

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน
บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ

สารนิพนธ์
ของ
พิมพ์พรรณ ทรงวิเศษณ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2552

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน
บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ

สารนิพนธ์
ของ
พิมพ์พรรณ ทรงวิศิษฐ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2552
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน
บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ

บทคัดย่อ
ของ
พิมพ์พรรณ ทรงวิศิษฐ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2552

พิมพ์พรรณ ทรวงวิศิษฐ์. (2552). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา สารนิพนธ์ : ดร.วรางคณา อศิสรประเสริฐ.

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ ผู้ใช้บริการที่ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำนวน 223 คน ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้ค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 - 34 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ระหว่าง 10,001- 20,000 บาท

2. พฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีการใช้บริการประเภทเปิดบัญชีใหม่ / เปลี่ยนสมุด / ทำบัตร ATM ใช้บริการในช่วงเวลา 08.30 – 12.30 น. ระยะเวลาการเป็นลูกค้า มากกว่า 2 ปี – 4 ปี สาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน และมีการใช้บริการน้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน

3. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ อยู่ในระดับมาก

ผลทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และระยะเวลาการเป็นลูกค้า แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และระยะเวลาการเป็นลูกค้า แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า สาเหตุในการใช้บริการ และ จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจ ด้านบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า สาเหตุในการใช้บริการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

CUSTOMERS' SATISFACTION TOWARDS PERSONALITY AND EFFICIENCY OF KRUNG THAI
BANK PUBLIC COMPANY LIMITED'S OFFICERS IN NANA NUA OFFICE

AN ABSTRACT
BY
PHIMPHAN SONGVISIT

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in Management
at Srinakharinwirot University

May 2009

Phimphan Songvisit.(2009). Customers' Satisfaction towards Personality and Efficiency of Krung Thai Bank Public Company Limited's Officers in Nana Nua Office. Master Project, M.B.A. (Management). Bangkok :Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Dr. Warangkana Adisornprasert

The purpose of this research is to study customers' satisfaction towards personality and efficiency of Krung Thai Bank public company limited's officers in Nana Nua office. The sample for this research is 223 customers. Questionnaire is utilized as the research tool to collect data. The statistics to analyze the data are percentage, mean, standard deviation, Independent Sample t-Test and One-Way Analysis of Variance (ANOVA).

Results of the study are as follows:

1. Most of customers are female, age between 25 – 34 years old, holding bachelor's degree, working as government/ state enterprise officer, and having income range from 10,001 - 20,000 Baht.
2. They mostly use the services of open new account/ change book/ issue ATM card during 8.30 am. – 12.30 pm. They have been a customer of the bank more than 2 – 4 years and have used service less than 4 times per month and the cause of using is due to the convenient location.
3. The customers' satisfaction towards personality and efficiency of Krung Thai Bank public company limited's officers in Nana Nua office were at high level.

Results of hypothesis testing are as follows:

1. Customers with different gender, age, educational background, occupation, income range and the length of being bank's customers have different satisfaction in personality of Krung Thai Bank public company limited's officers in Nana Nua office at the statistical significant level of 0.05.
2. Customers with different gender, age, educational background, occupation, income range and the length of being bank's customers have different satisfaction in efficiency of Krung Thai Bank public company limited's officers in Nana Nua office at the statistical significant level of 0.05.
3. Customers with different the length of being bank's customers, cause of using service and frequency of using service per month have different satisfaction in personality of Krung Thai Bank public company limited's officers in Nana Nua office at the statistical significant level of 0.05.
4. Customers with different service using period, the length of being bank's customers, cause of using service and frequency of using service per month have different satisfaction in efficiency of Krung Thai Bank public company limited's officers in Nana Nua office at the statistical significant level of 0.05.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงาน
ของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ของ พิมพ์พรรณ ทรงวิศิษฐ์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควร
รับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร.วรางคณา อติสรประเสริฐ)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(อาจารย์ ดร.วรางคณา อติสรประเสริฐ)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพชรรัตน์ มีสมบุญพันธุ์พูนสุข)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร. ธนัยวงศ์ กิริตวานิชย์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่.....เดือน..... พ.ศ. 2552

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากความกรุณา และความช่วยเหลือเป็นอย่างยิ่งจากอาจารย์ ดร.วรางคณา อิศรประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะ ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำสารนิพนธ์ให้สำเร็จลุล่วง ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพชรรัตน์ มีสมบุญพันธุ์พูนสุข และอาจารย์ ดร.ธนัยวงศ์ กิรติวานิชย์ ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์ และเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้ ตลอดจนประสบการณ์ที่มีค่าแก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบคุณพี่ๆ และเพื่อนๆ ที่มีน้ำใจให้ความช่วยเหลือ แบ่งปันความรู้และเป็นกำลังใจให้กันมาโดยตลอด

พิมพ์พรรณ ทรงวิศิษฐ์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
สมมุติฐานในการวิจัย.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ	9
ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงาน.....	13
ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ.....	17
ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	28
ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	32
ประวัติศาสตร์การ.....	41
เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	44
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	49
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	49
การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัย.....	50
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
สถิติที่ใช้ในงานวิจัย.....	54
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	157
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	157
สมมติฐานในการวิจัย.....	157
ขอบเขตของการวิจัย.....	158
การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัย.....	158
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	159
การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล.....	160
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	160
อภิปรายผล.....	166
ข้อเสนอแนะ.....	172
บรรณานุกรม.....	175
ภาคผนวก.....	180
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	181
ภาคผนวก ข หนังสือเรียนเชิญผู้เชี่ยวชาญจากบัณฑิตวิทยาลัย.....	186
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	188

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวน และร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ.....	59
2 แสดงจำนวน และร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ รวมชั้นใหม่.....	61
3 แสดงจำนวนร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงาน เหนือด้านประเภทของบริการที่ใช้.....	63
4 แสดงจำนวนร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงาน เหนือด้านประเภทของบริการที่ใช้ รวมชั้นใหม่.....	65
5 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ.....	67
6 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านรูปร่าง.....	68
7 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านความรู้ความสามารถ.....	69
8 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านเขว่นปัญญา.....	70
9 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านความสนใจใฝ่รู้.....	71
10 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านนิสัย.....	71
11 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ.....	72
12 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน.....	73
13 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านทำตามลำดับความสำคัญ.....	73
14 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation).....	74

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา.....	75
16 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามเพศ.....	76
17 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามอายุ.....	77
18 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านเชาว์ปัญญา.....	79
19 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านความสนใจใฝ่รู้.....	79
20 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านนิสัย.....	80
21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	81
22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านเชาว์ปัญญา จำแนกตามระดับการศึกษา.....	83
23 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านนิสัย จำแนกตามระดับการศึกษา.....	84
24 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามอาชีพ.....	85
25 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทยสำนักงานนาเหนือ ด้านรูปร่าง จำแนกตามอาชีพ.....	87

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
26 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทยสำนักงานเหนือ ด้านความรู้ความสามารถ จำแนกตามอาชีพ.....	88
27 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทยสำนักงานเหนือ ด้านเชาวน์ปัญญา จำแนกตามอาชีพ.....	89
28 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทยสำนักงานเหนือ ด้านความสนใจใฝ่รู้ จำแนกตามอาชีพ.....	90
29 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทยสำนักงานเหนือ ด้านนิสัยใจดี จำแนกตามอาชีพ.....	91
30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ จำแนกตามระดับรายได้.....	93
31 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือด้านรูปร่าง จำแนกตามระดับรายได้.....	95
32 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านความรู้ความสามารถ จำแนกตามระดับรายได้.....	96
33 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือด้านเชาว์ปัญญา จำแนกตามระดับรายได้.....	97
34 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือด้านความสนใจใฝ่รู้ จำแนกตามระดับรายได้.....	98

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
35 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มี ความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือด้าน นิสัย จำแนกตามระดับรายได้.....	99
36 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทยสำนักงานนาเหนือ จำแนกตามเพศ.....	101
37 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทยสำนักงานนาเหนือ จำแนกตามอายุ.....	102
38 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุของผู้ใช้บริการที่มีความพึง พอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนา เหนือ ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ จำแนกตามอายุ.....	103
39 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกการศึกษา.....	104
40 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการต่อ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้าน คิดแบบชนะ/ชนะ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	106
41 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามอาชีพ.....	107
42 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ใช้บริการที่มีความพึง พอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนา เหนือ ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน จำแนกตามอาชีพ.....	109
43 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ใช้บริการที่มีความพึง พอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนา เหนือ ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ จำแนกตามอาชีพ.....	110

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
44 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทยสำนักงานนาเหนือ ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา จำแนกตามอาชีพ.....	111
45 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามระดับรายได้.....	113
46 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน จำแนกตามระดับรายได้.....	114
47 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านทำตามลำดับความสำคัญ จำแนกตามระดับรายได้.....	116
48 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ จำแนกตามระดับรายได้.....	117
49 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา จำแนกตามระดับรายได้.....	118
50 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามประเภทของบริการที่ใช้.....	120
51 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ.....	122

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
52 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพ ของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามระยะเวลาการเป็น ลูกค้า.....	124 123
53 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระยะเวลาการเป็นลูกค้าของ ผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนัก นาเหนือ ด้านรูปร่าง จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า.....	125
54 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระยะเวลาการเป็นลูกค้าของ ผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนัก นาเหนือ ด้านนิสัย จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	126
55 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพ ของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามสาเหตุในการใช้ บริการ.....	127
56 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างสาเหตุในการใช้บริการของ ผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนัก นาเหนือ ด้านความสนใจใฝ่รู้ จำแนกตามสาเหตุในการใช้บริการ.....	129
57 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพ ของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้ บริการ.....	131
58 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของ ผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านรูปร่าง จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ.....	133
59 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของ ผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบุคลิกภาพของพนักงานด้านเชาวน์ ปัญญา จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ.....	134
60 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของ ผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนัก นาเหนือ ด้านความสนใจใฝ่รู้ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ.....	135

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
61 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านนิสัย จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ.....	1364
62 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามประเภทของบริการที่ใช้.....	137
63 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ.....	139
64 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างช่วงเวลาที่ใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ.....	140
65 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า.....	141
66 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระยะเวลาการเป็นลูกค้าของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า.....	143
67 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามสาเหตุในการใช้บริการ.....	144
68 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างสาเหตุในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา จำแนกตามสาเหตุในการใช้บริการ.....	146

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
69 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างสาเหตุในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา จำแนกตามสาเหตุในการใช้บริการ.....	148
70 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ.....	150
71 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ.....	152
72 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านทำตามลำดับความสำคัญ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ.....	153
73 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทยสำนักงานนาเหนือ ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้	154
74 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนที่จะให้คนอื่นเข้าใจเรา จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ.....	155

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงโครงสร้างการจัดการระบบบริการขององค์กร.....	19
2 แสดงโครงสร้างของระบบบริการ.....	21

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในยุคที่ธุรกิจต่างแข่งขันกันเพื่อครองใจลูกค้า อันเนื่องมาจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อโอกาสทางธุรกิจโดยรวม ทำให้ธุรกิจเกิดการแข่งขันที่รุนแรงและองค์กรต้องมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ซึ่งกลยุทธ์ที่หลายองค์กรเลือกใช้ ก็คือ การสร้างสินค้าใหม่ๆ การให้บริการที่ดีขึ้น และการปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการ (การเงินธนาคาร : สิงหาคม 2551)

ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงมาก และมีแนวโน้มที่จะทวีความรุนแรงมากขึ้นตามลำดับ สิ่งที่เป็นกุญแจสำคัญที่สุดที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จก็คือ การมุ่งสร้างสรรค์การบริการที่ดีเลิศให้เกิดขึ้นกับลูกค้าที่มาใช้บริการ นำไปสู่การบริหารคุณภาพในการบริการ ซึ่งถือว่าเป็นหัวใจสำคัญในทุกๆ ธุรกิจ ลูกค้าคือบุคคลที่มีความสำคัญที่สุดเนื่องจากการบริการที่มีคุณภาพย่อมทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ นำไปสู่การใช้บริการต่อเนื่องหรือเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้า ซึ่งถือได้ว่า สิ่งเหล่านี้คือความมุ่งหวังสูงสุดของธุรกิจบริการนั่นเอง

การบริการมีลักษณะที่สำคัญ คือ ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) ไม่แน่นอน (Variability) และไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) จึงทำให้การกำหนดวัดค่าคุณภาพของการบริการทำได้ยาก ดังนั้น เกณฑ์ที่จะชี้วัดถึงคุณภาพของการบริการ ก็คือ ความพึงพอใจในการให้บริการ และบุคคลที่จะเป็นผู้ตัดสินว่าการบริการมีคุณภาพหรือไม่ ก็คือ ผู้ใช้บริการนั่นเอง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2546 : 432)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการถือได้ว่าเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของธุรกิจ หากผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อธุรกิจอย่างมาก นั่นก็หมายความว่า ธุรกิจสามารถทำกำไรได้ในระยะยาวในทางตรงกันข้าม หากผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจน้อย นั่นก็หมายความว่า ธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จในการทำกำไรหรือไม่ประสบความสำเร็จในดำเนินธุรกิจ

จากวิสัยทัศน์ (Vision) ของบมจ.ธนาคารกรุงไทย ที่ว่า “ธนาคารแสนสะดวก (The Convenience Bank) สำหรับลูกค้ารายย่อย ภาคธุรกิจ ภาครัฐ และสถาบัน” และพันธกิจ (Mission) ที่ว่า “เป็นสถาบันการเงินชั้นนำของประเทศ ที่มุ่งเน้นการให้บริการที่เป็นเลิศ สามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีได้อย่างยั่งยืน ส่งเสริมการสร้างทุนทางปัญญา และยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี” ทางสำนักงานนาเหนือจึงได้ดำเนินการตามนโยบายธนาคาร โดยการนำโครงการที่มุ่งเน้นการให้บริการที่เป็นเลิศมาใช้ในสาขา ได้แก่ โครงการสวัสดิการ ที่มุ่งเน้นการต้อนรับ

ลูกค้าด้วยรอยยิ้มและความอบอุ่นเป็นกันเอง และโครงการการรับประกันคุณภาพการบริการ ที่มุ่งเน้นในเรื่องของระยะเวลาการให้บริการเพื่อไม่ให้ลูกค้าต้องรอคอยเป็นเวลานานเกินไป (ธนาคารกรุงไทย. 2551: ฐานข้อมูลออนไลน์)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ” ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ (Personality) ถือได้ว่าเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของการบริการ เนื่องจากผู้ให้บริการจะเห็นบุคลิกภาพของพนักงานผู้ให้บริการก่อนที่จะใช้บริการ ดังนั้น หากพนักงานผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดีย่อมส่งผลให้ผู้ให้บริการเกิดความรู้สึกประทับใจตั้งแต่แรกเห็น (First impression) ในทางตรงกันข้าม หากพนักงานผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ไม่ดี ก็ส่งผลให้ผู้ให้บริการไม่ยอมมาใช้บริการด้วยเช่นกัน ปัจจัยต่อมา คือ ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญเช่นกัน เนื่องจากการวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหลังจากได้รับการบริการแล้ว โดยผู้ให้บริการจะทำการประเมินจากการที่ได้เข้าไปใช้บริการและพบว่าพนักงานผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถ และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีมากน้อยเพียงไร โดยเลือกแผนกบริการเป็นตัวอย่างในการทำวิจัย เนื่องจากแผนกบริการเป็นแผนกที่มีการติดต่อกับผู้ให้บริการมากที่สุดและเปรียบเสมือนด่านสำคัญของสำนักงานนาเหนือ ความประทับใจของผู้ใช้บริการที่เกิดขึ้นไม่ใช่เกิดขึ้นจากความพึงพอใจในการบริหารหรือผลประโยชน์ที่ธนาคารมอบให้เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังรวมถึงพนักงานผู้ให้บริการด้วยเช่นกัน เนื่องจากการทำธุรกรรมทางการเงินนั้น ผู้ใช้บริการจะต้องมีความไว้วางใจในพนักงานผู้ให้บริการว่าจะทำธุรกรรมด้วยความถูกต้องและเชื่อถือได้ จะเห็นได้จาก ผู้ใช้บริการบางรายเลือกติดต่อหรือทำธุรกรรมกับพนักงานที่มีความคุ้นเคยมากกว่าติดต่อกับพนักงานใหม่ สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานมีผลต่อการใช้บริการซ้ำได้อย่างชัดเจน ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสามารถช่วยให้ผู้บริหารวางแผนทางในการให้ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องในการดูแลบุคลิกภาพและการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานแก่พนักงานผู้ให้บริการเพื่อให้พนักงานผู้ให้บริการสามารถสร้างความพึงพอใจและมัดใจให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการกับทางธนาคารอย่างต่อเนื่อง

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และระดับรายได้
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ โดยจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ซึ่งประกอบไปด้วย ประเภทของบริการที่ใช้ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า สาเหตุในการใช้บริการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

ความสำคัญของการวิจัย

1. บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ สามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น
2. บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ สามารถนำผลที่ได้ไปใช้วางแผนในการพัฒนาบุคลิกภาพในการทำงานของพนักงานผู้ให้บริการ
3. บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ สามารถนำผลที่ได้ไปใช้วางแผนในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานผู้ให้บริการ

ขอบเขตของการวิจัย

1.ขอบเขตของเนื้อหา

การศึกษครั้งนี้ผู้วิจัยทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ

2.ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ให้บริการที่มาใช้บริการบมจ.ธนาคารกรุงไทย ณ สำนักงานนาเหนือ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ให้บริการบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้หลักเกณฑ์ในการคำนวณโดยอ้างอิงจากข้อมูลลูกค้าที่ใช้บริการจำนวนเฉลี่ยต่อวัน 500 คน (ที่มา: ข้อมูลจำนวนลูกค้าของสำนักงานนาเหนือ, 2550) มาเป็น

เกณฑ์ในการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ได้จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 223 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota) ตามแผนกที่ใช้บริการ และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience)

3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ

3.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่

3.1.1.1 เพศ

- 1) ชาย
- 2) หญิง

3.1.1.2 อายุ

- 1) ต่ำกว่า 25 ปี
- 2) 25 - 34 ปี
- 3) 35 - 44 ปี
- 4) 45 - 54 ปี
- 5) 55 ปีขึ้นไป

3.1.1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

- 1) มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า
- 2) มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
- 3) อนุปริญญา หรือเทียบเท่า
- 4) ปริญญาตรี
- 5) สูงกว่าปริญญาตรี

3.1.1.4 อาชีพ

- 1) นักเรียน/ นักศึกษา
- 2) ประกอบกิจการส่วนตัว/ ค้าขาย
- 3) ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 4) พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน

3.1.1.5 ระดับรายได้

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- 2) 10,001 – 20,000 บาท
- 3) 20,001 – 30,000 บาท
- 4) 30,001 – 40,000 บาท
- 5) 40,001 – 50,000 บาท

6) 50,001 บาทขึ้นไป

3.1.2 พฤติกรรมการใช้บริการ

- 3.1.2.1 ประเภทของบริการที่ใช้
- 3.1.2.2 ช่วงเวลาที่ใช้บริการ
- 3.1.2.3 ระยะเวลาการเป็นลูกค้า
- 3.1.2.4 จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน
- 3.1.2.5 สาเหตุในการใช้บริการ
- 3.1.2.6 การแนะนำการใช้บริการ

3.2 ตัวแปรตาม

3.2.1 ความพึงพอใจด้านบุคลิกภาพ

- 1) รูปร่าง
- 2) ความรู้ความสามารถ
- 3) เชวชาญปัญญา
- 4) ความสนใจใฝ่รู้
- 5) นิสัย

3.2.2 ความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพในการทำงาน

- 1) ต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน
- 2) ทำตามลำดับความสำคัญ
- 3) คิดแบบชนะ/ชนะ
- 4) เข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา

นิยามศัพท์

1. ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้ที่เคยใช้บริการต่างๆ ผ่านเคาน์เตอร์บริการ ได้แก่ การฝาก การถอน และการโอนเงิน การเปิดบัญชีใหม่ การซื้อเช็ค และการชำระค่าบริการ
2. เคาน์เตอร์สูง หมายถึง เคาน์เตอร์ที่ให้บริการรับฝาก-ถอนเงินสด โอนเงินระหว่างบัญชี และชำระค่าบริการ
3. เคาน์เตอร์เตี้ย หมายถึง เคาน์เตอร์ที่ให้บริการเปิดบัญชีใหม่ ทำบัตรเอทีเอ็ม ซื้อเช็ค เซียร์เช็ค เช็คของขั้วญ ตัวแลกเงิน และ โอนเงินบาทเนต
4. เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า (Authorized Teller) หมายถึง พนักงานเคาน์เตอร์ที่ให้บริการทางการเงินแก่ลูกค้า

5. ความพึงพอใจในการบริการ หมายถึง ความรู้สึกดีหรือความรู้สึกประทับใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อพนักงานผู้ให้บริการในด้านบุคลิกภาพและด้านประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานผู้ให้บริการ

6. บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะภายในและภายนอกของพนักงานผู้ให้บริการ โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้

6.1 รูปร่าง หมายถึง รูปร่างหน้าตา ส่วนสูง น้ำเสียง การแต่งกาย รวมถึงสุขอนามัย

6.2 ความรู้ความสามารถ หมายถึง ความรู้ที่ได้จากการศึกษาเล่าเรียน การฝึกอบรม รวมทั้งประสบการณ์ต่างๆ

6.3 เชาวน์ปัญญา หมายถึง ไหวพริบ ความสามารถในการเข้าใจและตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งสามัญสำนึกที่จะแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

6.4 ความถนัด หมายถึง ความสามารถในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นพิเศษ

6.5 ความสนใจใฝ่รู้ หมายถึง ความเอาใจใส่และความสนใจในเรื่องราวต่างๆ

6.6 นิสัย หมายถึง ลักษณะที่แสดงออกของแต่ละบุคคล เช่น เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เยือกเย็น หรือขี้โมโห

6.7 สภาพแวดล้อม หมายถึง สิ่งที่อยู่รอบตัวของแต่ละบุคคล เช่น สภาพครอบครัว สถานศึกษา สังคม ธรรมเนียม ประเพณี

7. ประสิทธิภาพในการทำงาน หมายถึง ความสามารถของพนักงานในการปฏิบัติงานในความรับผิดชอบให้ประสบผลสำเร็จ ประกอบไปด้วย 7 ด้าน ได้แก่

7.1 ต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน หมายถึง การเริ่มต้นกระตุ้นหรือทำสิ่งต่างๆ เพื่อให้ได้รับการตอบสนองก่อนคนอื่น

7.2 เริ่มต้นด้วยจุดมุ่งหมายในใจ หมายถึง การเริ่มต้นทำสิ่งใดจะต้องเริ่มมาจากสิ่งที่เราคิดในใจ และการลงมือทำสิ่งที่คิดในใจให้เป็นจริง

7.3 ทำตามลำดับความสำคัญ หมายถึง การจัดการบริหารเวลา การรู้จักปฏิเสธเพื่อที่จะทำสิ่งที่สำคัญมากที่สุดก่อน

7.4 คิดแบบชนะ/ชนะ หมายถึง การแก้ไขปัญหาเพื่อให้ได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย

7.5 เข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา

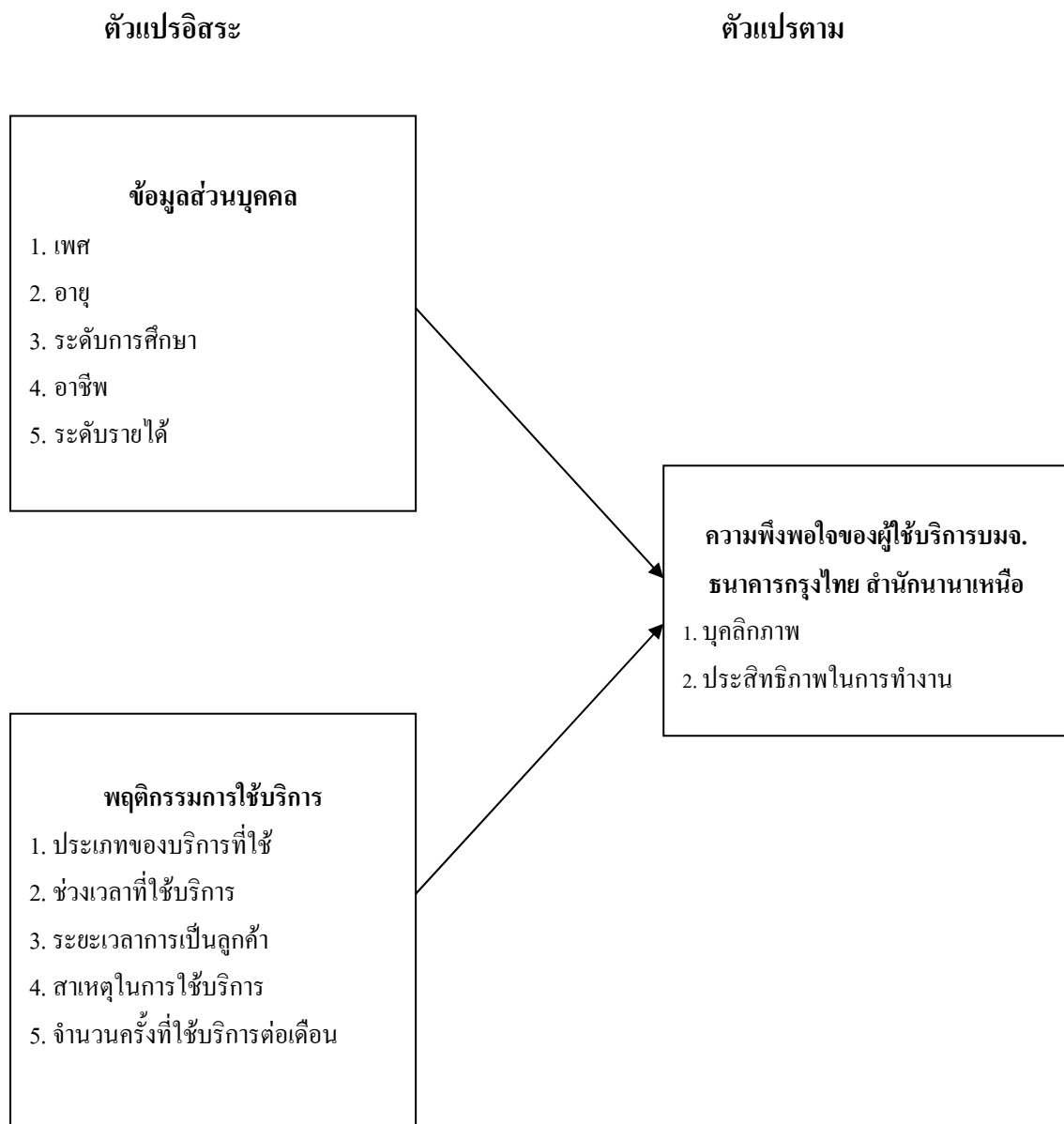
7.6 ประสานพลังสร้างสิ่งใหม่ หมายถึง การนำข้อดีของตัวบุคคลทั้งหมดมารวมกันเพื่อทำงานใหญ่ให้ประสบความสำเร็จ

7.7 กลับมือให้คมอยู่เสมอ หมายถึง การนำความสามารถออกมาใช้อย่างสม่ำเสมอ

8. พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง การแสดงออกถึงการใช้บริการในลักษณะต่างๆของผู้ใช้บริการ เช่น ประเภทของบริการที่ใช้ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า สาเหตุในการใช้บริการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ เป็นต้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษา เรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ” มีกรอบแนวความคิด รวมถึงมีการกำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้



สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และระยะเวลาการเป็นลูกจ้าง แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และระยะเวลาการเป็นลูกจ้าง แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน
3. ผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน
4. ผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าและวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพ และประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ดำเนินการไปตามลำดับขั้นตอน ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยกำหนดประเด็นในการนำเสนอ ดังนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงาน
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
4. ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
5. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
6. ประวัติความเป็นมาของธนาคาร
7. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ

ความหมายของบุคลิกภาพ

นิภา นิธยาชน (2530: 23) กล่าวว่า บุคลิกภาพ (Personality) มาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า Persona ซึ่งแปลว่าหน้ากากที่ตัวละครกรีก และโรมันในสมัยก่อนสวมใส่ เพื่อแสดงบุคลิกลักษณะที่แตกต่างกันให้ผู้ดูซึ่งอยู่ในระยะไกลสามารถมองเห็น

เจดศักดิ์ ไชวสินธ์ (2520: 3) กล่าวว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะนิสัย (Traits) ที่รวมกันเป็นแบบฉบับเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล และเป็นสิ่งที่ยังให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยพิจารณาได้จากรูปแบบพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกหรือตอบสนอง (Interaction) ต่อสิ่งแวดล้อม

จุฬา บุรีภักดี (2532: 13) กล่าวว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะอันเป็นสิ่งที่จำเพาะของแต่ละบุคคล ซึ่งแสดงออกทางท่าทาง ความรู้สึกนึกคิด ความเฉลียวฉลาด ตลอดจนกิริยามารยาท การแต่งกายสุภาพงดงาม มีอุปนิสัยที่ดี มีความสามาร่วมอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่ทำร้ายจิตใจผู้อื่น มีน้ำใจ มีความเข้าใจผู้อื่น และเป็นผู้วางตนเหมาะสมกับสภาพการณ์ต่างๆ และบุคคล

บุตร ประดิษฐ์วณิช (2533: 30) กล่าวว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะภาพของบุคคลตามที่ปรากฏแก่สายตาผู้อื่นหรือภาพที่แสดงในชีวิตสังคม

คาร์ล (Bernard, 1971: 4 ; citing Karl, 1956) กล่าวว่า บุคลิกภาพเป็นลักษณะประจำตัวของบุคคล เช่น ความสูง น้ำหนัก ความรัก ความเกลียด ปฏิกริยาตอบสนอง ลักษณะการยิ้ม เป็นต้น

มอร์แกน และริชาร์ด (Morgan and Richard, 1966) กล่าวว่า บุคลิกภาพ คือ คุณสมบัติและคุณลักษณะเด่นของบุคคล รวมทั้งการปรับตัวของบุคคลต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ

กู๊ด (Good, 1973: 417) กล่าวว่า บุคลิกภาพเป็นผลรวมของพันธุกรรมและประสบการณ์ทั้งหมดของบุคคล

แคทเทล (Cattell, 1970: 320) กล่าวว่า บุคลิกภาพ คือ สิ่งที่ช่วยให้เราทำนายได้ว่าบุคคลจะกระทำการอย่างไรในสภาพการณ์ที่กำหนดให้

นวลละอ อสุภาพผล (2527: 68) ได้สรุปไว้ว่า บุคลิกภาพมีความหมายครอบคลุม 2 ประการ คือ

1. เป็นความหมายที่แสดงถึงทักษะทางสังคมหรือความคล่องตัว เป็นความสามารถในการตอบสนองกับบุคคลต่างๆ ในสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันไป ในความหมายนี้บุคลิกภาพสามารถฝึกฝนได้

2. พิจารณาบุคลิกภาพในลักษณะเป็นสิ่งที่ติดตัวมาและแสดงออกหรือสร้างความรู้สึกระหว่างบุคคลอื่นที่เขาติดต่อด้วย ซึ่งบุคคลที่ติดต่อด้วยนั้นจะมีความคิดเห็นต่อบุคคลนั้นในลักษณะต่างๆ เช่น บุคลิกภาพก้าวร้าว (Aggressive Personality) บุคลิกภาพยอมตามผู้อื่น (Submissive Personality) หรือ บุคลิกภาพน่ากลัว (Fearful Personality)

กัทธีรา กมลรัตนเวช (2549) สรุปความหมายของ “บุคลิกภาพ” ไว้ว่า บุคลิกภาพ คือ ลักษณะโดยส่วนรวมของบุคคล ทั้งลักษณะทางกาย ซึ่งได้แก่ รูปร่างหน้าตา กิริยาท่าทาง น้ำเสียง คำพูด ความสามารถทางสมอง ทักษะการทํากิจกรรมต่างๆ และลักษณะทางจิต ซึ่งได้แก่ ความรู้สึกนึกคิด เจตคติ ค่านิยม ความสนใจ ความมุ่งหวัง อุดมคติ เป้าหมาย และความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม ซึ่งลักษณะดังกล่าวจะบ่งบอกให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล

จากความหมายของคำว่า บุคลิกภาพ ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลที่แสดงออกมาให้ผู้อื่นรับรู้ ทั้งที่เป็นลักษณะภายนอก ได้แก่ รูปร่างหน้าตา กิริยาท่าทาง ทักษะความสามารถ อุปนิสัย การแต่งกาย และลักษณะภายใน เช่น ความรู้สึกนึกคิด ความสนใจ ค่านิยม ความเข้าใจผู้อื่น รวมถึงการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ

สิ่งที่กำหนดบุคลิกภาพ (Personality Determinants)

ทฤษฎีวัลย์ สุทิน ได้สรุปเกี่ยวกับสิ่งที่กำหนดบุคลิกภาพไว้ดังนี้ บุคลิกภาพ มีผลมาจาก 3 องค์ประกอบ คือ พันธุกรรม (Heredity), สิ่งแวดล้อม (Environment Factors) และสถานการณ์ (Situation Conditions)

พันธุกรรม (Heredity) จากการวิจัยพบว่า ลักษณะต่าง ๆ ทั้งทางชีวภาพ กายภาพ และจิตวิทยาภายใน จะถูกถ่ายทอดจาก บิดา-มารดา สืบต่อกันผ่านทางยีนที่อยู่ในโครโมโซม ทั้งนี้มีเหตุยืนยันจาก

1. การสังเกตพฤติกรรม และอารมณ์ในวัยเยาว์ ซึ่งพบว่าลักษณะต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความวิตกกังวล ความกลัว ฯลฯ จะถูกถ่ายทอดผ่านยีนพ่วงกับลักษณะทางกายภาพ เช่น ความสูง สีผม ฯลฯ

2. การศึกษาคู่แฝดที่ถูกแยกเลี้ยงดูให้ห่างกันตั้งแต่เยาว์วัย โดยนักวิจัยได้ศึกษาคู่แฝดกว่า 100 ราย พบว่า แม้จะถูกแยกเลี้ยงดู ก็จะมีลักษณะคล้ายคลึงกันหลายประการ เช่น คู่แฝดหนึ่งที่ถูกเลี้ยงห่างกัน 45 ไมล์ เป็นเวลา 39 ปี ยังใช้รถยนต์สี และรุ่นเดียวกัน สวมบุหรี่ยี่ห้อเดียวกัน เลี้ยงสุนัขชื่อเดียวกัน และใช้วันพักร้อนที่ชายหาดเดียวกัน โดยพักห่างกัน 3 ช่วงตึก ทั้งๆ ที่ชายหาดดังกล่าวอยู่ห่างที่อยู่อาศัยถึง 1,500 ไมล์

3. การตรวจสอบความพึงพอใจต่องาน ภายใต้เวลาและสถานการณ์ต่างๆ ว่ามีความสม่ำเสมออย่างไร

สิ่งแวดล้อม ในขณะที่ผลจากพันธุกรรมจะมีขีดจำกัดในการสร้างบุคลิกภาพ ความต้องการของสังคมหรือสิ่งแวดล้อมที่บุคคลนั้นดำรงอยู่ จะคอยปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพให้แปรเปลี่ยนไป

สถานการณ์ บุคลิกภาพที่มักจะสม่ำเสมอ อาจแปรเปลี่ยนไปภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น (มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, ฐานข้อมูลออนไลน์: 2551)

หลักในการคัดเลือกบุคคล (Seven Point Plan)

ศรีอรุณ เรศานนท์ (2537: 147) ได้อ้างอิงทฤษฎีการคัดเลือกบุคคลของ อเล็ก รอดเจอร์ (Alec Rodger: 1952) แห่งสถาบันจิตวิทยาอุตสาหกรรมแห่งชาติประเทศอังกฤษ ได้ให้หลัก 7 ประการในการคัดเลือกบุคคล ดังนี้

1. รูปร่างหรือบุคลิกภาพ (Physical Appearance) หมายถึง รูปร่างหน้าตา น่านักส่วนสูง ท่าทาง น้ำเสียง การแต่งกาย และบุคลิกลักษณะที่ปรากฏให้เห็นได้ รวมถึงสุขภาพอนามัยด้วย

2. ความรู้ความสามารถ (Knowledge) ได้แก่ ความรู้สามัญที่ได้ศึกษาจากสถาบันการศึกษา การฝึกอบรมและทัศนศึกษาเพิ่มเติมในสาขาวิชาต่างๆ รวมทั้งประสบการณ์ในการทำงาน

3. เชาวนปัญญาหรือความเฉลียวฉลาด (Intelligence) หมายถึง ความมีไหวพริบสติปัญญา ความสามารถเข้าใจและตัดสินใจปัญหาสำคัญๆ ได้ รวมทั้งการมีสามัญสำนึกที่จะแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

4. ความถนัดหรือพรสวรรค์ (Aptitude) ความถนัดนี้ไม่สามารถฝึกฝนเพิ่มเติมได้มากนัก แต่อาจพัฒนาขึ้นได้บ้าง

5. ความสนใจใฝ่รู้ (Interest) หมายถึง ความเอาใจใส่ ความสนใจของแต่ละบุคคลว่ามีความสนใจในเรื่องราวต่างๆ มากน้อยเพียงไร

6. นิสัย (Habit) เช่น เอาการเอางาน เหลาะแหละไม่สู้งาน โอบอ้อมอารี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เขียวเข่น หรือจี้โมโห

7. สภาพแวดล้อม (Environment) ได้แก่ สภาพครอบครัว สถานศึกษา สังคม ธรรมเนียมประเพณี สิ่งต่างๆ เหล่านี้อาจมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อชีวิตของบุคคลนั้น

ชนิดของบุคลิกภาพ (Personality Types)

สิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550: 298) ได้สรุปชนิดของบุคลิกภาพไว้ดังนี้ บุคลิกภาพแบบ A (Type A Personality) จะเป็นบุคลิกที่มีความก้าวร้าว ต้องการความสำเร็จอย่างไม่หยุดหย่อน ในเวลาที่สั้นๆ และถ้าจำเป็นก็พร้อมจะตอบโต้กับอุปสรรคที่มากระทบ โดยมากจะแสดงออกผ่าน

