

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอล
เซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

สารนิพนธ์
ของ
ภัสร์สร ชื่นสุขชนานันท์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2551

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอล
เซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

สารนิพนธ์
ของ
ภัสร์สร ชื่นสุขชนานันท์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

พฤษภาคม 2551

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอล
เซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

บทคัดย่อ
ของ
ภัสร์สร ชื่นสุขชนานันท์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2551

ภัสร์สร ชื่นสุขชนานันท์.(2551). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด).
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย.มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา
นิพนธ์: อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 385 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานคือ การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวน SPSS/PC สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ผลวิจัยพบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-29 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพพนักงานบริษัท/องค์กร และมีรายได้ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยอยู่ที่ 1 ครั้งต่อเดือน ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการคือ 12.00 – 17.59 น. มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-5 นาทีต่อครั้ง นิยมใช้บริการทางบัญชี และเลือกรูปแบบในการใช้บริการระบบคอลเซ็นเตอร์โดยกด 0 เพื่อติดต่อพนักงานรับสาย

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ในด้านความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ บริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุด และรูปแบบการให้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

CUSTOMERS' SATISFACTION TOWARD SERVICE QUALITY OF INTERACTIVE
VOICE RESPONSE SYSTEM IN KASIKORNBANK'S CALL CENTER

AN ABSTRACT
BY
PATSORN CHEUNSUKTANANUN

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements
For the Master of Business Administration degree in Marketing
at Srinakharinwirot University
May , 2008

Patsorn Cheunsuktananun.(2008). *Customer's Satisfaction toward Service Quality of Interactive Voice Response System in Kasikornbank's Call Center* Master's Project, M.B.A.(Marketing). Bangkok : Graduate School,Srinakharinwirot University. Project Advisor: Dr. Warangkana Adisornprasert.

This purpose of this research is to study customer's satisfaction toward service quality of Interactive Voice Response system in Kasikornbank's call center. Sample are 385 customers. Questionnaire is used for collecting data. The statistical analysis methods used are percentage, mean, standard deviation, Independent Sample t-Test and One-Way Analysis of Variance. SPSS/PC program is used for the statistical analysis.

The study results revealed that most of respondents are female, aged between 20-29 years old, holding bachelor degree or equal, corporate employees and have monthly income of 40,000 Baht and above.They use Interactive Voice Response system call center once a month during 12.00 p.m. – 5.59 p.m. The average using period is 1-5 minutes per time, use personal account services through with operator.

The results of hypotheses testing are as follow:

1. Customers with different gender, age, education, occupation, and average monthly income have different Satisfaction toward service quality of Interactive Voice Response system in Kasikornbank's Call Center at the statistically significant level of 0.05.
2. Customers with different service using frequency, using period preference, financial service preference and service using style have different Satisfaction toward service quality of Interactive Voice Response system in Kasikornbank's Call Center at the statistically significant level of 0.05. but the length to service using have no different

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการ
สอบได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับ
อัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ของ ภัทร์สร ชื่นสุขธนานันท์ ฉบับนี้แล้ว
เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา)

คณะกรรมการสอบ

.....ประธาน
(อาจารย์ ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ)

.....กรรมการสอบสารนิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพชรรัตน์ มีสมบุญพันธุ์สุข)

.....กรรมการสอบสารนิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิชา โกมลทัต)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. กิตติมา สังข์เกษม)
วันที่ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2551

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลือ และวางแผนเป็นอย่างดี จากอาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่ได้เสียเวลาอันมีค่านับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการ จนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ในการให้คำแนะนำช่วยเหลือ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องอันเป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ในครั้งนี้ จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพชรรัตน์ มีสมบุรณ์พูนสุข และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิชา โกมลทัต ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ รวมทั้งที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์มาเป็นคณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์ให้คำแนะนำและพิจารณาการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และคณาจารย์ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอนประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ที่เป็นประโยชน์ยิ่งแก่ผู้วิจัย

ผู้วิจัยขอขอบคุณพนักงานบมจ.ธนาคารกสิกรไทย ตลอดจนเพื่อนร่วมรุ่น MBA และเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ที่ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้แก่กันจนบรรลุเป้าหมายของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

ท้ายที่สุดนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา บุรพาคณาจารย์ ที่ให้การอบรมเลี้ยงดู สั่งสอน เป็นกำลังใจในการศึกษา ให้ความช่วยเหลือพร้อมคำแนะนำที่ดีมีคุณค่า ทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดทำวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้อย่างดี ทั้งนี้ผู้วิจัยจักประยุกต์ใช้วิชาความรู้ต่างๆ ให้ก่อเกิดประโยชน์อย่างแท้จริงอย่างมีจริยธรรมต่อไป

ภัสร์สร ชื่นสุขธนานันท์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
สมมติฐานในการวิจัย.....	10
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	11
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการ.....	15
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการ.....	20
ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารกสิกรไทย.....	25
ความรู้เกี่ยวกับระบบคอลเซ็นเตอร์(Call Center).....	26
ความรู้เกี่ยวกับระบบตอบรับอัตโนมัติ(IVR).....	27
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	34
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	34
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	35
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
การนำเสนอข้อมูล.....	42
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	102
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐานและวิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	102
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	106
อภิปรายผล.....	110
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	114
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	117
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	124
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย.....	128
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	130

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวน และคำร้อยละลักษณะประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบ แบบสอบถาม.....	43
2 แสดงจำนวน และคำร้อยละลักษณะประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบ แบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่.....	45
3 แสดงจำนวน และคำร้อยละพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติ ในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยของผู้ตอบแบบ สอบถาม.....	46
4 แสดงจำนวน และคำร้อยละพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติ ในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ของผู้ตอบแบบ สอบถามที่จัดกลุ่มใหม่	49
5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของ ลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบ คอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านการเข้าถึงบริการ.....	50
6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของ ลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบ คอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านประสิทธิภาพใน การติดต่อสื่อสาร.....	51
7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของ ลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบ คอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านความสามารถ ของพนักงาน.....	51
8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของ ลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบ คอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านการตอบสนองลูกค้า.....	52
9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของ ลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบ คอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านการมั่นคงปลอดภัย.....	53

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
10	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยจำแนกตามเพศ.....54
11	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยจำแนกตามอายุ.....56
12	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของระบบ ตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้าน ความสามารถของพนักงาน เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนก ตามอายุ.....58
13	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยจำแนกตามระดับการศึกษา.....59
14	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยจำแนกตามอาชีพ.....62
15	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารเป็นรายคู่ด้วย วิธีการ LSD โดยจำแนกตามอาชีพ.....65
16	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามอาชีพ.....66

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
17	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามอาชีพ.....	67
18	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	68
19	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยประสิทธิภาพในด้านการติดต่อสื่อสาร เป็นรายคู่ด้วย วิธีการ LSD โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	71
20	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	72
21	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	73
22	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ.....	75
23	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ.....	77

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
24	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร เป็นรายคู่ด้วย วิธีการ LSD โดยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ.....	78
25	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน เป็นรายคู่ด้วยวิธี การ LSD โดยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ.....	79
26	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้าเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ.....	80
27	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ.....	81
28	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยจำแนกตามช่วงเวลาที่ยื่นในการใช้บริการ.....	82
29	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดย จำแนกตามช่วงเวลาที่ยื่นในการใช้บริการ.....	84

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
30	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร เป็นรายคู่ด้วย วิธีการ LSD โดยจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ.....	85
31	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้า เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ.....	86
32	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ.....	87
33	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ.....	88
34	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยจำแนกตามบริการทางการเงินที่นิยมบ่่อยที่สุด.....	90
35	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามบริการทางการเงินที่นิยมบ่่อยที่สุด.....	93
36	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ.....	94

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

37	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้า เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ.....	95
38	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทยจำแนกตามรูปแบบการให้บริการเมื่อโทรเข้า มาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์.....	96
39	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	98

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
2 แสดงโมเดลคุณภาพการบริการ	18
3 แสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ.....	23

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การดำเนินชีวิตประจำวันของคนเรานั้นมีความเกี่ยวข้องกับสถาบันการเงินต่างๆ ไม่น้อย เพราะคนเราต้องแสวงหาปัจจัยสี่อันได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และเครื่องนุ่งห่ม พร้อมทั้งเครื่องอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตให้สะดวกสบายต่างๆ รวมทั้งการศึกษาหรือการคิดค้นวิทยาการใหม่ๆ เพื่อสนองความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น สำหรับสถาบันการเงินที่มีความสำคัญต่อระบบการเงินของประเทศมากที่สุด คือ ธนาคารพาณิชย์ ปัจจุบันบริการต่างๆ ของธนาคารได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตและการดำเนินธุรกิจมีความสะดวก รวดเร็ว ประหยัด และช่วยลดต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะการให้กู้ยืมเงิน การให้บริการด้านรับฝากเงิน โอนเงิน การหักบัญชีและการเรียกเก็บเงิน เป็นต้น (จุฬาลงกรณ์วารสาร , 2535 : 26-27)

ภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ทำให้สถาบันการเงินแต่ละแห่งหันมาพิจารณาถึงแนวทางการดำเนินงานและนโยบายต่างๆ การดำเนินกิจการโดยอาศัยแต่เพียงขนาดความใหญ่โตของสถาบันการเงินเท่านั้น จะไม่เพียงพอต่อความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมการเงินในภาวะปัจจุบันอีกต่อไป การบริหารงานจะต้องมีการปรับเปลี่ยนสู่ความเป็นสากลมากขึ้น กลยุทธ์การลงทุนจะเน้นเชิงรุกมากกว่านโยบายแบบอนุรักษ์นิยม และการเข้าสู่ฐานลูกค้ารายย่อยซึ่งเป็นกลุ่มที่จะมีโอกาสเป็นกำลังบริโภคสำคัญต่อไปในอนาคต ความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นเหล่านี้ ทำให้สถาบันการเงินไทยหลุดจากภาพเดิมของการเป็นสถาบันแบบครอบครัว โดยมีเทคโนโลยีเข้ามาแทนที่ บริการทางการเงินแปลกใหม่จะถูกนำเสนอสู่กลุ่มผู้บริโภคด้วยต้นทุนที่ถูกลงกว่าในอดีต ตอบรับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น (วารสารท่องเที่ยวโลกการเงิน , 2540 : 48)

จากสภาพการขาดแคลนแรงงานและค่าตอบแทนแรงงานที่สูงขึ้น ประกอบกับลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้นกว่าเดิม เพราะในปัจจุบันนี้มีธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินต่างชาติเข้ามาทำธุรกิจในประเทศมากขึ้น รวมทั้งธนาคารพาณิชย์ได้ปรับตัวมาให้ความสำคัญทางด้านสินเชื่อส่วนบุคคลละครอบครัวมากขึ้น (Retail Banking) ธนาคารพาณิชย์ยุคใหม่จึงต้องให้ความสำคัญกับการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้แทนบุคลากร เพราะจะทำให้สามารถลดต้นทุนและให้บริการแก่ลูกค้าได้เป็นจำนวนมากอย่างสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น (วิชาการปริทัศน์ , 15 พฤษภาคม 2538 : 5-6)

ที่ผ่านมาความพยายามของเหล่าธนาคารพาณิชย์ของไทย คือ การมุ่งนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน ตามภาวะเศรษฐกิจที่หดตัว รวมไปถึงการแสวงหาช่องทางที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น และหนึ่งในเทคโนโลยีที่มีความสำคัญได้แก่ ระบบคอลเซ็นเตอร์ เดิมทีเราจะรู้จัก คอลเซ็นเตอร์ในลักษณะของการโทรสอบถามข้อมูล หรือโทรอายัดบัตรเสียส่วนมาก และธนาคารก็ไม่ได้มีการเก็บหลักฐานข้อมูลใดๆ แต่คอลเซ็นเตอร์ยุคใหม่ จะเป็นการใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่ได้จากการติดต่อลูกค้ามากขึ้น และจะมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล

มากขึ้น เพื่อนำข้อมูลนั้นมาใช้ประโยชน์ทางแผนการตลาดให้มากขึ้น ธุรกิจด้านการเงินธนาคารต่างมองเห็นถึงความสำคัญของการจัดตั้งคอลเซ็นเตอร์ ชนิดเต็มรูปแบบ แต่ที่ผ่านมาก็ประสบปัญหาในเรื่องของฐานข้อมูลที่ต้องมีการอัปเดต และพัฒนาให้สมบูรณ์ ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา จะเริ่มคอลเซ็นเตอร์เป็นรูปเป็นร่างมากขึ้น อันเป็นผลมาจากความกดดันทางเศรษฐกิจและการเข้ามาของธนาคารต่างชาติที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุนและเทคโนโลยีอยู่แล้ว ทั้งนี้ระบบ คอลเซ็นเตอร์โดยทั่วไปจะประกอบไปด้วย 2 ระบบ ได้แก่ ในส่วนของระบบตอบรับอัตโนมัติหรือที่เรียกว่า Interactive Voice Response (IVR) ซึ่งจะเป็นการตอบคำถามที่ลูกค้าถามอยู่บ่อยๆ หรือเป็นการเลือกทำรายการอัตโนมัติระหว่างลูกค้ากับคอมพิวเตอร์นั่นเอง ส่วนอีกระบบหนึ่งคือ ระบบที่ใช้เจ้าหน้าที่ตอบคำถาม นอกเหนือจากที่ระบบอัตโนมัติให้ข้อมูลไปแล้ว ส่วนจะมีความสำคัญในแง่ของพนักงานที่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจทั้งด้านเทคโนโลยี และข้อมูลสินค้าหรือบริการของธนาคาร และต้องมีการตัดสินใจในการทำงานในระดับหนึ่งด้วย อย่างไรก็ตาม ระบบคอลเซ็นเตอร์ที่จะประสบความสำเร็จมีลูกค้าหันมาใช้บริการมากนั้นต้องมีเทคโนโลยีที่ลูกค้าสามารถทำรายการได้อย่างรวดเร็ว ไม่ซับซ้อน และมีกระบวนการที่ให้ลูกค้าได้ครบวงจรในครั้งเดียว นั่นหมายถึง ต้องมีระบบการทำงานที่เชื่อมโยงกันทั้งหมดด้วยระบบออนไลน์เพื่อรองรับการปฏิบัติงานของพนักงานและท้ายที่สุดพนักงานต้องให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้องคอลเซ็นเตอร์จะเป็นอีกตัวหนึ่งที่เข้ามาส่งเสริมการแข่งขันของระบบการเงินมีความเข้มข้นมากขึ้น และสามารถกระจายได้ถึงกลุ่มลูกค้าทุกระดับชั้นในต้นทุนต่ำ จากเดิมที่ธนาคารสามารถให้บริการได้เฉพาะลูกค้าขนาดใหญ่เท่านั้น เพราะมีข้อจำกัดเรื่องต้นทุน แต่โทรศัพท์ทำให้การตลาดสามารถลงไปสู่ระดับกลางและย่อยที่มีศักยภาพได้มากขึ้น ขณะที่ด้านผู้บริโภคที่ได้รับความสะดวกสบายจากการใช้บริการและไม่มีข้อจำกัดเหมือนกับการใช้บริการทางอินเทอร์เน็ต (อี-คอมเมิร์ซ , 2544 : 44-47)

สำหรับธุรกิจประเภทธนาคารที่มีลูกค้าจำนวนมาก โดยเฉพาะลูกค้าประเภทบุคคล การบริการลูกค้าเพื่อได้รับความพึงพอใจสูงสุดเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากความสามารถในการรองรับปริมาณลูกค้าจำนวนมาก มีความต้องการหลากหลายเป็นสิ่งที่จะต้องมีการจัดการ โดยเฉพาะบริการสอบถามข้อมูล หรือข้อข้องใจต่างๆ เกี่ยวกับบริการที่ได้รับ ช่องทางการสื่อสารที่เป็นสิ่งที่คุ้นเคยกันมานานแล้ว จนถึงปัจจุบันเป็นที่นิยมอย่างไม่มีทีท่าว่าจะลดลงก็คือ บริการทางโทรศัพท์และแน่นอนคอลเซ็นเตอร์ย่อมมีอะไรที่พิเศษและเหนือกว่าเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์หรือเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ประจำสำนักงานปกติทั่วไป พัฒนาการของการมีคอลเซ็นเตอร์เป็นความพยายามที่จะแก้ปัญหาการไม่ได้รับความสะดวกของลูกค้า นอกจากนั้นการที่ให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในส่วนงานต่างๆ ต้องคอยบริการตามคำถามซ้ำๆ บ่อยๆ ก็เป็นสิ่งที่บั่นทอนประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเช่นเดียวกัน เพราะแทนที่จะเอาเวลาไปทำงานอย่างอื่นที่มีคุณค่ามากกว่า ดังนั้นคอลเซ็นเตอร์จึงกลายเป็นคำตอบของการรวมเอาบริการความช่วยเหลือลูกค้ามาไว้ในที่เดียวกัน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพคุณภาพ และความปลอดภัยในข้อมูลบางอย่างขององค์กรและลูกค้าเนื่องจากการบริการเป็นการทำธุรกรรมทางการเงิน ความปลอดภัยของข้อมูลเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด

ธนาคารกสิกรไทย ซึ่งถือว่าเป็นธนาคารขนาดใหญ่อันดับต้นๆของประเทศไทย ดังนั้นระบบ ที่มีความจำเป็นสำหรับลูกค้าช่องทางหนึ่งคงหนีไม่พ้นระบบคอลเซ็นเตอร์ที่สามารถให้บริการลูกค้าในรูปแบบต่างๆผ่านทางพนักงานรับสายทางโทรศัพท์ได้ ซึ่งระบบเดิมของบริการจะเป็นการให้ลูกค้าโทรเข้าไปใช้บริการกับพนักงานรับสายได้เลยโดยตรง แต่สิ่งที่ได้กลับมาจะเป็นการบริการที่ได้รับการตอบสนองไม่รวดเร็วเท่าที่ควร ทำให้เกิดความเสียเวลาทั้ง 2 ฝ่าย ดังนั้นการนำระบบตอบรับอัตโนมัติ หรือ Interactive Voice Response (IVR) เข้ามาช่วยในส่วนของการบริการด้านคอลเซ็นเตอร์จะช่วยสร้างช่องทางการให้บริการที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น (ออนไลน์ : 2550)

งานวิจัยฉบับนี้จึงต้องการที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจในคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบ คอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ว่าผู้ที่ใช้บริการระบบนี้มีความคิดเห็นวาระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบ คอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยนั้นมีความคุณภาพอย่างไร รวมถึงศึกษาว่าลักษณะและรูปแบบของการบริการในปัจจุบันส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบ คอลเซ็นเตอร์ ของธนาคารกสิกรไทย เพื่อให้ผู้ที่ได้ศึกษางานวิจัยได้นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงระบบให้สามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้า สร้างความพึงพอใจ และคุณภาพของการบริการที่ธนาคารกสิกรไทยสามารถส่งมอบให้แก่ลูกค้าได้อีกด้วย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ในด้าน การเข้าถึงบริการ ประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ความสามารถ ของพนักงาน การตอบสนองลูกค้า และความมั่นคงปลอดภัย
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้า
3. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจในคุณภาพของการใช้บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ ของธนาคารกสิกรไทย จำแนกตามพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติ

ความสำคัญของการวิจัย

ผลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะให้คุณค่าและประโยชน์ ดังนี้

1. เพื่อให้ผู้ประกอบการธนาคารกสิกรไทย และผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ดูแลระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย นำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพของระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่เคยเข้ามาใช้บริการให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น

2. เพื่อให้ผู้ให้บริการด้านใด ๆ ก็ตามที่สนใจในระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ไปใช้ในธุรกิจ สามารถนำผลการศึกษาวิจัย ไปประกอบเป็นความรู้และใช้เป็นแนวทางตัวอย่างจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจของตนเองอย่างเหมาะสม

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ ลูกค้ายของธนาคารกสิกรไทยที่ทำการเปิดบัญชีธนาคารกสิกรไทยและเคยใช้บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงได้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้ายของธนาคารกสิกรไทยที่ทำการเปิดบัญชีและใช้บริการระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย จำนวน 385 คน โดยผู้วิจัยจะทำการเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยวิธีต่อไปนี้

1. วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง(Purposive Sampling) จากผู้ที่มาใช้บริการตามสาขาของธนาคารกสิกรไทย 12 สาขาได้แก่ ท่าพระ บางกะปิ บางแค บางนา ปทุมวัน ปิ่นเกล้า เพชรบุรีตัดใหม่ รามอินทรา รามคำแหง ลาดพร้าว ศรีนครินทร์ และสีลม เนื่องจากสาขาทั้ง 12 สาขา เป็นสาขาใหญ่ที่อยู่ในแหล่งชุมชนและแหล่งธุรกิจของกรุงเทพมหานคร
2. วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดโควตา(Quota Sampling) คือเก็บกลุ่มตัวอย่างสาขาละ 32-33 คน จนครบจำนวนที่กำหนด

ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่

ตัวแปรอิสระ

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่

- 1.1 เพศ
 - 1.1.1 ชาย
 - 1.1.2 หญิง
- 1.2 อายุ
 - 1.2.1 ต่ำกว่า 20 ปี
 - 1.2.2 20 – 29 ปี
 - 1.2.3 30 – 39 ปี
 - 1.2.4 40 – 49 ปี

- 1.2.5 ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป
- 1.3 ระดับการศึกษาปัจจุบัน
 - 1.3.1 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือต่ำกว่า
 - 1.3.2 ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า
 - 1.3.3 สูงกว่าปริญญาตรี
- 1.4 อาชีพ
 - 1.4.1 นักเรียน / นักศึกษา
 - 1.4.2 พนักงานบริษัท / องค์กร
 - 1.4.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ
 - 1.4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย
 - 1.4.5 พ่อบ้าน / แม่บ้าน
- 1.5 รายได้ต่อเดือน
 - 1.5.1 น้อยกว่า 10,000 บาท
 - 1.5.2 10,000 – 19,999 บาท
 - 1.5.3 20,000 - 29,999 บาท
 - 1.5.4 30,000 – 39,999 บาท
 - 1.5.5 ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป
- 2. พฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติ ได้แก่
 - 2.1 ความถี่ในการใช้บริการ
 - 2.1.1 1 ครั้งต่อเดือน
 - 2.1.2 2 ครั้งต่อเดือน
 - 2.1.3 3 ครั้งต่อเดือน
 - 2.1.4 มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน
 - 2.2 ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ
 - 2.2.1 00.00 น. – 05.59 น.
 - 2.2.2 06.00 น. – 11.59 น.
 - 2.2.3 12.00 น. – 17.59 น.
 - 2.2.4 18.00 น. – 23.59 น.
 - 2.3 ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง

- 2.3.1 น้อยกว่า 1 นาทีต่อครั้ง
- 2.3.2 1 – 5 นาทีต่อครั้ง
- 2.3.3 6 – 10 นาทีต่อครั้ง
- 2.3.4 มากกว่า 10 นาทีต่อครั้ง
- 2.4 บริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุด
 - 2.4.1 บริการทางบัญชี
 - 2.4.2 บริการบัตรเครดิต
 - 2.4.3 บริการข้อมูลทั่วไป
 - 2.4.4 บริการกองทุนรวม
 - 2.4.5 บริการ Home Smiles Club สินเชื่อบ้าน และวงเงินพิเศษส่วนบุคคล
- 2.5 รูปแบบการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบ Call Center
 - 2.5.1 กด 0 เพื่อติดต่อพนักงานรับสาย
 - 2.5.2 ใช้บริการกดเลือกเมนูจากระบบตอบรับอัตโนมัติ (IVR)

ตัวแปรตาม

1. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติ(IVR) ในระบบคอลเซ็นเตอร์ ของธนาคารกสิกรไทย ในด้านต่างๆได้แก่
 - 1.1 ด้านการเข้าถึงบริการ
 - 1.2 ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร
 - 1.3 ด้านความสามารถของพนักงาน
 - 1.4 ด้านการตอบสนองลูกค้า
 - 1.5 ด้านความมั่นคงปลอดภัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ระบบตอบรับอัตโนมัติ (Interactive Voice Response : IVR)

ระบบตอบรับอัตโนมัติ เป็นระบบที่ธนาคารกสิกรไทยนำมาใช้งานเพื่อให้ลูกค้ารายย่อยของธนาคารสามารถทำธุรกรรมทางการเงินเบื้องต้นได้ด้วยตนเอง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่โทรเข้ามา โดยมีเสียงแนะนำเมนู ต่างๆให้ทราบ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้

บริการได้ โดยการกดหมายเลขต่าง ๆ บนแป้นโทรศัพท์ และระบบจะทำการแปลงสัญญาณที่ผู้ใช้บริการทำการรายการจากปุ่มโทรศัพท์นั้นไปค้นในฐานข้อมูล เพื่อเรียกข้อมูลเสียงสำหรับการตอบรับ การทักทาย การขอข้อมูล การรับข้อมูล การแจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้แก่ผู้บริการฟัง โดยระบบจะนำการทำรายการต่างๆของผู้ใช้บริการไป Update พร้อมกับจัดเก็บลงในฐานข้อมูล และผู้ใช้บริการสามารถขอเอกสารแบบอัตโนมัติผ่านทางเครื่องโทรสารได้อีกด้วย ซึ่งข้อมูลของธนาคารกสิกรไทยที่สามารถให้ลูกค้าทำธุรกรรมทางการเงินเบื้องต้นจะประกอบไปด้วย ธุรกรรมทางบัญชี บัตรเครดิต ข้อมูลทั่วไป กองทุนรวม บริการสินเชื่อบ้านและวงเงินพิเศษส่วนบุคคล

โปรแกรม IVR จะมีความสามารถในการเชื่อมโยงกับระบบฐานข้อมูลได้ทุกรูปแบบ เนื่องจากใช้การติดต่อแบบ JDBC (Java Database Connectivity) จากระบบฐานข้อมูล เช่น Microsoft Access , Paradox , Sybase , Informix SQL และ Oracle เป็นต้น สามารถดึงข้อมูลในฐานข้อมูลจาก Host Computer และนำมาแปลงเป็นข้อมูลทางเสียง เพื่อประกาศให้ผู้โทรเข้าสามารถรับฟังเสียงในรูปแบบต่างๆ เช่น ตัวอักษร ตัวเลข วันที่ เวลา จำนวนเงิน หรือคำพูดที่มีดัชนีในการค้นหาต่างๆ

2. ระบบคอลเซ็นเตอร์คอลเซ็นเตอร์

ระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยถือเป็นศูนย์บริการข้อมูลต่างๆที่มีพนักงานรับสายคอยให้ข้อมูลทางการเงินต่าง การบริการทางการเงินต่างๆ ของลูกค้า รวมถึงการให้ความช่วยเหลือทางการเงินด้านต่างๆกับลูกค้าเป็นต้น

3. พฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติ

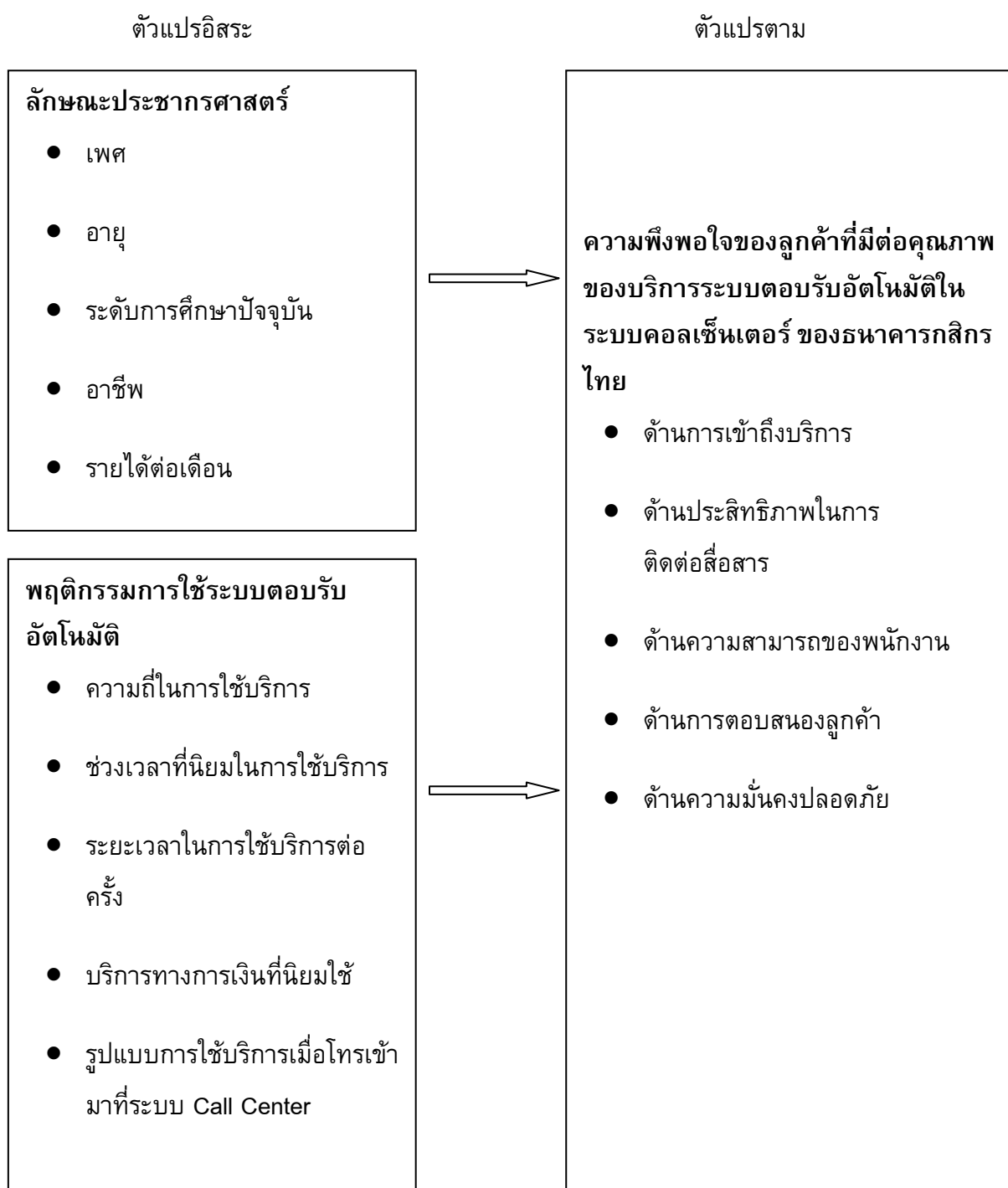
พฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติหมายถึง การศึกษาลักษณะการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติของลูกค้า ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง บริการทางการเงินที่นิยมใช้ และรูปแบบการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์

4. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ ของธนาคารกสิกรไทย หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าผู้ใช้บริการระบบตอบรับอัตโนมัติของธนาคารกสิกรไทย ซึ่งประกอบไปด้วยความรู้สึกที่มีต่อคุณภาพบริการในด้านต่างๆดังต่อไปนี้

- 4.1 ด้านการเข้าถึงบริการ** หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าผู้ที่เข้ามาใช้บริการในด้านการเข้าถึงบริการ ซึ่งประกอบไปด้วย การติดต่อเข้ามายังศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Call Center) ความสะดวกในการกดเลือกเมนูที่ต้องการในระบบตอบรับอัตโนมัติ และความสะดวกในการคุยกับพนักงานรับสาย
- 4.2 ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร** หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าผู้ที่เข้ามาใช้บริการในด้านการติดต่อสื่อสาร ซึ่งประกอบไปด้วย การใช้ภาษาในการสื่อสาร ความเข้าใจในเมนูต่างๆของระบบ ความเพียงพอของข้อมูลที่ได้รับ
- 4.3 ด้านความสามารถของพนักงานรับสาย** หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าผู้ที่เข้ามาใช้บริการในด้านความสามารถของพนักงานรับสาย ซึ่งประกอบไปด้วย ความสามารถในการตอบคำถามของพนักงานรับสาย ความสามารถในการแก้ปัญหาหรือให้ความช่วยเหลือของพนักงานรับสาย ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานรับสาย
- 4.4 ด้านการตอบสนองลูกค้า** หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าผู้ที่เข้ามาใช้บริการในด้านการตอบสนองลูกค้า ซึ่งประกอบไปด้วย ความสามารถของระบบในการให้บริการและช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า ความรวดเร็วของระบบตั้งแต่เริ่มใช้บริการจนจบการใช้บริการ และ บริการที่หลากหลายของระบบ
- 4.5 ด้านความมั่นคงปลอดภัย** หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าผู้ที่เข้ามาใช้บริการในด้านความมั่นคงปลอดภัย ซึ่งประกอบไปด้วย ความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ความน่าเชื่อถือของระบบและพนักงานรับสาย ความปลอดภัยหลังจากได้รับบริการ

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิด

สมมติฐานของการศึกษาวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าทฤษฎี แนวคิด และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการ
3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการ
4. ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารกสิกรไทย
5. ความรู้เกี่ยวกับระบบคอล เซ็นเตอร์(Call Center)
6. ความรู้เกี่ยวกับระบบตอบรับอัตโนมัติ (Interactive Voice Response : IVR)
7. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หรือความพอใจตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมาย ดังต่อไปนี้

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

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

มอร์ส (ปฐมพงศ์ ปราณีประชากรราษฎร์.2543: อ้างอิงจาก Morse.1958:27) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการ หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดถ้ามีมากก็จะทำให้เกิดความไม่พอใจต่อการบริการ ซึ่งความตึงเครียดนั้นมีผลมาจากความต้องการของมนุษย์ ถ้ามนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง แต่เมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนองก็จะทำให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการได้ ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดก็จะลดลง ความพอใจก็จะเกิดขึ้น และถ้าหากความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้นเช่นกัน

สรวง สุทธิเลิศอรุณ (2522 : 127) ได้กล่าวไว้ว่าเมื่อบุคคลมีความต้องการเกิดขึ้น ความต้องการนั้นจะส่งผลให้เกิดแรงขับซึ่งหมายถึง ความต้องการนั้นเริ่มมีทิศทางและผลักดันให้มีการปฏิบัติเพื่อไปสู่เป้าหมาย เมื่อความต้องการนำไปสู่เป้าหมาย บุคคลก็จะเกิดความพึงพอใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2547 : 728) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจ คือ ความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่สร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าเป้าหมาย

โวลแมน (Wolman. 1973 : 384) ให้ความหมายความพึงพอใจว่า หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ความต้องการหรือแรงจูงใจ

วรูม (Vroom. 1964 : 99) ได้กล่าวว่าทัศนคติและความพึงพอใจสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้ จะหมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น

สุปัญญา ไชยชาญ (2538 : 7) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจเป็น สัดส่วนเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่ลูกค้าได้รับจริงกับคุณค่าที่ลูกค้าคาดหวัง ถ้าคุณค่าที่ได้รับจริงมากกว่าคุณค่าที่ลูกค้าคาดหวังลูกค้าจะมีความพึงพอใจมาก ถ้าคุณค่าที่ได้รับจริงเท่ากับคุณค่าที่ลูกค้าคาดหวังลูกค้าจะมีความพึงพอใจ ถ้าคุณค่าที่ได้รับจริงต่ำกว่าคุณค่าที่ลูกค้าคาดหวังลูกค้าจะไม่พึงพอใจ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546 : 37) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกพึงพอใจ หรือ ผิดหวังอันเกิดจากการเปรียบเทียบผลหรือการปฏิบัติของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของเขา ถ้าการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์ไม่ถึงความคาดหวังของลูกค้าจะไม่พอใจ ถ้าการปฏิบัติงานเท่ากับความคาดหวังลูกค้าก็จะพอใจ ถ้าการปฏิบัติงานสูงเกินกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะพอใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541 : 18) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจของลูกค้า ว่าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือ การทำงานของผลิตภัณฑ์กับคาดหวังของลูกค้า ระดับความพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์กับคาดหวังของบุคคล

ฟิลิป คอตเลอร์ (Phillip Kotler. 1996 : 45) ให้ความหมายความพึงพอใจว่า หมายถึงความรู้สึกยินดี หรือ ผิดหวังของบุคคลซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการรับรู้การทำงานของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของบุคคลนั้น

จากความหมายของความพึงพอใจที่กล่าวมาแล้วข้างต้น พอสรุปได้ว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการหมายถึง ความรู้สึกชอบ พอใจ ดี สุขใจ สมความต้องการเมื่อได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นความรู้สึกที่ปราศจากความเครียด อันมีผลมาจากความต้องการของมนุษย์ เมื่อใจความต้องการได้รับการตอบสนองก็จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการ

1.2 การวัดความพึงพอใจ

บุญเรือง ขจรศิลป์ (2529 : 9) ได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า ทักษะคติหรือเจตคติเป็นนามธรรมเป็นการแสดงออกค่อนข้างซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดทัศนคติได้โดยตรง แต่เราสามารถที่จะวัดทัศนคติได้โดยอ้อม โดยวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นแทน ฉะนั้น การวัดความพึงพอใจก็มีขอบเขตที่จำกัดด้วย อาจมีความคลาดเคลื่อนขึ้น ถ้าบุคคลเหล่านั้นแสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับความรู้สึกที่จริง ซึ่งความคลาดเคลื่อนเหล่านี้อย่อม เกิดขึ้นได้เป็นธรรมดาของการวัดโดยทั่ว ๆ ไป

ภณิดา ชัยปัญญา (2541 : 15) ได้กล่าวไว้ว่า การวัดความพึงพอใจนั้น สามารถทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถาม เพื่อต้องการทราบความคิดเห็นซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าว อาจ ถามความพอใจในด้านต่าง ๆ
2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรง ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจะได้ข้อมูลที่เป็นจริง
3. การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจ โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมาย ไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจา กริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

1.3 ความพึงพอใจในบริการ

สมิต สัจฉกร (2542 : 18) กล่าวว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ระดับความรู้สึกของผู้ใช้ที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ได้รับกับสิ่งที่คาดหวัง ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้เกิดจากความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ได้รับกับสิ่งที่คาดหวัง ซึ่งหากพิจารณาถึงความพึงพอใจของการบริการว่าจะเกิดความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด ถ้าได้รับการบริการต่ำกว่าความคาดหวังทำให้เกิดความไม่พอใจ แต่ถ้าระดับผลของการบริการสูงกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าผลที่ได้รับจากบริการสูงกว่าความคาดหวัง ผู้ใช้ก็จะเกิดความประทับใจ ก็จะส่งผลให้ผู้ใช้กลับไปใช้บริการซ้ำอีก จึงกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจในบริการ หมายความว่าถึงภาวะการณแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลอันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบ การรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับบริการหรือการให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ

ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

ระดับที่ 1 ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกยินดีมีความสุขของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ผู้ใช้จองหนังสือชื่อ สู้แล้วรวย ก็ได้รับหนังสือชื่อดังกล่าวตามเวลาที่กำหนด พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่ก็ให้บริการได้

รวดเร็ว

ระดับที่ 2 ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกปลาบปลื้มใจหรือประทับใจของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่เกินความคาดหวังที่มีอยู่

1.4 แนวทางการสร้างความพึงพอใจในการบริการ

ชรีณี เดชจินดา (2530 : 57) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ต่างมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินงานบริการ ดังนั้น การสร้างความพึงพอใจในการบริการ จำเป็นที่จะต้องดำเนินการควบคู่กันไปทั้งต่อผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ดังนี้

1. การตรวจสอบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ผู้บริหารการบริการจะต้องใช้เครื่องมือต่างๆ ที่มีในการสำรวจความต้องการ ค่านิยมและความคาดหวังของผู้ใช้ที่มีต่อการบริการขององค์การซึ่งสามารถกระทำได้โดยการใช้บัตรแสดงความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในองค์การบริการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนทั้งจากภายนอกและภายในองค์การในการสะท้อนภาพ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานบริการ ซึ่งจะเป็นตัวชี้ข้อบกพร่อง ข้อได้เปรียบขององค์การ เพื่อการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาคุณภาพของการบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการ อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจต่อการบริการ

2. การกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์การให้ชัดเจน ผู้บริหารการบริการจำเป็นต้องนำข้อมูลที่ระบุถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้ ข้อบกพร่อง ข้อได้เปรียบขององค์การ ต้นทุนของการดำเนินการ แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคและข้อมูลอื่นที่เป็นประโยชน์มาประกอบการกำหนดนโยบาย เป้าหมายและทิศทางขององค์การ ซึ่งจะส่งผลต่อลักษณะของการให้บริการและคุณภาพของการบริการต่อผู้รับบริการ

