริการ” หมายถึง บุคคลหนึ่งปฏิบัติด้วย “การให้” แก่อีกบุคคลหนึ่งหรืออีกหลายๆ คน เพื่อสนองตอบความประสงค์ในเรื่องต่างๆ ด้วยความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และอย่างมีอัธยาศัย สร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับ

สุปัญญา ไชยชาญ (2542 : 25) ได้ให้ความหมายของคำว่า “บริการ” หมายถึง เป็นกิจกรรมที่ฝ่ายหนึ่งเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่ง กิจกรรมดังกล่าวไม่มีตัวตน และไม่มีใครเป็นเจ้าของ ซึ่งในการบริการนั้นอาจมีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่

สมนา อยู่โพธิ์ (2525 : 12) ได้ให้ความหมายของคำว่า “บริการ” หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์และความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขายหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขาย

กุลชน หนาพงศธร (พลอย ปิ๋ว. 2534 : 9 ; อ้างอิงจาก กุลชน หนาพงศธร.2536 : 14) เห็นว่า หลักการให้บริการ ได้แก่

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้ นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่หรือทั้งหมด ไม่ใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์และบริการแล้ว ยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้นๆ ด้วย

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มิใช่ทำๆ หยุดๆ ตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างสม่ำเสมอและเท่าเทียมกัน ไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่บุคคล หรือกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่งในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มบุคคลอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด

4. หลักความประหยัดค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการ จะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่ายสะดวกสบาย สั้นเบ็ดเสร็จพยามยามไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจ ให้แก่ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการมากจนเกินไป

วิชาญ ฤทธิรงค์ (2528 : 52) ได้ชี้แนะว่า การให้บริการ และการต้อนรับลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจและประทับใจ อย่างที่จะมาใช้บริการอีก ควรดำเนินการดังนี้

1. พนักงานต้องแต่งกายสะอาด เรียบร้อย
2. ต้อนรับลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน
3. พนักงานมีความรอบรู้ในหน้าที่ บริการด้วยความรวดเร็ว มีความกระตือรือร้น
4. ควรมีการสืบหาข้อมูลของลูกค้าจากแหล่งต่างๆ เพื่อจะได้ต้อนรับอย่างเหมาะสม
5. การให้บริการลูกค้าจะต้องดูถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ
6. สถานที่ทำการ ต้องดูแลให้สะอาด มีการจัดที่พักรอสำหรับลูกค้า
7. หมั่นออกเยี่ยมเยียนลูกค้าหรือธุรกิจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
8. สร้างสื่อสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าต่อลูกค้า ชนิดปากต่อปาก ซึ่งเป็นวิธีที่ได้ผลดีที่สุด
9. การพัฒนาระบบงานโดยการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามา
10. ให้คำแนะนำด้านวิชาการ และการตลาดแก่ลูกค้า

อานวย ลีพิทย์กุล (2531 : 491) กล่าวว่า การสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า คือการทำให้ลูกค้ารู้สึกตั้งแต่ก้าวแรกที่ก้าวเข้ามาในที่ทำงานของธนาคารว่า เขาได้รับการต้อนรับอย่างเต็มใจ แจ่มใส ทำให้ลูกค้ารู้ว่า พนักงานของธนาคารพยายามจะบริการให้ดีที่สุด ตามที่ลูกค้าต้องการ

เคทซ์ และ ดาเน็ท (พลอย ปิ๋ว, 2534 : 10 ; อ้างอิงจาก Katez and Danet. ท.ศ. : 25) เสนอความเห็นว่าการสำคัญของการบริการลูกค้าที่ควรปฏิบัติทั้งในองค์กรของรัฐและเอกชน ควรยึดหลักปฏิบัติ ดังนี้

1. การติดต่อเฉพาะงาน (Specificity) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้ากับพนักงานจะจำกัดเฉพาะเรื่องงานเท่านั้น พนักงานไม่ควรนำเรื่องส่วนตัวนอกเหนือจากหน้าที่มาเกี่ยวข้องด้วย

2. การปฏิบัติโดยเสมอภาคและเท่าเทียมกัน (Universality) หมายความว่า พนักงานจะต้องปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความเป็นธรรม ไม่ถือเอาถือเรา เช่น การให้บริการตามลำดับก่อนหลังใครมาก่อนก็ได้บริการก่อน เป็นต้น

3. การวางตนเป็นกลาง (Affective Neutrality) หมายถึง พนักงานจะต้องให้บริการลูกค้าโดยไม่เอาอารมณ์ส่วนตัวเข้ามายุ่งเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน และใช้หลักการความถูกต้อง ไม่ใช่ชู้ตคอกหรือหาสาเหตุชอบวิวาทกับลูกค้า

จากแนวคิดเรื่องการให้บริการที่ได้นำเสนอข้างต้น จะเห็นได้ว่าระบบการให้บริการ ไม่ว่าจะถูกกำหนดหรือออกแบบไว้อย่างไร แต่ก็จะมีจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์เดียวกัน นั่นคือ มุ่งหวังให้ผู้บริการได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากการบริการนั้นๆ อย่างสูงสุดโดยจะต้องมีองค์ประกอบหลักที่สำคัญ คือ สถานที่และบุคคลที่ให้บริการ ตัวบริการ ช่องทางหรือวิธีให้บริการ และสุดท้าย คือผู้บริการนั่นเอง

จอห์น ดี มิลเล็ท (ศรีสมบัติ พรประสิทธิ์, 2536 : 6 – 7 ; อ้างอิงจาก Millett, ท.ศ. : 96) ได้อธิบายถึงความพึงพอใจในการบริการ (satisfactory services) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ให้พิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ

1. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างยุติธรรม โดยลักษณะการจัดให้นั้นจะต้องเป็นไปอย่างเสมอภาค และเสมอหน้า (Equitable service) แก่ผู้บริการ
2. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely service) ตามลักษณะของความจำเป็นรีบด่วนในการบริการ และความต้องการของประชาชนในบริการนั้นๆ
3. ความสามารถในการจัดบริการ ให้อย่างเพียงพอแก่ความต้องการของผู้บริการ (Ample service) มีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม
4. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างต่อเนื่อง (Continuous service) เป็นการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ โดยไม่มีการหยุดชะงัก หรือติดขัดในการให้บริการนั้นๆ ไม่ใช่อึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการ ว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้
5. ความสามารถในการพัฒนาบริการที่จัดให้ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ให้มีความเจริญก้าวหน้า (Progressive service) ตามลักษณะของการบริการนั้น โดยมีการปรับปรุงคุณภาพหรือเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

การวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน ของ John D. Millett ดังกล่าวข้างต้น จะขอยกกรณีตัวอย่างของการวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการ ที่มีต่อการให้บริการของธนาคารดังนี้

1. ความสามารถในการจัดบริการอย่างพอเพียง (Ample service) แก่ความต้องการของผู้รับบริการ เช่น จัดพนักงานให้บริการอย่างพอเพียง ที่פקษณะรอรับบริการมีเพียงพอ มีบริการต่างๆ ของธนาคารอย่างเพียงพอ หรือครอบคลุมความต้องการของลูกค้า
2. ความสามารถในการจัดบริการได้อย่างยุติธรรม (Equitable service) โดยลักษณะการจัดให้นั้นจะต้องเป็นไปอย่างเสมอภาค และเสมอหน้าแก่ผู้รับบริการ เช่น การให้บริการลูกค้า ตามลำดับการมาก่อน - หลัง พนักงานมีความอ่อนโยนต่อลูกค้าทุกระดับสาขาอาชีพหรือไม่เลือกบริการลูกค้าเป็นพิเศษเฉพาะกลุ่มหรือเฉพาะคน
3. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างต่อเนื่อง (Continuous service) โดยไม่มีการหยุดชะงักหรือติดขัดในการให้บริการนั้นๆ เช่น การให้บริการธุรกิจสินเชื่ออุตสาหกรรม ต้องเป็นลักษณะครบวงจรตั้งแต่การให้บริการข้อมูลการวิชาการก่อนลงทุน ช่วยวิเคราะห์โครงการก่อนลงทุนจ่ายเงินกู้ให้ทั้งในรูปเงินสด และในรูปของเครื่องจักรเพื่อลดต้นทุนการผลิต ตลอดจนช่วยเหลือหาแหล่งตลาดสำหรับขายผลิตผลให้กับลูกค้า หากขาดความต่อเนื่องแล้วจะทำให้การลงทุนอาจเกิดความเสียหายได้

4. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างรวดเร็ว (Timely service) ทันต่อเวลาตามความจำเป็นรับด่วนในการบริการ และความต้องการของประชาชนในบริการนั้นๆ หัวใจของธุรกิจปัจจุบัน คือ ช่วงเวลา ความผิดพลาดจากการไม่ทันเวลา อาจเป็นผลเสียต่อธุรกิจ เช่นการให้เงินกู้ที่ล่าช้าไม่ทันเวลาที่ลูกค้าต้องการก็อาจทำให้คู่แข่งทางธุรกิจ ช่วงชิงโอกาสในการลงทุนไปได้ ดังนั้นหากมีวิธีการใดที่รวดเร็วก็จะเป็นผลดีกับลูกค้า

5. ความสามารถในการบริการที่จัดให้ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพให้มีความก้าวหน้า ตามลักษณะของบริการนั้นๆ สำหรับการพัฒนาด้านปริมาณนั้น ยกตัวอย่างเช่น ธนาคารได้ขยายการให้บริการรับฝากเงินและถอนเงินทุกประเภท ครอบคลุมทุกอำเภอ ตามความต้องการของลูกค้า สำหรับการพัฒนาด้านคุณภาพนั้น มีการใช้เทคนิคใหม่ๆ ในการให้บริการ เช่น บริการตู้ A.T.M. เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว การให้บริการชำระเงินค่าบริการต่างๆ ผ่านเครื่อง A.T.M.

ทฤษฎีด้านลูกค้าสัมพันธ์

ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้า หรือผู้ใช้บริการกับฝ่ายขายหรือผู้บริการนั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย แต่ผู้ประกอบการหรือพนักงานของบริษัท ร้านค้า หรือองค์กรทางการขายต่างก็จะต้องได้รับการอบรม และชี้แจงให้ทราบถึงนโยบายและแนวทางในการปฏิบัติให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งสถาบันโพรเมีนส์ได้ให้แนวทางการพัฒนาลูกค้าสัมพันธ์ไว้ 10 ข้อ และต่อมาได้พัฒนาเพิ่มเป็น 14 ข้อดังนี้ (นิคม เอี่ยมสะอาด. 2539 : 27-31)

1. รักษาความสัตย์สุจริตที่ให้กับลูกค้า หรือผู้บริการในการประกอบธุรกิจใดๆ ก็ตามมักจะจะต้องมีการนัดหมายในการให้บริการต่างๆ เช่น บริการซ่อมหลังการขายหรือบางครั้งถ้าสินค้าเป็นเรื่องของการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ ถ้าผู้รับบริการมีปัญหาใดก็ตามองค์กรหรือผู้ประกอบการจะต้องให้ความสนใจในการให้บริการ เมื่อมีการนัดหมายจะให้บริการเมื่อใดก็ตาม หรืออย่างไรก็ตาม องค์กรนั้นจะต้องทำตามการนัดหมาย หรือข้อตกลงนั้นโดยไม่บิดพลิ้ว และควรให้บริการอย่างรวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพและอย่างเป็นมิตรด้วยสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส มีความนอบน้อมโดยไม่มีการบ่นถึงความเหนื่อยยากหรือสิ่งเปลี่ยนต่างๆ การกระทำเช่นนี้ว่าเป็นกฎสำคัญข้อแรกของผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นกฎเกณฑ์ให้บริการแก่ลูกค้า

2. ตอบรับโทรศัพท์ที่โทรเข้ามาอย่างรวดเร็ว ภายในไม่เกิน 5 วินาที การตอบรับโทรศัพท์เข้า ถือเป็นการทำงานภาพพจน์และความน่าเชื่อถือของบริษัท ได้มีการวิจัยพบว่าเวลา 5 วินาที เป็นเวลาที่ผู้โทรศัพท์จะมีความรู้สึกสามารถอดทนการรอคอยได้ หากเกิน 5 วินาที อาจมีผลทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อบริษัทและบริการนั้น ๆ หรือลูกค้าอาจจะเปลี่ยนใจไปใช้บริการที่อื่น

3. ตอบรับเรื่องได้รับเอกสาร หรือหลักฐานต่างๆ ภายใน 2 วัน เอกสารบางอย่างที่ส่งมายังบริษัท อาจจะไม่จำเป็นต้องตอบแต่เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการขอใช้บริการ หรือสอบถามบริการหรือข้อแนะนำต่างๆ ที่มีต่อองค์กรควรจะได้รับการตอบทันที การตอบอาจจะตอบในรูปจดหมาย โทรศัพท์ หรือบุคคลก็ได้ แต่ทั้งหมดนี้ควรจะแล้วเสร็จภายใน 2 วัน อาจจะมีเอกสารบางอย่างที่ไม่สามารถตอบได้ภายใน 2 วัน แต่ฝ่ายขายหรือผู้ให้บริการจะต้องมีการตั้งเป้าหมายที่แน่ชัดว่าจะทำให้แล้วเสร็จเมื่อใด ในการตอบเอกสารต่างๆ เหล่านี้เจ้าของหรือบุคคลที่อ้างถึงในจดหมายหรือเอกสารนั้น ควรจะเป็นผู้ตอบหรือมีลายเซ็นแสดงว่าได้ตอบไม่ใช่ผู้อื่นตอบแทน

4. ไม่ควรให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรอนานเกิน 5 นาที การให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรอคอยเป็นเวลานาน ก่อนที่จะมีผู้มาให้บริการ เป็นการสร้างความรู้สึกที่ไม่ดีต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการ หลักความจริงข้อหนึ่งที่ควรยึดถือคือ "เวลาเป็นเงินเป็นทอง" ดังนั้นการปล่อยให้ลูกค้ารอคอยเป็นเวลานานๆ เป็นการสูญเสียทางเศรษฐกิจของลูกค้า ลูกค้าก็จะมีความรู้สึกว่าบริการที่ตนได้รับนั้นมีราคาแพงทั้งๆ ที่มองไม่เห็นตัว

เงินที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นการที่ผู้ขายหรือผู้ให้บริการสามารถให้บริการโดยรวดเร็วจึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการ การจัดระบบนัดหมายให้ดีมีประสิทธิภาพ จะเป็นมาตรการหนึ่งในการลดเวลาการรอคอยแต่ต้องระมัดระวังไม่ให้ลูกค้าต้องมารอคอยและมีการผิดเวลานัดหมายเป็นอันขาด

5. พนักงานทุกคนจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า การติดต่อหรือทำธุรกิจกันทุกครั้งพนักงานจะต้องทำแบบให้เกียรติแก่ลูกค้า แสดงกิริยามารยาทเรียบร้อยอ่อนน้อมถ่อมตนมีความเป็นมิตรกับลูกค้า และต้องแสดงความสนใจในตัวลูกค้า มีผู้วิจัยพบว่ามีลูกค้าอยู่ประมาณ 1 เปอร์เซนต์ที่แสดงกิริยามารยาทไม่เรียบร้อยหรือก้าวร้าวต่อพนักงานหรือผู้ให้บริการ ซึ่งจำนวนนี้จะถือว่าเล็กน้อย เมื่อเทียบกับลูกค้าอีก 99 เปอร์เซนต์ที่สุภาพ เรียบร้อยนอบน้อม แต่ในกฎหรือแนวทางการสร้างลูกค้าสัมพันธ์ที่ดีนั้นลูกค้าจำนวน 1 เปอร์เซนต์ก็ควรจะได้รับบริการบริการสุภาพและไม่ต้องแสดงอาการก้าวร้าวตอบ การมีทัศนคติที่ดีของพนักงานผู้ขาย หรือเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการนั้นจะสามารถเห็นได้จากรอยยิ้มบนใบหน้า คำพูดที่อ่อนหวานหรือราบรื่น ความสนใจที่ให้แกลูกค้าที่อาจผ่านสายตาที่มองดูลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการและคำพูดขอบคุณที่ให้แกลูกค้า แต่เมื่อให้ไปแล้วจะพบว่ามึนงงอย่างมาในการดึงดูดตัวลูกค้าให้กลับมาใช้บริการอีก

6. เมื่อมีสิ่งบกพร่องเกิดขึ้น รีบไปหาลูกค้าหรือผู้ให้บริการก่อนที่ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้ให้บริการจะมาหาความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องบางประการ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้เสมอ เช่น บริษัทได้ให้สัญญาแก่ลูกค้าว่าจะส่งมอบหมายของให้ภายในเวลาหนึ่ง หรือสัญญาว่าจะซ่อมสินค้าที่ซื้อไปให้เสร็จภายในเวลาที่นัดหมาย แต่ไม่สามารถทำได้เนื่องจากเหตุสุดวิสัยต่างๆ ในสถานการณ์เช่นนี้จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ขายหรือผู้ให้บริการจะต้องรับผิดชอบและแจ้งให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการทราบก่อนที่จะมาพบหรือทราบว่าเขาไม่สามารถทำตามที่เขาคาดหวังไว้ การกระทำเช่นนี้จะทำให้สถานการณ์ต่างๆ ไม่เลวลง ผู้ขายและผู้ให้บริการสามารถลดความรู้สึกที่ไม่ดีของลูกค้าหรือผู้ให้บริการได้ ในปัจจุบันนี้ระบบการสื่อสารได้พัฒนาไปมาก การติดต่อกับลูกค้าหรือผู้รับบริการจึงเป็นสิ่งที่กระทำได้ง่ายโดยโทรศัพท์ หรือไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) หรือแม้กระทั่งโดยทางรถยนต์ จึงไม่มีเหตุอะไรที่จะไม่แจ้งให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการทราบล่วงหน้า

7. ระบบการทำงานจะต้องมีความน่าเชื่อถือ ในที่นี้หมายถึงว่าระบบการให้บริการต่างๆ จะต้องอยู่ในสภาพดี ทำงานได้ตลอดเวลา เช่น เครื่องรับโทรศัพท์ในห้องพักของโรงแรม หรือเครื่องทำน้ำอุ่น หรือลิฟท์ของโรงแรมจะต้องทำงานได้ตลอดเวลา จะต้องมีการตรวจสอบตลอดเวลา ถ้าเสียหรือไม่สามารถใช้งานได้จะต้องรีบจัดการแก้ไข ในการให้บริการทางด้านธนาคารก็หมายถึงว่า ระบบการส่งไปรษณีย์เงินไม่ว่าจะเป็นเงินฝากหรือเงินกู้จะต้องถึงมือผู้รับอย่างรวดเร็วไม่ช้า หรือจำนองที่อยู่ผิดพลาด หรือแจ้งยอดผิดพลาด เป็นต้น ถ้าภาวะการณ์ทางด้านลบเหล่านี้เกิดขึ้น อันเนื่องมาจากความไม่น่าเชื่อถือของระบบย่อมจะมีภาพพจน์ที่ไม่ดีต่อองค์กร หรือผู้ประกอบการและที่สำคัญย่อมสร้างความไม่พึงพอใจให้แกลูกค้าหรือผู้รับบริการ

8. การแก้ไขปัญหาหรือข้อผิดพลาดทุกด้านอย่างรวดเร็ว ข้อนี้หมายถึงว่าไม่ควรให้มีความผิดพลาดในเรื่องเดียวกันเกิดขึ้นเป็นครั้งที่สอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับลูกค้าคนเดียวกัน หรือผู้รับบริการรายเดียวกัน ตัวอย่างเช่น ลูกค้าแจ้งว่ายอดเงินฝากผิดพลาดหรือสะกดชื่อ หรือนามสกุลผิดพลาด ธนาคารก็ยังไม่ได้แก้ไขปัญหานั้นทันที ยังคงสะกดชื่อหรือนามสกุลลูกค้าผิดพลาดเหมือนเช่นเดิม

9. พนักงานทุกคนในที่ทำงานจะต้องเป็นผู้รู้ คือรู้ข้อมูลที่สำคัญและสำคัญเกี่ยวกับงานสินค้าและอื่นๆ Freemanle กล่าวว่า พนักงานทุกคนจะต้องรู้เรื่อง ดังต่อไปนี้

- รู้เรื่องเกี่ยวกับสินค้าที่ตนขาย (Know the Product)
- รู้เกี่ยวกับบริการที่ให้ (Know the Service)
- รู้ข้อมูลหรือรู้จักองค์กรที่ตนทำงานอยู่ (Know to Organization)

- รู้ว่าจะต้องทำงานอะไรบ้างให้สำเร็จลุล่วง (Know How to Get Thing Done)
- รู้จักวิธีแก้ไขปัญหา (Know How to Get Problems Resulted)
- รู้จักชื่อของลูกค้าประจำ (Know Regional Customers by Their Name)

10. พนักงานที่ต้องติดต่อกับลูกค้า หรือให้บริการลูกค้าจะต้องเป็นผู้ที่สามารถตัดสินใจหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยไม่ต้องเกรงกลัวฝ่ายบริหารดำเนิน พนักงานที่ทำงานในลักษณะนี้จะต้องไม่ผลัดความรับผิดชอบไปให้ผู้อื่น หรือกล่าวว่าตนเองไม่มีอำนาจในการวินิจฉัยตัดสินใจเรื่องนี้ ขอให้ไปถามผู้อื่นหรือผู้บริหาร นอกจากนี้ผู้ให้บริการที่ติดต่อกับลูกค้าจะต้องมีการเอาใจใส่ดูว่าลูกค้าที่ติดต่อกับตนได้รับการบริการหรือตอบคำถามเป็นที่พอใจหรือยัง แม้ว่าบางครั้งตนจะไม่ใช้ผู้บริหารหรือผู้ตอบโดยตรงก็ตาม ตัวอย่างเช่น พนักงานประชาสัมพันธ์ที่ลูกค้ามาติดต่อถามหาฝ่ายสินเชื่อ พนักงานประชาสัมพันธ์จะต้องสามารถพาไปหรือชี้ทางหรือแนะนำให้ไปหาบุคคลที่ลูกค้าต้องไปติดต่อด้วย และจะต้องมีการติดตาม หรือซักถามลูกค้าว่าได้รับการที่ตนต้องการติดต่อแล้วหรือยัง ลักษณะเช่นนี้จะทำให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกว่าการบริการทุกคนมีความพยายามที่จะสนองตอบความต้องการของตนเอง

11. ในสิ่งเล็กๆ น้อยๆ หรือบริการพิเศษเล็กๆ ซึ่งหลักข้อนี้พบในปัจจุบันมีผู้เห็นความสำคัญและมีการนำไปใช้กันมากเพื่อมุ่งสร้างทั้งความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้า ตัวอย่างเช่น การแจกหรือแถมเมื่อซื้อสินค้าภายในวงเงินหนึ่ง บางครั้งก็มีการให้ส่วนลดเป็นคูปองเพื่อไปซื้อหรือแลกซื้อสินค้าอื่นๆ ดังที่เราเห็นกันตามศูนย์การค้าต่างๆ ในประเทศและหลายๆ ประเทศ คำอธิบายหรือเหตุที่อยู่เบื้องหลังหลักปฏิบัติข้อนี้คือ มนุษย์ทุกคนจะมีความพึงพอใจถ้าหากรู้ว่าตนเองได้รับสิทธิพิเศษเหนือคนอื่น หรือได้รับความสนใจเป็นพิเศษ การให้จะให้เล็กๆ น้อยๆ นอกเหนือจากที่ได้ตามปกติ ทำให้ลูกค้าหรือผู้บริการรู้สึกว่าตนเองเป็นบุคคลพิเศษกว่าคนอื่น

12. อย่างมองข้ามความสำคัญของรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ การมองข้ามสิ่งเล็กๆ น้อยๆ แม้ว่าส่วนสำคัญใหญ่ๆ จะสมบูรณ์ก็อาจทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความรู้สึกแปลกแยกหรือขาดความรู้สึกที่ดีต่อผู้ประกอบการ หรือผู้ให้บริการได้เช่นกัน ตัวอย่างของการผิดพลาดเล็กๆ น้อยๆ เช่น การสะกดชื่อลูกค้าผิดพลาด การทำสมุดบัญชีหรือแฟ้มของลูกค้าหายไป หรือการขายสินค้าที่มีคุณภาพ แต่ไม่ได้ตรวจตราความเรียบร้อยว่า สินค้ามีตำหนิทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าตนเองได้รับสินค้าที่ไม่สมบูรณ์

13. พยายามจัดสำนักงานและทุกอย่างในสำนักงานให้มีความสง่า การแต่งกายของพนักงานก็อาจจะต้องให้ดูเรียบร้อย สวยงาม มีสง่า แต่มีใช้แต่งตัวเหมือนประกวดแฟชั่น หรือสวยแบบดารา หรือนักแสดง กล่าวคือต้องมีความเหมาะสม หลักการข้อนี้เป็นเรื่องทางจิตวิทยาพื้นฐานที่ว่าผู้ใดก็ตาม ถ้ามองเห็นสำนักงานนั้นไม่สวยงาม ก็จะตีความหรือมีความรู้สึกนึกคิดเอาว่า บริการที่ให้นั้นคงจะต้องมีคุณภาพไม่ดี ในทำนองเดียวกัน ถ้าเป็นพนักงานแต่งกายไม่สง่าก็จะนึกคิดไปเอาว่าพนักงานผู้นั้นไม่มีความสามารถในการให้บริการที่ดี หรือมีคุณสมบัติด้อย อันเนื่องมาจากภูมิหลังที่ด้อยเป็นต้น

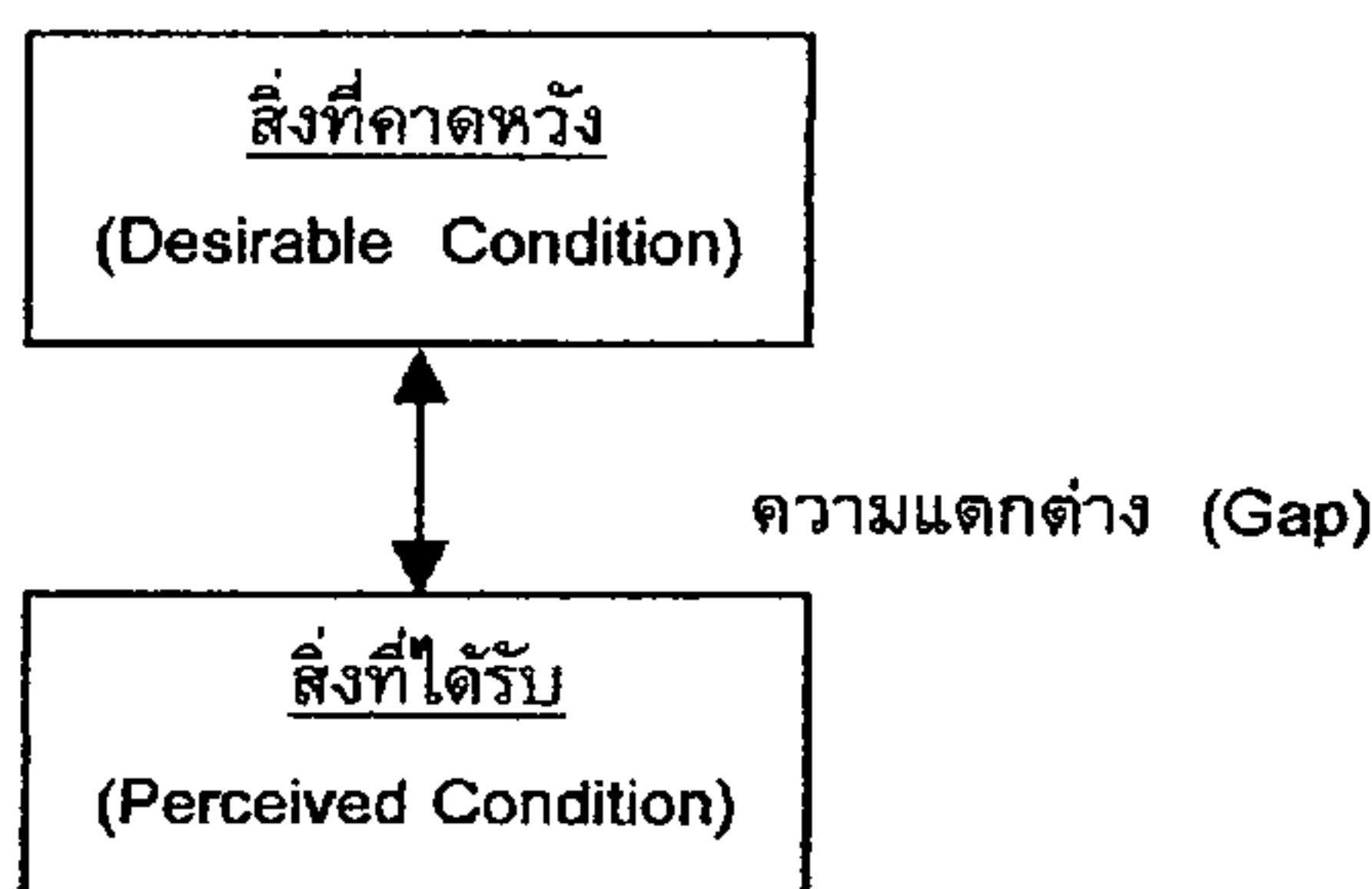
ในทางธุรกิจนั้นจะถือว่าตัวอาคารสำนักงาน และการตกแต่งภายในอาคารสำนักงานให้ดูสง่าและสวยงามเป็นสิ่งจำเป็น ตัวอย่างเช่น ห้องรับแขก หรือลูกค้าที่มาขอคอยการใช้บริการ จะต้องตกแต่งให้มีความสบายน่านั่งภายในตัวอาคารสำนักงานที่ใหญ่โตถาวร พนักงานก็แต่งเครื่องแบบที่ออกแบบดูสวยงามและสง่า ทั้งนี้เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าและต้องการสร้างความรู้สึกแก่ลูกค้าและผู้มาใช้บริการว่าสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างดี

14. ผู้ให้บริการจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ และขณะเดียวกันก็ต้องกระทำตนให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ขายหรือผู้บริการเช่นกัน การจะพูดอะไรจะต้องทำด้วยความมั่นใจว่า

จะไม่ก่อให้เกิดทัศนคติในทางลบขึ้นกับฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด ที่สำคัญพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของผู้ให้บริการจะต้องสร้างทัศนคติที่ดีขึ้นในตัวลูกค้าหรือผู้มารับบริการว่า บริษัทหรือองค์กรที่ลูกค้ามาทำธุรกิจนี้เป็นสถานที่ที่ดีที่สุด ให้บริการที่ดีที่สุด และน่าเชื่อถือมากที่สุด

วิธีการประเมินคุณภาพในการให้บริการ

แนวคิดพื้นฐานในการประเมินคุณภาพการให้บริการ การบริโภคสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคแต่ละคนมีความคาดหวังในตัวสินค้าหรือบริการอยู่ในระดับใดระดับหนึ่ง ซึ่งในความเป็นจริงผู้ให้บริการอาจผลิตสินค้าหรือให้บริการที่แตกต่างกับความคาดหวัง ซึ่งเป็นได้ทั้งในกรณีที่พอดีหรือสูงกว่าความคาดหวัง ทำให้ลูกค้าประเมินว่าสินค้าหรือบริการที่ได้รับมีคุณภาพสูง และกรณีที่บริการที่ได้รับต่ำกว่าที่ลูกค้าคาดหวังทำให้ลูกค้าประเมินว่าสินค้าหรือบริการนั้นๆ มีคุณภาพต่ำตามไปด้วย โจเซฟและบลานตัน (Joseph & Blanton. 2000 : 32) ภาพประกอบ 2 แสดงแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น คือ สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจากผู้ให้บริการรวมเรียกว่าสิ่งที่คาดหวัง (Desirable Condition) ในขณะที่สิ่งที่ลูกค้าได้รับจากผู้ให้บริการรวมเรียกว่า สิ่งที่ได้รับ (Perceived Condition) โดยคุณภาพของสินค้าหรือบริการสามารถประเมินได้จากความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับนั่นเอง



ภาพประกอบ 2 แนวคิดพื้นฐานในการประเมินคุณภาพ

ที่มา : โจเซฟและบลานตัน (Joseph & Blanton. 2000 : 32)