- การเคลื่อนไหว การเดิน การรับประทานอาหารอย่างรวดเร็ว
- เบื่อหน่ายกับการรอคอย
- พยายามคิด หรือทำหลายๆ อย่างพร้อมกัน
- ไม่ชอบปล่อยให้เวลาว่างเปล่า
- ชื่นชมกับตัวเลข โดยเฉพาะการวัดความสำเร็จเป็นตัวเลข เช่น สิ่งที่จะได้รับว่า มากน้อยเพียงใด

เพียงใด

คนกลุ่มนี้จะทำงานภายใต้ความกดดันสูง จึงคำนึงถึงเวลาที่ใช้ และปริมาณงานที่ทำได้ การตัดสินใจจึงรวดเร็วเกินไป และพัฒนาการการแก้ปัญหาไม่ค่อยดี เพราะไม่ให้เวลาในการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ผิดพลาดของตนเอง

บุคลิกภาพแบบ B (Type B Personality) กลุ่มตรงข้ามกับบุคคลบุคลิกภาพแบบ A คือ คนที่

- ไม่ค่อยเดือดร้อนกับความเร่งด่วน
- ไม่กระตือรือร้นที่จะแสดงออก หรือวิพากษ์ความสำเร็จของตนเอง นอกจาก

สถานการณ์จะเอื้ออำนวย

- พร้อมที่จะพักผ่อน หรือสนุกสนานโดยไม่กังวลใด ๆ

สรุปได้ว่า บุคลิกภาพของบุคคลมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมต่างๆ และในปัจจุบันบุคลิกภาพมีความสำคัญอย่างมากในการทำงาน ดังนั้น องค์กรจึงควรมีหลักการในการคัดเลือกบุคลากรที่ชัดเจนเพื่อให้ได้บุคลากรที่มีความเหมาะสมต่อองค์กร โดยทฤษฎีที่อธิบายเกี่ยวกับบุคลิกภาพที่องค์กรจะคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงาน ได้แก่ หลักในการคัดเลือกบุคคล (Seven Point Plan) ของ อเล็ก รอดเจอร์ ซึ่งอธิบายว่าบุคลิกแบบใดเป็นบุคลิกที่องค์กรต้องการและบุคลิกนั้นมีประโยชน์ต่อองค์กรอย่างไร

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงาน

ความหมายประสิทธิภาพในการทำงาน

ประสิทธิภาพ (Efficiency) (วิภาดา คูปตานนท์ 2544 : 11) คือ การใช้ทรัพยากรเพื่อการผลิตรายอย่างเหมาะสม ก่อให้เกิดการประหยัดและเกิดผลผลิตที่มีคุณภาพ

ตุลา มหาวสุฐานนท์ (2545 : 42) กล่าวว่า ประสิทธิภาพ (Efficiency) คือ ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งที่นำเข้า (Input) กับผลที่ได้รับ (Output) ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรที่นำเข้ากับผลผลิตที่ได้ออกมา ถ้าผลผลิตที่ออกมาได้มากกว่าทรัพยากร (ได้แก่ คน เงิน วัสดุสิ่งของเครื่องมือเครื่องมือนานา และวิธีการผลิต) ที่นำเข้า หมายความว่าองค์กรได้เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานขึ้นแล้ว ดังนั้น วิธีการหาประสิทธิภาพจึงเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$E = (O - I) + S \text{ เมื่อ}$$

E	=	ประสิทธิภาพ (Efficiency)
O	=	ผลผลิตที่ได้รับ (Output)
I	=	ทรัพยากรที่นำเข้า (Input)
S	=	ความพึงพอใจ (Satisfaction)

จำลองณ์ ขุนพลแก้ว และคณะ (2548 : 148) ได้ให้ความหมายของคำว่า ประสิทธิภาพ ไว้ดังนี้ ประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง การใช้ทรัพยากรต่างๆ อย่างคุ้มค่า โดยไม่ให้เกิดความสูญเปล่าหรือสูญเสีย ทรัพยากรต่างๆ ก็คือปัจจัยที่ใช้ในการผลิต ซึ่งได้แก่ แรงงาน เครื่องจักร วัตถุดิบ เวลา ฯลฯ โดยทั่วไปแล้ว เราจะพิจารณาเรื่องประสิทธิภาพจากปัจจัยการผลิตที่ใช้จริงกับปัจจัยการผลิตมาตรฐาน ผลที่ได้คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ โดยคำนวณจากสมการ

$$\text{ประสิทธิภาพ} = \frac{\text{ปัจจัยการผลิตมาตรฐาน} \times 100}{\text{ปัจจัยการผลิตที่ใช้จริง}}$$

รงชัย สันติวงษ์ (2541: 10) อธิบายว่าประสิทธิภาพ คือ การสามารถสร้างผลสำเร็จออกมาโดยที่ได้ผลงานที่มีคุณค่าสูงกว่าทรัพยากรที่ใช้ไป หรือ การวัดอัตราส่วนของรายได้ต่อค่าใช้จ่ายนั่นเอง แต่ในขณะที่ประสิทธิผล หมายถึง การวัดว่ากิจการสามารถทำงานได้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ โดยไม่สนใจที่จะเปรียบเทียบกับทรัพยากรที่ใช้ไปว่ามากน้อยเพียงใด

จากความหมายของคำว่า ประสิทธิภาพในการทำงาน สามารถสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง การใช้ทรัพยากรที่องค์กรมีอยู่อย่างคุ้มค่าเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ส่งผลให้องค์กรสามารถเพิ่มศักยภาพในการทำงาน

7 อุปนิสัยพัฒนาสู่ผู้มีประสิทธิผลสูง (The Seven Habits of Highly Effective People)
โดยสตีเฟน อาร์. โควีวีย์ (Stephen R. Covey) มี 7 ขั้นตอนดังต่อไปนี้ (สงกรานต์ จิตสุทธิภากร, 2545)

1. ต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน (Be Proactive)

เวลาที่เรต้องการอะไร หรือต้องการจะเริ่มอะไรสักอย่าง จะต้องมีความกระตือรือร้น และตัวกระตุ้นจะทำให้เกิดการตอบสนอง ดังนั้น หากเราเป็นผู้เริ่มก่อน หรือเป็นตัวกระตุ้น การตอบสนองจะตามมา แต่การที่เราจะทำได้ ก็ควรอยู่ในขอบเขตที่ทุกคน สามารถยอมรับได้

2. เริ่มต้นด้วยจุดมุ่งหมายในใจ (Begin with the End in Mind)

การที่เราจะเริ่มต้น มักจะมาจากสิ่งที่เราคิดในใจ หลักของ "เริ่มต้นด้วยจุดมุ่งหมายในใจ" นั้นคือการทำสองครั้ง ครั้งแรกเกิดขึ้นในจิตใจ และครั้งที่สอง คือการทำให้สิ่งที่เราคิดเป็นจริง แต่การที่เราจะทุ่มแค่แรงใจอย่างเดียวก็ไม่สามารถเกิดประสิทธิผลได้ ขึ้นอยู่กับว่าเราทุ่มเทความพยายามไปในสิ่งที่ถูกต้องหรือไม่ และต้องมีศูนย์รวมในตนเอง

3. ทำตามลำดับความสำคัญ (Put First Things First)

อุปนิสัยที่ 3 เป็นเหมือนภาคปฏิบัติของ อุปนิสัยที่ 1 และ 2 ซึ่งมีทั้ง การจัดการบริหารเวลา รู้จักปฏิเสธ ตารางเวลา เพื่อให้เราทำสิ่งที่สำคัญมากที่สุดก่อน วิธีง่ายๆ ที่จะลองทำคือ เขียนรายชื่อสิ่งที่เราอยากทำและเราควรทำ ทำสัญญาลักษณะแบ่งมันออกเป็น 3 ระดับ คือ สำคัญมาก เร่งด่วน สำคัญมากแต่ไม่เร่งด่วน ไม่สำคัญมากแต่เร่งด่วน และทำตามลำดับ

4. คิดแบบ ชนะ/ชนะ (Think Win-Win)

ความสัมพันธ์ของมนุษย์มีกรอบความคิดอยู่ 6 แบบที่กระทำต่อกัน นั่นคือ ชนะ/ชนะ ชนะ/แพ้ แพ้/ชนะ แพ้/แพ้ ชนะ หรือไม่มีการตกลงใดๆ การคิดแบบชนะ/ชนะ คือ ไม่มีผู้แพ้ เป็นข้อตกลงหรือการแก้ไขปัญหาต่างๆ เป็นไปเพื่อให้ทุกฝ่ายได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย

5. เข้าใจคนอื่นก่อนจะให้เราเข้าใจเขา (Seek First to Understand, Then to Be Understood.)

6. ประสานพลังสร้างสิ่งใหม่ (Synergize)

การประสานพลัง หมายถึง การรวมข้อดีของอุปนิสัยทั้งหมดมารวมเข้าด้วยกันเพื่อทำงานใหญ่ให้สำเร็จ กฎเกณฑ์สำคัญของการประสานพลังก็คือ การประสานพลังในตัวบุคคลนั่นเอง เพื่อให้เกิดความเป็นเอกภาพ

7. ลับเลื่อยให้คมอยู่เสมอ (Sharpen the Saw)

เป็นเหมือนกับเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ที่ช่วยรักษาและเพิ่มคุณค่าที่มีอยู่ในตัวคุณให้มากขึ้น การลับเลื่อยให้คม โดยทั่วไปแล้วหมายถึงการแสดงพลังขับเคลื่อนที่มีอยู่ในตัวบุคคล แล้วนำออกมาใช้อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยใช้อย่างฉลาดและสมดุล

ความสำคัญของความพึงพอใจในงานเพื่อประสิทธิภาพในการทำงาน

ความสำคัญของการศึกษาความพึงพอใจในงาน ได้มีผู้สรุปถึงความสำคัญของการศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานไว้ดังนี้

วิชัย แหวนเพชร (2534: 53) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้ยอดการผลิตตกต่ำในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมต่างๆ ที่คนทำงานเท่าเดิม คนงานขาดงาน เปลี่ยนงานบ่อยหรือมาทำงานแต่ทำไม่ดี ไม่ได้มีความสามารถ สิ่งเหล่านี้ล้วนมีสาเหตุมาจากความพึงพอใจหรือไม่พอใจในการทำงานทั้งสิ้น ดังนั้น ความพึงพอใจจึงมีความสำคัญต่อธุรกิจอุตสาหกรรมในเรื่องต่อไปนี้

1. ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน
2. ทำให้เกิดการปรับปรุงแก้ไขนโยบายการบริหาร เมื่อพบว่าพนักงานไม่พึงพอใจในการทำงาน
3. เป็นยุทธวิธีในการเพิ่มผลผลิตให้หน่วยงานวิธีหนึ่ง
4. ก่อให้เกิดความรับผิดชอบต่องานมากขึ้น
5. ก่อให้เกิดขวัญและกำลังใจในการทำงาน

เดวิส (ชาริณี เชาว์นศิลป์, 2540: 20; อ้างอิงจาก Devis n.d.) เชื่อว่า ความพึงพอใจในงานมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานเป็นอย่างมาก กล่าวคือ ถ้าบุคคลมีความพึงพอใจในงานในระดับสูง ย่อมไม่นำไปสู่การปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจัดหาองค์ประกอบต่างๆ สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ผลประโยชน์ตอบแทนที่ยุติธรรม เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในงานและเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดี และ Devis ยังกล่าวถึงความสำคัญของความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการปฏิบัติงานและองค์กรมีดังนี้

1. ทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร
2. สร้างความซื่อสัตย์และความสามัคคีให้มีต่อองค์กร
3. เสริมสร้างวินัยที่ดี อันจะทำให้มีการปฏิบัติตามข้อบังคับ

4. ทำให้องค์กรแข็งแกร่งสามารถฟันฝ่าอุปสรรคในยามคับขัน
5. ทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจดีต่อองค์กรยิ่งขึ้น
6. ทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความคิดริเริ่มในกิจกรรมต่างๆ
7. ทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความเชื่อมั่นต่อองค์กรของตนเอง

เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้วย 5 ส.

กิจกรรม 5 ส. เป็นกิจกรรมที่มีจุดมุ่งหมายในการจัดสถานที่ทำงานให้เป็นระเบียบเรียบร้อย โดยมุ่งเน้นที่จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพของการทำงาน และสร้างจิตสำนึกในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมที่ดีของผู้ปฏิบัติงาน

5 ส. เป็นคำย่อที่แปลมาจาก 5 S ซึ่งเป็นอักษรย่อตัวแรกของคำในภาษาญี่ปุ่น 5 คำ คือ

1. SEIRI (เซริ) = สะสาง คือ การแยกของที่ต้องการออกจากของที่ไม่ต้องการ และจัดของที่ไม่ต้องการทิ้งไป แนวทางปฏิบัติ ได้แก่

- ดำรวจสิ่งของเครื่องใช้ อุปกรณ์และเอกสารในสถานที่ทำงาน
- แยกของที่ต้องการและไม่ต้องการออกจากกัน
- จัดของที่ไม่ต้องการทิ้ง

2. SEITON (เซตง) = สะดวก คือ การจัดวางสิ่งของต่าง ๆ ในที่ทำงานให้เป็นระเบียบ เพื่อความสะดวกและปลอดภัย แนวทางปฏิบัติ ได้แก่

- ศึกษาวิธีการเก็บวางสิ่งของโดยคำนึงถึงความปลอดภัย คุณภาพและประสิทธิภาพ
- กำหนดที่วางให้แน่ชัด โดยคำนึงถึงการใช้เนื้อที่
- เขียนป้ายชื่อแสดงสถานที่วางและเก็บสิ่งของเครื่องใช้ อุปกรณ์
- เขียนแผนผังรวมแสดงสถานที่วางและเก็บของเครื่องใช้ อุปกรณ์

3. SEISO (เซโซ) = สะอาด คือ การทำความสะอาดเครื่องจักรอุปกรณ์และสถานที่ทำงานพร้อมทั้งตรวจสอบข้อผิดพลาดของความไม่สะอาดนั้นๆ แนวทางปฏิบัติ ได้แก่

- ทำความสะอาดสถานที่ทำงาน
- กำหนดแบ่งเขตพื้นที่
- จัดสาเหตุอันเป็นต้นตอของขยะ ความสกปรก เลอะเทอะ
- ตรวจเช็คเครื่องใช้ อุปกรณ์ด้วยการทำความสะอาด

4. SEIKETSU (เซเคทซึ) = สุขลักษณะ คือ การรักษาความสะอาด ดูแลสถานที่ทำงานและปฏิบัติตนให้ถูกสุขลักษณะ แนวทางปฏิบัติ ได้แก่

- จัดมลภาวะซึ่งก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพร่างกายสุขภาพจิตของพนักงาน เช่น อากาศเป็นพิษ เสียงดังเกินไป แสงสว่างไม่เพียงพอ คับแค้นและเขม่าฟุ้งกระจายทั่วไป เป็นต้น
- ปรับปรุงสถานที่ทำงานให้เป็นระเบียบ สะอาดหมดจดยิ่งขึ้น มีบรรยากาศร่มรื่น น่า

ทำงาน เปรียบเสมือนที่พักผ่อน

- พนักงานแต่งกายให้ดูกระเปียบ สะอาด หมดจค

5. SHITSUKE (ชิทซึเคะ) = สร้างนิสัย คือ การรักษาและปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ 4 ส.

จนเป็นนิสัย และมีวินัยในการทำงาน แนวทางปฏิบัติ ได้แก่

- ฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ ความเข้าใจ ต่อกฎระเบียบ มาตรฐานการทำงาน ต่างๆ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานเป็นนิสัย โดยการตอกย้ำเรื่องนี้อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องเป็นประจำ (โรงเรียนเทคนิควิมลบริหารธุรกิจ. 2551: ฐานข้อมูลออนไลน์)

ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกิจกรรม 5 ส.

1. บุคลากรทุกคนต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมนี้
2. ผู้บริหารสูงสุดต้องให้ความสำคัญและสนับสนุนอย่างจริงจัง
3. ผู้บริหารทุกระดับต้องเป็นแกนนำในการดำเนินการ
4. เจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายต้องให้ความร่วมมือและสนับสนุนกิจกรรม
5. ต้องมีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมในระหว่างการดำเนินการ
6. ผู้บริหารระดับสูงควรตรวจสอบผลการดำเนินกิจกรรม 5 ส. เป็นระยะ (โรงเรียนเทคนิค

วิมลบริหารธุรกิจ. 2551: ฐานข้อมูลออนไลน์)

สรุปได้ว่า หากต้องการทำงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุดจะต้องเริ่มที่ตัวบุคคลก่อนเสมอ โดยทฤษฎีที่สนับสนุนความคิดนี้ ได้แก่ 7 อุปนิสัยพัฒนาสู่ผู้มีประสิทธิผลสูง (The Seven Habits of Highly Effective People) โดย สตีเฟน อาร์. โควีวีย์ ซึ่งได้อธิบายถึงวิธีการที่บุคคลจะประสบความสำเร็จต้องทำอะไรบ้าง รวมทั้งยังได้อธิบายถึงวิธีการปรับเปลี่ยนแนวคิดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานอีกด้วย

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

โคทเลอร์ (Kotler, 2000: 428) ได้ให้คำจำกัดความของการบริการคือ กิจกรรมหรือประโยชน์เชิงนามธรรมซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้นๆ อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้

ไฮเซอร์ และเรนเดอร์ (Heizer and Render, 1999: 12) ได้กล่าวว่า การบริการเป็นกิจกรรมด้านเศรษฐกิจซึ่งผลิตสินค้าที่ไม่มีตัวตน เช่น การศึกษา ความบันเทิง การเช่า การบริหารงานของรัฐบาล การเงิน การบริการด้านสุขภาพ อสังหาริมทรัพย์ การประกัน และการบำรุงรักษา เป็นต้น

กรอนรูส (Gronroos, 1990: 27) ได้ให้คำจำกัดความของการบริการ คือกิจกรรมหรือชุดของกิจกรรมซึ่งอาจอยู่ในสภาพที่จับต้องได้หรือไม่ก็ตาม เกิดขึ้นเมื่อมีการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการหรือระบบของการบริการ ซึ่งจัดเตรียมไว้เพื่อแก้ปัญหาของลูกค้า

เรแกน (Regan, 1963: 57) ได้กล่าวว่า การบริการแสดงถึง ผลของความพึงพอใจที่ไม่สามารถจับต้องได้ที่แสดงออกมาโดยตรงหรือผลของความพึงพอใจที่ไม่สามารถจับต้องได้เมื่อมีการซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่างๆ

สมิต ทัศนกร (2543) ได้ให้ความหมายของการบริการ ดังนี้

พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530 ให้ความหมายของคำว่า “บริการ” หมายถึง “การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ” ส่วนความหมายโดยทั่วไปที่มักกล่าวถึง คือ การกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือหรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

ลักษณะของการบริการ

จินตนา บุญบงการ (2537: 28) ได้อธิบายถึงลักษณะของการบริการไว้ว่า บริการมีลักษณะบางประการซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะดังนี้

1. เป็นสาระสำคัญของการไว้วางใจ (Trust) เพราะผู้ซื้อไม่มีโอกาสรู้ได้แน่นอนว่าจะได้รับอะไรจนกว่าบริการนั้นมาส่งให้แล้ว การไว้วางใจครอบคลุมการติดต่อทุกขั้นตอนในขณะที่สินค้าอาจจะตรวจดูได้จากตัวของสินค้า การบริการอาจให้ได้แต่เฉพาะคำอธิบายและจะรู้ได้จากประสบการณ์ซึ่งอาจไม่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการก็ได้

2. จับต้องไม่ได้ (Intangibility) บริการเป็นเรื่องของสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ผู้ซื้อไม่อาจสัมผัสกับบริการก่อนที่จะตกลงใจซื้อเหมือนกับการซื้อสินค้าได้ ลักษณะนี้ก่อให้เกิดความยุ่งยากกับหน่วยงานที่รับผิดชอบในด้านการตลาด

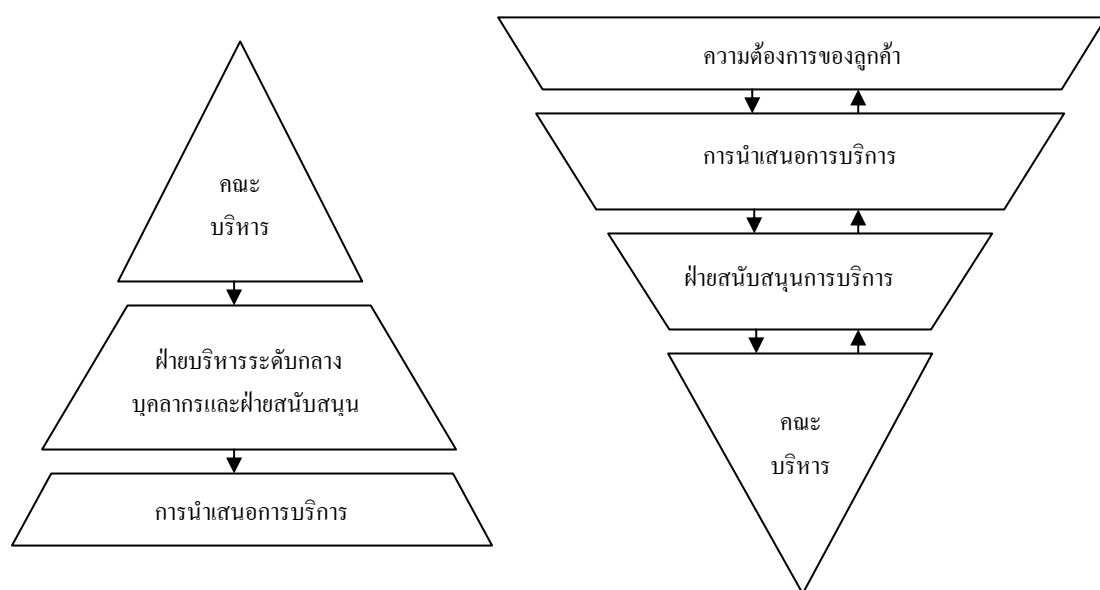
3. แยกแยกไม่ได้ (Inseparability) ไม่อาจจะแยกเรื่องบริการออกจากตัวบุคคลซึ่งเป็นผู้ให้และผู้ซื้อบริการนั้น การให้บริการบางอย่างและการยกเลิกบริการทำต่อเนื่องกันในโอกาสเดียว เช่น บริการของทันตแพทย์ ลักษณะของการแยกแยกไม่ได้ในความหมายทางการตลาดทำให้การบริการต้องเป็นการขายตรงจากผู้ให้บริการไปยังผู้ซื้อและทำให้การขายทำได้ในปริมาณที่จำกัด

4. มีความเป็นเอกพันธ์ (Heterogeneity) ผู้ให้บริการแต่ละคนก็จะมีแบบและวิธีการในการให้บริการของตนเอง จึงเป็นการยากที่จะกำหนดมาตรฐานของการให้บริการให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ยิ่งไปกว่านั้นผู้ให้บริการคนเดียวกันก็อาจจะให้บริการต่างกัน ถ้าเป็นเรื่องต่างกรรมต่างวาระกัน การตัดสินใจเรื่องคุณภาพของการบริการที่ผู้ซื้อได้รับจึงเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก ในบางกรณีก็เป็นการยากที่จะบอกให้ทราบล่วงหน้าว่าบริการที่ลูกค้าจะได้รับมีลักษณะอย่างไร

5. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ และความต้องการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (Perishability and Fluctuating Demand) การบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ เช่น ที่นั่งในโรงแรมหรือห้องพักในโรงแรม ถ้าไม่มีคนดูที่นั่งก็จะเสียเปล่า

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการระบบการบริการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2544: 38)

การจัดการระบบการบริการสมัยใหม่จะเน้นกระบวนการจัดการบริการ และให้ความสำคัญในการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าและการตัดสินใจของผู้ที่ปฏิบัติงานบริการส่วนหน้าที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรงเป็นประจำ เพื่อตอบสนองความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งจะแตกต่างจากการจัดการในอดีตที่คณะบริหารสูงสุดมีอำนาจสั่งการลงมาเป็นลำดับชั้นว่าควรจะให้บริการอย่างไร โครงสร้างการจัดการขององค์กรแบบเก่าจึงลักษณะเป็นรูปพีระมิดแนวตั้ง ในขณะที่โครงสร้างใหม่จะเป็นรูปพีระมิดกลับหัว



ภาพประกอบ 1 แสดงโครงสร้างการจัดการระบบการบริการขององค์กร

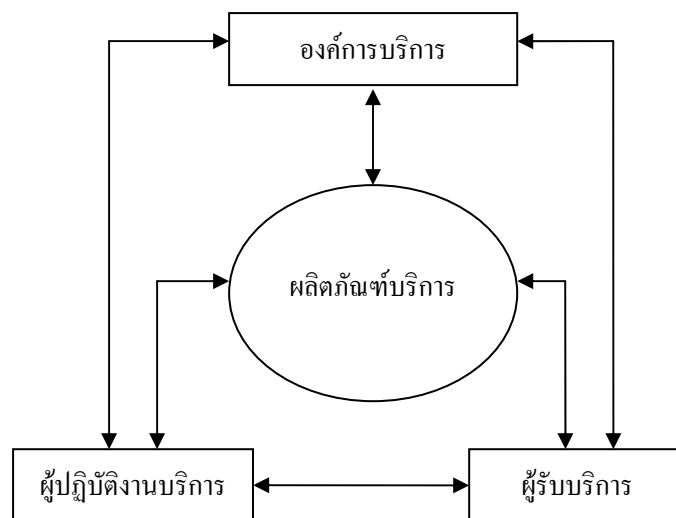
ที่มา : Gronroos, Christian. Service Management and Marketing. Lexington, MA : Lexington Books, 1990, p. 184.

จากภาพประกอบ 1 โครงสร้างแบบปิรามิดกลับหัวถือว่าสำคัญที่สุด คือ ความสัมพันธ์กับลูกค้าในกระบวนการจัดการบริการของบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการ สภาพแวดล้อมและสิ่ง

อำนวยความสะดวก รวมทั้งระบบต่างๆ ในการติดต่อลูกค้า การแสดงออกนี้สามารถใช้เป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จหรือล้มเหลวของการบริการ โดยที่ฝ่ายสนับสนุนการบริการและการจัดการส่วนอื่นๆ เป็นเพียงส่วนประกอบขั้นต้นของการบริการที่ดี ไม่ใช่กลไกหลักของความสำเร็จในการนำเสนอการบริการต่อลูกค้า ดังนั้น ความรับผิดชอบในการปฏิบัติต่อลูกค้าและการตัดสินใจเกี่ยวกับการบริการ จึงเป็นหน้าที่โดยตรงของผู้ที่ปฏิบัติงานบริการส่วนหน้า ทั้งนี้รวมถึงความรับผิดชอบต่อ “ช่วงเวลาของความจริง” หรือความรู้สึกที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าขณะเผชิญหน้ากันในการบริการ การจัดการระบบการบริการตามโครงสร้างใหม่ จึงมุ่งเน้นให้ผู้ที่ปฏิบัติงานบริการมีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรฐานงานบริการ โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าและมอบอำนาจความเป็นอิสระในการปฏิบัติงานที่จะสามารถบริการลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง มีประสิทธิภาพ การจัดการลักษณะนี้ทุกส่วนจะปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันตลอดเวลา ทำให้ไม่มีปัญหาช่องว่างในการสื่อความหมายเหมือนกับการจัดการแบบรับคำสั่งจากบนลงล่าง ซึ่งเป็นการสื่อสารทางเดียว

โครงสร้างของระบบการบริการ

ระบบการบริการ (Service Systems) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2544: 36) หมายถึง การจัดวางแบบแผนการดำเนินการต่าง ๆ ในอันที่จะให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของบุคคลที่มารับบริการ ทั้งนี้โครงสร้างของระบบการบริการทั่ว ๆ ไปจะประกอบด้วย สัมพันธภาพของส่วนต่าง ๆ อันได้แก่ ผู้รับบริการ ผู้ปฏิบัติงานบริการ องค์การบริการ ผลลัพธ์บริการ และสภาพแวดล้อมของการบริการ แต่ละส่วนจะมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของระบบการบริการทั้งสิ้น หากส่วนใดบกพร่องก็ย่อมส่งผลกระทบต่อระบบการบริการประสพความล้มเหลวได้



ภาพประกอบ 2 แสดงโครงสร้างของระบบการบริการ

ที่มา : ดัดแปลงจาก Gronroos, Christian. Service Management and Marketing. Lexington, MA : Lexington Books, 1990, p. 193.

ความหมายของคุณภาพบริการ

โอลิเวอร์ (Oliver, 1994) ได้กล่าวว่า คุณภาพบริการเป็นลักษณะของแนวความคิดที่มีการมองถึงความเข้าใจว่าลูกค้าคิดอย่างไรต่อคุณภาพของการบริการ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญของการบริหารองค์กรให้เกิดประสิทธิผลโดยมีแนวความคิดในการทำความเข้าใจที่สัมพันธ์กันอยู่ 3 แนวความคิด ประกอบด้วย ความพึงพอใจของลูกค้า คุณภาพบริการ และคุณค่าของลูกค้า

พาราสุรามัน เซทแฮล์ม และเบอร์รี่ (Parasuraman and Berry, 1985: 42) ได้กล่าวว่า คุณภาพบริการ คือการรับรู้ของลูกค้าซึ่งลูกค้าจะทำการประเมินคุณภาพบริการโดยทำการเปรียบเทียบความต้องการหรือความคาดหวังกับการบริการที่ได้รับจริง และการที่องค์กรจะได้รับชื่อเสียงจากคุณภาพบริการต้องมีการบริการอย่างคงที่อยู่ในระดับของการรับรู้ของลูกค้า หรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งพาราสุรามันและคณะ (Parasuraman, et al. 1994: 201-230) ยังได้กล่าวถึงการประเมินคุณภาพบริการว่า “การประเมินคุณภาพการบริการของลูกค้านั้นยากกว่าการประเมินคุณภาพสินค้า” การรับรู้คุณภาพบริการเป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบความคาดหวังของลูกค้ากับการบริการที่ได้รับจริง ซึ่งคุณภาพที่ถูกประเมินไม่เป็นการประเมินเฉพาะผลจากการบริการเท่านั้น แต่เป็นการประเมินที่รวมไปถึงกระบวนการของการบริการที่ได้รับ

เลตินเนและเลตินเน (Lehtinen and Lehtinen, 1982) ได้กล่าวว่า คุณภาพบริการจะถูกสร้างขึ้นในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและองค์ประกอบของการบริการในองค์กร ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบของคุณภาพ 3 แบบ คือ คุณภาพทางกายภาพ เช่น อุปกรณ์ อาคาร เป็นต้น คุณภาพของบริษัทที่จะแสดงออกมาในรูปของวิสัยทัศน์ขององค์กร คุณภาพของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างของลูกค้ายกับผู้ให้บริการ

ปัจจัยกำหนดคุณภาพการให้บริการ (Service Quality หรือ SERVQUAL)

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นความสามารถที่จะดำเนินการให้บริการตามที่สัญญาไว้อย่างมีคุณภาพและถูกต้องแม่นยำ
2. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) เป็นความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการแก่ผู้ให้บริการหรือลูกค้าอย่างทันท่วงที
3. ความมั่นใจได้ (Assurance) เป็นการแสดงถึงความรู้และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ
4. การเข้าถึงจิตใจ (Empathy) เป็นการดูแลเอาใจใส่และความสนใจที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้ใช้บริการ
5. ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) เป็นลักษณะที่ปรากฏให้เห็น หรือสิ่งที่สามารถจับต้องได้ เช่น วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ อาคารสถานที่ บุคคล

คุณสมบัติของผู้ทำงานบริการ

สมิต สัจฉกร (สมิต สัจฉกร. 2550) ได้อธิบายเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ทำงานบริการไว้ดังนี้ คุณสมบัติ (Qualification) คือ ลักษณะประจำตัว ซึ่งบุคคลต้องมีก่อนที่จะได้ซึ่งสิทธิหรือตำแหน่ง

การพิจารณาว่า ผู้ใดมีคุณสมบัติเหมาะสมกับงานใด หมายถึง จะทำงานได้ดีในหน้าที่อะไร อาจพิจารณาจากลักษณะประจำตัวของผู้นั้น

ลักษณะประจำตัวของผู้ที่จะทำงานบริการได้ดี อาจพิจารณาจากองค์ประกอบสำคัญ 2 ประการได้แก่

1. คุณลักษณะ (Trait)

คุณลักษณะ หมายถึง สิ่งที่ทำให้เห็นความดี อาจเป็นสิ่งที่ปรากฏให้เห็นจากภายนอก เช่น ร่างกาย รูปร่าง หรืออาจเป็นสิ่งที่อยู่ภายใน เช่น จิตใจ อารมณ์ และความรู้สึกนึกคิด เป็นต้น คุณลักษณะที่ดี ย่อมนำมาซึ่งผลดี จึงเป็นลักษณะประจำตัวที่ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ต้องมีเพื่อให้เกิดคุณสมบัติครบถ้วน

2. พฤติกรรม (Behavior)

พฤติกรรม หมายถึง การแสดงออกทางความคิดและความรู้สึก โดยทั่วไปจะเห็นได้จากการกระทำของบุคคล ผู้ใดมีความคิดและความรู้สึกที่ดี ก็จะมีการกระทำที่ดี จึงมีคำกล่าวที่ว่า “กรรมเป็นเครื่องชี้เจตนา” อันหมายถึง กรรมหรือการกระทำจะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงสภาพความคิดและความรู้สึก พฤติกรรมที่ดีย่อมนำมาซึ่งผลดี จึงนับเป็นลักษณะประจำตัวที่ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ต้องมี เพื่อให้เกิดคุณสมบัติเช่นเดียวกับคุณลักษณะดังกล่าวแล้วข้างต้น

คุณลักษณะของผู้ที่จะทำงานบริการได้ดี (สมิต สัจฉกร. 2550) มีดังต่อไปนี้

1. มีจิตใจรักงานบริการ

การที่จะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดด้วยความสมัครใจทุ่มเทแรงกายแรงใจให้แก่สิ่งนั้น ย่อมเกิดจากความมีใจรักเป็นทุนเดิม ดังจะเห็นได้จากการที่เราใช้เวลา ให้ความเอาใจใส่กับงานอดิเรกไม่ว่าจะเป็นงานเขียนหนังสือ งานปลูกต้นไม้ หรืองานเก็บสะสมสิ่งของหายาก ซึ่งต้องใช้ความมุ่งมั่นเพียรพยายามเป็นพิเศษมากกว่างานปกติในหน้าที่ประจำ ซึ่งเป็นงานที่เราได้รับมอบหมายให้ทำไม่ได้เกิดจากความสมัครใจ เว้นแต่เสียงานในหน้าที่ เป็นงานที่เรารัก เราชอบ เราถนัด เราก็จะเกิดความสมัครใจทำ ซึ่งจะเป็นผลทำให้เราเอาใจใส่ต่องานนั้น งานบริการก็เช่นกัน ผู้ซึ่งจะทำได้ดีก็จะต้องมีใจรักและชอบงานบริการ

2. มีความรู้ในงานที่จะบริการ

งานบริการต้องการความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์เป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นผู้ซึ่งจะทำงานบริการในเรื่องใดจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจในงานที่ตนจะต้องให้บริการอย่างถูกต้องแท้จริง มิฉะนั้นจะก่อให้เกิดความผิดพลาด ตกหล่น เสียหายแก่งานบริการนั้นได้ ผู้ที่จะทำงานบริการในแต่ละงาน จึงต้องขวนขวายหาความรู้ ในงานเฉพาะนั้นให้รู้แจ้ง รู้จริงอย่างถ่องแท้ เพื่อให้มีคุณลักษณะเพียงพอแก่การเป็นผู้ให้บริการในงานที่ตนรับผิดชอบ

3. มีความรู้ในตัวสินค้าหรือบริการ

เหตุผลที่ว่า ผู้ทำงานบริการจำเป็นต้องมีความรู้ในตัวสินค้าหรือบริการที่ตนจะให้บริการ เพราะการให้ความรู้และสารสนเทศ(Information) เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการเป็นส่วนสำคัญของงานบริการและเป็นงานบริการพื้นฐานที่ทุกคนจะต้องทำในแต่ละหน้าที่ หากผู้ทำงานบริการไม่มีความรู้ในตัวสินค้าแล้ว ก็ไม่สามารถจะอธิบายหรือให้คำชี้แจงเป็นการช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการได้

4. มีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติงาน

ผู้ทำงานบริการจะต้องติดต่อสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับคนต่าง ๆ มากหน้าหลายตา การวางตนจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะเป็นพันธะผูกพันต่อผลที่ได้กระทำลงไป หากการปฏิบัติงานเป็นผลให้ผู้รับบริการพึงพอใจก็ดีไป แต่ถ้าในทางตรงกันข้าม การปฏิบัติงานเป็นผลให้ผู้บริการเกิดความไม่พอใจ ก็ย่อมจะส่งผลเสียต่องานบริการได้ การปฏิบัติงานเป็นเรื่องที่ต้องระมัดระวังทั้งด้านกายและ

วาทา เนื่องจากเป็นสิ่งปรากฏให้เห็นได้ง่าย ทั้งจากการแต่งกาย การแสดงกริยามารยาท การพูด การสื่อสารทั้งที่ใช้ถ้อยคำและไม่ใช้ถ้อยคำ แต่เป็นภาษาที่ทำให้เกิดความเข้าใจได้ต่างๆ กัน

5. มีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่

ผู้ใดที่ขาดความรับผิดชอบ ย่อมไม่อาจทำงานใดให้สำเร็จได้ เพราะความรับผิดชอบเป็นเงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้งานบรรลุผล ผู้ซึ่งไม่มีความรับผิดชอบ ย่อมจะไม่ผูกพันตนต่อผลของการกระทำ อาจเพิกเฉยละเลยต่อสิ่งที่ควรทำเพื่อให้เกิดผลดีต่องานบริการไม่เอาใจใส่ต่อการปฏิบัติหน้าที่ในการให้บริการ หรือทำหน้าที่ให้บริการอย่างเสียไม่ได้ ความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่จึงเป็นคุณลักษณะที่สำคัญมากในการทำงานบริการ

6. มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้ให้บริการ

ในด้านการตลาด การขาย และงานบริการ เราปลูกฝังทัศนคติให้เห็นความสำคัญของลูกค้าหรือผู้ให้บริการด้วยการยกย่องว่า “ลูกค้าคือพระราชา” เท่านั้นยังไม่พอ ยังมีผู้ยกย่องว่า “ลูกค้าคือพระเจ้า” และไม่ว่าลูกค้าจะเป็นอย่างไร เรายังต้องยอมตั้งสมมติฐานว่า “ลูกค้าเป็นฝ่ายถูกเสมอ” ทั้งนี้ก็เพื่อให้มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้ให้บริการอย่างดีที่สุดเมื่อใดก็ตามที่ผู้ให้บริการมีการผูกพันตนต่อผลของการกระทำหรือพันธกิจที่ดีต่อลูกค้าหรือผู้ให้บริการย่อมเป็นหลักประกันได้ว่าจะมีการให้บริการอย่างมีคุณภาพ เพราะจะระมัดระวังที่จะสร้างความพอใจ และสนองตอบความต้องการของลูกค้าอย่างสอดคล้องถูกต้องและครบถ้วน

7. มีทัศนคติต่องานบริการดี

การบริการในความหมายก็บ่งบอกแล้วว่าเป็นการให้ความช่วยเหลือ ผู้ทำงานบริการเป็นผู้ให้จึงต้องมีความคิดความรู้สึกต่องานบริการในทางที่ชอบ และเต็มใจที่จะให้บริการ ถ้าผู้ใดมีความคิดความรู้สึกไม่ชอบงานบริการ แม้จะพอใจในการรับบริการจากผู้อื่น ก็ไม่อาจจะทำงานบริการให้เป็นผลดีได้ ทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการคิดของผู้ทำงานบริการเป็นอันมาก ถ้าบุคคลใดมีทัศนคติต่องานบริการที่ดี ก็จะให้ความสำคัญต่องานบริการ และปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ เป็นผลให้งานบริการมีคุณค่าและนำไปสู่ความเป็นเลิศ

8. มีจิตใจมั่นคงไม่โลเล

ผู้ทำงานบริการจะต้องมีความมั่นคงในจิตใจ ไม่ว่าจะมีความสิ่งหนึ่งสิ่งใดมากระทบก็จะต้องตั้งสติ และระลึกถึงงานบริการเป็นสำคัญ หากมีอารมณ์อ่อนไหวเกิดเหตุการณ์ใดมากระทบจิตใจทำให้เกิดปฏิกิริยาในทางร้ายอย่างรุนแรง ย่อมจะทำให้การบริการมีผลเสียไปได้ ในการบริหารงานบริการจะมีนโยบายควบคุมการทำงานให้เป็นไปตามแผนการให้บริการ ผู้ทำงานบริการจะต้องปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัดแม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป ผู้ทำงานบริการก็จะต้องปรับวิธีการให้บริการโดยไม่โลเลยึดถืออยู่ในนโยบายเดิม

9. มีความริเริ่มสร้างสรรค์

ผู้ทำงานบริการ เป็นผู้ที่อยู่กับหน้างานได้พบเห็นเหตุการณ์ต่างๆ เป็นประสบการณ์ตรง จึงควรมีความคิดใหม่ๆ ในการปฏิรูปงานบริการได้ดี ไม่ควรยึดกับการให้บริการที่เคยทำมาอย่างไรง่ายๆ ไปอย่างนั้น เป็นการสานต่องานที่ไม่ดี ไม่เกิดการพัฒนา ควรที่จะเป็นผู้มีลักษณะเฉพาะในการเปลี่ยนแปลงใหม่ให้ดีกว่าเดิม ทั้งนี้ผู้มีความสร้างสรรค์จะมีการรับรู้ และสร้างจินตนาการจากประสบการณ์นำมาใช้ในการสร้างสรรค์งานบริการให้ดีขึ้น

10. มีความช่างสังเกต

ผู้ทำงานบริการจะต้องมีลักษณะเฉพาะตัวเป็นคนช่างสังเกต เพราะหากมีการรับรู้ว่าการบริการอย่างไรจึงจะเป็นที่พอใจของผู้รับบริการก็จะพยายามนำมาคิดสร้างสรรค์ให้เกิดบริการที่ดียิ่งขึ้น การรับรู้ที่ได้มาจากการสังเกตติดอยู่ในความทรงจำ สามารถนำมาก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในงานบริการได้ ผู้ทำงานบริการที่ไม่มีความช่างสังเกตจะคิดไม่ออกและแยกไม่ได้ว่าบริการที่ไม่ดีมีจุดแตกต่างกันอย่างไร

11. มีวิจารณญาณไตร่ตรองรอบคอบ

ในการบริการอาจมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้า ซึ่งผู้ทำงานบริการจะต้องพิจารณาคิดทบทวนตรองใคร่ครวญอย่างรอบคอบว่า จะทำประการใด เช่น ในกรณีขอบริการที่เกินกว่าจะปฏิบัติได้หรือการเรียกร้องให้บริการในกรณีที่ขัดต่อนโยบายของหน่วยงาน เช่น การขอสิทธิพิเศษ การแลกเปลี่ยนหรือการขอคืนสินค้าซึ่งมีนโยบายขายขาดไม่รับคืน เป็นต้น ผู้ทำงานบริการจึงต้องใช้วิจารณญาณไตร่ตรองว่าควรจะทำประการใด มิใช่เรื่องราวที่เป็นปัญหามาให้ผู้บังคับบัญชาต้องพิจารณาวินิจฉัยสั่งการในทุกเรื่อง

12. มีความสามารถวิเคราะห์ปัญหา

ผู้ทำงานบริการจะต้องมีสัมพันธทั้งโดยตรงและโดยทางอ้อมกับบุคคลต่างๆ ซึ่งมีภูมิหลังที่หลากหลายต่างกัน ผู้รับบริการส่วนใหญ่ก็มีการติดต่อสัมพันธ์ด้วยตามปกติ แต่บางคนอาจนำปัญหามาให้ผู้ทำงานบริการ ทั้งที่เป็นปัญหาเกิดจากด้านผู้รับบริการทำขึ้น เพราะนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ผิดวิธีหรือทำให้เกิดการแตกหักเสียหายด้วยความพลั้งพลาดของตนเอง บางกรณีก็เกิดจากฝ่ายผู้ให้บริการคนอื่นๆ หรือคนในหน่วยงานเดียวกันส่งมอบสินค้าด้วยคุณภาพ ผิดเวลาส่งมอบ ดำเนินล่าช้าในการให้บริการหลังการขาย ล้วนเป็นปัญหาให้ผู้ให้บริการจะต้องสามารถวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา หาสาเหตุที่แท้จริงให้พบ และคิดหาวิธีแก้ปัญหา เป็นทางเลือก หลากๆทางและเลือกทางแก้ปัญหาที่ดีที่สุด

พฤติกรรมของผู้ที่จะทำงานบริการได้ดี (สมิต ๓๕๓๖) มีดังต่อไปนี้

1. อหยาศัยดี

ลูกค้าหรือผู้ให้บริการล้วนมีความคาดหวังว่า ผู้ให้บริการจะให้การต้อนรับด้วยอหยาศัยอันดี ทั้งด้วยสีหน้าแววตา ท่าทาง และคำพูดการต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้ายิ้มแย้มเป็นเสน่ห์ที่สำคัญ มีภายิตจันกล่าวไว้ว่า “ ยิ้มไม่เป็น อย่าค้าขายดีกว่า “ การมองด้วยแววตาที่เป็นมิตรฉายแสงของความเต็มใจให้การต้อนรับอย่างอบอุ่นเป็นลักษณะที่แสดงออกทางความคิดและความรู้สึกที่ดี ท่าทางที่สุภาพ เป็นการสร้างความรู้สึกประทับใจเมื่อแรกพบกัน เมื่อรวมกับคำพูดที่ดี มีน้ำเสียงไพเราะก็จะเป็นคุณสมบัติที่ดีในด้านพฤติกรรมของผู้ทำงาน

2. มีมิตรไมตรี

ผู้ทำงานบริการที่มีการแสดงออกให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเห็นว่ามิตรไมตรีก็เป็นการชนะใจตั้งแต่ต้น ความมีมิตรไมตรีจะนำไปสู่ความสำเร็จในการให้บริการไม่ว่าจะเป็นงานประเภทใด การให้บริการที่ดีบวกกับการให้ความช่วยเหลือเล็กน้อยๆ ก่อให้เกิดความพอใจและความชื่นชมของลูกค้า ถ้าผู้ทำงานบริการแสดงถึงมิตรไมตรีและพร้อมให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้บริการ ก็จะเกิดมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการอย่างมั่นคงและเกิดมิตรภาพที่ยั่งยืน

3. เอาใจใส่สนใจงาน

ความมุ่งมั่นในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความเอาใจใส่สนใจงานเป็นอย่างมาก เพราะหากขาดความเอาใจใส่สนใจงานแล้ว ก็จะเพิกเฉยละเลยในการปฏิบัติงาน หรือทำงานไปเรื่อยๆ เอาดีไม่ได้ การพิจารณาถึงพฤติกรรมของผู้ให้บริการที่มีความเอาใจใส่สนใจงานหรือไม่ จะต้องดูว่ามีความจริงใจในการทำงานมาน้อยเพียงใด บางคนอาจแสดงออกอย่างกระตือรือร้นต่อหน้าผู้บังคับบัญชา แต่พอลับตาผู้บังคับบัญชาแล้วก็เลิกสนใจงาน หันหลังให้งานไม่คิดปรับปรุงพัฒนาให้เกิดความสะดวกในการบริการลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ไม่ดูแลในเรื่องความสะอาดของสถานที่และผลิตภัณฑ์ซึ่งอยู่ในวิสัยที่จะทำได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายมาก แต่ให้ผลเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่หน่วยงาน

4. แต่งกาย สุภาพ สะอาด เรียบร้อย

ผู้ทำงานบริการจะต้องมีบุคลิกภาพดี เพื่อให้เป็นที่น่าเชื่อถือไว้วางใจของผู้รับบริการ การแต่งกายที่ถูกต้องเหมาะสมทั้งต่อสถานที่ทำงานและสถานภาพของหน่วยงาน จะช่วยให้เกิดความรู้สึกที่ดีจากผู้ที่ติดต่อเกี่ยวข้องด้วย หากผู้ให้บริการแต่งกายสกปรกมีกลิ่นเหม็นคงไม่เป็นที่พอใจของผู้รับบริการและเกิดความรู้สึกสะอิดสะเอียน ในการคัดเลือกผู้มาทำงานบริการจึงต้องให้ความสำคัญกับการแต่งกายเป็นพิเศษ หากแต่งกายไม่สุภาพก็จะสื่อแสดงถึงความไม่ใส่ใจในความถูกต้องเหมาะสม

5. กิริยาสุภาพ มารยาทงดงาม

ผู้ให้บริการทุกคนต้องการติดต่อขอรับบริการจากผู้ที่มีกิริยาสุภาพ และรังเกียจผู้ซึ่งมีกิริยาหยาบคายหรือหื่นทะเล้ง การที่มีผู้ทำงานบริการมีกิริยาสุภาพอ่อนน้อมจะเป็นเครื่องเชิดหน้าชูตาหรือเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน นอกจากมีกิริยาสุภาพแล้ว การแสดงออกถึงความมีมารยาท รู้จักที่ต่ำที่สูง ที่ชอบที่ควร นับเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ทำงานบริการจะต้องตระหนักรู้และประพฤติปฏิบัติอย่างระมัดระวัง หากมีข้อผิดพลาดใดๆเกิดขึ้นจะนำความเสียหายมาสู่หน่วยงานอย่างมาก

6. วาจาสุภาพ

ไม่มีผู้รับบริการคนใดชอบการพูดกระโชกโฮกฮาก พูดหยาบคายก้าวร้าว ทุกคนล้วนต้องการคำพูดที่สุภาพฟังแล้วรื่นหู คนที่ไม่ยอมรับความจริงว่าตนพูดไม่เข้าหูคน หรือคนเขารังเกียจที่จะฟัง จะได้รับการติฉินโดยทั่วไป การทำงานบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือผู้อื่นให้เกิดความพึงพอใจ จึงต้องเป็นผู้มีวาจาสุภาพ เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้ให้บริการมีความสบายใจที่จะติดต่อขอรับบริการ การคัดเลือกผู้ทำงานบริการ จึงควรจะสัมภาษณ์เพื่อจะได้สนทนาป้อนคำถามและฟังคำตอบว่า บุคคลใดมีการใช้ถ้อยคำอย่างไร วาจาสุภาพหรือไม่เพียงใด

7. น้ำเสียงไพเราะ

การแสดงออกทางน้ำเสียงของแต่ละคนจะแตกต่างกันออกไป บางคนพูดน้ำเสียงชวนฟัง น้ำเสียงถึงความเต็มใจในการให้ความเอื้อเฟื้อช่วยเหลือ ในขณะที่บางคนมีน้ำเสียงห้วนหรือที่เรียกกันว่าพูดไม่มีหางเสียง หรือพูดเสียงดุดัน พูดตัวดีเสียง ไม่ว่าผู้ใดจะมีธรรมชาติของเสียงที่เปล่งออกมาเป็นคำพูดอย่างไร การที่ผู้ทำงานบริการได้ดีก็จะต้องเป็นผู้มีน้ำเสียงไพเราะ แม้ว่าจะไม่ไพเราะหรือเสียงหวาน เสียงคืออย่างนักร้อง แต่จะต้องมีน้ำเสียงชัดเจนและชวนฟังจึงจะมีความเหมาะสมในการทำหน้าที่บริการ

8. ควบคุมอารมณ์ได้ดี

ผู้ทำงานบริการจะต้องมีอารมณ์มั่นคง เพราะอยู่ในสถานการณ์ที่จะต้องพบปะผู้คนมากหน้าหลายตา ซึ่งมีภูมิหลังต่าง ๆ กัน ผู้รับบริการ บางคนมีกิริยาที่ดี มีความสุภาพ และมีความเป็นผู้ดี แต่บางคนอาจจะมีกิริยามารยาทที่ไม่ดี แสดงท่าทางหยิ่งยโส พูดจาโอหัง ก้าวร้าว หรือมีอุปนิสัยใจร้อนต้องการบริการที่รวดเร็วทันใจ เมื่อไม่ได้ดังใจอาจพูดคำหยาบหรืออาจถึงขั้นตะคอกด้วยกิริยาที่หยาบคาย ในงานบริการไม่อาจแสดงอารมณ์ตอบโต้ได้ ผู้ให้บริการจะต้องควบคุมอารมณ์ด้วยความอดทนอดกลั้น

9. รับฟังและเต็มใจแก้ปัญหา

พฤติกรรมที่แสดงออกของผู้ทำงานบริการ จะต้องสนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังนั้นเมื่อผู้ให้บริการจะต้องแสดงความสนใจรับฟังปัญหาเป็นเบื้องต้น จะคว่นบอกปิดหรือแสดงท่าทีไม่สนใจรับรู้ปัญหาย่อมไม่ได้ นอกจากแสดงความเอาใจใส่อย่างจริงจังแล้วจะต้องมี

ความรู้สึกเต็มใจที่จะให้ความช่วยเหลือแก้ปัญหาต่างๆให้แก่ผู้ใช้บริการด้วย เพราะการที่ผู้ให้บริการเพียงแต่รับฟังปัญหาอย่างเดียวอย่างไม่เป็นการเพียงพอ ทั้งจะทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าเป็นการรับฟังแบบขอไปที แต่ถ้าเมื่อใดที่มีความกระตือรือร้นดำเนินการแก้ปัญหา จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

10. กระตือรือร้น

อุปนิสัยที่แสดงออกถึงความกระตือรือร้นเป็นพฤติกรรมที่ค่อนข้างยั่งยืนในงานบริการ หากผู้ทำงานบริการเป็นคนเ็นโยเยและแล้ว ย่อมมีลักษณะที่ทำให้ผู้ใช้บริการหมดศรัทธาและไม่คาดหวังที่จะได้รับการอย่างทันท่วงที บุคคลที่ขาดความกระตือรือร้น นอกจากจะทำให้ภาพลักษณ์ของงานบริการเสียไปแล้ว ยังจะเป็นผลให้การบริการล่าช้าและผิดเวลาหรือไม่ทันกำหนดที่ควรจะเป็น

11. มีวินัย

ผู้ทำงานบริการที่มีระเบียบวินัยจะทำงานเป็นระบบมีความคงเส้นคงวา และมีนิสัยยึดมั่นในคำสัญญาเมื่อหน่วยงานมีนโยบายกำหนดไว้เป็นหลักการว่าจะให้บริการแก่ผู้รับบริการอย่างไรแล้วก็จะปฏิบัติตามกรอบหรือแนวทางที่กำหนดไว้โดยเคร่งครัด ดังนั้น ในการคัดเลือกผู้มีความเหมาะสมในการเป็นผู้ทำงานบริการ จึงควรพิจารณาความมีวินัยเป็นเรื่องสำคัญ

12. ซื่อสัตย์

การให้บริการจะต้องให้ความช่วยเหลืออย่างถูกต้องตรงไปตรงมา ไม่บิดพลิ้วหรือใช้เล่ห์กลฉ้อฉล ผู้รับบริการทุกคนต้องการติดต่อสัมพันธ์กับคนที่ซื่อสัตย์และรักษาคำพูด ไม่ชอบติดต่อกับคนไปปดมดเท็จตลบตะแลง ดังนั้น พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความซื่อสัตย์รักษาคำพูด จึงเป็นสุดยอดปรารถนาของผู้ใช้บริการ

4. ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) มีผู้ให้ความหมายในแต่ละทัศนะ ดังนี้

วิลาวรรณ คุณเจริญ (2544: 13) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

กิตติศักดิ์ มีฤทธิ์ (2545: 19) ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพความต้องการที่ได้รับการตอบสนองเกิดเป็นความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ ประทับใจ ที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ โดยเมื่อพอใจสิ่งใดแล้วก็จะแสดงออกทางพฤติกรรม โดยเข้าร่วมกับกิจกรรม อุทิศร่างกาย แรงใจ และสติปัญญาที่กระทำกิจกรรมนั้น

กองนโยบายและแผน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ (2543: 15) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือความประทับใจที่มีต่อการกระทำของบุคคลหรือการทำงานนั้น ๆ

จารุศรี ศิริธำภา (2545: 8) ความพึงพอใจ เป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไป หรือกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึก (Reactionary Feeling) ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่แสดงออกมา (Yield) ในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้าย (Final Outcome) ของกระบวนการประเมิน (Evaluative Process) โดยบ่งบอกถึงทิศทางของผลการประเมิน (Direction of Evaluation Result) ว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวก (Positive Direction) หรือไม่มีปฏิกิริยา (Non Reaction) ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นนั้นก็ได้

อุบลลักษณ์ ไชยชนะ (2543: 36) ความพึงพอใจในการเรียน หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติที่เป็นไปตามความคาดหวัง ที่จะทำให้เกิดความสามารถในการเรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้น

ทฤษฎีความพึงพอใจ

มาสโลว์ (วิโรจน์ สารัตนะ. 2544: 99-101; อ้างอิงจาก Hellriegel และ Slocum 1982; Staw 1983; Dumham 1984) ทฤษฎีความต้องการ ซึ่งเชื่อว่า ความต้องการของมนุษย์สามารถจัดลำดับขั้นได้ 5 ขั้น ของมาสโลว์ ประกอบด้วย

1. ความต้องการทางกายภาพ
2. ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง
3. ความเป็นเจ้าของ ความรัก และกิจกรรมทางสังคม
4. การยอมรับนับถือ
5. การบรรลุศักยภาพแห่งตน

มาสโลว์กล่าวว่า ความต้องการในแต่ละลำดับขั้น จะมีความคาบเกี่ยวกันอยู่ หรืออาจเกิดความต้องการหลายลำดับขั้นในเวลาเดียวกัน

เฮอริเบิร์ก (วิโรจน์ สารัตนะ. 2544: 101-104; อ้างอิงจาก Hoy และคณะ 2001; Ubben และคณะ 2001; Owens 2001; Lunenburg 2000) ได้วิจัยและค้นพบว่าสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

ปัจจัยจำเป็นหรือปัจจัยธำรงรักษา คือสิ่งที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเมื่อขาดหายไป ถึงแม้ว่าในขณะที่มีก็ไม่ทำให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น

ปัจจัยจูงใจ คือสิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ แต่หากขาดหายไปจะทำให้ไม่มีความพึงพอใจ แต่ก็ไม่ถึงกับทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ

ทฤษฎีของ Herzberg สามารถตีความได้ 5 แง่มุม คือ

1. ปัจจัยจูงใจทุกตัวต่างร่วมกันส่งผลต่อความพึงพอใจมากกว่าความไม่พึงพอใจ

2. ปัจจัยเชิงจิตทุกตัวร่วมกันส่งผลต่อความพึงพอใจมากกว่าความไม่พึงพอใจและปัจจัย
 คำจูนทุกตัวต่างร่วมกันส่งผลต่อความไม่พึงพอใจมากกว่าปัจจัยเชิงจิตทุกตัวร่วมกัน

3. ปัจจัยเชิงจิตแต่ละตัวส่งผลต่อความพึงพอใจมากกว่าความไม่พึงพอใจ และในทาง
 กลับกัน ปัจจัยคำจูนแต่ละตัวส่งผลต่อความไม่พึงพอใจมากกว่าความพึงพอใจ

4. ปัจจัยคำจูนแต่ละตัวส่งผลต่อความไม่พึงพอใจมากกว่าปัจจัยเชิงจิตตัวใด ๆ และในทาง
 กลับกันปัจจัยเชิงจิตแต่ละตัวส่งผลต่อความพึงพอใจมากกว่าปัจจัยคำจูนตัวใด ๆ

5. ปัจจัยเชิงจิตเท่านั้นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และมีเฉพาะปัจจัยคำจูนเท่านั้นที่ส่งผลต่อ
 ความไม่พึงพอใจ

อัลเดอเฟอ (วิโรจน์ สารัตนะ. 2544: 104-105; อ้างอิงจาก Ubben 2001; Hoy และ
 Miskel 2001; Owens 2000; Luthans 1981) ได้กำหนดทฤษฎี ERG โดยนำความรู้ของมาสโลว์และ
 Herzberg มาศึกษาและแบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ

1. ความต้องการอยู่รอด
2. ความต้องการความสัมพันธ์
3. ความต้องการก้าวหน้าและเติบโต

เมอเร่ (คณัย งามมานะ. 2531: 139; อ้างอิงจาก Murray.M.D.) แบ่งความต้องการออกเป็น
 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ความต้องการขั้นปฐมภูมิ หรือความต้องการทางกาย
2. ความต้องการขั้นทุติยภูมิ หรือความต้องการทางจิตใจ

วิโรจน์ สารัตนะ (2544: 96) กล่าวว่า กระบวนการจูงใจเป็นสิ่งที่ทำได้ยากและซับซ้อน
 เนื่องจากเหตุผลต่อไปนี้

- บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกัน
- พฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกมีหลากหลายวิธี แม้จะเป็นความต้องการอันเดียวกัน
- การกระทำของบุคคล ไม่คงเส้นคงวา เปลี่ยนแปลงง่าย
- บุคคลมีปฏิกิริยาต่อความล้มเหลวในการตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้า

ปราณี คูเจริญไพศาล (2542: 12-14) กล่าวว่าธุรกิจไม่ควรตั้งเป้าหมายที่ความพึงพอใจ
 ของลูกค้าเพราะลูกค้าแต่ละคนคาดหวังว่าธุรกิจมีหน้าที่ที่จะต้องทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ หาก
 ความพอใจเกิดจากการที่สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังได้รับการตอบสนองเท่านั้น ลูกค้าจะไม่ชักชวนหรือ
 บอกต่อให้คนอื่นมาซื้อสินค้าที่ร้านนั้นในทางตรงกันข้ามลูกค้าจะบอกต่อก็คือเมื่อเขามีความ
 กระตือรือร้นและตื่นเต็นที่จะบอกต่อและความกระตือรือร้นที่จะบอกต่อนั้นจะมาจากการที่เขา

ได้รับบริการจากร้านนั้นเกินความคาดหวังและสิ่งที่เกินความคาดหวังของลูกค้านี้เรียกว่าส่วนเพิ่มเติม(Augmentation) โดยปกติลูกค้าที่ได้รับความพึงพอใจจะทำการบอกต่อประสบการณ์ที่ดีของตนให้เพื่อนทราบโดยเฉลี่ย 4 คน และอย่างน้อย 4 คนนั้นจะไปที่ร้านค้านั้น

คอตเลอร์ (วารุณี ดันติวงศ์วานิช และคณะ. 2546: 7; อ้างอิงจาก Kotler. 2003) กล่าวว่า ความพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ขึ้นอยู่กับประโยชน์หรือคุณค่าที่รับรู้ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์ เมื่อเทียบกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งหากประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวังไว้ ผู้ซื้อจะรู้สึกไม่พอใจในผลิตภัณฑ์นั้น ในทางตรงข้ามกันหากประโยชน์ที่ได้รับสอดคล้องหรือเกินกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวัง ผู้ซื้อจะรู้สึกพอใจหรือประทับใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546: 90 – 93) กล่าวถึง ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า (Kotler. 2003: 61) ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก

จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ความรู้สึกพอใจในคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับ ซึ่งเป็นผลมาจากความคาดหวังที่จะใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ

วิธีการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้า สามารถทำได้ 4 วิธีดังนี้

1. ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ (Complaint and Suggestion Systems) เป็นการหาข้อมูล ทศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของบริษัท ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงาน รวมทั้งข้อเสนอแนะต่าง ๆ โดยจัดเตรียมกล่องรับความคิดเห็นจากลูกค้า

2. การสำรวจความพึงพอใจลูกค้า (Customer Satisfaction Systems) ในกรณีนี้จะเป็นการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งดีกว่าวิธีแรกที่มีกพบปัญหาว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความร่วมมือและมักเปลี่ยนไป ซื้อสินค้าจากผู้ขายรายอื่นแทน เป็นผลให้บริษัทต้องสูญเสียลูกค้าไป เครื่องมือที่นิยมใช้มากคือการวิจัยตลาด วิธีนี้บริษัทจะต้องเตรียมแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า เทคนิคต่าง ๆ ที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า มีดังนี้

2.1 การให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (Rating Customer Satisfaction) ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยอยู่ในรูปของการให้คะแนน เช่น ไม่พอใจอย่างยิ่ง ไม่พอใจ ไม่แน่ใจ พอใจ พอใจอย่างยิ่ง

2.2 การถามว่าลูกค้าได้รับความพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่ อย่างไร

2.3 การถามให้ลูกค้าระบุปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์ และเสนอแนะประเด็นต่างๆ ที่จะแก้ไขปัญหานั้นเรียกว่า การวิเคราะห์ปัญหาของลูกค้า (Problem Analysis)

2.4 เป็นการถามลูกค้าเพื่อให้คะแนนคุณสมบัติต่าง ๆ และการทำงานของผลิตภัณฑ์ เรียกว่าเป็นการให้คะแนนการทำงานของผลิตภัณฑ์ วิธีนี้จะช่วยให้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ (Product Performance Rating)

2.5 เป็นการสำรวจความตั้งใจในการซื้อซ้ำของลูกค้า (Repurchase Intention)

3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย (Ghost Shopping) วิธีนี้จะเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพ ให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัทและคู่แข่งกัน พร้อมทั้งระบุปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของบริษัท

4. การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป (Lost Customer Analysis) ในกรณีนี้จะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น เช่น บริษัท IBM ได้ใช้กลยุทธ์นี้เพื่อทราบถึงสาเหตุต่างๆ ที่ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจ เช่น ราคาสูงเกินไป บริการไม่ดีพอ ผลิตภัณฑ์ไม่น่าเชื่อถือ รวมทั้งอาจจะศึกษาถึงอัตราการสูญเสียลูกค้าด้วย

5. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายพฤติกรรมของผู้บริโภค

โมเวน และไมเนอร์ (Mowen and Minor, 1998: 5) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า การศึกษาถึงหน่วยการซื้อและกระบวนการแลกเปลี่ยนที่เกี่ยวข้องกับการได้รับมา การบริโภค และการกำจัด อันเกี่ยวกับสินค้า บริการ ประสิทธิภาพ และความคิด

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) การใช้สอยผลิตภัณฑ์ (Disposing) สินค้า บริการ และความคิด (Schiffman and Kanuk, 2000: 1)

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 55) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำหรือแนวโน้ม การเกิดพฤติกรรมการซื้อ การเกิดพฤติกรรมมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดความต้องการ (Need) แล้วเกิดความตึงเครียด (Tension) และเกิดแรงกระตุ้น (Drive) แล้วยังได้รับอิทธิพลเพิ่มเติมจากการเรียนรู้ (Learning) และกระบวนการความเข้าใจของผู้รับข่าวสาร (Cognitive Processes)

ชูดา จิตติพิทักษ์ (2525: 6) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลไม่เฉพาะสิ่งที่แสดงปรากฏออกมาภายนอกเท่านั้น แต่รวมถึงสิ่งที่อยู่ในจิตใจของบุคคล ไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง เช่น คุณค่า เจตคติ ความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม เป็นต้น

โกลเดนสัน (Goldenson. 1984: 90) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำหรือตอบสนองการกระทำทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคล และเป็นปฏิสัมพันธ์ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นภายในหรือภายนอก รวมทั้งเป็นกิจกรรมการกระทำต่างๆ ที่เป็นไปอย่างมีจุดมุ่งหมาย สังเกตเห็นได้หรือเป็นกิจกรรมการกระทำต่างๆ ที่ได้ผ่านการใคร่ครวญมาแล้วหรือเป็นไปอย่างไม่รู้ตัว

ยุทธนา ธรรมเจริญ (2541: 9) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลต้องเอาใจใส่ในเมื่อได้ทำการเลือก การซื้อ การใช้ผลิตภัณฑ์ที่สนองความพอใจ และความต้องการ กิจกรรมเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับกระบวนการภายในจิตใจและอารมณ์

จากความหมายพฤติกรรมของผู้บริโภคข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำหรือแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมที่เกิดจากการกระตุ้นจากภายในและภายนอก โดยเริ่มที่ความต้องการ แล้วเกิดความตึงเครียดและเกิดแรงกระตุ้น อีกทั้งยังมีอิทธิพลจากการเรียนรู้และกระบวนการความเข้าใจของผู้รับข่าวสาร

ความคาดหวังของผู้มาติดต่อ

สมิต สัมฤทธิ์ ได้อธิบายไว้ว่า (สมิต สัมฤทธิ์. 2550: 66-68) ทุกคนต้องการพบกับสิ่งที่ดี สวยงาม และในประการสำคัญได้รับการต้อนรับอย่างอบอุ่น ดังนั้น การจัดเตรียมสถานที่ให้เป็นระเบียบเรียบร้อย สวยงาม สะอาด ทั้งด้วยการมองเห็นและการสัมผัส มีความสะดวกสบาย ย่อมสร้างความรู้สึกประทับใจเมื่อแรกอย่างคิอิ่ง ความพร้อมในการต้อนรับเป็นสิ่งสำคัญ จึงต้องมีความตรงต่อเวลา อย่าให้ผู้มาติดต่อต้องรอ ถ้าจะให้ดีต้องเตรียมตัวให้พร้อมก่อนเวลา เพราะลูกค้าย่อมคาดหวังว่า เมื่อตนมาถึงตรงเวลา ต้องมีผู้พร้อมต้อนรับอยู่แล้ว ความสะดวกในการติดต่อทำให้เกิดความประทับใจ และหากได้รับการต้อนรับอย่างดีย่อมมีความประทับใจที่ติดกลับไป

การรู้ความคาดหวังของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะทำให้สามารถสนองตอบความต้องการให้ลูกค้าเกิดความพอใจได้ ฉะนั้นถึงว่าเราเป็นผู้ไปติดต่องานที่ใดที่หนึ่ง เราก็จะรู้ความคาดหวังของผู้มาติดต่อ เพราะเรากำลังเอาใจเขามาใส่ใจเรา

ผู้มาติดต่อทุกคนจะต้องคำนึงถึงความต้องการคล้ายๆกัน ดังนี้

1. สถานที่ไปมาสะดวก

ทำเลที่ตั้งของหน่วยงานร้านค้า และบริษัทตลอดจนสถานที่ทำการของราชการ จะต้องคำนึงถึงสถานที่ตั้งว่ามีความสะดวกเหมาะสมต่อการติดต่อมากน้อยเพียงใด จึงมีการคิดถึงหลักการเก่าแก่ของจีนเรื่องฮวงจุ้ย ให้มีทิศทางทั้งลมและน้ำดี ถ้าจะว่าไปแล้วคนทั่วไปก็คิดได้ว่าต้องให้ลมเย็นพัดผ่านสบาย และน้ำไม่แล้ง ไม่ท่วม แต่ถ้าจะให้สบายใจจริงๆก็จ่ายเงินให้ซินแสช่วยเมตตามูทให้ก็ได้

ความสำคัญของสถานที่ทำให้เกิดราคาที่ดินสูงตามทำเลการค้า ถ้าเป็นย่านธุรกิจการไปมาสะดวกและติดต่องานได้หลายแห่งบนถนนสายเดียวกันจนเป็นย่านธุรกิจ (Business Street) ก็ช่วยให้ธุรกิจการค้าเจริญตามไปด้วย ที่แล้วมาย่านถนนสีลมที่ดินจึงราคาแพง แต่ปัจจุบันปัญหาจราจรทำให้ธนาคารใหญ่ๆและบริษัท ห้างร้าน เริ่มทยอยย้ายออกไปเรื่อยๆ

2. มีการกล่าวต้อนรับทักทาย

ใครเคยไปซื้อสินค้าร้านเซเว่น อีเลฟเว่น จะพบการกล่าวต้อนรับ “สวัสดีค่ะ” เป็นการสนองตอบความคาดหวังของลูกค้า และบริษัทห้างร้านตลอดจนหน่วยราชการหลายแห่งก็ได้ปฏิบัติเช่นเดียวกัน การทักทายที่มีคำพูดไพเราะและมีน้ำเสียงชวนฟังด้วยความจริงใจ ไม่ใช่ทักทายแบบนกแก้วนกขุนทอง จะทำให้ผู้มาติดต่อรู้สึกอบอุ่นและชุ่มฉ่ำ ไม่ใช่คำทักทายต้อนรับที่ทอเป็นตัวหนังสือ “Welcome” บนพื้นพรมที่ปูพื้นไว้เท่านั้น

3. มีความเอาใจใส่ผู้มาติดต่อ

ทุกคนต้องการมีความสำคัญ มีผู้มาเอาใจใส่ดูแลทั้งด้วยการพูดและการกระทำ ถ้าผู้มาติดต่อพบกับการต้อนรับอย่างเย็นชา ไม่กระตือรือร้น ย่อมจะผิดหวังตั้งแต่ต้น ความรู้สึกยินดีที่มาติดต่อย่อมจะเลือนหายไป ผู้ให้การต้อนรับจึงไม่ควรทำร้ายจิตใจด้วยการทำลายความคาดหวังของผู้มาติดต่อ ควรจะสบตากับลูกค้าหรือมองหน้าเมื่อพูดกับเขา

4. สนใจตอบคำถาม

ผู้มาติดต่อโดยทั่วไปจะต้องการทราบข้อมูลต่างๆจึงมักจะมีคำถามมากมาย ผู้ให้การต้อนรับซึ่งเห็นเดชะเห็นอรรถจากการทำงานมาตลอดวัน มักจะเบื่อหน่ายการตอบคำถามซึ่งอาจจะเป็นคำถามซ้ำๆกัน แต่เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้ให้การต้อนรับจึงควรสนใจฟังคำถามเพื่อรับรู้ความต้องการและให้คำตอบที่ถูกต้องสมบูรณ์ มีผู้ให้ข้อมูลว่าโรงพยาบาลกรุงเทพคริสเตียน เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารดี เมื่อไปถึงสอบถามทันทีว่ามาติดต่อเรื่องอะไร และบอกทางไปห้องตรวจได้ทุกคน

5. มีท่าทีแสดงออกที่สุภาพ

ผู้มาติดต่อทุกคนชอบกริยาที่สุภาพนุ่มนวล เพราะเป็นคุณลักษณะของคนไทยโดยทั่วไป ไม่ใช่การแสดงท่าทางถึงโลกหรือส่งเสียงเอะอะดีใจ ซึ่งมีความเหมาะสมกับวัฒนธรรมของคนบางกลุ่มที่นิยมปฏิบัติกันเฉพาะถิ่น และกริยามารยาทที่สุภาพนุ่มนวลนี้เองทำให้ต่างชาติชื่นชมอย่างมาก

6. พูดด้วยน้ำเสียงชัดเจนไพเราะ

ผู้มาติดต่อต้องการทราบเรื่องจึงควรพูดให้ชัด ฉะฉานด้วยน้ำเสียงไพเราะชวนฟัง ไม่ควรพูดคัดเสียง หรือตั้งใจที่จะให้มีน้ำเสียงหวานจับใจแบบนักร้อง ควรพูดในลักษณะท่วงทำนองการสนทนาไม่ต้องจิบปากจิบคอ

7. มีความเป็นกันเอง

ผู้มาติดต่อชอบความเป็นกันเอง แต่ไม่ใช่ถึงขั้นวิสาสะเห็นเป็นเพื่อนเล่น ลูกค้าประจำชอบให้จำเขาได้และจำเรื่องราวที่ติดต่อไว้ครั้งก่อนๆ ได้ ถ้าเป็นห้องอาหาร โรงแรม หรือภัตตาคาร ผู้ต้อนรับรู้ว่าลูกค้าชอบห้องอาหารไทย จีน ฝรั่งเศสญี่ปุ่น และนำไปถูกต้อง รวมทั้งช่วยสั่งอาหารจานโปรดให้ด้วยจะพอใจมาก