3. การกำหนดกลยุทธ์การบริการที่มีประสิทธิภาพ ผู้บริหารการบริการต้องปรับเปลี่ยนการบริการที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับเป้าหมาย ทิศทางขององค์การ โดยใช้กลยุทธ์สมัยใหม่ ทั้งในด้านการบริหารการตลาด และการควบคุมคุณภาพการบริการ รวมทั้งการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการอำนวยความสะดวกในการบริการด้านต่างๆ เช่น การจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้ด้วยระบบฐานข้อมูล โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ การใช้ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติในการต่อสายเชื่อมโยงการติดต่อกับหน่วยงานภายในองค์การบริการ เป็นต้น ปัจจุบันผู้บริหารการบริการนิยมนำแนวคิดด้าน “การบริหารเชิงกลยุทธ์” ที่คำนึงถึงการให้ความสำคัญกับบรรยากาศการทำงานระหว่างพนักงานบริการภายในองค์การ เช่นเดียวกันกับการสร้างสายสัมพันธ์กับผู้ใช้ภายนอกให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกัน

สรุปเรื่องของความพึงพอใจ จากความหมายของความพึงพอใจนั้น การวัดความพึงพอใจและแนวทางการสร้างความพึงพอใจในการบริการข้างต้นทำให้ทราบว่า ความพอใจของผู้ใช้บริการเกิดได้จากหลากหลายด้าน บางคนอาจพอใจบางเรื่องและไม่พอใจในบางเรื่อง บางคนอาจจะไม่

พอใจทุกเรื่อง หรือบางคนอาจจะพอใจในทุกเรื่อง ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาบริการด้านต่างๆที่สามารถบอกให้ทราบถึงความพึงพอใจในบริการระบบตอบรับอัตโนมัติ(IVR) ในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ซึ่งประกอบด้วย ด้านความสะดวกในการใช้บริการ ด้านความรวดเร็วในการได้รับบริการ ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการ ด้านความเพียงพอของข้อมูลที่ได้รับจากบริการ ด้านความหลากหลายของบริการ ด้านเงื่อนไขในการใช้บริการ ด้านความรู้ความสามารถของพนักงานรับสาย ด้านการบริการระหว่างรอสาย

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการ

2.1 ความหมายของคุณภาพการบริการ

พริษฐ์ รัตนวนิช (2543 : 6) ได้รวมความหมายของคุณภาพด้านบริการ หมายถึง การให้ความสะดวกต่าง ๆ ที่บุคคลลงความเห็นว่าดีเป็นลักษณะของการกระทำประจำคงอยู่รับรู้ได้ โดยทั่วกันเป็นงานบริการที่มีลักษณะ ดังนี้

- 1) ผู้รับบริการได้รับบริการ เป็นไปตามที่คาดหวัง
- 2) ผู้รับบริการได้รับบริการ เกินความคาดหวัง
- 3) สิ่งที่ได้รับบริการคาดหวังได้รับการตอบสนองตามประสงค์

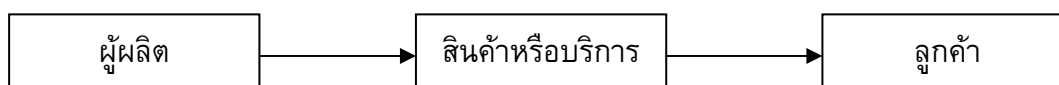
วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2539 : 14) ได้สรุปแนวคิดคุณภาพในการบริการว่า ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ดังนี้

- 1) ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
- 2) ระดับความสามารถของการบริการต่อการบำบัดความต้องการของลูกค้า
- 3) ระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากที่ได้รับบริการไปแล้ว

ในการประเมินระดับคุณภาพของนั้น เราอาจใช้ปัจจัย หรือองค์ประกอบของบรอกการในลักษณะต่างๆซึ่งสามารถตรวจสอบ / ตรวจวัด / ทดสอบ / ประเมินค่า หรือเกรด หรือนับจำนวน หรือให้คะแนน หรือระดับความ รู้สึกพึงพอใจได้ ในลักษณะที่ผู้อื่นส่วนมากยอมรับได้ ดังนั้น ในการประเมินคุณภาพบริการของสถานบริการต่างๆ จึงต้องพิจารณาระดับความพึงพอใจที่ลูกค้าได้รับจากปัจจัยคุณภาพ (Service Characteristics and Attributes) ต่างๆ ตลอดระยะเวลาที่ใช้บริการอยู่นั้น จนเสร็จสิ้นกระบวนการรับบริการหนึ่งๆ หรือเสร็จวงจรบริการหนึ่ง (Service Cycle)

นิคม สะอาดเอี่ยม (2539 : 31-32) ความหมายของคุณภาพบริการอาจหมายความว่าดังต่อไปนี้

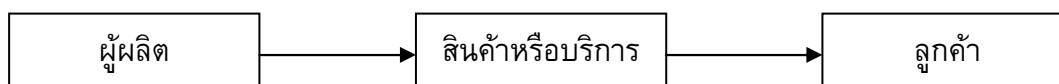
ความหมายแบบเก่า (Narrow Idea) คือทำผลิตภัณฑ์หรือบริการเหนือมาตรฐาน



ความหมายแบบเก่านี้ คุณภาพ = มาตรฐานสินค้าหรือบริการ

ความหมายแบบใหม่คือ ความพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้สิ่งที่ใช้อย่างเหมาะสม(Modern Idea)

คุณภาพ = ความพึงพอใจที่รวมอยู่ด้วย (Quality Include)



คุณภาพ = ความพึงพอใจของลูกค้า

ทั้งนี้เพราะองค์กรธุรกิจตั้งขึ้นมาเพื่อผลิตสินค้าและบริการออกมาขายให้ได้ผลกำไรคุ้มกับเงินที่ลงทุนไป การที่มีสินค้าและบริการจะขายได้กำไรสูงสุด ก็ต้องมีคุณภาพ คือทำให้ลูกค้าพอใจในทุกๆด้าน หากการบริการด้านหนึ่งด้านใดไม่ดี ไม่มีคุณภาพ ส่วนแบ่งของตลาดอาจถูกผู้แข่งขันที่บริการดีกว่าแย่งไป จึงจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพบริการเพื่อสนองความพอใจของลูกค้า และจะต้องทำอยู่ตลอดเวลาทั้งนี้เพราะระดับความพอใจของลูกค้านั้นมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น และแปรเปลี่ยนตามค่านิยมตลอดเวลา การที่จะทำให้การบริการเป็นที่พอใจจึงจำเป็นจะต้องมีการนำความต้องการของการให้บริการมาพิจารณาเพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการ

คุณภาพ หมายถึง ความพอใจของลูกค้าผู้ใช้หรือผู้บริโภค หรือสิ่งที่ใช้อย่างเหมาะสม

1. ความรวดเร็วถูกต้อง
2. ความเชื่อถือ
3. ความต่อเนื่องของบริการที่ให้
4. ความเพียงพอของบริการที่ให้
5. ความปลอดภัยและทันสมัย
6. ความยุติธรรมและความเท่าเทียมกันของบริการที่ให้
7. รูปแบบการบริการที่ดี
8. ราคาบริการเหมาะสม

กล่าวโดยสรุปคุณภาพการบริการคือ คุณลักษณะเฉพาะของการบริการที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าที่มีเกณฑ์หรือระดับการพิจารณาที่แตกต่างกัน โดยเป้าหมายของคุณภาพการบริการก็คือ สามารถตอบสนองความคาดหวังได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าสูงสุด

2.2 โมเดลคุณภาพของการบริการ (Service-quality model)

ศิวิรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546 : 438) กล่าวว่า Parasuraman, Zeithaml และ Berry ได้กำหนดโมเดลคุณภาพการให้บริการ ซึ่งเน้นความสำคัญที่การส่งมอบคุณภาพการให้บริการที่คาดหวัง ซึ่งเป็นสาเหตุให้การส่งมอบบริการไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งแสดงช่องว่าง 5 ประการดังนี้

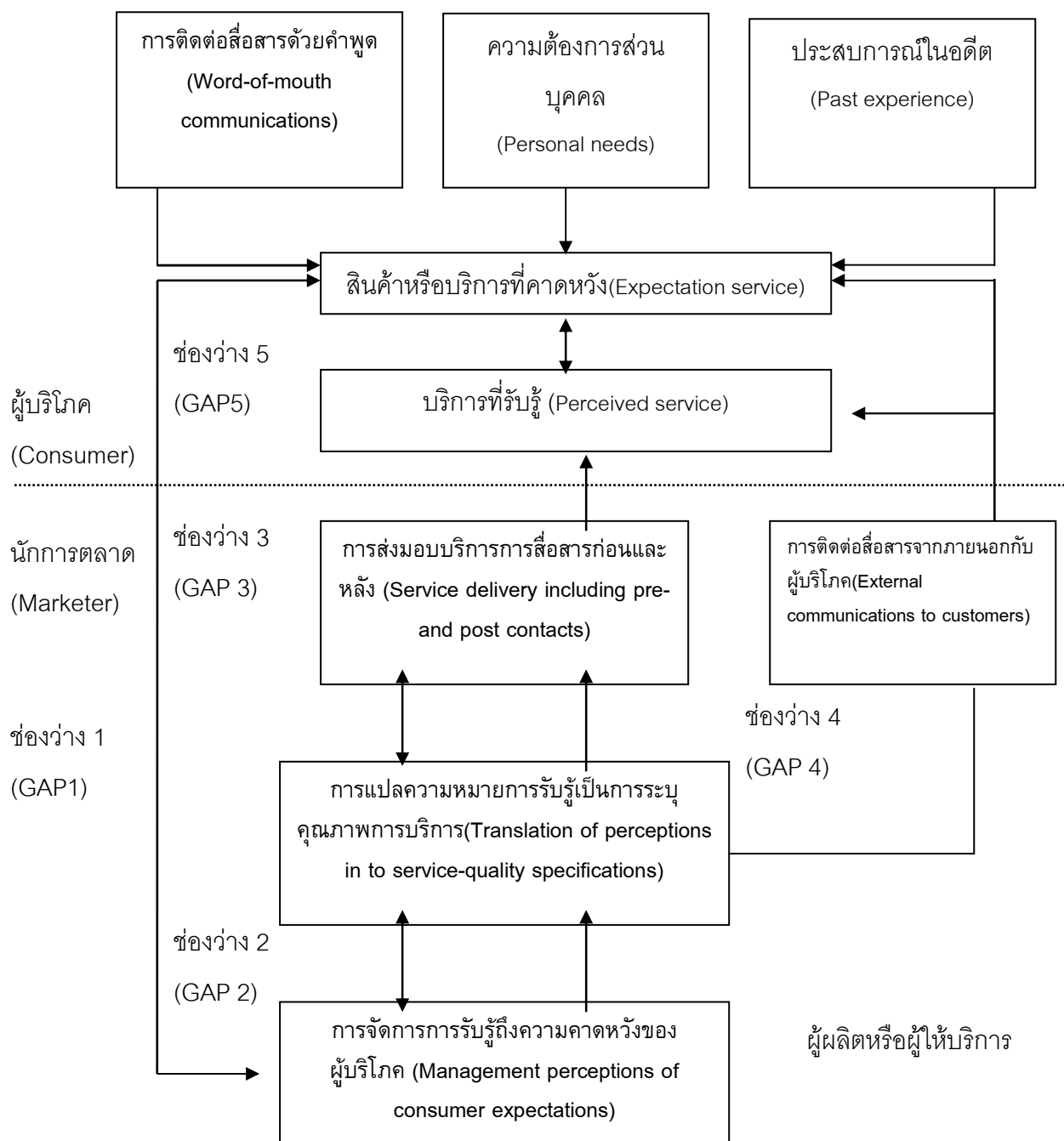
1) ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภค และการรับรู้ของฝ่ายบริหาร (Gap between Consumer Expectation and Management Perception) จะเกิดขึ้นได้เมื่อฝ่ายบริหารไม่สามารถรับรู้ได้อย่างถูกต้องเกี่ยวกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้จากธุรกิจให้บริการนั้น

2) ช่องว่างระหว่างการรับรู้ของฝ่ายบริหาร และข้อกำหนดคุณภาพในการให้บริการ (Gap between Management Perception and Service – Quality Specifications) จะเกิดขึ้นได้เมื่อฝ่ายบริหารอาจจะรับรู้ความต้องการของลูกค้าแต่ไม่ได้กำหนดมาตรฐานการทำงานที่เฉพาะเจาะจง เช่น บอกให้ทำงานเร็ว แต่ไม่ได้บอกระยะเวลาไว้

3) ช่องว่างระหว่างลักษณะคุณภาพการให้บริการ และการส่งมอบบริการ (Gap between Service – Quality Specifications and Service Delivery) จะเกิดขึ้นได้เมื่อพนักงานไม่ได้รับการฝึกอบรมทำให้ไม่สามารถทำงานให้สอดคล้องกับมาตรฐาน หรือบางครั้งมีความสับสนในมาตรฐานของงานแต่ละงานได้ เช่น ควรให้เวลาในการคอยรับฟังลูกค้าหรือรับบริการให้เสร็จอย่างรวดเร็ว

4) ช่องว่างระหว่างการส่งมอบบริการ และการติดต่อสื่อสารภายนอก (Gap between Service Delivery and External Communications) ความคาดหวังของผู้บริโภคจะเป็นผลมาจากคำพูดของตัวแทนขาย และการโฆษณาของบริษัท การสื่อสารกับภายนอก เพื่อสร้างภาพลักษณ์จะมีผลกระทบต่อความคาดหวังของลูกค้า

5) ช่องว่างระหว่างบริการที่รับรู้และบริการที่คาดหวัง (Gap between Perceived Service and Expected Service) ลูกค้าจะทำการเปรียบเทียบบริการที่รับรู้กับบริการที่คาดหวังถ้าบริการที่รับรู้ต่ำกว่าบริการที่คาดหวังลูกค้าจะไม่พึงพอใจ ถ้าบริการที่รับรู้สูงกว่าบริการที่คาดหวังลูกค้าจะพึงพอใจ และใช้บริการซ้ำอีก



ภาพประกอบ 2 แสดงโมเดลคุณภาพการบริการ (Service Quality Mode) (Parasuraman, Zeithaml และ Berry. 1985 : 41-50 อ้างอิงใน Kotler 2003 : 456)

2.3 คุณภาพการให้บริการ (Service quality)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546 : 440) กล่าวว่าคุณภาพการให้บริการมีลักษณะ 10 ประการ ดังนี้

- 1) การเข้าถึงบริการ(Access) ต้องอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ เช่น เวลา สถานที่
- 2) การติดต่อสื่อสาร (Communication) การอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
- 3) ความสามารถ (Competence) บุคคลที่ให้บริการต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงาน
- 4) ความมีน้ำใจไมตรี (Courtesy) ยิ้มแย้ม แจ่มใส และมีท่าที่เป็นมิตรกับลูกค้าของพนักงานที่ให้บริการ
- 5) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ต้องสร้างให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่น และศรัทธาในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า
- 6) ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้องแม่นยำ
- 7) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว
- 8) ความมั่นคงปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตรายความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ ต้องให้ลูกค้ามั่นใจในความปลอดภัยของชีวิต ทรัพย์สิน และชื่อเสียง
- 9) การสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม (Tangible) ต้องทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนคุณภาพบริการได้ชัดเจน
- 10) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding / knowing Customer) ต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้า และสนใจที่จะตอบสนองความต้องการนั้น ๆ

กล่าวโดยสรุปเรื่องคุณภาพของการบริการ จากความหมายของคุณภาพบริการที่กล่าวข้างต้นนั้น ผู้ผลิตสินค้าและบริการควรนำมาเป็นพื้นฐานในการสร้างคุณภาพในการบริการให้กับสินค้าและบริการโดยนำมาพิจารณาร่วมกับ โมเดลคุณภาพของบริการ เนื่องจากสามารถส่งมอบคุณภาพการบริการที่ลูกค้าคาดหวังได้ เพราะจะทำให้เห็นถึงสาเหตุที่การส่งมอบบริการไม่ประสบความสำเร็จ โดยช่องว่างทั้ง 5 ประการ ในกรณีการบริการระบบตอบรับอัตโนมัติ(IVR) ของธนาคารกสิกรไทย ผู้ให้บริการระบบต้องค้นหาสาเหตุของการทำให้การให้บริการไม่ประสบความสำเร็จ ความไม่พอใจ ความไม่สะดวก ความสับสน หรือสาเหตุที่ลูกค้าไม่สามารถทำธุรกรรมในระบบตอบรับอัตโนมัติได้และสามารถเติมเต็มช่องว่างเหล่านั้นให้หายไปโดยเปลี่ยนมาทำให้เกิดคุณภาพในการให้บริการแทนโดยอาจจะใช้วิธีการสร้างลักษณะของคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ประการจาก 10 ประการข้างต้น คือในเรื่องของ การเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร ความสามารถ การตอบสนองลูกค้า และ ความมั่นคงปลอดภัย เพื่อแก้ไขปัญหาให้ตรงจุดมากที่สุด เพื่อให้เกิด

คุณภาพและความพึงพอใจสูงสุดในการให้บริการ จนส่งผลให้ลูกค้าประทับใจและอยากใช้งานระบบตอบรับอัตโนมัติของธนาคารกสิกรไทยมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อธนาคารเองในเรื่องของการลดปริมาณงาน และพนักงานรับสาย และผลดีต่อลูกค้าในเรื่องของความสะดวก และสามารถทำธุรกรรมทางการเงินเบื้องต้นได้ด้วยตนเอง

3.แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

3.1 ความหมายของการบริการ

คอตเลอร์ (Kotler. 2000 : 428) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการหมายถึง กิจกรรมหรือประโยชน์เชิงนามธรรมซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายให้กับอีกฝ่ายหนึ่งโดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้นๆ อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้

ไฮเซอร์ และ เรนเดอร์ (Herzer and Reader. 1999 : 12) กล่าวว่า การบริการ (Service) เป็นกิจกรรมด้านเศรษฐกิจ ซึ่งผลิตสินค้าที่ไม่มีตัวตน เช่น การศึกษา ความบันเทิง การเช่า การบริการงานของรัฐบาล การเงิน การบริการด้านสุขภาพ อสังหาริมทรัพย์ การประกัน และการบำรุงรักษา เป็นต้น

เลฟล็อก และ ไรท์ (Lovelock and Wright. 2546 : 4) ได้นิยามการให้บริการไว้ 2 วิธี ดังนี้ บริการเป็นปฏิกริยาหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการ (Process) อาจผูกพันกับตัวสินค้าก็ตาม แต่ปฏิบัติการก็เป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถครอบครองได้ และอีกนิยามคือ บริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหาคุณประโยชน์ (Benefits) ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ผู้บริการหรือผู้แทนนำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้

ราชบัณฑิตยสถาน (2538 : 463) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่าบริการไว้ดังนี้ บริการ (คำกริยา) หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ ให้ความสะดวกต่างๆ บริการ(คำนาม) หมายถึงการปฏิบัติรับใช้การให้ความสะดวก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 : 431) ได้กล่าวว่า การบริการ (Services) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า ซึ่งกล่าวถึงประเภทบริการ ลักษณะของบริการและการใช้เครื่องมือการตลาด กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ และการจัดการธุรกิจบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 : 18) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า การบริการหมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (intangible good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2539 : 6) ได้ให้ความหมายของ บริการ คือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ผลิตผลออกมาในรูปของเวลา สถานที่ รูปแบบ หรือสิ่งที่ประเทืองเอื้ออำนวยทางจิตวิทยา

กล่าวโดยสรุปคุณภาพการบริการคือ คุณลักษณะเฉพาะของการบริการที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าที่มีเกณฑ์หรือระดับการพิจารณาที่แตกต่างกัน โดยเป้าหมายของคุณภาพการบริการก็คือ สามารถตอบสนองความคาดหวังได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าสูงสุด

3.2 หลักการให้บริการ

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

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่กล่าวคือ ประโยชน์และการบริการองค์กรส่งให้นั้น ต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่หรือทั้งหมดมิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยเฉพาะมีฉะนั้นจะไม่ได้ประโยชน์สูงสุดในการอำนวยประโยชน์และบริการ และยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้นๆด้วย
2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการต้องต่อเนื่องสม่ำเสมอ มิใช่ทำๆหยุดๆตามความพอใจของผู้ให้บริการหรือผู้ปฏิบัติงาน
3. หลักความเสมอภาคบริการที่จัดให้นั้นต้องให้ผู้รับบริการอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกันไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใด ในลักษณะต่างจากกลุ่มคนอื่นๆอย่างเห็นได้ชัด
4. หลักความประหยัดค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ
5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้ให้บริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติง่าย สะดวกสบายสิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มาก และไม่เป็นการยุ่งยากใจแก่ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการมากเกินไป

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

1. ธุรกิจบริการต้องมีนโยบายบริการที่ดี นโยบายนี้รวมถึง ปรัชญาการให้บริการและความมุ่งมั่นที่จะสร้างความพอใจและความสุขให้แก่ลูกค้า และแฝงไว้ด้วยการให้เกียรติแก่ลูกค้า และการให้ความสำคัญแก่สถานที่ห้องน้ำ และบรรยากาศในการต้อนรับลูกค้าให้สมเกียรติ และสำหรับพนักงานให้มีสถานที่ที่ทำงานส่วนตัวได้โดยไม่รบกวนลูกค้า ซึ่งจะต้องจัดงบประมาณให้เหมาะสม
2. ธุรกิจบริการต้องมีระบบการให้บริการที่ดี หมายถึง ระบบเกี่ยวกับการวางตัว และกิริยาท่าทางตลอดจนทัศนคติที่พนักงานพึงมีต่อลูกค้า ระบบเกี่ยวกับวิธีการทำงานทุกอย่าง ไม่ว่า

จะเป็นหน้าที่งานด้านการต้อนรับ การรักษาความสะอาด การอธิบาย การให้ข้อมูล หรือการตอบคำถามของลูกค้า การตกแต่งสถานที่ และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าซึ่งจะต้องกำหนดมาตรฐานให้ชัดเจน ระบบเกี่ยวกับการให้อำนาจพนักงานหรือผู้บริหารได้พิจารณาและตัดสินใจในการทำงาน ซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากวิธีการทำงานตามปกติ เพื่อแก้ไขปัญหาในสถานการณ์พิเศษ ซึ่งอาจจะต้องให้บริการหรือตามความคาดหวังของลูกค้า ระบบเกี่ยวกับการพูดจา ที่มีการทักทายลูกค้าและการกล่าวขอบคุณเพื่อให้เกียรติแก่ลูกค้า ตลอดจนถ้อยคำที่จะต้องพูดระหว่างที่ให้บริการลูกค้า ระบบเกี่ยวกับการจำชื่อของลูกค้า และทักทายลูกค้าด้วยชื่อของเขา ตลอดจนกริยาท่าทางที่นอบน้อมและไหว้ลูกค้าเพื่อให้เกียรติระบบเกี่ยวกับการรับฟังและสังเกตความต้องการของลูกค้าและพยายามตอบสนองและจดจำหรือบันทึกไว้ในคอมพิวเตอร์เพื่อให้บริการในครั้งต่อไป และระบบการวิจัยความเห็นของลูกค้าที่กระทำสม่ำเสมอเพื่อจะได้ปรับตัวตาม

3. ธุรกิจบริการต้องมีคนให้บริการที่ดี หมายถึงตั้งแต่การคัดเลือกบุคคลที่มีลักษณะที่เหมาะสมกับงานบริการ เช่น มีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกที่เป็นมิตรและอบอุ่น มีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ให้บริการ ตามด้วยระบบการอบรมที่ดีหมายถึงหลักสูตรการฝึกอบรมที่ชี้ให้เห็นบทบาทของผู้ให้บริการที่ชัดเจนไม่ว่าจะเป็นกริยา ท่าทาง สีหน้า การพูด น้ำเสียง และบทพูดในการให้บริการ การฝึกอบรมในห้องเรียน และการฝึกปฏิบัติรวมถึงระบบพี่เลี้ยงซึ่งทำให้พนักงานเกิดความคุ้นเคยและมีความชำนาญ

3.3 ลักษณะของธุรกิจและงานบริการ

เพทาย แก้วประสิทธิ์ (2539 : 5-10) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับงานบริการดังนี้

1. งานบริการเป็นงานที่มีการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมกัน คือ ไม่อาจกำหนดความต้องการที่แน่นอนได้ขึ้นอยู่กับผู้ใช้บริการว่าต้องการเมื่อใดและต้องการอะไร
2. งานบริการเป็นงานที่ไม่อาจกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าได้ การมาใช้บริการหรือไม่ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขในการใช้บริการ การกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าจึงไม่อาจทำได้ นอกจากการคาดคะเนความน่าจะเป็นเท่านั้น
3. งานบริการเป็นงานที่ไม่มีตัวสินค้า ไม่มีผลผลิต สิ่งที่ใช้บริการจะได้ คือ ความพึงพอใจ ความรู้สึกคุณค่าที่ได้มาใช้บริการ ดังนั้นคุณภาพของงานจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก
4. งานบริการเป็นงานที่ต้องการการตอบสนองในทันทีที่ผู้ใช้บริการต้องการให้ลงมือปฏิบัติในทันที ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องพร้อมที่จะตอบสนองตลอดเวลา

3.4 กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546 : 434) กล่าวว่า ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) หรือ 4 P's เช่นเดียวกับสินค้า (ดังภาพประกอบ 3) ซึ่งประกอบด้วย

1) ผลิตภัณฑ์ (Product)

2) ราคา (Price)

3) การจัดจำหน่าย (Place)

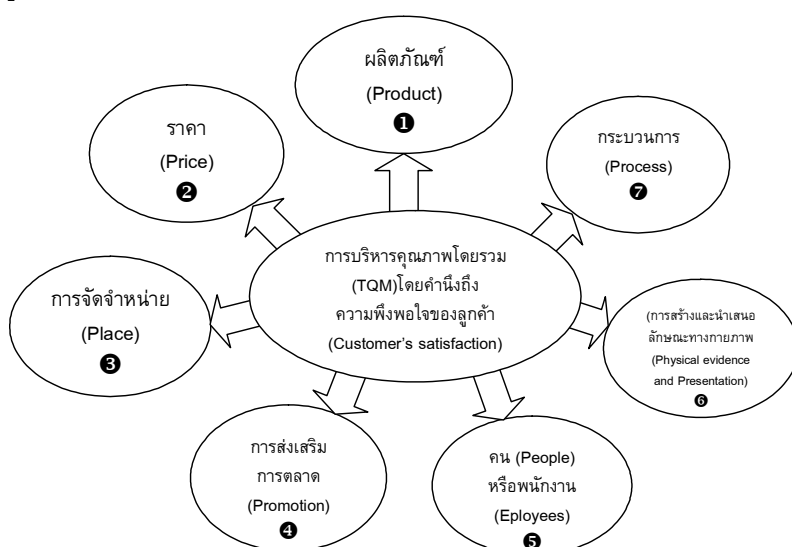
4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

และนอกจากนั้นแล้วยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆเพิ่มเติม ประกอบด้วย

5) บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างกัน เนื้อหาแข่งขัน พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

6) ต้องมีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management (TQM)) ตัวอย่างโรงแรมต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ

7) มีกระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า (Customer Satisfaction)



ภาพประกอบ 3 แสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Tools for Services) ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546 : 434)

คอตเลอร์ (Kotler.1997) กล่าวว่า กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Strategies for Service Firms) จำเป็นต้องใช้เครื่องมือ ทั้งการตลาดภายใน (Internal Marketing) ซึ่งองค์กรต้องอาศัยพนักงานเข้าช่วยและต้องอาศัยการตลาดภายนอก (External

Marketing) โดยการสื่อสารกับลูกค้าและการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย (Interaction Marketing) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การตลาดภายใน (Internal Marketing) การตลาดภายในขององค์กรจะรวมถึงการฝึกอบรมและการจูงใจพนักงานที่ให้บริการในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารวมถึงพนักงานที่ให้การสนับสนุนการให้บริการโดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2) การตลาดภายนอก (External Marketing) เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้บริการลูกค้าในการจัดเตรียมการให้บริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการให้บริการแก่ลูกค้า

3) การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive Marketing) หมายถึง การสร้างคุณภาพบริการให้เป็นที่เชื่อถือเกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ซึ่งคุณภาพจะเป็นที่ยอมรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้าจะพิจารณาคุณภาพของการให้บริการโดยพิจารณาจากด้านต่าง ๆ ดังนี้

3.1 คุณภาพด้านเทคนิค (Technical Quality)

3.2 คุณภาพด้านหน้าที่ (Functional Quality)

3.3 คุณภาพด้านบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ก่อนซื้อ (Search Quality)

3.4 คุณภาพด้านประสบการณ์ (Experience Quality) ที่ลูกค้าจะประเมินได้หลังซื้อ

3.5 คุณภาพด้านความเชื่อถือได้ว่าเป็นจริง (Credence Quality) ที่ลูกค้าจะประเมินได้หลังใช้บริการ

กล่าวโดยสรุปในเรื่องของการบริการแล้ว เนื่องจากบริการมีลักษณะเฉพาะของการบริการที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าที่มีเกณฑ์หรือระดับการพิจารณาที่แตกต่างกัน และในเมื่อโดยเป้าหมายของคุณภาพการบริการจะคล้ายกันก็คือ สามารถตอบสนองความคาดหวังได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าสูงสุด โดยระบบตอบรับอัตโนมัติของธนาคารก็มีหน้าที่การให้บริการเหมือนกันกับธนาคารอื่นๆทุกธนาคาร และเพื่อสร้างความแตกต่าง หรือจุดเด่นให้แก่ธนาคารกสิกรไทยในการบริการด้านระบบตอบรับอัตโนมัติต้องอาศัยหลักการบริการที่สำคัญทั้ง 5 ประการมาสร้างรูปแบบการบริการ หรือ เมนูที่สะดวก เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน และมีระบบความปลอดภัยที่แตกต่างกันไปจากธนาคารอื่นๆหรือ ตามความเหมาะสมของแต่ละลักษณะของธนาคารและงานบริการที่แตกต่างกันตามที่ได้กล่าวข้างต้น เพื่อให้การบริการระบบตอบรับอัตโนมัติของธนาคารกสิกรไทยได้รับความพึงพอใจจากลูกค้ามากกว่าธนาคารอื่นๆ เมื่อพิจารณาแล้วจึงสามารถสรุปหลักการตลาดสำหรับธุรกิจบริการของแต่ละรูปแบบธุรกิจ เช่น กลยุทธ์ 4P's มาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม ทำให้บริการนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุดอีกด้วย

4. ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารกสิกรไทย

บมจ.ธนาคารกสิกรไทย เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ.2488 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท และดำเนินการด้วยพนักงานชุดแรกเริ่ม จำนวน 21 คน ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งเป็นต้นมา ธนาคารสามารถเจริญเติบโตและก้าวหน้าในด้านสินทรัพย์, เงินฝาก, การขยายเครือข่ายสาขา และจำนวนพนักงานที่เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ณ 31 ธันวาคม 2549 ธนาคารมีสินทรัพย์จำนวน 936,691 ล้านบาท เงินฝาก 752,053 ล้านบาท เงินให้สินเชื่อ 673,890 ล้านบาท

ในด้านเครือข่ายของสาขา ณ 31 ธันวาคม 2549 มีสาขาในประเทศ จำนวน 568 สาขา โดยเป็นสาขากรุงเทพมหานคร และปริมณฑล 174 สาขา เป็นสาขาในส่วนภูมิภาคจำนวน 394 สาขา มีสาขาและสำนักงานตัวแทนต่างประเทศ จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ สาขาลอสแอนเจลิส, สาขาฮ่องกง, สาขาหมู่เกาะเคย์แมน, สาขาเซินเจิ้น, สำนักงานตัวแทนกรุงปักกิ่ง, สำนักงานตัวแทนนครเซี่ยงไฮ้ และสำนักงานตัวแทนเมืองคุนหมิง สาขาและสำนักงานตัวแทนในต่างประเทศเหล่านี้ให้บริการและส่งเสริมความสะดวกต่าง ๆ ในด้านการค้า การเงินระหว่างประเทศไทยและประเทศ คู่ค้าทั่วโลก

ภารกิจ

เครือธนาคารกสิกรไทย มุ่งมั่นพัฒนาสู่การเป็นสถาบันการเงินที่แข็งแกร่ง ที่สามารถให้บริการด้านการเงินที่หลากหลาย ด้วยคุณภาพมาตรฐานโลก โดยมีการผสมผสานการใช้เทคโนโลยีและทรัพยากรมนุษย์ ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุผลที่ดีและเป็นธรรม ต่อลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน และประเทศไทย

คุณค่าที่ธนาคารมุ่งหวัง

- คุณค่าที่ธนาคารมุ่งหวัง
- ให้ความสำคัญสูงสุดต่อการสร้างความพอใจของลูกค้า
- เชื่อมมั่นในการทำงานร่วมกัน
- อุทิศตนทำงานอย่างมืออาชีพ โดยมีคุณธรรม
- ยึดมั่นในหลักการ ระเบียบวินัยการปฏิบัติงานที่ดี
- พร้อมตอบสนองในทุกสถานการณ์

วิสัยทัศน์

เครือธนาคารกสิกรไทยมุ่งมั่นเป็นสถาบันการเงินที่มั่นคงที่สุด ที่ริเริ่มในสิ่งใหม่ และกระทำทุกวิถีทางเพื่อเป็นสถาบันการเงินไทยที่ให้บริการอย่างดีที่สุดแก่ลูกค้า

พนักงานและเครือข่ายบริการ

ธนาคารเล็งเห็นคุณค่าของพนักงานในทุกระดับชั้น มุ่งสร้างเสริมให้พนักงานได้ทำงานอย่าง มีคุณค่า ปริมาณพนักงานที่ลดลงเมื่อเทียบกับจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้น แสดงถึงประสิทธิภาพ การทำงานที่สูงขึ้น จุดบริการเครื่องเอทีเอ็มที่หลากหลายและกระจายอยู่ในทุกจุดทั่วพื้นที่ก็ เพื่อมุ่งหวังที่จะให้ความสะดวกสูงสุดแก่ลูกค้า

จำนวนพนักงานทั้งหมด รวมถึงพนักงานที่ปฏิบัติงานที่สำนักงานใหญ่ สาขาในประเทศ สาขาต่างประเทศ และสำนักงานตัวแทนในต่างประเทศ พนักงานทั้งหมด 11,219 คน จำนวนสาขาทั้งหมด 568 สาขา และจำนวนตู้เอทีเอ็มทั้งหมด 3,130 ตู้

บริการของธนาคารกสิกรไทยมีหลายรูปแบบดังนี้

- 1) คอนแทกเซ็นเตอร์
- 2) สาขาและจุดให้บริการ
- 3) อินเทอร์เน็ต
- 4) เครื่องให้บริการอัตโนมัติ
- 5) จุดแลกเปลี่ยนเงินตรา
- 6) หน่วยลูกค้าผู้ประกอบการ
- 7) ศูนย์ธุรกิจต่างประเทศ
- 8) โมบายโฟน

5. ความรู้เกี่ยวกับระบบคอลเซ็นเตอร์ (Call Center)

ระบบคอลเซ็นเตอร์เป็นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศประเภทหนึ่งที่เข้ามาช่วยแก้ปัญหาในเรื่องของการไม่ได้รับความสะดวกของลูกค้า อาทิ การไม่รู้ว่าจะติดต่อกับใครในองค์กรนั้นๆ การโอนสายไปมาภายในองค์กร การไม่ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง การที่ต้องเสียเวลารอคอยเวลานาน เนื่องจากผู้ที่รับผิดชอบไม่อยู่ที่โต๊ะทำงาน หรือแม้แต่การต้องเสียเงินค่าโทรศัพท์ที่จะต้องติดต่อมาหลายครั้งกว่าจะได้รับคำตอบในเรื่องเดิม นอกจากนั้นการที่ให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในส่วนงานต่างๆ ต้องคอยบริการตามคำถามซ้ำๆ บ่อยๆ ก็เป็นสิ่งที่บั่นทอนประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเช่นเดียวกัน เพราะแทนที่จะเอาเวลาไปทำงานอย่างอื่นที่มีคุณค่ามากกว่า ดังนั้นคอลเซ็นเตอร์จึงกลายเป็นคำตอบของการรวมเอาบริการความช่วยเหลือลูกค้ามาไว้ในที่เดียวกัน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพคุณภาพ และความปลอดภัยในข้อมูลบางอย่างที่อาจจะเป็นความลับขององค์กรและลูกค้า

หน้าที่ของระบบคอลเซ็นเตอร์

ผู้ดูแลลูกค้า (Customer Core) การที่พนักงานคอยให้ข้อมูลลูกค้า การให้คำแนะนำในกรณีที่ลูกค้าพบปัญหา การรับ-จ่าย และกระจายงาน การสำรวจความพึงพอใจด้านการ

บริการ การรับเรื่องร้องเรียน การฟังความเห็นเกี่ยวกับปัญหา ข้อขัดข้อง นอกจากนั้นบางองค์กรยังใช้คอลเซ็นเตอร์ในการเร่งรัดหนี้สินด้วย

เจ้าหน้าที่ขาย (Sales) การที่พนักงานทำหน้าที่ในการขายหรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่องค์กรจำหน่าย เช่น แนะนำสินค้าและบริการ แจ้งข่าวสารกรณีมีการส่งเสริมการขายใหม่ๆ ในช่วงเวลานั้น การรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ จนถึงการขายสินค้าทางโทรศัพท์ ในหลายองค์กรพบว่า สามารถทำยอดขายได้ไม่น้อยจากช่องทางนี้

การตลาด (Marketing) ในบางองค์กรสามารถใช้ทักษะความสามารถของเจ้าหน้าที่ผสมผสานกับเทคโนโลยีที่สนับสนุนในการทำการตลาด อาทิ การสำรวจข้อมูลทางโทรศัพท์ในหลายองค์กร

6. ความรู้เกี่ยวกับระบบตอบรับอัตโนมัติ (IVR : Interactive Voice Response)

ระบบบริการข้อมูลจากฐานข้อมูลเป็นเสียง (Interactive Voice Response :IVR) หรือที่นิยมเรียกกันทั่วไปว่า ระบบตอบรับโทรศัพท์อัตโนมัติ ระบบนี้จะเป็นลักษณะของการโต้ตอบข้อมูลด้วยเสียง ระหว่างผู้ใช้บริการหรือผู้โทรเข้ากับเครื่องโทรศัพท์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับ การค้นหาข้อมูลตัวเลขหรือข้อความในฐานข้อมูลมาแสดง โดยผู้ใช้บริการ จะต้องกดรหัสประจำตัว หรือ Password หรือ ตัวเลขต่างๆ บนแป้นโทรศัพท์ เพื่อทำการเลือกรายการที่ต้องการ และระบบจะทำการแปลงสัญญาณนั้น ไปค้นหาในฐานข้อมูล (Database) เพื่อเรียกข้อมูลมาแสดงเป็นเสียง

ระบบบริการข้อมูลจากฐานข้อมูลเป็นเสียง (Interactive Voice Response : IVR)เป็นระบบที่ใช้สำหรับลดปริมาณงานที่ Agent จะได้รับ หรือเป็นการเพิ่มขีดความสามารถของ ระบบ Contract Center โดยทั้งหมดนี้จัดเป็นระบบบริการลูกค้าแบบอัตโนมัติ ซึ่งจะต่อเข้ากับ PBX และต่อเข้ากับระบบฐานข้อมูลภายใน เมื่อผู้ใช้บริการโทรเข้ามายังระบบคอลเซ็นเตอร์ส่วนใหญ่จะได้ยินเสียงตอบรับโดย ระบบตอบรับอัตโนมัติ เพื่อให้บริการพื้นฐานแก่ลูกค้า ก่อน ตัวอย่างเช่น การสอบถามยอดเงินในบัญชีของธนาคาร การรับปรึกษา และให้คำแนะนำต่างๆ หรือ การสอบถามผลการเรียน เป็นต้น หลังจากนั้นถ้าผู้ใช้บริการต้องการคุยกับพนักงาน ก็สามารถโอนสายไปยังเจ้าหน้าที่ หรือพนักงานรับสายได้

บริการด้านการดูแลลูกค้า บริการตอบคำถาม, ให้ข้อมูลทั่วไป, ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ บริการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการชำระค่าบริการ, การตอบคำถาม เกี่ยวกับใบแจ้งหนี้ บริการรับลงทะเบียน/รับจองที่นั่ง งานสัมมนา การจัดอบรม บัตรชมการแสดง คอนเสิร์ต หรือ มหรสพต่างๆ บริการติดตามทวงถามยอดค้างชำระค่าสินค้า ค่าใช้บริการ และการเร่งรัดหนี้สิน บริการรับแจ้งเสีย/ แจ้งซ่อมสินค้า บริการรับเรื่องร้องทุกข์ เรื่องร้องเรียน ความคิดเห็น และปัญหาข้อขัดข้อง บริการด้านการสนับสนุนการขายและการตลาด การแนะนำสินค้าและบริการ, การแจ้งรายการส่งเสริมการขาย การรับออเดอร์/คำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ การเสนอขายสินค้าทางโทรศัพท์ การสำรวจ