โดยเป้าหมายหลักของการให้บริการ คือ พยายามลดความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับให้เหลือน้อยที่สุด เพราะการจัดการบริการที่สูงกว่าระดับที่ลูกค้าต้องการเป็นการเพิ่มภาระต่อผู้ให้บริการ ในขณะที่การบริการที่ต่ำกว่าระดับที่ลูกค้าต้องการอาจทำให้ลูกค้าไม่พอใจ และเปิดโอกาสให้คู่แข่งทางธุรกิจเข้ามาช่วงชิงฐานลูกค้าไป

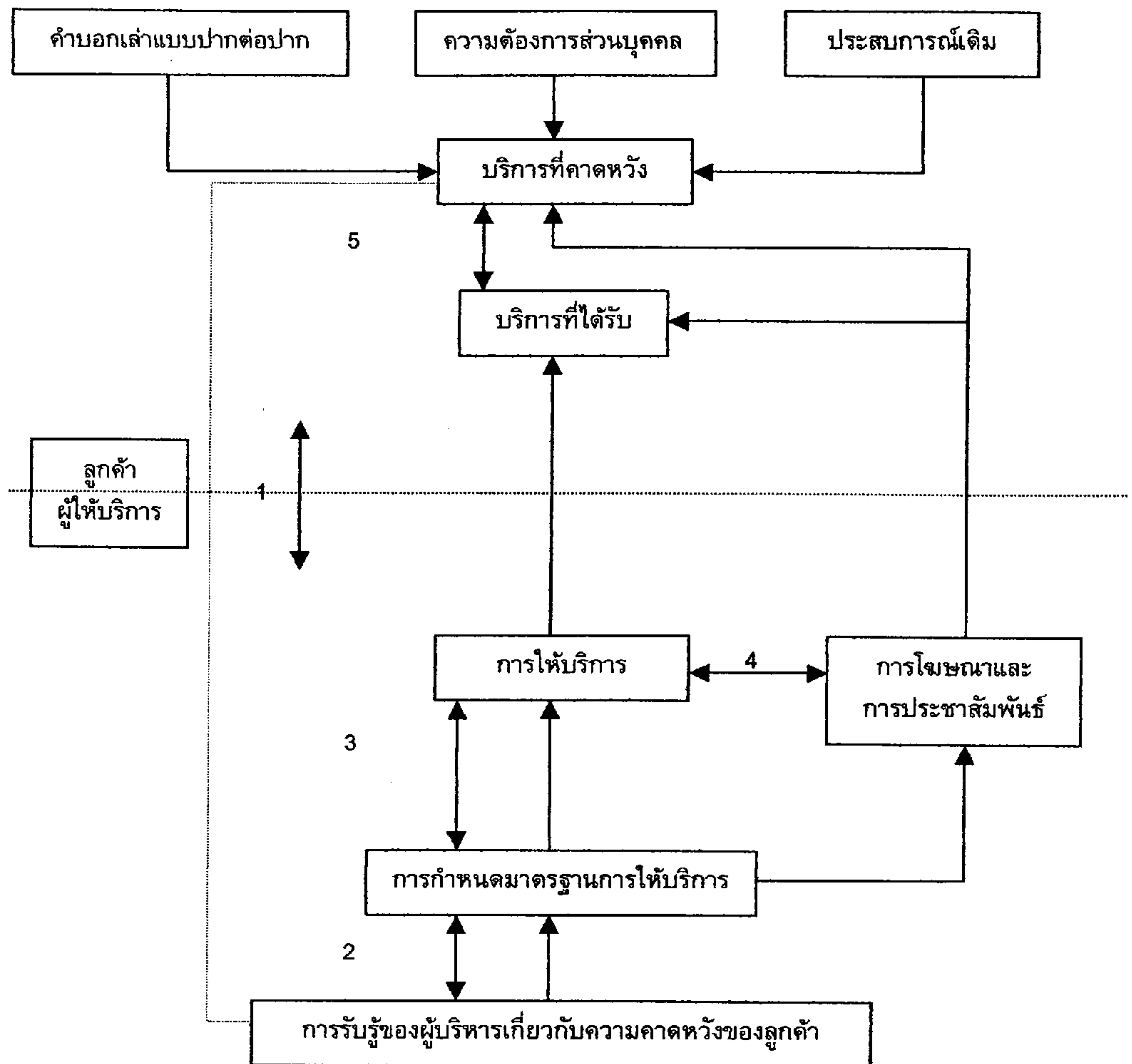
จากแนวคิดดังกล่าวเมื่อนำมาผสมผสานกับกระบวนการให้บริการทำให้สามารถประเมินคุณภาพการให้บริการได้ด้วยค่าความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังกับสิ่งที่ลูกค้าได้รับ โดยใช้ดัชนีวัดคุณภาพที่เหมาะสมกับเรื่องที่ต้องการประเมิน และยังสามารถวิเคราะห์ถึงข้อบกพร่องภายในกระบวนการให้บริการว่ามีสาเหตุจากขั้นตอนใดของการให้บริการ โดยมีการเสนอให้ประเมินคุณภาพการให้บริการด้วยการวัดค่าความแตกต่างภายในกระบวนการให้บริการ 5 ส่วนโดยวิธีการดังกล่าวเรียกว่า แบบจำลอง Service Quality Gap

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

พาราสูรามาน ไชแธมอลและเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985 : 44) ได้ทำการ Focus interview เพื่อศึกษาสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญในการประเมินคุณภาพการบริการ โดยเลือกตัวอย่างจากผู้ที่ใช้บริการจากธุรกิจ 4 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจธนาคาร (Retail banking) ธุรกิจบัตรเครดิต (Credit card) ธุรกิจนายหน้าค้าหลักทรัพย์ (Securities brokerage) และธุรกิจซ่อมบำรุง (Product repair and maintenance) ผลการศึกษาพบว่า เกณฑ์ที่ลูกค้าใช้บริการประเมินคุณภาพการบริการ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ตัวกำหนดคุณภาพการบริการ (Determinants of service quality) ประกอบด้วย 10 ประการ คือ

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง การปฏิบัติงานได้อย่างสม่ำเสมอ ไม่มีข้อผิดพลาด และการให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุ
2. การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจและความพร้อมของพนักงานในการให้บริการอย่างรวดเร็ว โดยลูกค้าไม่ต้องรอคอย
3. ความรู้ความชำนาญ (Competence) หมายถึง มีความรู้และทักษะ เช่นความสามารถในการให้บริการ ความสามารถในการสื่อสาร ความสามารถในการรู้วิชาการที่จะให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง ความสะดวกในการติดต่อและเข้าใช้บริการหรือรับบริการได้สะดวก ไม่ซับซ้อนเกินไป
5. อริยาบถ (Courtesy) หมายถึง การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ และการให้บริการต้อนรับที่เหมาะสมมีบุคลิกภาพที่ดี
6. การสื่อสาร (Communication) หมายถึง การสื่อสารข้อมูลชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการให้ลูกค้าเข้าใจโดยง่าย
7. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ชื่อเสียงขององค์กร ความซื่อสัตย์ และคุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ
8. ความมั่นคง (Security) หมายถึง การปราศจากซึ่งอันตราย ความเสี่ยง และข้อสงสัยไม่มั่นใจต่าง ๆ
9. การเอาใจใส่ (Understanding) หมายถึง ความพยายามที่จะเข้าถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสำคัญแก่ลูกค้าทุกคน
10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับให้บริการ และการจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาด รวมทั้งบุคลิกภาพของพนักงานผู้ให้บริการ

การประกอบธุรกิจบริการให้ประสบผลสำเร็จนั้น จะต้องสามารถนำเสนอการบริการที่มีคุณภาพสูงสุดให้แก่ลูกค้า ได้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง กล่าวคือ จะต้องสามารถสนองตอบต่อความคาดหวังของลูกค้า (Customer expectation) ได้ในระดับเดียวกันหรือในระดับสูงกว่าที่ลูกค้าคาดหวังเอาไว้ แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพของบริการ (Service quality) ได้รับการนำเสนอโดยพาราสูรามาน ไชแธมอลและเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985 : 44) ในรูปแบบจำลองของคุณภาพบริการ (Service quality model) ซึ่งได้ระบุถึงประเด็นต่าง ๆ ที่จะต้องให้ความสำคัญในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อได้คุณภาพดีตรงตามที่ลูกค้าคาดหวัง



ภาพประกอบ 3 แบบจำลองคุณภาพบริการ

ที่มา : พาราสูรามาน ไชธมมอลและเบอรี่ (Parasuraman , Zeithaml and Berry. 1985 : 44)

แบบจำลองดังกล่าวได้แสดงให้เห็นถึงช่องว่าง (Gaps) 5 ประการ ที่ทำให้การบริการไม่ประสบผลสำเร็จดังนี้

1. ช่องว่างระหว่างความคาดหวังที่แท้จริงของผู้บริโภคกับความคาดหวังที่นึกเห็นภาพโดยผู้บริหาร (Gap between consumer expectation and management perceptions of those expectations) ผู้บริหารอาจไม่ทราบถึงความคาดหวังที่แท้จริงของผู้บริโภคทำให้นึกเห็นภาพถึงความคาดหวังดังกล่าวแตกต่างกันไป

จากความเป็นจริง เช่น ผู้บริหารอาจคิดว่าคนไข้ให้ความสำคัญกับอาหารที่ดี แต่ในความเป็นจริงแล้วคนไข้ต้องการการดูแลเอาใจใส่ที่ดีจากพยาบาล

2. ช่องว่างระหว่างความคาดหวังที่นึกเห็นภาพโดยผู้บริหาร กับมาตรฐานของคุณภาพการบริการ (Gap between management perceptions and service quality specifications) แม้ว่าผู้บริหารจะทราบถึงความคาดหวังที่จริงของผู้บริโภค แต่อาจไม่ได้กำหนดมาตรฐานที่เหมาะสม เช่น มีนโยบายว่าจะต้องให้บริการที่รวดเร็วแก่ลูกค้า แต่ไม่ได้ระบุออกมาเป็นเกณฑ์เหมาะสมซึ่งวัดได้ในเชิงปริมาณ

3. ช่องว่างระหว่างมาตรฐานของคุณภาพการบริการ กับการให้บริการที่เกิดขึ้นจริง (Gap between service quality and service delivery) ช่องว่างที่เกิดขึ้นในกรณีที่พนักงานได้รับการอบรมน้อย มีความสามารถต่ำ หรือไม่เต็มใจที่จะปฏิบัติหน้าที่ให้ได้ตามมาตรฐานที่องค์กรกำหนดไว้

4. ช่องว่างระหว่างการให้บริการที่เกิดขึ้นจริง กับข้อมูลข่าวสารที่ผู้บริโภคได้รับจากภายนอก (Gap between actual service quality and external communication about the service) ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคเห็นภาพโฆษณาว่า โรงพยาบาลมีห้องสวยหรู แต่เมื่อได้พบเห็นด้วยสายตาตัวเอง ก็พบว่าห้องเล็ก คู่อึดอัดและเก่า

5. ช่องว่างระหว่างการให้บริการที่ผู้บริโภคนึกเห็นภาพ กับการบริการที่คาดหวัง (Gap between perceived service and expected service) ผู้บริโภคเปรียบเทียบระหว่างผลปฏิบัติงานที่ตนเห็นภาพได้ กับระดับของการบริการที่ได้คาดหวังไว้ และจะประเมินค่าออกมาเป็นคุณภาพของการบริการ

พาราสูรามาน ไชแธมอลและเบอรี่ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1990 : 25) ได้ทำการศึกษาเพื่อพัฒนาเครื่องมือที่จะใช้เป็นมาตรวัดคุณภาพการบริการ โดยอาศัยกลุ่มตัวอย่างที่ถูกเลือกใช้ในการศึกษา ได้แก่

1. ธุรกิจให้บริการซ่อมบำรุงเครื่องใช้
2. ธุรกิจบัตรเครดิต
3. ธุรกิจโทรศัพท์ทางไกล
4. ธุรกิจนายหน้าค้าหลักทรัพย์
5. ธุรกิจธนาคาร

โดยได้พัฒนาปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการจาก 10 ด้านให้เหลือ 5 ด้านดังนี้

1. ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ภาพของสิ่งต่างๆ ที่ปรากฏแก่สายตาของผู้บริโภค สิ่งต่างๆ เหล่านั้น ได้แก่ อุปกรณ์ เครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานให้บริการ และวัสดุ เพื่อการติดต่อสื่อสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับการให้บริการ

2. ความเชื่อถือได้ หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการได้ตามที่ตกลงกันไว้ ไม่มีข้อผิดพลาด

3. การตอบสนองต่อลูกค้า หมายถึง ความเต็มใจในการช่วยเหลือลูกค้า และพร้อมที่จะให้บริการในทันที

4. ความเชื่อมั่น หมายถึง ความรู้และอรรถาศัยไมตรีของพนักงานผู้ให้บริการ ตลอดจนความสามารถในการทำให้ลูกค้ารู้สึกเชื่อมั่นและไว้วางใจ

5. การเข้าถึงจิตใจ หมายถึง การให้ความสำคัญกับลูกค้า และการดูแลเอาใจใส่อย่างอบอุ่น การจัดกลุ่มปัจจัยกำหนดคุณภาพออกเป็น 5 ด้าน เพื่อใช้เป็นมาตรวัดคุณภาพบริการนั้น มีชื่อเรียกว่า "Servqual"

ตาราง 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเดิม 10 ประการกับองค์ประกอบใหม่ 5 ประการของ
พาราสูรามาน ไชธมอลและเบอรี่ (Parasuraman , Zeithaml and Berry. 1990 : 25)

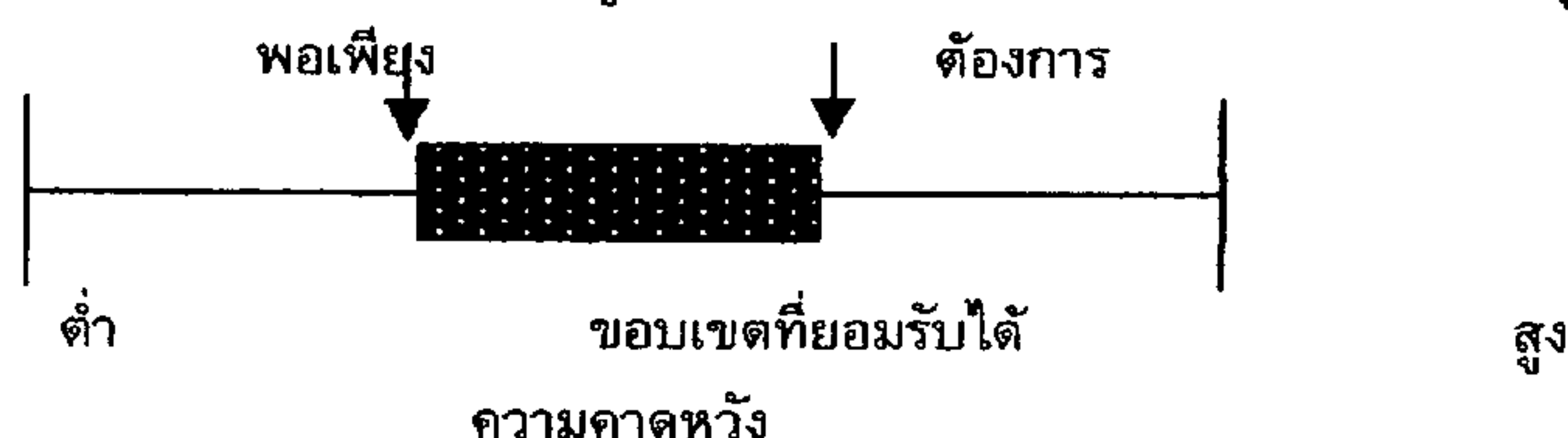
องค์ประกอบเดิม 10 ประการ	1.ลักษณะทาง กายภาพ (Tangibles)	2.ความเชื่อถือได้ (Reliability)	3.การตอบสนอง (Responsiveness)	4.ความมั่นใจ (Assurance)	5.การเข้าถึงจิตใจ (Empathy)
1.สิ่งที่มีตัวตน (Tangibles)	↕				
2.ความเชื่อถือได้ (Reliability)		↕			
3.การตอบสนอง (Responsiveness)			↕		
4.ความรู้ความชำนาญ (Competence)				↕	
5.อริยาศัย (Courtesy)				↕	
6.ความน่าเชื่อถือ (Credibility)				↕	
7.ความมั่นคง (Security)				↕	
8.การเข้าถึงบริการ (Access)					↕
9.การสื่อสาร (Communication)					↕
10.การเอาใจใส่ (Understanding)					↕

ในการใช้ Servqual วัดคุณภาพการบริการผู้วิจัยจะให้ลูกค้าตอบแบบสอบถาม 2 ครั้ง ครั้งแรกเพื่อจะวัดความคาดหวัง ครั้งที่ 2 เพื่อวัดความคิดเห็นต่อการบริการที่ได้รับไป การตอบคำถามแต่ละครั้งจะให้คะแนนระบบ Seven – point Likert Scale คะแนนที่แตกต่างจะถูกคำนวณโดยนำคะแนนชุดที่ 1 ลบคะแนนจากชุดที่ 2 คะแนนมีค่าเป็นบวก หมายถึง คุณภาพบริการดีกว่าที่คาดหวังไว้ ความแตกต่างของคะแนนจะเป็นสิ่งบ่งบอกถึงระดับของคุณภาพการบริการว่าเป็นอย่างไร นอกจากนั้นพาราสูรามาน ไชแธมอลและเบอริ (Parasuraman, Berry & Zeithaml, 1991: 42 – 43) ยังพบว่าความคาดหวังในบริการของลูกค้าแบ่งออกเป็น 2 ระดับคือ

1. ระดับบริการที่พึงประสงค์ (Desired service level) เป็นบริการที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับซึ่งลูกค้าเชื่อว่าผู้ให้บริการสามารถทำได้ ปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้ระดับบริการนี้สูงขึ้นคือประสบการณ์ของลูกค้า ถ้าลูกค้ามีประสบการณ์มาก่อน ความคาดหวังต่อการบริการจะสูงขึ้นกว่าเดิม

2. ระดับบริการที่พอเพียง (Adequate service level) เป็นบริการที่เสนอแก่ลูกค้าและลูกค้ายอมรับได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การประเมินของลูกค้า ว่าบริการเป็นอย่างไร ปัจจัยที่ทำให้บริการระดับนี้สูงขึ้นคือการที่ลูกค้ามีทางเลือกในการรับบริการหลายๆ ทาง

เมื่อแบ่งแยกบริการที่พึงประสงค์ ออกจากระดับบริการที่พอเพียง จะได้ขอบเขตที่ยอมรับได้ (Zone of Tolerance) ดังภาพประกอบ 4 ในกรณีที่ลูกค้ามีทางเลือกในการรับบริการหลายๆ ทาง ขอบเขตที่ยอมรับได้จะแคบลง ในขณะที่ลูกค้ารู้สึกว่ามีทางเลือก เช่น ในสถานการณ์ฉุกเฉิน ผู้ให้บริการไม่สามารถบริการได้ ขอบเขตที่ยอมรับได้ก็จะแคบลง ดังนั้นปัจจัยประสบการณ์ของลูกค้า การมีส่วนร่วมในความคาดหวัง จำนวนทางเลือกในการรับบริการ และสถานการณ์ฉุกเฉินหรือสถานการณ์ใหม่ๆ จะส่งผลกระทบต่อขอบเขตที่จะแบ่งแยกระดับของบริการที่ลูกค้าต้องการและระดับบริการที่พอเพียงของลูกค้า



ภาพประกอบ 4 ระดับความคาดหวังในบริการ

ที่มา : พาราสูรามาน ไชแธมอลและเบอริ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1991 : 42)

ลักษณะที่สำคัญของบริการ

บริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541 : 335 - 336)

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่มีการซื้อ ผู้ซื้อพยายามหาเหตุผลเกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาได้รับเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น ได้แก่

1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อ เช่น ธนาคารต้องมีสถานที่ที่กว้างขวาง ออกแบบให้เกิดความรู้สึกที่ดี รวมทั้งเสียงดนตรีเบาๆ ประกอบด้วย

1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตา
ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

1.3 เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพมีการ
ให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication material) สื่อโฆษณา และเอกสารการโฆษณาต่าง ๆ จะ
ต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขายและลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) คือ ชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้
บริการเพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย เช่น สถาบัน
เสริมความงาม สเลนเดอร์

1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้
บริการ ชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคใน
ขณะเดียวกัน ซึ่งต้องมีการกำหนดมาตรฐานด้านเวลาการให้บริการให้รวดเร็ว เพื่อที่จะให้บริการได้มากขึ้น
หรือใช้เครื่องมือต่าง ๆ เข้ามาช่วย

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการจะเป็นใคร
จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในการบริการและสอบถามผู้อื่น
ก่อนที่จะเลือกรับบริการ และในแง่ของผู้ขายบริการ จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ ซึ่งทำได้ดังนี้

3.1 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของ
พนักงานที่ให้บริการ

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้ การรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของ
ลูกค้า การสำรวจข้อมูลของลูกค้า และการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความ
ต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้ามีลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา
คือบริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

ความหมาย แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวัง

สตูราจ์ จันท์นเอ็ม (2529 : 55) ได้ให้ความหมายว่าคือ ความเชื่อถือว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งน่าจะเกิดขึ้น และ
สิ่งใดไม่น่าจะเกิดขึ้น ความคาดหวังจะเกิดขึ้นตรงตามความเชื่อถือ หรือการคาดการณ์ล่วงหน้าหรือไม่นั้น
ย่อมขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละคน หากความคาดหวังนี้ประสบความสำเร็จหรือถูกต้องจะมีเจตคติที่ดี
หรือมีความพึงพอใจต่อสิ่งนั้น แต่ถ้าหากความคาดหวังผิดพลาดในสิ่งใด ก็จะมีเจตคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น

วิฑูรณ ลิ้มโชคดี (2537 : 30) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังจากเป้าหมายไปสู่การปฏิบัติงาน
ว่า หมายถึง ความคาดหวัง ความเป็นไปได้ ที่ว่าถ้ามีความพยายามแล้วย่อมนำไปสู่การกระทำ แม้การกระทำ
ที่สำเร็จจะไม่บรรลุเป้าหมาย เพราะงานยากเกินไป หรือประเมินค่าไม่เพียงพอ หรือบุคคลขาดความชำนาญ

ซาบิน (Sarbin 1994 : 22) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังว่าพฤติกรรมของผู้ดำรงตำแหน่งใดก็
ตาม มักจะแสดงออกโดยอาศัยความนึกคิดคาดคะเนว่า ผู้อื่นเห็นว่าผู้ดำรงตำแหน่งนั้นควรปฏิบัติเช่นไร เป็น
แนวทางในการประพฤติปฏิบัติ ส่วนมากผู้ดำรงตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่งมักจะสังเกตหน้าที่ของผู้ดำรง
ตำแหน่งอื่น แล้วก็จะหน้าที่ให้กับตำแหน่งของตนเองตามลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่ง การสังเกต

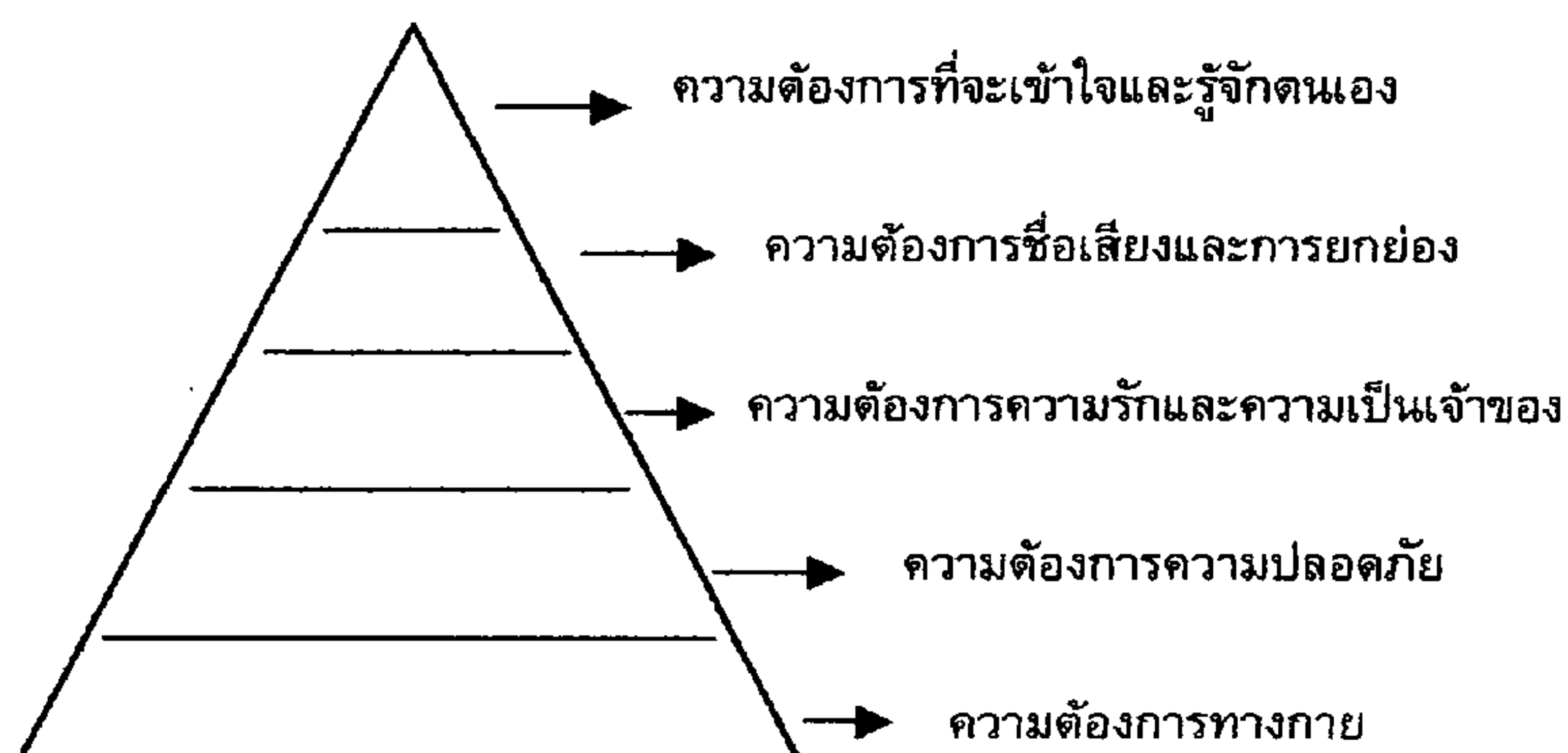
และการคาดคะเนไม่ตรงกับผู้ดำรงตำแหน่งมักไม่สบายใจเวลาดำเนินการอย่างไรลงไปที่ไม่ตรงกับการคาดคะเน ความไม่สบายใจเช่นนี้มีผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของผู้ดำรงตำแหน่งนั้นๆ ด้วย

วิชัย พรหมเมศ (2537 : 14) ได้ให้คำจำกัดความของความคาดหวังว่า คือการคาดการณ์หรือการตั้งความหวังล่วงหน้า โดยประสบการณ์ในอดีตจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความคาดหวังของมนุษย์

เพชรี หาลาภ (2538 : 10 –11) กล่าวว่า ความคาดหวังของบุคคลเป็นการตั้งขึ้นเพื่อการตอบสนองต่อความต้องการ ดังนั้นความต้องการเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกันแทบจะแยกไม่ออกเพราะถ้ามนุษย์เกิดความต้องการแล้ว ความคาดหวังก็จะตามมา แล้วการกระทำพฤติกรรมไปสู่เป้าหมาย อย่างไรก็ตามความต้องการของมนุษย์ เมื่อได้รับการตอบสนองในระดับที่ตนต้องการแล้ว ก็จะมีการคาดหวังถึงสิ่งที่อยู่สูงขึ้นไปอีกตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์

ทฤษฎีความต้องการ (Maslow's Needs Hierachy Theory)

Abraham Maslow(สมพงษ์ เกษมสิน. 2526 : 46) ซึ่งเป็นนักจิตวิทยา สังเกตอยู่ในกลุ่มมนุษยนิยม ได้อธิบายเรื่องความต้องการของมนุษย์ว่ามีเป็นลำดับขั้นทั้งหมด 5 ขั้น (Five system of needs) ด้วยกัน เขียนเป็นรูปพีระมิดแห่งความต้องการ และอธิบายแต่ละขั้นได้ดังนี้



ภาพประกอบ 5 รูปพีระมิดแห่งความต้องการของ Abraham Maslow

ที่มา : สมพงษ์ เกษมสิน. (2526 : 46)

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางกาย (Physiological needs) ได้แก่ ความต้องการตอบสนองความหิว ความกระหาย ความเหนื่อย การขับถ่าย ความต้องการทางเพศ ความต้องการดังกล่าวเป็นความต้องการพื้นฐานของสิ่งมีชีวิตทุกชนิดตามแนวความคิดของมาสโลว์นั้น ความต้องการทางกายที่ว่าเป็น “สำคัญที่สุด” ต่อสัตว์ทั้งหลาย แต่สำหรับมนุษย์แล้ว แม้จะจำเป็นต่อการมีชีวิตอยู่ถ้าขาดจะทำให้ถึงตาย แต่ก็ดูเหมือนว่าอาจจะมียาอื่นที่มนุษย์ให้ความสำคัญกว่า เพราะจากผลการศึกษาพบว่า แม้มนุษย์จะพึงพอใจเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการทางกายนี้ แต่มนุษย์กลับใช้ความพยายามน้อย เพื่อให้ได้รับซึ่งทางความต้องการ

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) ได้แก่ ความต้องการความคุ้มครอง ปกป้องรักษา ความอบอุ่น ความปราศจากอันตราย ต้องการอยู่ในสิ่งแวดล้อมซึ่งให้ความมั่นใจแก่เขาได้ว่า เขาจะไม่ถูกบีบบังคับทั้งทางร่างกายและจิตใจ

ขั้นที่ 3 ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (love and belongingness needs) ได้แก่ ความอยากมีความสัมพันธ์ทางด้านจิตใจกับผู้อื่นอยากมีเพื่อน มีพวกพ้อง มีกลุ่ม มีพวก มีครอบครัว มีคนเห็นอกเห็นใจ รักใคร่ อยากรักคนอื่น และอยากให้คนอื่นรัก อยากให้คนอื่นยอมรับพฤติกรรม เพื่อแสวงหาสิ่งสนองความต้องการขั้นที่ 3 นี้ จะเกิดต่อเมื่อความต้องการขั้นที่ 1 และขั้นที่ 2 ได้รับการตอบสนองแล้ว

ขั้นที่ 4 ความต้องการชื่อเสียงและการยกย่อง (Esteem needs) ได้แก่ความอยากมีหน้ามีตา มีชื่อเสียง มีคนยกย่องเลื่อมใส มีความเด่นดังเหมือนคนอื่น ความต้องการนี้จะสะท้อนให้เห็นใจ จากการที่บุคคลจะรู้สึกมีความสุขเมื่อได้รับการยกย่องชมเชยเมื่อได้รับเกียรติยศชื่อเสียง และจากการที่คนเราตั้งเป้าหมายที่สูงเป็นเป้าหมายที่ทำให้มีหน้ามีตามีเกียรติในสายตาของผู้อื่น

ขั้นที่ 5 ความต้องการที่จะเข้าใจและรู้จักตนเอง (self actualization needs) ได้แก่ การอยากรู้ความคิดของผู้อื่นที่มีตัวตน อยากรู้ว่าตนเองสามารถแค่ไหน มีคุณสมบัติต่างๆ อย่างไร และมีวิธีอย่างไรได้บ้างที่จะพัฒนาตน ความต้องการขั้นที่ 5 นี้ เป็นที่น่าสนใจศึกษากันมากที่สุด และนักจิตวิทยากลุ่มมนุษยนิยมเชื่อว่า ความต้องการด้านนี้จะไม่มีการผลักดันต่อพฤติกรรมของบุคคลเลย หากความต้องการที่ผ่านๆ มาไม่ได้รับการตอบสนอง