8. ถามความประสงค์และให้คำแนะนำ

ผู้มาติดต่อซึ่งเพิ่งมาเป็นครั้งแรกจะต้องระมัดระวัง ไม่อวดรู้หรือเดาว่าจะติดต่อเรื่องอะไร ควรจะต้องถามความประสงค์ และตั้งใจรับฟังด้วยความสงบ ถ้าได้ยินไม่ถนัดจะต้องกล่าวทวนและขอให้ลูกค้ายืนยันความต้องการด้วยคำพูดที่เหมาะสม และถ้ามีความสะดวกหรือเหมาะสมใดๆ อาจพูดเสนอให้พิจารณา แต่ถ้าลูกค้าไม่ต้องการก็อย่าคะยั้นคะยอ

การแสดงออกด้วยท่าทางอากัปกิริยา

สมิต สัจฉกร ได้อธิบายเกี่ยวกับการแสดงออกด้วยท่าทางอากัปกิริยาของลูกค้าที่มาใช้บริการไว้ว่า (สมิต สัจฉกร. 2550: 69-70) ลูกค้าแสดงท่าทางวางมาดเป็นผู้มีบุญหนักศักดิ์ใหญ่ วางท่าปึงชาจะขอฟุดกับเจ้านายเท่านั้น ไม่ฟังคำอธิบาย ไม่สนใจสิ่งที่พูด คิดว่ารู้แล้ว

ลูกค้าต้องการจะทำอะไรที่ขัดต่อระเบียบ เมื่อชี้แจงและอธิบายระเบียบให้ทราบก็แสดงทีท่าไม่สนใจ เมื่อขอร้องให้ปฏิบัติตามระเบียบด้วยกิริยาหวานอบน้อม ยิ่งแสดงท่าทางและพูดจาหยิ่งโส

ลูกค้าใจร้อนเร่งรัดเวลาให้บริการตามเวลาที่กำหนดซึ่งเป็นสิ่งที่ปฏิบัติไม่ได้ แต่ลูกค้าก็มักจะไม่นิ่งเสียงต้องการให้บริการได้ดังใจ

ลูกค้าอารมณ์เสียเนื่องจากเครื่องเสียต่างๆ ที่เพิ่งซื้อไปใช้ไม่กี่วันและไม่ยอมให้ช่างไปซ่อม ต้องการจะเปลี่ยนแปลงเครื่อง แต่บริษัทมีนโยบายให้ซ่อมเครื่องให้แก่ลูกค้าจึงทำให้ลูกค้าหงุดหงิดพูดอธิบายอย่างไรก็ไม่ฟังและพูดจาไม่ดีกับพนักงานที่รับเรื่อง

ลูกค้าบางรายชอบพูดอะอะโวยวายและไม่ยอมฟังคำชี้แจงใดๆ ไม่เปิดโอกาสให้อธิบายข้อเท็จจริง และกว่าที่จะอธิบายเหตุผลให้ฟังได้ก็ใช้เวลานาน บางรายก็ยอมรับบางรายก็ไม่ยอมรับ

ลูกค้าต้องการให้ช่างซ่อมสินค้าอื่นๆ ภายในบ้านซึ่งไม่ใช่สินค้าของบริษัท เมื่อช่างอธิบายเหตุผลว่าทำไม่ได้ เพราะผิดระเบียบการปฏิบัติงานที่จะรับซ่อมเป็นการส่วนตัว ลูกค้าก็จะแสดงกิริยาไม่พอใจและบอกว่าช่างไม่มีน้ำใจ

ลูกค้าเป็นผู้มีความรู้สูง ไม่ยอมฟังคำอธิบายของช่าง อ้างว่าคู่มืออ่านวิธีใช้เครื่องมืออย่างดีแล้ว และช่างจะรู้ดีกว่าเขาได้อย่างไร เครื่องเสียเพราะคุณภาพไม่ดีแน่นอน

ลูกค้าโกรธที่ได้สินค้ามีสีไม่ตรงกับตัวอย่าง เพราะสีบ้านตัวอย่างถูกแดดเลียสีทำให้ลดความเข้มข้นไปบ้าง แต่เมื่อส่งมอบบ้านที่ปลุกให้สีจะสด ลูกค้าไม่ชอบ บอกว่าเป็นสีจืด และกล่าวหาว่าหลอกลวงตบตา

ลูกค้าแสร้งทำไม่เข้าใจเงื่อนไขข้อตกลง เรียกร้องสิทธิประโยชน์เกินกว่าสัญญา พูดเสียงดังวางท่า ใช้กิริยาไม่สุภาพ

การแสดงออกทางวาจา

สมิต สัจฉกร ได้อธิบายเกี่ยวกับการแสดงออกทางวาจาของลูกค้าที่มาใช้บริการไว้ว่า (สมิต สัจฉกร. 2550: 70-71) ลูกค้าชอบพูดเปรียบเทียบกับสินค้าของเรากับสินค้านี่ห้ออื่นในทางไม่ดี เมื่อชี้แจงอธิบายอย่างไรก็ไม่ฟัง พูดบ่นไปเรื่อยๆ

ลูกค้าต่อว่าเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าว่าแก้ไขหลายครั้งแล้วยังไม่ดีขึ้น โดยไม่ฟังเหตุผลชี้แจงของผู้ให้บริการ

ลูกค้าไม่พยายามทำความเข้าใจกับปัญหาที่เกิดขึ้น เนื่องจากการใช้งานสินค้าผิดวิธี แต่จะกล่าวโทษสินค้าคุณภาพไม่ดีและบ่นว่าจะไม่ใช้สินค้าของเราต่อไป

ลูกค้าอ้างว่ารู้จักผู้หลักผู้ใหญ่ในบริษัท จะให้บริการด่วนทันทีขอลัดคิวโดยไม่ฟังคำชี้แจงเหตุผล

ลูกค้าโทรมาตามงานด้วยความโมโหจนเสียงพูดจารุนแรง เมื่อสอบถามอะไรก็ยังไม่ทราบว่าจะติดต่อเกี่ยวกับเรื่องอะไร บ่นว่าบริษัทต่าง ๆ นานา จะชอบพูดกับผู้จัดการ ไม่ยอมพูดกับพนักงาน

ลูกค้าอยู่ต่างจังหวัดต้องการให้ส่งช่างไปบริการด่วนในวันรุ่งขึ้น แต่ทางบริษัทไม่มีช่างจะจัดการให้ในวันรุ่งขึ้น ได้อธิบายเหตุผลแล้วลูกค้าไม่ยอม และลูกค้าต้องการให้เช็กเครื่องในโกดังทั้งหมดด้วย โดยอ้างว่าเมื่อเปิดกล่องแล้วเจอว่าเครื่องใหม่ใช้การไม่ได้

ลูกค้าซื้อลูกค้าไปแล้วใช้ไม่ได้ทั้งๆที่เครื่องรุ่นเดียวกันที่ซื้อไปพร้อมกันใช้ได้ดีไม่มีปัญหา ต้องการจะคืนสินค้า ไม่ยอมให้ช่างไปซ่อมจะไปซื้อสินค้านี่ห้ออื่นมาใช้แทน และแจ้งว่าจะไม่ใช้สินค้าของเราอีกแล้ว

ลูกค้าต่อว่าเมื่อจองซื้อไม่ได้ ประณามว่าบริษัทผู้ขายหยัง ลูกเล่นเยอะ ระเบียบหุยมหิมนูนวาย

ลูกค้าพูดอวดความร่ำรวย และกล้าใช้จ่ายอย่างไม่กลัวสิ้นเปลือง ดิทุกสิ่งทุกอย่างที่จะสรรหา มาให้ทำโน่นทำนี่และบอกว่าพร้อมที่จะจ่ายเงินเท่าไรเท่ากัน

ลูกค้าชอบขอของแถมโดยที่ไม่ใช่ช่วงส่งเสริมการขาย แต่ลูกค้าก็อ้างว่าเคยได้รับของแถม เมื่อชี้แจงก็ไม่ยอมฟัง บอกว่าถ้าไม่มีของแถมก็จะไม่ซื้อ

จากการสำรวจหลายครั้งยังมีพฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างจากลูกค้า ผู้มีพฤติกรรมเป็นปกติอีกมาก แต่หากนำเสนอมากนักจะเกิดทัศนคติไม่ดีต่อลูกค้า พาลคิดว่าลูกค้าทุกคนหรือลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนไม่ดี ไม่น่าคบหาติดต่อด้วย

ความคาดหวังของผู้รับบริการ

สมิต สัทธุมกร (2550: 71-74) อธิบายว่า ผู้รับบริการทุกคนก็ต้องการบริการขั้นหนึ่ง คือ สะดวก รวดเร็ว ทันใจ ถูกต้อง สมบูรณ์ ได้รับประโยชน์สูงสุด ได้รับการต้อนรับที่อบอุ่น ผู้ให้บริการให้ความสนใจ เอาใจใส่ตอบสนองความต้องการอย่างถูกต้องและถูกใจ ที่สำคัญ คือ รวดเร็วดังใจไม่ต้องรอคอย

การให้บริการเพื่อสร้างความพอใจจะต้องสนองความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งความคาดหวังเป็นเรื่องของจิตใจอาจแสดงออกโดยตรงทางคำพูดบอกกล่าวของผู้บริการ ดังสมมติฐานว่า ผู้ให้บริการจะต้องรู้เอง ซึ่งทำให้เกิดความยุ่งยากว่าจะพิจารณาจากสิ่งใด

เราอาจจำแนกความคาดหวังของผู้รับบริการ เป็นแต่ละด้านได้ดังนี้

1. สิ่งที่เราเห็นได้ ผู้รับบริการคาดหวังที่จะได้เห็นสิ่งอำนวยความสะดวก ที่จัดเตรียมไว้ว่ามีไว้เพียงพอแก่การให้ความสะดวกต่าง ๆ มากน้อยเท่าใด เครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ มีความทันสมัยหรือไม่ จัดเตรียมบุคลากรไว้อย่างไรมากเพียงพอแก่การที่จะให้บริการหรือไม่ มีเครื่องมือสื่อสารที่พร้อมจะให้ความสะดวกหรือไม่ มีวัสดุต่าง ๆ ที่จะเอื้ออำนวยความสะดวกอย่างไร

2. ความรู้สึกร่วม ผู้รับบริการคาดหวังที่จะได้รับการต้อนรับดูแลอย่างถูกต้อง ต้องการคำกล่าวปลุสการทักทายที่ยกย่อง การแสดงกิริยานอบน้อม คำพูดไพเราะให้ความเอาใจใส่และมีความเป็นกันเอง เมื่อมีข้อสงสัยจะต้องได้รับคำตอบชี้แจง หรือจัดหาให้ตามความต้องการ ผู้รับบริการทุกคนคาดหวังที่จะได้รับความสนใจให้ความสำคัญและให้เกียรติ

3. การสนองตอบ ผู้รับบริการคาดหวังว่า ผู้ให้บริการจะมีความเต็มใจในการให้ความช่วยเหลืออย่างจริงใจและจริงใจ เมื่อต้องการความสะดวกอย่างใดก็จะได้รับการที่ทันทั่วทั้งที่มีความสะดวกรวดเร็วทันใจและได้รับประโยชน์สูงสุด

4. การให้หลักประกัน ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะมีผู้ให้บริการที่มีความรู้ในเรื่องที่จะบริการอย่างแท้จริง เป็นผู้มีอัธยาศัยที่จะรับเรื่องอันเป็นปัญหาของเขาไว้ เป็นผู้ที่เขาจะสามารถพูดด้วยอย่างเปิดเผยด้วยความไว้วางใจ และช่วยแก้ปัญหาให้แก่เขาได้ รวมทั้งสามารถสร้างความมั่นใจว่าเขาจะได้รับการที่มีคุณภาพ คุ่มค่าและถูกต้องสมบูรณ์

5. ความเชื่อถือได้ ผู้รับบริการคาดหวังว่าผู้ให้บริการมีความสามารถในการปฏิบัติตามที่สัญญาด้วยการให้บริการที่ถูกต้องสะดวกรวดเร็วด้วยการยึดมั่นในคำสัญญาที่จะให้บริการในเรื่องต่าง ๆ อย่างแท้จริง

ความคาดหวังของผู้รับบริการมีสิ่งที่เห็นได้ อันได้แก่การให้สิ่งอำนวยความสะดวก ความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ การจัดให้มีเครื่องมือสื่อสาร การจัดให้มีบุคลากรช่วยเหลือเอาใจใส่ บางความคาดหวังเป็นสิ่งที่เกิดจากความรู้สึกหรืออารมณ์ร่วม ได้แก่ การต้อนรับดูแลความเอาใจใส่เป็นกันเอง การยกย่องพูดไพเราะ การสนองความเรียกร้อง ต้องการแสดงความสนใจให้ความสำคัญและให้เกียรติ

การตอบสนองด้วยความเต็มใจในการให้ความช่วยเหลือ การให้บริการที่ทันทั่วทั้งที่สะดวกรวดเร็วทันใจ ได้รับประโยชน์สูงสุดเป็นสิ่งที่อยู่ในความคาดหวังของผู้รับบริการทุกคน เมื่อใดเราเป็นฝ่ายรับบริการบ้างก็จะรู้สึกคาดหวังเช่นนี้

ความคาดหวังของผู้รับบริการที่ไม่ควรจะมีมองข้ามไป ได้แก่ มีหลักประกันว่าจะได้รับบริการที่มีคุณภาพ คำนึงเวลาและถูกต้องสมบูรณ์ นั่นคือคาดว่าจะได้รับบริการจากพนักงานที่มีความรู้ในเรื่องที่จะบริการ มีความน่าไว้วางใจและมีความจริงใจ

ความเชื่อถือได้ก็เป็นความคาดหวังของผู้รับบริการ จึงต้องใช้ผู้ให้บริการที่มีความสามารถในการปฏิบัติตามสัญญา มีการบริการที่ถูกต้องทันกำหนดเวลา ยึดมั่นในคำสัญญาที่ให้ไว้ อันได้แก่คำสัญญาที่จะให้บริการหลังการขาย

ผู้รับบริการนอกจากคาดหวังในการรวดเร็วและถูกต้องแล้วยังต้องการอัธยาศัยไมตรีจากผู้ให้บริการ ต้องการได้รับสิ่งที่ถูกใจ ได้เห็นใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะสุภาพมีความเป็นกันเอง ให้คำแนะนำที่แจ่มแจ้งที่เข้าใจง่ายมีเหตุผล

เหตุที่ผู้รับบริการต้องการความเอาใจใส่เพราะคาดว่าจะได้รับบริการที่ด้วยความเต็มใจ อันจะเป็นหลักประกันว่าเป็นบริการที่คุ้มค่าสมควรและถ้าจะให้เกิดความชื่นชมประทับใจเป็นพิเศษ ก็จะต้องได้รับสิ่งที่ดีกว่าเหนือความคาดหวังขึ้นไปอีก

กิจการบางอย่าง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร นอกจากความคาดหวังในเรื่องต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้วข้างต้นแล้วยังต้องการรสชาติของอาหาร ความสะอาดทั้งของอาหารและสถานที่ มีความสะดวกสบายและปลอดภัย

ความต้องการของผู้รับบริการ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ได้อธิบายไว้ในเอกสารประกอบคำสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2544) ความต้องการของผู้รับบริการเป็นหัวใจหลักของการตลาด ผู้ประกอบการจะจัดทำสินค้าบริการใดๆก็ตาม จะต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก เพราะธุรกิจจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากการลูกค้าตลอดเวลาอย่างสม่ำเสมอและมากยิ่งขึ้นไปเรื่อยๆ จึงจะทำให้ธุรกิจอยู่รอดและเจริญเติบโตได้ การวางกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ จึงต้องเริ่มที่การวิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้บริโภค (Consumer Need and Wants) ก่อนสิ่งอื่นใด และมีรากฐานอยู่บนแนวความคิดเบื้องต้นทางการตลาดที่ว่า ในการบริหารงานตลาดนั้น ธุรกิจจะต้องให้ความสำคัญแก่ตัวผู้บริโภคเป็นหลักใหญ่ (Consumer Orientation) ดังนั้นการที่จะจูงใจให้ลูกค้ามาซื้อบริการ จึงจำเป็นต้องเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ต้องเข้าใจถึงความรู้สึกนึกคิดของเขาเพื่อกระตุ้นให้เขามาซื้อบริการเพิ่มขึ้น

ลักษณะของความต้องการ

ลักษณะสำคัญของความต้องการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2544) ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลค่อนข้างมากต่อพฤติกรรมผู้บริโภค 6 ประการ คือ ความต้องการเป็นรากฐานของการกระทำของมนุษย์ ความต้องการไม่ใช่ความขาดแคลน มนุษย์มีอัตราการตระหนักถึงความต้องการแตกต่างกัน ความต้องการเป็นสิ่งที่แปรเปลี่ยนได้ ความต้องการสามารถเปลี่ยนเป็นความปรารถนาและความต้องการของมนุษย์ไม่มีวันสิ้นสุด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ความต้องการเป็นรากฐานของการกระทำของมนุษย์ การกระทำใดๆของมนุษย์จะเกิดมาจากการต้องการ เมื่อความต้องการเป็นสิ่งที่อยู่เบื้องหลังการกระทำ ผู้ประกอบการจะชักจูงให้ใครมารับบริการ ก็จะต้องเข้าใจความต้องการที่อยู่เบื้องหลังของผู้บริโภค เพื่อจะทำการกระตุ้นได้อย่างถูกต้อง หากผู้ประกอบการไม่สามารถเข้าใจความต้องการต่างๆเช่น ความต้องการตัวไหนทำให้ทำให้ผู้รับบริการพอใจที่จะจ่ายในราคาแพง ความต้องการตัวไหนทำให้คนอยากไปท่องเที่ยว ความต้องการตัวไหนทำให้คนอยากรับประทานอาหารนอกบ้าน ความต้องการตัวไหนทำให้คนอยากเข้าโรงพยาบาล ฯลฯ เหล่านี้ผู้ประกอบการก็จะไม่สามารถหาจุดขาย (Selling Point) ได้อย่างถูกต้องมานำเสนอให้กับผู้รับบริการ ไม่สามารถขายบริการที่สนองตอบความต้องการลูกค้าได้ เช่น ผู้รับบริการที่เป็นหญิงส่วนใหญ่พอใจที่จะจ่ายค่าบริการในราคาแพง หากร้านเสริมสวยสามารถจะให้บริการตกแต่งทรงผม ใบหน้า ตลอดจนทรวดทรงให้ดูสวยงามได้ ร้านเสริมสวยก็จะต้องพยายามหาช่างฝีมือดี อุปกรณ์พร้อม สถานที่สะอาดสะอ้าน พนักงานมีจิตใจบริการ เป็นต้น ก็จะสมารถทำให้มีผู้มารับบริการ

2. ความต้องการไม่ใช่ความขาดแคลน แม้ว่าความขาดแคลนจะเป็นสาเหตุทำให้เกิดความต้องการก็ตาม แต่ความขาดแคลนคือการไม่มีสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเมื่อมีสิ่งนั้นแล้วความขาดแคลนหายไป แต่ความต้องการยังคงมีอยู่ เพราะความต้องการเป็นสิ่งที่มนุษย์มีอยู่กับตัวตลอดไป ไม่ว่าจะเป็นได้รับการตอบสนองแล้วก็ตามดังนั้นการเข้าใจว่าคนที่เพียบพร้อมมีอะไรครบถ้วนแล้ว จะไม่มีความต้องการอีก เป็นความเข้าใจผิดเช่น คนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี มีทั้งคนทำอาหารประจำบ้าน และมีกำลังซื้อที่จะสั่งอาหารจากภัตตาคารมารับประทานที่บ้าน ก็ยังมีความต้องการที่จะเปลี่ยนบรรยากาศ ไปรับประทานอาหารตามร้านแถวชานเมือง หรือผู้ที่ยังไม่เคยทำประกันชีวิตให้ครอบครัว เมื่อทำแล้วผู้ขายประกันยังสามารถขายกรมธรรม์ประกันชีวิต ฉบับที่ 2 และที่ 3 เพิ่มได้อีกดังนี้ เป็นต้น ดังนั้น ผู้ประกอบการยังคงแสวงหาความต้องการของลูกค้า เพื่อให้มารับบริการได้อีกเรื่อยๆ

3. มนุษย์มีอัตราการตระหนักถึงความต้องการต่างกัน การที่คนจะตระหนักถึงความต้องการก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นรู้สึกว่ายังขาดบางสิ่งบางอย่างนั่นเอง แต่บางคนก็ไม่ได้ตระหนักถึงจนกว่าจะมีผู้ไปกระตุ้นเช่น บางคนมีรูปร่างอ้วน ทำให้ทั้งบุคลิกภาพเสียไป และมีโรคตามมา จำเป็นต้องลดอาหารควบคู่ไปกับการออกกำลังกาย ได้พยายามที่จะทำด้วยตนเองแต่ไม่สำเร็จ เพราะขาดความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับอาหารที่ควรกิน ในขณะที่คนอ้วนหลายคนได้ไปสถานบริการการลดความ

อ้วน ซึ่งมีผู้รู้แนะนำและเป็นสถานที่ออกกำลังกายด้วย ในเรื่องนี้สถานประกอบการจะต้องทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์กระตุ้นลูกค้า ให้ตระหนักถึงความต้องการของตนให้เกิดขึ้นจึงได้

4. ความต้องการเป็นสิ่งที่แปรเปลี่ยนได้ สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงจะเกิดจากการเปลี่ยนส่วนบุคคล (Personal Change) หรือการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมภายนอก (Environmental Change)

การเปลี่ยนแปลงส่วนบุคคล เช่นบางคนเมื่ออายุน้อยร่างกายแข็งแรง เดินทางไปต่างจังหวัดกลางคืน ใช้บริการรถไฟฟ้านั่งธรรมดา เมื่ออายุมากขึ้นและมีรายได้มากขึ้น อาจจะเปลี่ยนเป็นใช้บริการรถไฟเหมือนเดิมแต่โดยสาร ตู้นอน หรืออาจจะเดินทางโดยเครื่องบินก็ได้

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก หรือการเปลี่ยนแปลงในสังคมที่เกิดขึ้น ทำให้ความต้องการของผู้รับบริการเปลี่ยนไป เช่น ในปัจจุบัน สภาพครอบครัวเปลี่ยนเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น ในบ้าน จะมีภรรยาอยู่กัน 2 คน ทำงานนอกบ้านด้วยกันทั้งคู่ เมื่อมีลูกไม่มีใครเลี้ยงให้ เช่นแต่ก่อน ประกอบกับผู้ช่วยงานบ้านที่มีความรู้เรื่องการเลี้ยงเด็กก็หายาก จึงต้องไปใช้บริการของสถานเลี้ยงเด็กอ่อนหรือสถานเลี้ยงเด็กแรกเกิด หรือโรงพยาบาลเอกชนหลายแห่งที่เปิดบริการด้านนี้ เป็นต้น

5. ความต้องการสามารถเปลี่ยนเป็นความปรารถนา นักการตลาดไม่สามารถสร้างความต้องการของมนุษย์ได้ แต่สามารถสร้างความปรารถนาให้เกิดขึ้นได้ โดยการสร้างความตระหนักรู้ให้เกิดขึ้น เช่น เมื่อผู้บริโภคเดินเข้าไปในภัตตาคาร ต้องการจะรับประทานอาหารจานเดียวง่ายๆ แต่ในช่วงนั้นมีการจัดเทศกาลอาหารยุโรป ผู้บริโภคคนนั้นมีความชอบอาหารยุโรปอยู่แล้ว เมื่อได้กลิ่นอาหารมากระตุ้น ทำให้รู้สึกอยากทานอาหารยุโรปเสียแล้ว ซึ่งตรงนี้ความต้องการถูกเปลี่ยนเป็นความปรารถนาเรียบร้อยแล้ว เพราะอาหารจานเดียวก็บำบัดความหิวได้ แต่เป็นเพียงการสนองความต้องการไม่ใช่สนองความปรารถนา ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ความต้องการขั้นปฐมภูมิ (Primary) และความปรารถนาเป็นขั้นทุติยภูมิ (Secondary) นักการตลาดจึงต้องไปกระตุ้นความต้องการขั้นปฐมภูมิ และไปสร้างความปรารถนาโดยทำให้ผู้บริโภคตระหนักรู้ในผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ

6. ความต้องการของมนุษย์ไม่มีวันสิ้นสุด เนื่องจากมนุษย์ไม่มีวันจะมีความพอใจคงที่ตลอดไป ซึ่งอาจจะมาจากสาเหตุที่ว่า ความต้องการในปัจจุบันก็ไม่ได้รับการสนองตอบจนมีความพอใจเต็มที่ หรือความต้องการที่ได้รับการสนองตอบแล้ว เกิดความต้องการใหม่ขึ้นมาอีก หรือเมื่อได้รับความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ก็ตั้งเป้าหมายใหม่ที่สูงขึ้นไปอีกเช่น บางคนที่มีความสุขความพอใจกับความต้องการพื้นฐานแล้ว มีความต้องการที่จะได้รับการยอมรับจากเพื่อนบ้าน ก็ไปร่วมเป็นสมาชิกสโมสรของหมู่บ้าน เป็นกรรมการหมู่บ้านเมื่อประสบความสำเร็จระดับหนึ่งแล้ว เขาแสวงหาการยอมรับต่อไปอีก โดยจัดงานการกุศลขึ้นซึ่งในเรื่องนี้นักการตลาดจึงต้องให้ความสนใจใส่ใจกับความต้องการของลูกค้า และระลึกอยู่เสมอว่าลูกค้าต้องการบริการที่ดีขึ้นไปเรื่อยๆ จึงควรจะมีวิธจัดการโดยมีประสิทธิภาพเพื่อจูงใจลูกค้าให้มาบริการต่อไป

6. ประวัติธนาคาร

บมจ.ธนาคารกรุงไทย ได้เริ่มเปิดดำเนินการครั้งแรกเมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2509 โดยใช้การควบกิจการของธนาคารเกษตร จำกัด และธนาคารมณฑล จำกัด ซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีรัฐบาลเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ทั้งคู่เข้าเป็นธนาคารเดียวกันตามนโยบายของรัฐบาลและได้ใช้ชื่อใหม่ว่า “ธนาคารกรุงไทย จำกัด” โดยใช้สัญลักษณ์ “นกยูงศักดิ์” ซึ่งเป็นเครื่องหมายของกระทรวงการคลัง เป็นสัญลักษณ์ประจำธนาคารถึงปัจจุบัน

สำนักงานใหญ่แห่งแรก ตั้งอยู่ที่ถนนเขาวราช และมีสาขารวม 81 แห่ง พนักงาน 1,247 คน สินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 4,582.1 ล้านบาท เงินฝาก 4,442.2 ล้านบาท และทุนจดทะเบียน 105 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2530 ธนาคารกรุงไทย รับโอนสินทรัพย์และหนี้สินของธนาคารสยามจำกัด เพื่อนำมาบริหารและดำเนินการต่อตามนโยบายของกระทรวงการคลัง ต่อมาเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2541 ธนาคารได้รับโอนกิจการบางส่วนโดยเฉพาะเงินฝากของธนาคารกรุงเทพฯ พาณิชย์การ จำกัด (มหาชน) และกิจการทั้งหมดของธนาคารมหานคร จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2541 ซึ่งผลจากรับโอนกิจการและสินทรัพย์จากหลายธนาคารดังกล่าว จึงทำให้เป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดทรัพย์สินมากเป็นอันดับสอง และยังเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีเครือข่ายมากที่สุดในจำนวน 656 สาขาโดยประกอบด้วยสาขาในประเทศจำนวน 646 สาขา และสาขาต่างประเทศจำนวน 10 สาขา

ธนาคารนำหุ้นเข้าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย วันที่ 26 มิถุนายน พ.ศ. 2532 ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจแห่งแรกที่นำหุ้นเข้าซื้อ - ขาย ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยได้เริ่มเปิดการซื้อขายหุ้นธนาคารในตลาดหลักทรัพย์ ตั้งแต่วันที่ 2 สิงหาคม พ.ศ. 2537 โดยใช้ชื่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) นับแต่นั้นมา

โดยเหตุที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นรัฐวิสาหกิจที่ดำเนินการประกอบธุรกิจพาณิชย์เพียงแห่งเดียว นอกจากต้องประกอบธุรกรรมตามปกติ เพื่อเป็นการหารายได้เช่นธนาคารพาณิชย์แห่งอื่นๆ ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย และตามพระราชบัญญัติธนาคารพาณิชย์ แล้วยังมีส่วนร่วมสนองนโยบายของรัฐ ในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในฐานะรัฐวิสาหกิจภายใต้การดูแลของกระทรวงการคลัง ทั้งในด้านตลาดการเงินและตลาดการลงทุนของประเทศดังนี้

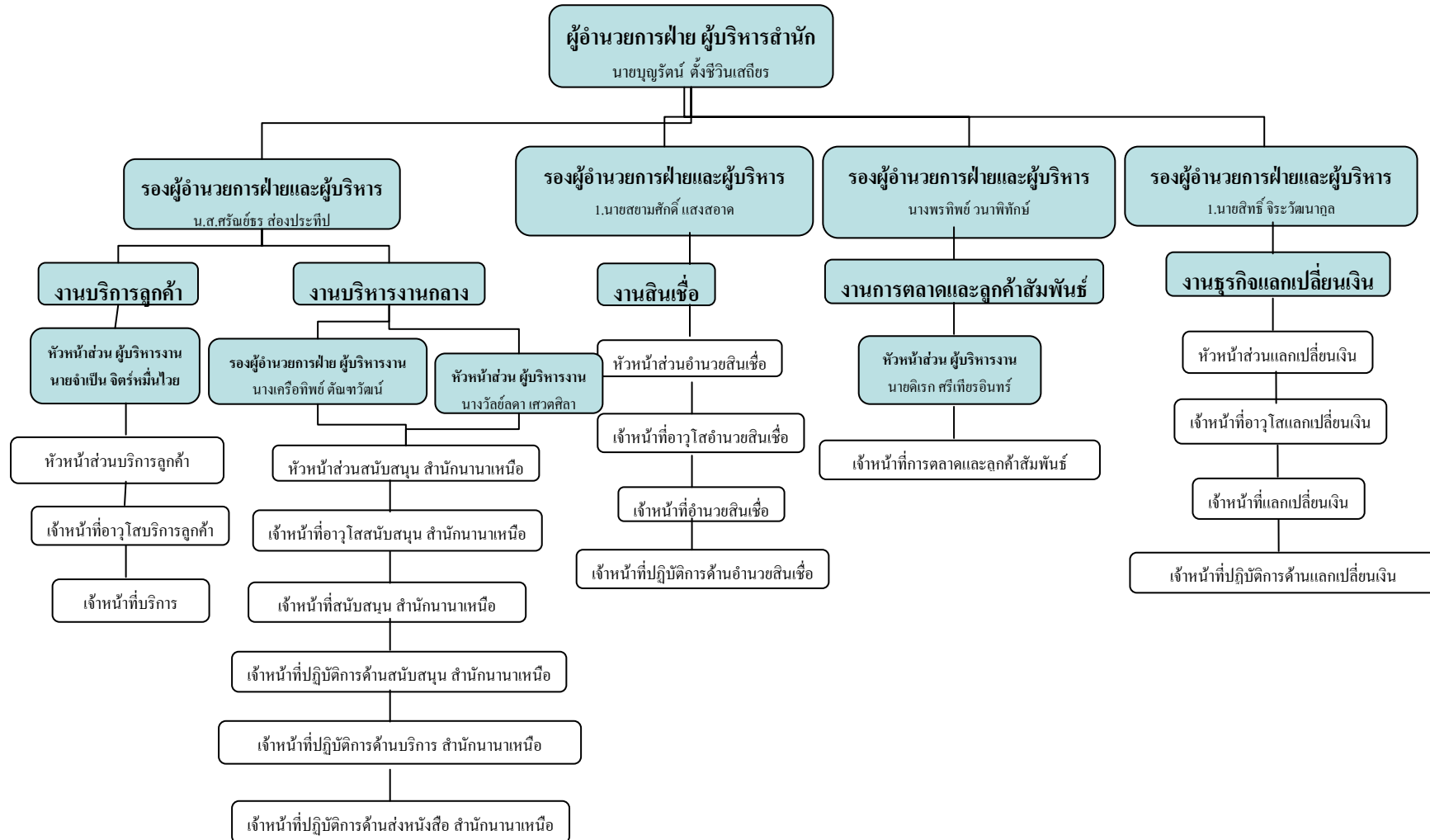
1. การสนองนโยบายของทางการที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมของธนาคาร คือการอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับภาคเศรษฐกิจสำคัญ สินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อผู้ประกอบการ

2. การให้ความร่วมมือในการเข้าช่วยเหลือแก้ปัญหาในตลาดเงิน เช่น รับโอนกิจการธนาคารสยามที่ถูกสั่งระงับกิจการในปี 2530 พร้อมทั้งสาขา จำนวน 30 แห่ง พนักงาน 1,161 คน

3. การให้ความร่วมมือในการเข้าช่วยเหลือแก้ไขปัญหาในตลาดการลงทุน เช่น โครงการเสริมสร้างเสถียรภาพตลาดหลักทรัพย์ในปี พ.ศ 2535 ในวงเงิน 5,000 ล้านบาท ซึ่งได้ดำเนินการไปเพียงระยะเวลาหนึ่งและใช้เงินลงทุนผ่านโครงการดังกล่าว ประมาณไม่ถึง 1,000 ล้านบาท ตลาดก็กลับคืนสู่ภาวะปกติ (ธนาคารกรุงไทย. 2551: ฐานข้อมูลออนไลน์)

บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ตั้งอยู่ที่ 35 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 ได้ก่อตั้งขึ้นในวันที่ 25 พฤศจิกายน 2525 ปัจจุบันมีพนักงานในสังกัดทั้งสิ้น 163 คน โดยได้มีการแบ่งแผนกที่ให้บริการออกเป็น 4 แผนก ได้แก่ 1) งานบริการลูกค้าและงานบริหารงานกลาง 2) งานสินเชื่อ 3) งานการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ และ 4) งานธุรกิจแลกเปลี่ยนเงิน

โครงสร้างองค์กร สำนักงานนาเหนือ (ปี 2551)



7. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤษฎ์ ไทรงาม (2545) ศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี โดยความพึงพอใจของลูกค้าประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านอาคารสถานที่ พบว่าโดยภาพรวมความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการสูงสุด รองลงมาคือ ความพึงพอใจด้านอาคารสถานที่ และในด้านการอำนวยความสะดวก ลูกค้ามีความพึงพอใจต่ำสุด ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคาร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและระยะเวลาการเป็นลูกค้า

พนิดา ชื่อสัตย์สกุลชัย (2546) ศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อพนักงานในด้านบุคลิกภาพที่มีต่อการให้บริการลูกค้า ทั้ง 6 ด้านคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า ด้านบุคลิกภาพ และเพื่อศึกษาข้อมูลส่วนตัวที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคาร เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับสูง เนื่องจากมีการปรับปรุงรูปแบบสาขาให้ทันสมัย ในส่วนของการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับค่อนข้างสูง อีกทั้งธนาคารที่ให้บริการแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ลูกค้าที่ใช้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าที่ใช้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

บุษบง ญูจนาค (2545) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านพนักงาน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด รองลงมาคือ ด้านบริการทั่วไป ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ เพศ วุฒิการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นลูกค้า ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ อาชีพ และประเภทที่ใช้บริการ

สุนันทา ฤกษ์พุลสวัสดิ์ (2546) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาประสิทธิภาพในการทำงานแบบทีมข้ามสายองค์กร ผลการวิจัยพบว่า ทีมควรกำหนดพันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและสื่อสารให้สมาชิกทีมทราบอย่างทั่วถึง โดยในขั้นตอนการเตรียมทีมควรมีการฝึกอบรม

ความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการทำงานเป็นทีม เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและควรมีการวางแผนติดตามงานอย่างใกล้ชิด สื่อสารกับผู้บริหารอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ควรพิจารณา ระบบ การประเมินผลที่จะเป็นแรงเสริมให้สมาชิกทีมมีความพึงพอใจและเต็มใจในการปฏิบัติงานยิ่งขึ้น

ธรรมธณ จารุสวัสดิ (2540) ได้ศึกษาถึงทัศนคติของผู้ใช้บริการต่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยในทบชาชาร์ พบว่าสาเหตุที่มาใช้บริการของสาขา เนื่องจากความสะดวก เพราะอยู่ใกล้ธนาคารอธยาชัยไมตรีของพนักงานในสาขา การให้บริการที่รวดเร็ว ประทับใจ เชื่อเสียและความมั่นคงของธนาคาร อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และค่าธรรมเนียมที่ต่ำกว่าธนาคารอื่น รับเงินเดือนผ่านธนาคาร การศึกษาความคิดเห็นต่อด้านบริการของสาขาอยู่ในเกณฑ์ที่ดี จึงควรรักษา ระดับการให้บริการด้านเหล่านี้ไว้และควรพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ส่วนการศึกษาความคิดเห็นต่อด้าน อาคาร/สถานที่ทำการสาขาอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี จึงควรดูแลสถานที่ทำการในสาขาให้สะดวก ดู สะอาดเสมอและจัดหาที่พักรับรองให้เพียงพอกับประมาณลูกค้าที่มาใช้บริการ ส่วนการศึกษาความคิดเห็นต่อการตลาด อยู่ในเกณฑ์ที่ดีจึงควรดูแลให้ได้อย่างสม่ำเสมอต่อไป และพบว่าปัญหาของ สาขาย่อยในทบชาชาร์ที่ควรปรับปรุงมีดังนี้คือ ควรเพิ่มพนักงาน การนำเทคโนโลยีมาให้บริการที่ สะดวก รวดเร็ว แม่นยำและถูกต้อง การบริการต้อนรับและพูดจากับลูกค้า การคิดอัตราดอกเบี้ยและ ค่าธรรมเนียม ควรเพิ่มที่พักรับรองสำหรับลูกค้า

วราพรณ สันทสนะโชค (2540) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคาร ทหารไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาพญาไท กรุงเทพมหานคร โดยศึกษา จากผู้มาใช้บริการกับธนาคาร ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านพนักงานและการต้อนรับ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ส่วนด้านความสะดวกที่ได้รับจาก การบริการและด้านสถานประกอบการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

สุวัฒนา ไบเจริญ (2540) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร ออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคคำ) พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากต่อการ ให้บริการในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการ ให้บริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อการ ให้บริการด้านสถานที่ประกอบการ และลูกค้ามีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน โดย ลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน มีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ ค้าขายและอาชีพอื่น ๆ ลูกค้าที่อายุ 7-15 ปี มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่อายุ 16 ปีขึ้นไป