ข้อมูลทางโทรศัพท์ การจูงใจลูกค้าให้กลับมาใช้บริการ เช่น การเสนอเงื่อนไขพิเศษสำหรับลูกค้าเก่า บริการด้านการจัดระบบและงานธุรการ การจัดหาอุปกรณ์ และนำเสนอระบบงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคอลเซ็นเตอร์ การเป็นที่ปรึกษาด้านการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า การวางระบบศูนย์บริการลูกค้า การจัดฝึกอบรมหลักสูตรเกี่ยวข้องกับลูกค้าสัมพันธ์

ระบบบริการข้อมูลจากฐานข้อมูลเป็นเสียง (Interactive Voice Response : IVR) หรือที่นิยมเรียกกันทั่วไปว่า ระบบตอบรับโทรศัพท์อัตโนมัติ ระบบนี้จะเป็นลักษณะของการโต้ตอบข้อมูลด้วยเสียง ระหว่างผู้ใช้บริการหรือผู้โทรเข้ากับเครื่องโทรศัพท์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับ การค้นหาข้อมูล ตัวเลขหรือข้อความในฐานข้อมูลมาแสดง โดยผู้ใช้บริการ จะต้องกดรหัส ประจำตัว หรือ Password หรือ ตัวเลขต่างๆ บนแป้นโทรศัพท์ เพื่อทำการเลือกรายการ ที่ต้องการ และระบบจะทำการแปลงสัญญาณนั้น ไปค้นหาในฐานข้อมูล (Database) เพื่อเรียกข้อมูลมาแสดงเป็นเสียง ระบบบริการข้อมูลจากฐานข้อมูลเป็นเสียง (Interactive Voice Response : IVR) เป็นระบบที่ใช้สำหรับลดปริมาณงานที่พนักงานรับสายจะได้รับ หรือเป็นการเพิ่มขีดความสามารถของ ระบบคอลเซ็นเตอร์ โดยทั้งหมดนี้จัดเป็นระบบบริการลูกค้าแบบอัตโนมัติ ซึ่งจะต่อเข้ากับ PBX และต่อเข้ากับระบบฐานข้อมูลภายใน เมื่อผู้ใช้บริการโทรเข้ามายังระบบคอลเซ็นเตอร์ ส่วนใหญ่จะได้ยินเสียงตอบรับโดย ระบบตอบรับอัตโนมัติ เพื่อให้บริการพื้นฐานแก่ลูกค้า ก่อน ตัวอย่างเช่น การสอบถามยอดเงินในบัญชีของธนาคาร การรับปรึกษา และให้คำแนะนำต่างๆ หรือ การสอบถามผลการเรียน เป็นต้น หลังจากนั้นถ้าผู้ใช้บริการต้องการคุยกับพนักงาน ก็สามารถโอนสายไปยังเจ้าหน้าที่ หรือพนักงานรับสาย ได้ ระบบคอมพิวเตอร์โทรเลขโฟน อินทิเกรชั่น (Computer Telephony Integration) หรือที่นิยมเรียกกันทั่วไปว่า ระบบโทรศัพท์ตอบรับแบบอัตโนมัติ เป็นเทคโนโลยีอันทันสมัยที่ได้รับการพัฒนา และถูกนำมาใช้เพิ่มศักยภาพด้านการบริการขององค์กรธุรกิจชั้นนำของโลก เป็นการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วย ในงานด้านโทรศัพท์และแฟกซ์ เพื่อให้ระบบการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น อาทิเช่น รองรับงานด้าน การให้บริการข้อมูลผ่าน ระบบโทรศัพท์และแฟกซ์อัตโนมัติ ตลอด 24 ชั่วโมง ,การรับและโอนสาย โทรศัพท์อย่างชาญฉลาด ตลอดจน การรับฝากข้อความเสียง (Voicemail) ที่มีประสิทธิภาพสูง ในปัจจุบันหลายองค์กรหันมาให้ความสำคัญกับ ระบบตอบรับโทรศัพท์อัตโนมัติ (Computer Telephony Integration :CTI) และ ระบบคอลล์เซ็นเตอร์ (Call Center) หรือศูนย์ บริการตอบรับข้อมูลทางโทรศัพท์ กันมากขึ้น เพื่อต้องการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ โดยการ อำนวยความสะดวกสบายด้านการติดต่อสื่อสาร การนำเสนอบริการที่ตรงความต้องการและดีที่สุดให้แก่ลูกค้า และที่สำคัญ เทคโนโลยีดังกล่าว ทำให้ระบบการสื่อสารขององค์กร เกิดความคล่องตัวสามารถประหยัด ค่าใช้จ่ายและลดเวลาที่เกิดจากการทำงานซ้ำซ้อน เสริมภาพพจน์ของความเป็นมืออาชีพ ตลอดจนการสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ดังนั้น เทคโนโลยี CTI และระบบคอลเซ็นเตอร์ ถือเป็นการลงทุนด้านการจัดการ ที่มีประสิทธิภาพ ให้ผลคุ้มค่าและสามารถสร้างผลตอบแทนได้ในระยะยาว

7. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพลินจิตร์ รุ่งศรีวัฒนา(2547,บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการระบบคอลล์เซ็นเตอร์ของโรงพยาบาลนคร อีจีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชน ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อการใช้บริการระบบคอลล์ เซ็นเตอร์ จะใช้วิธีการโทรศัพท์เข้ามายังศูนย์ที่ให้บริการ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ค่อนข้างต่ำ อีกทั้งเมื่อเปรียบเทียบกับบริการที่จะต้องเสียเวลาในการเดินทางล่วงหน้าและความสะดวกสบายในการจองนั้น จะให้ผลที่คุ้มค่ากว่า ในระบบ คอลล์ เซ็นเตอร์นั้นพนักงานที่รับสาย มีการให้บริการด้วยน้ำเสียงที่สุภาพ และให้คำอธิบายที่ชัดเจน มีการกล่าวคำขออภัย เมื่อถูกต่อว่า มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ การบริการและข้อมูลข่าวสาร รวมถึง Promotion ต่างๆ ผู้บริโภคสามารถสอบถามถึงสิทธิประโยชน์ ส่วนลดต่างๆ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ได้ด้วยตนเองหรือจากเจ้าหน้าที่ ซึ่งทำได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว และสามารถสอบถามได้ตลอดเวลา และยังบอกถึงข้อมูลที่ต้องการติดต่อ ได้อย่างถูกต้อง ทำให้รู้สึกว่าเป็นคนที่ทันสมัย ทันต่อเทคโนโลยี และลูกค้ายังต้องการให้พนักงานในระบบได้มีการสรุป ทบทวนความต้องการของลูกค้าก่อนปิดการสนทนา และสำหรับทัศนคติของผู้บริโภคด้านการประชาสัมพันธ์ในระบบตอบรับอัตโนมัติ(IVR)นั้น มีเนื้อหาที่กระชับและสามารถเข้าใจง่าย และไม่ว่าทางโรงพยาบาลนครจะทำการปรับปรุงคุณภาพและพัฒนาบุคลากรให้มีการบริการที่ดีเท่าใดก็ตาม ความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการจะจองตัวชมภาพยนตร์ยังเท่าเดิม

รัตนภรณ์ มั่นทะกะ(2549,บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Call Center) ของอัสซีในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ด้านความสะดวกที่ให้บริการ จุดสำคัญของการบริการคือ ความทันทีทันใด เมื่อลูกค้ามีปัญหาต้องแก้ไขได้ทันที รวดเร็ว ด้านการประสานงานของบริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านการติดต่อกลับเพื่อแจ้งความคืบหน้าของปัญหาเดิมที่แจ้งไว้มากที่สุด ด้านอรรถาธิบายความสนใจของผู้ให้บริการ ลูกค้ามีความต้องการได้รับการที่ดี ตั้งแต่เริ่มบทสนทนา การกล่าวทักทายสวัสดิ์พร้อมทั้งแนะนำชื่อของพนักงาน การให้บริการด้วยน้ำเสียงที่สุภาพ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ลูกค้าพึงพอใจมากเนื่องจากหัวข้อการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอัตโนมัติ(IVR) การแจ้งบอกข้อมูลสินค้าหรือบริการใหม่ๆ และสิทธิประโยชน์ต่างๆที่จะได้รับ ไม่แตกต่างจากศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Call Center) ระบบอื่น

นพพร พลายวงษ์ (2544, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนบริการลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม โดยทำการเก็บข้อมูลรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม จำนวน 230 คน ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในบริการของธนาคารอยู่ในระดับพอใจมาก โดยในภาพรวมลูกค้ามีระดับคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจสูงที่สุดในด้านความน่า

เชื่อมั่นในความรู้และอรรถาธิบายไม่ตรี และต่ำที่สุดในด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุ อาชีพ รายได้ และระยะเวลาในการเป็นลูกค้า ไม่ใช่ปัจจัยที่ความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในการบริการ ส่วนเพศที่แตกต่างกัน และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของการบริการ โดยเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริการ ด้านความไว้วางใจในการปฏิบัติงาน ด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือในความรู้และอรรถาธิบายไม่ตรี และด้านการเข้าใจถึงความรู้สึกและความต้องการโดยลูกค้าเพศหญิงมีระดับคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจที่ต่ำสุดทุกด้าน สำหรับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริการต่างกันในด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และ ความน่าเชื่อถือในความรู้และอรรถาธิบายไม่ตรี โดยลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจที่ต่ำสุดด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระดับคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจที่ต่ำสุดในด้านความน่าเชื่อถือในความรู้และอรรถาธิบายไม่ตรี

พนิดา ชื้อสัตย์สกุลชัย (2546 , บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อพนักงานในด้านบุคลิกภาพที่มีต่อการให้บริการลูกค้าทั้ง 6 ด้านคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า ด้านบุคลิกภาพ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อพนักงานเคาน์เตอร์ ของธนาคารเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ยกเว้นด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์อยู่ในระดับสูง และ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ยกเว้นด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์อยู่ในระดับสูง เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ แต่สำหรับด้านระยะเวลาการเป็นลูกค้าที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สุกัญญา ใบเจริญ (2540 , บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคค่า) พบว่า ลูกค้าธนาคารออมสินสาขาขอนแก่น (ภาคค่า) มีความพึงพอใจในระดับมากต่อการให้บริการในด้านพนักงาน และการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการให้บริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ

ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อการให้บริการด้านสถานประกอบการ และลูกค้าที่มีอาชีพและอายุต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียนมีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ ค้าขาย และอาชีพอื่นๆ ลูกค้าที่มีอายุ 7-15 ปี มีระดับความพึงพอใจ สูงกว่าผู้ที่มีอายุ 16 ปีขึ้นไป

โสภณ สรรพชลธาร (2541 , บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในระบบ “Re-engineering” ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขต 52 พบว่าในภาพรวม มีความพึงพอใจในระดับพอใจ และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจ ในด้านพนักงานสูงสุดรองลงไปคือ ความพึงพอใจด้านฝาก ถอน โอนและชำระเงิน ส่วนความพึงพอใจในด้านสินเชื่อ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่ำสุด และศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในระบบ “Re-engineering” พบว่า ในด้านสถานที่ ตัวแปรขนาดสาขาใหญ่ เล็ก และระดับสาขาจังหวัด อำเภอ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อ และด้านฝาก ถอน โอนและชำระเงิน ระยะเวลาการเป็นลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการในด้านพนักงาน เพศและอาชีพของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการ

ธัญวรัตน์ กฤษณรัตน์ (2542 , บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) หลังการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการปฏิบัติงานของสาขาพบว่าความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมอยู่ในระหว่างมากเมื่อพิจารณารายด้านทั้ง 3 ด้านอยู่ในระดับปานกลางและมากเรียงลำดับดังนี้ คือในด้านความทันสมัยของธนาคารในการให้บริการ ด้านความรวดเร็ว ของบริการ ด้านความเท่าเทียมกัน-ความเสมอภาคในการให้บริการ ตัวแปรภูมิหลังของลูกค้าคือ เพศ อายุ สถานภาพสมรส รายได้ ปัจจัยสภาพแวดล้อม ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านที่ตั้งของสถานที่ประกอบการด้านความสะดวกสบายที่ได้รับ ด้านความชัดเจนของข้อมูล และด้านระยะเวลาในการเป็นลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการ ส่วนระดับการศึกษา และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการของธนาคาร

คณานิป อัคราวัฒนา (2543 , บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง มีการใช้บริการด้านฝากเงินมากที่สุด รองลงมาคือด้านการโอนเงิน ประเภทบริการที่มีการใช้บริการน้อยที่สุด คือการบริการด้านธุรกิจต่างประเทศ ลูกค้าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการแบบนานๆ ครั้ง และมักจะมาใช้บริการในช่วงเที่ยงวัน ปัญหาที่พบจากการบริการมากที่สุด คือ เวลาในการบริการและที่จอดรถ ส่วนการรับข่าวสารของลูกค้าพบว่าได้รับข่าวสารจากบุคคลที่รู้จักมากที่สุด รองลงมาคือการรับข่าวสารจากพนักงานของธนาคาร จากผลการวิจัยปัจจัยประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ รายได้ และสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน กับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในด้านพนักงาน เวลา สถานที่ และการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่

0.05 พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในทุกด้าน อายุ และสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการให้บริการของธนาคารในด้าน เวลา รายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการของ ธนาคารในด้านเวลา สถานที่ และการบริการ อาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านการบริการ

อนุเทพ เบื้องบน (2544 , บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจการให้บริการของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขามอบตาพุต พบว่าการให้บริการของธนาคารแก่ ผู้ใช้บริการ 4 ประเภท คือ บริการด้านเงินสด บริการด้านสินเชื่อ บริการด้านบุคคล บริการด้านธุรกิจ ทั่วไป ผู้ใช้บริการจะมีการใช้บริการในระหว่างวันจันทร์ถึงวันศุกร์โดยเฉลี่ยพอๆกัน และจะใช้บริการ ในช่วงต้นเดือน แต่ลูกค้าของธนาคารยังเห็นว่าขั้นตอนในการให้บริการควรจะมีการปรับปรุง และยัง พบว่าความพึงพอใจในการให้บริการมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ใช้บริการ ประเภทของบริการ จำนวนเงินที่ใช้บริการในด้านสินเชื่อ ส่วนตัวแปรอื่นพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการ ให้บริการ ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้นคว้า คือ การปรับปรุงบุคลากรให้มีความเหมาะสมกับงาน ที่ให้บริการ ได้แก่ กริยามารยาท การติดต่อสื่อสารของพนักงาน ความรวดเร็วในการให้บริการ ลำดับขั้นตอนของการให้บริการ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจในการให้บริการที่ดีต่อลูกค้า

สุมาลี พรธณนิยม (2548 , บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจ ของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) รวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่มาใช้ บริการ ณ สำนักงานเขตนครหลวงทั้ง 7 สำนัก รวมแจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 399 ชุด วิเคราะห์ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าในเรื่องสาเหตุการมาใช้บริการ พบว่า ลูกค้าใช้บริการเนื่องจากสะดวก ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงานมากที่สุด พฤติกรรมการใช้บริการใน เรื่องจำนวนครั้งการมาใช้บริการ/เดือน พบว่า ลูกค้าใช้บริการ 1-2 ครั้ง/เดือน มากที่สุด พฤติกรรม การใช้บริการในเรื่องประเภทการใช้บริการ พบว่า ลูกค้ามาใช้บริการฝาก/ถอนมากที่สุด พฤติกรรม การใช้บริการในเรื่องระยะเวลาการเป็นลูกค้า พบว่า ระยะเวลาการเป็นลูกค้าตั้งแต่ 3-4 ปี มากที่สุด พฤติกรรมการใช้บริการในเรื่องช่วงระยะเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการ พบว่า ช่วงเวลาที่ลูกค้าใช้บริการ มากที่สุดคือ 11.31-13.00น. ลูกค้าที่ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) 4 ด้าน ได้แก่ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการการให้บริการ ด้านเครื่องมือ/เครื่องใช้และด้านอาคาร/สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก ลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงสุดและ รายได้แตกต่างกันมีระดับความพึง พอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน และ ลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการไม่แตกต่างกัน และ ลูกค้าที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการการในเรื่อง ระยะเวลาการเป็นลูกค้า แตกต่างกัน และมีพฤติกรรมการใช้บริการในเรื่องจำนวนครั้งในการใช้

บริการไม่แตกต่างกัน

5. ลูกค้าที่มาใช้บริการมีพฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ สาเหตุการใช้บริการ จำนวนครั้ง ในการใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ช่วงเวลาที่ลูกค้าใช้บริการ แตกต่างกันมีความพึงพอใจ ต่อการให้บริการของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย” โดยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population)

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ ลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยที่ทำการเปิดบัญชีธนาคารกสิกรไทยและเคยใช้บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงได้

กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยที่ทำการเปิดบัญชีและใช้บริการระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย จำนวน 385 คน

การกำหนดขนาดตัวอย่างจึงคำนวณจากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากร $n = Z^2 / 4e^2$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และให้ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน(กัลยา วาณิชย์ปัญญา, 2545:26) และการเลือกกลุ่มตัวอย่างมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง(Purposive Sampling) จากผู้ที่มาใช้บริการตามสาขาของธนาคารกสิกรไทย 12 สาขาได้แก่ ท่าพระ บางกะปิ บางแค บางนา ปทุมวัน ปิ่นเกล้า เพชรบุรีตัดใหม่ รามอินทรา รามคำแหง ลาดพร้าว ศรีนครินทร์ และสีลม เนื่องจากสาขาทั้ง 12 สาขา เป็นสาขาใหญ่ที่อยู่ในแหล่งชุมชนและแหล่งธุรกิจ

ขั้นที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดโควตา(Quota Sampling) คือเก็บกลุ่มตัวอย่างสาขาละ 32-33 คนจนครบจำนวนที่กำหนด

$$\begin{aligned}
 \text{ขนาดของตัวอย่างในแต่ละเขต} &= \frac{\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด}}{\text{จำนวนสาขาของธนาคารกสิกรไทย}} \\
 &= 385 / 12 \\
 &= 32.08 \text{ คน}
 \end{aligned}$$

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะเก็บตามสัดส่วนดังนี้

1. ธนาคารกสิกรไทยสาขา ท่าพระ	จำนวน	32 คน
2. ธนาคารกสิกรไทยสาขา บางกะปิ	จำนวน	32 คน
3. ธนาคารกสิกรไทยสาขา บางแค	จำนวน	32 คน
4. ธนาคารกสิกรไทยสาขา บางนา	จำนวน	32 คน
5. ธนาคารกสิกรไทยสาขา ปทุมวัน	จำนวน	32 คน
6. ธนาคารกสิกรไทยสาขา ปิ่นเกล้า	จำนวน	32 คน
7. ธนาคารกสิกรไทยสาขา เพชรบุรีตัดใหม่	จำนวน	32 คน
8. ธนาคารกสิกรไทยสาขา รามคำแหง	จำนวน	32 คน
9. ธนาคารกสิกรไทยสาขา รามอินทรา	จำนวน	32 คน
10. ธนาคารกสิกรไทยสาขา ลาดพร้าว	จำนวน	32 คน
11. ธนาคารกสิกรไทยสาขา ศรีนครินทร์	จำนวน	32 คน
12. ธนาคารกสิกรไทยสาขา สีลม	จำนวน	33 คน
รวม		385 คน

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม

ประกอบด้วยข้อมูล 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้ายกคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษาปัจจุบัน อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นคำถามแบบปลายปิดให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 5 ข้อ โดยมีลักษณะคำถามดังนี้

1. **เพศ** เป็นคำถามแบบมีคำตอบให้เลือก 2 ข้อ (Dichotomous Question) ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

2. **อายุ** เป็นคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multiple Choice Question) ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

3. **ระดับการศึกษาสูงสุด** เป็นคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multiple Choice Question) ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

4. **อาชีพ** เป็นคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multiple Choice Question) ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