ศรีนิตย์ บุญทอง (2521 : 10) ได้อ้างแนวคิดของ Murry ให้ความหมายของความคาดหวังว่า หมายถึง ระดับผลงานที่บุคคลกำหนดหรือคาดหวังว่าจะทำได้ เมื่อให้บุคคลที่ทำงานที่ตนเคยทำและความคาดหวังนั้นเป็นระดับที่บุคคลปรารถนา จะไปให้ถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้ในการทำงานแต่ละครั้ง เขาได้อธิบายต่อไปว่าบุคคลจะรู้สึกประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลวในการที่จะไปให้ถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้ ขึ้นอยู่กับระดับความยากหรือความง่ายของงานที่ให้ทำนั้น ถ้างานนั้นเป็นงานที่ง่ายมาก การทำสำเร็จก็ไม่มีมีความหมายและในทางตรงข้าม งานที่มีความยากมากๆ ก็จะไม่ได้อะไรเช่นเดียวกัน เพราะผู้ทำจะไม่เกิดความรู้สึกว่างานนั้นเป็นสิ่งท้าทายความสามารถด้วยความรู้สึกที่ว่า แม้ทำไม่สำเร็จก็ไม่คิดว่าเป็นความล้มเหลว ดังนั้น ความรู้สึกที่ตนประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวจะเกิดขึ้นเมื่อทำงานในระดับกลางๆ ศรีนิตย์ บุญทอง ยังกล่าวเพิ่มเติมอีกว่า การกำหนดความคาดหวังของบุคคล นอกจากขึ้นอยู่กับระดับความยากง่ายของงานแล้วยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมาในการทำงานนั้นๆ ด้วย กล่าวคือ ถ้าบุคคลเคยประสบความสำเร็จในการทำงานนั้นมาก่อน ก็จะทำให้การกำหนดความคาดหวังในการทำงานในคราวต่อไปสูงขึ้น และใกล้เคียงกับความสามารถจริงมากขึ้น แต่ตรงกันข้ามกับระดับความคาดหวังต่ำลงมาก เพื่อป้องกันมิให้ตนเกิดความรู้สึกล้มเหลวจากการที่วางระดับความคาดหวังได้สูงกว่าความจริง

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2519 : 140) ให้ทรรศนะเกี่ยวกับความคาดหวังว่า ความคาดหวังมิได้จำเพาะเจาะจงที่การกระทำอย่างเดียว แต่จะรวมไปถึงแรงจูงใจ ความเชื่อ ความรู้สึก ทศนคติและค่านิยมอีกด้วย ทั้งนี้ความคาดหวังในบทบาทเป็นเรื่องของการที่สมาชิกของกลุ่มโดยทั่วไปรับรู้หรือตั้งความคาดหวังว่าบุคคลที่ครอบครองสถานภาพอยู่ ควรจะกระทำหรือมีแรงจูงใจหรือมีความเชื่อหรือมีความรู้ หรือมีทัศนคติหรือมีค่านิยมอย่างไร

นำชัย ทนุผล (2529 : 9) ได้อ้างถึง Santiago ที่ระบุว่า บุคคลซึ่งมีความคาดหวังในอาชีพของตนสูง จะมีแนวโน้มที่จะประสบผลสำเร็จในอาชีพสูงกว่า ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ความคาดหวังเป็นความรู้สึกนึกคิดและคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยสิ่งนั้นๆ อาจจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมก็ได้ ความรู้สึกนึกคิดหรือคาดการณ์นั้นๆ จะมีลักษณะเป็นการประมาณค่าโดยมาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องวัดการคาดการณ์ของแต่ละบุคคลแม้จะเป็นสิ่งที่เป็รูปธรรมหรือนามธรรมชนิดเดียวกัน ก็อาจจะแตกต่างกันออกไปได้ ทั้งนี้แล้วแต่ภูมิหลัง ประสบการณ์ ความสนใจ และการเห็นคุณค่าความสำเร็จของสิ่งนั้นๆ

สก็อต วังส์เวิร์ธ (2529 : 514 – 518) ได้กล่าวถึง อิทธิพลของความคาดหวังที่มีต่อบุคคลดังนี้

ความคาดหวังและพฤติกรรม ถ้ามีผู้คาดหวังพฤติกรรมของบุคคลใดบุคคลหนึ่งไว้อย่างไรจะโน้มน้าทำให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมออกมาใกล้เคียงกับที่มีผู้คาดหวังเอาไว้ แต่ทั้งนี้หมายถึง ความคาดหวังไวใกล้เคียงกับความเป็นไปได้ หรือความน่าจะเป็น ถ้าผู้คาดหวัง คาดหวังไว้สูงกว่าความเป็นจริงเพียงเล็กน้อย จะทำให้ผู้ถูกคาดหวังมีความสามารถที่จะพยายามให้ถึงได้ มีความหวังให้กำลังใจกระทำให้สำเร็จตามที่มีผู้คาดหวังเอาไว้ เท่ากับเป็นการกระตุ้นหรือให้รางวัล ดังนั้น การคาดหวังบุคคลอื่นควรจะคาดหวังพฤติกรรมให้สูงกว่าระดับความเป็นจริงเล็กน้อย เพื่อจะให้ผู้ถูกคาดหวังกระตือรือร้นมีความมานะพยายามที่จะกระทำให้ประสบผลสำเร็จตามที่มีผู้คาดหวังเอาไว้ ถ้าผู้คาดหวังพฤติกรรมไว้สูงมาก ผู้ถูกคาดหวังทำไม่ได้ดังที่คาดหวังเอาไว้ จะทำให้เกิดความท้อแท้ หดท้อกำลังใจ เท่ากับเป็นการทำลายหรือลงโทษมากกว่า

ผลของการคาดหวัง ความหวังของแต่ละบุคคลอยู่ในระดับต่างๆ กันไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความทะเยอทะยานของแต่ละบุคคลซึ่งไม่เหมือนกัน ผู้ที่ประสบความสำเร็จ สมความที่ตั้งความคาดหวังไว้สมใจหวัง เขาก็จะตั้งความคาดหวังใหม่ให้สูงขึ้นไปอีก แต่ผู้คาดหวังไว้สูงและมีอุปสรรคไม่อาจไปสู่ความสำเร็จได้

อิทธิพลของความคาดหวังที่มีต่อความสำเร็จในการทำงาน “ความคาดหวังว่าจะสำเร็จในการทำงาน” นั้น จะต้องบังเกิดขึ้นมากับบุคคลทุกคน เพราะถ้าหากไม่มีความคาดหวังแล้วก็จะท้อถอยไม่กล้าลงมือทำงาน สังเกตเห็นว่า คนที่ถูกบังคับให้ทำงานจะทำงานอย่างซังกะตาย เฉื่อยชา หดความพยายาม จึงยอมรับและเชื่อกันว่า “ความคาดหวัง” เป็นสิ่งที่จำเป็นมากต่อความสำเร็จในการทำงาน เพราะไม่ว่าการทำงานใดๆ ก็ตาม ถ้าผู้ทำงานมีความคาดหวังมาก ก็ย่อมมีกำลังใจ ตั้งใจในการทำงานมาก โอกาสที่จะสำเร็จในงานนั้นก็ย่อมจะมีมากด้วย ตรงกันข้าม ถ้าคนใดทำงานด้วยมีความหวังน้อย คนนั้นก็มีความตั้งใจในการทำงานน้อย แนวโน้มที่จะประสบผลสำเร็จก็จะมีน้อยตามไปด้วย ดังที่ Atkinson ได้กล่าวไว้ว่า “หากมีความหวังมาก ความตั้งใจในการทำงานก็จะมีมากหากความหวังมีน้อยหรือไม่มีเลย ก็จะทำให้ขาดกำลังใจในการทำงานหรือมีบ้างก็เพียงเล็กน้อย งานต่างๆ ก็จะไม่สำเร็จ” และได้ตั้งข้อสังเกตไว้ 3 ลักษณะคือ “หากบุคคลที่ทำงานสำเร็จระดับของความคาดหวังในครั้งต่อๆ ไปจะสูงขึ้น แต่ถ้าล้มเหลวระดับความคาดหวังจะลดลง การจะทำงานนั้นซ้ำอีกหรือไม่ ขึ้นอยู่กับความคาดหวังใหม่ที่เกิดขึ้นจากการทำงานนั้นไปแล้ว และการเปลี่ยนแปลงความคาดหวังนั้นเป็นผลของการเปลี่ยนแปลงการจูงใจ” แม้แต่การคาดหวังของบุคคลอื่นก็ยังมีผลต่อบุคคลที่ถูกคาดหวัง ดังเช่น Kelley ได้สรุปผลของการศึกษาค้นคว้าของเขาว่า “ความคาดหวังของบุคคลอื่นมีอิทธิพลต่อกำลังใจในการปฏิบัติงานของผู้ที่ได้รับการคาดหวังอย่างมาก” ตัวอย่างเช่น พ่อแม่คาดหวังเอาไว้ว่า ลูกจะเป็นคนดี เรียนสำเร็จปริญญา ลูกผู้ถูกคาดหวังก็จะมีแนวโน้มกระทำตัวให้เป็นไปตามความคาดหวังของพ่อแม่ การคาดหวังเป็นแรงกระตุ้นจูงใจ ทำให้การปฏิบัติงานประสบความสำเร็จ การที่คนเราตั้งความหวังย่อมดีกว่าไม่มีความหวังเสียเลย

ความคาดหวังกับสิ่งที่ทำได้จริง (Expectancy and availability) “ความคาดหวัง” กับ “สิ่งที่ทำได้จริง” มีอิทธิพลต่อพลังของความต้องการ กล่าวคือ เป็นตัวบันทึลให้ความต้องการมีความรุนแรงมากหรือน้อย

ความคาดหวัง (Expectancy) ความคาดหวังที่น่าจะเป็นไปได้ ต่อความต้องการภายใต้อิทธิพล หรือผลรวมของประสบการณ์ในอดีต เช่น จากพ่อแม่ เพื่อน ครู การอ่าน สื่อมวลชน ฯลฯ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม เช่น ครูท่านหนึ่ง มีความคาดหวังและพลังความต้องการสูงในอันที่จะเป็นครูดีเด่นของอำเภอ แต่ถูกเสียดสีถูกผู้ใหญ่ว่าบางคนกลับแกล้ง ถ้าไม่มากหนักหนาๆ ความคาดหวังอาจจะเกิดการเปลี่ยนแปลงไปบ้างก็ไม่มากถึงกับเกิดความท้อถอย แต่ถ้าถูกขัดขวางหนักเข้า จะทำให้แรงจูงใจไม่มีพลังเหลืออยู่เลย ถ้าประสบการณ์ที่ไม่ประสบความสำเร็จมีปริมาณที่สูงถึงจุด เขาก็จะเลิกล้มความพยายามที่จะไปให้ถึงจุดมุ่งหมายที่ตั้งใจไว้

สิ่งที่ทำได้จริง (availability) “สิ่งที่ทำได้จริง” เป็นตัวกำหนดความสำเร็จจุดมุ่งหมาย ที่ความสามารถจะขึ้นไปถึงได้ของความต้องการ เช่น ถ้ามีแสงสว่างที่จะอ่านหนังสือให้จบเล่ม แต่บังเอิญไฟดับไม่มีแสงสว่าง จึงมีความคับข้องใจจึงต้องเข้านอนแทนการอ่านหนังสือจะเป็นไปได้ว่า สิ่งที่ได้จริงนั้น เป็นผลมาจากสิ่งแวดล้อมสิ่งใหม่ ถ้าไม่สร้างความพอใจเพื่อให้ถึงจุดมุ่งหมายได้ ความไม่สบายใจก็คงจะยังมีอยู่ และในที่สุดก็เลิกล้มความตั้งใจเหมือนกับการทดลองกับปลาในตู้กระจก เอาเหยื่อมาให้มันกิน ต่อมาเอากระจกมาทากันเอาไว้ ปลาพยายามจะกินเหยื่อ แต่กินไม่ได้เพราะติดกระจกปลาเกิดความคับข้องใจ และในที่สุดก็เลิกสนใจเหยื่ออีก ภายหลังเอากระจกออกปลาก็ไม่กินเหยื่อ เพราะปลารู้สึกว่ามันไม่มีความสามารถด้วยตัวของมันเองแล้ว มันจะเลิกพฤติกรรม (กินเหยื่อ) อันนั้น

เมื่อความคาดหวังไม่สมหวัง ถึงแม้จะมีแรงจูงใจก็ตาม ย่อมจะมีบ้าง บางครั้งไม่ประสบผลสำเร็จหรือไม่ได้ผลดีตามที่คาดหวังไว้ เพราะอาจจะมีอุปสรรคบางประการ ซึ่งอาจจะคิดไม่ถึงหรือคาดคิดถึงก็ตาม เมื่อประสบกับความไม่สำเร็จ บุคคลย่อมจะแสดงออกใน 2 ลักษณะ

1. เกิดความย่อท้อ ท้อแท้ เบื่อหน่ายไม่กล้าทำอีก หรือหลบหนีไม่ยอมทำอีกเลย
2. พยายามหาทางศึกษาหาข้อบกพร่องเพื่อแก้ไขแล้วพยายามค้นหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อทำให้งานนั้นให้สำเร็จให้ได้

ประการที่ 2 เป็นข้อที่ถูกต้อง ควรปฏิบัติ เพื่อจะได้บังเกิดความสำเร็จสมปรารถนา สภาพที่ส่งเสริมให้ ความคาดหวังประสบความสำเร็จ ความคาดหวังจะประสบความสำเร็จหรือไม่เพียงใดขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายอย่างที่สำคัญที่สุดได้แก่ระดับความต้องการของบุคคลและประโยชน์ที่พึงจะได้รับเมื่อความคาดหวังสำเร็จ เช่น ต้องการสำเร็จปริญญาตรี ความต้องการ ความคาดหวัง มีอิทธิพลช่วยส่งเสริมให้ประสบความสำเร็จ และยังมองเห็นประโยชน์จากความสำเร็จ ตามที่คาดหวังไว้นั้นมีคุณค่ามากด้วย เช่น ถ้าได้ปริญญาตรี บัณฑิตสาวสวยบุตรมหาเศรษฐีจะแต่งงานด้วย พ่อตาจะยกธุรกิจให้จัดการ จะเป็นผู้มีเกียรติสูงส่งเหล่านี้ จะเป็นตัวผลักดันให้ความคาดหวังของเขามีอิทธิพลสูงไปด้วย ด้วยประการฉะนี้ ความคาดหวังของบุคคลจึงนับเป็นแรงจูงใจภายในที่จะบันดาลให้บุคคลประสบความสำเร็จ ตามจุดหมายปลายทางของตนได้เป็นอย่างดี

ความคาดหวังในความสำเร็จการทำงาน ความคาดหวังในความสำเร็จทำให้บุคคลมีความมั่นใจในการทำงานของตนมากยิ่งขึ้น ถ้าเขาคาดได้ว่าสิ่งที่เขาทำนั้นประสบความสำเร็จอย่างแน่นอน เขาตั้งใจทำงานได้ดียิ่งๆ ขึ้น มีกำลังใจที่จะปฏิบัติงานนั้นเปอร์เซ็นต์ของความสำเร็จจะมีมากสมความคาดหมาย

Atkinson (สถิติ วงศ์สวรรค์. 2529 : 28) ได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความสำเร็จเอาไว้เป็นการเพิ่มเติมดังนี้

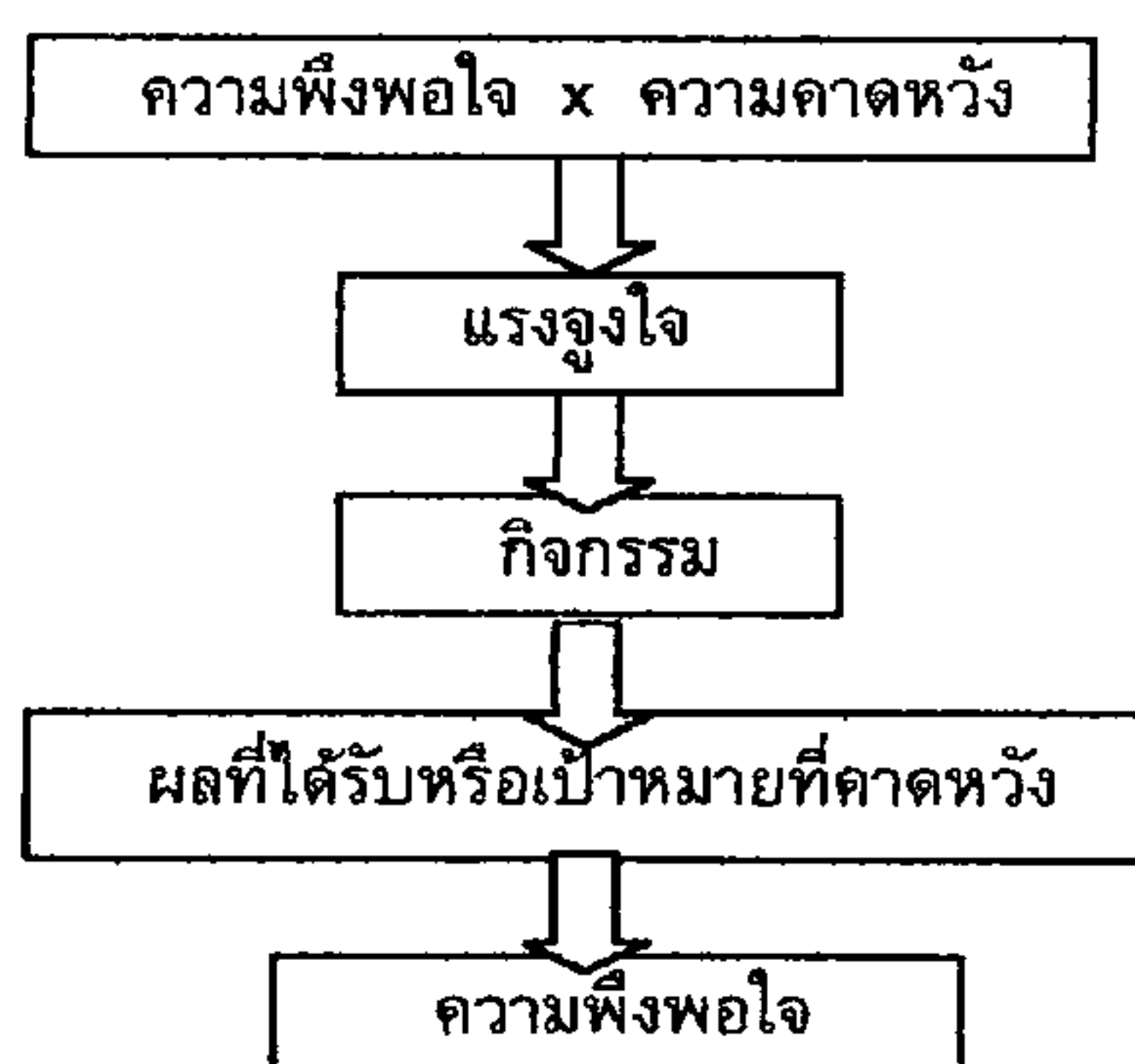
1. เมื่อบุคคลทำงานสำเร็จ ความคาดหวังจะเพิ่มขึ้นสำหรับการทำงานในครั้งต่อไป กล่าวคือ ความสำเร็จของงานจะเป็นเครื่องส่งเสริมให้เกิดความคาดหวังความสำเร็จในการทำงานครั้งต่อไปอีก ในทางตรงกันข้าม ถ้าประสบความล้มเหลว ความคาดหวังจะลดลงเพราะบุคคลเกิดความเสียกำลังใจ ความคาดหวังในการทำงานครั้งต่อไปจึงลดลง
2. การที่บุคคลจะทำงานนั้นซ้ำอีก หรือภายหลังจากที่ได้รับความสำเร็จมาแล้วย่อมขึ้นอยู่กับความคาดหวังใหม่ของบุคคล
3. การเปลี่ยนแปลงความคาดหวัง มีผลมาจาก การเปลี่ยนแปลงของเครื่องล่อใจหมายความว่าความคาดหวังของบุคคลอาจเปลี่ยนแปลงไปได้ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงแรงจูงใจใหม่

กล่าวโดยสรุปความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดและคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งจะแสดงออกด้วยพฤติกรรมหรือการกระทำโดยสิ่งนั้นอาจจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมก็ได้ ความรู้สึกนึกคิดหรือความคาดหวังคาดการณ์ในสิ่งนั้น มีลักษณะเป็นการประเมินค่าโดยมาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องวัดการคาดการณ์ของแต่ละบุคคล แม้จะเป็นสิ่งที่เป็รูปธรรมหรือนามธรรมชนิดเดียวกันก็อาจแตกต่างกันออกไปได้ ทั้งนี้แล้วแต่ภูมิหลัง ประสบการณ์ ความสนใจ แรงจูงใจ และการเห็นคุณค่าของความสำเร็จของสิ่งนั้นๆ

บุญเดิม พันรอบ (2528 : 55 – 61) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความคาดหวังของวิกเตอร์ วรูม ไว้ดังนี้

ทฤษฎีความคาดหวังของวิกเตอร์ วรูม ได้รับอิทธิพลจากแนวความคิดจากนักจิตวิทยาารุ่นแรกหลายคนอาทิ เช่น เลวิน (Kurt Lewin) และทอลแมน (Edward Tolman) ต่อมา วิกเตอร์ วรูม ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาปรับปรุง บางครั้งมีผู้เรียกทฤษฎีความคาดหวังเป็นทฤษฎีย่อๆ ว่า ทฤษฎี V.I.E. หรือ V.I.E. Theory เนื่องจากทฤษฎีนี้มีองค์ประกอบของทฤษฎีที่สำคัญคือ

1. V. มาจากคำว่า Valence ซึ่งหมายถึง ความพึงพอใจ
2. I. มาจากคำว่า Instrumentality ซึ่งหมายถึง สื่อ เครื่องมืออุปกรณ์ วิธีทางที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจ
3. E. มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความคาดหวังในตัวบุคคลนั้นๆ บุคคลหรืออินทรีย์มีความต้องการหลายสิ่งหลายอย่าง ทุกชีวิตพยายามดิ้นรนแสวงหาอย่างน้อยที่สุด ก็คือ ต้องการอาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่ อาศัย และยารักษาโรค เมื่อปัจจัยเหล่านี้ได้รับการสนองตอบแล้ว ก็มีความต้องการระดับสูงขึ้นเรื่อยๆ จากความต้องการหลายสิ่งหลายอย่างนี้เอง ทำให้เกิดความพยายามกระทำดำเนินการวิธีใดวิธีหนึ่งด้วยสื่อหรือเครื่องมืออย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้บรรลุความพอใจ หรือเพื่อให้ได้รับผลของการดำเนินการนั้น ตามที่ได้แสดงความสามารถนั้นเอง เรียกว่า ความคาดหวังและความพอใจสิ่งต่างๆ ความคาดหวังอาจจะเป็นไปในทางบวกหรือทางลบก็ได้ ดังภาพ



ภาพประกอบ 6 ทฤษฎีความคาดหวัง

ที่มา : บุญเดิม พันรอบ. (2528 : 61)

สรุปแล้ว ทฤษฎีความคาดหวังก็คือ การตั้งใจที่เกิดจากบุคคลที่มีความต้องการหลายอย่าง และเชื่อว่าถ้าดำเนินการวิธีนี้จะได้รับผลตอบแทน เช่น เมื่อเชื่อแล้วก็จะตัดสินใจทำ ส่วนผลที่ได้รับนั้นเป็นอีกเรื่องหนึ่ง ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ แต่มีแรงจูงใจให้ทำงานตามความเชื่อว่า จะเป็นอย่างที่ได้คาดหวังไว้

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)

สำหรับทฤษฎีความคาดหวังนั้น อธิบายความพอใจในแง่ที่ว่าลูกจ้างจะเกิดความพอใจได้ต่อเมื่อเขาประเมินแล้วว่า การบริการนั้นๆ จะนำผลตอบแทนมาให้ ซึ่งลูกจ้างได้มีการตัดสินใจล่วงหน้าแล้วว่าคุณค่าของการบริการจากสิ่งที่ลูกจ้างได้รับ (ความยืดหยุ่นแถมใส่ ความกระตือรือร้นในการบริการ การให้คำแนะนำที่ดี ความสะดวกรวดเร็วในการบริการ เครื่องมือบริการทันสมัย ความมีชื่อเสียงของสถาบันที่ให้บริการ) เป็นเช่นไร ลูกจ้างจึงเลือกเอาการบริการที่น่าเอาผลลัพท์เหล่านี้มาให้ และในขั้นสุดท้ายเมื่อมีการประเมินการเปรียบเทียบผลลัพท์ต่างๆ ลูกจ้างจะมีความพอใจที่จะเกิดขึ้น แมก คอรัมิก ไอ ไอเจน (Mc Cormick I Igen. 1980 : 396) ซึ่งทัศนะแนวคิดนี้มาจากบุคคลหลายบุคคล เช่น แคมเบล บันแนท ลอร์เลอร์และวิดเดอร์ วูม โดยแนวคิดทฤษฎีนี้อยู่ที่ผล (Outcomes) ความปรารถนาที่รุนแรง (Violence) และความคาดหวัง (Expectancy) ทฤษฎีความคาดหวังจะคาดคะเนว่า โดยทั่วๆ ไปลูกจ้างแต่ละคนจะแสดงพฤติกรรมก็ต่อเมื่อเขามองเห็นโอกาสความน่าจะเป็นไปได้ (Proability) ก่อนข้างเด่นชัด หากความพึงพอใจของเขาเกิดจากการให้บริการที่มีคุณภาพ เขาก็จะใช้บริการนั้นตลอดเพราะเป็นผลลัพท์ (Outcomes) ที่เขาปรารถนา ซึ่งหมายความว่าความหมายนี้ เกิดก่อนการบริการจึงสามารถเป็นเหตุนำไปสู่เหตุของการมาใช้บริการเพราะพฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากแรงผลักดัน ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากความต้องการ และอีกส่วนหนึ่งเกิดจากความคาดหวังที่จะได้รับจากสิ่งที่จูงใจ (สมยศ นาวิการ. 2544 : 376 - 379) ผลตอบแทนหรือผลลัพท์ที่ได้จากการบริการที่มีคุณภาพ จะมีความสำคัญและจะเป็นตัวทำให้เกิดพฤติกรรมได้ ขึ้นอยู่กับความพอใจต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพ

จากการตรวจสอบเอกสารข้างต้นนี้สรุปได้ว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความคิด และความต้องการของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่ง ว่าควรเกิดขึ้นในลักษณะใดตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ ทั้งนี้ความคาดหวังจะมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความสนใจ แรงจูงใจของแต่ละบุคคล

ความหมาย แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความรู้ความเข้าใจ

ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ (2545 : 174) ได้ให้ความหมายว่า ความรู้ หมายถึง ระดับของภูมิปัญญาในการรับรู้และการทำความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง สามารถแสดงออกในรูปของภาษาธรรมชาติ เช่น ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ

ไพศาล หวังพานิช (2535 : 49) ได้ให้ความหมายว่า ความรู้ คือบรรดาข้อเท็จจริงหรือรายละเอียดของเรื่องราว การกระทำ อันเป็นประสบการณ์ของบุคคลซึ่งสะสมและถ่ายทอดสืบต่อกันมา

เชิดศักดิ์ โฉมาสินธุ์ (2525 : 87) ได้กล่าวว่า เป็นความสามารถในอันที่จะทรงไว้ หรือรักษาไว้ซึ่งเรื่องราวต่างๆ ที่บุคคลได้รับรู้ไว้ในสมอง และสามารถระลึกเกี่ยวกับเรื่องราวเหล่านั้นได้ เมื่อได้รับการกระตุ้นที่เหมาะสม

โสภา ชูพิกุลชัยและอรทัย ชื่นมณุษย์ (2520 : 10) ได้ให้ความหมายของความรู้ว่าเป็นการรับรู้ และเข้าใจในเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ เกิดจากประสบการณ์และทัศนคติ ประกอบขึ้นจากความรู้ต่างๆ ที่เคยได้มาบวกกับการตีค่าของสิ่งนั้นกับความรู้ที่มีอยู่

บลูมและคณะ (ภัทรา นิคมานนท์. 2532 : 7 – 8 ;อ้างอิงจาก Bloom and others. 1981 : 101) ได้ศึกษาและจำแนกพฤติกรรมด้านความรู้และสติปัญญา (Cognitive Domain) ออกเป็น 6 ระดับ โดยเรียงลำดับความสามารถขั้นต่ำไปสูง ดังนี้

1. ความรู้ ความจำ (Knowledge) เป็นขั้นแรกของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการจดจำ โดยไม่จำเป็นต้องใช้ความคิดที่ซับซ้อนและไม่ต้องใช้สมองมากนัก เช่นความสามารถในการระลึกได้ถึงเรื่องราวต่างๆ ที่เคยมีประสบการณ์มา เป็นต้น ดังนั้นการจำจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญทางจิตวิทยาและเป็นขั้นตอนที่จะนำไปสู่พฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความเข้าใจ

2. ความเข้าใจ (Comprehensive) เป็นพฤติกรรมที่ต่อจากความรู้ ซึ่งต้องใช้ความสามารถทางสมองและทักษะในขั้นที่สูงจนถึงระดับของ"การสื่อความหมาย" ความเข้าใจอาจจะแสดงออกในรูปของการแปลความตีความและขยายความได้

3. การนำไปใช้ (Application) คือความสามารถที่จะนำเอาความรู้ ความเข้าใจในเรื่องที่ได้เรียนรู้มาไปแก้ปัญหาที่แปลกใหม่หรือสถานการณ์ใหม่

4. การวิเคราะห์ (Analysis) คือความสามารถในการรวบรวมข้อมูลที่เป็นส่วนย่อยต่างๆ ให้ได้ลำดับชั้นความคิดที่แสดงออกอย่างชัดเจน เพื่อค้นหาความจริงต่างๆ ที่แฝงอยู่ในเนื้อเรื่องนั้นๆ

5. การสังเคราะห์ (Synthesis) คือความสามารถในการรวบรวมข้อมูลที่เป็นส่วนย่อยต่างๆ เข้ามารวมกันเป็นส่วนรวมที่มีโครงสร้างใหม่ที่มีความชัดเจนและมีคุณภาพ

6. การประเมินค่า (Evaluation) เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับคุณค่าของเนื้อหาและวิธีการต่างๆ โดยสรุปอย่างมีหลักเกณฑ์ว่า สิ่งนั้นดี เลว เหมาะสมหรือไม่เพียงใด

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารออมสิน

ประวัติความเป็นมาของธนาคารออมสิน

พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงริเริ่มกิจการด้านการออมสินมาใช้เป็นครั้งแรกในปีพุทธศักราช 2450 ได้ทดลองตั้งธนาคารรับฝากเงินขึ้นเรียกว่า "แบงก์ลีฟอเทีย" ณ พระตำหนักสวนจิตรลดา (ในบริเวณสวนปารุสกวัน) ซึ่งเป็นวังที่ประทับของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว สำหรับให้มหาดเล็กและข้าราชการบริพาร ได้เรียนรู้วิธีการดำเนินงานของธนาคารและส่งเสริมนิสัยรักการออม

ต่อมาในปีพุทธศักราช 2456 ได้โปรดให้ตราพระราชบัญญัติคลังออมสิน พ.ศ.2456 ขึ้นและประกาศใช้ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2456 เป็นต้นมา เรียกว่า "คลังออมสิน" สังกัดกระทรวงพระคลังมหาสมบัติ ครั้นถึงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงตระหนักถึงความสำคัญของคลังออมสิน และทรงห่วงใยกิจการของคลังออมสินในขณะนั้น ที่ไม่เจริญก้าวหน้าเท่าที่ควร จึงทรงมีพระราชดำริให้โอนกิจการคลังออมสินในกองบัญชี เพื่อให้กิจการคลังออมสินเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นในปี 2476 คณะรัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของคลังออมสินในการทำหน้าที่ระดมเงินทุน เพื่อการปรับปรุงเศรษฐกิจของประเทศ จึงได้ส่งเสริมและปรับปรุงคลังออมสิน ในด้านการบริหารงาน โดยยกฐานะแผนกคลังออมสินเป็น "กองคลังออมสิน"