วิมลมาศ ลาภเจริญ (2545) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อประสิทธิภาพการ ให้บริการของสำนักงานเขต สำนักงานเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า การที่ สำนักงานเขตพระนครได้มีการปรับปรุงการให้บริการประชาชน โดยนำเอาแนวคิดระบบ

ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) มาใช้นั้น ได้สร้างความพึงพอใจโดยรวมให้แก่ประชาชนผู้มาขอรับบริการอยู่ในระดับที่มาก ดังนั้นเพื่อเป็นการรักษาคุณภาพการให้บริการ ทางสำนักงานเขตจึงควรมีการอบรม แนะนำแนวทางการให้บริการแก่เจ้าหน้าที่ส่วนหน้าให้สม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนให้ได้มากที่สุดและยังเป็นการสร้างทัศนคติที่ดีของประชาชนต่อสำนักงานเขต รวมไปถึงทัศนคติที่ดีต่อรัฐบาลอีกด้วย

สถาพร คำหลวง (2548) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อศูนย์บริการลูกค้าไทยพาณิชย์ ณ สำนักงานใหญ่ พบว่า ปัจจัยทางด้านข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาเป็นลูกค้าธนาคาร และการใช้บริการกับธนาคาร ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยความแตกต่างทางด้านเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) แต่ความแตกต่างทางด้านอายุ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาเป็นลูกค้าธนาคาร ประเภทการให้บริการกับธนาคารของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม จะมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

อรุณี สุขเรือง (2546) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก คือความสามารถแนะนำและเชิญชวนให้ใช้บริการด้านอื่น นอกเหนือจากบริการเงินฝาก พนักงานมีความสุภาพ อ่อนโยนและอัธยาศัยไมตรี พนักงานมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ พนักงานมีความถ่อมตัวเวลาให้บริการ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ลูกค้ามีความเห็นว่าพนักงานมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเหมาะสม มีความสุภาพอ่อนโยน เอาใจใส่ดูแลและให้บริการลูกค้าเป็นอย่างดี เหมาะสมกับการเป็นพนักงานของธนาคาร

ปราโมทย์ เอกก้านตรง (2546) บุคลิกภาพด้านการให้บริการของพนักงานและลูกจ้างการกีฬาแห่งประเทศไทย สังกัดสำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย ภาค 3 ผลการศึกษาค้นคว้า พบว่าผู้มารับบริการเห็นว่าพนักงาน และลูกจ้างการกีฬาแห่งประเทศไทย สังกัดสำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย ภาค 3 มีบุคลิกภาพด้านการให้บริการโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงไปหาค่าเฉลี่ยต่ำ ได้แก่ ด้านการยิ้มแย้มและเอาใจใส่ เห็นออกเห็นใจต่อผู้มารับบริการ การตอบสนองความประสงค์เกิดความรวดเร็วทันใจต่อผู้มารับบริการ ด้านการรักษาภาพพจน์และเสริมภาพพจน์ของผู้ให้บริการและองค์กร ด้านการแสดงความนับถือให้เกียรติต่อผู้มารับบริการ ด้านความเต็มใจแบบสมัครใจต่อผู้มารับบริการ ด้านความกระฉับกระเฉงและกระตือรือร้นในการให้บริการและด้านกิริยา มารยาทของผู้ให้บริการ ตามลำดับ

กนิดา วามนตรี (2547) ศึกษาความพึงพอใจคุณภาพการบริการคลินิกแพทย์แผนไทย โรงพยาบาลนนทเวช โดยทำการศึกษาความพึงพอใจคุณภาพการบริการ 5 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ป่วยอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจผู้ป่วย ผลการศึกษาพบว่าผู้ป่วยมีความพึงพอใจคุณภาพการบริการ คลินิกแพทย์แผนไทย โรงพยาบาลนนทเวช โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ด้าน ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ป่วยอย่างรวดเร็วและด้านการเข้าถึงจิตใจผู้ป่วย ผู้ป่วยมีความพึงพอใจคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุดทุกรายข้อ ส่วนด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการผู้ป่วยมีความพึงพอใจคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก ในรายข้อความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้ คลินิกเป็นระเบียบ สะอาด เรียบร้อย การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ สะอาด สุภาพเรียบร้อย และความมีอัธยาศัยไมตรีให้การต้อนรับด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสของเจ้าหน้าที่ส่วนรายข้ออื่นผู้ป่วยมีความพึงพอใจคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านความมั่นใจ ผู้ป่วยมีความพึงพอใจคุณภาพการบริการระดับปานกลาง ในด้านความมั่นใจ ผู้ป่วยมีความพึงพอใจคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากเกือบทุกรายข้อ ยกเว้นรายข้อความปลอดภัยในคลินิก ผู้ป่วยมีความพึงพอใจคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง

ภาวิณี คูตระกูล (2549) ศึกษาความพึงพอใจต่อการบริการ การแพทย์แผนไทย โรงพยาบาลพุทไธสง พบว่าผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านการแพทย์แผนไทยของโรงพยาบาลพุทไธสงอยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อาชีพ อายุ รายได้ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านการแพทย์ไม่แตกต่างกัน ปัจจัยทางด้าน อายุ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการแพทย์แผนไทย ปัจจัยทางด้าน การบริการ ด้านสถานที่ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ และด้านเครื่องมืออุปกรณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการบริการด้านการแพทย์แผนไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากการวิจัยพบว่าความสามารถของผู้ให้บริการ ความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ กิริยามารยาทของผู้ให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการ ดังนั้น จึงทำให้ได้แนวทางในการพัฒนาระบบบริการของหน่วยงานว่าควรมีการพัฒนาอบรมให้เจ้าหน้าที่มีจิตสำนึกในการบริการให้ดียิ่งขึ้นซึ่งจะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

เมตตา ชัยมาลา (2548) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อสวัสดิการการเงินกู้ ธนาคารกรุงไทยของพนักงานฝ่ายบัญชี สำนักงานใหญ่ บริษัท ทศท คอปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า ประชากรส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยในด้านความทันสมัยพบว่าระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก คือความทันสมัยของอุปกรณ์ สภาพแวดล้อมของสถานบริการและการแต่งกายของพนักงาน ยกเว้นเอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านความน่าเชื่อถือ พบว่าระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือการทำงานไม่ผิดพลาด และการบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมใช้งานเสมอ ยกเว้นความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้โดยตรงตามที่

สัญญาไว้ ที่มีความพึงพอใจในระดับมากและการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าและการนำข้อมูลมาใช้ ในการให้บริการลูกค้า ในด้านการตอบสนอง พบว่าระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือมีระบบการให้บริการได้รวดเร็ว ความพร้อมของพนักงานในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ลูกค้า ความรวดเร็วในการทำงานของพนักงานและความพร้อมของพนักงานในการบริการลูกค้าได้ทันทีที่ต้องการ ในด้านการให้ความมั่นใจ พบว่าระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน พฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความเชื่อมั่นในการบริการของธนาคาร ยกเว้นความรู้ความสามารถของพนักงานในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก และการสร้างความปลอดภัยและเชื่อมั่นในการรับบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ พบว่าระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง การให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละคนของพนักงานบริการ เวลาในการเปิดให้บริการให้ความสะดวกแก่ลูกค้า โอกาสในการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของกิจการผู้ให้บริการ ยกเว้นความสนใจลูกค้าอย่างแท้จริงของพนักงาน ที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย และความสามารถในการเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าอย่างชัดเจน ที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ผู้วิจัยได้ทำการวิจัย โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่าง โดยได้แบ่งวิธีการดำเนินการวิจัยออกเป็นขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ให้บริการที่บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้บริการบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้หลักเกณฑ์ในการคำนวณโดยอ้างอิงจากข้อมูลลูกค้าที่ใช้บริการจำนวนเฉลี่ยต่อวัน 500 คน (ข้อมูลจำนวนลูกค้าของสำนักงานนาเหนือ, 2550) มาเป็นเกณฑ์ในการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 5% ดังนี้

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

$$n = \frac{500}{1+500(0.05)^2} = 223 \text{ ตัวอย่าง}$$

เมื่อ n แทน จำนวนตัวอย่าง

N แทน จำนวนประชากร

e แทน ระดับของความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้ (5%)

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ 223 ตัวอย่าง

1. การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota) โดยจะแบ่งผู้ให้บริการออกไปตามแผนกที่ใช้บริการทั้งหมด 3 แผนก ซึ่งในแต่ละแผนกก็มีปริมาณการใช้บริการที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบโควตาของแต่ละแผนก ดังนี้

แผนกเปิดบัญชี จำนวน 33 ตัวอย่าง จากจำนวนผู้ให้บริการเฉลี่ยร้อยละ 15

แผนกฝาก-ถอน จำนวน 163 ตัวอย่าง จากจำนวนผู้ให้บริการเฉลี่ยร้อยละ 73

แผนกเงินโอน จำนวน 27 ตัวอย่าง จากจำนวนผู้ให้บริการเฉลี่ยร้อยละ 12

2. การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience) โดยเลือกสุ่มจากผู้ให้บริการ 3 แผนกข้างต้น

2. การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่นำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบมี 2 คำตอบให้เลือก (Dichotomous) และเป็นคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous) ดังนี้

1. เพศ ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal scale)
2. อายุ ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal scale)
3. ระดับการศึกษา ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal scale)
4. อาชีพ ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal scale)
5. ระดับรายได้ ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal scale)
6. ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ เพื่อรวบรวมพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ในหัวข้อต่อไปนี้

1. ประเภทของบริการที่ใช้ ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal) เป็นคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก

2. ช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal) เป็นคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก

3. ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal) เป็นคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก

4. จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal) เป็นคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก

5. สาเหตุในการเลือกใช้บริการ ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal) เป็นคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านบุคลิกภาพของพนักงานบริการลูกค้า

เพื่อวัดความพึงพอใจด้านบุคลิกภาพของพนักงานบริการลูกค้า โดยสร้างแบบสอบถามที่มีการวัดเป็นแบบ Likert Scale ซึ่งคำถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval scale) ให้ผู้ตอบสามารถเลือกระดับความพึงพอใจได้ 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ 5	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
ระดับ 4	ระดับความพึงพอใจมาก
ระดับ 3	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
ระดับ 2	ระดับความพึงพอใจน้อย
ระดับ 1	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล ซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (มัลลิกา บุญนาค. 2537)

จากสูตร

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การประเมินผลดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในบุคลิกภาพของพนักงานมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในบุคลิกภาพของพนักงานมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในบุคลิกภาพของพนักงานปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในบุคลิกภาพของพนักงานน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในบุคลิกภาพของพนักงานน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้า

เพื่อวัดความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้า โดยสร้างแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating scale) ให้ผู้ตอบสามารถเลือกกระดับการยอมรับได้ 5 ระดับ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval scale) ให้ผู้ตอบสามารถเลือกกระดับความพึงพอใจได้ 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ 5	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
ระดับ 4	ระดับความพึงพอใจมาก
ระดับ 3	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
ระดับ 2	ระดับความพึงพอใจน้อย
ระดับ 1	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล ซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (มัลลิกา บุญนาค. 2537)

จากสูตร

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การประเมินผลดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานน้อยที่สุด

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย และสร้างเครื่องมือในการวิจัย ให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารเพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาแบบทดสอบ
3. รวบรวมข้อมูลและเนื้อหาต่างๆ ที่ได้จากเอกสาร งานวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาสร้างแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้องและเหมาะสม จากนั้นนำเสนอต่อคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปใช้
5. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ใช้บริการที่ บมจ. กรุงเทพมหานคร สำนักงานนาเหนือ จำนวน 30 คน เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นเครื่องมือที่ใช้ได้จริง แล้วนำผลที่ได้มาปรับปรุงเพื่อให้แบบสอบถามได้มาตรฐาน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือรับรองการศึกษาวิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือจากบมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้
2. ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยจะจัดเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจะทำการชี้แจงให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจถึงวัตถุประสงค์และวิธีการตอบแบบสอบถามก่อน และทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

4. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะกระทำการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาจัดทำ การวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ทำการตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. ทำการลงรหัส (Coding) โดยนำแบบสอบถามปลายเปิดที่สมบูรณ์มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ ส่วนแบบสอบถามปลายปิด ผู้วิจัยจะนำมาจัดกลุ่มคำตอบแล้วจึงนับคะแนนใส่รหัส

3. ทำการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ (Statistical Package for the Social Science for Windows)

4. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับแบบสอบถามปลายปิด โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) การวิเคราะห์ตัวแปรกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มโดยใช้การทดสอบ Independent Sample t-Test และการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

5. สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยใช้สถิติ 2 ประเภท ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ: 2541)

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนคำตอบ} \times 100}{\text{จำนวนผู้ตอบทั้งหมด}}$$

1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ใช้สัญลักษณ์ $\bar{X}$ โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ: 2541)

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

เมื่อ

$\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ: 2541)

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

เมื่อ

S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพแบบสอบถาม หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546: 449.) โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\alpha = \frac{k \text{ covariance / variance}}{1 + (k-1) \text{ covariance / variance}}$$

เมื่อ	k	แทน	จำนวนคำถาม
	covariance	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
	variance	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิจัย เพื่อสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากรของการศึกษารั้งนี้ จะตั้งระดับความเชื่อมั่น 95% โดยสถิติที่นำมาใช้ทดสอบสมมติฐานมีดังต่อไปนี้

3.1 ค่า Independent Sample t-Test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม กรณีทราบความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม แบบกลุ่มตัวอย่างทั้งสองเป็นอิสระแก่กัน (Independent sample) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544: 135)

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

เมื่อ	t	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\bar{X}_1, \bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	S_1^2, S_2^2	แทน	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	n_1, n_2	แทน	จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

3.2 ค่า F-Test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่มขึ้นไป โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544)

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

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ F เพื่อทราบนัยสำคัญ
	MS_b	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)
	MS_w	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Groups)
	MS_b	แทน	$\frac{SS_b}{(k-1)}$
	MS_w	แทน	$\frac{SS_w}{(n-k)}$
	SS_b	แทน	ผลรวมของกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between group sum of squares)
	SS_w	แทน	ผลรวมของกำลังสองภายในกลุ่ม (Within group sum of squares)
	k	แทน	จำนวนกลุ่ม
	n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
	(k-1)	แทน	Degree of freedom สำหรับการแปรผันระหว่างกลุ่ม(df_b)
	(n-k)	แทน	Degree of freedom สำหรับการแปรผันภายในกลุ่ม(df_w)

และเมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงใช้การทดสอบวิธีแอลเอสดี (LSD) โดยใช้สูตร (ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2539: 201)

วิธีของแอลเอสดี (LSD)

เป็นวิธีการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยกับค่าสถิติ LSD ที่เรียกว่าผลต่าง
นัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference) ซึ่งมีค่าสถิติ LSD ที่คำนวณได้ดังนี้

$$LSD(\alpha) = t_{\alpha, r} S_d$$

$$S_d = \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]} \quad n_i \neq n_j$$

$$r = n - k$$

LSD(α) คือ ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j

MSE คือ ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

k คือ จำนวนกลุ่มทั้งหมดที่ใช้ทดสอบ

n คือ จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

$t_{\alpha, r}$ คือ ค่าสถิติจากตารางมาตรฐาน ที่ระดับ $df = n - k$

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆในการแปลความหมายดังนี้

n	แทน	ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t - Distribution
F	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกลักษณะสำคัญทางสถิติ F-distribution
P	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (Probability)
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือของผู้ใช้บริการ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และระดับรายได้ โดยการหาค่าแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏในตาราง

ตาราง 1 แสดงจำนวน และร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	82	36.8
หญิง	141	63.2
รวม	223	100.00
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	15	6.7
25-34 ปี	88	39.5
35-44 ปี	81	36.3
45-54 ปี	30	13.5
ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป	9	4.0
รวม	223	100.00
ระดับการศึกษาสูงสุด		
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	22	9.9
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	37	16.6
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	46	20.6
ปริญญาตรี	78	35.0
สูงกว่าปริญญาตรี	40	17.9
รวม	223	100.00
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	36	16.1
ประกอบกิจการส่วนตัว/ ค้าขาย	57	25.6
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	94	42.2
พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	36	16.1
รวม	223	100.00

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับรายได้		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	45	20.2
10,001- 20,000 บาท	88	39.5
20,001- 30,000 บาท	54	24.2
30,001- 40,000 บาท	22	9.9
40,001- 50,000 บาท	3	1.3
50,001 บาท ขึ้นไป	11	4.9
รวม	223	100.00

จากตาราง 1 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 223 คน มีรายละเอียดดังนี้

เพศ

พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 และเป็นเพศชาย จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8

อายุ

พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 มีอายุระหว่าง 45-54 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 และมีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ระดับการศึกษาสูงสุด

พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือระดับการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือเทียบเท่า จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 และระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9

อาชีพ

พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมาคือ ประกอบกิจการส่วนตัว/ ค้าขาย

จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 และ พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1

ระดับรายได้

พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001- 20,000 บาท จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ มีรายได้ระหว่าง 20,001- 30,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 ระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 ระดับรายได้ 30,001- 40,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ระดับรายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 และระดับรายได้ 40,001- 50,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตาราง 2 แสดงจำนวน และร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ รวมชั้นใหม่

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 35 ปี	103	46.2
35-44 ปี	81	36.3
มากกว่า 44 ปีขึ้นไป	39	17.5
รวม	223	100.00
ระดับการศึกษาสูงสุด		
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า	59	26.5
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	46	20.6
ปริญญาตรี	78	35.0
สูงกว่าปริญญาตรี	40	17.9
รวม	223	100.00
ระดับรายได้		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	45	20.2
10,001- 20,000 บาท	88	39.5
20,001- 30,000 บาท	54	24.2
30,001 บาท ขึ้นไป	36	16.1
รวม	223	100.00

จากตาราง 2 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการรวมชั้นใหม่ ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 223 คน มีรายละเอียดดังนี้

อายุ

พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 และมีอายุมากกว่า 44 ปีขึ้นไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5

ระดับการศึกษาสูงสุด

พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือเทียบเท่า จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 และ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9

ระดับรายได้

พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001- 20,000 บาท จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ มีรายได้ระหว่าง 20,001- 30,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 ระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.2 และระดับรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1

**ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือของ
ผู้ให้บริการ**

ผู้วิจัยวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการซึ่งประกอบด้วย ประเภทของบริการที่ใช้ ช่วงเวลา
ที่ใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน และสาเหตุในการใช้บริการ
โดยการหาค่าแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏในตาราง

ตาราง 3 แสดงจำนวนร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ
ด้านประเภทของบริการที่ใช้

พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทของบริการที่ใช้		
เปิดบัญชีใหม่/ เปลี่ยนสมุด/ ทำบัตร ATM	118	52.9
ฝาก-ถอนเงินสด/ ชำระค่าบริการ/ โอนเงิน	69	30.9
ซื้อ-ขายกองทุน/ ตัดบัญชีอัตโนมัติ/ เช่าซื้อ	21	9.4
แคชเชียร์เช็ค/ เช็คของขวัญ/ ตัวเงิน/ โอนเงินระหว่างธนาคาร	11	4.9
เงินกู้สวัสดิการ/ สินเชื่อประเภทต่างๆ	4	1.9
รวม	223	100.00
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ		
08.30 – 10.30 น.	14	6.3
10.31 – 12.30 น.	105	47.1
12.31 – 14.30 น.	80	35.8
14.31 – 16.30 น.	24	10.8
รวม	223	100.00
ระยะเวลาการเป็นลูกค้า		
ไม่เกิน 2 ปี	38	17.0
มากกว่า 2 ปี – 4 ปี	105	47.1
มากกว่า 4 ปี – 6 ปี	64	28.7
มากกว่า 6 ปี	16	7.2
รวม	223	100.00

ตาราง 3 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
สาเหตุในการใช้บริการ		
ธนาคารอยู่ใกล้บ้าน	46	20.6
ธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน	72	32.3
ธนาคารมีเคาน์เตอร์ให้บริการมาก	47	21.1
ธนาคารมีการบริการที่ดี	45	20.2
ธนาคารมีภาพลักษณ์ความมั่นคง	13	5.8
รวม	223	100.00
จำนวนครั้งที่ท่านใช้บริการต่อเดือน		
น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	116	52.0
4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	74	33.2
9 ครั้ง – 12 ครั้งต่อเดือน	18	8.1
มากกว่า 12 ครั้งต่อเดือน	15	6.7
รวม	223	100.00

จากตาราง 3 แสดงจำนวนร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 223 คน มีรายละเอียดดังนี้

ประเภทของบริการที่ใช้

พบว่าผู้ให้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มาใช้บริการประเภทเปิดบัญชี ใหม่ / เปลี่ยนสมุด / ทำบัตร ATM จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมาคือบริการฝาก-ถอนเงินสด / ชำระค่าบริการ / โอนเงิน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 บริการซื้อ-ขายกองทุน/ ตัดบัญชีอัตโนมัติ/ เช่าซื้อ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 บริการแคชเชียร์เช็ค/ เช็คของขวัญ/ ตัวเงิน/ โอนเงินระหว่างธนาคาร จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 และเงินกู้สวัสดิการ/ สินเชื่อประเภทต่างๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ

พบว่าผู้ให้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มาใช้บริการช่วงเวลา 10.31 – 12.30 น. จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 รองลงมาคือช่วงเวลา 12.31 – 14.30 น. จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 ช่วงเวลา 14.31 – 16.30 น. จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และช่วงเวลา 08.30 – 10.30 น. จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3

ระยะเวลาการเป็นลูกค้า

พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้ามากกว่า 2 ปี – 4 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 รองลงมาคือระยะเวลาที่มากกว่า 4 ปี – 6 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 ระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และระยะเวลาที่มากกว่า 6 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2

สาเหตุในการใช้บริการ

พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่สาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมาคือ ธนาคารมีเคาน์เตอร์ให้บริการมาก จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 ธนาคารอยู่ใกล้บ้าน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 ธนาคารมีการบริการที่ดี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 และน้อยที่สุดคือ ธนาคารมีภาพลักษณ์ ความมั่นคง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8

จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มาใช้บริการน้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือจำนวน 4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 จำนวน 9 ครั้ง – 12 ครั้งต่อเดือน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 และจำนวนที่มากกว่า 12 ครั้งต่อเดือน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7

ตาราง 4 แสดงจำนวนร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ
ด้านประเภทของบริการที่ใช้ รวมชั้นใหม่

พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทของบริการที่ใช้		
เปิดบัญชีใหม่/ เปลี่ยนสมุด/ ทำบัตร ATM	118	52.9
ฝาก-ถอนเงินสด/ ชำระค่าบริการ/ โอนเงิน	69	30.9
ซื้อ-ขายกองทุน/ ตัดบัญชีอัตโนมัติ/ เข้าซื้อ / แลกเชียร์เช็ค/ เช็ค ของขวัญ/ ตัวเงิน/ โอนเงินระหว่างธนาคาร/ เงินกู้สวัสดิการ/ สินเชื่อ ประเภทต่างๆ	36	16.2
รวม	223	100.00
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ		
08.30 – 12.30 น.	119	53.4
12.31 – 16.30 น.	104	46.6
รวม	223	100.00

ตาราง 4 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาการเป็นลูกค้า		
ไม่เกิน 2 ปี	38	17.0
มากกว่า 2 ปี – 4 ปี	105	47.1
มากกว่า 4 ปี	80	35.9
รวม	223	100.00
สาเหตุในการใช้บริการ		
ธนาคารอยู่ใกล้บ้าน	46	20.6
ธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน	72	32.3
ธนาคารมีเคาน์เตอร์ให้บริการมาก	47	21.1
ธนาคารมีการบริการที่ดี/ ธนาคารมีภาพลักษณ์ความมั่นคง	58	26.0
รวม	223	100.00
จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน		
น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	116	52.0
4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	74	33.2
มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	33	14.8
รวม	223	100.00

จากตาราง 4 แสดงจำนวนร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการรวมขึ้นใหม่ของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 223 คน มีรายละเอียดดังนี้

ประเภทของบริการที่ใช้

พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มาใช้บริการประเภทเปิดบัญชี ใหม่ / เปลี่ยนสมุด / ทำบัตร ATM จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมาคือบริการฝาก-ถอนเงินสด / ชำระค่าบริการ / โอนเงิน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 บริการซื้อ-ขายกองทุน/ ตัดบัญชีอัตโนมัติ/ เช่าซื้อ/บริการแคชเชียร์เช็ค/ เช็คของขวัญ/ ตัวเงิน/ โอนเงินระหว่างธนาคาร/ เงินกู้สวัสดิการ/ สินเชื่อประเภทต่างๆ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ

พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงเวลา 08.30 – 12.30 น. จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 53.4 และ 12.31 – 16.30 น. จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6

ระยะเวลาการเป็นลูกค้า

พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้ามากกว่า 2 ปี – 4 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 รองลงมาคือมากกว่า 4 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9 และไม่เกิน 2 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0

สาเหตุในการใช้บริการ

พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่สาเหตุในการใช้บริการเนื่องจาก ธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมาคือ ธนาคารมีการบริการที่ดี/ธนาคารมีภาพลักษณ์ความมั่นคง จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ธนาคารมีเคาน์เตอร์ให้บริการมาก จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 และธนาคารอยู่ใกล้บ้าน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6

จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

พบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มาใช้บริการน้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือจำนวน 4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 และจำนวนมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ

ตาราง 5 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านบุคลิกภาพ ของพนักงาน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านรูปร่าง	3.64	0.75	มาก
ด้านความรู้ความสามารถ	3.12	0.55	ปานกลาง
ด้านเขาวนปัญญา	3.34	0.67	ปานกลาง
ด้านความสนใจใฝ่รู้	3.55	0.82	มาก
ด้านนิสัย	3.25	0.79	ปานกลาง
รวม	3.37	0.53	ปานกลาง

จากตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านบุคลิกภาพของพนักงาน พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากในด้านรูปร่าง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 รองลงมาคือ ด้านความสนใจใฝ่รู้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

ผู้ให้บริการที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านเขว่นปัญญา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 รองลงมาคือ ด้านนิสัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และด้านความรู้ความสามารถ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12

ตาราง 6 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย
สำนักงานเหนือ ด้านรูปร่าง

ด้านรูปร่าง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ
ความเหมาะสมของการแต่งกาย	3.60	0.90	มาก
ความสะอาดของร่างกาย	3.72	0.83	มาก
ระดับน้ำเสียง	3.59	0.82	มาก
รวม	3.64	0.75	มาก

จากตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านบุคลิกภาพของพนักงาน พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากในความสะอาดของร่างกาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 รองลงมาคือ ความเหมาะสมของการแต่งกายโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และ ระดับน้ำเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ตาราง 7 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย
สำนักกานาเหนือ ด้านความรู้ความสามารถ

ด้านความรู้ความสามารถ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ
ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ธนาคาร	3.58	0.87	มาก
ความรู้ ความเข้าใจและทักษะในงาน	2.30	1.08	น้อย
ความรอบรู้ในสถานการณ์ปัจจุบัน	3.47	0.70	มาก
รวม	3.12	0.55	ปานกลาง

จากตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ด้านบุคลิกภาพของพนักงาน พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้าน
ความรู้ความสามารถโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก
ใน ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ธนาคาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 รองลงมาคือ
ด้านความรอบรู้ในสถานการณ์ปัจจุบัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

ผู้ให้บริการที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับน้อย ใน ความรู้ ความเข้าใจและ
ทักษะในงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.30

ตาราง 8 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย
สำนักงานเหนือ ด้านเชาวน์ปัญญา

ด้านเชาวน์ปัญญา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ
ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว และถูกต้อง	3.20	0.97	ปานกลาง
ความมั่นคงทางอารมณ์ของพนักงานเมื่อเกิดปัญหา	3.39	0.73	ปานกลาง
ความสามารถในการเข้าใจปัญหาของผู้ใช้บริการ	3.43	0.87	มาก
รวม	3.34	0.67	ปานกลาง

จากตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ด้านบุคลิกภาพของพนักงาน พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้าน
เชาวน์ปัญญา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก
ในความสามารถในการเข้าใจปัญหาของผู้ใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ผู้ให้บริการที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในความมั่นคงทาง
อารมณ์ของพนักงานเมื่อเกิดปัญหา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะ
หน้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20

ตาราง 9 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย
สำนักงานเหนือ ด้านความสนใจใฝ่รู้

ด้านความสนใจใฝ่รู้	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ
ความสม่ำเสมอของการให้บริการ	3.48	0.86	มาก
ความสามารถในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ให้บริการได้ อย่างรวดเร็ว	3.50	0.86	มาก
การรักษาคำพูดที่ให้กับผู้ใช้บริการ	3.67	1.00	มาก
รวม	3.55	0.82	มาก

จากตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ด้านบุคลิกภาพของพนักงาน พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้าน
ความสนใจใฝ่รู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก
ในการรักษาคำพูดที่ให้กับผู้ใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 รองลงมาคือ ความสามารถในการให้
ความช่วยเหลือแก่ผู้ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และความสม่ำเสมอของการ
ให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ตาราง 10 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย
สำนักงานเหนือ ด้านนิสัย

ด้านนิสัย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ
การมีธรรมาศัยของพนักงาน	3.25	1.24	ปานกลาง
ความเป็นมิตรของพนักงาน	3.20	0.98	ปานกลาง
ความสุภาพเรียบร้อยของพนักงาน	3.31	0.96	ปานกลาง
รวม	3.25	0.79	ปานกลาง

จากตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านบุคลิกภาพของพนักงาน พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในภาพรวมเรียงร้อยของพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 รองลงมาคือ การมีอัธยาศัยของพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และ ความเป็นมิตรของพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ

ตาราง 11 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านประสิทธิภาพในการให้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน	3.25	0.66	ปานกลาง
ด้านทำตามลำดับความสำคัญ	3.57	0.75	มาก
ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation)	3.65	0.74	มาก
ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา	3.46	0.77	มาก
รวม	3.48	0.60	มาก

จากตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากในด้านการคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 รองลงมาคือ ด้านทำตามลำดับความสำคัญ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ผู้ให้บริการที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางใน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

ตาราง 12 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน
บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน

ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ
การเริ่มต้นทักทายผู้ใช้บริการ	3.03	1.06	ปานกลาง
การสอบถามเบื้องต้นถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.06	1.03	ปานกลาง
การแนะนำบริการของธนาคาร	3.65	0.91	มาก
รวม	3.25	0.66	ปานกลาง

จากตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากในการแนะนำบริการของธนาคาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

ผู้ให้บริการที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในการสอบถามเบื้องต้นถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 และ การเริ่มต้นทักทายผู้ใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03

ตาราง 13 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน
บมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านทำตามลำดับความสำคัญ

ด้านทำตามลำดับความสำคัญ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ
การให้บริการลูกค้าตามลำดับก่อน-หลัง	3.64	0.90	มาก
การแก้ปัญหาทั่วไปของลูกค้าด้วยความเต็มใจ	3.42	0.96	มาก
การแก้ปัญหาที่มีความซับซ้อนได้อย่างรวดเร็ว	3.64	0.85	มาก
รวม	3.57	0.75	มาก

จากตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากในการแก้ปัญหาที่มีความซับซ้อนได้อย่างรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 การให้บริการลูกค้าตามลำดับก่อน-หลัง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และการแก้ปัญหาทั่วไปของลูกค้าด้วยความเต็มใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

ตาราง 14 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน
บมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation)

ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ
การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆของธนาคาร	3.76	0.85	มาก
การให้คำแนะนำเรื่องการออมเงินที่เหมาะสมให้กับ ลูกค้า	3.63	0.82	มาก
การแนะนำช่องทางใหม่ๆในการทำธุรกรรมทางการเงิน	3.56	0.80	มาก
รวม	3.65	0.74	มาก

จากตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากในการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของธนาคาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76

รองลงมาคือการให้คำแนะนำเรื่องการออมเงินที่เหมาะสมให้กับ ลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และ การแนะนำช่องทางใหม่ ๆ ในการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5

ตาราง 15 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา

ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
การรับฟังความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.53	0.94	มาก
ความเข้าใจในความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.64	0.96	มาก
การใส่ใจปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการ	3.21	1.24	ปานกลาง
รวม	3.46	0.77	มาก

จากตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเราโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากในความเข้าใจในความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และการรับฟังความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

ผู้ให้บริการที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางใน การใส่ใจปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และระยะเวลาการเป็นลูกค้า แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน

ตาราง 16 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบุคลิกภาพ ของพนักงาน	เพศ	$\bar{x}$	S.D.	t	P
ด้านรูปร่าง	ชาย	3.70	0.60	0.881	0.379
	หญิง	3.60	0.83		
ด้านความรู้ความสามารถ	ชาย	3.13	0.49	0.330	0.742
	หญิง	3.11	0.59		
ด้านเขาวนัปัญหา	ชาย	3.50	0.58	2.808*	0.005
	หญิง	3.25	0.70		
ด้านความสนใจใฝ่รู้	ชาย	3.54	0.75	-0.077	0.939
	หญิง	3.55	0.88		
ด้านนิสัย	ชาย	3.17	0.88	-1.102	0.272
	หญิง	3.30	0.75		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 16 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน จำแนกตาม เพศ พบว่า

ด้านรูปร่าง มีค่า P เท่ากับ 0.379 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง ไม่แตกต่างกัน

ด้านความรู้ความสามารถ มีค่า P เท่ากับ 0.742 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ ไม่แตกต่างกัน

ด้านเขาวนัปัญหา มีค่า P เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเขาวนัปัญหาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศชายมีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเขาวนัปัญหามากกว่าเพศหญิง

ด้านความสนใจใฝ่รู้ มีค่า P เท่ากับ 0.939 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ของพนักงานไม่แตกต่างกัน

ด้านนิสัย มีค่า P เท่ากับ 0.272 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัยของพนักงานไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน

ตาราง 17 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการ	อายุ	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านรูปร่าง	ต่ำกว่า 35 ปี	103	3.59	0.63	1.604	0.174
	35 - 44 ปี	81	3.57	0.72		
	มากกว่า 44 ปีขึ้นไป	39	3.57	0.68		
ด้านความรู้ ความสามารถ	ต่ำกว่า 35 ปี	103	3.06	0.48	1.612	0.172
	35 - 44 ปี	81	3.07	0.52		
	มากกว่า 44 ปีขึ้นไป	39	3.05	0.56		
ด้านเขว่นปัญญา	ต่ำกว่า 35 ปี	103	3.43	0.49	3.714*	0.006
	35 - 44 ปี	81	3.28	0.61		
	มากกว่า 44 ปีขึ้นไป	39	3.35	0.63		
ด้านความสนใจใฝ่ รู้	ต่ำกว่า 35 ปี	103	3.45	0.75	3.269*	0.013
	35 - 44 ปี	81	3.60	0.81		
	มากกว่า 44 ปีขึ้นไป	39	3.46	0.90		

ตาราง 17 (ต่อ)

ความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการ	อายุ	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านนิสัย	ต่ำกว่า 35 ปี	103	3.10	0.83	5.590*	0.000
	35 - 44 ปี	81	3.11	0.79		
	มากกว่า 44 ปีขึ้นไป	39	3.18	0.68		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน จำแนกตามอายุ พบว่า

ด้านรูปร่าง มีค่า P เท่ากับ 0.174 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง ไม่แตกต่างกัน

ด้านความรู้ความสามารถ มีค่า P เท่ากับ 0.172 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ ไม่แตกต่างกัน

ด้านเขavnปัญญา มีค่า P เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเขavnปัญญา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านเขavnปัญญาไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านความสนใจใฝ่รู้ มีค่า P เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านความสนใจใฝ่รู้ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านนิสัย มีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านนิสัยไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจ
ต่อคุณภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านเชาวน์ปัญญา

ด้านเชาวน์ปัญญา	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 35 ปี	35 - 44 ปี	มากกว่า 44 ปีขึ้นไป
		3.43	3.28	3.35
ต่ำกว่า 35 ปี	3.43	-	0.15	0.08
35 - 44 ปี	3.28		(0.51)	(0.05)
			-	-3.17*
มากกว่า 44 ปีขึ้นไป	3.35			(0.04)

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุของผู้ใช้บริการที่มีความ
พึงพอใจต่อคุณภาพของพนักงาน ด้านเชาวน์ปัญญา พบว่า

ผู้ให้บริการที่อายุ 35 - 44 ปี มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพของพนักงาน ด้าน
เชาวน์ปัญญา แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอายุ มากกว่า 44 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอายุ 35-44 ปี มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของพนักงาน ด้านเชาวน์ปัญญา
น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มี อายุ 35-44 ปี โดยมีผลต่างด้านเชาวน์ปัญญา เฉลี่ยเท่ากับ 3.17

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุของผู้ใช้บริการที่มีความ
พึงพอใจต่อคุณภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านความสนใจใฝ่รู้

ด้านความสนใจใฝ่รู้	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 35 ปี	35 - 44 ปี	มากกว่า 44 ปีขึ้นไป
		3.45	3.60	3.46
ต่ำกว่า 35 ปี	3.45	-	-0.15	-0.01*
			(0.102)	(0.002)
35 - 44 ปี	3.60		-	0.14*
				(0.010)
มากกว่า 44 ปีขึ้นไป	3.46			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ พบว่า

ผู้ใช้บริการที่อายุต่ำกว่า 35 ปี มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอายุ มากกว่า 44 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุ มากกว่า 44 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างด้านความสนใจใฝ่รู้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.01

ผู้ใช้บริการที่อายุ 35 - 44 ปี มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอายุ มากกว่า 44 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีอายุ 35 - 44 ปี มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุ มากกว่า 44 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่าง ด้านความสนใจใฝ่รู้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.14

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านนิสัย

ด้านนิสัย	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 35 ปี	35 - 44 ปี	มากกว่า 44 ปีขึ้นไป
		3.10	3.11	3.18
ต่ำกว่า 35 ปี	3.10	-	-0.01*	-0.08*
			(0.001)	(0.036)
35 - 44 ปี	3.11		-	-0.07
				(0.666)
มากกว่า 44 ปีขึ้นไป	3.18			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย พบว่า