5. **รายได้ต่อเดือน** เป็นคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multiple Choice Question) ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามในเรื่องของพฤติกรรมการใช้บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในเรื่องของ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง บริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุด และรูปแบบการให้บริการเมื่อโทรไปที่ระบบคอลเซ็นเตอร์มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิดให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 5 ข้อ โดยมีลักษณะคำถามดังนี้

1. **ความถี่ในการใช้บริการ** เป็นคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multiple Choice Question) ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
2. **ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ** เป็นคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multiple Choice Question) ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
3. **ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง** เป็นคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multiple Choice Question) ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
4. **บริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุด** เป็นคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multiple Choice Question) ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
5. **รูปแบบการให้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์** เป็นคำถามแบบมีคำตอบให้เลือก 2 ข้อ (Dichotomous Quotations) ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ ของธนาคารกสิกรไทย เป็นคำถามแบบ Likert Scale โดยแบ่งคำตอบเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่ความพึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย ไม่พึงพอใจ ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยแบ่งคำถามเป็น 5 ด้าน ดังนี้

- | | |
|--------------------------------------|-------------|
| 1. ด้านการเข้าถึงบริการ | จำนวน 3 ข้อ |
| 2. ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร | จำนวน 3 ข้อ |
| 3. ด้านความสามารถของพนักงาน | จำนวน 3 ข้อ |
| 4. ด้านการตอบสนองลูกค้า | จำนวน 3 ข้อ |
| 5. ด้านความมั่นคงปลอดภัย | จำนวน 3 ข้อ |

การกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ โดยใช้เกณฑ์การประเมิน ดังต่อไปนี้ (ชูศรี วงศ์จันทร์. 2544 : 25)

$$\text{อันตรภาคชั้น (Interval)} = \frac{\text{พิสัย (Rang)}}{\text{จำนวนชั้น (Class)}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ดังนั้นการอธิบายระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติ (IVR) ในระบบคอลเซ็นเตอร์ ของธนาคารกสิกรไทย ในการอธิบายผลดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ลูกค้ามีความพึงพอใจมากต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ลูกค้ามีความพึงพอใจปานกลางต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ลูกค้ามีความไม่พึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาลักษณะ รูปแบบ และวิธีการเขียนแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย แนวคิดทฤษฎี และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา
2. รวบรวมสาระและเนื้อหาต่างๆที่ได้จากเอกสาร งานวิจัย แนวคิดทฤษฎี และผลการวิจัยเพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย
3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบเสนอแนะและปรับปรุงแก้ไข
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม จากนั้นนำมาปรึกษากับคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา α (α – Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการติดต่อผู้บริหารของธนาคารกสิกรไทย เพื่อขออนุญาตในการแจกแบบสอบถามตามสาขาทั้ง 12 สาขา
2. นำแบบสอบถามไปดำเนินการให้ลูกค้าผู้ให้บริการจากทั้ง 12 สาขา ตอบแบบสอบถามโดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้
 - 2.1 ให้พนักงานต้อนรับแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ในช่วงที่รอคิวในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ
 - 2.2 พนักงานต้อนรับเก็บแบบสอบถามคืนเมื่อลูกค้ากรอกข้อมูลเสร็จแล้ว

4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ทำการตอบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมด มาดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
3. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกโดยใช้เครื่องมือคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลโดยโปรแกรม SPSS For Window ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
4. วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้า และ พฤติกรรมการใช้บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย โดยหาค่าความถี่และค่าร้อยละ
5. วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้า โดยหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
6. เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ ของธนาคารกสิกรของลูกค้ำ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบค่า t-test และระหว่างตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐานได้แก่

- 1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตรดังนี้ (อภินันท์ จันตานี . 2538 : 75)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ P แทน ร้อยละหรือ % (Percentage)

f	แทน	ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ
n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนประชากร

1.2 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา . 2544 : 36)

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

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

1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา . 2544 : 49)

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

เมื่อ	$S.D.$	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. วิเคราะห์หาความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Test of Reliability) โดยวิธีหาค่าคอนบัตแอลฟา (กัลยา วานิชย์บัญชา . 2538 : 125 – 126)

$$Cronbach's Alpha = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k - 1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	K	แทน	จำนวนคำถาม
	$\overline{\text{Covariance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
	$\overline{\text{Variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำถาม

ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียง 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สูตร Independent t – test (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541) ดังนี้

ในกรณีความแปรปรวน 2 กลุ่มไม่เท่ากัน $S_1^2 \neq S_2^2$ ใช้สูตร

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

ในกรณีความแปรปรวน 2 กลุ่มเท่ากัน $S_1^2 = S_2^2$ ใช้สูตร

$$t = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

เมื่อ	t	แทนค่า	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution
	$\overline{X}_1$	แทนค่า	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\overline{X}_2$	แทนค่า	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทนค่า	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทนค่า	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทนค่า	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทนค่า	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3.2 ANOVA (One – Way Analysis of Variance) เป็นการทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อทดสอบลักษณะข้อมูลทั่วไปที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ทดสอบความแตกต่างโดยเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545 : 141)

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

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ F เพื่อทราบ
นัยสำคัญ

MS_b แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)

MS_w แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Groups)
โดยมีองศาอิสระ (Degree of Freedom หรือ d.f.) ดังนี้

$$\begin{aligned} df &= n - 1 \\ df_{(b)} &= p - 1 \\ df_{(w)} &= n - p \end{aligned}$$

เมื่อ n = จำนวนประชากร
 P = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้สูตรตามวิธี LSD (Least Significant Difference) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2544 : 333)

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

เมื่อ LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j
 MSE แทน ค่า Mean Square Error ที่ได้จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน
 k แทน ค่าจำนวนกลุ่มทั้งหมดที่ใช้ทดสอบ
 n แทน ค่าจำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด
 α แทน ระดับความเชื่อมั่น

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย” ผู้วิจัยแบ่งการวิจัยออกเป็น 4 ตอน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

n	แทน	จำนวนลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดบัญชีและได้ใช้บริการระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t-Distribution
F-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา f-Distribution
Sig.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบ่งบอกระดับนัยสำคัญของการทดสอบสมมติฐาน
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาปัจจุบัน อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยนำเสนอในรูปแบบของความถี่และร้อยละ ปรากฏผล ดังตาราง

ตาราง 1 แสดงจำนวน และค่าร้อยละลักษณะประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษาปัจจุบัน อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	171	44.4
หญิง	214	55.6
รวม	385	100.00
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	18	4.7
20 – 29 ปี	169	43.9
30 – 39 ปี	130	33.8
40 – 49 ปี	52	13.4
ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป	16	4.2
รวม	385	100.00
ระดับการศึกษาปัจจุบัน		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือต่ำกว่า	28	7.3
ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า	249	64.7
สูงกว่าปริญญาตรี	108	2.1
รวม	385	100.00
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	76	19.7
พนักงานบริษัท/องค์กร	237	61.6
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	4.7
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	30	7.8
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	12	3.1
อื่นๆ	12	3.1
รวม	385	100.00

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	69	17.9
10,000 – 19,999 บาท	46	11.9
20,000 – 29,999 บาท	84	21.8
30,000 – 39,999 บาท	76	19.8
ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป	110	28.6
รวม	385	100.00

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 385 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ จากผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4

อายุ จากผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 29 ปี จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 43.9 รองลงมาคืออายุ 30 – 39 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 อายุ 40 – 49 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 และอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2

ระดับการศึกษาปัจจุบัน จากผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมามีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 และมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2

อาชีพ จากผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท/องค์กร จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 61.6 รองลงมามีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 และอื่นๆ เช่น รับราชการ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1

รายได้ต่อเดือน จากผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,000 – 29,999 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,000 – 39,999 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 19,999 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9

เนื่องจากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้าน อายุ ระดับการศึกษาปัจจุบัน และ อาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ของข้อมูลและการกระจายตัวไม่สม่ำเสมอ บางกลุ่มมีจำนวนความถี่น้อยเกินไป ดังนั้นเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยจึงทำการรวบรวมกลุ่มข้อมูลใหม่ เพื่อให้การกระจายของข้อมูลมีความสม่ำเสมอในด้านอายุ ระดับการศึกษาปัจจุบัน และอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เนื่องจากมีค่าความถี่น้อยเกินไป และไม่สามารถทำการจัดกลุ่มได้ ซึ่งได้กลุ่มข้อมูลใหม่ดังนี้ คือ

ตาราง 2 แสดงจำนวน และค่าร้อยละลักษณะประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่ จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษาปัจจุบัน อาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 29 ปี	187	48.6
30 – 39 ปี	130	33.8
ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป	68	17.6
รวม	385	100.00
ระดับการศึกษาปัจจุบัน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า	277	71.9
สูงกว่าปริญญาตรี	108	28.1
รวม	385	100.00
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	76	19.7
พนักงานบริษัท/องค์กร	237	61.6
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พ่อบ้าน แม่บ้านและอื่นๆ	42	10.9
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	30	7.8
รวม	385	100.00

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ทำการจัดกลุ่มใหม่ จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

อายุ จากผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 29 ปี จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมาคือมีอายุ 30 – 39 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 และมีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6

ระดับการศึกษาปัจจุบัน จากผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาดำรงจนถึงระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 71.9 รองลงมาผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1

อาชีพ จากผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท/องค์กร จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 61.6 รองลงมามีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ เช่น รับราชการ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 และมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง บริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุด รูปแบบการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์ โดยนำเสนอในรูปแบบของความถี่และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง

ตาราง 3 แสดงจำนวน และค่าร้อยละพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้บริการ		
1 ครั้งต่อเดือน	222	57.7
2 ครั้งต่อเดือน	89	23.1
3 ครั้งต่อเดือน	28	7.3
มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน	46	11.9
รวม	385	100.00

ตาราง 3 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ		
06.00 – 11.59 น.	97	25.2
12.00 – 17.59 น.	214	55.6
18.00 – 23.59 น.	74	19.2
รวม	385	100.00
ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง		
น้อยกว่า 1 นาทีต่อครั้ง	26	6.8
1 – 5 นาทีต่อครั้ง	287	74.5
6 – 10 นาทีต่อครั้ง	56	14.5
มากกว่า 10 นาทีต่อครั้ง	16	4.2
รวม	385	100.00
บริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุด		
บริการทางบัญชี	155	40.2
บริการบัตรเครดิต	128	33.2
บริการข้อมูลทั่วไป	70	18.2
บริการกองทุนรวม	16	4.2
บริการ Home Smile Club หรือสินเชื่อบ้าน	16	4.2
รวม	385	100.00
รูปแบบการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์		
กด 0 เพื่อติดต่อพนักงานรับสาย	218	56.6
ใช้บริการกดเลือกเมนูจากระบบตอบรับอัตโนมัติ	167	43.4
รวม	385	100.00

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 385 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ความถี่ในการใช้บริการ จากผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมา มีความถี่ในการใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 และมีความถี่ในการใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3

ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ จากผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมใช้บริการในช่วงเวลา 12.00 น. – 17.59 น. จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมานิยมใช้บริการในช่วงเวลา 06.00 น. – 11.59 น. จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 และนิยมใช้บริการในช่วงเวลา 18.00 น. – 23.59 น. จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2

ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง จากผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง 1-5 นาที จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมา ใช้ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง 6-10 นาที จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ใช้ระยะเวลาในการใช้บริการน้อยกว่า 1 นาทีต่อครั้ง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และใช้ระยะเวลาในการใช้บริการมากกว่า 10 นาทีต่อครั้ง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2

บริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุด จากผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมใช้บริการทางบัญชี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมานิยมใช้บริการทางบัตรเครดิต จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 นิยมใช้บริการทางข้อมูลทั่วไป จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และนิยมใช้บริการกองทุนรวม จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 และ Home Smile Club จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2

รูปแบบการให้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์ จากผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ กด 0 เพื่อติดต่อพนักงานรับสาย จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 รองลงมา ใช้บริการกดเลือกเมนูจากระบบตอบรับอัตโนมัติ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.4

เนื่องจากข้อมูลพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยของผู้ตอบแบบสอบถามด้าน ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง และบริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ของข้อมูลและการกระจายตัวไม่สม่ำเสมอ บางกลุ่มมีจำนวนความถี่น้อยเกินไป ดังนั้นเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยจึงทำการรวบรวมกลุ่มข้อมูลใหม่ เพื่อให้การกระจายของข้อมูลมีความสม่ำเสมอในด้านความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง และบริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม เนื่องจากมีค่าความถี่น้อยเกินไป และไม่สามารถทำการจัดกลุ่มได้ ซึ่งได้กลุ่มข้อมูลใหม่ดังนี้ คือ

ตาราง 4 แสดงจำนวน และค่าร้อยละพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่ จำแนกตาม ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง และบริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้บริการ		
1 ครั้งต่อเดือน	222	57.7
2 ครั้งต่อเดือน	89	23.1
ตั้งแต่ 3 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป	74	19.2
รวม	385	100.00
ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 นาทีต่อครั้ง	313	81.3
ตั้งแต่ 6 นาทีต่อครั้งขึ้นไป	72	18.7
รวม	385	100.00
บริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุด		
บริการทางบัญชี	155	40.2
บริการบัตรเครดิต	128	33.2
บริการข้อมูลทั่วไป	70	18.2
บริการกองทุนรวม และ สินเชื่อบ้าน	32	8.4
รวม	385	100.00

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ทำการจัดกลุ่มใหม่ จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ความถี่ในการใช้บริการ จากผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมา มีความถี่ในการใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 และมีความถี่ในการใช้บริการ ตั้งแต่ 3 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2

ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง จากผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 นาที จำนวน 313 คน คิดเป็น

ร้อยละ 81.3 และใช้ระยะเวลาในการใช้บริการตั้งแต่ 6 นาทีขึ้นไป จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7

บริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุด จากผลการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมใช้บริการทางบัญชี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมานิยมใช้บริการทางบัตรเครดิต จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 นิยมใช้บริการทางข้อมูลทั่วไป จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และนิยมใช้บริการกองทุนรวม และสินเชื่อบ้านจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นคงปลอดภัย โดยนำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผล ดังตาราง

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านการเข้าถึงบริการ

ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการเข้าถึงบริการ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
การติดต่อเข้ามายังศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์	3.73	0.78	มาก
ความสะดวกในการกดเลือกเมนูที่ต้องการในระบบตอบรับอัตโนมัติ	3.64	0.77	มาก
ความสะดวกในการคุยกับพนักงานรับสาย	3.61	0.80	มาก
ความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	3.81	0.75	มาก
ผลรวมความพึงพอใจด้านการเข้าถึงบริการ	3.70	0.64	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านการเข้าถึงบริการ โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ ความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ โดยมีค่าเฉลี่ย

3.81 การติดต่อเข้ามายังศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.73
 เลือกเมนูที่ต้องการในระบบตอบรับอัตโนมัติโดยมีค่าเฉลี่ย 3.64 และความสะดวกในการคุยกับ
 พนักงานรับสายมีโดยค่าเฉลี่ย 3.61

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ
 บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านประสิทธิภาพใน
 การติดต่อสื่อสาร

ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านประสิทธิภาพในการ ติดต่อสื่อสาร	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
การใช้ภาษาในการสื่อสาร	3.94	0.66	มาก
ความเข้าใจในเมนูต่างๆของระบบ	3.60	0.79	มาก
ความเพียงพอของข้อมูลที่ได้รับ	3.73	0.83	มาก
ผลรวมความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร	3.75	0.67	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบ
 ตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อ
 สารโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอล
 เซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ การใช้ภาษาในการสื่อสาร โดยมีค่าเฉลี่ย 3.94 ความ
 เพียงพอของข้อมูลที่ได้รับโดยมีค่าเฉลี่ย 3.73 และ ความเข้าใจในเมนูต่างๆของระบบ โดยมี
 ค่าเฉลี่ย 3.60

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ
 บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านความสามารถ
 ของพนักงาน

ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านความสามารถของพนักงาน	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ความสามารถในการตอบคำถามของพนักงานรับสาย	3.75	0.71	มาก
ความสามารถในการแก้ปัญหาหรือช่วยเหลือของพนักงานรับสาย	3.69	0.72	มาก
ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานรับสาย	3.37	0.74	ปานกลาง
ผลรวมความพึงพอใจด้านความสามารถของพนักงาน	3.60	0.65	มาก

จากตาราง 7 พบว่าลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านความสามารถของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ ความสามารถในการตอบคำถามของพนักงานรับสาย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.75 และความสามารถในการแก้ปัญหาหรือช่วยเหลือของพนักงานรับสายโดยมีค่าเฉลี่ย 3.69

แต่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานรับสายโดยมีค่าเฉลี่ย 3.37

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านการตอบสนองลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการตอบสนองลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ความสามารถของระบบในการให้บริการและช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า	3.70	0.69	มาก
ความรวดเร็วของระบบตั้งแต่เริ่มใช้บริการจนจบการให้บริการ	3.46	0.73	มาก
บริการที่หลากหลายของระบบ	3.74	0.79	มาก
ผลรวมความพึงพอใจด้านการตอบสนองลูกค้า	3.63	0.63	มาก

จากตาราง 8 พบว่าลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านการตอบสนองลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ บริการที่หลากหลายของระบบ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.74 ความสามารถของระบบในการให้บริการและช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ย 3.70 และความรวดเร็วของระบบตั้งแต่เริ่มใช้บริการจนจบการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.46

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านความมั่นคงปลอดภัย

ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านความมั่นคงปลอดภัย	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ความน่าเชื่อถือของระบบและพนักงานรับสาย	3.79	0.71	มาก
ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวจากการใช้บริการ	3.75	0.71	มาก
ผลรวมความพึงพอใจด้านความมั่นคงปลอดภัย	3.77	0.68	มาก

จากตาราง 9 พบว่าลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านความมั่นคงปลอดภัยโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของระบบและพนักงานรับสายโดยมีค่าเฉลี่ย 3.79 และความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวจากการใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.75

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

เป็นการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นคงปลอดภัย จำแนกตาม ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ และ พฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังแสดงในตาราง

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

1.1 ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ตาราง 10 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยจำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ด้านการเข้าถึงบริการ	ชาย	3.76	0.62	1.811	0.071
	หญิง	3.64	0.65		
ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร	ชาย	3.79	0.63	1.035	0.301
	หญิง	3.72	0.69		
ด้านความสามารถของพนักงาน	ชาย	3.68	0.60	2.094*	0.037
	หญิง	3.54	0.68		
ด้านการตอบสนองลูกค้า	ชาย	3.67	0.67	0.910	0.363
	หญิง	3.61	0.61		
ด้านความมั่นคงปลอดภัย	ชาย	3.82	0.68	1.225	0.222
	หญิง	3.73	0.68		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นคงปลอดภัย โดยใช้สถิติ Independent Sample t-Test ในการทดสอบ พบว่า

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.071 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.301 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.037 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน มากกว่าเพศหญิง

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.363 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.222 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

1.2 ลูกค้ำที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ลูกค้ำที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้ำที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ตาราง 11 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอล เซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย		อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
ด้านการเข้าถึงบริการ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 29 ปี	3.64	0.66	1.724	0.180	
	30 – 39 ปี	3.72	0.67			
	ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป	3.79	0.49			
ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 29 ปี	3.74	0.72	0.331	0.718	
	30 – 39 ปี	3.74	0.65			
	ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป	3.81	0.54			
ด้านความสามารถของพนักงาน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 29 ปี	3.52	0.68	3.702*	0.026	
	30 – 39 ปี	3.72	0.59			
	ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป	3.59	0.63			
ด้านการตอบสนองลูกค้า	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 29 ปี	3.59	0.67	0.965	0.382	
	30 – 39 ปี	3.69	0.61			
	ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป	3.64	0.56			

ตาราง 11 (ต่อ)

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอล เซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย		อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
ด้านความมั่นคงปลอดภัย	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 29 ปี		3.75	0.71	0.310	0.734
	30 – 39 ปี		3.78	0.67		
	ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป		3.82	0.61		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นคงปลอดภัย โดยใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว ในการทดสอบ พบว่า

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.180 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.718 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.026 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนใช้วิธีการทดสอบแบบLeast Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันดังตาราง 12

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.382 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.734 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

ตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 29 ปี	30 – 39 ปี	ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป	
	$\overline{X}$	3.52	3.72	3.59
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 29 ปี	3.52	-0.20* (0.017)		
30 – 39 ปี	3.72			
ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป	3.59			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 29 ปี มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้าน