การก่อตั้งธนาคารออมสิน

รัฐบาลสมัยหลวงประดิษฐมนูธรรม (นายปรีดี พนมยงค์) เป็นนายกรัฐมนตรี ได้สนับสนุนให้คลังออมสินเปลี่ยนฐานะเป็น "ธนาคารออมสิน" เพื่อทำหน้าที่การธนาคาร และเป็นสถาบันการออมทรัพย์ที่สมบูรณ์แบบเช่นเดียวกับนานาประเทศ โดยตราพระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พ.ศ.2489 มีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งคือ "เพื่อส่งเสริมสวัสดิภาพแห่งสังคมในทางทรัพย์สิน" และให้รับโอนทรัพย์สินและกิจการคลังออม

สืบจากกรมไปรษณีย์โทรเลขมาดำเนินงานต่อไป ธนาคารออมสินเริ่มดำเนินงาน เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2490 เป็นต้นมา มีฐานะเป็นนิติบุคคล บริหารงานโดยอิสระภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการ ซึ่งมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังเป็นผู้แต่งตั้ง กิจการธนาคารออมสินได้มีการขยายตัวมากยิ่งขึ้นจากการประกอบธุรกิจด้านเงินฝากและให้บริการด้านต่างๆ โดยเฉพาะตั้งแต่ปี พ.ศ.2521 เป็นต้นมา ได้มีการออกธุรกิจใหม่ๆ เพิ่มขึ้น (<http://www.gsb.or.th>)

ธุรกิจบริการของธนาคารออมสิน

ธุรกิจบริการของธนาคารออมสิน มีดังนี้ (รายงานประจำปี ธนาคารออมสิน. 2545 : 30 – 62)

1.ธุรกิจเงินฝากและกระแสรายวัน

1.1 เงินฝากประเภทเผื่อเรียก

1.1.1 เงินฝากเผื่อเรียก เป็นเงินฝากที่จะจ่ายเงินเมื่อทวงถาม เปิดบัญชีขั้นต่ำ 1 บาท สามารถใช้บริการฝากถอนได้ทุกสาขา และไม่เสียภาษี

1.1.2 เงินฝากเผื่อเรียกพิเศษ เป็นเงินฝากที่ทวงถามได้ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน ถ้าเกิน 1 ครั้ง ต้องเสียค่าธรรมเนียมร้อยละ 1 แต่ไม่ต่ำกว่า 500 บาท เปิดบัญชีและฝาก-ถอนไม่ต่ำกว่า 1,000 บาท สามารถใช้บริการฝากถอนได้ทุกสาขา และไม่เสียภาษี

1.2 เงินฝากประเภทประจำ

1.2.1 เงินฝากประจำ 3 เดือน เป็นเงินฝากที่จะจ่ายเงินเมื่อสิ้นระยะเวลาที่กำหนดฝากไว้ เปิดบัญชีและฝาก – ถอน ไม่ต่ำกว่า 1,000 บาท ใช้บริการฝากถอนได้ทุกสาขา ใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันในชั้นสถานีตำรวจและชั้นศาลได้

1.2.2 เงินฝากประจำ 6 เดือน เป็นเงินฝากที่จะจ่ายเงินเมื่อสิ้นระยะเวลาที่กำหนดฝากไว้ เปิดบัญชีและฝาก – ถอน ได้ไม่ต่ำกว่า 200 บาท ใช้บริการฝากถอนได้ทุกสาขา ใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันในชั้นสถานีตำรวจและชั้นศาลได้

1.2.3 เงินฝากประจำ 12 เดือน เป็นเงินฝากที่จะจ่ายเงินเมื่อสิ้นระยะเวลาที่กำหนดไว้ เปิดบัญชีและฝาก – ถอนไม่ต่ำกว่า 1,000 บาท ใช้บริการฝากถอนได้ทุกสาขา ใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันในชั้นสถานีตำรวจหรือชั้นศาลได้

ดอกเบี้ยเงินฝากประจำทั้ง 3 ประเภทนี้ ต้องเสียภาษีหัก ณ ที่จ่าย ในอัตราร้อยละ 15 การถอนจะถอนวันละกี่ครั้งก็ได้ แต่เมื่อถอนแล้วต้องมียอดเงินคงเหลือในบัญชีไม่ต่ำกว่าวงเงินฝากขั้นต่ำแต่ละประเภทที่ธนาคารกำหนดไว้

1.2.4 เงินฝากประจำรายเดือนยกเว้นภาษี เป็นเงินฝากที่ต้องฝากเป็นจำนวนเท่ากันทุกเดือนติดต่อกันไม่น้อยกว่า 24 เดือน และขาดการฝากได้ไม่เกิน 2 ครั้ง เปิดบัญชีและฝากถอนไม่ต่ำกว่า 1,000 บาท ผู้ฝากจะถอนเงินฝากก่อนครบกำหนดระยะเวลาไม่ได้ เว้นแต่เป็นการถอนปิดบัญชี ใช้บริการฝากถอนได้ทุกสาขา ใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันในชั้นสถานีตำรวจหรือชั้นศาลได้

1.3 เงินฝากประเภทกระแสรายวัน

เป็นเงินฝากที่จะจ่ายเงินแก่ผู้ฝากทันทีเมื่อทวงถาม หรือจ่ายตามคำสั่งด้วยการใช้เช็ค เปิดบัญชีขั้นต่ำ 5,000 บาท เงินฝากคงเหลือตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ได้รับดอกเบี้ยเท่ากับประเภทเผื่อเรียก ใช้บริการฝากถอน ภายในเขตสำนักหักบัญชีได้ทุกสาขา

2. ธุรกิจสลากออมสิน

สลากออมสินพิเศษ เป็นการออมเพียงอย่างเดียวที่มีโอกาสได้รับผลตอบแทนสูงกว่าการออมแบบอื่นๆ อย่างคาดไม่ถึงในรูปแบบของรางวัลและดอกเบี้ยที่ไม่เสียภาษี

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. รางวัลที่ 1 เงิน 4 ล้านบาท และมีรางวัลอื่นๆ อีกทุกเดือน
2. มีสิทธิ์ถูกรางวัล 35 ครั้ง ตลอดอายุสลาก
3. ผাগสลาก 10,000 หน่วยถูกรางวัลเลขท้าย 4 ตัวทุกรางวัล
4. สลาก 50 หน่วยขึ้น ผাগแล้วใช้ค่าประกันเงินกู้ได้ และยังมีสิทธิ์ถูกรางวัล
5. ใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันการเบิกเงินเกินบัญชี
6. ใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันผู้ต้องหาหรือจำเลยได้
7. เป็นของขวัญที่ถูกใจผู้รับในทุกโอกาส

คุณลักษณะของสลากออมสินพิเศษ

1. มูลค่าหน่วยละ 50 บาท
2. ผากได้ตั้งแต่อายุ 7 ปี หรือผากสำหรับผู้เยาว์ได้ทุกวัยไม่จำกัดอายุ
3. ผากได้ไม่จำกัดวงเงิน
4. ผากครบ 3 เดือนถอนคืนได้เต็มมูลค่า ครบ 3 ปีถอนคืนได้พร้อมดอกเบี้ยหน่วยละ 1 บาท
5. ออกรางวัลทุกวันวันที่ 20 ของเดือน

3. ธุรกิจสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว

3.1 สงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว แบบเพิ่มพูนทรัพย์

เป็นแบบที่มีอัตราการส่งเงินฝากต่ำ แต่ได้รับผลตอบแทนสูง และมีระยะเวลาการส่งเงินฝากสั้น แต่ได้รับความคุ้มครองเป็นระยะเวลานาน

รายละเอียดการฝากเงิน

1. อายุผู้ฝากตั้งแต่ 7 – 60 ปี
2. เลือกวงเงินสงเคราะห์ได้ตั้งแต่ 5,000 – 2,000,000 บาท
3. ระยะเวลากรมธรรม์เลือกได้ 3 ระยะคือ
 - 3.1 ระยะเวลา 10 ปี (ส่งเงินฝาก 7 ปี)
 - 3.2 ระยะเวลา 15 ปี (ส่งเงินฝาก 11 ปี)
 - 3.3 ระยะเวลา 20 ปี (ส่งเงินฝาก 14 ปี)

3.2 สงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว แบบร่มไทร

เป็นกรมธรรม์การฝากเงินที่สมบูรณ์แบบ ทั้งด้านความคุ้มครองชีวิตและผลตอบแทนด้านการสะสมทรัพย์ ด้วยอัตราการส่งเงินฝากอย่างสบายๆ แต่ได้รับสิทธิประโยชน์สูงสุดด้วยการเพิ่มวงเงินคุ้มครองชีวิตให้สูงขึ้นเป็นระยะๆ พร้อมกับจ่ายโบนัสให้เมื่อครบสัญญา

รายละเอียดการฝากเงิน

1. อายุผู้ฝากตั้งแต่ 7 – 60 ปี
2. เลือกวงเงินสงเคราะห์ได้ตั้งแต่ 5,000 – 2,000,000 บาท
3. ระยะเวลากรมธรรม์เลือกได้ 3 ระยะคือ 10 ปี 15 ปี และ 20 ปี

3.3 สงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว แบบบำนาญสงเคราะห์

เป็นกรมธรรม์การฝากเงินที่เมื่อส่งครบกำหนดระยะเวลาแล้ว จะได้รับเงินบำนาญไปตลอดชีวิต รายละเอียดการฝากเงิน

1. เป็นแบบสะสมทรัพย์เพื่อประกันรายได้ให้กับผู้ฝากไปจนตลอดชีวิต
2. ผู้ฝากต้องมีสุขภาพสมบูรณ์ และมีอายุตั้งแต่ 7 ปี จนถึง 60 ปี
3. เลือกวงเงินสงเคราะห์ได้ตั้งแต่ 5,000 – 2,000,000 บาท
4. ระยะเวลาขอรับเงินสงเคราะห์มีให้เลือก 5 ระยะ คือ 10 ปี 15 ปี 20 ปี 25 ปี และ 30 ปี
5. มีให้เลือกทั้งชนิดมีเงินปันผล และชนิดไม่มีเงินปันผล

3.4 สงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว แบบทุนการศึกษา

เป็นเงินฝากเพื่อการศึกษา และให้ความคุ้มครองทั้งชีวิตผู้ฝากและบุตรหลาน เมื่อกรมธรรม์ครบกำหนดระยะเวลา จะจ่ายเงินสงเคราะห์ให้เป็นงวดๆ ซึ่งสามารถเลือกได้ตั้งแต่งวดเดียวจนถึง 5 งวด ตามแผนการศึกษา ในระหว่างส่งเงินฝาก หากผู้ฝากเสียชีวิตลง จะได้รับการยกเว้นการส่งเงินฝาก ตั้งแต่วันถัดไป เมื่อครบกำหนดระยะเวลา ธนาคารจะจ่ายเงินสงเคราะห์ให้เป็นงวดๆ ตามที่เลือกไว้ ก่อนกรมธรรม์ครบกำหนดระยะเวลา หากผู้รับประโยชน์เสียชีวิต จะจ่ายเงินให้ตามอัตราดังนี้

1. เสียชีวิตขณะอายุไม่เกิน 1 ปี จ่ายเงินสงเคราะห์ 25%
2. เสียชีวิตขณะอายุเกิน 1 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี จ่ายเงินสงเคราะห์ 50%
3. เสียชีวิตขณะอายุเกิน 3 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี จ่ายเงินสงเคราะห์ 75%
4. เสียชีวิตขณะอายุ 5 ปีขึ้นไป จ่ายเงินสงเคราะห์ 100%

รายละเอียดการฝากเงิน

1. เป็นแบบสะสมทรัพย์เพื่อเป็นทุนใช้จ่ายตลอดระยะเวลาศึกษาของบุตรหลานในอนาคต
2. ผู้ฝากต้องมีสุขภาพสมบูรณ์ และมีอายุตั้งแต่ 20 ปี จนถึง 60 ปี
3. ผู้รับประโยชน์ต้องมีสุขภาพสมบูรณ์ และมีอายุตั้งแต่แรกเกิดจนถึง 15 ปี ผู้ฝากต้องเป็นบิดา มารดา ปู่ ย่า ตา ยายของผู้รับประโยชน์
4. เงินสงเคราะห์เลือกได้ตั้งแต่ 5,000 – 2,000,000 บาท
5. ระยะเวลาขอรับเงินสงเคราะห์มีให้เลือก 11 ระยะ ตั้งแต่ 10 ปี จนถึง 20 ปี เพื่อให้พอดีกับระยะเวลาที่จะเริ่มการศึกษาตามโครงการที่กำหนดไว้ในอนาคต

3.5 สงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว แบบสะสมทรัพย์

เป็นกรมธรรม์การฝากเงินที่ให้ผลประโยชน์อย่างคุ้มค่าตลอดอายุสัญญาพร้อมทั้งเงินที่จะได้รับเมื่อครบกำหนดกรมธรรม์

รายละเอียดการฝากเงิน

1. ผู้ฝากอายุตั้งแต่ 7 – 55 ปี
2. เลือกวงเงินสงเคราะห์ได้ตั้งแต่ 5,000 – 2,000,000 บาท
3. ระยะเวลากรมธรรม์เลือกได้ 3 ระยะ คือ 15 ปี 18 ปี และ 21 ปี เลือกส่งเงินฝากเป็นรายปี ราย 6 เดือน ราย 3 เดือน และรายเดือน

3.6 สงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว แบบตลอดชีพ

เป็นกรมธรรม์การฝากเงินที่ให้ความคุ้มครองไปจนตลอดระยะเวลายาวนานของชีวิต ทุกๆ 3 ปี จะได้รับเงินปันผลจำนวน 15% ของวงเงินสงเคราะห์ชีวิต เมื่อกรมธรรม์ครบกำหนดสัญญาได้รับเงิน สงเคราะห์คืน 150% ของวงเงินสงเคราะห์

รายละเอียดการฝากเงิน

1. ผู้ฝากอายุตั้งแต่ 7 – 55 ปี
2. เลือกวงเงินสงเคราะห์ได้ตั้งแต่ 5,000 – 2,000,000 บาท
3. ระยะเวลากรมธรรม์เลือกได้ 3 ระยะ คือ 15 ปี 18 ปี และ 21 ปี เลือกส่งเงินฝากเป็น รายปี ราย 6 เดือน ราย 3 เดือน และรายเดือน

4. ธุรกิจบริการทางการเงินอื่น ๆ

4.1 รับจ่ายและโอนเงิน (อรจ.) เพื่อส่งเงินหรือโอนเงินเข้าบัญชีตนเองหรือผู้อื่นระหว่างธนาคารออมสินทั่วประเทศ อัตราค่าธรรมเนียม บัญชีกลาง คิดค่าธรรมเนียม 10,000 บาทแรก 10 บาท 10,000 บาทต่อไป คิด 5 บาท

4.2 บริการเงินด่วนออมสิน (A.T.M.) ค่าธรรมเนียมแรกเข้าสำหรับผู้ขอใช้บัตรเป็นครั้งแรก 50 บาท การใช้บัตรเงินด่วนออมสินรายปี ค่าธรรมเนียม 100 บาท

4.3 บัตรวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ (VISA ELECTRON) ค่าธรรมเนียมแรกเข้าสำหรับผู้ขอใช้บัตรเป็นครั้งแรก 50 บาท การใช้บัตรวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์รายปี ค่าธรรมเนียม 150 บาท

4.4 ตัวแลกเงินของขวัญ มี 5 ชนิดราคา คือ 100 บาท 200 บาท 300 บาท 500 บาท และ 1,000 บาท ค่าธรรมเนียมฉบับละ 5 บาท

4.5 ตัวแลกเงินเพื่อเดินทาง มี 5 ชนิดราคา คือ 100 บาท 500 บาท 1,000 บาท 5,000 บาท และ 10,000 บาท ชนิดราคา 100 บาท 500 บาท 1,000 บาท คิดค่าธรรมเนียมฉบับละ 5 บาท สำหรับชนิดราคา 5,000 บาท และ 10,000 บาท คิดค่าธรรมเนียมฉบับละ 10 บาท อายุตัวจะมีอายุไม่เกิน 12 เดือน

4.6 บริการรับชำระค่าสาธารณูปโภคและค่าบริการอื่นๆ

ด้วยวิธีการหักบัญชีเงินฝาก ซึ่งบริการนี้ได้แก่ การชำระค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าโทรศัพท์ ค่าโทรคมนาคม และค่าเบี้ยประกันของ บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต ซึ่งคิดค่าธรรมเนียมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล รายการละ 5 บาท ค่าธรรมเนียมในเขตภูมิภาค ขององค์การโทรศัพท์ รายการละ 10 บาท ของ บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต รายการละ 12 บาท

ด้วยวิธีการชำระเงินสดหน้าเคาน์เตอร์ บริการรับชำระค่าโทรศัพท์ภายในประเทศและต่างประเทศ ค่าธรรมเนียมรายการละ 10 บาท

5. ธุรกิจบริการสินเชื่อ

5.1 สินเชื่อเพื่อธุรกิจ เพื่อประกอบธุรกิจในวงเงินไม่เกิน 10 ล้านบาท แบ่งเป็นกู้เบิกเกินบัญชีมีกำหนดเวลาไม่เกิน 1 ปี นับแต่วันที่ลงนามในสัญญาเงินกู้ เงินกู้มีระยะเวลา โดยมีกำหนดระยะเวลาไม่เกิน 10 ปี กรณีระยะเวลาตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป ธนาคารจะให้ปลอดชำระหนี้เงินต้น ไม่เกิน 3 ปี หลักประกันเงินกู้

ที่ดิน หรือที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง สลากออมสินพิเศษ สมุดเงินฝากออมสิน หรือหลักทรัพย์อื่น ๆ ตามที่ธนาคารเห็นเหมาะสม

5.2 สินเชื่อไทรทอง วัตถุประสงค์ในการกู้เพื่อ การค้าหรือการลงทุน การศึกษา การอุปโภคหรือบริโภคและอื่นๆ ตามความเหมาะสม วงเงินกู้ ให้กู้ยืมในวงเงิน 20 เท่าของเงินเดือน โดยมีระยะเวลาผ่อนชำระไม่เกิน 10 ปี คุณสมบัติผู้กู้เป็นลูกจ้างเงินฝากของธนาคารออมสินที่เป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานบริษัทเอกชนที่มีเงินฝากกับธนาคาร

5.3 สินเชื่อสวัสดิการ ให้กู้ยืมในวงเงิน 10 เท่าของเงินเดือน แต่ไม่เกิน 200,000 บาท ด้วยระยะเวลาผ่อนชำระไม่เกิน 5 ปี คุณสมบัติผู้กู้ เป็นข้าราชการประจำ พนักงานองค์การของรัฐ พนักงานเทศบาล หรือลูกจ้างประจำของหน่วยงาน อายุ 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป แต่เมื่อรวมอายุผู้กู้กับระยะเวลาผ่อนชำระต้องไม่เกิน 60 ปี เป็นผู้ฝากเงินประเภทใดประเภทหนึ่งของธนาคาร ใช้บุคคลค้ำประกัน ซึ่งต้องทำงานที่เดียวกันกับผู้กู้ หรือสังกัดเดียวกัน ทำงานมาแล้วครบ 5 ปีขึ้นไป

5.4 สินเชื่อเคหะ ให้กู้ยืมในวงเงิน 5 ล้านบาท ระยะเวลาชำระเงินกู้ไม่เกิน 30 ปี โดยผ่อนชำระเงินกู้พร้อมดอกเบี้ยเป็นงวดรายเดือน คุณสมบัติผู้กู้ เป็นลูกจ้างเงินฝากของธนาคารออมสินประเภทใดประเภทหนึ่ง มีอายุตั้งแต่ 20 ปี เมื่อรวมอายุผู้กู้กับระยะเวลาส่งชำระเงินกู้ต้องไม่เกิน 65 ปี หลักประกันเงินกู้ ที่ดิน พร้อมอาคาร

5.5 โครงการสินเชื่อพัฒนาชนบทธนาคารออมสิน (สพช.) เป็นโครงการที่ธนาคารออมสินจัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2538 เพื่อบริการจัดการกองทุนพัฒนาชนบท (กพช.) แทนสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนองค์กรชุมชนที่เกิดจากการรวมตัวของชาวบ้านในพื้นที่เดียวกันให้สามารถพึ่งตนเองทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม จิตใจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ด้วยการยึดถือบทบาทของชุมชนเป็นแกนหลัก ซึ่งธนาคารได้กำหนดเงื่อนไขการให้กู้เงินไว้ คือ เป็นสมาชิก สพช. มาแล้วไม่น้อยกว่า 6 เดือน มีกิจกรรมการดำเนินงานที่ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 6 เดือน มีเงินทุนหรือเงินออมของสมาชิกแล้วจำนวนหนึ่ง วงเงินกู้ ขึ้นอยู่กับความจำเป็น แต่ไม่เกิน 5 เท่าของเงินทุน หรือเงินออมของสมาชิก

5.6 สินเชื่อเพื่อธุรกิจขนาดกลางและย่อม (SMEs) ประเภทธุรกิจให้กู้ SMEs แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ อุตสาหกรรมขนาดย่อม และธุรกิจทั่วไป ซึ่งอุตสาหกรรมขนาดย่อมได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิต อุตสาหกรรมบริการ เกษตรอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมหัตถกรรม และธุรกิจทั่วไป ได้แก่ กิจการค้าปลีก – ค้าส่ง กิจการบริการ กิจการนำเข้า กิจการส่งออก วงเงินกู้ตั้งแต่ 100,000 บาท ถึง 50 ล้านบาท ระยะเวลากู้ไม่เกิน 10 ปี หลักทรัพย์ค้ำประกัน เงินฝากธนาคาร หรือสลากออมสิน ที่ดิน หรือที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เครื่องจักร เป็นต้น

5.7 สินเชื่อสถานศึกษาและสถาบันฝึกอบรมวิชาชีพเอกชน สำหรับภาคเอกชนกู้ยืมเงินเพื่อการจัดตั้งสถานศึกษาเอกชน และสถาบันฝึกอบรมวิชาชีพที่มีมาตรฐานสูง นอกเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวนเงินกู้ ไม่เกิน 1 เท่าของเงินลงทุนของเจ้าของกิจการ แต่ไม่เกินร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่ายโครงการ หลักประกันเงินกู้ ที่ดิน หรือที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง สลากออมสินพิเศษ สมุดเงินฝากธนาคารออมสิน พันธบัตรรัฐบาล พันธบัตรรัฐวิสาหกิจ ระยะเวลาชำระคืนไม่เกิน 15 ปี โดยมีระยะเวลาปลอดชำระหนี้เงินต้นไม่เกิน 5 ปี

5.8 สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน สำหรับผู้ประกอบการรายย่อยที่ทำการค้า รับจ้าง ให้บริการ หรือผู้มีรายได้และความประสงค์จะประกอบอาชีพเสริม หรือผู้ที่ตั้งใจจะประกอบอาชีพอิสระรายย่อย หรือ

ต้องการชำระหนี้เงินกู้ยืมซึ่งกู้ยืมมาเพื่อลงทุนในการประกอบอาชีพ หรือเพื่อการดำรงชีพ คุณสมบัติของผู้กู้ เป็น ผู้ฝากเงินกับธนาคารออมสินสาขาอย่างสม่ำเสมอเป็นเวลานานไม่น้อยกว่า 2 เดือน มีอายุครบ 20 ปีบริบูรณ์ แต่เมื่อ รวมอายุผู้กู้กับระยะเวลาชำระหนี้ ต้องไม่เกิน 65 ปี ในกรณีที่มิใช่อายุไม่ครบ 20 ปีบริบูรณ์ ต้องให้บิดา – มารดา หรือผู้ปกครองเป็นผู้กู้แทน เป็นสมาชิกโครงการ ณ สาขาที่ยื่นขอกู้ มีสถานที่ประกอบอาชีพที่แน่นอนให้กู้ได้ ตามความจำเป็นและสามารถชำระคืน แต่ไม่เกินวงเงินดังนี้ (<http://www.gsb.or.th>)

1. กรณีกู้ครั้งแรกไม่เกินรายละเอียด 15,000 บาท
2. กรณีกู้ครั้งต่อไปไม่เกินรายละเอียด 30,000 บาท – 50,000 บาท

ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี

ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี เป็นธนาคารออมสินศูนย์ที่อยู่ในความรับผิดชอบของธนาคารออมสินภาค 2 โดยกำหนดหน้าที่ในการให้บริการธุรกิจสินเชื่อ ธุรกิจเงินฝาก และบริการด้านการเงินภายในเขตพื้นที่ และวงเงินที่ธนาคารออมสินกำหนด พิจารณานอมนุมัติสินเชื่อที่เกินวงเงินของธนาคารออมสินสาขาที่อยู่ในความรับผิดชอบ รวมทั้งดำเนินงานทางด้านการตลาด ติดตามเร่งรัดหนี้ ประเมินหนี้ ให้คำปรึกษาและแนะนำแก่ธนาคารออมสินสาขาที่อยู่ในความรับผิดชอบ ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2514 ตั้งอยู่เลขที่ 1089/2-3 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400 ผู้อำนวยการศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีคนปัจจุบัน คือ นายพิษณุ สัตยอุดม และรองผู้อำนวยการศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีคนปัจจุบัน คือ นายอนุจิตร ใจสวัสดิ์ (ประวัติธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี. 2514 : 1)

ธุรกิจประเภทต่าง ๆ ของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี

1. ธุรกิจเงินฝากและกระแสรายวัน
 - เงินฝากประเภทเผื่อเรียก
 - เงินฝากประเภทเผื่อเรียกพิเศษ
 - เงินฝากประเภทประจำ 3 เดือน
 - เงินฝากประเภทประจำ 6 เดือน
 - เงินฝากประเภทประจำ 12 เดือน
 - เงินฝากประเภทประจำรายเดือน
 - กระแสรายวัน
2. ธุรกิจสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว
 - สงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว แบบเพิ่มทุนทรัพย์
 - สงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว แบบร่มไทร
 - สงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว แบบบำนาญสงเคราะห์
 - สงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว แบบทุนการศึกษา
 - สงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว แบบสะสมทรัพย์
 - สงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว แบบตลอดชีพ
3. ธุรกิจสลากออมสิน
 - สลากออมสินพิเศษ

- สลากออมสินพิเศษ รุ่นชนโชค

4. ธุรกิจบริการทางการเงินอื่นๆ เช่น โอนรับจ่าย (อ.ร.จ.) บัตรเงินด่วนออมสิน A.T.M. บัตร VISA ELECTRON ตัวแลกเงินเพื่อเดินทาง ตัวแลกเงินของขวัญ และบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค
5. ธุรกิจบริการสินเชื่อ ให้บริการด้านการกู้ยืมเงินประเภทต่างๆ เช่น สินเชื่อเคหะ สินเชื่อธุรกิจ สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน และสินเชื่ออื่นๆ ตามที่ธนาคารกำหนด

รูปแบบการให้บริการของศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี มีรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัย ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง มีพื้นที่ให้บริการ และที่จอดรถบริการลูกค้าอย่างกว้างขวาง โดยได้มีการให้บริการตามระบบงานใหม่ ทำการปรับปรุงขั้นตอนงานให้เป็นแบบ One Stop Service โดยแบ่งเคาน์เตอร์ออกเป็น 3 เคาน์เตอร์ ได้แก่

1. เคาน์เตอร์บริการ

ทำหน้าที่ให้บริการกิจกรรมที่ใช้ระยะเวลาสั้น สามารถปฏิบัติงานโดยใช้พนักงานเพียง 1 คน งานมีลักษณะเป็น Single Transaction และไม่ต้องเสียเวลาแนะนำลูกค้ามาก ประเภทกิจกรรมที่ให้บริการที่เคาน์เตอร์นี้ เช่น บริการด้านเงินฝาก ฝาก-ถอนบัญชีทุกประเภท บริการด้านสลากออมสิน เป็นต้น

2. เคาน์เตอร์การตลาด

ทำหน้าที่ให้บริการกิจกรรมที่ต้องใช้เวลามาก เนื่องจากต้องเสียเวลาในการแนะนำลูกค้า และการปฏิบัติงานต้องผ่านพนักงาน 2 – 3 ตำแหน่งงาน งานมีลักษณะเป็น Manual ประเภทกิจกรรมที่ให้บริการที่เคาน์เตอร์นี้ เช่น บริการเปิด-ปิดบัญชีทุกประเภท ทำบัตร A.T.M. ทำประกันภัยตาม พ.ร.บ.คุ้มครองบุคคลที่ 3 บริการด้านตราสาร บริการหลังการขาย เป็นต้น

3. เคาน์เตอร์สินเชื่อ

ทำหน้าที่ให้บริการด้านสินเชื่อทุกประเภทของธนาคาร ได้แก่ สินเชื่อบุคคล สินเชื่อธุรกิจ สินเชื่อที่ใช้ตราสารจำประกัน สินเชื่อธนาคารประชาชน และสินเชื่ออื่นๆ ตามที่ธนาคารกำหนด

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สันติ เจริญไชย (2544 : 32 – 44) ได้ศึกษาความคาดหวังและการได้รับบริการจากการประกันภัยรถยนต์ ของบริษัทวิริยะประกันภัย จำกัด สาขาอุดรธานี โดยรวมและราย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้เอาประกันภัยอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ ผลการศึกษาพบว่า ผู้เอาประกันภัยมีความคาดหวังจากการได้รับบริการจากการประกันภัยรถยนต์โดยรวม และราย 5 ด้าน อยู่ในระดับสูง แต่ได้รับบริการโดยรวม และราย 4 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง และในด้านความเชื่อถือได้ ได้รับบริการอยู่ในระดับสูง ผู้เอาประกันภัยที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน ในเรื่อง เพศ อายุ สถานภาพ มีความคาดหวัง และการได้รับบริการ โดยรวม และรายด้าน ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้เอาประกันภัยที่มีความแตกต่างกันในเรื่อง อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และประเภทการประกันภัยมีความคาดหวังในการบริการ ด้านความเชื่อถือได้ แตกต่างกัน และได้รับการบริการจริงโดยรวม ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจแตกต่างกัน แต่ผู้เอาประกันภัยที่มีรายได้ต่างกันได้รับการบริการจริงโดยรวมและเป็นรายด้านไม่แตกต่างกัน และผู้เอาประกันภัยมีความคาดหวังจากการได้รับบริการสูงกว่าการได้รับบริการจริง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จริยา กุเมือง (2542 : 55 – 78) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบุคลิกภาพและการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อ

บุคลิกภาพและการให้บริการของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าตามภูมิหลังของลูกค้าได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และระยะเวลาการเป็นลูกค้าสาขาที่ใช้บริการพบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันและลูกค้าที่ใช้บริการจากธนาคารต่างสาขากัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพและการให้บริการของพนักงานแตกต่างกัน โดยลูกค้าที่ใช้บริการจากธนาคารสาขาที่ 3 มีความพึงพอใจน้อยกว่าลูกค้าที่ใช้บริการจากธนาคารสาขาอื่น ๆ ยกเว้นสาขาที่ 9 เมื่อแยกพิจารณาเฉพาะความพึงพอใจของลูกค้าต่อบุคลิกภาพของพนักงานพบว่า ลูกค้าชายมีความพึงพอใจน้อยกว่าลูกค้าที่ใช้บริการจากธนาคารสาขาอื่น ๆ ยกเว้นลูกค้าที่ใช้บริการจากธนาคารสาขาที่ 7 และสาขาที่ 9 และเมื่อแยกพิจารณาเฉพาะความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานพบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพอื่น ๆ มีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และลูกค้าที่ใช้บริการจากธนาคารสาขาที่ 3 มีความพึงพอใจน้อยกว่าลูกค้าที่ใช้บริการจากธนาคารสาขาอื่น ๆ ยกเว้นลูกค้าที่ใช้บริการจากธนาคารสาขาที่ 5 และสาขาที่ 9 และลูกค้าที่ใช้บริการจากธนาคารสาขาที่ 9 มีความพึงพอใจน้อยกว่าลูกค้าที่ใช้บริการจากธนาคารสาขาที่ 2 และสาขาที่ 6