ผู้ใช้บริการที่อายุต่ำกว่า 35 ปี มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอายุ 35-44 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุ 35-44 ปี โดยมีผลต่าง ด้านนิสัย ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.01

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัยแตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอายุ มากกว่า 44 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัยน้อยกว่าผู้บริโภที่มีอายุ มากกว่า 44 ปีขึ้นไปโดยมีผลต่าง ด้านนิสัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.08

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ให้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการ	การศึกษา	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านรูปร่าง	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ เทียบเท่าหรือต่ำกว่า	59	3.57	0.75	1.756	0.139
	อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	46	3.58	0.93		
	ปริญญาตรี	78	3.59	0.66		
	สูงกว่าปริญญาตรี	40	3.81	0.69		
ด้านเขว่นปัญญา	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ เทียบเท่าหรือต่ำกว่า	59	3.23	0.55	2.586*	0.038
	อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	46	3.37	0.85		
	ปริญญาตรี	78	3.39	0.65		
	สูงกว่าปริญญาตรี	40	3.26	0.59		
ด้านความ สนใจใฝ่รู้	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ เทียบเท่าหรือต่ำกว่า	59	3.44	0.74	1.196	0.314
	อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	46	3.47	0.99		
	ปริญญาตรี	78	3.65	0.88		
	สูงกว่าปริญญาตรี	40	3.53	0.64		

ตาราง 21 (ต่อ)

ความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการ	การศึกษา	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านนิสัย	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ เทียบเท่าหรือต่ำกว่า	59	2.98	0.70	4.066*	0.003
	อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	46	3.30	0.77		
	ปริญญาตรี	78	3.30	0.79		
	สูงกว่าปริญญาตรี	40	3.36	0.81		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ให้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า

ด้านรูปร่าง มีค่า P เท่ากับ 0.139 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานด้านรูปร่างของพนักงานไม่แตกต่างกัน

ด้านความรู้ความสามารถมีค่า P เท่ากับ 0.161 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานด้านความรู้ความสามารถของพนักงานไม่แตกต่างกัน

ด้านเขavnปัญหา มีค่า P เท่ากับ 0.038 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานด้านเขavnปัญหาของพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านเขavnปัญหาไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านความสนใจใฝ่รู้ มีค่า P เท่ากับ 0.314 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานด้านความสนใจใฝ่รู้ของพนักงานไม่แตกต่างกัน

ด้านนิสัย มีค่า P เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานด้านนิสัยของพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านนิสัยไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านเซาว์ปัญญา จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านเซาว์ปัญญา		มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{x}$	3.23	3.37	3.39	3.26
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า	3.23	-	-0.14* (0.021)	-0.16* (0.009)	-0.03 (0.102)
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	3.37		-	-0.02 (0.848)	0.11 (0.438)
ปริญญาตรี	3.39			-	0.13 (0.297)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.26				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเซาว์ปัญญา พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเซาว์ปัญญา แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา หรือเทียบเท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเซาว์ปัญญา น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา หรือเทียบเท่า โดยมีผลต่าง ด้านเซาว์ปัญญา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.14

ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเซาว์ปัญญา แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับมัธยมศึกษา

ตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเชาวน์ปัญญา น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี โดยมีผลต่าง ด้านเชาวน์ปัญญา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.16

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านนิสัย จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านนิสัย	$\bar{x}$	มัธยมศึกษาตอน ปลายหรือเทียบเท่า หรือ ต่ำกว่า	อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
		2.98	3.30	3.30	3.36
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ เทียบเท่าหรือต่ำกว่า	2.98	-	-0.32* (0.001)	-0.32* (0.000)	-0.38 (0.000)
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	3.30		-	0.00 (0.971)	-0.06 (0.748)
ปริญญาตรี	3.30			-	-0.06 (0.696)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.36				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือเทียบเท่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ระดับการศึกษานุปริญญา โดยมีผลต่าง ด้านนิสัย ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.32

ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับ

มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรีโดยมีผลต่าง ด้านนิสัย ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.32

ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า ปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ระดับสูงกว่าปริญญาตรีโดยมีผลต่าง ด้านนิสัย ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.38

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของ พนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน

ตาราง 24 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพ ของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการ	อาชีพ	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านรูปร่าง	นักเรียน/นักศึกษา	36	3.18	0.89	6.531*	0.000
	ประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย	57	3.60	0.81		
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	94	3.78	0.67		
	พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	36	3.77	0.53		
ด้านความรู้ ความสามารถ	นักเรียน/นักศึกษา	36	2.83	0.52	3.965*	0.009
	ประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย	57	3.18	0.57		
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	94	3.18	0.52		
	พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	36	3.15	0.58		

ตาราง 24 (ต่อ)

ความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการ	อาชีพ	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านเชาวน์ปัญญา	นักเรียน/นักศึกษา	36	3.10	0.80	3.371*	0.019
	ประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย	57	3.32	0.62		
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	94	3.49	0.62		
	พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	36	3.24	0.68		
ด้านความสนใจใฝ่ รู้	นักเรียน/นักศึกษา	36	2.96	1.08	10.091*	0.000
	ประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย	57	3.45	0.71		
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	94	3.76	0.70		
	พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	36	3.74	0.74		
ด้านนิสัย	นักเรียน/นักศึกษา	36	2.92	0.16	4.282*	0.006
	ประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย	57	3.49	0.10		
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	94	3.28	0.07		
	พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	36	3.14	0.14		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 24 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ให้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน จำแนกตามอาชีพพบว่า

ด้านรูปร่าง มีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านรูปร่างเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านความรู้ความสามารถมีค่า P เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านความรู้ความสามารถไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านเชาวน์ปัญญา มีค่า P เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเชาวน์ปัญญา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น

ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านเชาวน์ปัญญาไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านความสนใจใฝ่รู้ มีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ของพนักงาน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านความสนใจใฝ่รู้ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านนิสัย มีค่า P เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านนิสัยไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านรูปร่าง
จำแนกตามอาชีพ

ด้านรูปร่าง	$\bar{x}$	นักเรียน/ นักศึกษา	ประกอบกิจการ ส่วนตัว/ค้าขาย	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ห้างร้าน
		3.18	3.60	3.78	3.77
นักเรียน/นักศึกษา	3.18	-	-0.42* (0.006)	-0.60* (0.000)	-0.59* (0.001)
ประกอบกิจการส่วนตัว/ ค้าขาย	3.60		-	-0.18 (0.139)	-0.17 (0.284)
ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.78			-	0.01 (0.915)
พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	3.77				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้าน

รูปร่าง แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง น้อยกว่าผู้ประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย โดยมีผลต่าง ด้านรูปร่าง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.42

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงาน รัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่าง ด้านรูปร่าง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.60

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานเอกชน/ห้างร้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน โดยมีผลต่าง ด้านรูปร่าง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.59

ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านความรู้ความสามารถ จำแนกตามอาชีพ

ด้านความรู้ความสามารถ	$\bar{x}$	นักเรียน/ นักศึกษา	ประกอบกิจการ ส่วนตัว/ค้าขาย	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ห้างร้าน
		2.83	3.18	3.18	3.15
นักเรียน/นักศึกษา	2.83	-	-0.35* (0.003)	-0.35* (0.001)	-0.32* (0.015)
ประกอบกิจการส่วนตัว/ ค้าขาย	3.18		-	0.00 (0.953)	-0.03 (0.814)
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.18			-	-0.03 (0.759)
พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	3.15				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ น้อยกว่าผู้ประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย โดยมีผลต่าง ด้านความรู้ความสามารถ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจโดยมีผลต่าง ด้านความรู้ความสามารถ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงาน เอกชน/ห้างร้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้านโดยมีผลต่าง ด้านความรู้ความสามารถ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.32

ตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านเชาวน์ปัญญา จำแนกตามอาชีพ

ด้านเชาวน์ปัญญา	$\bar{x}$	นักเรียน/ นักศึกษา	ประกอบกิจการ ส่วนตัว/ค้าขาย	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ห้างร้าน
		3.10	3.32	3.49	3.24
นักเรียน/นักศึกษา	3.10	-	-0.22 (0.130)	-0.39* (0.003)	-0.14 (0.374)
ประกอบกิจการส่วนตัว/ ค้าขาย	3.32			-0.17 (0.127)	0.08 (0.595)
ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.49			-	0.25
พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	3.24				(0.060)

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเชาว์ปัญญา พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเชาว์ปัญญา แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเชาว์ปัญญา น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจโดยมีผลต่างด้านเชาว์ปัญญา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.39

ตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ใช้บริการที่มีความ

พึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านความสนใจใฝ่รู้ จำแนกตามอาชีพ

		นักเรียน/ นักศึกษา	ประกอบ กิจการ	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ห้างร้าน
ด้านความสนใจใฝ่รู้	$\bar{x}$	2.96	3.45	3.76	3.76
นักเรียน/นักศึกษา	2.96	-	-0.49* (0.004)	-0.80* (0.000)	-0.80* (0.000)
ประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย	3.45		-	-0.31* (0.018)	-0.31 (0.083)
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.76			-	0.00
พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	3.74				(0.888)

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ น้อยกว่าผู้ประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย โดยมีผลต่าง ด้านความสนใจใฝ่รู้ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.49

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจโดยมีผลต่าง ด้านความสนใจใฝ่รู้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.80

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเชาว์ปัญญา แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานเอกชน/ ห้างร้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเชาว์ปัญญา น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้านโดยมีผลต่าง ด้านเชาว์ปัญญา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.80

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว/ ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ เท่ากับผู้ให้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจโดยมีผลต่าง ด้านความสนใจใฝ่รู้ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.31

ตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ให้บริการที่มีความ

พึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านนิสัย

จำแนกตามอาชีพ

ด้านนิสัย	$\bar{x}$	นักเรียน/ นักศึกษา	ประกอบกิจการ ส่วนตัว/ค้าขาย	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ห้างร้าน
		2.92	3.49	3.28	3.14
นักเรียน/นักศึกษา	2.92	-	-0.49* (0.001)	-0.80* (0.020)	-0.80 (0.228)
ประกอบกิจการส่วนตัว/ ค้าขาย	3.49		-	-0.31 (0.103)	-0.31* (0.035)
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.28			-	0.00 (0.369)
พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	3.14				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย น้อยกว่าผู้ประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย โดยมีผลต่าง ด้านนิสัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.49

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่าง ด้านนิสัย ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.80

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน โดยมีผลต่าง ด้านนิสัย ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.31

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน

ตาราง 30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพ
ของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามระดับรายได้

ความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ	ระดับรายได้	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านรูปร่าง	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	45	3.05	0.79	9.211*	0.000
	10,001- 20,000 บาท	88	3.74	0.66		
	20,001- 30,000 บาท	54	3.80	0.67		
	30,001บาท ขึ้นไป	36	3.73	0.57		
ด้านความรู้ ความสามารถ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	45	2.84	0.61	4.827*	0.000
	10,001- 20,000 บาท	88	3.20	0.47		
	20,001- 30,000 บาท	54	3.21	0.56		
	30,001บาท ขึ้นไป	36	2.96	0.47		
ด้านเขาวนปัญญา	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	45	2.99	0.71	3.905*	0.002
	10,001- 20,000 บาท	88	3.36	0.56		
	20,001- 30,000 บาท	54	3.51	0.73		
	30,001บาท ขึ้นไป	36	3.14	0.63		
ด้านความสนใจ ใฝ่รู้	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	45	2.90	0.87	10.655*	0.000
	10,001- 20,000 บาท	88	3.63	0.71		
	20,001- 30,000 บาท	54	3.88	0.76		
	30,001บาท ขึ้นไป	36	3.88	0.73		
ด้านนิสัย	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	45	2.91	0.821	2.323*	0.044
	10,001- 20,000 บาท	88	3.32	0.800		
	20,001- 30,000 บาท	54	3.34	0.740		
	30,001บาท ขึ้นไป	36	3.27	0.739		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน จำแนกตามระดับรายได้พบว่า

ด้านรูปร่าง มีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้แตกต่าง มีความพึงพอใจต่อ

บุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านรูปร่าง ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านความรู้ความสามารถ มีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้แตกต่าง มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านความรู้ความสามารถไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านเขavnปัญหา มีค่า P เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้แตกต่าง มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเขavnปัญหาของพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านเขavnปัญหาไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านความสนใจใฝ่รู้ มีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้แตกต่าง มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านความสนใจใฝ่รู้ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านนิสัย มีค่า P เท่ากับ 0.044 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้แตกต่าง มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัยของพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านนิสัยไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านรูปร่าง จำแนกตามระดับรายได้

ด้านรูปร่าง	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
		3.05	3.74	3.80	3.73
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	3.05	-	-0.69* (0.000)	-0.75* (0.000)	-0.68* (0.000)
10,001- 20,000 บาท	3.74		-	-0.06 (0.653)	0.01* (0.045)
20,001- 30,000 บาท	3.80			-	0.07 (0.112)
30,001 บาท ขึ้นไป	3.73				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 10,001- 20,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ 10,001- 20,000 บาท ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.69

ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 20,001- 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ 10,001- 20,000 บาท ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.75

ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.68

ผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 10,001- 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 10,001- 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง มากกว่าผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.01

ตาราง 32 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านความรู้ความสามารถ จำแนกตามระดับรายได้

ด้านความรู้ความสามารถ	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้น ไป
		2.84	3.20	3.21	2.96
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	2.84	-	-0.36* (0.000)	-0.37* (0.001)	-0.12* (0.000)
10,001- 20,000 บาท	3.20		-	-0.01 (0.888)	0.24 (0.063)
20,001-30,000 บาท	3.21				0.25 (0.061)
30,001 บาท ขึ้นไป	2.96				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 32 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 10,001- 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000

บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ 10,001- 20,000 บาท ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.36

ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ 20,001- 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ 10,001- 20,000 บาท ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.37

ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไปค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.12

ตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านชาวปัญญา จำแนกตามระดับรายได้

ด้านชาวปัญญา	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001บาท ขึ้นไป
		2.99	3.36	3.51	3.14
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	2.99	-	-0.73* (0.003)	-0.98* (0.000)	-0.98* (0.001)
10,001- 20,000 บาท	3.36		-	-0.25 (0.166)	-0.25 (0.158)
20,001- 30,000 บาท	3.51			-	0.37 (0.407)
30,001บาท ขึ้นไป	3.14				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเซาว์ปัญญา พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเซาว์ปัญญา แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 10,001- 20,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเซาว์ปัญญา น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ 10,001- 20,000 บาท ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.73

ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเซาว์ปัญญา แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 20,001- 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเซาว์ปัญญา น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ 20,001- 30,000 บาท ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.98

ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถ น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.98

ตาราง 34 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านความสนใจใฝ่รู้ จำแนกตามระดับรายได้

ด้านความสนใจใฝ่รู้	x	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
		2.90	3.63	3.88	3.88
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	2.90	-	-0.73* (0.00)	-0.98* (0.000)	-0.98* (0.000)
10,001- 20,000 บาท	3.63		-	-0.25 (0.062)	-0.25 (0.062)
20,001- 30,000 บาท	3.88			-	0.00* (0.006)
30,001บาท ขึ้นไป	3.88				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 34 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ 10,001- 20,000 บาท ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.73

ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 20,001- 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ 10,001- 20,000 บาท ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.98

ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.98

ตาราง 35 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านนิสัย
จำแนกตามระดับรายได้

ด้านนิสัย	— x	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001บาท ขึ้นไป
		2.91	3.32	3.34	3.27
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	2.91	-	-0.41* (0.005)	-0.43* (0.007)	-0.36* (0.007)
10,001- 20,000 บาท	3.32		-	-0.02 (0.897)	0.05 (0.431)
20,001- 30,000 บาท	3.34			-	0.07 (0.513)
30,001บาท ขึ้นไป	3.27				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 35 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของพนักงาน พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของพนักงาน ด้านนิสัย แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 10,001- 20,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของพนักงาน ด้านนิสัย น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 10,001- 20,000 บาท ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.41

ผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของพนักงาน ด้านนิสัย แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 20,001- 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของพนักงาน ด้านนิสัย น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 20,001- 30,000 บาท ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.43

ผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของพนักงาน ด้านนิสัย แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของพนักงาน ด้านนิสัย น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.36

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และระยะเวลาการเป็นลูกค้า แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน

ตาราง 36 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน	เพศ	$\bar{x}$	S.D.	t	P
ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน	ชาย	3.26	0.72	0.231	0.817
	หญิง	3.24	0.64		
ด้านทำตามลำดับความสำคัญ	ชาย	3.66	0.76	1.406	0.161
	หญิง	3.51	0.76		
ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation)	ชาย	3.78	0.75	1.941	0.053
	หญิง	3.58	0.74		
ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา	ชาย	3.47	0.74	0.163	0.870
	หญิง	3.45	0.80		

จากตาราง 36 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน จำแนกตามเพศพบว่า

ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน มีค่า P เท่ากับ 0.817 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อนไม่แตกต่างกัน

ด้านทำตามลำดับความสำคัญ มีค่า P เท่ากับ 0.161 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญไม่แตกต่างกัน

ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) มีค่า P เท่ากับ 0.053 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) ไม่แตกต่างกัน

ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา มีค่า P เท่ากับ 0.870 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน

ตาราง 37 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการ	อายุ	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านต้องเป็นฝ่าย เริ่มต้นมาก่อน	ต่ำกว่า 35 ปี	103	3.13	0.70	2.015	0.093
	35 - 44 ปี	81	3.21	0.69		
	มากกว่า 44 ปีขึ้นไป	39	3.27	0.67		
ด้านทำตามลำดับ ความสำคัญ	ต่ำกว่า 35 ปี	103	3.65	0.79	0.590	0.670
	35 - 44 ปี	81	3.53	0.89		
	มากกว่า 44 ปีขึ้นไป	39	3.54	0.67		
ด้านคิดแบบชนะ/ ชนะ (Win-win Situation)	ต่ำกว่า 35 ปี	103	3.85	0.60	3.242*	0.013
	35 - 44 ปี	81	3.48	0.78		
	มากกว่า 44 ปีขึ้นไป	39	3.62	0.768		
ด้านเข้าใจคนอื่น ก่อนจะให้คนอื่น เข้าใจเรา	ต่ำกว่า 35 ปี	103	3.39	0.81	1.767	0.137
	35 - 44 ปี	81	3.42	0.80		
	มากกว่า 44 ปีขึ้นไป	39	3.43	0.81		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 37 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามอายุ พบว่า

ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นมาก่อน มีค่า P เท่ากับ 0.093 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นมาก่อนไม่แตกต่างกัน

ด้านทำตามลำดับความสำคัญ มีค่า P เท่ากับ 0.670 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ ไม่แตกต่างกัน

ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) มีค่า P เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) ไปเปรียบเทียบกับเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา มีค่า P เท่ากับ 0.137 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 38 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ
ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ จำแนกตามอายุ

		ต่ำกว่า 35 ปี	35 - 44 ปี	มากกว่า 44 ปีขึ้นไป
ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ	$\bar{x}$	3.85	3.48	3.62
ต่ำกว่า 35 ปี	3.85	-	0.37* (0.003)	0.23* (0.024)
35 - 44 ปี	3.48		-	-0.14 (0.243)
มากกว่า 44 ปีขึ้นไป	3.62			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 38 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ พบว่า

ผู้ใช้บริการที่อายุต่ำกว่า 35 ปี มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอายุ 35-44 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุ 35-44 ปี โดยมีผลต่าง ด้านนัยสำคัญ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.37

ผู้ใช้บริการที่อายุต่ำกว่า 35 ปี มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะมากกว่าผู้บริโภคมที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่าง ด้านนัยสำคัญ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.23

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

ตาราง 39 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการ	การศึกษา	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านต้องเป็นฝ่าย เริ่มต้นทำก่อน	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า หรือต่ำกว่า	59	3.14	0.58	2.376	0.053
	อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	46	3.24	0.67		
	ปริญญาตรี	78	3.28	0.69		
	สูงกว่าปริญญาตรี	40	3.24	0.66		
ด้านทำตามลำดับ ความสำคัญ	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า หรือต่ำกว่า	59	3.45	0.76	1.084	0.365
	อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	46	3.45	0.68		

ตาราง 39 (ต่อ)

ความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการ	การศึกษา	n	$\bar{X}$	S.D.	F	P
	ปริญญาตรี	78	3.65	0.82		
	สูงกว่าปริญญาตรี	40	3.66	0.73		
ด้านคิดแบบชนะ/ ชนะ (Win-win Situation)	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ เทียบเท่าหรือต่ำกว่า	59	3.51	0.70	2.534*	0.041
	อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	46	3.54	0.74		
	ปริญญาตรี	78	3.70	0.78		
	สูงกว่าปริญญาตรี	40	3.78	0.71		
ด้านความสนใจใฝ่ รู้	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ เทียบเท่าหรือต่ำกว่า	59	3.33	0.73	1.537	0.193
	อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	46	3.46	0.77		
	ปริญญาตรี	78	3.44	0.83		
	สูงกว่าปริญญาตรี	40	3.61	0.691		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 39 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ให้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า

ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน มีค่า P เท่ากับ 0.053 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน ไม่แตกต่างกัน

ด้านทำตามลำดับความสำคัญ มีค่า P เท่ากับ 0.365 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ ไม่แตกต่างกัน

ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) มีค่า P เท่ากับ 0.041 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) ของพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) ไปเปรียบเทียบกับเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา มีค่า P เท่ากับ 0.193 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเราไม่แตกต่างกัน

ตาราง 40 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ	$\bar{x}$	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.51	3.54	3.70	3.78
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า	3.51	-	-0.03 (0.143)	-0.19* (0.013)	-0.27* (0.008)
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	3.54		-	-0.16 (0.229)	-0.24 (0.121)
ปริญญาตรี	3.70			-	-0.08 (0.564)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.78				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 40 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีผลต่าง ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.19

ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรีโดยมีผลต่าง ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.27

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

ตาราง 41 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ให้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการ	อาชีพ	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านต้องเป็นฝ่าย เริ่มต้นทำก่อน	นักเรียน/นักศึกษา	36	2.94	0.80	4.013*	0.008
	ประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย	57	3.39	0.61		
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	94	3.30	0.60		
	พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	36	3.19	0.68		
ด้านทำตามลำดับ ความสำคัญ	นักเรียน/นักศึกษา	36	3.40	0.86	1.258	0.290
	ประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย	57	3.49	0.61		
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	94	3.63	0.73		
	พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	36	3.68	0.91		
ด้านคิดแบบชนะ/ ชนะ (Win-win Situation)	นักเรียน/นักศึกษา	36	3.33	0.90	7.416*	0.048
	ประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย	57	3.73	0.64		
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	94	3.70	0.66		
	พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	36	3.73	0.89		

ตาราง 41 (ต่อ)

ความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการ	อาชีพ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านเข้าใจคนอื่น	นักเรียน/นักศึกษา	36	2.99	0.94	4.273*	0.000
ก่อนจะให้คนอื่น	ประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย	57	3.38	0.62		
เข้าใจเรา	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	94	3.59	0.72		
	พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	36	3.72	0.76		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 41 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ให้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน จำแนกตามอาชีพ พบว่า

ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน มีค่า P เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อนไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านทำตามลำดับความสำคัญ มีค่า P เท่ากับ 0.290 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญไม่แตกต่างกัน

ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) มีค่า P เท่ากับ 0.048 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา มีค่า P เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเราไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ตาราง 42 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน จำแนกตามอาชีพ

ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน	$\bar{x}$	นักเรียน/ นักศึกษา	ประกอบ กิจการ ส่วนตัว/ ค้าขาย	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ห้างร้าน
		2.94	3.39	3.30	3.19
นักเรียน/นักศึกษา	2.94	-	-0.45* (0.001)	-0.36* (0.005)	-0.25 (0.105)
ประกอบกิจการส่วนตัว/ ค้าขาย	3.39		-	0.09 (0.410)	0.20 (0.138)
ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.30			-	0.11 (0.364)
พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	3.19				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 42 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน น้อยกว่าผู้ประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย โดยมีผลต่าง ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.45

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่าง ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.36

ตาราง 43 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ จำแนกตามอาชีพ

ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ	$\bar{x}$	นักเรียน/ นักศึกษา	ประกอบ กิจการ ส่วนตัว/ ค้าขาย	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ห้างร้าน
		3.33	3.73	3.70	3.73
นักเรียน/นักศึกษา	3.33	-	-0.40* (0.013)	-0.37* (0.013)	-0.40* (0.023)
ประกอบกิจการส่วนตัว/ ค้าขาย	3.73		-	0.03 (0.808)	0.00 (0.968)
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.70			-	-0.37 (0.801)
พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	3.73				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 43 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ น้อยกว่าผู้ใช้บริการประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย โดยมีผลต่าง ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.40

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่าง ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.37

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน โดยมีผลต่าง ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.40

ตาราง 44 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา จำแนกตามอาชีพ

ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา	$\bar{x}$	นักเรียน/ นักศึกษา	ประกอบกิจการ ส่วนตัว/ค้าขาย	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ห้างร้าน
		2.99	3.38	3.59	3.72
นักเรียน/นักศึกษา	2.99	-	-0.39* (0.015)	-0.60* (0.000)	-0.73* (0.000)
ประกอบกิจการส่วนตัว/ ค้าขาย	3.38		-	-0.21 (0.097)	-0.34* (0.032)
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.59			-	-0.13 (0.361)
พนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	3.72				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 44 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอาชีพของผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา

น้อยกว่าผู้ประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย โดยมีผลต่างด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.39

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่าง ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.60

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานเอกชน/ ห้างร้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา น้อยกว่า ผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน โดยมีผลต่าง ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.73

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว/ ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพประกอบกิจการส่วนตัว/ ค้าขาย มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน โดยมีผลต่าง ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.34

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ให้บริการที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน

ตาราง 45 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ จำแนกตามระดับรายได้

ความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการ	ระดับรายได้	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านต้องเป็นฝ่าย เริ่มต้นมาก่อน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	45	2.84	0.72	5.507*	0.000
	10,001- 20,000 บาท	88	3.30	0.56		
	20,001- 30,000 บาท	54	3.39	0.65		
	30,001 บาท ขึ้นไป	36	3.46	0.67		
ด้านทำตามลำดับ ความสำคัญ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	45	3.24	0.81	2.731*	0.020
	10,001- 20,000 บาท	88	3.58	0.64		
	20,001- 30,000 บาท	54	3.79	0.83		
	30,001 บาท ขึ้นไป	36	3.56	0.75		
ด้านคิดแบบชนะ/ ชนะ (Win-win Situation)	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	45	3.32	0.84	3.068*	0.011
	10,001- 20,000 บาท	88	3.69	0.70		
	20,001- 30,000 บาท	54	3.75	0.72		
	30,001 บาท ขึ้นไป	36	3.72	0.61		
ด้านเข้าใจคนอื่น ก่อนจะให้คนอื่น เข้าใจเรา	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	45	2.87	0.84	9.274*	0.000
	10,001- 20,000 บาท	88	3.58	0.67		
	20,001- 30,000 บาท	54	3.78	0.70		
	30,001 บาท ขึ้นไป	36	3.31	0.58		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 45 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน พบว่า

ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นมาก่อน มีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้แตกต่าง มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นมาก่อน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อนไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านทำตามลำดับความสำคัญ มีค่า P เท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้แตกต่าง มี

ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านทำตามลำดับความสำคัญ ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) มีค่า P เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้แตกต่าง มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา มีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้แตกต่าง มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ตาราง 46 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ
ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน จำแนกตามระดับรายได้

ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
	$\bar{X}$	2.84	3.30	3.39	3.46
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	2.84	-	-0.46* (0.000)	-0.55* (0.000)	-0.62* (0.014)
10,001- 20,000 บาท	3.30		-	-0.09 (0.414)	-0.16 (0.185)
20,001- 30,000 บาท	3.39			-	-0.07 (0.203)
30,001 บาท ขึ้นไป	3.46				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 46 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท โดยมีผลต่าง ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.46

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท โดยมีผลต่าง ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.55

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป โดยมีผลต่าง ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.62

ตาราง 47 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านทำตามลำดับความสำคัญ จำแนกตามระดับรายได้

ด้านทำตามลำดับความสำคัญ	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
		3.24	3.58	3.79	3.56
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.24	-	-0.34* (0.006)	-0.55* (0.000)	-0.32* (0.001)
10,001- 20,000 บาท	3.58		-	-0.21 (0.139)	0.02 (0.284)
20,001- 30,000 บาท	3.79			-	0.23 (0.915)
30,001 บาท ขึ้นไป	3.56				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 47 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาทโดยมีผลต่าง ด้านทำตามลำดับความสำคัญ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.34

ผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับ

ความสำคัญ น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท โดยมีผลต่าง ด้านทำตามลำดับความสำคัญ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.55

ผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป โดยมีผลต่าง ด้านทำตามลำดับความสำคัญ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.32

ตาราง 48 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ จำแนกตามระดับรายได้

ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
		3.32	3.69	3.75	3.72
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.32	-	-0.37* (0.006)	-0.43* (0.000)	-0.40* (0.001)
10,001- 20,000 บาท	3.69		-	-0.06 (0.139)	-0.03 (0.284)
20,001- 30,000 บาท	3.75			-	0.03 (0.915)
30,001 บาท ขึ้นไป	3.72				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 48 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท โดยมีผลต่าง ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.37

ผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท โดยมีผลต่าง ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.43

ผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป โดยมีผลต่าง ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.40

ตาราง 49 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา จำแนกตามระดับรายได้

ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา	x	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
		2.87	3.58	3.78	3.31
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	2.87	-	-0.71* (0.006)	-0.91* (0.000)	-0.44* (0.001)
10,001- 20,000 บาท	3.58		-	-0.20 (0.139)	0.27 (0.284)
20,001- 30,000 บาท	3.78			-	0.47 (0.915)
30,001 บาท ขึ้นไป	3.31				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 49 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระดับรายได้ของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท โดยมีผลต่าง ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.71

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 20,001- 30,000 บาท โดยมีผลต่าง ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.91

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป โดยมีผลต่าง ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.44

สมมติฐานที่ 3 ผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ ประเภทของบริการที่ใช้ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า สาเหตุในการใช้บริการ และ จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.1 ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของบริการที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของบริการที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของบริการที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน

ตาราง 50 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามประเภทของบริการที่ใช้

ความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ	ประเภทของบริการ	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านรูปร่าง	ปิดบัญชีใหม่/ เปลี่ยนสมุด/ ทำบัตร ATM	118	3.56	0.76	0.812	0.518
	ฝาก-ถอนเงินสด/ ชำระค่าบริการ/ โอนเงิน	69	3.72	0.73		
	ซื้อ-ขายกองทุน/ ตัดบัญชีอัตโนมัติ/	36	3.73	0.76		
	เข้าซื้อ / แคมเปญเช็ค/ เช็คของขวัญ/					
ด้านความรู้ ความสามารถ	ตัวเงิน/ โอนเงินระหว่างธนาคาร/ เงินกู้					
	สวัสดิการ/ สินเชื่อประเภทต่างๆ					
	ปิดบัญชีใหม่/ เปลี่ยนสมุด/ ทำบัตร ATM	118	3.10	0.53	0.864	0.486
	ฝาก-ถอนเงินสด/ ชำระค่าบริการ/ โอนเงิน	69	3.14	0.60		
ด้านความ ปัญหา	ซื้อ-ขายกองทุน/ ตัดบัญชีอัตโนมัติ/	36	3.23	0.58		
	เข้าซื้อ / แคมเปญเช็ค/ เช็คของขวัญ/					
	ตัวเงิน/ โอนเงินระหว่างธนาคาร/					
	เงินกู้สวัสดิการ/ สินเชื่อประเภทต่างๆ					
ด้านความ ปัญหา	ปิดบัญชีใหม่/ เปลี่ยนสมุด/ ทำบัตร ATM	118	3.34	0.59	0.486	0.746
	ฝาก-ถอนเงินสด/ ชำระค่าบริการ/ โอนเงิน	69	3.29	0.80		
	ซื้อ-ขายกองทุน/ ตัดบัญชีอัตโนมัติ/	36	3.42	0.71		
	เข้าซื้อ / แคมเปญเช็ค/ เช็คของขวัญ/					
ด้านความ ปัญหา	ตัวเงิน/ โอนเงินระหว่างธนาคาร/					
	เงินกู้สวัสดิการ/ สินเชื่อประเภทต่างๆ					
	ปิดบัญชีใหม่/ เปลี่ยนสมุด/ ทำบัตร ATM	118	3.34	0.59	0.486	0.746
	ฝาก-ถอนเงินสด/ ชำระค่าบริการ/ โอนเงิน	69	3.29	0.80		
ด้านความ ปัญหา	ซื้อ-ขายกองทุน/ ตัดบัญชีอัตโนมัติ/	36	3.42	0.71		
	เข้าซื้อ / แคมเปญเช็ค/ เช็คของขวัญ/					
	ตัวเงิน/ โอนเงินระหว่างธนาคาร/					
	เงินกู้สวัสดิการ/ สินเชื่อประเภทต่างๆ					

ตาราง 50 (ต่อ)

ความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ	ประเภทของบริการ	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านความ สนใจใฝ่รู้	ปิดบัญชีใหม่/ เปลี่ยนสมุด/ ทำบัตร ATM	118	3.54	0.79	0.698	0.594
	ฝาก-ถอนเงินสด/ ชำระค่าบริการ/ โอนเงิน	69	3.58	0.92		
	ซื้อ-ขายกองทุน/ ตัดบัญชีอัตโนมัติ/ เช่าซื้อ / แคมเชียร์เช็ก/ เช็คของขวัญ/ ตั๋วเงิน/ โอนเงินระหว่างธนาคาร/ เงินกู้ สวัสดิการ/ สินเชื่อประเภทต่างๆ	36	3.60	0.77		
ด้านนิสัย	ปิดบัญชีใหม่/ เปลี่ยนสมุด/ ทำบัตร ATM	118	3.25	0.81	1.371	0.245
	ฝาก-ถอนเงินสด/ ชำระค่าบริการ/ โอน เงิน	69	3.20	0.84		
	ซื้อ-ขายกองทุน/ ตัดบัญชีอัตโนมัติ/ เช่า ซื้อ / แคมเชียร์เช็ก/ เช็คของขวัญ/ ตั๋ว เงิน/ โอนเงินระหว่างธนาคาร/ เงินกู้ สวัสดิการ/ สินเชื่อประเภทต่างๆ	36	3.59	0.74		

จากตาราง 50 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ จำแนกตามประเภทของบริการที่ใช้พบว่า

ด้านรูปร่าง มีค่า P เท่ากับ 0.518 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของบริการที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่างไม่แตกต่างกัน

ด้านความรู้ความสามารถมีค่า P เท่ากับ 0.486 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของบริการที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถของพนักงานไม่แตกต่างกัน

ด้านเขavnปัญญา มีค่า P เท่ากับ 0.746 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของบริการที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเขavnปัญญาของพนักงานไม่แตกต่างกัน

ด้านความสนใจใฝ่รู้ มีค่า P เท่ากับ 0.594 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของบริการที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ของพนักงานไม่แตกต่างกัน

ด้านนิสัย มีค่า P เท่ากับ 0.245 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของบริการที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัยของพนักงานไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.2 ผู้ใช้บริการที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน

ตาราง 51 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ

ความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ	ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านรูปร่าง	08.30 – 12.30 น.	119	119	0.80	0.043	0.988
	12.31 – 16.30 น.	104	104	0.71		
ด้านความรู้ ความสามารถ	08.30 – 12.30 น.	119	3.04	0.50	0.568	0.637
	12.31 – 16.30 น.	104	3.16	0.51		
ด้านเซาว์ ปัญญา	08.30 – 12.30 น.	119	3.40	0.64	2.147	0.095
	12.31 – 16.30 น.	104	3.33	0.61		
ด้านควา มสนใจใฝ่รู้	08.30 – 12.30 น.	119	3.64	0.71	2.027	0.111
	12.31 – 16.30 น.	104	3.69	0.81		
ด้านนิสัย	08.30 – 12.30 น.	119	3.26	0.76	0.409	0.747
	12.31 – 16.30 น.	104	3.33	0.80		

จากตาราง 51 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ พบว่า

ด้านรูปร่าง มีค่า P เท่ากับ 0.988 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่างของพนักงาน ไม่แตกต่างกัน

ด้านความรู้ความสามารถมีค่า P เท่ากับ 0.637 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถของพนักงาน ไม่แตกต่างกัน

ด้านเชาวน์ปัญญา มีค่า P เท่ากับ 0.095 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเชาวน์ปัญญาของพนักงาน ไม่แตกต่างกัน

ด้านความสนใจใฝ่รู้ มีค่า P เท่ากับ 0.111 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ของพนักงาน ไม่แตกต่างกัน

ด้านนิสัย มีค่า P เท่ากับ 0.747 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านนิสัยของพนักงาน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.3 ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน

ตาราง 52 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพ
ของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ความพึงพอใจ ของ ผู้ให้บริการ		ระยะเวลาการเป็นลูกค้า		n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านรูปร่าง	ไม่เกิน 2 ปี			38	3.96	0.82	3.198*	0.024
	มากกว่า 2 ปี – 4 ปี			105	3.53	0.75		
	มากกว่า 4 ปี			80	3.59	0.73		
ด้านความรู้ ความสามารถ	ไม่เกิน 2 ปี			38	3.25	0.53	1.069	0.363
	มากกว่า 2 ปี – 4 ปี			105	3.08	0.60		
	มากกว่า 4 ปี			80	3.06	0.46		
ด้านเชาวน์ ปัญญา	ไม่เกิน 2 ปี			38	3.41	0.62	1.508	0.213
	มากกว่า 2 ปี – 4 ปี			105	3.28	0.71		
	มากกว่า 4 ปี			80	3.29	0.56		
ด้านความ สนใจใฝ่รู้	ไม่เกิน 2 ปี			38	3.66	0.76	0.650	0.584
	มากกว่า 2 ปี – 4 ปี			105	3.55	0.85		
	มากกว่า 4 ปี			80	3.43	0.73		
ด้านนิสัย	ไม่เกิน 2 ปี			38	3.53	0.67	4.051*	0.008
	มากกว่า 2 ปี – 4 ปี			105	3.32	0.81		
	มากกว่า 4 ปี			80	3.00	0.74		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 52 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า พบว่า