วรวิทย์ คำแพงศิริรัตน์ (2542 : 50 – 69) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานสินเชื่อและพนักงานบัญชี ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดหนองคาย ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าโดยส่วนรวม ลูกค้าเพศหญิง ลูกค้าคุณวุฒิการศึกษาอนุปริญญา ลูกค้าคุณวุฒิการศึกษาปริญญาตรี และลูกค้าแผนกบัญชี มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของพนักงานของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดหนองคาย อยู่ในระดับไม่พอใจ แต่ลูกค้าเพศชาย ลูกค้าคุณวุฒิการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ลูกค้าคุณวุฒิการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และลูกค้าแผนกสินเชื่อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใจ ส่วนลูกค้าที่มีอายุต่างกัน เพศต่างกัน หรือวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน แต่ลูกค้าแผนกสินเชื่อมีความคิดเห็นในระดับพอใจต่อการให้บริการมากกว่าลูกค้าแผนกบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อนุเทพ เบื้องบน (2543 : 40 – 79) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) โดยการสุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการธนาคารแบบเจาะจง ผลการศึกษาวิจัยสรุปได้ดังนี้ ความพึงพอใจการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) สาขามาศาปุด ส่วนมากอยู่ในระดับดีมาก โดยมีรายละเอียด คือ ด้านความรวดเร็วที่ธนาคารให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ แต่ละประเภทบริการอยู่ในระดับพอสมควร คือ ด้านเงินสด ด้านสินเชื่อ ด้านส่วนบุคคล ด้านธุรกิจทั่วไป ที่เหลืออยู่ในระดับเร็ว เป็นระดับรองลงมามากกว่าร้อยละ 9.0 ในแต่ละด้าน และระดับที่พอใช้ปรับปรุงไม่ถึง ร้อยละ 5.0 ในแต่ละระดับที่ให้บริการตามลำดับ กิริยามารยาทและการติดต่อสื่อสารของพนักงานที่มีต่อผู้ใช้บริการในระดับพอสมควรคือด้านเงินสด ด้านส่วนบุคคล ด้านธุรกิจทั่วไป ด้านสินเชื่อ ที่เหลืออยู่ในระดับเร็ว เป็นระดับรองลงมา มากกว่าร้อยละ 7.5 และระดับที่พอใช้ปรับปรุงไม่ถึงร้อยละ 5.5 ในแต่ละระดับที่ให้บริการ ตามลำดับ ขั้นตอนการให้บริการของธนาคาร ผู้ใช้บริการส่วนมากมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเหมาะสม คือ ด้านเงินสด ด้านส่วนบุคคล ด้านธุรกิจทั่วไป ด้านสินเชื่อ ตามลำดับ ที่เหลืออยู่ในระดับยุ่งยาก ตั้งแต่ร้อยละ 6.0 ลงมาในแต่ละระดับที่ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ธนาคารให้บริการมีความเหมาะสมคือ ที่จอดรถที่ธนาคารจัดให้ลูกค้า การจัดป้ายบอกหน่วยบริการของธนาคาร ที่พักลูกค้าขณะรอรับบริการ รูปแบบการจัดช่องเคาน์เตอร์ และช่องการให้บริการลูกค้า ความสะดวก เรียบร้อยของการจัดสำนักงานเอกสาร/เครื่องเขียน ที่จัดเตรียมให้ลูกค้า

อนุรักษ์ มหาวีรวัฒน์ (2537 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า และของพนักงานธนาคารกสิกรไทยในเขต 33 พบว่า ในภาพรวมลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขต 33 มีความพึงพอใจต่อ

การให้บริการของธนาคารอยู่ในระดับมาก โดยไม่พบความแตกต่างในความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มอาชีพต่าง ๆ ตัวแปรด้านความพึงพอใจของลูกค้าแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์ระหว่างกันและมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจกับภาพรวมในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 พนักงานของธนาคารกสิกรไทยในเขต 33 มีความพึงพอใจในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มผู้ปฏิบัติงานจะมีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มผู้บริหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และตัวแปรด้านความพึงพอใจของพนักงานแต่ละด้านมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน และความสัมพันธ์กับความพึงพอใจกับภาพรวมในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

พิทักษ์ ตรุษทิม (2538 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกรุงเทพมหานคร ศึกษากรณีสำนักงานเขตยานนาวา พบว่า กิจกรรมด้านสาธารณูปโภคโดยภาพรวมประชาชนมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง (ร้อยละ 64.4) เรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ งานรักษาความสะอาด (ร้อยละ 61.1) งานโยธา (ร้อยละ 56.9) งานปกครอง (ร้อยละ 37.1) และงานอนามัย (ร้อยละ 31.9) และเสนอแนะให้ปรับปรุง

1. ด้านระบบการให้บริการในเรื่องความมีคุณค่าการใช้สอย ความเพียงพอทั่วถึงและความพัฒนาก้าวหน้า
2. ด้านกระบวนการให้บริการในเรื่องความสะดวกในการขอรับบริการ ความรวดเร็วของขั้นตอนและสม่ำเสมอต่อเนื่อง
3. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในเรื่องความเอาใจใส่หน้าที่และความเสมอภาค ในส่วนฝ่ายทะเบียน ซึ่งเป็นด้านบริการเฉพาะด้าน

ในเชิงปฏิบัติผู้วิจัยเห็นว่า สามารถนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยได้ประมาณ 90% ทั้งนี้เพราะเอกสารและขั้นตอนต่าง ๆ ในการจัดเก็บ คั่นเอกสาร และการบริการประชาชนจะได้รับความสะดวกและรวดเร็วมาก

ไมตรี วิไลกิจ (2539 : 46 - 55) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่องานด้านบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ศึกษากรณีการให้บริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ สำนักงานใหญ่ ผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจของลูกค้าทั้ง 4 ด้าน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คือด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการในการรับบริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านพนักงานและการต้อนรับ (ค่าเฉลี่ย = 3.5524) ที่มีความพึงพอใจสูงสุดโดยดูจากคะแนนเฉลี่ย คือ องค์ประกอบด้านพนักงานธนาคาร ใช้กิริยาวาจาที่สุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านสถานที่ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย = 3.4351) ที่มีความพึงพอใจสูงสุด โดยดูจากคะแนนเฉลี่ย คือ องค์ประกอบด้านธนาคารจัดให้มีที่นั่งเพื่อให้ลูกค้ารอรับบริการได้สะดวกสบาย ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านความสะดวกที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย = 3.5476) ที่มีความพึงพอใจสูงสุดโดยดูจากคะแนนเฉลี่ย คือ องค์ประกอบด้านพนักงานจัดส่งใบแจ้งผลการเก็บเงินเช็คต่างจังหวัด ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.3352) ที่มีความพึงพอใจสูงสุดโดยดูจากคะแนนเฉลี่ย คือ องค์ประกอบการจัดส่งผลการเรียกเก็บเงินตามเช็คต่างจังหวัด

ตัวแปรภูมิหลังของลูกค้า คือ เพศ และระยะเวลาการเป็นลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการ ส่วนอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับรายได้ และจำนวนประเภทบัญชีเงินฝากไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ

เหงียน (Nguyen 1997 : 55) ได้ทำการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของสายการบินแห่งชาติเวียดนามในปี พ.ศ.2540 โดยอาศัยแบบจำลอง Service Quality Gap เป็นเครื่องมือในการประเมินคุณภาพในการให้บริการ การศึกษาดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการต่อผู้โดยสาร โดยทำการประเมินเฉพาะความแตกต่างที่ 5 “ระดับคุณภาพในการให้บริการ” และนำผลการศึกษามาเสนอแนะการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ การประเมินคุณภาพทำโดยนำเอากลุ่มดัชนีวัดคุณภาพที่เสนอโดย Parasuraman และคณะ มาปรับใช้ในการศึกษาพบว่าแบบจำลองและกลุ่มดัชนีวัดคุณภาพสามารถนำมาใช้ประเมินคุณภาพการให้บริการได้เป็นอย่างดีและพบว่าระดับคุณภาพการให้บริการของสายการบินฯ ยังไม่ดี เพราะบริการที่ได้รับต่างจากความคาดหวังของผู้โดยสาร อย่างไรก็ตามประเด็นที่สร้างความพอใจให้ผู้โดยสารที่เดินทางกับสายการบินแห่งชาติเวียดนามก็คือ ค่าโดยสารที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับสายการบินอื่นๆ ในเส้นทางเดียวกัน

เชษฐา (Shrestha 1997 : 77) ได้ทำการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของสายการบินแห่งชาติเนปาลในปี พ.ศ.2540 โดยอาศัยแบบจำลอง Service Quality Gap เป็นเครื่องมือในการประเมินคุณภาพในการให้บริการ การศึกษาดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินคุณภาพในการให้บริการและรวบรวมข้อคิดเห็นเพื่อใช้ในการปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการ โดยมีขอบเขตการประเมินครอบคลุมความแตกต่างที่ 1 ถึง 5 ของแบบจำลอง Service Quality Gap โดยนำเอากลุ่มดัชนีวัดคุณภาพที่เสนอโดย Parasuraman และคณะ มาปรับใช้ในการศึกษาดังกล่าวและจัดทำแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากกลุ่มตัวอย่าง 3 ฝ่าย คือ ผู้โดยสาร เจ้าหน้าที่ระดับบริหารและระดับปฏิบัติการของสายการบินฯ ผลการศึกษพบว่าระดับคุณภาพการให้บริการของสายการบินฯ ยังไม่ดี เพราะบริการที่ได้รับต่างจากความคาดหวังของผู้โดยสาร อย่างไรก็ตามความแตกต่างในการบริการที่มีอยู่สามารถที่จะลดลงได้ โดยการจัดการและการบริหารภายในองค์กรเอง

สหชัย ศิลาทอง (2543 :108 - 112) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการประเมินคุณภาพการให้บริการจัดส่งสินค้า พบว่า องค์กรขนาดเล็กซึ่งมีประเภทสินค้าไม่หลากหลายและมีปริมาณจัดส่งไม่มากสามารถให้บริการได้ดีกว่าการบริการขององค์กรขนาดใหญ่ซึ่งมีประเภทสินค้าหลากหลายและมีปริมาณสินค้าที่จัดส่งมาก กล่าวคือ ลูกค้ายูู้สึกว่าบริการที่ได้รับจากองค์กรขนาดเล็กและขนาดใหญ่แตกต่างจากสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังในระดับคะแนน 0.654 และ 1.135 จากคะแนนความแตกต่างสูงสุด 4 คะแนน โดยมีข้อสังเกตว่าคุณภาพการให้บริการจะขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัย คือการศึกษาความต้องการของลูกค้าอย่างจริงจัง และความคาดหวังของลูกค้าซึ่งเกิดจากการพูดปากต่อปากเกี่ยวกับการบริการ ความต้องการส่วนตัว ประสบการณ์ในอดีตและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผลการศึกษายังสรุปได้ด้วยว่าปัญหาที่ลูกค้าต้องการแก้ไข 3 อันดับแรก คือความไม่สะดวกในการติดต่อกับผู้ให้บริการ ความล่าช้าในการรับคืนสินค้า และการจัดส่งไม่ตรงเวลา ในขณะที่ปัญหาภายในองค์กรของผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าที่ควรแก้ไข 3 อันดับแรก คือ การขาดการประสานงานระหว่างแผนกปฏิบัติการกับประชาสัมพันธ์ การขาดการประสานงานภายในแผนกเดียวกัน และการไม่ปฏิบัติงานภายใต้เป้าหมายเดียวกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 2.1 ลักษณะของเครื่องมือ
 - 2.2 การสร้างเครื่องมือ
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดการกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

กลุ่มประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อบริการถนนเพชรบุรีที่มาใช้บริการของธนาคาร

กลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อบริการถนนเพชรบุรีที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร ดังนี้ (เพ็ญแข แสงแก้ว.2541 : 54)

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n แทน จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % (ระดับ 0.05)

e แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของประชากร เท่ากับ 0.50 ต้องการระดับความเชื่อมั่น 95 % และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5 %

$$P = 0.50$$

$$Z = \text{ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 \% ดังนั้น } Z = 1.96$$

$$e = \text{ความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้ 5 \% ดังนั้น } e = 0.05$$

$$\begin{aligned} \text{ดังนั้น } n &= \frac{(0.50)(1-0.50)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 385 \end{aligned}$$

กำหนดความคลาดเคลื่อนในการตอบแบบสอบถาม 10 % $\approx$ 39 ราย

ฉะนั้นรวมเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 424 ราย โดยสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) ซึ่งเป็นลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและการได้รับบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมีลักษณะดังนี้

ลักษณะของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 2 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการจำนวน 5 ข้อ โดยใช้แบบสอบถามเป็นลักษณะคำถามปิด (Closed – Ended Question) และคำถามแบบเลือกรายการ (Check list) ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและการได้รับบริการของผู้ใช้บริการของธนาคารออมสิน แบ่งเป็น 2 คอลัมน์ โดยใช้คำถามเดียวกันทั้ง 2 คอลัมน์ กล่าวคือคอลัมน์ที่ 1 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการของธนาคารออมสิน คอลัมน์ที่ 2 การได้รับบริการของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน ข้อคำถามมีทั้งสิ้น 25 ข้อ ซึ่งครอบคลุมปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน คือ

- | | | |
|-------------------------------|-------|--------------------|
| 1. ด้านลักษณะทางกายภาพ | 7 ข้อ | ตั้งแต่ข้อ 1 – 7 |
| 2. ด้านความเชื่อถือได้ | 4 ข้อ | ตั้งแต่ข้อ 8 – 11 |
| 3. ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว | 5 ข้อ | ตั้งแต่ข้อ 12 – 16 |
| 4. ด้านความมั่นใจ | 4 ข้อ | ตั้งแต่ข้อ 17 – 20 |
| 5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ | 5 ข้อ | ตั้งแต่ข้อ 21 – 25 |

ข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ โดยระดับ 1 หมายถึง ความคาดหวังหรือการได้รับบริการของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด และเพิ่มมากขึ้นตามลำดับไปจนถึงระดับ 7 ซึ่งเป็นระดับที่มากที่สุด

2. การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม 2 ตอน โดยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาตำรา เอกสาร แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย และสร้างเครื่องมือในการศึกษาค้นคว้า ให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายการศึกษาค้นคว้า
2. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามที่ใช้วัดความคาดหวังและการได้รับบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ พิจารณาตรวจสอบ และขอคำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุง เพื่อให้อ่านแล้วเข้าใจและตรงตามความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า
4. นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์แล้ว ไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญอันทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความถูกต้องและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความสอดคล้องครอบคลุมเนื้อหาและความถูกต้องของภาษาที่ใช้ ในเรื่องที่จะวัดเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง

5. นำแบบสอบถามฉบับที่ได้แก้ไขแล้วดำเนินการทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ใช้บริการของธนาคารออมสินสาขาอื่นๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาถนนจันทน์ และผู้บริการธนาคารออมสินสาขาบางโพธิ์พวง จำนวน 40 ราย (William G. Zikmund. 2000 : 330) ซึ่งสอดคล้องกับ กัลยา วาณิชย์บัญชา (2544 : 29) กล่าวว่าขนาดตัวอย่างในการทดลองใช้ ควรเป็นอย่างน้อย 40 ราย แล้วนำมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient method) ของครอนบาค (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538 : 200) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .9641 ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ \frac{1 - \sum s_i^2}{s^2 t} \right\}$$

เมื่อ α	คือ ค่าความเชื่อมั่น
n	คือ จำนวนข้อ
s_i^2	คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
$s^2 t$	คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

6. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1. ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ทำหนังสือขอความร่วมมือ ไปยังผู้อำนวยการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี เพื่อขอศึกษาข้อมูลจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี
2. การส่งแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะส่งแบบสอบถามไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 รายด้วยตนเอง
3. เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว ได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

1. เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับมาจะตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนของแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนนำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล
2. นำแบบสอบถามตอนที่ 1 ซึ่งเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม มาแจกแจงความถี่ แล้วเสนอผลเป็นคำร้อยละ

ในส่วนของอายุ หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว นำมาแบ่งชั้นอายุดังนี้

1. 15 – 25 ปี
2. 26 – 35 ปี
3. 36 – 45 ปี
4. 46 – 55 ปี
5. มากกว่า 56 ปีขึ้นไป

3. นำแบบสอบถามตอนที่ 2 เรื่องความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารออมสิน ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ มาแจกแจงความถี่ เพื่อหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารออมสินเป็น 7 ระดับ โดยระดับ 1 เป็นระดับน้อยที่สุด และเพิ่มมากขึ้นจนถึงระดับ 7 ซึ่งเป็นระดับมากที่สุด การกำหนดน้ำหนักของคำตอบมีดังนี้

เลือกตอบระดับที่ 1	กำหนดให้	1 คะแนน
เลือกตอบระดับที่ 2	กำหนดให้	2 คะแนน
เลือกตอบระดับที่ 3	กำหนดให้	3 คะแนน
เลือกตอบระดับที่ 4	กำหนดให้	4 คะแนน
เลือกตอบระดับที่ 5	กำหนดให้	5 คะแนน
เลือกตอบระดับที่ 6	กำหนดให้	6 คะแนน
เลือกตอบระดับที่ 7	กำหนดให้	7 คะแนน

4. นำข้อมูลมาหาค่าเฉลี่ยเป็น รายด้าน

5. การประเมินคุณภาพบริการของธนาคารออมสิน โดยพิจารณาจากช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารออมสิน ในแต่ละปัจจัยกำหนดคุณภาพ 5 ด้าน ซึ่งคำนวณได้โดยนำคะแนนเฉลี่ยของการได้รับการบริการของธนาคารออมสิน เป็นตัวตั้งลบกับคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังที่ผู้ใช้บริการมีต่อธนาคารออมสิน ถ้าบริการของธนาคารออมสินมีคุณภาพดี คะแนนของการได้รับการบริการของธนาคารออมสินจะมากกว่าคะแนนของความคาดหวัง ผลลัพธ์จะเป็นบวก แต่ถ้าบริการของธนาคารออมสินมีคุณภาพไม่ดี จะมีคะแนนของการได้รับการบริการของธนาคารออมสินน้อยกว่าคะแนนของความคาดหวัง ผลลัพธ์จะมีค่าเป็นลบ ฉะนั้นคุณภาพบริการของธนาคารออมสินจึงประเมินได้จากผลต่างของค่าคะแนนดังนี้

คะแนนมีค่าเป็นบวก หมายถึง คุณภาพบริการของธนาคารออมสินดี

คะแนนมีค่าเป็นลบ หมายถึง คุณภาพบริการของธนาคารออมสินไม่ดี

6. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัย จะนำแบบสอบถามทั้งหมดมาวิเคราะห์ และประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคล
2. ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่างๆ ใช้สัญลักษณ์ $\bar{X}$ โดยใช้สูตร (นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. 2538 :173)

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

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 n แทน จำนวนข้อมูลที่ศึกษา
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

3. ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้เพื่อแสดงการกระจายของข้อมูลโดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2534 : 74)

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

เมื่อ S.D. แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
 X แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
 n แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวอย่างยกกำลังสอง

4. สถิติสำหรับทดสอบสมมติฐาน

ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ t-test แบบ Independent (วิญญา วิชาลาภรณ์. 2531 : 244)

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

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาในการแจกแจงแบบ t – test
 $\bar{X}_1, \bar{X}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2
 S_1^2, S_2^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มที่ 1 และคะแนนกลุ่มที่ 2
 n_1, n_2 แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2

ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ One – Way ANOVA (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2534 : 249)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยที่มีมากกว่าสองกลุ่ม
	MS_b	แทน	ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน	ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

โดยกำหนดค่าความอิสระ (Degree of Freedom : DF) ระหว่างกลุ่ม คือ $k - 1$ ภายในกลุ่ม คือ $n - k$ และรวมทั้งกลุ่ม คือ $n - 1$

กรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธี Least Significant Difference หรือ LSD โดยใช้สูตร ดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545 : 339 - 340)

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}} ; n - k \sqrt{MSE \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ	LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบ
	MSE	แทน	ค่า Mean Square Error ที่ได้จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
	k	แทน	ค่าจำนวนกลุ่มทั้งหมดที่ใช้ทดสอบ
	n	แทน	ค่าจำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (Dependent t-test) ตามความคาดหวังและความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการใช้สูตรดังนี้ (Lind, Mason and Marchal. 2000 : 317)

$$t = \frac{\bar{d}}{S_d / \sqrt{n}}$$

เมื่อ	$\bar{d}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลต่างระหว่างคู่ที่ทดสอบ
	S_d	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลต่าง
	$\sqrt{n}$	แทน	จำนวนของคู่ที่ถูกทดสอบ

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

- ข้อที่ 1. ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน
ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ t-test แบบ Independent
- ข้อที่ 2. ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน
ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ One – Way ANOVA
- ข้อที่ 3. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน
ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ One – Way ANOVA

- ข้อที่ 4. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน
ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ One – Way ANOVA
- ข้อที่ 5. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน
ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ One – Way ANOVA
- ข้อที่ 6. ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการแตกต่างกัน
ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ t-test แบบ Independent
- ข้อที่ 7. ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการแตกต่างกัน
ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ One – Way ANOVA
- ข้อที่ 8. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการแตกต่างกัน
ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ One – Way ANOVA
- ข้อที่ 9. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการแตกต่างกัน
ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ One – Way ANOVA
- ข้อที่ 10. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการแตกต่างกัน
ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ One – Way ANOVA
- ข้อที่ 11. ความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารออมสินในปัจจุบันกำหนดคุณภาพแต่ละด้านแตกต่างกัน
ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ Dependent t-test

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
F-Prob., p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
df	แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
MS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Square)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานวิเคราะห์ความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐานวิเคราะห์การได้รับบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบความคาดหวังและการได้รับบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการได้รับบริการของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีโดยรวมรายด้านและรายข้อดังนี้

1. ด้านลักษณะทางกายภาพ
2. ด้านความเชื่อถือได้
3. ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว
4. ด้านความมั่นใจ
5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำคำตอบจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ผลจากการวิเคราะห์ปรากฏตาม ตารางต่อไปนี้

ตาราง 2 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	185	48.1
1.2 หญิง	200	51.9
รวม	385	100.0
2. อายุ		
2.1 15 – 25 ปี	82	21.3
2.2 26 – 35 ปี	180	46.8
2.3 36 – 45 ปี	84	21.8
2.4 46 – 55 ปี	28	7.3
2.5 56 ปีขึ้นไป	11	2.9
รวม	385	100.0
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ชั้นประถมศึกษา	13	3.4
3.2 ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น	33	8.6
3.3 ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	64	16.6
3.4 อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	42	10.9
3.5 ปริญญาตรี	200	51.9
3.6 สูงกว่าปริญญาตรี	33	8.6
รวม	385	100.0

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพ		
4.1 นักเรียน/นักศึกษา	45	11.7
4.2 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	125	32.5
4.3 ลูกจ้าง/รับจ้าง	143	37.1
4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	64	16.6
4.5 อื่นๆ(แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ เป็นต้น)	8	2.1
รวม	385	100.0
5. รายได้		
5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	35	9.1
5.2 5,001 – 10,000 บาท	82	21.3
5.3 10,001 – 15,000 บาท	113	29.4
5.4 15,001 – 20,000 บาท	50	13.0
5.5 20,001 – 25,000 บาท	31	8.1
5.6 25,001 – 30,000 บาท	25	6.5
5.7 มากกว่า 30,000 บาท	49	12.7
รวม	385	100.0

จากตาราง 2 สามารถอธิบายลักษณะทั่วไปดังนี้

1. เพศ แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 100 เมื่อพิจารณาตาม เพศ พบว่า ผู้ใช้บริการเพศชาย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 ส่วนผู้ใช้บริการที่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9
2. อายุ เมื่อพิจารณาตาม อายุ พบว่ามีผู้ใช้บริการที่มีอายุ 15 - 25 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 26-35 ปีมีจำนวน 180 คนคิดเป็นร้อยละ 46.8 ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 36 - 45 ปี มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 46 - 55 ปี มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และผู้ใช้บริการที่มีอายุ 56 ปี ขึ้นไปมีจำนวน 11 คนคิดเป็นร้อยละ 2.9
3. ระดับการศึกษา เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ใช้บริการที่มีการศึกษา ระดับชั้นประถมศึกษา มีจำนวน 13 คนคิดเป็นร้อยละ 3.4 ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษา ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษา ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษา ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 และผู้ใช้บริการที่มีการศึกษา สูงกว่าระดับปริญญาตรี มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6

4. อาชีพ เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียนนักศึกษา มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง มีจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว /ค้าขาย มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 และ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ เป็นต้น มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1

5. รายได้ เมื่อพิจารณาตามระดับรายได้ พบว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 25,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และผู้ใช้บริการที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานวิเคราะห์ความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 3

ตาราง 3 การเปรียบเทียบความคาดหวังโดยรวม และรายด้าน ของผู้ให้บริการ ธนาคารออมสินศูนย์
ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มีเพศต่างกัน

ความคาดหวัง ต่อการบริการด้านต่างๆ	ชาย		หญิง		t	p
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.52	1.371	4.65	1.441	-0.892	0.373
ด้านความเชื่อถือได้	5.12	1.523	5.00	1.625	0.749	0.454
ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว	4.85	1.569	4.87	1.624	-0.169	0.866
ด้านความมั่นใจ	5.09	1.546	4.99	1.646	0.640	0.522
ด้านการเข้าถึงจิตใจ	5.08	1.613	5.01	1.633	0.466	0.642
ความคาดหวัง โดยรวม	4.93	1.444	4.90	1.520	0.193	0.847

จากการวิเคราะห์ผลในตาราง 3 โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Probability (p) โดยรวมมีความน่าจะเป็น (Probability) มากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ให้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการบริการไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจพบว่ามีความน่าจะเป็น(Probability) เท่ากับ 0.373 0.454 0.866 0.522 และ 0.642 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการบริการในด้านต่างๆไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน
สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ $F - Prob$ น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับ 0.05

ตาราง 4 การเปรียบเทียบความคาดหวังโดยรวม และรายด้าน ของผู้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจ
สินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มีอายุต่างกัน

ความคาดหวังต่อการบริการด้านต่าง ๆ	df	SS	MS	F	p
1. ด้านลักษณะทางกายภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	4	9.137	2.284	1.154	0.331
ภายในกลุ่ม	380	752.321	1.980		
รวม	384	761.458			
2. ด้านความเชื่อถือได้					
ระหว่างกลุ่ม	4	15.764	3.941	1.597	0.174
ภายในกลุ่ม	380	937.520	2.467		
รวม	384	953.283			
3. ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว					
ระหว่างกลุ่ม	4	8.586	2.147	0.841	0.500
ภายในกลุ่ม	380	969.440	2.551		
รวม	384	978.026			
4. ด้านความมั่นใจ					
ระหว่างกลุ่ม	4	13.360	3.340	1.314	0.264
ภายในกลุ่ม	380	966.219	2.543		
รวม	384	979.579			

ตาราง 4 (ต่อ)

ความคาดหวังต่อการบริการด้านต่าง ๆ	df	SS	MS	F	p
5.ด้านการเข้าถึงจิตใจ					
ระหว่างกลุ่ม	4	18.131	4.533	1.737	0.141
ภายในกลุ่ม	380	991.787	2.610		
รวม	384	1009.918			
6.รวมทุกด้าน					
ระหว่างกลุ่ม	4	722.518	1806.297	1.349	0.251
ภายในกลุ่ม	380	50863.277	1338.507		
รวม	384	51585.795			

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความคาดหวังในการบริการ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่า มีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน นั่นคือ ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการโดยรวมไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ พบว่ามีค่า F –Prob เท่ากับ 0.331 0.174 0.500 0.264 และ 0.141 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการบริการในด้านต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ $F - Prob$ น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับ 0.05

ตาราง 5 การเปรียบเทียบความคาดหวังโดยรวม และรายด้าน ของผู้ให้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจ สินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ความคาดหวังต่อการบริการด้านต่างๆ	df	SS	MS	F	p
1.ด้านลักษณะทางกายภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	5	1.922	1.384	0.192	0.966
ภายในกลุ่ม	379	759.535	2.004		
รวม	384	761.458			
2.ด้านความเชื่อถือได้					
ระหว่างกลุ่ม	5	6.681	1.336	0.535	0.750
ภายในกลุ่ม	379	946.603	2.498		
รวม	384	953.283			
3.ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว					
ระหว่างกลุ่ม	5	6.072	1.214	0.474	0.796
ภายในกลุ่ม	379	971.954	2.565		
รวม	384	978.026			
4.ด้านความมั่นใจ					
ระหว่างกลุ่ม	5	10.315	2.063	0.870	0.545
ภายในกลุ่ม	379	969.214	2.557		
รวม	384	979.579			

ตาราง 5 (ต่อ)

ความคาดหวังต่อการบริการด้านต่าง ๆ	df	SS	MS	F	p
5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ					
ระหว่างกลุ่ม	5	13.809	2.762	1.051	0.387
ภายในกลุ่ม	379	996.110	2.628		
รวม	384	1,009.918			
6. รวมทุกด้าน					
ระหว่างกลุ่ม	5	311.006	622.012	0.460	0.806
ภายในกลุ่ม	379	51274.789	1352.897		
รวม	384	51585.795			

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความคาดหวังในการบริการโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่า มีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน นั่นคือ ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการโดยรวมไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ พบว่ามีค่า F –Prob เท่ากับ 0.966 0.750 0.796 0.545 และ 0.387 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการบริการในด้านต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน
สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ $F - Prob$ น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับ 0.05

ตาราง 6 การเปรียบเทียบความคาดหวังโดยรวม และรายด้าน ของผู้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจ
สินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มีอาชีพต่างกัน

ความคาดหวังต่อการบริการด้านต่างๆ	df	SS	MS	F	p
1. ด้านลักษณะทางกายภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	4	17.000	4.250	2.169	0.072
ภายในกลุ่ม	380	744.457	1.959		
รวม	384	761.458			
2. ด้านความเชื่อถือได้					
ระหว่างกลุ่ม	4	26.805	6.701	2.749	0.028
ภายในกลุ่ม	380	926.478	2.438		
รวม	384	953.283			
3. ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว					
ระหว่างกลุ่ม	4	26.099	6.525	2.605	0.036
ภายในกลุ่ม	380	951.927	2.505		
รวม	384	978.026			
4. ด้านความมั่นใจ					
ระหว่างกลุ่ม	4	27.659	6.915	2.760	0.028
ภายในกลุ่ม	380	951.920	2.505		
รวม	384	979.579			

ตาราง 6 (ต่อ)

ความคาดหวังต่อการบริการด้านต่างๆ	df	SS	MS	F	p
5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ					
ระหว่างกลุ่ม	4	30.201	7.550	2.928	0.021
ภายในกลุ่ม	380	979.718	2.578		
รวม	384	1,009.918			
6. รวมทุกด้าน					
ระหว่างกลุ่ม	4	1462.451	3656.129	2.772	0.027
ภายในกลุ่ม	380	50123.344	1319.035		
รวม	384	51585.795			

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความคาดหวังในการบริการ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่า มีความคาดหวังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีนิวแมนคูลส์ (Newman-Keul test) ปรากฏผลดังตาราง 7 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า F –Prob เท่ากับ 0.072 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน

ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ มีค่า F –Prob เท่ากับ 0.028 0.036 0.028 และ 0.021 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการบริการในด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีนิวแมนคูลส์ (Newman-Keul test) ปรากฏผลดังตาราง 8 9 10 และ 11

ตาราง 7 การเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ
ถนนเพชรบุรีโดยรวม จำแนกตามอาชีพที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา 4.893	ข้าราชการ/ พ.รัฐวิสาหกิจ 5.181	ลูกจ้าง/รับจ้าง 4.649	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย 5.094	อื่นๆ 4.282
นักเรียน/นักศึกษา	4.893	-	0.760	0.150	0.980	0.720
ข้าราชการ/พ.รัฐวิสาหกิจ	5.181		-	0.910*	0.780	0.490
ลูกจ้าง/รับจ้าง	4.649			-	0.130*	0.570
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	5.094				-	0.700
อื่นๆ	4.282					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 7 แสดงว่า อาชีพลูกจ้าง/รับจ้างมีความคาดหวังโดยรวมต่ำกว่าอาชีพข้าราชการ/
พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความคาดหวังโดยรวมสูงกว่าอาชีพลูกจ้าง/รับ
จ้าง ส่วนอาชีพอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 8 การเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ
ถนนเพชรบุรีในด้านความเชื่อถือได้ จำแนกตามอาชีพที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พ.รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/รับจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	อื่นๆ
		4.983	5.346	4.762	5.266	4.719
นักเรียน/นักศึกษา	4.983	-	0.098	0.368	0.970	0.671
รับราชการ/พ.รัฐวิสาหกิจ	5.346		-	0.269	0.195	0.769
ลูกจ้าง/รับจ้าง	4.762			-	0.465*	1.039*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	5.266				-	0.574
อื่นๆ	4.719					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 8 แสดงว่า อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายมีความคาดหวังในด้านความเชื่อถือได้สูงกว่าลูกจ้าง/รับจ้าง และอาชีพอื่นๆ (แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ)มีความคาดหวังในด้านความเชื่อถือได้ต่ำกว่าลูกจ้าง/รับจ้าง ส่วนอาชีพอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 9 การเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ
ถนนเพชรบุรีในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว จำแนกตามอาชีพที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา 4.956	รับราชการ/ พ.รัฐวิสาหกิจ 5.098	ลูกจ้าง/รับจ้าง 4.571	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย 5.063	อื่นๆ 4.510
นักเรียน/นักศึกษา	4.956	-	0.192	0.449*	0.079	0.795
รับราชการ/พ.รัฐวิสาหกิจ	5.098		-	0.257	0.271	0.987*
ลูกจ้าง/รับจ้าง	4.571			-	0.528*	1.244*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	5.063				-	0.715
อื่นๆ	4.510					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 9 แสดงว่า อาชีพลูกจ้าง/รับจ้างมีความคาดหวังในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วต่ำกว่าอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพอื่นๆ (แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ) มีความคาดหวังในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วต่ำกว่าอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความคาดหวังในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วสูงกว่าอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง และอาชีพอื่นๆ (แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ) มีความคาดหวังในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วต่ำกว่าอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง

ตาราง 10 การเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ
ถนนเพชรบุรีในด้านความมั่นใจ จำแนกตามอาชีพที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา 5.022	รับราชการ/ พ.รัฐวิสาหกิจ 5.350	ลูกจ้าง/รับจ้าง 4.778	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย 5.121	อื่นๆ 4.219
นักเรียน/นักศึกษา	5.022	-	0.195	0.532*	0.195	0.570
รับราชการ/พ.รัฐวิสาหกิจ	5.350		-	0.337	0.000	0.765
ลูกจ้าง/รับจ้าง	4.778			-	0.337	1.102*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	5.121				-	0.765
อื่นๆ	4.219					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 10 แสดงว่า อาชีพลูกจ้าง/รับจ้างมีความคาดหวังในด้านความมั่นใจต่ำกว่าอาชีพ
นักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่นๆ(แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ)มีความคาดหวังในด้านความมั่นใจต่ำกว่า
อาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง ส่วนอาชีพอื่นๆไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 11 การเปรียบเทียบความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ
ถนนเพชรบุรีในด้านการเข้าถึงจิตใจ จำแนกตามอาชีพที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา 4.871	รับราชการ/ พ.รัฐวิสาหกิจ 5.363	ลูกจ้าง/รับจ้าง 4.765	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย 5.228	อื่นๆ 4.450
นักเรียน/นักศึกษา	4.871	-	0.072	0.370	0.231	1.060
รับราชการ/พ.รัฐวิสาหกิจ	5.363		-	0.442*	0.159	0.988
ลูกจ้าง/รับจ้าง	4.765			-	0.601*	1.430*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	5.228				-	0.828
อื่นๆ	4.450					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 11 แสดงว่า อาชีพลูกจ้าง/รับจ้างมีความคาดหวังในด้านการเข้าถึงจิตใจต่ำกว่าอาชีพ
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายมีความคาดหวังในด้านการเข้าถึงจิตใจ
สูงกว่าอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง และอาชีพอื่นๆ(แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ)มีความคาดหวังในด้านการเข้าถึงจิต
ใจต่ำกว่าอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง ส่วนอาชีพอื่นๆไม่พบความแตกต่าง

สมมติฐานที่ 5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน
สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็
ต่อเมื่อ F – Prob น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย
หนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least
Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับ 0.05

ตาราง 12 การเปรียบเทียบความคาดหวังโดยรวม และรายด้านของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจ
สินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มีรายได้ต่างกัน

ความคาดหวังต่อการบริการด้านต่างๆ	df	SS	MS	F	p
1. ด้านลักษณะทางกายภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	6	20.979	3.497	1.785	0.101
ภายในกลุ่ม	378	740.478	1.959		
รวม	384	761.458			
2. ด้านความเชื่อถือได้					
ระหว่างกลุ่ม	6	14.742	2.457	0.990	0.432
ภายในกลุ่ม	378	938.541	2.483		
รวม	384	953.283			
3. ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว					
ระหว่างกลุ่ม	6	21.263	3.544	1.400	0.213
ภายในกลุ่ม	378	956.763	2.531		
รวม	384	978.026			
4. ด้านความมั่นใจ					
ระหว่างกลุ่ม	6	27.473	4.579	1.818	0.094
ภายในกลุ่ม	378	952.106	2.519		
รวม	384	979.579			
5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ					
ระหว่างกลุ่ม	6	27.786	4.634	1.782	0.102
ภายในกลุ่ม	378	982.132	2.598		
รวม	384	1009.92			
6. รวมทุกด้าน					
ระหว่างกลุ่ม	6	1297.183	2161.972	1.625	0.139
ภายในกลุ่ม	378	50288.612	1330.387		
รวม	384	51585.795			

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความคาดหวังในการบริการ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่า มีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน นั่นคือ ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการโดยรวมไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ พบว่ามีค่า F – Prob เท่ากับ 0.101 0.432 0.213 0.094 และ 0.102 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการบริการในด้านต่างๆไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐานวิเคราะห์การให้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

สมมติฐานที่ 6 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการให้บริการแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการให้บริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 13

ตาราง 13 การเปรียบเทียบการให้บริการโดยรวม และรายด้าน ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มีเพศต่างกัน

การให้บริการด้านต่างๆ	ชาย		หญิง		t	p
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.64	1.223	4.39	1.306	1.981	0.048
ด้านความเชื่อถือได้	5.47	1.127	5.11	1.352	2.839	0.005
ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว	5.04	1.213	4.73	1.400	2.322	0.021
ด้านความมั่นใจ	5.39	1.135	4.99	1.320	3.189	0.002
ด้านการเข้าถึงจิตใจ	5.41	1.181	4.98	1.460	3.098	0.002
การให้บริการโดยรวม	5.19	1.043	4.84	1.251	2.971	0.003

จากการวิเคราะห์ผลในตาราง 13 โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Probability (p) โดยรวมมีความน่าจะเป็น (Probability) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการให้บริการแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจพบว่ามี ความน่าจะเป็น(Probability) เท่ากับ 0.048 0.005 0.021 0.002 และ0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธ สมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการบริการในด้านต่างๆ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 7 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ $F - Prob$ น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับ 0.05

ตาราง 14 การเปรียบเทียบการได้รับการบริการโดยรวม และรายด้าน ของผู้ให้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มีอายุต่างกัน

การได้รับการบริการด้านต่าง ๆ	df	SS	MS	F	p
1. ด้านลักษณะทางกายภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	4	9.674	2.419	1.503	0.201
ภายในกลุ่ม	380	611.602	1.609		
รวม	384	621.277			
2. ด้านความเชื่อถือได้					
ระหว่างกลุ่ม	4	18.814	4.703	3.024	0.018
ภายในกลุ่ม	380	591.122	1.556		
รวม	384	609.936			
3. ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว					
ระหว่างกลุ่ม	4	23.190	5.798	3.403	0.009
ภายในกลุ่ม	380	647.314	1.703		
รวม	384	670.504			
4. ด้านความมั่นใจ					
ระหว่างกลุ่ม	4	12.990	3.247	2.105	0.080
ภายในกลุ่ม	380	586.144	1.542		
รวม	384	599.134			

ตาราง 14 (ต่อ)

การให้บริการด้านต่างๆ	df	SS	MS	F	p
5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ					
ระหว่างกลุ่ม	4	29.828	7.457	4.241	0.002
ภายในกลุ่ม	380	668.102	1.758		
รวม	384	697.930			
6. รวมทุกด้าน					
ระหว่างกลุ่ม	4	974.241	2435.603	2.931	0.021
ภายในกลุ่ม	380	31577.114	830.977		
รวม	384	32551.355			

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่า มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีนิวแมนคูลส์ (Newman-Keul test)ปรากฏผลดังตารางที่ 15 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านความมั่นใจ มีค่า F –Prob เท่ากับ 0.201 และ 0.080 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านลักษณะทางกายภาพและความมั่นใจไม่แตกต่างกัน

ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านการเข้าถึงจิตใจ มีค่า F –Prob เท่ากับ 0.018 0.009 และ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านความเชื่อถือได้ ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีนิวแมนคูลส์ (Newman-Keul test)ปรากฏผลดังตารางที่ 16 17 และ 18

ตาราง 15 การเปรียบเทียบการได้รับการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี โดยรวม จำแนกตามอายุที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	56 ปีขึ้นไป
		4.919	4.852	5.234	5.455	5.597
15-25 ปี	4.919	-	1.801	0.267	0.303	0.231
26-35 ปี	4.852		-	0.069*	0.104	0.033
36-45 ปี	5.234			-	0.035	0.964
46-55 ปี	5.455				-	0.928
56 ปีขึ้นไป	5.597					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 แสดงว่าอายุช่วง 36 - 45 ปี มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการโดยรวมสูงกว่าอายุช่วง 26 - 35 ปี ส่วนอายุช่วงอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 16 การเปรียบเทียบการได้รับการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ในด้านการเชื่อถือได้ จำแนกตามอายุที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	56 ปีขึ้นไป
		5.226	5.103	5.178	5.232	5.773
15-25 ปี	5.226	-	0.122	0.292	0.497	0.574
26-35 ปี	5.103		-	0.415*	0.620*	0.669
36-45 ปี	5.178			-	0.205	0.254
46-55 ปี	5.232				-	0.049
56 ปีขึ้นไป	5.773					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 แสดงว่า อายุช่วง 36 - 45 ปี และอายุช่วง 46 - 55 ปี มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านความเชื่อถือได้สูงกว่าอายุช่วง 26 - 35 ปี ส่วนอายุช่วงอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 17 การเปรียบเทียบการให้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี
 ในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว จำแนกตามอายุที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	56 ปีขึ้นไป
		4.734	4.720	5.159	5.171	5.727
15-25 ปี	4.734	-	0.014	0.425	0.437	0.993*
26-35 ปี	4.720		-	0.439*	0.451	1.007*
36-45 ปี	5.159			-	0.011	0.567
46-55 ปี	5.171				-	0.555
56 ปีขึ้นไป	5.727					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 แสดงว่า อายุ 56 ปีขึ้นไปมีความรู้สึกรับรู้ต่อการให้บริการในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วสูงกว่าอายุช่วง 15 – 25 ปีและอายุช่วง 26 – 35 ปี อายุช่วง 36 – 45 ปี มีความรู้สึกรับรู้ต่อการให้บริการในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วสูงกว่าอายุช่วง 26 – 35 ปี ส่วนอายุช่วงอื่นๆไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 18 การเปรียบเทียบการให้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี
 ในด้านการเข้าถึงจิตใจ จำแนกตามอายุที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	56 ปีขึ้นไป
		4.959	5.017	5.540	5.714	5.618
15-25 ปี	4.959	-	0.058	0.581*	0.755*	0.659
26-35 ปี	5.017		-	0.523*	0.697*	0.601
36-45 ปี	5.540			-	0.173	0.077
46-55 ปี	5.714				-	0.096
56 ปีขึ้นไป	5.618					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 แสดงว่า อายุช่วง 36 – 45 ปีและอายุช่วง 46 – 55 ปี มีความรู้สึกรับรู้ต่อการให้บริการในด้านการเข้าถึงจิตใจสูงกว่าอายุช่วง 15 – 25 ปี และอายุช่วง 26 – 35 ปี ส่วนอายุช่วงอื่นๆไม่พบความแตกต่าง

สมมติฐานที่ 8 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ $F - Prob$ น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับ 0.05

ตาราง 19 การเปรียบเทียบการได้รับการบริการโดยรวม และรายด้าน ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

การได้รับการบริการด้านต่างๆ	df	SS	MS	F	p
1.ด้านลักษณะทางกายภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	5	35.361	7.072	4.575	0.000
ภายในกลุ่ม	379	585.916	1.546		
รวม	384	261.277			
2.ด้านความเชื่อถือได้					
ระหว่างกลุ่ม	5	18.305	3.661	2.345	0.041
ภายในกลุ่ม	379	591.631	1.561		
รวม	384	609.936			
3.ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว					
ระหว่างกลุ่ม	5	28.151	5.630	3.322	0.006
ภายในกลุ่ม	379	642.352	1.695		
รวม	384	670.504			
4.ด้านความมั่นใจ					
ระหว่างกลุ่ม	5	12.152	2.430	1.569	0.168
ภายในกลุ่ม	379	586.982	1.549		
รวม	384	599.134			

ตาราง 19 (ต่อ)

การให้บริการด้านต่าง ๆ	df	SS	MS	F	p
5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ					
ระหว่างกลุ่ม	5	15.908	3.182	1.768	0.118
ภายในกลุ่ม	379	628.021	1.800		
รวม	384	697.930			
6. รวมทุกด้าน					
ระหว่างกลุ่ม	5	1273.032	2546.064	3.085	0.010
ภายในกลุ่ม	379	13278.3238	825.286		
รวม	384	32551.355			

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความรู้สึกรับรู้ต่อการให้บริการ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่า มีความรู้สึกรับรู้ต่อการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการให้บริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีนิวแมนคูลส์ (Newman-Keul test) ปรากฏผลดังตาราง 20 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ พบว่ามีค่า F – Prob เท่ากับ 0.168 และ 0.118 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการให้บริการในด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจไม่แตกต่างกัน

ด้านลักษณะกายภาพ ด้านความเชื่อถือ และด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว พบว่ามีค่ามีค่า F – Prob เท่ากับ 0.000 0.041 และ 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความรู้สึกรับรู้ต่อการให้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือ และด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีนิวแมนคูลส์ (Newman-Keul test) ปรากฏผลดังตาราง 21 22 และ 23

ตาราง 20 การเปรียบเทียบการให้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี
โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษาที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	ประถม ศึกษา	ม.ต้น	ม.ปลายหรือ เทียบเท่า	อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		5.630	5.511	5.092	4.924	4.894	4.726
ประถมศึกษา	5.630	-	0.587	0.425	0.912	0.859	0.011*
ม.ต้น	5.511		-	0.838	0.324	0.271*	0.424*
ม.ปลายหรือเทียบเท่า	5.092			-	0.486	0.433	0.586
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	4.924				-	0.947	0.099
ปริญญาตรี	4.894					-	0.152
สูงกว่าปริญญาตรี	4.726						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 แสดงว่า ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความรู้สึกรับรู้ต่อการให้บริการโดยรวมต่ำกว่า ระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษาและระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความรู้สึกรับรู้ต่อการให้บริการต่ำกว่าระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนระดับการศึกษาอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 21 การเปรียบเทียบการได้รับการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี
ในด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษาที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ประถม ศึกษา	ม.ต้น	ม.ปลายหรือ เทียบเท่า	อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		5.253	5.320	4.368	4.582	4.406	4.216
ประถมศึกษา	5.253	-	0.067	0.884*	0.671	0.847*	1.036*
ม.ต้น	5.320		-	0.952*	0.738*	0.914*	1.103*
ม.ปลายหรือเทียบเท่า	4.368			-	0.213	0.037	0.151
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	4.582				-	0.175	0.365
ปริญญาตรี	4.406					-	0.189
สูงกว่าปริญญาตรี	4.216						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 แสดงว่า ระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพต่ำกว่าระดับชั้นประถมศึกษา และระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ระดับการศึกษาอนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพต่ำกว่าระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนระดับการศึกษา ระดับอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 22 การเปรียบเทียบการให้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี
ในด้านความเชื่อถือได้ จำแนกตามระดับการศึกษาที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ประถม ศึกษา 5.981	ม.ต้น 5.712	ม.ปลายหรือ เทียบเท่า 5.344	อนุปริญญา หรือเทียบเท่า 5.304	ปริญญาตรี 5.205	สูงกว่า ปริญญาตรี 4.916
ประถมศึกษา	5.981	-	0.268	0.637	0.677	0.775*	1.064*
ม.ต้น	5.712		-	0.368	0.408	0.507*	0.795*
ม.ปลายหรือเทียบเท่า	5.344			-	0.040	0.138	0.427
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	5.304				-	0.098	0.386
ปริญญาตรี	5.205					-	0.288
สูงกว่าปริญญาตรี	4.916						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 แสดงว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความรู้
ลึกซึ้งต่อการให้บริการในด้านความเชื่อถือได้ต่ำกว่าระดับชั้นประถมศึกษา และระดับชั้นมัธยมศึกษาตอน
ต้น ส่วนระดับการศึกษาระดับอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 23 การเปรียบเทียบการได้รับบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว จำแนกตามระดับการศึกษาที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ประถม ศึกษา 5.569	ม.ต้น 5.455	ม.ปลายหรือ เทียบเท่า 4.997	อนุปริญญา หรือเทียบเท่า 5.067	ปริญญาตรี 4.719	สูงกว่า ปริญญาตรี 4.552
ประถมศึกษา	5.569	-	0.114	0.572	0.502	0.850*	1.017*
ม.ต้น	5.455		-	0.457	0.387	0.735*	0.903*
ม.ปลายหรือเทียบเท่า	4.997			-	0.069	0.277	0.445
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	5.067				-	0.347	0.515
ปริญญาตรี	4.719					-	0.167
สูงกว่าปริญญาตรี	4.552						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 แสดงว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วต่ำกว่าระดับชั้นประถมศึกษา และระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนระดับการศึกษาระดับอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

สมมติฐานที่ 9 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ F – Prob น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับ 0.05

ตาราง 24 การเปรียบเทียบการได้รับบริการโดยรวม และรายด้าน ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มีอาชีพต่างกัน

การได้รับบริการด้านต่างๆ	df	SS	MS	F	p
1. ด้านลักษณะทางกายภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	4	19.240	4.810	3.036	0.017
ภายในกลุ่ม	380	602.037	1.584		
รวม	384	621.277			
2. ด้านความเชื่อถือได้					
ระหว่างกลุ่ม	4	17.408	4.352	2.791	0.026
ภายในกลุ่ม	380	592.529	1.559		
รวม	384	609.936			
3. ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว					
ระหว่างกลุ่ม	4	23.606	5.901	3.467	0.008
ภายในกลุ่ม	380	646.898	1.702		
รวม	384	670.504			
4. ด้านความมั่นใจ					
ระหว่างกลุ่ม	4	19.804	4.951	3.248	0.012
ภายในกลุ่ม	380	579.329	1.525		
รวม	384	599.134			
5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ					
ระหว่างกลุ่ม	4	31.560	7.890	4.499	0.001
ภายในกลุ่ม	380	666.370	1.754		
รวม	384	697.930			
6. รวมทุกด้าน					
ระหว่างกลุ่ม	4	1115.409	278.525	3.371	0.010
ภายในกลุ่ม	380	31435.945	827.262		
รวม	384	32551.355			

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่า มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีนิวแมนคูลส์ (Newman-Keul test) ปรากฏผลดังตาราง 25 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ พบว่ามีค่า F –Prob เท่ากับ 0.017 0.026 0.008 0.012 และ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีนิวแมนคูลส์ (Newman-Keul test) ปรากฏผลดังตาราง 26 27 28 29 และ 30

ตาราง 25 การเปรียบเทียบการได้รับบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี โดยรวม จำแนกตามอาชีพที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พ.รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/รับจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	อื่นๆ
		5.225	5.021	4.785	5.208	5.924
นักเรียน/นักศึกษา	5.225	-	0.046	0.055	0.919	0.002*
ข้าราชการ/พ.รัฐวิสาหกิจ	5.021		-	0.009	0.127	0.049
ลูกจ้าง/รับจ้าง	4.785			-	0.136	0.058
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	5.208				-	0.921
อื่นๆ	5.924					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 แสดงว่า อาชีพอื่นๆ (แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ) มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการโดยรวมสูงกว่าอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนอาชีพอื่นๆไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 26 การเปรียบเทียบการได้รับการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี
ในด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา 4.927	รับราชการ/ พ.รัฐวิสาหกิจ 4.317	ลูกจ้าง/รับจ้าง 4.448	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย 4.294	อื่นๆ 5.321
นักเรียนนักศึกษา	4.927	-	0.610*	0.479*	0.297	0.394
รับราชการ/พ.รัฐวิสาหกิจ	4.317		-	0.130	0.312	1.004*
ลูกจ้าง/รับจ้าง	4.448			-	0.181	0.873
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.294				-	0.691
อื่นๆ	5.321					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 แสดงว่า อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพต่ำกว่าอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพลูกจ้าง/รับจ้างมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพต่ำกว่าอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพอื่นๆ (แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ) มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพสูงกว่าอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนอาชีพอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 27 การเปรียบเทียบการได้รับบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี
ในด้านความเชื่อถือได้ จำแนกตามอาชีพที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา 5.422	รับราชการ/ พ.รัฐวิสาหกิจ 5.324	ลูกจ้าง/รับจ้าง 5.054	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย 5.520	อื่นๆ 5.094
นักเรียน/นักศึกษา	5.422	-	0.098	0.368	0.097	0.671
รับราชการ/พ.รัฐวิสาหกิจ	5.324		-	0.269	0.195	0.769
ลูกจ้าง/รับจ้าง	5.054			-	0.465*	1.039*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	5.520				-	0.574
อื่นๆ	5.094					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 แสดงว่า อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการใน
ด้านความเชื่อถือได้สูงกว่าอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง และอาชีพอื่นๆ (แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ) มีความรู้สึกรับรู้
ต่อการได้รับบริการในด้านความเชื่อถือได้สูงกว่าอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง ส่วนอาชีพอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 28 การเปรียบเทียบการได้รับบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี
 ในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว จำแนกตามอาชีพที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา 5.080	รับราชการ/ พ.รัฐวิสาหกิจ 4.888	ลูกจ้าง/รับจ้าง 4.631	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย 5.159	อื่นๆ 5.875
นักเรียน/นักศึกษา	5.080	-	0.192	0.449*	0.079	0.795
รับราชการ/พ.รัฐวิสาหกิจ	4.888		-	0.257	0.271	0.987*
ลูกจ้าง/รับจ้าง	4.631			-	0.528*	1.244*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	5.159				-	0.715
อื่นๆ	5.875					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 แสดงว่า อาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วต่ำกว่าอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพอื่นๆ (แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ) มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วสูงกว่าอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอาชีพอื่นๆ (แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ) มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วสูงกว่าอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง

ตาราง 29 การเปรียบเทียบการได้รับบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี
ในด้านความมั่นใจ จำแนกตามอาชีพที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา 5.461	รับราชการ/ พ.รัฐวิสาหกิจ 5.266	ลูกจ้าง/รับจ้าง 4.928	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย 5.266	อื่นๆ 5.031
นักเรียน/นักศึกษา	5.461	-	0.195	0.532*	0.195	0.570
รับราชการ/พ.รัฐวิสาหกิจ	5.266		-	0.337*	0.000	0.765
ลูกจ้าง/รับจ้าง	4.928			-	0.337	1.102*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	5.266				-	0.765
อื่นๆ	5.031					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 แสดงว่า อาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านความมั่นใจต่ำกว่าอาชีพนักเรียน/นักศึกษาและอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพอื่นๆ (แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ) มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านความมั่นใจสูงกว่าอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง ส่วนอาชีพอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 30 การเปรียบเทียบการได้รับบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี
ในด้านการเข้าถึงจิตใจ จำแนกตามอาชีพที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา 5.240	รับราชการ/ พ.รัฐวิสาหกิจ 5.312	ลูกจ้าง/รับจ้าง 4.870	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย 5.472	อื่นๆ 5.300
นักเรียน/นักศึกษา	5.240	-	0.072	0.370	0.231	1.060*
รับราชการ/พ.รัฐวิสาหกิจ	5.312		-	0.442*	0.159	0.988*
ลูกจ้าง/รับจ้าง	4.870			-	0.601*	1.430*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	5.472				-	0.828
อื่นๆ	5.300					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 แสดงว่า อาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านการเข้าถึงจิตใจต่ำกว่าอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านการเข้าถึงจิตใจสูงกว่าอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง อาชีพอื่นๆ (แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ) มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านการเข้าถึงจิตใจสูงกว่าอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง และมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านการเข้าถึงจิตใจต่ำกว่าอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนอาชีพอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

สมมติฐานที่ 10 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ แตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้ที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ $F - Prob$ น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับ 0.05

ตาราง 31 การเปรียบเทียบการได้รับบริการโดยรวม และรายด้าน ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มีรายได้ต่างกัน

การได้รับบริการด้านต่างๆ	df	SS	MS	F	p
1. ด้านลักษณะทางกายภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	6	14.354	2.392	1.490	0.180
ภายในกลุ่ม	378	606.923	1.606		
รวม	384	621.277			
2. ด้านความเชื่อถือได้					
ระหว่างกลุ่ม	6	15.071	2.512	1.596	0.147
ภายในกลุ่ม	378	594.865	1.574		
รวม	384	609.936			
3. ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว					
ระหว่างกลุ่ม	6	15.011	2.502	1.443	0.197
ภายในกลุ่ม	378	655.493	1.734		
รวม	384	670.504			
4. ด้านความมั่นใจ					
ระหว่างกลุ่ม	6	6.628	1.105	0.705	0.646
ภายในกลุ่ม	378	592.505	1.567		
รวม	384	599.134			
5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ					
ระหว่างกลุ่ม	6	13.956	2.326	1.286	0.263
ภายในกลุ่ม	378	683.973	1.809		
รวม	384	697.93			
6. รวมทุกด้าน					
ระหว่างกลุ่ม	6	612.123	1020.206	1.207	0.302
ภายในกลุ่ม	378	31939.232	844.953		
รวม	384	32551.355			

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เมื่อพิจารณาโดยรวม

พบว่า มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการไม่แตกต่างกัน นั่นคือ ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการโดยรวมไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ พบว่ามีค่า F –Prob เท่ากับ 0.180 0.147 0.197 0.646 และ 0.263 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านต่างๆ ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบความคาดหวังและการได้รับบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตาราง 32 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการ และการได้รับบริการของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีตามลักษณะส่วนบุคคลทางด้านเพศ

ปัจจัยกำหนดคุณภาพ	เพศ	ความคาดหวัง		บริการที่ได้รับจริง		ช่องว่าง
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ชาย	4.52	1.372	4.64	1.223	0.12
	หญิง	4.65	1.442	4.39	1.036	-0.26
ด้านความเชื่อถือได้	ชาย	5.12	1.523	5.47	1.127	0.35
	หญิง	5.00	1.625	5.11	1.351	0.11
ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว	ชาย	4.85	1.570	5.04	1.213	0.19
	หญิง	4.87	1.624	4.73	1.400	-0.14
ด้านความมั่นใจ	ชาย	5.09	1.546	5.39	1.135	0.30
	หญิง	4.99	1.646	4.99	1.320	0.00
ด้านการเข้าถึงจิตใจ	ชาย	5.08	1.613	5.41	1.181	0.33
	หญิง	5.01	1.633	4.98	1.460	-0.03

จากตาราง 32 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการได้รับบริการตามลักษณะส่วนบุคคลทางด้านเพศ พบว่า ผู้ใช้บริการเพศชาย มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในทุกด้านสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ส่วนผู้ให้บริการเพศหญิง มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านความเชื่อถือได้ สูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ส่วนในด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านการเข้าถึงจิตใจ

มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการต่ำกว่าความคาดหวังในการบริการ ในด้านความมั่นใจ ผู้ใช้บริการเพศหญิง มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการเท่ากับความคาดหวังในการบริการ

ตาราง 33 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการ และการได้รับบริการของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีตามลักษณะส่วนบุคคลทางด้านอายุ

ปัจจัยกำหนดคุณภาพ	อายุ	ความคาดหวัง		บริการที่ได้รับจริง		ช่องว่าง
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านลักษณะทางกายภาพ	15 – 25 ปี	4.74	1.288	4.56	1.221	-0.18
	26 – 35 ปี	4.42	1.466	4.39	1.349	-0.03
	36 – 45 ปี	4.74	1.339	4.55	1.168	-0.19
	46 – 55 ปี	4.71	1.438	4.71	1.229	0.00
	56 ปีขึ้นไป	4.60	1.686	5.23	1.054	0.63
ด้านความเชื่อถือได้	15 – 25 ปี	5.14	1.502	5.23	1.256	0.09
	26 – 35 ปี	4.86	1.663	5.10	1.311	0.24
	36 – 45 ปี	5.29	1.379	5.52	1.172	0.23
	46 – 55 ปี	5.43	1.541	5.72	1.137	0.29
	56 ปีขึ้นไป	4.98	1.941	5.77	0.840	0.79
ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว	15 – 25 ปี	5.07	1.418	4.73	1.315	-0.34
	26 – 35 ปี	4.72	1.713	4.72	1.386	0.00
	36 – 45 ปี	4.90	1.434	5.16	1.180	0.26
	46 – 55 ปี	5.06	1.686	5.17	1.140	0.11
	56 ปีขึ้นไป	4.82	1.845	5.73	1.132	0.91
ด้านความมั่นใจ	15 – 25 ปี	5.19	1.435	5.12	1.175	-0.07
	26 – 35 ปี	4.86	1.745	5.03	1.336	0.17
	36 – 45 ปี	5.25	1.360	5.41	1.173	0.16
	46 – 55 ปี	5.22	1.561	5.44	1.047	0.22
	56 ปีขึ้นไป	4.73	1.859	5.64	1.051	0.91
ด้านการเข้าถึงจิตใจ	15 – 25 ปี	5.21	1.481	4.96	1.329	-0.25
	26 – 35 ปี	4.82	1.737	5.02	1.417	0.20
	36 – 45 ปี	5.29	1.390	5.54	1.213	0.25
	46 – 55 ปี	5.27	1.736	5.71	1.108	0.44
	56 ปีขึ้นไป	5.04	1.786	5.62	1.022	0.58

จากตาราง 33 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการได้รับบริการตามลักษณะส่วนบุคคลทางด้านอายุ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุ 15 – 25 ปี มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านความเชื่อถือได้สูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ส่วนในด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ

ใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการต่ำกว่าความคาดหวังในการบริการ ผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุ 26 – 35 ปี มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการในด้านความเชื่อถือได้ ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการเท่ากับความคาดหวังในการบริการ ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการต่ำกว่าความคาดหวังในการบริการ ผู้ใช้บริการที่มีอายุช่วง 36 – 45 ปี มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการในด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจและด้านการเข้าถึงจิตใจสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ส่วนในด้านลักษณะทางกายภาพมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการต่ำกว่าความคาดหวังในการบริการ ผู้ใช้บริการที่มีอายุช่วง 46 – 55 ปี มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการในด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจและด้านการเข้าถึงจิตใจสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการเท่ากับความคาดหวังในการบริการ ผู้ใช้บริการที่มีอายุช่วง 56 ปีขึ้นไป มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการในด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจและด้านการเข้าถึงจิตใจสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ

ตาราง 34 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการ และการได้รับการของผู้ใช้บริการ
ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีตามลักษณะส่วนบุคคลทางด้านระดับการศึกษา