ด้านรูปร่าง มีค่า P เท่ากับ 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่างของพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านรูปร่างไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านความรู้ความสามารถมีค่า P เท่ากับ 0.363 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถของพนักงานไม่แตกต่างกัน

ด้านเชาวน์ปัญญา มีค่า P เท่ากับ 0.213 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเชาวน์ปัญญาของพนักงานไม่แตกต่างกัน

ด้านความสนใจใฝ่รู้ มีค่า P เท่ากับ 0.584 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ของพนักงานไม่แตกต่างกัน

ด้านนิสัย มีค่า P เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัยของพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านนิสัยไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ตาราง 53 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระยะเวลาการเป็นลูกค้าของ

ผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ
ด้านรูปร่าง จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ด้านรูปร่าง	$\bar{x}$	ไม่เกิน 2 ปี	มากกว่า 2-4 ปี	มากกว่า 4 ปี
		3.96	3.53	3.59
ไม่เกิน 2 ปี	3.96	-	0.43* (0.006)	0.37* (0.000)
มากกว่า 2 ปี – 4 ปี	3.53		-	-0.06 (0.139)
มากกว่า 4 ปี	3.59			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 53 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระยะเวลาการเป็นลูกค้าของผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านรูปร่าง พบว่า

ระยะเวลาการเป็นลูกค้าของผู้ให้บริการไม่เกิน 2 ปีมีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง แตกต่างจากระยะเวลาการเป็นลูกค้าของผู้ให้บริการมากกว่า 2 ปี – 4 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการไม่เกิน 2 ปี มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง มากกว่าผู้ให้บริการมากกว่า 2 ปี – 4 ปี โดยมีผลต่าง ด้านรูปร่าง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.43

ระยะเวลาการเป็นลูกค้าของผู้ให้บริการไม่เกิน 2 ปีมีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง แตกต่างจากระยะเวลาการเป็นลูกค้าของผู้ให้บริการมากกว่า 4 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการไม่เกิน 2 ปี มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง มากกว่าผู้ให้บริการมากกว่า 4 ปี โดยมีผลต่าง ด้านรูปร่าง ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.37

ตาราง 54 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระยะเวลาการเป็นลูกค้าของ

ผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านนิสัย จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ด้านนิสัย	$\bar{x}$	ไม่เกิน 2 ปี	มากกว่า 2-4 ปี	มากกว่า 4 ปี
		3.53	3.32	3.00
ไม่เกิน 2 ปี	3.53	-	0.21* (0.006)	0.53* (0.000)
มากกว่า 2 ปี – 4 ปี	3.32		-	0.32 (0.139)
มากกว่า 4 ปี	3.00			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 54 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระยะเวลาการเป็นลูกค้าของผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย พบว่า

ระยะเวลาการเป็นลูกค้าของผู้ใช้บริการไม่เกิน 2 ปีมีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย แตกต่างจากระยะเวลาการเป็นลูกค้าของผู้ใช้บริการมากกว่า 2 ปี – 4 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการไม่เกิน 2 ปี มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย มากกว่าผู้ให้บริการมากกว่า 2 ปี – 4 ปี โดยมีผลต่าง ด้านนิสัย ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.21

ระยะเวลาการเป็นลูกค้าของผู้ใช้บริการไม่เกิน 2 ปีมีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย แตกต่างจากระยะเวลาการเป็นลูกค้าของผู้ใช้บริการมากกว่า 4 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการไม่เกิน 2 ปี มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย มากกว่าผู้ให้บริการมากกว่า 4 ปี โดยมีผลต่าง ด้านนิสัย ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.53

สมมติฐานที่ 3.4 ผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

ตาราง 55 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามสาเหตุในการใช้บริการ

ความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ	สาเหตุในการใช้บริการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านรูปร่าง	ธนาคารอยู่ใกล้บ้าน	46	3.64	0.80	1.974	0.100
	ธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน	72	3.77	0.67		
	ธนาคารมีเคาน์เตอร์ให้บริการมาก	47	3.59	0.61		
	ธนาคารมีการบริการที่ดี/ ธนาคารมี ภาพลักษณ์ความมั่นคง	58	3.38	0.81		
ด้านความรู้ ความสามารถ	ธนาคารอยู่ใกล้บ้าน	46	2.99	0.55	2.101	0.082
	ธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน	72	3.25	0.50		
	ธนาคารมีเคาน์เตอร์ให้บริการมาก	47	3.07	0.63		
	ธนาคารมีการบริการที่ดี/ ธนาคารมี ภาพลักษณ์ความมั่นคง	58	3.03			

ตาราง 55 (ต่อ)

ความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ	สาเหตุในการใช้บริการ	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านเชาว์ ปัญญา	ธนาคารอยู่ใกล้บ้าน	46	3.30	0.69	1.719	0.147
	ธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน	72	3.43	0.59		
	ธนาคารมีเคาน์เตอร์ให้บริการมาก	47	3.40	0.48		
	ธนาคารมีการบริการที่ดี/ ธนาคารมี ภาพลักษณ์ความมั่นคง	58	3.11	0.82		
ด้านควา มสนใจใฝ่รู้	ธนาคารอยู่ใกล้บ้าน	46	3.34	0.88	2.751*	0.029
	ธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน	72	3.70	0.80		
	ธนาคารมีเคาน์เตอร์ให้บริการมาก	47	3.70	0.62		
	ธนาคารมีการบริการที่ดี/ ธนาคารมี ภาพลักษณ์ความมั่นคง	58	3.30	0.84		
ด้านนิย ย	ธนาคารอยู่ใกล้บ้าน	46	3.27	0.71	1.061	0.377
	ธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน	72	3.38	0.88		
	ธนาคารมีเคาน์เตอร์ให้บริการมาก	47	3.11	0.78		
	ธนาคารมีการบริการที่ดี/ ธนาคารมี ภาพลักษณ์ความมั่นคง	58	3.23	0.67		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 55 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน จำแนกตามสาเหตุในการใช้บริการ พบว่า

ด้านรูปร่าง มีค่า P เท่ากับ 0.100 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่างของพนักงานไม่แตกต่างกัน

ด้านความรู้ความสามารถมีค่า P เท่ากับ 0.082 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถของพนักงานไม่แตกต่างกัน

ด้านเชาว์ปัญญา มีค่า P เท่ากับ 0.147 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเชาว์ปัญญาของพนักงานไม่แตกต่างกัน

ด้านความสนใจใฝ่รู้ มีค่า P เท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ของพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านความสนใจใฝ่รู้ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านนิสัย มีค่า P เท่ากับ 0.377 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัยของพนักงานไม่แตกต่างกัน

ตาราง 56 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างสาเหตุในการใช้บริการของ

ผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ
ด้านความสนใจใฝ่รู้ จำแนกตามสาเหตุในการใช้บริการ

ด้านความสนใจใฝ่รู้	$\bar{x}$	ธนาคารอยู่ ใกล้บ้าน	ธนาคารอยู่ ใกล้ที่ทำงาน	ธนาคารมี เคาน์เตอร์ ให้บริการมาก	ธนาคารมีการ บริการที่ดี/ ธนาคารมี ภาพลักษณ์ความ มั่นคง
		3.34	3.70	3.70	3.30
ธนาคารอยู่ใกล้บ้าน	3.34	-	-0.29* (0.039)	-0.26 (0.087)	-0.16* (0.001)
ธนาคารอยู่ใกล้ที่ ทำงาน	3.70		-	0.03 (0.845)	0.13* (0.000)
ธนาคารมีเคาน์เตอร์ ให้บริการมาก	3.70			-	0.10* (0.000)
ธนาคารมีการบริการที่ ดี/ ธนาคารมีภาพ ลักษณ์ ความมั่นคง	3.30				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 56 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างสาเหตุในการใช้บริการที่มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบริการของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้พบว่า

ผู้ให้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้บ้านมีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ แตกต่างจากเลือกใช้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการเลือกใช้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้บ้านมีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ น้อยกว่าผู้ให้บริการเลือกใช้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน โดยมีผลต่าง ด้านความสนใจใฝ่รู้ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.29

ผู้ให้บริการเลือกใช้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้บ้านมีความพึงพอใจต่อบุคลากรของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ แตกต่างจากเลือกใช้บริการเนื่องจากธนาคารมีการบริการที่ดี/ ธนาคารมีภาพลักษณ์ความมั่นคงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการเลือกใช้บริการจากธนาคารอยู่ใกล้บ้านมีความพึงพอใจต่อบุคลากรของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ น้อยกว่าผู้ให้บริการเลือกใช้บริการเนื่องจากธนาคารมีการบริการที่ดี/ ธนาคารมีภาพลักษณ์ความมั่นคงโดยมีผลต่าง ด้านความสนใจใฝ่รู้ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.16

ผู้ให้บริการเลือกใช้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานมีความพึงพอใจต่อบุคลากรภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ แตกต่างจากเลือกใช้บริการเนื่องจากธนาคารมีการบริการที่ดี/ธนาคารมีภาพลักษณ์ความมั่นคง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการเลือกใช้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานมีความพึงพอใจต่อบุคลากรภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ มากกว่าเนื่องจากธนาคารมีการบริการที่ดี/ธนาคารมีภาพลักษณ์ความมั่นคงโดยมีผลต่าง ด้านความสนใจใฝ่รู้ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.13

ผู้ให้บริการเลือกใช้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ แตกต่างจากเลือกใช้บริการเนื่องจากธนาคารมีการบริการที่ดี/ธนาคารมีภาพลักษณ์ ความมั่นคง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการเลือกใช้บริการจากธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงานมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้มากกว่าเนื่องจากธนาคารมีการบริการที่ดี/ธนาคารมีภาพลักษณ์ ความมั่นคงโดยมีผลต่าง ด้านความสนใจใฝ่รู้ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.10

สมมติฐานที่ 3.5 ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักรถนาเหนือ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน

ตาราง 57 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ	จำนวนครั้งที่ใช้บริการ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ด้านรูปร่าง	น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	116	3.70	0.84	2.664*	0.049
	4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	74	3.68	0.55		
	มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	33	3.30	0.76		
ด้านความรู้ ความสามารถ	น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	116	3.10	0.56	0.285	0.836
	4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	74	3.12	0.49		
	มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	33	3.19	0.69		
ด้านเชาวน์ปัญญา	น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	116	3.43	0.66	7.748*	0.000
	4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	74	3.43	0.61		
	มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	33	2.84	0.65		
ด้านความสนใจ ใฝ่รู้	น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	116	3.51	0.84	3.730*	0.012
	4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	74	3.77	0.76		
	มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	33	3.21	0.83		
ด้านนิสัย	น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	116	3.27	0.82	2.848	0.038
	4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	74	3.23	0.82		
	มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	33	3.27	0.54		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 57 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงาน จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ พบว่า

ด้านรูปร่าง มีค่า P เท่ากับ 0.049 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น

ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านรูปร่างไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านความรู้ความสามารถมีค่า P เท่ากับ 0.836 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความรู้ความสามารถของพนักงานไม่แตกต่างกัน

ด้านเขavnปัญหา มีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเขavnปัญหาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านเขavnปัญหาไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านความสนใจใฝ่รู้ มีค่า P เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านความสนใจใฝ่รู้ของพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านความสนใจใฝ่รู้ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านนิสัย มีค่า P เท่ากับ 0.038 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัยของพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านนิสัยไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ตาราง 58 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของ
 ผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ
 ด้านรูปร่าง จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ด้านรูปร่าง	$\bar{x}$	น้อยกว่า 4 ครั้ง ต่อเดือน	4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อ เดือน	มากกว่า 8 ครั้งต่อ เดือน
		116	3.62	3.59
น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	3.70	-	0.08 (0.799)	0.11* (0.015)
4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	3.68		-	0.09* (0.025)
มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	3.30			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 58 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการที่มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง พบว่า

ผู้ใช้นบริการน้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง แตกต่างจากผู้ใช้นบริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้นบริการน้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง มากกว่าผู้ใช้นบริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน โดยมีผลต่าง ด้านรูปร่าง ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.11

ผู้ใช้นบริการ 4 -8 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง แตกต่างจากผู้ใช้นบริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้นบริการ 4 -8 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง มากกว่าผู้ใช้นบริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน โดยมีผลต่าง ด้านรูปร่าง ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.09

ตาราง 59 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของ
 ผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ
 ด้านเชาวน์ปัญญา จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ด้านเชาวน์ปัญญา	$\bar{x}$	น้อยกว่า 4 ครั้ง ต่อเดือน	4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อ เดือน	มากกว่า 8 ครั้งต่อ เดือน
		3.43	3.43	2.84
น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	3.43	-	0.00 (0.678)	0.59* (0.000)
4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	3.43		-	0.59* (0.000)
มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	2.84			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 59 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการ
 ของผู้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเชาวน์ปัญญา พบว่า

ผู้บริการน้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือนมีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเชาวน์
 ปัญญาแตกต่างจากผู้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย
 ผู้บริการน้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเชาวน์ปัญญา
 มากกว่าผู้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน โดยมีผลต่าง ด้านเชาวน์ปัญญา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.59

ผู้บริการ 4 - 8 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเชาวน์ปัญญา
 แตกต่างจากผู้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย
 ผู้บริการ 4 - 8 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านเชาวน์ปัญญา มากกว่า
 ผู้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน โดยมีผลต่าง ด้านเชาวน์ปัญญา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.59

ตาราง 60 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของ
 ผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ
 ด้านความสนใจใฝ่รู้ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ด้านความสนใจใฝ่รู้	$\bar{x}$	น้อยกว่า 4 ครั้ง ต่อเดือน	4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อ เดือน	มากกว่า 8 ครั้งต่อ เดือน
		3.51	3.77	3.21
น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	3.51	-	-0.26* (0.035)	0.30 (0.166)
4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	3.77		-	0.56* (0.012)
มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	3.21			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 60 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย พบว่า

ผู้ใช้น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัยแตกต่างจากผู้ให้บริการ 4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย มากกว่าผู้ให้บริการ 4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือนโดยมีผลต่าง ด้านนิสัย ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.26

ผู้ให้บริการ 4 -8 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่างแตกต่างจากผู้ให้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการ 4 -8 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านรูปร่าง มากกว่าผู้ให้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน โดยมีผลต่าง ด้านรูปร่าง ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.56

ตาราง 61 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของ
 ผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ
 ด้านนิสัย จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ด้านนิสัย	$\bar{x}$	น้อยกว่า 4 ครั้ง ต่อเดือน	4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อ เดือน	มากกว่า 8 ครั้งต่อ เดือน
		3.27	3.23	3.27
น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	3.27	-	0.04 (0.684)	0.00* (0.045)
4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	3.23		-	0.04* (0.049)
มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	3.27			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 61 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย พบว่า

ผู้ใช้น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัยแตกต่างจากผู้ให้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย มากกว่าผู้ให้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน โดยมีผลต่าง ด้านนิสัย ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.00

ผู้ให้บริการ 4 -8 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัยแตกต่างจากผู้ให้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการ 4 -8 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน ด้านนิสัย มากกว่าผู้ให้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน โดยมีผลต่าง ด้านนิสัย ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.04

สมมติฐานที่ 4 ผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ ประเภทของบริการที่ใช้ ช่วงเวลาที่ให้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า สาเหตุในการใช้บริการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.1 ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของบริการที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของบริการที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของบริการที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน

ตาราง 62 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามประเภทของบริการที่ใช้

ความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ	ประเภทของบริการ	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านต้องเป็นฝ่าย เริ่มต้นทำก่อน	ปิดบัญชีใหม่/ เปลี่ยนสมุด/ ทำบัตร ATM	118	3.30	0.65	1.950	0.103
	ฝาก-ถอนเงินสด/ ชำระค่าบริการ/ โอนเงิน	69	3.12	0.71		
	ซื้อ-ขายกองทุน/ ตัดบัญชีอัตโนมัติ/	36	3.37	0.67		
	เช่าซื้อ / แคมเปญเช็ค/ เช็คของขวัญ/ ตู้เงิน/โอนเงินระหว่างธนาคาร/ เงินกู้สวัสดิการ/ สินเชื่อประเภท ต่างๆ					
ด้านทำตามลำดับ ความสำคัญ	ปิดบัญชีใหม่/ เปลี่ยนสมุด/ ทำบัตร ATM	118	3.57	0.77	0.501	0.735
	ฝาก-ถอนเงินสด/ ชำระค่าบริการ/ โอนเงิน	69	3.54	0.77		
	ซื้อ-ขายกองทุน/ ตัดบัญชีอัตโนมัติ/	36	3.57	0.88		
	เช่าซื้อ / แคมเปญเช็ค/ เช็คของขวัญ/ ตู้เงิน/โอนเงินระหว่างธนาคาร/ เงินกู้สวัสดิการ/ สินเชื่อประเภท ต่างๆ					

ตาราง 62 (ต่อ)

ความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ	ประเภทของบริการ	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation)	ปิดบัญชีใหม่/ เปลี่ยนสมุด/ ทำบัตร ATM	118	3.65	0.72	0.419	0.795
	ฝาก-ถอนเงินสด/ ชำระค่าบริการ/ โอนเงิน	69	3.62	0.83		
	ซื้อ-ขายกองทุน/ ตัดบัญชีอัตโนมัติ/ เช่าซื้อ / แคมเปญเช็ค/ เช็คของขวัญ/	36	3.72	0.74		
	ตัวเงิน/โอนเงินระหว่างธนาคาร/ เงินกู้สวัสดิการ/ สินเชื่อประเภทต่างๆ					
ด้านเข้าใจคนอื่น ก่อนจะให้คนอื่น เข้าใจเรา	ปิดบัญชีใหม่/ เปลี่ยนสมุด/ ทำบัตร ATM	118	3.52	0.79	1.239	0.295
	ฝาก-ถอนเงินสด/ ชำระค่าบริการ/ โอนเงิน	69	3.35	0.81		
	ซื้อ-ขายกองทุน/ ตัดบัญชีอัตโนมัติ/ เช่าซื้อ / แคมเปญเช็ค/ เช็คของขวัญ/	36	3.45	0.49		
	ตัวเงิน/โอนเงินระหว่างธนาคาร/ เงินกู้สวัสดิการ/ สินเชื่อประเภทต่างๆ					

จากตาราง 62 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ จำแนกตามประเภทของบริการที่ใช้ พบว่า

ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน มีค่า P เท่ากับ 0.103 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของบริการที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน ไม่แตกต่างกัน

ด้านทำตามลำดับความสำคัญ มีค่า P เท่ากับ 0.735 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของบริการที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญไม่แตกต่างกัน

ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) มีค่า P เท่ากับ 0.795 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของบริการที่ใช้แตกต่างกัน มีความ

พึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) ไม่แตกต่างกัน

ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา มีค่า P เท่ากับ 0.295 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของบริการที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.2 ผู้ใช้บริการที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือแตกต่างกัน

ตาราง 63 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ

ความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ	ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านต้องเป็นฝ่าย เริ่มต้นทำก่อน	08.30– 12.30 น.	119	3.24	0.62	0.786	0.503
	12.31– 16.30 น.	104	3.25	0.66		
ด้านทำตามลำดับ ความสำคัญ	08.30– 12.30 น.	119	3.24	0.62	1.929	0.126
	12.31– 16.30 น.	104	3.25	0.66		
ด้านคิดแบบชนะ/ ชนะ (Win-win Situation)	08.30– 12.30 น.	119	3.75	0.68	1.259	0.289
	12.31– 16.30 น.	104	3.72	0.79		
ด้านเข้าใจคนอื่น ก่อนจะให้คนอื่น เข้าใจเรา	08.30– 12.30 น.	119	3.53	0.65	3.868*	0.010
	12.31– 16.30 น.	104	3.67	0.87		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 63 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ พบว่า

ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน มีค่า P เท่ากับ 0.503 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน ไม่แตกต่างกัน

ด้านทำตามลำดับความสำคัญ มีค่า P เท่ากับ 0.126 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ ไม่แตกต่างกัน

ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) มีค่า P เท่ากับ 0.289 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) ไม่แตกต่างกัน

ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา มีค่า P เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเราไปเปรียบเทียบกับเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ตาราง 64 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างช่วงเวลาที่ใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย

สำนักงานเหนือ ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ

ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่น		08.30 – 12.30 น.	12.31 – 16.30 น.
เข้าใจเรา	$\bar{x}$	3.53	3.67
08.30 – 12.30 น.	3.53	-	-0.14 (0.496)
12.31 – 16.30 น.	3.67		-

จากตาราง 64 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างช่วงเวลาที่ให้บริการของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา พบว่า

ผู้ให้บริการระหว่างช่วงเวลา 08.30 – 12.30 น. มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา แตกต่างจากผู้ให้บริการระหว่างช่วงเวลา 12.31 – 16.30 น. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการระหว่างช่วงเวลา 08.30 – 12.30 น. มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา น้อยกว่าผู้ให้บริการระหว่างช่วงเวลาที่ใช้บริการ 12.31 – 16.30 น. โดยมีผลต่าง ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.14

สมมติฐานที่ 4.3 ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

ตาราง 65 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ความพึงพอใจ						
ของ	ระยะเวลาการเป็นลูกค้า	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ผู้ให้บริการ						
ด้านต้องเป็น	ไม่เกิน 2 ปี	38	3.57	0.57	4.403*	0.005
ฝ่ายเริ่มต้นทำ	มากกว่า 2 ปี – 4 ปี	105	3.13	0.68		
ก่อน	มากกว่า 4 ปี	80	3.28	0.64		
ด้ ำ น ท ำ	ไม่เกิน 2 ปี	38	3.72	0.69	0.679	0.565
ด ำ ม ถ ำ ด ำ บ	มากกว่า 2 ปี – 4 ปี	105	3.55	0.74		
ความสำคัญ	มากกว่า 4 ปี	80	3.50	0.88		

ตาราง 65 (ต่อ)

ความพึงพอใจ						
ของ	ระยะเวลาการเป็นลูกค้า	n	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ผู้ใช้บริการ						
ด้าน คิดแบบ	ไม่เกิน 2 ปี	38	3.86	0.61	1.390	0.247
ช น ะ / ช น ะ	มากกว่า 2 ปี – 4 ปี	105	3.58	0.72		
Win-win	มากกว่า 4 ปี	80	3.61	0.84		
Situation)						
ด้าน เข้าใจคน	ไม่เกิน 2 ปี	38	3.68	0.60	2.380	0.071
อื่นก่อนจะให้	มากกว่า 2 ปี – 4 ปี	105	3.33	0.83		
คนอื่นเข้าใจ	มากกว่า 4 ปี	80	3.75	0.76		
เรา						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 65 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า พบว่า

ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน มีค่า P เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านทำตามลำดับความสำคัญ มีค่า P เท่ากับ 0.565 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ ไม่แตกต่างกัน

ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) มีค่า P เท่ากับ 0.247 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) ของพนักงานไม่แตกต่างกัน

ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา มีค่า P เท่ากับ 0.071 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 66 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระยะเวลาการเป็นลูกค้าของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน	$\bar{x}$	ไม่เกิน 2 ปี	มากกว่า 2 – 4 ปี	มากกว่า 4 ปี
		3.57	3.13	3.28
ไม่เกิน 2 ปี	3.57	-	0.44* (0.006)	0.29* (0.000)
มากกว่า 2 – 4 ปี	3.13		-	-0.15 (0.139)
มากกว่า 4 ปี	3.28			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 66 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างระยะเวลาการเป็นลูกค้าของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าไม่เกิน 2 ปี มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้ามากกว่า 2 – 4 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าไม่เกิน 2 ปี มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน มากกว่าผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้ามากกว่า 2 – 4 ปี โดยมีผลต่าง ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.44

ผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าไม่เกิน 2 ปี มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้ามากกว่า 4 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าไม่เกิน 2 ปี มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน มากกว่าผู้ให้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้ามากกว่า 4 ปี โดยมีผลต่าง ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.29

สมมติฐานที่ 4.4 ผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

ตาราง 67 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ให้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามสาเหตุในการใช้บริการ

ความพึงพอใจ	สาเหตุในการใช้บริการ	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ของ						
ผู้ให้บริการ						
ด้าน ต้องเป็น	ธนาคารอยู่ใกล้บ้าน	46	3.29	0.62	1.979	0.099
ฝ่ายเริ่มต้นทำ	ธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน	72	3.29	0.74		
ก่อน	ธนาคารมีเคาน์เตอร์ให้บริการมาก	47	3.31	0.51		
	ธนาคารมีการบริการที่ดี/ ธนาคารมี	58	2.99	0.60		
	ภาพลักษณ์ความมั่นคง					
ด้ ำ น ท ำ	ธนาคารอยู่ใกล้บ้าน	46	3.57	0.81	1.642	0.165
ด ำ ม ถ ำ ด บ	ธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน	72	3.67	0.79		
ความสำคัญ	ธนาคารมีเคาน์เตอร์ให้บริการมาก	47	3.66	0.69		
	ธนาคารมีการบริการที่ดี/ ธนาคารมี	58	3.37	0.58		
	ภาพลักษณ์ความมั่นคง					

ตาราง 67 (ต่อ)

ความพึงพอใจ ของ ผู้ให้บริการ	สาเหตุในการใช้บริการ	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้าน คิ ด เ บ บ	ธนาคารอยู่ใกล้บ้าน	46	3.51	0.73	3.737*	0.006
ช น ะ / ช น ะ	ธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน	72	3.80	0.70		
Win-win	ธนาคารมีเคาน์เตอร์ให้บริการมาก	47	3.85	0.71		
Situation)	ธนาคารมีการบริการที่ดี/ ธนาคารมี ภาพลักษณ์ความมั่นคง	58	3.37	0.72		
ด้านเข้าใจคน	ธนาคารอยู่ใกล้บ้าน	46	3.33	0.75	6.917*	0.000
อื่นก่อนจะให้	ธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน	72	3.62	0.82		
คนอื่นเข้าใจ	ธนาคารมีเคาน์เตอร์ให้บริการมาก	47	3.59	0.65		
เรา	ธนาคารมีการบริการที่ดี/ ธนาคารมี ภาพลักษณ์ความมั่นคง	58	3.49	0.58		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 67 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน จำแนกตามสาเหตุในการใช้บริการ พบว่า

ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน มีค่า P เท่ากับ 0.099 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน ไม่แตกต่างกัน

ด้านทำตามลำดับความสำคัญ มีค่า P เท่ากับ 0.165 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ ไม่แตกต่างกัน

ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) มีค่า P เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) ไปเปรียบเทียบกับเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา มีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ไปเปรียบเทียบกับเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ตาราง 68 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างสาเหตุในการใช้บริการของ

ผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย

สำนักงานเหนือ ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา จำแนกตามสาเหตุในการใช้บริการ

ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation)	$\bar{x}$	ธนาคารอยู่ ใกล้บ้าน	ธนาคารอยู่ ใกล้ที่ทำงาน	ธนาคารมี เคาน์เตอร์ ให้บริการมาก	ธนาคารมีการ บริการที่ดี/ ธนาคารมี ภาพลักษณ์ความ มั่นคง
		3.51	3.80	3.85	3.37
ธนาคารอยู่ใกล้บ้าน	3.51	-	-0.29* (0.033)	-0.34* (0.024)	0.14 (0.383)
ธนาคารอยู่ใกล้ที่ ทำงาน	3.80		-	-0.05 (0.713)	0.43* (0.011)
ธนาคารมีเคาน์เตอร์ ให้บริการมาก	3.85			-	0.48* (0.008)
ธนาคารมีการบริการที่ ดี/ ธนาคารมีภาพ ลักษณ์ ความมั่นคง	3.37				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้บ้าน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้บ้าน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน โดยมีผลต่าง ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.29

ผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารมีการบริการที่ดี/ ธนาคารมีภาพลักษณ์ความมั่นคง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) มากกว่าผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารมีการบริการที่ดี/ ธนาคารมีภาพลักษณ์ความมั่นคงโดยมีผลต่าง ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.43

บริการเนื่องจากธนาคารมีการบริการที่ดี/ ธนาคารมีภาพลักษณ์ความมั่นคงโดยมีผลต่าง ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.48

ตาราง 69 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างสาเหตุในการใช้บริการของ

ผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย

สำนักงานเหนือ ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา จำแนกตามสาเหตุในการใช้บริการ

		ธนาคารอยู่ ใกล้บ้าน	ธนาคารอยู่ ใกล้ที่ทำงาน	ธนาคารมี เคาน์เตอร์ ให้บริการมาก	ธนาคารมีการ บริการที่ดี/ ธนาคารมี ภาพลักษณ์ความ มั่นคง
ด้านเข้าใจคนอื่นก่อน จะให้คนอื่นเข้าใจเรา	$\bar{x}$	3.33	3.62	3.59	3.49
ธนาคารอยู่ใกล้บ้าน	3.33	-	-0.29* (0.039)	-0.26 (0.087)	-0.16* (0.001)
ธนาคารอยู่ใกล้ที่ ทำงาน	3.62		-	0.03 (0.845)	0.13* (0.000)
ธนาคารมีเคาน์เตอร์ ให้บริการมาก	3.59			-	0.10* (0.000)
ธนาคารมีการบริการที่ ดี/ ธนาคารมีภาพ ลักษณ์ ความมั่นคง	3.49				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 69 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างสาเหตุในการใช้บริการของผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้บ้าน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเราแตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารมีการบริการที่ดี/ ธนาคารมีภาพลักษณ์ความมั่นคง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา มากกว่าผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารมีการบริการที่ดี/ ธนาคารมีภาพลักษณ์ความมั่นคงโดยมีผลต่าง ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.13

ผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารมีเคาน์เตอร์ให้บริการมาก มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารมีการบริการที่ดี/ ธนาคารมีภาพลักษณ์ความมั่นคง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารมีเคาน์เตอร์ให้บริการมาก มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา มากกว่าผู้ให้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการเนื่องจากธนาคารมีการบริการที่ดี/ ธนาคารมีภาพลักษณ์ความมั่นคงโดยมีผลต่าง ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.10

สมมติฐานที่ 4.5 ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

ตาราง 70 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ความพึงพอใจ ของ ผู้ให้บริการ	จำนวนครั้งที่ใช้บริการ	n	$\bar{x}$	S.D.	F	P
ด้านต้องเป็น	น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	116	3.22	0.713	5.055*	0.002
ฝ่ายเริ่มต้นทำ	4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	74	3.42	0.610		
ก่อน	มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	33	2.93	0.442		
ด้านทำ	น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	116	3.51	0.773	6.392*	0.000
ตามลำดับ	4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	74	3.82	0.769		
ความสำคัญ	มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	33	3.21	0.424		
ด้านคิดแบบ	น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	116	3.65	0.739	3.978*	0.009
ชนะ / ชนะ	4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	74	3.81	0.745		
Win-win Situation)	มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	33	3.28	0.662		
ด้านเข้าใจคน	น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	116	3.40	0.762	7.190*	0.000
อื่นก่อนจะให้	4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	74	3.71	0.764		
คนอื่นเข้าใจ เรา	มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	33	3.08	0.630		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 70 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ พบว่า

ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน มีค่า P เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านทำตามลำดับความสำคัญ มีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านทำตามลำดับความสำคัญ ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) มีค่า P เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา มีค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

ตาราง 71 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นมาก่อน จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้น ทำก่อน	$\bar{x}$	น้อยกว่า 4 ครั้ง ต่อเดือน	4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อ เดือน	มากกว่า 8 ครั้งต่อ เดือน
		3.22	3.42	2.94
น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	3.22	-	0.04 (0.684)	0.00* (0.045)
4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	3.42		-	-0.04* (0.049)
มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	2.94			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 71 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นมาก่อน พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการน้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นมาก่อน แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการน้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นมาก่อน เท่ากับผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน โดยมีผลต่าง ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นมาก่อน ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.00

ผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการ 4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นมาก่อน แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการ 4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นมาก่อน น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน โดยมีผลต่าง ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นมาก่อน ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.04

ตาราง 72 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของ
 ผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย
 สำนักรถไฟฟ้ามหานคร ด้านทำตามลำดับความสำคัญ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ด้านทำตามลำดับ ความสำคัญ	$\bar{x}$	น้อยกว่า 4 ครั้ง ต่อเดือน	4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อ เดือน	มากกว่า 8 ครั้งต่อ เดือน
		3.51	3.82	3.21
น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	3.51	-	-0.31* (0.006)	0.30* (0.015)
4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	3.82		-	0.61* (0.000)
มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	3.21			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 72 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการน้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการ 4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการน้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการ 4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน โดยมีผลต่าง ด้านทำตามลำดับความสำคัญ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.31

ผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการน้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการน้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ มากกว่าผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน โดยมีผลต่าง ด้านทำตามลำดับความสำคัญ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.30

ผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ให้บริการ 4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือนมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ให้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ให้บริการ 4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ มากกว่าผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ให้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือนโดยมีผลต่าง ด้านทำตามลำดับความสำคัญ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.61

ตาราง 73 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ให้บริการของผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) จำแนกตามจำนวนครั้งที่ให้บริการ

ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation)	$\bar{x}$	น้อยกว่า 4 ครั้ง ต่อเดือน	4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อ เดือน	มากกว่า 8 ครั้งต่อ เดือน
		3.65	3.81	3.29
น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	3.65	-	-0.16 (0.146)	0.36* (0.044)
4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	3.81		-	0.52* (0.012)
มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	3.29			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 73 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ให้บริการของผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ให้บริการน้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ให้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ให้บริการน้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) มากกว่าผู้ให้บริการที่มี

จำนวนครั้งที่ใช้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน โดยมีผลต่าง ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.36

ผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ให้บริการ 4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ให้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ให้บริการ 4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) มากกว่าผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ให้บริการมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน โดยมีผลต่าง ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.52

ตาราง 74 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของ

ผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย

สำนักงานเหนือ ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนที่จะให้คนอื่นเข้าใจเรา จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนที่จะให้คนอื่นเข้าใจเรา	$\bar{x}$	น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน
		3.40	3.71	3.09
น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	3.40	-	-0.31* (0.006)	0.31* (0.003)
4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน	3.71		-	0.62* (0.000)
มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	3.09			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 74 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างจำนวนครั้งที่ใช้บริการของผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนที่จะให้คนอื่นเข้าใจเรา พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ให้บริการน้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนที่จะให้คนอื่นเข้าใจเรา แตกต่างจาก

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะสามารถนำไปช่วยให้ผู้บริหารวางแผนทางในการให้ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องในการดูแลบุคลิกภาพและการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานแก่พนักงานผู้ให้บริการเพื่อให้พนักงานผู้ให้บริการสามารถสร้างความพึงพอใจและมั่งใจให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการกับทางธนาคารอย่างต่อเนื่อง

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และระดับรายได้
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ โดยจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ซึ่งประกอบไปด้วย ประเภทของบริการที่ใช้ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า สาเหตุในการใช้บริการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และระยะเวลาการเป็นลูกค้า แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และระยะเวลาการเป็นลูกค้า แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน
3. ผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

4. ผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ใช้บริการที่บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ใช้บริการบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้หลักเกณฑ์ในการคำนวณโดยอ้างอิงจากข้อมูลลูกค้าที่ใช้บริการจำนวนเฉลี่ยต่อวัน 500 คน (ที่มา: ข้อมูลจำนวนลูกค้าของสำนักงานนาเหนือ, 2550) มาเป็นเกณฑ์ในการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 223 คน

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota) โดยจะแบ่งผู้ให้บริการออกไปตามแผนที่ใช้บริการทั้งหมด 3 แผนก ซึ่งในแต่ละแผนกก็มีปริมาณการใช้บริการที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้าของแต่ละแผนก ได้แก่ ผู้ให้บริการแผนกเปิดบัญชี จำนวน 33 ตัวอย่าง จากจำนวนผู้ให้บริการเฉลี่ยร้อยละ 15 ผู้ให้บริการแผนกฝาก-ถอน จำนวน 163 ตัวอย่าง จากจำนวนผู้ให้บริการเฉลี่ยร้อยละ 73 และแผนกเงินโอน จำนวน 27 ตัวอย่างจากจำนวนผู้ให้บริการเฉลี่ยร้อยละ 12 และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่นำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านบุคลิกภาพของพนักงานบริการลูกค้า

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพในการให้บริการของ
พนักงานบริการลูกค้า

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย และสร้างเครื่องมือในการวิจัย ให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย

2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารเพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาแบบทดสอบ

3. รวบรวมข้อมูลและเนื้อหาต่างๆ ที่ได้จากเอกสาร งานวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาสร้างแบบสอบถาม

4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้องและเหมาะสม จากนั้นนำเสนอต่อคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปใช้

5. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ใช้บริการที่ บมจ. กรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำนวน 30 คน เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นเครื่องมือที่ใช้ได้จริง แล้วนำคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม มาคำนวณหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบวัดด้วยการหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) รายด้านและโดยรวมทั้งฉบับ ผลปรากฏว่า ได้ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .8293 หากพิจารณาเป็นรายด้าน จะได้ค่าความเชื่อมั่นในด้านต่างๆ ดังนี้

ค่าความเชื่อมั่นด้านบุคลิกภาพของพนักงาน เท่ากับ .7862

ค่าความเชื่อมั่นด้านประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน เท่ากับ .7121

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือรับรองการศึกษาวิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือจากบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

2. ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยจะจัดเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจะทำการชี้แจงให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจถึงวัตถุประสงค์และวิธีการตอบแบบสอบถามก่อน และทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะกระทำการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาจัดทำ การวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ทำการตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. ทำการลงรหัส (Coding) โดยนำแบบสอบถามปลายเปิดที่สมบูรณ์มาลงรหัสตามที่ ได้กำหนดไว้ ส่วนแบบสอบถามปลายเปิด ผู้วิจัยจะนำมาจัดกลุ่มคำตอบแล้วจึงนับคะแนนใส่รหัส
3. ทำการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ (Statistical Package for the Social Science for Windows)
4. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับแบบสอบถามปลายเปิด โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) การวิเคราะห์ตัวแปรกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มโดยใช้ การทดสอบ Independent Sample t-Test และการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพ และประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ สามารถสรุปผลการศึกษาค้นคว้าได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ จำนวน 223 คน มีรายละเอียดดังนี้ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 63.2 โดยมีอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 อาชีพ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 มีรายได้ระหว่าง 10,001- 20,000 บาท จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีการใช้บริการประเภทเปิดบัญชี ใหม่ / เปลี่ยนสมุด / ทำบัตร ATM จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 ใช้บริการช่วงเวลา 10.31 – 12.30 น. จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า มากกว่า 2 ปี – 4 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 สาเหตุในการใช้บริการเนื่องจาก ธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 และมีการใช้บริการ น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 52

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ สรุปผลดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านรูปร่าง โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดของร่างกาย รองลงมาคือ ความเหมาะสมของการแต่งกาย และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ระดับน้ำเสียง อยู่ในระดับปานกลาง

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านความรู้ความสามารถ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.12 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ธนาคาร รองลงมาคือ ความรอบรู้ในสถานการณ์ปัจจุบัน และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความรู้ ความเข้าใจและทักษะในงาน อยู่ในระดับน้อย

3. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านเชาวน์ปัญญาโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.34 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสามารถในการเข้าใจปัญหาของผู้ใช้บริการ รองลงมาคือ ความมั่นคงทางอารมณ์ของพนักงานเมื่อเกิดปัญหา และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง อยู่ในระดับปานกลาง

4. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านความสนใจใฝ่รู้ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การรักษาคำพูดที่ให้กับผู้ใช้บริการ รองลงมาคือ ความสามารถในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความสม่ำเสมอของการให้บริการ

5. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านนิสัย โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสุภาพเรียบร้อยของพนักงานรองลงมาคือ การมีอัธยาศัยของพนักงาน และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือความเป็นมิตรของพนักงาน

ตอนที่ 4 ผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ สรุปผลดังนี้

1. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน โดยภาพรวม อยู่ในระดับปาน

กลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การแนะนำบริการของธนาคาร รองลงมาคือการสอบถามเบื้องต้นถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การเริ่มต้นทักทายผู้ให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง

2. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านทำตามลำดับความสำคัญ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามี 2 รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากันคือ การให้บริการลูกค้าตามลำดับก่อน-หลังและการแก้ปัญหาที่มีความซับซ้อนได้อย่างรวดเร็ว และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การแก้ปัญหาทั่วไปของลูกค้าด้วยความเต็มใจ

3. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจของต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของธนาคาร รองลงมาคือ การให้คำแนะนำเรื่องการออมเงินที่เหมาะสมให้กับลูกค้า และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การแนะนำช่องทางใหม่ ๆ ในการทำธุรกรรมทางการเงิน

4. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.46 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความเข้าใจในความต้องการของผู้ใช้บริการ รองลงมาคือ การรับฟังความต้องการของผู้ใช้บริการ และการใส่ใจปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และระยะเวลาการเป็นลูกค้า แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน ด้านเขาวนปัญญา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่า อายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน ด้านเชาวน์ปัญญา และด้านนิสัยซึ่งสอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน ด้านเชาวน์ปัญญา และด้านนิสัยซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่าอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน ด้านรูปร่าง ด้านความรู้ความสามารถ ด้านเชาวน์ปัญญา ด้านความสนใจใฝ่รู้ และด้านนิสัย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่าระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน ด้านรูปร่าง ด้านความรู้ความสามารถ ด้านเชาวน์ปัญญา ด้านความสนใจใฝ่รู้ และด้านนิสัย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และระยะเวลาการเป็นลูกค้า แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่า อายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือต่างกัน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) และด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือต่างกัน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) และด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่า ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) และด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 ผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ ประเภทของบริการที่ใช้ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า สาเหตุในการใช้บริการ และ จำนวนครั้งที่ใช้บริการ ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.1 ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของบริการที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่า ประเภทของบริการที่ใช้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.2 ผู้ใช้บริการที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่า ช่วงเวลาที่ใช้บริการที่ใช้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.3 ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่า ระยะเวลาการเป็นลูกค้าที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน ด้านรูปร่าง และด้านนิสัย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.4 ผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่า สาเหตุในการใช้บริการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน ด้านความสนใจใฝ่รู้ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.5 ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่าจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน ด้านรูปร่าง ด้านเขว่นปัญหา ด้านความสนใจใฝ่รู้ และด้านนิสัย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 ผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ ประเภทของบริการที่ใช้ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า สาเหตุในการใช้บริการ และ จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.1 ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของบริการที่ใช้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่า ประเภทของบริการที่ใช้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4.2 ผู้ใช้บริการที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่า ช่วงเวลาที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4.3 ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่า ระยะเวลาการเป็นลูกค้าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4.4 ผู้ใช้บริการที่มีสาเหตุในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่า สาเหตุในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) และด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4.5 ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน

เมื่อพิจารณา พบว่า จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ต่างกัน ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน ด้านทำตามลำดับความสำคัญ ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) และด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ผู้วิจัยมีข้อค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจมาอภิปรายดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านรูปร่าง โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ให้ความสำคัญกับพนักงานในการพัฒนาด้านบุคลิกภาพ ทั้งในเรื่องของความเหมาะสมของการแต่งกาย ตลอดจนการดูแลความสะอาดของร่างกาย ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ ผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของ กัทธีรา

กมลรัตน์เวช (2549) สรุปความหมายของ “บุคลิกภาพ” ไว้ว่า บุคลิกภาพ คือ ลักษณะโดยส่วนรวมของบุคคล ทั้งลักษณะทางกาย ซึ่งได้แก่ รูปร่างหน้าตา กิริยาท่าทาง น้ำเสียง คำพูด ความสามารถทางสมอง ทักษะการทำการกิจกรรมต่างๆ และลักษณะทางจิต ซึ่งได้แก่ ความรู้สึกนึกคิด เจตคติ ค่านิยม ความสนใจ ความมุ่งมั่น อุดมคติ เป้าหมาย และความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม ซึ่งลักษณะดังกล่าวจะบ่งบอกให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านความรู้ความสามารถ โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะปัจจุบันธุรกิจธนาคารมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงจึงทำให้บุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านความรู้ความสามารถยังไม่โดดเด่นที่สุดในธุรกิจเดียวกัน แม้ว่า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะและความรู้ความสามารถในการทำงาน โดยมีการจัดการฝึกอบรมในหัวข้อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงเน้นความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ธนาคารให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้วก็ตาม ผลการศึกษาสอดคล้องกับทฤษฎีการคัดเลือกบุคคล (Seven Point Plan) ของ อเล็ก รอดเจอร์ (Alec Rodger : 1952) ในเรื่องความรู้ความสามารถ (Knowledge) ได้แก่ ความรู้สามัญที่ได้ศึกษาจากสถาบันการศึกษา การฝึกอบรมและทัศนศึกษาเพิ่มเติมในสาขาวิชาต่างๆ รวมทั้งประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เมตตา ชัยมาลา (2548) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อสวัสดิการเงินกู้ธนาคารกรุงไทยของพนักงานฝ่ายบัญชี สำนักงานใหญ่ บริษัท ทศท คอปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า ประชากรส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ในด้านความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้โดยตรงตามที่สัญญาไว้ และไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของอรุณี สุขเรือง (2546) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในข้อพนักงานมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่

3. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านเชาวน์ปัญญาโดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง พนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือจะมีความเข้าใจปัญหาของผู้ใช้บริการเป็นอย่างดีทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านนี้มาก แต่พนักงานยังขาดความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง รวมถึงความมั่นคงทางอารมณ์เมื่อเกิดปัญหาอย่างไม่ดีพอ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ได้มุ่งเน้นที่ความเข้าใจผู้ใช้บริการเพื่อให้ทราบถึงปัญหาของผู้ใช้บริการ แต่ยังขาดการฝึกอบรมเพื่อให้พนักงานแก้ไขปัญหามุ่งเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว ควบคู่ไปกับการมีอารมณ์ที่มั่นคง ผลการศึกษาในด้านความสามารถในการเข้าใจปัญหาของผู้ใช้บริการ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภนิดา วามนตรี (2547) ได้ศึกษาความพึงพอใจคุณภาพการบริการคลินิก

แพทย์แผนไทย โรงพยาบาลนนทเวช พบว่า ในด้านการเข้าถึงจิตใจผู้ป่วย มีความพึงพอใจ
คุณภาพการบริการ อยู่ในระดับมาก

4. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนัก
น่านาเหนือ ด้านความสนใจใฝ่รู้ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า บมจ.
ธนาคารกรุงไทย สำนักน่านาเหนือ มีการพัฒนาในเรื่องการรักษาคำพูดที่ให้กับผู้ใช้บริการ
ความสามารถในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว ความสม่ำเสมอของการ
ให้บริการ รวมถึงการนำแนวคิดระบบศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) มาใช้ผล
การศึกษาด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง สอดคล้องกับ
งานวิจัยของ ญินดา วามนตรี (2547) ได้ศึกษาความพึงพอใจคุณภาพการบริการคลินิกแพทย์แผน
ไทย โรงพยาบาลนนทเวช พบว่า ในด้านการตอบสนองต่อผู้ป่วยอย่างรวดเร็ว มีความพึงพอใจ
คุณภาพการบริการ อยู่ในระดับมาก

5. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนัก
น่านาเหนือ ด้านนิสัย โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง แม้ว่า บมจ.ธนาคารกรุงไทย จะมีการ
อบรมพนักงานทุกคนก่อนรับเข้าทำงานเกี่ยวกับบุคลิกภาพของพนักงาน ซึ่งจะสามารถสร้างความ
ประทับใจให้กับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี โดยจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความรักดีต่อธนาคาร แต่
พนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักน่านาเหนือ ยังไม่สามารถทำให้ผู้ใช้บริการประทับใจอย่าง
ที่สุดในเรื่องการมีอัธยาศัย ความเป็นมิตร และความสุภาพเรียบร้อยได้ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่า
สำนักน่านาเหนือ ตั้งอยู่ที่อาคารสำนักงานใหญ่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังจากการมาใช้
บริการ ณ สำนักน่านาเหนือสูงกว่าสาขาอื่น ๆ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญินดา วามนตรี
(2547) ได้ศึกษาความพึงพอใจคุณภาพการบริการคลินิกแพทย์แผนไทย โรงพยาบาลนนทเวช พบว่า
ในรายชื่อความสุภาพเรียบร้อย และความมีอัธยาศัยไมตรีให้การต้อนรับด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส
ของเจ้าหน้าที่ ผู้ป่วยมีความพึงพอใจคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับงานวิจัย
ของ อรุณี สุขเรือง (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ
จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในข้อพนักงานมีความ
สุภาพ อ่อนโยนและอัธยาศัยไมตรี

6. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน
บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักน่านาเหนือ ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน โดยภาพรวม อยู่ในระดับ
ปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ธนาคารกรุงไทย สำนักน่านาเหนือ ยังขาดการเริ่มต้นทักทายและ
การสอบถามเบื้องต้นถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะต้องได้รับการปรับปรุง
และแก้ไขต่อไป ผลการศึกษาในข้อการแนะนำบริการของธนาคาร ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ
อรุณี สุขเรือง (2546) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด

(มหาชน) สาขาเพชรบุรี พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในข้อ ความสามารถ แนะนำและเชิญชวนให้ใช้บริการด้านอื่น นอกเหนือจากบริการเงินฝาก และไม่สอดคล้องกับ งานวิจัยของ เมตตา ชัยมาลา (2548) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อสวัสดิการการเงินกู้ ธนาคารกรุงไทย ของพนักงานฝ่ายบัญชี สำนักงานใหญ่ บริษัท ทศท คอปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า ใน ข้อความรู้ความสามารถของพนักงานในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ มีความพึงพอใจ ในระดับมาก

7. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านทำตามลำดับความสำคัญโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาการบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน ตามลำดับความสำคัญ ประกอบด้วย การให้บริการ ลูกค้าตามลำดับก่อน-หลัง การแก้ปัญหาทั่วไปของลูกค้าด้วยความเต็มใจ และการแก้ปัญหาที่มีความ ซับซ้อนได้อย่างรวดเร็ว ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานแนวคิดของ สตีเฟน อาร์. โคว์วีย์ (Stephen R. Covey) เรื่องอุปนิสัยพัฒนาสู่ผู้มีประสิทธิผลสูง (The Seven Habits of Highly Effective People) กล่าวถึงการทำตามลำดับความสำคัญ (Put First Things First.) ซึ่งเป็นอุปนิสัยที่ 3 เป็นเหมือน ภาควิชาของ อุปนิสัยที่ 1 และ 2 ซึ่งมีทั้ง การจัดการบริหารเวลา, รู้จักปฏิเสธ, ทำตารางเวลา เพื่อให้เราทำสิ่งที่สำคัญมากที่สุดก่อน โดยการเขียนรายชื่อสิ่งที่เราอยากทำ และเราควรทำ ทำ สัญลักษณ์แบ่งความสำคัญออกเป็น 3 ระดับ คือ สำคัญมากเร่งด่วน สำคัญมากแต่ไม่เร่งด่วน ไม่ สำคัญมากแต่เร่งด่วน และทำตามลำดับนั้นๆ

8. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation) โดยภาพรวม อยู่ ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ เป็นการทำงานบริการที่แก้ไข ปัญหาต่างๆ เพื่อให้ทุกฝ่ายได้รับประโยชน์สูงสุด ส่งผลให้องค์กรสามารถเพิ่มศักยภาพในการ ทำงานได้อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆของธนาคาร การให้คำแนะนำเรื่องการ ออมเงินที่เหมาะสมให้กับลูกค้า และการแนะนำช่องทางใหม่ๆในการทำธุรกรรมทางการเงิน ผล การศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของ คอตเลอร์ สิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546: 90 – 93) กล่าวถึง ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่ พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความ คาดหวังของลูกค้า (Kotler. 2003: 61) ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก

9. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ. ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา โดยภาพรวมอยู่ใน

ระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ มีการจัดอบรมสัมมนา อย่างอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานรู้และเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า อาทิเช่น การรับฟังความต้องการของผู้ใช้บริการ การใส่ใจปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการ และความเข้าใจในความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด ผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของ สมิต สัมมุกร (2550: 69-70) เรื่อง ความคาดหวังของผู้มาติดต่อ ได้อธิบายไว้ว่า ทุกคนต้องการพบกับสิ่งที่ดี สวยงาม และในประการสำคัญได้รับการต้อนรับ อย่างอบอุ่น ดังนั้น การจัดเตรียมสถานที่ให้เป็นระเบียบเรียบร้อย สวยงาม สะอาด ทั้งด้วยการมอง และการสัมผัส มีความสะดวกสบาย ย่อมสร้างความรู้สึกระประทับใจเมื่อแรกอย่างดียิ่ง ความพร้อมในการต้อนรับเป็นสิ่งสำคัญ จึงต้องมีความตรงต่อเวลา อย่าให้ผู้มาติดต่อต้องรอ ถ้าจะให้ดีต้องเตรียมตัวให้พร้อมก่อนเวลา เพราะลูกค้าย่อมคาดหวังว่า เมื่อตนมาถึงตรงเวลา ต้องมีผู้พร้อมต้อนรับอยู่แล้ว ความสะดวกในการติดต่อทำให้เกิดความประทับใจ และหากได้รับการต้อนรับอย่างดีย่อมมีความประทับใจที่ติดลบไปการรู้ความคาดหวังของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะทำให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการให้ลูกค้าเกิดความพอใจได้ ถ้านึกถึงว่าเราเป็นผู้ไปติดต่องานที่ใดที่หนึ่ง เราก็จะรู้ความคาดหวังของผู้มาติดต่อ เพราะเรากำลังเอาใจเขามาใส่ใจเรา

10. ความแตกต่างระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ต่างกัน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพพนักงานแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพพนักงาน เนื่องจากการทำธุรกรรมทางการเงินนั้น ผู้ใช้บริการจะต้องเริ่มต้นจากความเชื่อใจในพนักงานว่าจะสามารถทำธุรกรรมได้อย่างถูกต้องและเชื่อถือได้ ตลอดจนแก้ไขปัญหาดัง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างถูกต้อง ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษณ์ ไทรงาม (2545) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคาร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและระยะเวลาการเป็นลูกค้า

11. ความแตกต่างระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ ที่ต่างกัน ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากผู้ที่มีรายได้น้อยและอาชีพไม่มั่นคง จะมีความคาดหวังในบริการที่ได้รับมากกว่าผู้ที่มีอาชีพมั่นคงและมีรายได้สูง ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ คอตเลอร์ (วราณี ดันติวงศ์ วาณิช และคณะ. 2546: 7; อ้างอิงจาก Kotler. 2003) กล่าวว่าความพอใจของลูกค้า (Customer

Satisfaction) ขึ้นอยู่กับประโยชน์หรือคุณค่าที่รับรู้ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์ เมื่อเทียบกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งหากประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวังไว้ ผู้ซื้อจะรู้สึกไม่พอใจในผลิตภัณฑ์นั้น ในทางตรงข้ามหากประโยชน์ที่ได้รับสอดคล้องหรือเกินกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวัง ผู้ซื้อจะรู้สึกพอใจหรือประทับใจ และผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษณ์ ไทรงาม (2545) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคาร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและระยะเวลาการเป็นลูกค้า

12. ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการกับความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการ ประกอบด้วย ระยะเวลาการเป็นลูกค้า สาเหตุในการใช้บริการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนต่างกัน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เกิดการเรียนรู้และเข้าใจในกระบวนการให้บริการของพนักงานว่าสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพตลอดจนสร้างความพึงพอใจทุกครั้งที่ใช้บริการ สอดคล้องกับผลการวิจัยของบุญบง กุญแจนาค (2545) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ เพศ วุฒิกการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นลูกค้า ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ อาชีพ และประเภทที่ใช้บริการ อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กฤษณ์ ไทรงาม (2545) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคาร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและระยะเวลาการเป็นลูกค้า

13. ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการ กับความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการ ประกอบด้วย ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน และสาเหตุในการใช้บริการ ที่ต่างกัน ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของบุญบง กุญแจนาค (2545) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ เพศ วุฒิกการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นลูกค้า ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ อาชีพ และประเภทที่ใช้บริการ อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กฤษณ์ ไทรงาม (2545) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ

การให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคาร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงมากเท่านั้น ประกอบกับการสมมติฐาน ยังพบอีกว่าปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมมีผลต่อความพึงพอใจ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะข้อแนะนำในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะ ด้านบุคลิกภาพสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านรูปร่าง ควรมีการแจ้งให้พนักงานทราบหรือมีภาพตัวอย่างถึงการแต่งกายที่ถูกต้องเหมาะสม รวมถึงควรมีการอบรมเรื่องมารยาทของพนักงานที่จะปฏิบัติต่อผู้ให้บริการไม่ว่าจะเป็นเรื่องการพูดจา การใช้น้ำเสียง รวมถึงกิริยาท่าทางต่างๆ เพื่อให้เป็นพนักงานปฏิบัติตนไปในทางเดียวกัน

1.2 ด้านความรู้ความสามารถ ควรมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ธนาคารใหม่ๆ ให้พนักงานทราบอย่างถูกต้องและทั่วถึง เพื่อให้พนักงานสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ให้บริการได้อย่างถูกต้อง ยิ่งไปกว่านั้น ธนาคารควรจัดการฝึกอบรมในรูปแบบชั้นเรียน ทั้งในเรื่องผลิตภัณฑ์ธนาคาร และวิธีการทำงานใหม่ๆ เพื่อให้พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับธนาคารและผลิตภัณฑ์ธนาคารที่เป็นปัจจุบันเสมอ

1.3 ด้านเขาวนปัญญา ควรมีการฝึกอบรมในรูปแบบชั้นเรียนและสถานการณ์จำลอง เพื่อให้พนักงานมีความเข้าใจในลักษณะงานและลักษณะของผู้ใช้บริการมากขึ้น และยังเป็นการฝึกทักษะจากสถานการณ์จำลอง ทำให้เมื่อพนักงานได้เจอกับเหตุการณ์จริง พนักงานจะสามารถควบคุมอารมณ์ของตนให้เป็นปกติ ไม่มีความดันเครียด และสามารถแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

1.4 ด้านความสนใจใฝ่รู้ ควรมีการปลูกจิตสำนึกในการให้บริการ เพื่อให้พนักงานมีความใส่ใจผู้ให้บริการให้มากขึ้น อาจจะจัดให้มีการประชุมกลุ่มย่อยเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือมากกว่านั้น เพื่อกระตุ้นให้พนักงานใส่ใจในทุกความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้พนักงานให้บริการที่มีความสม่ำเสมอกับผู้ให้บริการ และรักษาคำพูดที่ให้ไว้กับผู้ให้บริการ

1.5 ด้านนิสัย ควรมีการอบรมในการพัฒนาบุคลิกภาพด้านนิสัยให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น ควรรักษามาตรฐานการให้บริการ และปลูกฝังจิตสำนึกการให้บริการด้วยใจให้กับพนักงาน

อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงานให้มีใจรักในงานบริการ เช่น การฝึกอบรม และการสัมมนาเชิงละลายพฤติกรรม เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะด้านประสิทธิภาพสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

2.1 ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน ควรมีการฝึกอบรมให้พนักงานเห็นถึงความสำคัญในการเป็นผู้เริ่มต้นในการทักทายหรือสอบถามความต้องการจากผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกอุ่นใจและเกิดความประทับใจที่มาใช้บริการกับธนาคาร อีกทั้งควรมีการฝึกอบรมเพื่อให้พนักงานมีความมั่นใจในความรู้ความสามารถของตนเอง เช่น การทำกิจกรรมกลุ่ม การแนะนำวิธีการพูดคุยกับลูกค้าในรูปแบบต่างๆ เป็นต้น เมื่อพนักงานมีความมั่นใจในตนเองแล้ว ก็จะมีความกล้าที่จะทักทายและแนะนำผลิตภัณฑ์ธนาคารให้กับผู้ใช้บริการได้อย่างไม่เคอะเขิน

2.2 ด้านทำตามลำดับความสำคัญ ควรให้หัวหน้างานคอยดูแลการทำงานของพนักงานอย่างใกล้ชิด เพื่อจะได้ทราบว่าพนักงานผู้ปฏิบัติงานกำลังเจอกับปัญหาอะไรบ้าง แล้วให้หัวหน้างานเป็นผู้แนะนำวิธีการแก้ปัญหาตามลำดับความสำคัญอย่างเหมาะสมแก่พนักงาน จากนั้นเมื่อมีการประชุมกลุ่มย่อย ให้มีการแจ้งให้พนักงานทราบถึงปัญหาที่ได้เคยเกิดขึ้น เพื่อให้พนักงานได้รับทราบถึงวิธีการแก้ไขปัญหาที่ถูกต้องตามลำดับ

2.3 ด้านคิดแบบ ชนะ/ชนะ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้พนักงานทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ธนาคารต่างๆ ว่ามีลักษณะอย่างไร และเหมาะกับลูกค้ากลุ่มใด อีกทั้งควรมีการแจ้งให้พนักงานรับทราบว่าธนาคารมีนโยบายอย่างไร ต้องการให้พนักงานปฏิบัติงานไปในทิศทางใด เพื่อให้พนักงานนำความรู้ในเรื่องการปฏิบัติงานและผลิตภัณฑ์ธนาคารมาประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่อธนาคารและผู้ใช้บริการในเวลาเดียวกัน เช่น พนักงานแนะนำช่องทางใหม่ๆ ในการทำธุรกรรมทางการเงินให้กับผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการจะได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น และธนาคารก็จะประหยัดต้นทุนในการดำเนินงาน เป็นต้น

2.4 ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา ควรฝึกอบรมในหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นประชุมกลุ่มย่อย การอบรมในชั้นเรียน หรือสื่อการสอนออนไลน์ เพื่อเป็นการปลูกฝังจิตสำนึกให้พนักงานมีใจรักในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ โดยมุ่งหวังพนักงานพร้อมที่จะรับฟังความต้องการของผู้ใช้บริการในทุกรูปแบบ และทำความเข้าใจกับสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการ จากนั้นก็ให้คำแนะนำหรือความช่วยเหลือต่างๆ โดยไม่รู้สึกรำคาญหรือรำคาญ

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย สาขาอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อทราบถึงความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และสามารถนำผลของการศึกษามาเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและนำมาพิจารณาปรับปรุงการให้บริการของ ธนาคารกรุงไทย ทั่วประเทศ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสูงสุดและก่อให้เกิดการพัฒนาการบริการให้มีประสิทธิภาพต่อไป

3.2 การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผ่านธนาคาร เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนาการให้บริการของธนาคารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ใน ด้านการออกแบบบริการ เพื่อให้มีความหลากหลายและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กฤษณ์ ไทรงาม. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- กัลยา วาณิชบัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คู่มือเรียนจิตวิทยาทั่วไป. เชียงใหม่ : มิตรนราการพิมพ์, 2517.
- จำลอง ขุนพลแก้ว และคณะ. (2548). หลักการเพิ่มผลผลิต. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ประชาชน
- จินตนา บุญบังการ. (2537). การขายบริการ. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์ 16.
- จุฬา บุรีภักดี. (2533). การพัฒนาบุคลากร. กรุงเทพฯ : สมเจตน์การพิมพ์.
- ชาโรณี เขาวนศิลป์. (2540). ผู้บริหารกับงานวิจัยของบรรณารักษ์ บรรณารักษ์ศาสตร์ มข. เชียงใหม่.
- ซาดา จิตพิทักษ์. (2525). พฤติกรรมศาสตร์เบื้องต้น = *Introduction to Behavioral Science*. กรุงเทพฯ: สารมวชน.
- ชุมพล หล้าเพ็ง. (2548). พฤติกรรมและความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีผลต่อร้านอาหารอิตาเลียน MABEBA. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เชิดศักดิ์ โฆวาสินธุ์. การวัดทัศนคติและบุคลิกภาพ. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, 2520.
- ตุลา มหาวสุธานนท์. (2545). หลักการจัดการ-การบริหาร. กรุงเทพฯ : ธนรัชการพิมพ์.
- ทิพาพรรณ ศิลพัฒนานุสานต์. (2549). บุคลิกภาพ. (ออนไลน์). แหล่งที่มา:
<http://webhost.wu.ac.th/stipawan/index/index.php> สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2551.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2541). หลักการจัดการ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธรรมธรรณ จารุสวัสดิ์. (2540). ทัศนคติของผู้ใช้บริการต่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยในท่าบารว. เชียงใหม่: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2544). คู่มือการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์นิติการพิมพ์.
- นวลละออ เขียมสุวรรณ. (2527). ทฤษฎีบุคลิกภาพ. กรุงเทพฯ : ภาควิชาจิตวิทยาคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- บุษบง ญูเณาน. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- ปราโมทย์ เอกก้านตรง. (2546). บุคลิกภาพด้านการให้บริการของพนักงานและลูกค้าทางการกีฬาแห่งประเทศไทย สังกัดสำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย ภาค 3. การศึกษาค้นคว้าอิสระ คณะศึกษาศาสตร์ (จิตวิทยาการศึกษา) มหาสารคาม: สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พนิดา ชื้อสัตย์สกุลชัย. (2546). การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ภาควิชาการตลาด โรงเรียนเทคนิควิมลบริหารธุรกิจ. (2551). กิจกรรม 5 ส. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://www.wbac.ac.th/web/market/mon/5S.htm> วันที่สืบค้น 17 กันยายน 2551.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2544). เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดอรุณการพิมพ์.
- เมตตา ชัยมาลา. (2548). ความพึงพอใจต่อสวัสดิการเงินกู้ธนาคารกรุงไทยของพนักงานฝ่ายบัญชีสำนักงานใหญ่ บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). ภาคนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- ยุทธนา ธรรมเจริญ. (2530). พฤติกรรมผู้บริโภค = *Consumer Behavior*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการตลาด จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุวดี ใจชื่อตรง. (2549). ความพึงพอใจต่อการให้บริการของกองการเงินและบัญชีของข้าราชการและบุคลากรในหน่วยงานสังกัดกรมชลประทาน. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) นครปฐม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- รภัธ ทองล้วน. (2548). การรับรู้การบริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม สำหรับลูกค้าสินเชื่อธุรกิจของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ณ สำนักธุรกิจสะพานพระปิ่นเกล้า. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วราพรรณ สันทัศน์ะโชค. (2540). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร ทหารไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาพญาไท กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม), สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิชัย แหวนเพชร. (2534). จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์กรเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยครูพระนคร.
- วิภาดา คุปตานนท์. (2544). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. นนทบุรี: เอส อาร์ พรินติ้ง แมสโปรดักส์.

วิมลมาศ ภาณุเจริญ. (2545). *ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อประสิทธิภาพการให้บริการของสำนักงานเขต สำนักงานเขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร*. ภาคนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์). บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยนานาชาติซิลเวอร์-แอสตมฟอร์ด

ศรีอรุณ เรศานนท์. *การจัดการงานบุคคล*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2537.

ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2539). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. *การจัดการและพฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์, 2550.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : ชรรมสาร, 2546.

สงกรานต์ จิตสุทธินาถ. (2545). *7 อุปนิสัยพัฒนาสู่ผู้มีประสิทธิผลสูง*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น

สถาพร คำหลวง. (2548). *ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อศูนย์บริการลูกค้าไทยพาณิชย์ ณ สำนักงานใหญ่*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

สมิต สัจฉกร. *การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เดือนตุลา, 2543.

สมิต สัจฉกร. *ศิลปะการให้บริการ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เดือนตุลา, 2550.

สุวัฒนา ไบเจริญ. (2540). *ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคคำ)*. มหาสารคาม. ปรินญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

อดุลย์ จาตุรงคกุล และคณะ. (2546). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

อรุณี สุขเรือง. (2546). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี*. สารนิพนธ์ ปรินญาการศึกษามหาบัณฑิต (ธุรกิจศึกษา) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

Cattell, R.B. H.W. Eber and M.M. Tatsucka. *Handbook for the Sixteen Personality Factor Questionnaire (16PF)*. Illinois : Institution for Personality and ability Testing, 1970.

Goldenson, Robert M. (1984). *Longman Dictionary of Psychology and Psychiatry*. New York : Longman.

Gronroos, C. (1990). *Service Management and Marketing*. The Nature of Service and Service Quality. Stockholm University, Sweden.

Harold, W. Bernard. *Personality/Applying Theory*. Holbrook Press, 1971.

Heizer, Jay and Barry Render. (1999). *Production and Operation Management*. 5th ed. Prentice Hall, Inc.

Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. New Jersey : Prentice – hall.

Lehtinen, U. and Lehtinen, J.R. (1982). *Service Quality: A Study of Quality Dimensions*.

Unpublished working paper, Helsinki: Service Management Institute, Finland OY.

Morgan, Clifford T. and Richard A. King. *Introduction to psychology*. New York : Mc Graw-Hill Book Co., 1966.

Munn, Norman L. *Introduction to Psychology*. Boston : Houghton Mifflin, 1969.

Oliver, R.L. & Rust, R.T. (1994). *Service Quality (New Direction in Theory and Practice)*. California: Sage Publication.

Parasuraman, A., Berry, L.L. & Zeithaml, V.A. (1985). *A conceptual Model of Service Balancing Customer Preception and Expectations*. New York: A Division of Macmilan. Inc.

Regan, W.J. (1963) *The Service Revolution*. Journal of Marketing. July.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เลขที่แบบสอบถาม.....

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบุคลิกภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน

บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ

แบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ที่จะนำข้อมูลไปวิเคราะห์ เพื่อนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงการให้บริการของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือต่อไป จึงขอให้ท่านกรุณาตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่าน และผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง แบบสอบถามมี 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือของผู้ใช้บริการ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจด้านบุคลิกภาพของพนักงานบริการลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย
สำนักงานนาเหนือ

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้า
บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) หรือกรอกข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่า 25 ปี

() 25 – 34 ปี

() 35 – 44 ปี

() 45 – 54 ปี

() ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

() มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า

() มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

() อนุปริญญา หรือเทียบเท่า

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- | | |
|---|--|
| ☐ นักเรียน/นักศึกษา | ☐ ประกอบกิจการส่วนตัว/ค้าขาย |
| ☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | ☐ พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน |
| ☐ อื่น ๆ ระบุ..... | |

5. ระดับรายได้

- | | |
|--|---|
| ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | ☐ 10,001 – 20,000 บาท |
| ☐ 20,001 – 30,000 บาท | ☐ 30,001 – 40,000 บาท |
| ☐ 40,001 – 50,000 บาท | ☐ ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป |

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือของผู้ใช้บริการ

คำชี้แจง กรุณาเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องว่างหรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. ประเภทของบริการที่ใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| ☐ เปิดบัญชีใหม่/ เปลี่ยนสมุด/ ทำบัตร ATM | ☐ ฝาก-ถอนเงินสด/ ชำระค่าบริการ/ โอนเงินระหว่างบัญชี |
| ☐ ซื้อ-ขายกองทุน/ ตัดบัญชีอัตโนมัติ/ เช่าซื้อ | ☐ แกดเจ็ทเช็ค/ เช็คของขัญ/ ตัวเงิน/ โอนเงินระหว่างธนาคาร |
| ☐ เงินกู้สวัสดิการ/ สินเชื่อประเภทต่างๆ | |

2. ช่วงเวลาที่ท่านใช้บริการที่บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือบ่อยที่สุด

- | | |
|---|---|
| ☐ 08.30 – 10.30 น. | ☐ 10.31 – 12.30 น. |
| ☐ 12.31 – 14.30 น. | ☐ 14.31 – 16.30 น. |

3. ท่านเป็นลูกค้ากับธนาคารเป็นระยะเวลานานเท่าใด

- | | |
|--|--|
| ☐ ไม่เกิน 2 ปี | ☐ มากกว่า 2 ปี – 4 ปี |
| ☐ มากกว่า 4 ปี – 6 ปี | ☐ มากกว่า 6 ปี |

4. สาเหตุในการตัดสินใจเลือกใช้บริการกับบมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| ☐ ธนาคารอยู่ใกล้บ้าน | ☐ ธนาคารอยู่ใกล้ที่ทำงาน |
| ☐ ธนาคารมีเคาน์เตอร์ให้บริการมาก | ☐ ธนาคารมีการบริการที่ดี |
| ☐ ธนาคารมีภาพลักษณ์ความมั่นคง | ☐ อื่นๆ โปรดระบุ |

5. จำนวนครั้งที่ท่านใช้บริการต่อเดือน

- | | |
|---|--|
| ☐ น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน | ☐ 4 ครั้ง – 8 ครั้งต่อเดือน |
| ☐ 9 ครั้ง – 12 ครั้งต่อเดือน | ☐ มากกว่า 12 ครั้งต่อเดือน |

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจด้านบุคลิกภาพของพนักงานบริการลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ
คำชี้แจง ท่านมีความพึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงานบริการลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทยสำนักงานเหนือ
 อยู่ในระดับใด โดยทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องว่างให้ตรงกับข้อมูลของท่าน

บุคลิกภาพของพนักงานบริการลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านรูปร่าง					
1. ความเหมาะสมของการแต่งกาย					
2. ความสะอาดของร่างกาย					
3. ระดับน้ำเสียง					
ด้านความรู้ความสามารถ					
4. ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ธนาคาร					
5. ความรู้ ความเข้าใจและทักษะในงาน					
6. ความรอบรู้ในสถานการณ์ปัจจุบัน					
ด้านเขาวนัปัญหา					
7. ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง					
8. ความมั่นคงทางอารมณ์ของพนักงานเมื่อเกิดปัญหา					
9. ความสามารถในการเข้าใจปัญหาของผู้ใช้บริการ					
ด้านความสนใจใฝ่รู้					
10. ความสม่ำเสมอของการให้บริการ					
11. ความสามารถในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว					
12. การรักษาคำพูดที่ให้กับผู้ใช้บริการ					
ด้านนิสัย					
13. การมีอัธยาศัยของพนักงาน					
14. ความเป็นมิตรของพนักงาน					
15. ความสุภาพเรียบร้อยของพนักงาน					

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย

สำนักงานเหนือ

คำชี้แจง ท่านมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย

สำนักงานเหนืออยู่ในระดับใด โดยทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องว่างให้ตรงกับข้อมูลของท่าน

ประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเหนือ	ระดับความพึงพอใจ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นทำก่อน					
1. การเริ่มต้นทักทายผู้ให้บริการ					
2. การสอบถามเบื้องต้นถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ					
3. การแนะนำบริการของธนาคาร					
ด้านทำตามลำดับความสำคัญ					
4. การให้บริการลูกค้าตามลำดับก่อน-หลัง					
5. การแก้ปัญหาทั่วไปของลูกค้าด้วยความเต็มใจ					
6. การแก้ปัญหาที่มีความซับซ้อนได้อย่างรวดเร็ว					
ด้านคิดแบบชนะ/ชนะ (Win-win Situation)					
7. การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆของธนาคาร					
8. การให้คำแนะนำเรื่องการออมเงินที่เหมาะสมให้กับลูกค้า					
9. การแนะนำช่องทางใหม่ๆในการทำธุรกรรมทางการเงิน					
ด้านเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา					
10. การรับฟังความต้องการของผู้ใช้บริการ					
11. ความเข้าใจในความต้องการของผู้ใช้บริการ					
12. การใส่ใจปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ให้บริการ					

ภาคผนวก ข

หนังสือเรียนเชิญผู้เชี่ยวชาญจากบัณฑิตวิทยาลัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพชรรัตน์ มีสมบูรณ์สุข	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ดร.ธัญวงศ์ กิรติวานิชย์	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวพิมพ์พรรณ ทรงวิศิษฐ์
วันเดือนปีเกิด	5 ตุลาคม 2524
สถานที่เกิด	จังหวัดนนทบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	34/618 ถ.ประชาชื่น ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานนาเหนือ 35 ถ.สุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2546	ปริญญาตรี (มนุษยศาสตร์ สาขาภาษาอังกฤษ) จากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
พ.ศ. 2552	ปริญญาโท (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ) จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