ปัจจัยกำหนดคุณภาพ	ระดับการศึกษา	ความคาดหวัง		บริการที่ได้รับจริง		ช่องว่าง
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ชั้นประถมศึกษา	4.86	1.530	5.25	1.145	0.39
	ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น					
	ต้น	4.59	1.541	5.32	1.131	0.73
	ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า	4.58	1.235	4.37	1.099	-0.21
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	4.62	1.080	4.58	1.044	-0.04
	ปริญญาตรี	4.59	1.455	4.41	1.310	-0.18
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.42	1.680	4.22	1.445	-0.20
ด้านความเชื่อถือได้	ชั้นประถมศึกษา	5.35	1.810	5.98	0.938	0.63
	ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น					
	ต้น	4.83	1.763	5.71	1.168	0.88
	ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	5.25	1.224	5.34	1.150	0.09
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	5.08	1.244	5.30	1.269	0.22
	ปริญญาตรี	5.05	1.655	5.21	1.275	0.16
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.85	1.811	4.92	1.418	0.07

ตาราง 34 (ต่อ)

ปัจจัยกำหนดคุณภาพ	ระดับการศึกษา	ความคาดหวัง		บริการที่ได้รับจริง		ช่องว่าง
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว	ชั้นประถมศึกษา	4.85	1.878	5.57	1.197	0.72
	ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น					
	ต้น	4.55	1.884	5.45	1.227	0.90
	ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	5.03	1.324	5.00	1.296	-0.03
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	4.86	1.292	5.07	1.128	0.21
	ปริญญาตรี	4.88	1.639	4.72	1.352	-0.16
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.70	1.790	4.55	1.312	-0.15
ด้านความมั่นใจ	ชั้นประถมศึกษา	4.88	1.710	5.52	1.078	0.64
	ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น					
	ต้น	4.72	1.734	5.53	1.242	0.81
	ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	5.32	1.261	5.38	1.099	0.06
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	5.01	1.235	5.19	1.202	0.18
	ปริญญาตรี	5.05	1.684	5.07	1.295	0.02
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.83	1.860	4.94	1.304	0.11
ด้านการเข้าถึงจิตใจ	ชั้นประถมศึกษา	5.09	1.831	5.83	1.073	0.74
	ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น					
	ต้น	4.73	1.791	5.54	1.302	0.81
	ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	5.40	1.203	5.38	1.188	-0.02
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	5.06	1.276	5.10	1.334	0.04
	ปริญญาตรี	5.02	1.691	5.07	1.373	0.05
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.77	1.985	5.01	1.552	0.24

จากตาราง 34 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการได้รับบริการจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา ระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในทุกด้านสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านความเชื่อถือได้ และด้านความมั่นใจ สูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วและด้านการเข้าถึงจิตใจ มีความ

รู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการต่ำกว่าความคาดหวังในการบริการ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญาหรือเทียบเท่ามีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจและด้านการเข้าถึงจิตใจสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการต่ำกว่าความคาดหวังในการบริการ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านความเชื่อถือได้ ด้านความมั่นใจและด้านการเข้าถึงจิตใจสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพและการตอบสนองอย่างรวดเร็วมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการต่ำกว่าความคาดหวังในการบริการ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านความเชื่อถือได้ ด้านความมั่นใจและด้านการเข้าถึงจิตใจสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพและการตอบสนองอย่างรวดเร็วมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการต่ำกว่าความคาดหวังในการบริการ

ตาราง 35 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการ และการได้รับบริการของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีตามลักษณะส่วนบุคคลทางด้านอาชีพ

ปัจจัยกำหนดคุณภาพ	อาชีพ	ความคาดหวัง		บริการที่ได้รับจริง		ช่องว่าง
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านลักษณะทางกายภาพ	นักเรียน/นักศึกษา	4.63	1.464	4.93	1.310	0.30
	รับราชการ/พนักงานรัฐ					
	วิสาหกิจ	4.75	1.300	4.32	1.211	-0.43
	ลูกจ้าง/รับจ้าง	4.37	1.413	4.45	1.245	0.08
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/					
	ค้าขาย	4.80	1.473	4.63	1.370	-0.17
ด้านความเชื่อถือได้	อื่นๆ	3.88	1.705	5.32	0.950	1.44
	นักเรียน/นักศึกษา	4.98	1.578	5.42	1.369	0.44
	รับราชการ/พนักงานรัฐ					
	วิสาหกิจ	5.35	1.352	5.32	1.142	-0.03
	ลูกจ้าง/รับจ้าง	4.76	1.649	5.05	1.339	0.29
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/					
ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว	ค้าขาย	5.27	1.655	5.52	1.184	0.25
	อื่นๆ	4.72	2.127	6.09	0.865	1.37
	นักเรียน/นักศึกษา	4.96	1.612	5.08	1.406	0.12
	รับราชการ/พนักงานรัฐ					
	วิสาหกิจ	5.10	1.433	4.89	1.243	-0.21
	ลูกจ้าง/รับจ้าง	4.57	1.648	4.63	1.371	0.06
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/					
	ค้าขาย	5.06	1.652	5.16	1.227	0.10
	อื่นๆ	4.15	1.903	5.88	0.956	1.73

ตาราง 35 (ต่อ)

ปัจจัยกำหนดคุณภาพ	อาชีพ	ความคาดหวัง		บริการที่ได้รับจริง		ช่องว่าง
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านความมั่นใจ	นักเรียน/นักศึกษา	5.02	1.683	5.46	1.250	0.44
	รับราชการ/พนักงานรัฐ					
	วิสาหกิจ	5.35	1.355	5.27	1.106	-0.08
	ลูกจ้าง/รับจ้าง	4.78	1.671	4.93	1.357	0.15
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/					
	ค้าขาย	5.12	1.676	5.27	1.215	0.15
ด้านการเข้าถึงจิตใจ	อื่นๆ	4.22	1.943	6.03	0.784	1.81
	นักเรียน/นักศึกษา	4.87	1.655	5.24	1.214	0.37
	รับราชการ/พนักงานรัฐ					
	วิสาหกิจ	5.36	1.400	5.31	1.224	-0.05
	ลูกจ้าง/รับจ้าง	4.77	1.677	4.87	1.463	0.10
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/					
	ค้าขาย	5.23	1.708	5.47	1.291	0.24
	อื่นๆ	4.45	2.211	6.30	0.980	1.85

จากตาราง 35 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการได้รับบริการตามลักษณะส่วนบุคคลทางด้านอาชีพ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการทุกด้านสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการทุกด้านต่ำกว่าความคาดหวังในการบริการ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง และอื่นๆ(แม่บ้าน ข้าราชการบำนาญ)มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการทุกด้านสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการทุกด้านต่ำกว่าความคาดหวังในการบริการ

ตาราง 36 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการบริการ และการได้รับบริการของผู้ใช้
บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีตามลักษณะส่วนบุคคลทางด้านรายได้

ปัจจัยกำหนดคุณภาพ	รายได้	ความคาดหวัง		บริการที่ได้รับจริง		ช่องว่าง
		X	S.D.	X	S.D.	
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่า/เท่ากับ 5,000 บาท					
	บาท	4.42	1.387	4.90	1.264	0.48
	5,001 – 10,000 บาท	4.78	1.210	4.46	1.130	-0.32
	10,001 – 15,000 บาท	4.53	1.349	4.51	1.271	-0.02
	15,001 – 20,000 บาท	5.02	1.334	4.21	1.203	-0.81
	20,001 – 25,000 บาท	4.32	1.732	4.83	1.372	0.51
	25,001 – 30,000 บาท	4.51	1.332	4.29	1.404	-0.22
	มากกว่า 30,000 บาท	4.27	1.664	4.54	1.397	0.27
ด้านความเชื่อถือได้	ต่ำกว่า/เท่ากับ 5,000 บาท					
	บาท	4.86	1.533	5.56	1.237	0.70
	5,001 – 10,000 บาท	5.11	1.330	5.10	1.157	-0.01
	10,001 – 15,000 บาท	5.11	1.585	5.30	1.391	0.19
	15,001 – 20,000 บาท	5.43	1.487	4.95	1.271	-0.48
	20,001 – 25,000 บาท	4.77	1.831	5.54	1.053	0.77
	25,001 – 30,000 บาท	5.12	1.497	5.45	1.220	0.33
	มากกว่า 30,000 บาท	4.79	1.890	5.45	1.204	0.66
ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว	ต่ำกว่า/เท่ากับ 5,000 บาท					
	บาท	4.76	1.587	5.00	1.344	0.24
	5,001 – 10,000 บาท	4.98	1.332	4.80	1.291	-0.18
	10,001 – 15,000 บาท	4.84	1.597	4.77	1.443	-0.07
	15,001 – 20,000 บาท	5.21	1.498	4.61	1.112	-0.60
	20,001 – 25,000 บาท	4.63	1.935	5.28	1.269	0.65
	25,001 – 30,000 บาท	5.15	1.636	4.97	1.331	-0.18
	มากกว่า 30,000 บาท	4.42	1.799	5.16	1.244	0.74
ด้านความมั่นใจ	ต่ำกว่า/เท่ากับ 5,000 บาท					
	บาท	4.82	1.632	5.30	1.236	0.48
	5,001 – 10,000 บาท	5.17	1.325	5.06	1.161	-0.11
	10,001 – 15,000 บาท	5.12	1.569	5.17	1.372	0.05
	15,001 – 20,000 บาท	5.42	1.462	5.03	1.232	-0.39
	20,001 – 25,000 บาท	4.60	1.919	5.44	1.250	0.84
	25,001 – 30,000 บาท	5.18	1.545	5.44	1.119	0.26
	มากกว่า 30,000 บาท	4.59	1.888	5.15	1.202	0.56

ตาราง 36 (ต่อ)

ปัจจัยกำหนดคุณภาพ	รายได้	ความคาดหวัง		บริการที่ได้รับจริง		ช่องว่าง
		X	S.D.	X	S.D.	
ด้านการเข้าถึงจิตใจ	ต่ำกว่า/เท่ากับ 5,000 บาท					
	5,001 – 10,000 บาท	4.75	1.695	5.07	1.404	0.32
	10,001 – 15,000 บาท	5.22	1.304	5.06	1.211	-0.16
	15,001 – 20,000 บาท	5.04	1.610	5.20	1.491	0.16
	20,001 – 25,000 บาท	5.42	1.523	4.88	1.427	-0.54
	25,001 – 30,000 บาท	4.63	1.874	5.48	1.137	0.85
	30,001 – 35,000 บาท	5.35	1.620	5.49	1.169	0.14
	มากกว่า 35,000 บาท	4.66	1.905	5.42	1.271	0.76

จากตาราง 36 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการได้รับบริการตามลักษณะส่วนบุคคลทางด้านรายได้พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการทุกด้านสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการทุกด้านต่ำกว่าความคาดหวังในการบริการ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาทมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการด้านความเชื่อถือได้ ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพและด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการต่ำกว่าความคาดหวังในการบริการ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในทุกด้านต่ำกว่าความคาดหวังในการบริการ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในทุกด้านสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 25,001 – 30,000 บาท มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการในด้านความเชื่อถือได้ ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการด้านต่ำกว่าความคาดหวังในการบริการ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการทุกด้านสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการ
ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีโดยรวมและรายด้านดังนี้

1. ด้านลักษณะทางกายภาพ
2. ด้านความเชื่อถือได้
3. ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว
4. ด้านความมั่นใจ
5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ

สมมติฐานที่ 11 ความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารออมสินในปัจจุบันกำหนดคุณภาพแต่ละด้าน
แตกต่างกัน

H_0 : ความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารออมสินในปัจจุบันกำหนดคุณภาพแต่ละด้านไม่
แตกต่างกัน

H_1 : ความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารออมสินในปัจจุบันกำหนดคุณภาพแต่ละด้านแตก
ต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน
(Dependent t-test)

ตาราง 37 คุณภาพบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี โดยรวมในแต่ละด้าน
และรายข้อ

ปัจจัยกำหนดคุณภาพ	ความคาดหวัง		บริการที่ได้รับจริง		ช่องว่าง	t	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
ด้านลักษณะทางกายภาพ							
1. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	4.08	1.787	3.61	1.924	-0.47	-3.335	0.001
2. มีการจัดแผนกในการให้บริการเป็นสัดส่วนที่เหมาะสมและมีป้ายบอกจุดรับบริการที่ชัดเจน	4.54	1.563	4.37	1.557	-0.17	-1.456	0.146
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ เช่น ที่นั่งพักสำหรับรอรับบริการวารสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น	4.57	1.619	4.60	1.531	0.03	0.208	0.835
4. มีการจัดเตรียมเครื่องเขียนและเอกสารแนะนำในการให้บริการอย่างเพียงพอ	4.59	1.575	4.59	1.515	0.00	0.023	0.981
5. ความพอเพียงของพนักงานที่ธนาคารฯ จัดไว้สำหรับให้บริการลูกค้า	4.62	1.648	4.56	1.565	-0.06	-0.555	0.580

ตาราง 37 (ต่อ)

ปัจจัยกำหนดคุณภาพ	ความคาดหวัง		บริการที่ได้รับจริง		ช่องว่าง	t	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
6. มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาให้บริการ	4.68	1.752	4.57	1.589	-0.11	-0.860	0.390
7. ความสุภาพเรียบร้อยในการแต่งกายของพนักงาน	5.03	1.565	5.28	0.397	0.25	2.398	0.017
รวม	4.59	1.408	4.51	1.272	-0.08	-0.739	0.160
ด้านความเชื่อถือได้							
1. พนักงานสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีขณะให้บริการ	4.84	1.626	5.06	.439	0.22	2.033	0.043
2. พนักงานมีความรอบรู้ในงานที่ให้บริการเป็นอย่างดี	4.96	1.649	5.11	1.424	0.15	1.445	0.149
3. พนักงานให้บริการด้วยความซื่อสัตย์สุจริต	5.35	1.704	5.69	1.333	0.34	3.362	0.001
4. ให้ความรู้แก่ลูกค้าเกี่ยวกับบริการของธนาคารได้ถูกต้อง	5.09	1.745	5.29	1.446	0.20	1.802	0.072
รวม	5.06	1.576	5.28	1.260	0.22	2.221	0.027
ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว							
1. การลดขั้นตอนของการบริการ เพื่อให้บริการได้รวดเร็วขึ้น	4.76	1.751	4.64	1.486	-0.12	-0.939	0.348
2. ในขั้นตอนการให้บริการต่างๆ มีเครื่องมือที่ทันสมัย	4.72	1.704	4.59	1.504	-0.13	-1.102	0.271
3. เมื่อท่านมาใช้บริการของธนาคารท่านได้รับการตรงตามความต้องการเสมอ	4.92	1.695	5.05	1.503	0.13	1.212	0.226
4. พนักงานที่ให้บริการมีความเต็มใจและพร้อมให้บริการอย่างรวดเร็วโดยท่านไม่ต้องรอนาน	4.95	1.741	4.96	1.571	0.01	0.085	0.932
5. พนักงานบริการด้วยความกระตือรือร้น	4.95	1.722	5.15	1.551	0.20	1.682	0.093
รวม	4.86	1.596	4.88	1.321	0.02	0.189	0.850
ด้านความมั่นใจ							
1. ทุกครั้งที่มารับบริการ พนักงานจะให้บริการด้วยความถูกต้อง	5.04	1.659	5.30	1.446	0.26	2.435	0.015
2. สถานที่ของธนาคารมีความปลอดภัยสำหรับลูกค้า	5.12	1.714	5.39	1.390	0.27	2.576	0.010

ตาราง 37 (ต่อ)

ปัจจัยกำหนดคุณภาพ	ความคาดหวัง		บริการที่ได้รับจริง		ช่องว่าง	t	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
3. ความทันสมัยและความถูกต้องของระบบข้อมูล	4.99	1.778	5.08	1.414	0.09	0.797	0.426
4. อุปกรณ์ให้บริการไม่ขัดข้องบ่อยๆ	5.00	1.761	4.95	1.591	-0.05	-0.394	0.693
รวม	5.04	1.597	5.18	1.249	0.14	1.372	0.171
ด้านการเข้าถึงจิตใจ							
1. พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างทั่วถึงและถือว่าลูกค้าทุกรายมีความสำคัญ	5.04	1.734	5.05	1.473	0.01	0.023	0.982
2. พนักงานให้ความช่วยเหลือลูกค้าเมื่อมีข้อสงสัยในการใช้บริการอย่างเป็นกันเอง	5.06	1.695	5.20	1.486	0.14	1.302	0.194
3. พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีและวาจาสุภาพอ่อนน้อม	5.09	1.711	5.29	1.501	0.20	1.747	0.081
4. พนักงานให้บริการเป็นไปตามลำดับขั้นตอนก่อน - หลัง ไม่มีการให้บริการลัดขั้นตอนแก่ลูกค้าบางคนเป็นพิเศษ	5.12	1.741	5.33	1.461	0.21	1.837	0.067
5. พนักงานเต็มใจที่จะรับฟังคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะจากลูกค้า	4.89	1.786	5.06	1.586	0.17	1.368	0.172
รวม	5.04	1.622	5.19	1.348	0.15	1.320	0.187

จากผลการวิเคราะห์ในตาราง 37 โดยใช้สถิติ Dependent t-test ในการทดสอบ เป็นดังนี้

ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมพบว่า มีความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.460 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารในปัจจัยกำหนดคุณภาพด้านลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อในด้านลักษณะทางกายภาพพบว่า

ข้อ 2 3 4 5 และ 6 มีความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.146 0.835 0.981 0.580 และ 0.390 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารในปัจจัยกำหนดคุณภาพด้านลักษณะทางกายภาพในข้อ 2 3 4 5 และ 6 ไม่แตกต่างกัน

ข้อ 1 และข้อ 7 มีค่าน่าจะเป็นเท่ากับ 0.001 และ 0.017 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารในปัจจัยกำหนดคุณภาพด้านลักษณะทางกายภาพ ในข้อ 1 และข้อ 7 แตกต่างกัน

ด้านความเชื่อถือได้โดยรวมพบว่า มีความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.027 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารในปัจจัยกำหนดคุณภาพด้านความเชื่อถือได้แตกต่างกันเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อในด้านความเชื่อถือได้พบว่า

ข้อ 2 และ 4 มีความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.149 และ 0.072 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าความคาดหวังและการให้บริการของธนาคารในปัจจุบันกำหนดคุณภาพด้านความเชื่อถือได้ในข้อ 2 และ 4 ไม่แตกต่างกัน

ข้อ 1 และ 3 มีความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.043 และ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าความคาดหวังและการให้บริการของธนาคารในปัจจุบันกำหนดคุณภาพด้านความเชื่อถือได้ในข้อ 1 และ 3 แตกต่างกัน

ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วโดยรวมพบว่า มีความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.850 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ความคาดหวังและการให้บริการของธนาคารในปัจจุบันกำหนดคุณภาพด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วไม่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วพบว่า ทุกข้อมีความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.348 0.271 0.226 0.932 และ 0.093 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าความคาดหวังและการให้บริการของธนาคารในปัจจุบันกำหนดคุณภาพด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วในทุกข้อไม่แตกต่างกัน

ด้านความมั่นใจโดยรวมพบว่า มีความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.171 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ความคาดหวังและการให้บริการของธนาคารในปัจจุบันกำหนดคุณภาพด้านความมั่นใจไม่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อในด้านความมั่นใจพบว่า

ข้อ 3 และ 4 มีความน่าจะเป็นเท่า 0.426 และ 0.693 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าความคาดหวังและการให้บริการของธนาคารในปัจจุบันกำหนดคุณภาพด้านความมั่นใจในข้อ 3 และ 4 ไม่แตกต่างกัน

ข้อ 1 และข้อ 2 มีความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.015 และ 0.010 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ความคาดหวังและการให้บริการของธนาคารในปัจจุบันกำหนดคุณภาพด้านความมั่นใจ ในข้อ 1 และ 2 แตกต่างกัน

ด้านการเข้าถึงจิตใจโดยรวมพบว่า มีความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.187 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ความคาดหวังและการให้บริการของธนาคารในปัจจุบันกำหนดคุณภาพด้านการเข้าถึงจิตใจไม่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อในด้านการเข้าถึงจิตใจพบว่า ทุกข้อมีความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.982 0.194 0.081 0.067 และ 0.172 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าความคาดหวังและการให้บริการของธนาคารในปัจจุบันกำหนดคุณภาพด้านการเข้าถึงจิตใจในทุกข้อไม่แตกต่างกัน

จากตาราง 37 เมื่อพิจารณารวมทุกด้านพบว่าช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริงของการให้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี พบว่ามีค่าเป็นลบ (-0.08) ในด้านลักษณะทางกายภาพเพียงด้านเดียว แสดงว่า คุณภาพบริการในด้านลักษณะทางกายภาพไม่ด้อยกว่าที่คาดหวัง ส่วนในด้านความเชื่อถือได้ (0.22) ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (0.02) ด้านความมั่นใจ (0.14) และด้านการเข้าถึงจิตใจ (0.15) มีค่าเป็นบวก แสดงว่าคุณภาพบริการในด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจดีกว่าที่คาดหวังไว้ และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริงของการให้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี มีค่าเป็นลบในข้อ 1 มีสถานที่จอดรถเพียงพอ ข้อ 2 มีการจัดแผนกในการให้บริการเป็นสัดส่วนที่เหมาะสมและมีป้ายบอกจุดรับบริการที่ชัดเจน ข้อ 5 ความพอเพียงของพนักงานที่ธนาคารจัดไว้สำหรับให้บริการลูกค้า และข้อ 6 การนำเทคโนโลยีทันสมัยมาให้

บริการ เท่ากับ -0.47 -0.17 -0.06 และ -0.11 แสดงว่า ข้อ 1 2 5 และ 6 ในปัจจัยกำหนดคุณภาพในด้าน ลักษณะทางกายภาพไม่ใช้อย่างที่คาดหวัง

ส่วนข้อ 4 มีการจัดเตรียมเครื่องเขียนและเอกสารแนะนำในการให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าเท่ากับ 0.00 แสดงว่า ข้อ 4 ในปัจจัยกำหนดคุณภาพในด้านลักษณะทางกายภาพเป็นไปอย่างที่ดีกว่าที่คาดหวังไว้

ข้อ 3 มีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ เช่น ที่นั่งพักสำหรับรอรับบริการ วารสาร สิ่งพิมพ์ ต่างๆ เป็นต้น และข้อ 7 ความสุภาพเรียบร้อยในการแต่งกายของพนักงาน มีค่าเป็นบวก 0.03 และ 0.25 แสดงว่า ข้อ 3 และ 7 ในปัจจัยกำหนดคุณภาพในด้านลักษณะทางกายภาพดีกว่าที่คาดหวัง

ด้านความเชื่อถือได้ พบว่าช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริงของการให้บริการของ ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี มีค่าเป็นบวก 0.22 0.15 0.34 และ 0.20 ในทุกข้อ แสดงว่า ทุกข้อในปัจจัยกำหนดคุณภาพในด้านความเชื่อถือได้ดีกว่าที่คาดหวัง

ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว พบว่าช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริงของการ ให้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี มีค่าเป็นลบในข้อ 1 การลดขั้นตอน ของการบริการ เพื่อให้บริการได้รวดเร็วขึ้น ข้อ 2 ในขั้นตอนการให้บริการต่างๆ มีเครื่องมือที่ทันสมัย เท่ากับ -0.12 และ -0.13 แสดงว่า ข้อ 1 และ 2 ในปัจจัยกำหนดคุณภาพด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ไม่ใช้อย่าง ที่คาดหวัง

ส่วนข้อ 3 เมื่อท่านมาใช้บริการของธนาคารท่านได้รับการตรงตามความต้องการเสมอ ข้อ 4 พนักงานที่ให้บริการมีความเต็มใจและพร้อมให้บริการอย่างรวดเร็วโดยท่านไม่ต้องรอนาน และ ข้อ 5 พนักงานบริการด้วยความกระตือรือร้น มีค่าเป็นบวก 0.13 0.01 และ 0.20 แสดงว่า ข้อ 3 4 และ 5 ใน ปัจจัยกำหนดคุณภาพด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วดีกว่าที่คาดหวัง

ด้านความมั่นใจ พบว่าช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริงของการให้บริการ ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี มีค่าเป็นลบในข้อ 4 อุปกรณ์ที่ให้บริการไม่ขัดข้อง บ่อยๆ เท่ากับ -0.05 แสดงว่า ข้อ 4 ในปัจจัยกำหนดคุณภาพในด้านความมั่นใจ ไม่ใช้อย่างที่คาดหวัง

ส่วนข้อ 1 ทุกครั้งที่มีารับบริการพนักงานจะให้บริการด้วยความถูกต้อง ข้อ 2 สถานที่ของธนาคารมี ความปลอดภัยสำหรับลูกค้า ข้อ 3 ความทันสมัยและความถูกต้องของระบบข้อมูลมีค่าเป็นบวก 0.26 0.27 และ 0.09 แสดงว่า ข้อ 1 2 และ 3 ในปัจจัยกำหนดคุณภาพด้านความมั่นใจดีกว่าที่คาดหวัง

ด้านการเข้าถึงจิตใจ พบว่าช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริงของการให้บริการ ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี มีค่าเป็นบวก 0.01 0.14 0.20 0.21 และ 0.17 ในทุกข้อแสดงว่าทุกข้อในปัจจัยกำหนดคุณภาพด้านการเข้าถึงจิตใจดีกว่าที่คาดหวัง

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี

เนื่องจากในปัจจุบันธนาคารเกิดปัญหาการให้บริการของธนาคารในด้านต่างๆ เช่น ด้านการให้บริการช้าและผิดพลาดบ่อย ด้านการให้บริการอย่างไม่เท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างไม่สุภาพอ่อนน้อม ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การให้บริการที่ไม่ทันสมัย การให้บริการอย่างไม่ต่อเนื่อง การให้บริการด้วยความไม่ซื่อสัตย์สุจริตของพนักงาน ซึ่งจะพบได้ว่าปัญหาเหล่านี้จะมีผลกระทบต่อธนาคารโดยตรง เพราะธุรกิจธนาคารเป็นงานด้านการให้บริการที่ต้องอาศัยผู้มาใช้บริการ ในการดำเนินธุรกิจให้สามารถดำเนินต่อไปได้ ดังนั้นเมื่อผู้มาใช้บริการประสบกับปัญหาในการให้บริการในด้านต่างๆ แล้วมักจะมีการถ่ายทอดให้บุคคลอื่นต่อไปเรื่อยๆ เป็นลูกโซ่ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ย่อมมีผลกระทบต่อเสถียรภาพของธนาคารทั้งองค์กร กล่าวคือ ลูกค้าน่าจะเกิดอคติ เกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อธนาคาร เกิดความไม่พึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคาร ธุรกิจธนาคารก็ย่อมขายบริการไม่ได้ เมื่อขายบริการไม่ได้การดำเนินงานก็ต้องปิดตัวลง

ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงควรที่จะศึกษาถึงความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ซึ่งมีหน้าที่ในการให้บริการธุรกิจสินเชื่อ ธุรกิจเงินฝากถอนและบริการอื่นๆ รวมถึงพิจารณาอนุมัติสินเชื่อที่เกินวงเงินของธนาคารออมสินสาขาที่อยู่ในความรับผิดชอบ ดำเนินงานทางด้านการตลาด ติดตามเร่งรัดหนี้ ประenomหนี้ และให้คำปรึกษาแนะนำแก่ธนาคารออมสินสาขาที่อยู่ในความรับผิดชอบ ก็เพื่อที่จะได้รับข้อมูลจากลูกค้า มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการนำมาปรับปรุงหรือกำหนดนโยบาย ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการดำเนินการด้านวางแผนกลยุทธ์ ในการส่งเสริมการตลาด การจัดการ และการดำเนินการกิจกรรมของธนาคาร ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม ซึ่งผลที่ได้ธนาคารสามารถนำมาปรับปรุง ก็จะเป็นการรักษาลูกค้าและเพิ่มส่วนครองตลาดให้กับธนาคารให้สามารถเข้าสู่ตลาดการแข่งขันได้อย่างทัดเทียมคู่แข่ง

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้ใช้บริการจากการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี
2. เพื่อศึกษาถึงการได้รับการบริการจากการให้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีโดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการกับการได้รับการบริการจากการให้บริการของธนาคารออมสิน ศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี

สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า

- ข้อที่ 1. ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่ 2. ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่ 3. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่ 4. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่ 5. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่ 6. ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่ 7. ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่ 8. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่ 9. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่ 10. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการแตกต่างกัน
- ข้อที่ 11. ความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารออมสินในปัจจุบันกำหนดคุณภาพแต่ละด้านแตกต่างกัน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่ ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มาใช้บริการของธนาคาร

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าจำนวน 385 ราย โดยใช้สูตรคำนวณ (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2541 : 54) ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 10 โดยสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมีลักษณะดังนี้

ลักษณะของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 2 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการจำนวน 5 ข้อ โดยใช้แบบสอบถามเป็นลักษณะคำถามปิด (Closed – Ended Question) และคำถามแบบเลือกรายการ (Check list) ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการของธนาคารออมสิน แบ่งเป็น 2 คอลัมน์ โดยใช้คำถามเดียวกันทั้ง 2 คอลัมน์ กล่าวคือคอลัมน์ที่ 1 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการของธนาคารออมสิน คอลัมน์ที่ 2 การได้รับการบริการของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน ข้อคำถามมีทั้งสิ้น 25 ข้อ ซึ่งครอบคลุมปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน คือ

- | | | |
|-------------------------------|-------|--------------------|
| 1. ด้านลักษณะทางกายภาพ | 7 ข้อ | ตั้งแต่ข้อ 1 – 7 |
| 2. ด้านความเชื่อถือได้ | 4 ข้อ | ตั้งแต่ข้อ 8 – 11 |
| 3. ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว | 5 ข้อ | ตั้งแต่ข้อ 12 – 16 |

- | | | |
|------------------------|-------|--------------------|
| 4. ด้านความมั่นใจ | 4 ข้อ | ตั้งแต่ข้อ 17 – 20 |
| 5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ | 5 ข้อ | ตั้งแต่ข้อ 21 – 25 |

ข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ โดยระดับ 1 หมายถึง ความคาดหวังหรือการได้รับบริการของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด และเพิ่มมากขึ้นตามลำดับไปจนถึงระดับ 7 ซึ่งเป็นระดับที่มากที่สุด

วิธีดำเนินการรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อขออนุญาตต่อ ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี
2. ผู้วิจัยเป็นผู้นำส่งแบบสอบถามและรับแบบสอบถาม คืนจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามจำนวน 385 ฉบับ แล้วได้รับคืนมาครบ 385 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. นำเสนอข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage)
2. เปรียบเทียบ ความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ในแต่ละด้านโดย จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยการใช้การทดสอบค่าที (t-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้การทดสอบค่าเอฟ (F-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป และเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธี LSD (Least significant Different)
3. เปรียบเทียบ ความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ในแต่ละด้านโดย จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยการใช้การทดสอบค่าที (t-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้การทดสอบค่าเอฟ (F-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่างมากกว่าสองกลุ่มขึ้นไป และเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธี LSD (Least significant Different)
4. เปรียบเทียบความคาดหวังและการได้รับบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้โดยใช้ค่าเฉลี่ย
5. การประเมินคุณภาพบริการของธนาคารออมสิน โดยพิจารณาจากช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการได้รับบริการของธนาคารออมสิน ในแต่ละปัจจัยกำหนดคุณภาพ 5 ด้าน ซึ่งคำนวณได้โดยนำคะแนนเฉลี่ยของการได้รับบริการของธนาคารออมสิน เป็นตัวตั้งลบกับคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังที่ผู้ใช้บริการมีต่อธนาคารออมสิน ถ้าบริการของธนาคารออมสินมีคุณภาพดี คะแนนของการได้รับบริการของธนาคารออมสินจะมากกว่าคะแนนของความคาดหวัง ผลลัพธ์จะเป็นบวก แต่ถ้าบริการของธนาคารออมสินมีคุณภาพไม่ดี

จะมีคะแนนของการได้รับการบริการของธนาคารออมสินน้อยกว่าคะแนนของความคาดหวัง ผลลัพธ์จะมีค่าเป็นลบ ฉะนั้นคุณภาพบริการของธนาคารออมสินจึงประเมินได้จากผลต่างของค่าคะแนนดังนี้

คะแนนมีค่าเป็นบวก หมายถึง คุณภาพบริการของธนาคารออมสินดี

คะแนนมีค่าเป็นลบ หมายถึง คุณภาพบริการของธนาคารออมสินไม่ดี

โดยใช้การทดสอบ Dependent t-test

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยขอเสนอสรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้

ผู้ใช้บริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 385 คน เป็น เพศชาย 185 คน (ร้อยละ 48.1) และเพศหญิง 200 คน (ร้อยละ 51.9) ส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ระหว่าง 26 – 35 ปี (ร้อยละ 46.8) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 51.9) มีอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง (ร้อยละ 37.1) และมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท (ร้อยละ 29.4)

ตอนที่ 2 เปรียบเทียบความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ในแต่ละด้านโดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้

1. ด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ด้านลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน

2. ด้านความเชื่อถือได้

ผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ด้านความเชื่อถือได้ไม่แตกต่างกัน ส่วนอาชีพที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ด้านความเชื่อถือได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว

ผู้ใช้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วไม่แตกต่างกัน ส่วนอาชีพที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกรับรู้ต่อการบริการด้านการเข้าถึงจิตใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยใช้ค่าเฉลี่ย

1. ด้านลักษณะทางกายภาพ

ความคาดหวังและการได้รับการบริการตามลักษณะส่วนบุคคลทางด้านเพศ พบว่าผู้ใช้บริการเพศชายมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ส่วนผู้ใช้บริการหญิงมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพต่ำกว่าความคาดหวังในการบริการ

ความคาดหวังและการได้รับการบริการตามลักษณะส่วนบุคคลทางด้านอายุ พบว่าผู้ใช้บริการช่วงอายุ 56 ปีขึ้นไป มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ อายุช่วง 46 - 55 ปี มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพเท่ากับความคาดหวังในการบริการ ส่วนช่วงอายุอื่นๆ มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพต่ำกว่าความคาดหวัง

ความคาดหวังและการได้รับการบริการตามลักษณะส่วนบุคคลทางด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ส่วนระดับการศึกษาชั้นอื่นๆ มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพต่ำกว่าความคาดหวังในการบริการ

ความคาดหวังและการได้รับการบริการตามลักษณะส่วนบุคคลทางด้านอาชีพ พบว่า ผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพต่ำกว่าความคาดหวังในการบริการ ส่วนอาชีพอื่นๆ มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ

ความคาดหวังและการได้รับการบริการตามลักษณะส่วนบุคคลทางด้านรายได้ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 20,001-25,000 บาท และ มากกว่า 30,000 บาท มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพสูงกว่าความคาดหวังในการบริการ ส่วนระดับรายได้ 5,001-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท มีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านลักษณะทางกายภาพต่ำกว่าความคาดหวังในการบริการ

2. ด้านความเชื่อถือได้

ความคาดหวังและการได้รับการบริการตามลักษณะส่วนบุคคลทางด้านเพศพบว่า ผู้ใช้บริการเพศชายและเพศหญิงมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านความเชื่อถือได้สูงกว่าความคาดหวังในการบริการ

ความคาดหวังและการได้รับการบริการตามลักษณะส่วนบุคคลทางด้านอายุพบว่า ผู้ใช้บริการทุกช่วงอายุมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านความเชื่อถือได้สูงกว่าความคาดหวังในการบริการ

ความคาดหวังและการได้รับการบริการตามลักษณะส่วนบุคคลทางด้านระดับการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการทุกระดับการศึกษามีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการในด้านความเชื่อถือได้สูงกว่าความคาดหวังในการบริการ

ตอนที่ 5 การประเมินคุณภาพบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี โดยพิจารณาจากช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการได้รับบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ในแต่ละปัจจัยกำหนดคุณภาพ 5 ด้าน

เมื่อพิจารณารวมทุกด้านพบว่า ช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริงของการให้บริการธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี พบว่ามีค่าเป็นลบ(-0.08) ในด้านลักษณะทางกายภาพเพียงด้านเดียว แสดงว่า คุณภาพบริการในด้านลักษณะทางกายภาพไม่ด้อย่างที่คาดหวัง ส่วนในด้านความเชื่อถือได้(0.22) ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว(0.02) ด้านความมั่นใจ(0.14) และด้านการเข้าถึงจิตใจ(0.15) มีค่าเป็นบวก แสดงว่าคุณภาพบริการในด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจดีกว่าที่คาดหวังไว้

การอภิปรายผล

ผลจากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความคาดหวัง และการได้รับจากการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ความคาดหวังจากการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ โดยการบริการที่ผู้ใช้บริการคาดหวังมากที่สุดคือ ด้านความเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 5.06) และรองลงมาตามลำดับคือ ด้านความมั่นใจ (ค่าเฉลี่ย 5.04) ด้านการเข้าถึงจิตใจ(ค่าเฉลี่ย 5.04) ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.86) และด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.59)

แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มารับบริการนั้น ให้ความสำคัญต่อความเชื่อถือได้มากกว่าการบริการด้านอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับ สันติ เจริญไชย.(2544 : 32-44) ได้ศึกษาความคาดหวังและการได้รับบริการจากการประกันภัยรถยนต์ของบริษัทวิริยะประกันภัยจำกัด สาขาอุดรธานี ซึ่งเป็นธรรมชาติของผู้รับบริการที่ต้องการการบริการซึ่งสามารถให้ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ เนื่องจากธนาคารออมสินดำเนินธุรกิจทางการเงิน ความเชื่อถือ ความไว้วางใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ที่สถาบันการเงินต้องสร้างความเชื่อถือให้แก่ลูกค้า ส่วนที่เกี่ยวข้องกับด้านความมั่นใจ ด้านการเข้าถึงจิตใจ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านลักษณะทางกายภาพ ยังคงเป็นสิ่งที่ต้องการมาก เพราะคะแนนอยู่ในระดับสูงด้วยกัน แม้จะเป็นระดับรองลงมาก็ตาม และต่างก็เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อถือได้ของผู้ใช้บริการ

2. การได้รับบริการจากการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ โดยการบริการที่ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกรับรู้ถึงการได้รับบริการมากที่สุดคือ ด้านความเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 5.28) และรองลงมาตามลำดับคือ ด้านการเข้าถึงจิตใจ (ค่าเฉลี่ย 5.19) ด้านความมั่นใจ (ค่าเฉลี่ย 5.18) ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.38) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.51)

แสดงว่าผู้ใช้บริการที่มารับบริการนั้นมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับบริการจากธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี ด้านความเชื่อถือได้มากกว่าด้านอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับ สันติ เจริญไชย.(2544 : 32-44) ได้ศึกษาความคาดหวังและการได้รับบริการจากการประกันภัยรถยนต์ของบริษัทวิริยะประกันภัยจำกัด สาขาอุดรธานี ทั้งนี้เนื่องจากธนาคารออมสินเป็นสถาบันการเงินที่มั่นคง ดำเนินธุรกิจทางการเงินมากกว่า 80 ปี และมีรัฐบาลเป็นประกัน ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกรับรู้ในด้านความเชื่อถือได้

มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนที่เกี่ยวกับด้านการเข้าถึงจิตใจ ด้านความมั่นใจ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านลักษณะทางกายภาพแม้จะเป็นระดับรองลงมาก็ตาม และต่างก็เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อถือได้

ทั้งนี้เมื่อนำระดับคะแนนเฉลี่ยของการได้รับการไปเปรียบเทียบกับระดับคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังของผู้ใช้บริการพบว่า ระดับคะแนนเฉลี่ยในด้านลักษณะทางกายภาพของการได้รับการมีคะแนนน้อยกว่าคะแนนความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ซึ่งธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีจะต้องตระหนักและปรับระดับการให้บริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ

3. ความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง กับการได้รับการจากการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี

จากผลการศึกษาพบว่า การได้รับการจากการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี สูงกว่าความคาดหวังในปัจจัยกำหนดคุณภาพด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ ยกเว้น ด้านลักษณะทางกายภาพที่ความคาดหวังสูงกว่าการได้รับการจากการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี เมื่อพิจารณาโดยรวมในแต่ละด้าน มีค่าเป็นบวก แสดงว่าคุณภาพบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีดี ยกเว้นด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเป็นลบ แสดงว่าคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรีด้านลักษณะกายภาพไม่ดี เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องของสถานที่ของธนาคารออมสิน มีสถานที่ประกอบกิจการที่มีขนาดเล็ก จึงทำให้บางช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการมาใช้บริการจำนวนมาก ไม่มีสถานที่จอดรถและมีพนักงานไม่เพียงพอในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ (Shrestha.1997 : 77) ได้ทำการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของสายการบินแห่งชาติเนปาลในปี พ.ศ. 2540 พบว่าความแตกต่างในการบริการที่มีอยู่ในด้านลักษณะทางกายภาพซึ่งสามารถที่จะลดลงได้โดยการจัดการและการบริหารภายในองค์กร

4. เปรียบเทียบความคาดหวังและการได้รับการจากธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการบริการของธนาคารไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ วรวิทย์ คำแพงศิริลักษณ์.(2542 : 50-69) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานสินเชื่อและพนักงานบัญชี ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ส่วนผู้ใช้บริการที่มีเพศและอาชีพแตกต่างกันมีความรู้สึกรับรู้ต่อการได้รับการบริการของธนาคารแตกต่างกันซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ซึ่งสอดคล้องกับ จริญญา กุเมือง.(2542 : 55-78) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบุคคลิกภาพและการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด ทั้งนี้เป็นเพราะในธรรมชาติของมนุษย์นั้น ความคาดหวังเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิต เนื่องจากเป็นแรงผลักดันแห่งความต้องการพื้นฐาน ซึ่งเป็นความต้องการที่มนุษย์ทุกคนไม่ว่าเพศใด อายุเท่าใด ระดับการศึกษาใด และรายได้เท่าไร จะต้องการการตอบสนองเช่นเดียวกัน นอกเหนือจากความต้องการขั้นพื้นฐานแล้ว ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้การดังกล่าวย่อมต้องมีความต้องการ จากการเข้ารับการบริการ ดังนั้น ผู้ให้บริการที่มีความสามารถเข้าใจ ให้บริการด้วยทักษะ ความรู้ความชำนาญอย่างสม่ำเสมอ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ก็จะช่วยให้ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและความรู้สึกรับรู้จากการบริการลดลง

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการศึกษาความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี พบว่า มีความแตกต่างกันในคะแนนเฉลี่ยซึ่งในด้านภาพรวม และรายด้านถือว่ามีส่วนว่างระหว่างความคาดหวังและการได้รับการบริการ ซึ่งจะต้องปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการด้านต่าง ๆ เพื่อลดช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการได้รับการบริการของผู้ใช้บริการของธนาคาร อันจะนำมาซึ่งการบริการที่เหนือความคาดหวังของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้น จึงควรปรับปรุงการบริการด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรปรับปรุงเรื่องของสถานที่จอดรถให้เพียงพอ จัดแผนกในการให้บริการเป็นสัดส่วนที่เหมาะสม และมีป้ายบอกจุดรับบริการที่ชัดเจน ตลอดจนความพอเพียงของพนักงานที่ธนาคารจัดไว้สำหรับให้บริการลูกค้า รวมถึงการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ

ด้านความเชื่อถือได้ ควรมีการจัดฝึกอบรมให้พนักงานมีความรอบรู้ในงานที่ให้บริการ ทั้งนี้เพื่อให้พนักงานสามารถให้ความรู้แก่ลูกค้าเกี่ยวกับบริการธนาคาร ได้ถูกต้องและสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีขณะให้บริการ

ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ควรลดขั้นตอนของการบริการบางขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนเพื่อให้บริการได้รวดเร็วขึ้น

ด้านความมั่นใจ ควรมีการบำรุงรักษาและพัฒนาอุปกรณ์ที่ให้บริการให้ทันสมัยและไม่ขัดข้องบ่อยๆ

ด้านการเข้าถึงจิตใจ พนักงานควรเอาใจใส่ลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างทั่วถึง และให้ความช่วยเหลือลูกค้าเมื่อมีข้อสงสัยในการใช้บริการอย่างเป็นกันเอง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาครั้งนี้ หากมีผู้สนใจศึกษาต่ออาจทำได้โดย

1. ศึกษาเพิ่มเติมการบริการที่ผู้ใช้บริการคาดหวังและการได้รับการบริการที่ได้รับจริงทั่วทุกสาขา
2. ศึกษาว่าอุปสรรคอะไรบ้างที่ทำให้พนักงานธนาคารในระดับต่างๆ ไม่สามารถปฏิบัติตามการให้บริการได้ตามที่คาดหวัง เพื่อนำการศึกษาเรื่องนี้มาปรับปรุงแก้ไขในการบริการ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2544). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล เวอร์ชัน 7 - 10. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- _____ . (2545). หลักสถิติ พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุลชน ธนาพงศ์ธร. (2536). การบริหารงานบุคคล. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จริยา กุ่มเมือง. (2542). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบุคลิกภาพและการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาในเขตจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การบริหารองค์การ) ชลบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2534). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- เชิดศักดิ์ โฉวาสันธุ์. (2525). การวัดผลการศึกษา. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์และไพบุลย์ เกียรติโกมล. (2545). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. กรุงเทพฯ : บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- ธนาคารออมสิน. (2514). ประวัติธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี.
- ธนาคารออมสิน. (2545). รายงานประจำปี.
- ธนาคารออมสินภาคกรุงเทพ. (2544). เอกสารการเพิ่มคุณค่าในการให้บริการ.
- นราศรี ไวนิชกุลและชูศักดิ์ อุดมศรี. (2538). ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นำชัย ทนุผล. (2532). การวางแผนและการประเมินผลโครงการส่งเสริมการเกษตร. เชียงใหม่ : สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.
- นิคม สะอาดเยี่ยม. (2539). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : ศึกษากรณีสาขาซีคอนสแควร์. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาสังคม) กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- บุญเต็ม พันรอบ. (2528). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2541). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- พฤทธิสิทธิ์ บุญทน. (2536). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาชุมพวง จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาสังคม) กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- พลอย ปิ๋ว ร.ท. (2534). ทศนคติของผู้โดยสารที่มีต่อบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพ. วิทยานิพนธ์ ร.ม. (การบริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

- พิทักษ์ ตรุษทิม. (2538). ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการ
กรุงเทพมหานคร : ศึกษากรณีสำนักงานเขตยานนาวา กรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.
(พัฒนาลังคม) กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- เพชร หาลาภ. (2538). ความคาดหวังของผู้บังคับบัญชาซึ่งระดับกลางที่มีผลต่อบทบาทการปฏิบัติงาน
ของผู้บังคับบัญชาในระดับล่างในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก. วิทยานิพนธ์ วท.ม.
(จิตวิทยาอุตสาหกรรม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- เพ็ญแข แสงแก้ว. (2541). การวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : บริษัทบุญศิริการพิมพ์.
- ไพฑูรย์ เรืองกมล. (2540, มกราคม – มิถุนายน). แนวความคิดและทฤษฎีความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน.
วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา ปีที่ 21 : 10.
- ไพศาล หวังพาณิชย์. (2535). การวัดผลการศึกษา. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาจิตวิทยา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภัทรา นิคมานนท์. (2532) . การประเมินผลและการสร้างแบบทดสอบ. กรุงเทพฯ : บริษัทอักษรพิพัฒน์
จำกัด.
- ไมตรี วิไลกิจ. (2539). ความพึงพอใจของลูกค้าต่องานด้านบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด
(มหาชน) : ศึกษากรณีการให้บริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บสำนักงานใหญ่.
วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาลังคม) กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2541). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2540). สถิติวิทยาทางการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ : สุวีริยา
สาส์น.
- วรวิทย์ คำแพงศิริรัตน์. (2542). การศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานสินเชื่อ
และพนักงานบัญชี ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดหนองคาย. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.
(จิตวิทยาการให้คำปรึกษา) มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่าย
เอกสาร.
- วิญญา วิศาลาภรณ์. (2531). การวิจัยทางการศึกษา : หลักการและแนวปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- วิชัย พรหมเมศ. (2537). ความคาดหวังของนักศึกษาสายอาชีพสังกัดกรมอาชีวศึกษา ต่อการทำงาน
ภาคอุตสาหกรรม. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วิชาญ ฤทธิรงค์. (2538). เทคนิคการหาเงินฝาก. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์.
- วิฑูรณ สิมะโชติดี. (2537). จิตวิทยาอุตสาหกรรมและการพัฒนาองค์การ. กรุงเทพฯ : บริษัทเอเชียเพรส
(1989) จำกัด.
- ศรีนิตย์ บุญทอง. (2521). ความคาดหวังในบทบาทและตำแหน่งพัฒนาการที่มีวุฒิปริญญาและไม่จบ
ปริญญา. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาลังคม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

- ศรีสมบัติ พรประสิทธิ์. (2536). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านค้าชนบท ร.พ.ช. : ศึกษาเฉพาะกรณี จังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาลังคม) กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริการการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท วีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.
- สถิต วงศ์สวรรค์. (2529). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : เจริญรัตน์การพิมพ์.
- สมพงศ์ เกษมสิน. (2526) การบริหาร พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิชย์
- สันติ เจริญไชย. (2544). ความคาดหวังและการได้รับบริการจากการประกันภัยรถยนต์ของบริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด สาขาอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- สาโรช ไสยสมบัติ. (2534). ความพึงพอใจในการทำงานของครูอาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญ จังหวัดร้อยเอ็ด. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2519). จิตวิทยาสังคม. นครปฐม : โครงการเอกสารตำราเรียนวิทยาลัยครูนครปฐม.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2542). จิตวิทยาการบริการ. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุมนา อยู่โพธิ์. (2525). ตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์กระทรวงอุตสาหกรรม.
- สุรางค์ จันทร์เอม. (2529). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อักษรบัณฑิต.
- โสภา ชูพิกุลชัยและอรทัย ชื่นมณูชัย. (2520). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภา.
- อนุเทพ เปื่องบน. (2544). การศึกษาความพึงพอใจการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ ร.บ.ม. (นโยบายสาธารณะ) จันทบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.
- อนุรักษ มหาวิวัฒน์. (2537). การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าและพนักงานธนาคารกสิกรไทยในเขต33. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. (การบริหารการศึกษา) ขอนแก่น : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร.
- อ้อยทิพย์ กองสมบัติ. (2538). ความพึงพอใจของลูกค้าในการบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเลิงนกทา และสาขามุกดาหาร. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาลังคม) กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- อำนวย ลีทิพย์กุล. (2531). การธนาคารพาณิชย์การดำเนินงานและเทคโนโลยี. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภาษาอังกฤษ

- Bloom , Benjamin S. and others. (1981). **Evaluation to Improve Learning**. New York : McGraw Hill.
- Mc Cormick , Ernest J.andDaniel, Iigen R. (1980). **Industrial Psychology**. 7th ed. Englewood Cliffs, N J : Prentice Hall.
- Nguyen, N.d. (1997). **An Assessment of Service Quality Airline Industry : A Case Study of Vietnam Airlines**. Master Thesis M.Eng. (Industrial Engineering) Pathumthani : Graduate school Asian Institute of Technology. Photocopied.
- Joseph, M.J. and Blanton, A. G. (2000). **Juran's Quality Handbook**. 5th ed., Singapore : McGraw-Hill.
- Lind, D. A., Mason, R.D., and Marchal, W.G.(2000). **Basic statistics for Business and Economics**. 3rd ed, Singapore : McGraw Hill.
- Parasuraman, A., Valarie A. Z. and Leonard, L.B. (1990). **Delivering quality service : balancing customer perceptions and expectations**. New York : The Free Press.
- Parasuraman, A., Berry, Leonard L. & Zeithaml, Valarie A. (1991). **Understanding Customer Expectations of Services**. New York : The Free Press.
- Sarbin, T.R. (1994). **Constructing the Social**. New York : McGraw – Hill.
- Shrestha, R.K. (1997). **Evaluating Service Quality in the Airline Industry : A Case Study of Royal Nepal Airlines Corporation**. Master Thesis M.Eng. (Industrial Engineering) Pathumthani : Graduate school Asian Institute of Technology. Photocopied.
- Zikmund, W. G. (2000). **Exploring Marketing Research**. 7th ed . New York : The Drydon Press.

Website

<http://www.gsb.or.th>

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

การวิเคราะห์แบบสอบถาม

การหาค่าความเชื่อมั่นรายข้อและโดยรวมของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม

ความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารออมสิน
กรณีศึกษา ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้มี 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 : แบบสอบถาม เกี่ยวกับความคาดหวังและการได้รับการบริการจากธนาคารออมสิน
โดยสอบถามเกี่ยวกับ

1. ด้านลักษณะทางกายภาพ
2. ด้านความเชื่อถือได้
3. ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว
4. ด้านความมั่นใจ
5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ

ตอนที่1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ใน ○ ที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

○ 1. ชาย

○ 2. หญิง

2. อายุ ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

○ 1. ชั้นประถมศึกษา

○ 2. ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น

○ 3. ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

○ 4. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

○ 5. ปริญญาตรี

○ 6. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

○ 1. นักเรียน/นักศึกษา

○ 2. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

○ 3. ลูกจ้าง/รับจ้าง

○ 4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

○ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้

○ 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท

○ 2. 5,001 – 10,000 บาท

○ 3. 10,001 – 15,000 บาท

○ 4. 15,001 – 20,000 บาท

○ 5. 20,001 – 25,000 บาท

○ 6. 25,001 – 30,000 บาท

○ 7. มากกว่า 30,000 บาท

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและการได้รับการจากธนาคารออมสิน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย O ล้อมรอบตัวเลือกที่ตรงกับระดับความคาดหวังและระดับบริการที่ท่านได้รับจริงเพียงระดับละ 1 คำตอบ

ระดับความคาดหวัง น้อยที่สุด มากที่สุด	รายการ	ระดับบริการที่ท่านได้รับจริง น้อยที่สุด มากที่สุด
1 2 3 4 5 6 7	ด้านลักษณะทางกายภาพ 1. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	2. มีการจัดแผนกในการให้บริการเป็นสัดส่วนที่เหมาะสมและมีป้ายบอกจุดรับบริการที่ชัดเจน	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ เช่น ที่นั่งพักสำหรับรอรับบริการ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นต้น	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	4. มีการจัดเตรียมเครื่องเขียนและเอกสารแนะนำในการให้บริการอย่างเพียงพอ	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	5. ความพอเพียงของพนักงานที่ธนาคารฯ จัดไว้สำหรับให้บริการลูกค้า	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	6. มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาให้บริการ	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	7. ความสุภาพเรียบร้อยในการแต่งกายของพนักงาน	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	ด้านความเชื่อถือได้ 8. พนักงานสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีขณะให้บริการ	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	9. พนักงานมีความรอบรู้ในงานที่ให้บริการเป็นอย่างดี	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	10. พนักงานให้บริการด้วยความซื่อสัตย์สุจริต	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	11. ให้ความรู้แก่ลูกค้าเกี่ยวกับบริการของธนาคารได้ถูกต้อง	1 2 3 4 5 6 7

ระดับความคาดหวัง น้อยที่สุด มากที่สุด	รายการ	ระดับบริการที่ท่านได้รับจริง น้อยที่สุด มากที่สุด
1 2 3 4 5 6 7	ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว 12. การลดขั้นตอนของการบริการ เพื่อให้ บริการได้รวดเร็วขึ้น	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	13. ในขั้นตอนการให้บริการต่างๆ มีเครื่อง มือที่ทันสมัย	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	14. เมื่อท่านมาใช้บริการของธนาคารท่าน ได้รับการตรงตามความต้องการเสมอ	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	15. พนักงานที่ให้บริการมีความเต็มใจและ พร้อมให้บริการอย่างรวดเร็วโดยท่านไม่ ต้องรอนาน	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	16. พนักงานบริการด้วยความกระตือรือร้น	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	ด้านความมั่นใจ 17. ทุกครั้งที่มารับบริการ พนักงานจะให้ บริการด้วยความถูกต้อง	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	18. สถานที่ของธนาคารมีความปลอดภัย สำหรับลูกค้า	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	19. ความทันสมัยและความถูกต้องของ ระบบข้อมูล	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	20. อุปกรณ์ที่ให้บริการไม่ขัดข้องบ่อยๆ	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	ด้านการเข้าถึงจิตใจ 21. พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าที่มาใช้ บริการอย่างทั่วถึงและถือว่าลูกค้าทุกรายมี ความสำคัญ	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	22. พนักงานให้ความช่วยเหลือลูกค้าเมื่อมี ข้อสงสัยในการใช้บริการอย่างเป็นกันเอง	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	23 พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีและวาจา สุภาพอ่อนน้อม	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	24. พนักงานให้บริการเป็นไปตามลำดับ ขั้นตอนก่อน – หลัง ไม่มีการให้บริการลด ขั้นตอนแก่ลูกค้าบางคนเป็นพิเศษ	1 2 3 4 5 6 7
1 2 3 4 5 6 7	25.พนักงานเต็มใจที่จะรับฟังคำแนะนำ หรือข้อเสนอแนะจากลูกค้า	1 2 3 4 5 6 7

การวิเคราะห์แบบสอบถาม

ผู้วิจัย ได้นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นเป็นรายข้อ โดยทดสอบหาความเชื่อมั่นรวม โดยวิธีการของ Cronbach โดยทดลองแบบสอบถามกับกลุ่มประชากรเป้าหมาย จำนวน 40 ราย ทดสอบแบบสอบถามในส่วนที่ 2 เป็นคำถามที่วัดความคาดหวังและการได้รับการบริการของธนาคารออมสิน กรณีศึกษา ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการถนนเพชรบุรี จำนวน 25 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 – 25 เป็นคำถามที่วัดความคาดหวัง

ข้อที่ 26 – 50 เป็นคำถามที่วัดการได้รับการบริการ

โดยใช้ชุดคำถามเดียวกันวัดคำถามด้านความคาดหวังและการได้รับการบริการ

จากการทดสอบแบบสอบถามจำนวน 25 ข้อ แสดงค่าความเชื่อมั่นรายข้อ (Item Analysis) ดังนี้

ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นรายข้อ (Item Analysis)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

ข้อที่	Mean	Std Dev	Cases
1	4.1750	1.5995	40.0
2	4.8250	1.4656	40.0
3	4.7500	1.7209	40.0
4	4.8500	1.4772	40.0
5	4.7250	1.5687	40.0
6	4.7000	1.6517	40.0
7	5.3750	1.4621	40.0
8	4.9000	1.6140	40.0
9	5.0750	1.6233	40.0
10	5.4000	1.5981	40.0
11	5.2000	1.7570	40.0
12	4.6000	1.7658	40.0
13	4.6500	1.7179	40.0
14	5.1000	1.5657	40.0
15	5.1000	1.7217	40.0
16	4.9000	1.6610	40.0
17	5.3250	1.5752	40.0
18	5.2000	1.6391	40.0
19	5.1250	1.7127	40.0
20	5.2000	1.7274	40.0
21	5.2000	1.7127	40.0
22	5.2500	1.5484	40.0
23	5.2000	1.5884	40.0

24	5.4250	1.5172	40.0
25	5.0750	1.5424	40.0
26	3.3750	1.6747	40.0
27	4.1750	1.5002	40.0
28	4.7250	1.4140	40.0
29	4.5250	1.3585	40.0
30	4.2750	1.3006	40.0
31	4.3750	1.2339	40.0
32	5.7500	1.0801	40.0
33	4.7250	1.1980	40.0
34	4.9750	1.1655	40.0
35	5.6250	1.0786	40.0
36	5.3500	1.4060	40.0
37	4.6250	1.2947	40.0
38	4.4775	1.2606	40.0
39	5.1750	1.1068	40.0
40	4.9500	1.4133	40.0
41	5.1500	1.4060	40.0
42	5.6000	1.1277	40.0
43	5.6500	1.0754	40.0
44	5.1250	1.0667	40.0
45	4.7750	1.2707	40.0
46	5.3500	1.1886	40.0
47	5.2000	1.3048	40.0
48	5.4000	1.2568	40.0
49	5.6250	1.0300	40.0
50	5.1500	1.3502	40.0

แสดงความเชื่อมั่นรวม (Reliability) ของแบบสอบถามได้ดังนี้

Reliability Coefficients

N of Cases = 40.0

N of Items = 25

Alpha = .9641

จากการทดสอบค่าความเชื่อมั่นทั้งหมด (25 ข้อ) ได้ค่า Alpha = .9641 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถาม ที่นำมาทดสอบมีค่าความเชื่อมั่นในเกณฑ์สูง

ภาคผนวก ข

หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ
หนังสือขอความอนุเคราะห์
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ทม 1012/0๙56

วันที่ ๒๙ มกราคม 2546

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาววรรรัตน์ หวังเลิศสกุลชัย นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความคาดหวังและการได้รับบริการของธนาคารออมสิน กรณีศึกษา ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ ถนนเพชรบุรี” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัลลภ ลำพาย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ อาจารย์วรินทร์า ศิริสุทธิกุล และ อาจารย์อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามความคาดหวังและการได้รับบริการของธนาคารออมสิน กรณีศึกษา ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ ถนนเพชรบุรี

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบแบบสอบถาม ให้ นางสาววรรรัตน์ หวังเลิศสกุลชัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ ทม 1012/1086



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

31 มกราคม 2546

เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ ธนาคารออมสิน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาววรรรัตน์ หวังเลิศสกุลชัย นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความคาดหวังและการได้รับบริการของธนาคารออมสิน กรณีศึกษา ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ ถนนเพชรบุรี” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัลลภ ลำพาย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารออมสิน ศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ ถนนเพชรบุรี ตอบแบบสอบถามความคาดหวังและการได้รับบริการของธนาคารออมสิน กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน ศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ ถนนเพชรบุรี ในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอกความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาววรรรัตน์ หวังเลิศสกุลชัย ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

โทรสาร. 02-258-4119

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูล กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-2867297 มือถือ 09-1371052

ที่ ทม 1012/ 1023



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

31 มกราคม 2546

เรื่อง ขออนุญาตเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาถนนจันทน์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาววรรรัตน์ หวังเลิศสกุลชัย นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความคาดหวังและการได้รับบริการของธนาคารออมสิน กรณีศึกษา ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ ถนนเพชรบุรี” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัลลภ ลำพาย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขอให้ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาถนนจันทน์ เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามความคาดหวังและการได้รับบริการของธนาคารออมสิน กรณีศึกษา ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ ถนนเพชรบุรี ในระหว่างเดือนมกราคม 2546

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตให้ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาววรรรัตน์ หวังเลิศสกุลชัย ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพรณี หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

โทรสาร. 02-258-4119

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูล กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-2867297 มือถือ 09-1371052

ที่ ทม 1012/ ๕๐๙๕



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒๗ กุมภาพันธ์ 2546

เรื่อง ขออนุญาตเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาบางโพธิ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาววรรณี หวังเลิศสกุลชัย นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง "ความคาดหวังและการให้บริการของธนาคารออมสิน กรณีศึกษา ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ ถนนเพชรบุรี" โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัลลภ ลำพวย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขอให้ผู้ที่มาใช้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาบางโพธิ์ เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามความคาดหวังและการให้บริการของธนาคารออมสิน กรณีศึกษา ธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ ถนนเพชรบุรี ในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2546

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาต ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาววรรณี หวังเลิศสกุลชัย ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

โทรสาร. 02-258-4119

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-2867297 มือถือ 09-1371052

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รศ. ศิริวรรณ เสรีรัตน์	ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. อาจารย์ วรินทรา ศิริสุทธิกุล	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาววรรณ หวังเลิศสกุลชัย
วันเดือนปีเกิด	21 ตุลาคม พ.ศ. 2519
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	31/115 ซอยตากสิน 34 ถ.ตากสิน แขวงบวรคดี เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2536	มัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย
พ.ศ. 2540	ศศ.บ.(คณะวิทยาการการจัดการ) จากสถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
พ.ศ. 2546	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