ความสามารถของพนักงานน้อยกว่าลูกค้าที่มีอายุ 30-39 ปี แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.20

1.3 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ตาราง 13 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยจำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย					
บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ด้านการเข้าถึงบริการ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับปริญญาตรี	3.69	0.67	-0.298	0.766
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.71	0.56		
ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร	ต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับปริญญาตรี	3.78	0.70	1.142	0.255
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.70	0.57		
ด้านความสามารถของพนักงาน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับปริญญาตรี	3.55	0.66	-2.517*	0.012
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.73	0.58		

ตาราง 13 (ต่อ)

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอล เซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย		ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ด้านการตอบสนองลูกค้า	ต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับ	ปริญญาตรี	3.61	0.64	-1.233	0.218
	สูงกว่าปริญญาตรี		3.70	0.62		
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับ	ปริญญาตรี	3.75	0.66	-0.784	0.434
ด้านความมั่นคงปลอดภัย	สูงกว่าปริญญาตรี		3.81	0.72		
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับ	ปริญญาตรี				
	สูงกว่าปริญญาตรี					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษากับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นคงปลอดภัย โดยใช้สถิติ Independent Sample t-Test ในการทดสอบ พบว่า

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.766 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.255 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.012 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้าผู้มีการศึกษาดำรงหรือเท่ากับปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานน้อยกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.218 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.434 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

1.4 ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ตาราง 14 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยจำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอล เซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
ด้านการเข้าถึงบริการ	นักเรียน/นักศึกษา	3.63	0.66	2.434	0.065
	พนักงานบริษัท	3.66	0.63		
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พ่อ	3.92	0.52		
	บ้าน แม่บ้านหรือ อื่นๆ				
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.85	0.70		
ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร	นักเรียน/นักศึกษา	3.61	0.83	3.081*	0.029
	พนักงานบริษัท	3.76	0.62		
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พ่อ	4.04	0.57		
	บ้าน แม่บ้านหรือ อื่นๆ				
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.78	0.60		
ด้านความสามารถของพนักงาน	นักเรียน/นักศึกษา	3.37	0.69	5.490*	0.001
	พนักงานบริษัท	3.63	0.61		
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พ่อ	3.89	0.56		
	บ้าน แม่บ้านหรือ อื่นๆ				
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.65	0.71		
ด้านการตอบสนองลูกค้า	นักเรียน/นักศึกษา	3.58	0.81	1.510	0.214
	พนักงานบริษัท	3.61	0.55		
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พ่อ	3.84	0.57		
	บ้าน แม่บ้านหรือ อื่นๆ				

ตาราง 14(ต่อ)

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอล เซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย		อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
ด้านความมั่นคงปลอดภัย	ประกอบธุรกิจส่วนตัว		3.73	0.72	3.169*	0.026
	นักเรียน/นักศึกษา		3.78	0.78		
	พนักงานบริษัท		3.71	0.66		
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พ่อ		3.90	0.59		
	บ้าน แม่บ้านหรือ อื่นๆ					
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว		4.02	0.59		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นคงปลอดภัย โดยใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว ในการทดสอบพบว่า

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.065 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.029 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนใช้วิธีการทดสอบแบบLeast Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันดังตาราง 15

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนใช้วิธีการทดสอบแบบLeast Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันดังตาราง 16

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.214 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.026 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนใช้วิธีการทดสอบแบบLeast Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันดังตาราง 17

ตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ พ่อบ้าน แม่บ้าน หรือ อื่นๆ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	
	$\bar{X}$	3.61	3.76	4.04	3.78
นักเรียน/นักศึกษา	3.61			-0.43* (0.018)	
พนักงานบริษัท	3.76				
พนักงานรัฐวิสาหกิจ,พ่อบ้าน/แม่ บ้านหรือ อื่นๆ	4.04				
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.78				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารน้อยกว่าอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พ่อบ้าน/แม่บ้านและอื่นๆเช่น ราชการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.43

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ พ่อบ้าน แม่บ้าน หรือ อื่นๆ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	
	$\bar{X}$	3.37	3.63	3.89	3.37
นักเรียน/นักศึกษา	3.37	-0.26* (0.002)	-0.52* (0.000)		
พนักงานบริษัท	3.63				
พนักงานรัฐวิสาหกิจ,พ่อบ้าน/แม่ บ้านหรือ อื่นๆ	3.89				
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.37				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานน้อยกว่าอาชีพพนักงานบริษัท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.26 และลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานน้อยกว่าอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พ่อบ้าน/แม่บ้านและอื่นๆเช่น รับราชการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.52

ตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ พ่อบ้าน แม่บ้าน หรือ อื่นๆ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	
	$\bar{X}$	3.37	3.63	3.90	4.02
นักเรียน/นักศึกษา	3.37				
พนักงานบริษัท	3.63				-0.31* (0.017)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ,พ่อบ้าน/แม่ บ้านหรือ อื่นๆ	3.90				
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.02				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานบริษัท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัยน้อยกว่าอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวแตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.31

1.5 ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ตาราง 18 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอล เซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย		รายได้	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
ด้านการเข้าถึงบริการ	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.61	0.61	2.367	0.052	
	10,000 – 19,999 บาท	3.88	0.66			
	20,000 – 29,999 บาท	3.65	0.65			
	30,000 – 39,999 บาท	3.60	0.61			
	ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป	3.78	0.64			
ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.55	0.80	3.764*	0.005	
	10,000 – 19,999 บาท	4.03	0.69			
	20,000 – 29,999 บาท	3.81	0.62			
	30,000 – 39,999 บาท	3.72	0.66			
	ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป	3.75	0.56			
ด้านความสามารถของพนักงาน	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.30	0.69	6.882*	0.000	
	10,000 – 19,999 บาท	3.84	0.66			
	20,000 – 29,999 บาท	3.53	0.66			
	30,000 – 39,999 บาท	3.72	0.55			
	ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป	3.67	0.60			
ด้านการตอบสนองลูกค้า	น้อยกว่า 10,000 บาท	3.47	0.79	2.235	0.065	
	10,000 – 19,999 บาท	3.77	0.56			
	20,000 – 29,999 บาท	3.63	0.53			
	30,000 – 39,999 บาท	3.58	0.63			

ตาราง 18 (ต่อ)

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอล เซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย		รายได้	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
ด้านความมั่นคงปลอดภัย	ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป		3.72	0.61		
	น้อยกว่า 10,000 บาท		3.68	0.76	2.838*	0.024
	10,000 – 19,999 บาท		4.00	0.67		
	20,000 – 29,999 บาท		3.73	0.57		
	30,000 – 39,999 บาท		3.64	0.70		
	ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป		3.85	0.66		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นคงปลอดภัย โดยใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว ในการทดสอบพบว่า

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.052 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.005 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนใช้วิธีการทดสอบแบบLeast Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันดังตาราง 19

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนใช้วิธีการทดสอบแบบLeast Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันดังตาราง 20

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.065 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.024 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนใช้วิธีการทดสอบแบบLeast Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันดังตาราง 21

ตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน		น้อยกว่า 10,000 บาท	10,000 – 19,999 บาท	20,000 – 29,999 บาท	30,000 – 39,999 บาท	ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป
	$\bar{X}$	3.55	4.03	3.81	3.72	3.75
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.55		-0.48* (0.008)			
10,000 – 19,999 บาท	4.03					
20,000 – 29,999 บาท	3.81					
30,000 – 39,999 บาท	3.72					
ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป	3.75					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารน้อยกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 10,000 – 19,999 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.48

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน		น้อยกว่า 10,000 บาท	10,000 – 19,999 บาท	20,000 – 29,999 บาท	30,000 – 39,999 บาท	ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป
	$\bar{X}$	3.30	3.84	3.53	3.72	3.67
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.30		-0.54* (0.000)	-0.23* (0.023)	-0.42* (0.000)	-0.37* (0.000)
10,000 – 19,999 บาท	3.84			0.31* (0.008)		
20,000 – 29,999 บาท	3.53					
30,000 – 39,999 บาท	3.72					
ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป	3.67					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานน้อยกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 10,000 – 19,999 บาท แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.54

ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานน้อยกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 20,000 – 29,999 บาท แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.23

ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานน้อย

กว่าลูกค้าที่มีรายได้ 30,000 – 39,999 บาท แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.42

ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานน้อยกว่าลูกค้าที่มีรายได้ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.37

ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 19,999 บาท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 20,000 – 29,999 บาท แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.31

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน		น้อยกว่า 10,000 บาท	10,000 – 19,999 บาท	20,000 – 29,999 บาท	30,000 – 39,999 บาท	ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป
	$\bar{X}$	3.68	4.00	3.73	3.64	3.85
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.68		-0.32* (0.013)			
10,000 – 19,999 บาท	4.00			0.26* (0.027)	0.36* (0.005)	
20,000 – 29,999 บาท	3.73					
30,000 – 39,999 บาท	3.64					-0.24* (0.037)
ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป	3.85					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย น้อยกว่า ลูกค้าที่มีรายได้ 10,000 – 19,999 บาท แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.32

ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 19,999 บาท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัยมากกว่า ลูกค้าที่มีรายได้ 20,000 – 29,999 บาท แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.26

ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 19,999 บาท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัยมากกว่า ลูกค้าที่มีรายได้ 30,000 – 39,999 บาท แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.36

ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 – 39,999 บาท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย น้อยกว่า ลูกค้าที่มีรายได้ ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.24

สมมติฐานข้อที่ 2 ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

2.1 ลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ตาราง 22 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ คุณภาพของบริการระบบตอบรับ อัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ ของธนาคารกสิกรไทย		ความถี่ในการใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
ด้านการเข้าถึงบริการ	1 ครั้งต่อเดือน		3.61	0.64	5.579*	0.004
	2 ครั้งต่อเดือน		3.83	0.67		
	มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน		3.80	0.53		
ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร	1 ครั้งต่อเดือน		3.63	0.65	9.428*	0.000
	2 ครั้งต่อเดือน		3.92	0.67		
	มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน		3.93	0.63		
ด้านความสามารถของพนักงาน	1 ครั้งต่อเดือน		3.50	0.63	7.009*	0.001
	2 ครั้งต่อเดือน		3.75	0.69		
	มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน		3.74	0.59		
ด้านการตอบสนองลูกค้า	1 ครั้งต่อเดือน		3.54	0.62	5.818*	0.003
	2 ครั้งต่อเดือน		3.76	0.63		
	มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน		3.76	0.63		
ด้านความมั่นคงปลอดภัย	1 ครั้งต่อเดือน		3.69	0.71	4.581*	0.011
	2 ครั้งต่อเดือน		3.91	0.66		
	มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน		3.85	0.56		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความถี่ในการใช้บริการกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง บริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุด และ รูปแบบในการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์โดยใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว ในการทดสอบ พบว่า

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.004 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนใช้วิธีการทดสอบแบบLeast Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันดังตาราง 23

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า ลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนใช้วิธีการทดสอบแบบLeast Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันดังตาราง 24

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนใช้วิธีการทดสอบแบบLeast Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันดังตาราง 25

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.003 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนใช้วิธีการทดสอบแบบLeast Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันดังตาราง 26

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.011 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนใช้วิธีการทดสอบแบบLeast Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันดังตาราง 27

ตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการ		1 ครั้งต่อเดือน	2 ครั้งต่อเดือน	มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน
	$\bar{X}$	3.61	3.83	3.80
1 ครั้งต่อเดือน	3.61		-0.22* (0.025)	-0.20* (0.031)
2 ครั้งต่อเดือน	3.83			

มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน 3.80

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการน้อยกว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือนแตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.22

ลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการน้อยกว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.20

ตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการ		1 ครั้งต่อเดือน	2 ครั้งต่อเดือน	มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน
	$\bar{X}$	3.63	3.92	3.93
1 ครั้งต่อเดือน	3.63		-0.29* (0.000)	-0.30* (0.001)
2 ครั้งต่อเดือน	3.92			

มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน 3.93

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารน้อยกว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.29

ลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารน้อยกว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.30

ตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการ		1 ครั้งต่อเดือน	2 ครั้งต่อเดือน	มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน
	$\bar{X}$	3.50	3.75	3.74
1 ครั้งต่อเดือน	3.50		-0.25* (0.002)	-0.24* (0.005)
2 ครั้งต่อเดือน	3.75			

มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน 3.74

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานน้อยกว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือนแตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.25

ลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานน้อยกว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.24

ตาราง 26 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้า เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการ		1 ครั้งต่อเดือน	2 ครั้งต่อเดือน	มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน
	$\bar{X}$	3.54	3.76	3.76
1 ครั้งต่อเดือน	3.54		-0.22* (0.005)	-0.22* (0.010)
2 ครั้งต่อเดือน	3.76			

มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน 3.76

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้าต่ำกว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือน แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.22

ลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้าต่ำกว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.22

ตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการ	1 ครั้งต่อเดือน	2 ครั้งต่อเดือน	มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน	
	$\bar{X}$	3.69	3.91	3.85
1 ครั้งต่อเดือน	3.69	-0.22* (0.030)		
2 ครั้งต่อเดือน	3.91			

มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน 3.85

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัยน้อยกว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือน แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.22

2.2 ลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ตาราง 28 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอล เซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย	ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้ บริการ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
ด้านการเข้าถึงบริการ	06.00 น.-11.59 น.	4.02	0.67	18.108*	0.000
	12.00 น.-17.59 น.	3.58	0.59		
	18.00 น.-23.59 น.	3.60	0.58		
ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร	06.00 น.-11.59 น.	4.00	0.71	9.796*	0.000
	12.00 น.-17.59 น.	3.69	0.64		
	18.00 น.-23.59 น.	3.60	0.59		
ด้านความสามารถของพนักงาน	06.00 น.-11.59 น.	3.69	0.69	1.233	0.293
	12.00 น.-17.59 น.	3.56	0.60		
	18.00 น.-23.59 น.	3.59	0.71		
ด้านการตอบสนองของลูกค้า	06.00 น.-11.59 น.	3.78	0.68	3.823*	0.023
	12.00 น.-17.59 น.	3.61	0.58		
	18.00 น.-23.59 น.	3.51	0.70		
ด้านความมั่นคงปลอดภัย	06.00 น.-11.59 น.	3.98	0.61	6.466*	0.002
	12.00 น.-17.59 น.	3.72	0.68		
	18.00 น.-23.59 น.	3.66	0.71		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการ

ต่อครั้ง บริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุด และ รูปแบบในการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์โดยใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว ในการทดสอบ พบว่า

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันดังตาราง 29

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า ลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันดังตาราง 30

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.293 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่าลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.023 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันดังตาราง 31

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.002 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันดังตาราง 32

ตาราง 29 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ

ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ	06.00 น.-11.59 น.	12.00 น.-17.59 น.	18.00 น.-23.59 น.
$\bar{X}$	4.02	3.58	3.60
06.00 น.-11.59 น.	4.02	0.44* (0.000)	0.42* (0.000)
12.00 น.-17.59 น.	3.58		
18.00 น.-23.59 น.	3.60		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ 06.00 น.-11.59 น. มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการมากกว่าลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ 12.00 น.-17.59 น. แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.44

ลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ 06.00 น.-11.59 น. มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการมากกว่าลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ 18.00 น.-23.59 น. แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.42

ตาราง 30 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ

ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้ บริการ	06.00 น.-11.59 น.	12.00 น.-17.59 น.	18.00 น.-23.59 น.	
	$\overline{X}$	4.00	3.69	3.60
06.00 น.-11.59 น.	4.00		0.31* (0.000)	0.40* (0.000)
12.00 น.-17.59 น.	3.69			
18.00 น.-23.59 น.	3.60			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ 06.00 น.-11.59 น. มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารมากกว่าลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ 12.00 น.-17.59 น. แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.31

ลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ 06.00 น.-11.59 น. มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารมากกว่าลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ 18.00 น.-23.59 น. แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.40

ตาราง 31 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้า เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ

ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ	06.00 น.-11.59 น.	12.00 น.-17.59 น.	18.00 น.-23.59 น.	
	$\bar{X}$	3.78	3.61	3.51
06.00 น.-11.59 น.	3.78			0.27* (0.036)
12.00 น.-17.59 น.	3.61			
18.00 น.-23.59 น.	3.51			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ 06.00 น.-11.59 น. มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้ามากกว่าลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ 18.00 น.-23.59 น. แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.27

ตาราง 32 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ

ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ	06.00 น.-11.59 น.	12.00 น.-17.59 น.	18.00 น.-23.59 น.	
	$\bar{X}$	3.98	3.72	3.66
06.00 น.-11.59 น.	3.98	0.26*	0.32*	
		(0.002)	(0.008)	
12.00 น.-17.59 น.	3.72			
18.00 น.-23.59 น.	3.66			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ 06.00 น.-11.59 น. มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย มากกว่า ลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ 12.00 น.-17.59 น. แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.26

ลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ 06.00 น.-11.59 น. มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัยมากกว่าลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ 18.00 น.-23.59 น. แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.32

2.3 ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ตาราง 33 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอล เซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย	ระยะเวลาในการใช้ บริการ	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ด้านการเข้าถึงบริการ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5	3.71	0.65	0.555	0.579
	นาทีต่อครั้ง				
	ตั้งแต่ 6 นาทีขึ้นไป	3.66	0.61		
ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5	3.75	0.68	-0.073	0.942
	นาทีต่อครั้ง				
	ตั้งแต่ 6 นาทีขึ้นไป	3.76	0.61		
ด้านความสามารถของพนักงาน	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5	3.58	0.65	-1.745	0.082
	นาทีต่อครั้ง				
	ตั้งแต่ 6 นาทีขึ้นไป	3.72	0.64		
ด้านการตอบสนองลูกค้า	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5	3.61	0.64	-1.453	0.147
	นาทีต่อครั้ง				
	ตั้งแต่ 6 นาทีขึ้นไป	3.73	0.60		
ด้านความมั่นคงปลอดภัย	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5	3.75	0.68	-1.053	0.293
	นาทีต่อครั้ง				
	ตั้งแต่ 6 นาทีขึ้นไป	3.84	0.65		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระยะเวลาในการใช้บริการกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน

ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นคงปลอดภัย โดยใช้สถิติ Independent Sample t-Test ในการทดสอบ พบว่า

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.579 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.942 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.082 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.147 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.293 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

2.4 ลูกค้ำที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุดต่างกัันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ลูกค้ำที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุดต่างกัันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลูกค้ำที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุดต่างกัันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ตาราง 34 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยจำแนกตามบริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุด

ความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอล เซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย	บริการทางการเงินที่นิยม บ่อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
ด้านการเข้าถึงบริการ	บริการทางบัญชี	3.70	0.57	4.239*	0.006
	บริการทางบัตรเครดิต	3.68	0.71		
	บริการข้อมูลทั่วไป	3.57	0.62		
	บริการกองทุนรวมและ สินเชื่อบ้าน	4.05	0.60		
ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร	บริการทางบัญชี	3.74	0.67	1.504	0.213
	บริการทางบัตรเครดิต	3.76	0.70		
	บริการข้อมูลทั่วไป	3.69	0.65		
	บริการกองทุนรวมและ สินเชื่อบ้าน	3.98	0.49		

ตาราง 34 (ต่อ)

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอล เซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย	บริการทางการเงินที่นิยม น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
ด้านความสามารถของพนักงาน	บริการทางบัญชี	3.51	0.64	3.484*	0.017
	บริการทางบัตรเครดิต	3.64	0.62		
	บริการข้อมูลทั่วไป	3.60	0.61		
	บริการกองทุนรวมและ สินเชื่อบ้าน	3.92	0.78		
ด้านการตอบสนองลูกค้า	บริการทางบัญชี	3.55	0.66	4.312*	0.006
	บริการทางบัตรเครดิต	3.61	0.59		
	บริการข้อมูลทั่วไป	3.72	0.55		
	บริการกองทุนรวมและ สินเชื่อบ้าน	3.96	0.71		
ด้านความมั่นคงปลอดภัย	บริการทางบัญชี	3.74	0.62	1.768	0.153
	บริการทางบัตรเครดิต	3.77	0.74		
	บริการข้อมูลทั่วไป	3.74	0.66		
	บริการกองทุนรวมและ สินเชื่อบ้าน	4.03	0.68		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบบริการทางการเงินที่นิยมน้อยที่สุดกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการ

ต่อครั้ง บริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุด และ รูปแบบในการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์โดยใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว ในการทดสอบ พบว่า

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.006 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุดต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันดังตาราง 35

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.213 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุดต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.017 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุดต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันดังตาราง 36

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.006 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุดต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันดังตาราง 37

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.153 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่า ลูกค้าที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่่อยที่สุดต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

ตาราง 35 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามบริการทางการเงินที่นิยมบ่่อยที่สุด

บริการทางการเงินที่นิยมบ่่อยที่สุด		บริการทาง บัญชี	บริการทาง บัตรเครดิต	บริการข้อมูล ทั่วไป	บริการกองทุน รวม/สินเชื่อ บ้าน
	$\bar{X}$	3.70	3.68	3.57	4.05
บริการทางบัญชี	3.70				-0.35* (0.004)
บริการทางบัตรเครดิต	3.68				-0.37* (0.003)
บริการข้อมูลทั่วไป	3.57				-0.48* (0.000)
บริการกองทุนรวม/สินเชื่อบ้าน	4.05				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ลูกค้าที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่่อยที่สุดคือ บริการทางบัญชี มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการน้อยกว่าลูกค้าที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่่อยที่สุดคือ บริการกองทุนรวม/สินเชื่อบ้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.35

ลูกค้าที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่่อยที่สุดคือ บริการทางบัตรเครดิต มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการน้อยกว่าลูกค้าที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่่อยที่สุดคือ บริการกองทุนรวม/

สินเชื่อบ้าน แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจ 0.37

ลูกค้าที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุดคือ บริการข้อมูลทั่วไปมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการน้อยกว่าลูกค้าที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุดคือ บริการกองทุนรวม/สินเชื่อบ้าน แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจ 0.48

ตาราง 36 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

บริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุด		บริการทาง บัญชี	บริการทาง บัตรเครดิต	บริการข้อมูล ทั่วไป	บริการกองทุน รวม/สินเชื่อ บ้าน
	$\bar{X}$	3.74	3.76	3.69	3.98
บริการทางบัญชี	3.74				-0.41* (0.048)
บริการทางบัตรเครดิต	3.76				
บริการข้อมูลทั่วไป	3.69				
บริการกองทุนรวม/สินเชื่อบ้าน	3.98				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ลูกค้าที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุดคือ บริการทางบัญชี มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานน้อยกว่าลูกค้าที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุดคือ บริการกองทุนรวม/สินเชื่อบ้าน แตกต่างกันเป็นรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.41

ตาราง 37 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้า เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD โดยจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ

บริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุด		บริการทาง บัญชี	บริการทาง บัตรเครดิต	บริการข้อมูล ทั่วไป	บริการกองทุน รวม/สินเชื่อ บ้าน
	$\bar{X}$	3.74	3.77	3.74	4.03
บริการทางบัญชี	3.74				-0.41* (0.024)
บริการทางบัตรเครดิต	3.77				
บริการข้อมูลทั่วไป	3.74				
บริการกองทุนรวม/สินเชื่อบ้าน	4.03				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ลูกค้าที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุดคือ บริการทางบัญชี มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้าน้อยกว่าลูกค้าที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุดคือ บริการกองทุนรวม/สินเชื่อบ้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ 0.41

2.5 ลูกค้าที่มีรูปแบบการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์ต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ลูกค้าที่มีรูปแบบการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์ต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน

H₁ : ลูกค้าที่มีรูปแบบการให้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์ต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ตาราง 38 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยจำแนกตามรูปแบบการให้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของ บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอล เซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย	รูปแบบการให้บริการเมื่อ โทรเข้ามาที่ระบบคอล เซ็นเตอร์	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ด้านการเข้าถึงบริการ	คุยกับพนักงานรับสาย	3.64	0.65	-2.190*	0.029
	ใช้บริการระบบตอบรับ อัตโนมัติ	3.78	3.61		
ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร	คุยกับพนักงานรับสาย	3.69	0.67	-2.131*	0.034
	ใช้บริการระบบตอบรับ อัตโนมัติ	3.84	3.65		
ด้านความสามารถของพนักงาน	คุยกับพนักงานรับสาย	3.68	0.67	2.666*	0.008
	ใช้บริการระบบตอบรับ อัตโนมัติ	3.50	3.60		
ด้านการตอบสนองลูกค้า	คุยกับพนักงานรับสาย	3.67	0.65	1.273	0.204
	ใช้บริการระบบตอบรับ อัตโนมัติ	3.59	3.62		
ด้านความมั่นคงปลอดภัย	คุยกับพนักงานรับสาย	3.70	0.67	-2.315*	0.021
	ใช้บริการระบบตอบรับ อัตโนมัติ	3.86	3.68		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบการให้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นคงปลอดภัย โดยใช้สถิติ Independent Sample t-Test ในการทดสอบ พบว่า

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.029 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่าลูกค้ามีรูปแบบการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้าที่ใช้บริการคุยกับพนักงานสายมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการน้อยกว่าลูกค้าที่ใช้บริการจากระบบตอบรับอัตโนมัติ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.034 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า ลูกค้าที่มีรูปแบบการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้าที่ใช้บริการคุยกับพนักงานสายมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร น้อยกว่าลูกค้าที่ใช้บริการจากระบบตอบรับอัตโนมัติ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.008 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีรูปแบบการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้าที่ใช้บริการคุยกับพนักงานสายมี

ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงาน มากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการจากระบบตอบรับอัตโนมัติ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.204 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่าลูกค้าที่มีรูปแบบการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการตอบสนองลูกค้าไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัย มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.021 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่าลูกค้าที่มีรูปแบบการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความมั่นคงปลอดภัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้าที่ใช้บริการคุยกับพนักงานสายมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านความสามารถของพนักงานน้อยกว่าลูกค้าที่ใช้บริการจากระบบตอบรับอัตโนมัติ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 39 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อ	สมมติฐาน	สรุปผลการทดสอบ
สมมติฐานข้อ 1	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน	
ข้อ 1.1	ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นคงปลอดภัย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 39 (ต่อ)

ข้อ 1.2 ลูกค้ำที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นคงปลอดภัย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ข้อ 1.3 ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นคงปลอดภัย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ข้อ 1.4 ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นคงปลอดภัย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน
ข้อ 1.5 ลูกค้ำที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 39 (ต่อ)

	ด้านความมั่นคงปลอดภัย	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อ 2	ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน	
ข้อ 2.1	ลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นคงปลอดภัย	สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน
ข้อ 2.2	ลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นคงปลอดภัย	สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน
ข้อ 2.3	ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นคงปลอดภัย	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 39 (ต่อ)

ข้อ 2.4 ลูกค้าที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุดต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า ความมั่นคงปลอดภัย	สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ข้อ 2.5 ลูกค้าที่มีรูปแบบการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์ต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นคงปลอดภัย	สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน สอดคล้องกับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย ความสำคัญ สมมติฐานและวิธีดำเนินการศึกษางานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ในด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านความมั่นคงปลอดภัย โดยเปรียบเทียบจาก เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง บริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุด รูปแบบการให้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์ ผลการวิจัยครั้งนี้จะสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและวางแผนกลยุทธ์การบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด และเพื่อเป็นสารสนเทศสำหรับธนาคารกสิกรไทย และผู้สนใจธุรกิจคอลเซ็นเตอร์ สามารถนำผลวิจัยนี้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์ต่างๆในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า อันจะก่อให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขัน และส่งผลต่อความมั่นคงและความสำเร็จของธุรกิจต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านการเข้าถึงบริการประสิทธิภาพในการติดต่อ สื่อสาร ความสามารถ ของพนักงาน การตอบสนองลูกค้า และความมั่นคงปลอดภัย
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้า
3. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจในคุณภาพของการใช้บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ ของธนาคารกสิกรไทย จำแนกตามพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติ

ความสำคัญของการวิจัย

ผลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะให้คุณค่าและประโยชน์ ดังนี้

1. เพื่อให้ผู้ประกอบการธนาคารกสิกรไทย และผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ดูแลระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย นำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพของระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่เคยเข้ามาใช้บริการให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น

2. เพื่อให้ผู้ให้บริการด้านใด ๆ ก็ตามที่สนใจในระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ไปใช้ในธุรกิจ สามารถนำผลการศึกษาวิจัยไปประกอบเป็นความรู้และใช้เป็นแนวทางตัวอย่างจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจของตนเองอย่างเหมาะสม

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

1.1 ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

1.2 ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

1.3 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

1.4 ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

1.5 ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

2.1 ลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

2.2 ลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

2.3 ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

2.4 ลูกค้าที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุดต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

2.5 ลูกค้าที่มีรูปแบบการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์ต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ ลูกค้ำของธนาคารกสิกรไทยที่ทำการเปิดบัญชีธนาคารกสิกรไทยและเคยใช้บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงได้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้ำของธนาคารกสิกรไทยที่ทำการเปิดบัญชีและใช้บริการระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย จำนวน 385 คน โดยผู้วิจัยจะทำการเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยวิธีต่อไปนี้

1. วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่มาใช้บริการตามสาขาของธนาคารกสิกรไทย 12 สาขาได้แก่ ท่าพระ บางกะปิ บางแค บางนา ปทุมวัน ปิ่นเกล้า เพชรบุรีตัดใหม่ รามอินทรา รามคำแหง ลาดพร้าว ศรีนครินทร์ และสีลม เนื่องจากสาขาทั้ง 12 สาขา เป็นสาขาใหญ่ที่อยู่ในแหล่งชุมชนและแหล่งธุรกิจของกรุงเทพมหานคร

2. วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดโควตา (Quota Sampling) คือเก็บกลุ่มตัวอย่างสาขาละ 32-33 คน จนครบจำนวนที่กำหนด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามประกอบด้วยข้อมูล 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษาปัจจุบัน อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามในเรื่องของพฤติกรรมการใช้บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในเรื่องของ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง บริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุด และรูปแบบการใช้บริการเมื่อโทรไปที่ระบบคอลเซ็นเตอร์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ ของธนาคารกสิกรไทย ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้าด้านความมั่นคงปลอดภัย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาลักษณะ รูปแบบ และวิธีการเขียนแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย แนวคิดทฤษฎี และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา

2. รวบรวมสาระและเนื้อหาต่างๆที่ได้จากเอกสาร งานวิจัย แนวคิดทฤษฎี และผลการวิจัยเพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบเสนอแนะและปรับปรุงแก้ไข

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม จากนั้นนำมาปรึกษากับคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา α (α – Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546) ได้ผลดังนี้

ค่าความเชื่อมั่นด้านการเข้าถึงบริการ เท่ากับ 0.765

ค่าความเชื่อมั่นด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร เท่ากับ 0.752

ค่าความเชื่อมั่นด้านความสามารถของพนักงาน เท่ากับ 0.835

ค่าความเชื่อมั่นด้านการตอบสนองลูกค้า เท่ากับ 0.719

ค่าความเชื่อมั่นด้านความมั่นคงปลอดภัย เท่ากับ 0.796

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการติดต่อผู้บริหารของธนาคารกสิกรไทย เพื่อขออนุญาตในการแจกแบบสอบถามตามสาขาทั้ง 12 สาขา

2. นำแบบสอบถามไปดำเนินการให้ลูกค้าผู้ใช้บริการจากทั้ง 12 สาขา ตอบแบบสอบถามโดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.1 ให้พนักงานต้อนรับแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ในช่วงที่รอคิวในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ

2.2 พนักงานต้อนรับเก็บแบบสอบถามคืนเมื่อลูกค้ากรอกข้อมูลเสร็จแล้ว

การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ทำการตอบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมด มาดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

3. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกโดยใช้เครื่องมือคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลโดยโปรแกรม SPSS For Window ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
4. วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้า และ พฤติกรรมการใช้บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย โดยหาค่าความถี่และค่าร้อยละ
5. วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้า โดยหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
6. เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ ของธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้บริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบค่า t-test และระหว่างตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA)

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย สรุปผลได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-29 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพพนักงานบริษัท/องค์กร มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป

2. การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการมากที่สุดคือช่วง 12.00-17.59 น. มีระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้งส่วนใหญ่อยู่ที่ 1-5 นาทีต่อครั้ง บริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุดคือ บริการทางบัญชี และนิยมใช้บริการในรูปแบบคุยกับพนักงานรับสาย

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

3.1 ด้านการเข้าถึงบริการ ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านการเข้าถึงบริการโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในข้อความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ การติดต่อเข้ามายังศูนย์บริการลูกค้า

สัมพันธ์ ความสะดวกในการคัดเลือกเมนูที่ต้องการในระบบตอบรับอัตโนมัติ และความสะดวกในการคุยกับพนักงานรับสาย

3.2 ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ลูกค้ายูตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ลูกค้ายูมีความพึงพอใจในระดับมากต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในข้อการใช้ภาษาในการสื่อสาร ความเข้าใจในเมนูต่างๆของระบบ และความเพียงพอของข้อมูลที่ได้รับ

3.3 ด้านความสามารถของพนักงาน ลูกค้ายูตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านความสามารถของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ลูกค้ายูมีความพึงพอใจในระดับมากต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยข้อความสามารถในการตอบคำถามของพนักงานรับสาย และความสามารถในการแก้ปัญหาหรือช่วยเหลือของพนักงานรับสาย แต่ลูกค้ายูมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยข้อความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานรับสาย

3.4 ด้านการตอบสนองลูกค้า ลูกค้ายูตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านการตอบสนองลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ลูกค้ายูมีความพึงพอใจในระดับมากต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในข้อความสามารถของระบบในการให้บริการและช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า ความรวดเร็วของระบบตั้งแต่เริ่มใช้บริการจนจบการใช้บริการ และบริการที่หลากหลายของระบบ

3.5 ด้านความมั่นคงปลอดภัย ลูกค้ายูตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในด้านความมั่นคงปลอดภัยโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ลูกค้ายูมีความพึงพอใจในระดับมากต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยในข้อความน่าเชื่อถือของระบบและพนักงานรับสาย และความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวจากการใช้บริการ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

4.1 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

4.2 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ลูกค้ำที่มีพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

4.2.1 ลูกค้ำที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

การจากวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลได้ดังนี้

ลูกค้ำที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้ำ และด้านความมั่นคงปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.2.2 ลูกค้ำที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

การจากวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลได้ดังนี้

ลูกค้ำที่มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านการตอบสนองลูกค้ำ ด้านความมั่นคงปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.2.3 ลูกค้ำที่มีระยะเวลาในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

การจากวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลได้ดังนี้

ลูกค้ำที่มีระยะเวลาในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.2.4 ลูกค้ำที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุดต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

การจากวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลได้ดังนี้

ลูกค้ำที่มีการใช้บริการทางการเงินที่นิยมบ่อยที่สุดต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้ำ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.2.5 ลูกค้ำที่มีรูปแบบการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์ต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

การจากวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลได้ดังนี้

ลูกค้ำที่มีรูปแบบการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์ต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านความมั่นคงปลอดภัยแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

ผลการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลูกค้ำผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 20-29 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพพนักงานบริษัท/องค์กร มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพลินจิตร์ รุ่งศรีวัฒนา (2547: บทคัดย่อ) ซึ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการระบบคอลเซ็นเตอร์ของโรงพยาบาลยอนทร์ อีจีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชน อาจกล่าวได้ว่าผู้ที่มีช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี ส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งยังอยู่ในช่วงที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน เป็นผู้ที่มีการใช้บริการทางการเงินของธนาคารมากกว่าผู้ที่มีอายุในช่วงต่ำกว่า 20 ปี และความรู้ทางด้านเทคโนโลยีมีสารสนเทศที่ทันสมัยมากกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป ซึ่งการที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไปซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีรายได้ดี อาจจะทำให้มีการใช้บริการทางการเงินในรูปแบบต่างๆมากกว่ากลุ่มอื่น ซึ่งทางเลือกหนึ่งของการใช้บริการก็คือการให้บริการด้านสารสนเทศในระบบคอลเซ็นเตอร์นั่นเอง

2. พฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลูกค้ำผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน มีช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ 12.00-17.59 น. โดยมีระยะเวลาในการใช้บริการน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 นาทีต่อครั้ง และใช้บริการทางการเงินด้านบริการทางบัญชี โดยมักเลือกรูปแบบการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์แบบกด 0 เพื่อติดต่อพนักงานรับสาย ไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฅณาริพ อัคราวัฒนา (2543) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ใน

จังหวัดจะเชิงเทรา พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง มีการใช้บริการด้านฝากเงินมากที่สุด รองลงมาคือด้านการโอนเงิน ประเภทบริการที่มีการใช้บริการน้อยที่สุด คือการบริการด้านธุรกิจต่างประเทศ ลูกค้ายส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการแบบนานๆครั้ง และมักจะมาใช้บริการในช่วงเที่ยงวัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุเทพ เบื้องบน (2544) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขามายาตาพุต พบว่าการให้บริการของธนาคารแก่ผู้ใช้บริการ 4 ประเภท คือ บริการด้านเงินสด บริการด้านสินเชื่อ บริการด้านบุคคล บริการด้านธุรกิจทั่วไป ผู้ใช้บริการจะมีการใช้บริการในระหว่างวันจันทร์ถึงวันศุกร์โดยเฉลี่ยพอๆกัน และจะใช้บริการในช่วงต้นเดือน อาจกล่าวได้ว่าลูกค้ายส่วนใหญ่ที่ใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่จะเริ่มต้นจากการเปิดบัญชีกับธนาคาร ดังนั้นบริการที่ลูกค้ายมักนิยมใช้มากที่สุดก็คือบริการทางการเงิน ฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน ส่วนความถี่ในการใช้บริการอาจจะเป็นช่วงต้นเดือนหรือปลายเดือน เนื่องจากการเงินในบัญชีมักมีการเคลื่อนไหวในช่วงปลายเดือนเช่น เงินเดือนออก และลูกค้ายมักใช้บริการทางบัญชีในรูปแบบต่างๆในช่วงเวลาเที่ยงเป็นต้นไป เนื่องจากเป็นเวลาพักกลางวันของลูกค้ายส่วนใหญ่

3. ความพึงพอใจของลูกค้ายที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้าย และด้านความมั่นคงปลอดภัย

ด้านการเข้าถึงบริการ ลูกค้ายผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยโดยรวมและรายชื่อในระดับมาก จากผลงานวิจัยพบว่า ลูกค้ายมีความพึงพอใจต่อความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากการบริการมากที่สุด ทั้งนี้เพราะการบริการธุรกรรมทางการเงินนั้นเป็นเรื่องที่สำคัญและละเอียดอ่อน ดังนั้นความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากการบริการถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับลูกค้าย เมื่อลูกค้ายมั่นใจในบริการในเรื่องความถูกต้องและชัดเจนในเรื่องข้อมูลการเงินส่วนตัวแล้ว ลูกค้ายก็จะเกิดความพึงพอใจมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา ไบเจริญ (2540 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้ายต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น(ภาคค้าย) พบว่า ลูกค้ายธนาคารออมสินสาขาสายขอนแก่น(ภาคค้าย) มีความพึงพอใจในระดับมากต่อการให้บริการในด้านข้อมูลที่ได้รับจากการให้บริการ

ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ลูกค้ายผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยโดยรวมและรายชื่อในระดับมาก จากผลงานวิจัยพบว่า ลูกค้ายมีความพึงพอใจด้านการใช้ภาษาในการสื่อสารมากที่สุด เพราะการบริการธุรกรรมทางการเงินนั้นมีความซับซ้อนและหลากหลายรูปแบบ ลูกค้ายอาจเกิดความสับสนได้ง่าย ดังนั้นลูกค้ายจึงต้องการการการใช้ภาษาในการสื่อสารกับพนักงานรับสายที่สามารถเข้าใจได้ง่าย เพราะจะได้ทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างถูกต้องชัดเจน สอดคล้อง

กับงานวิจัยของเพลินจิตร รุ่งศรีวัฒนา (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการระบบคอลเซ็นเตอร์ของโรงพยาบาลศูนย์ อีจีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าในระบบคอลเซ็นเตอร์นั้นพนักงานที่รับสาย มีการให้บริการด้วยน้ำเสียงที่สุภาพ และคำอธิบายที่ชัดเจน รวมถึง Promotion ต่างๆ ผู้บริโภคสามารถสอบถามถึงสิทธิประโยชน์ ส่วนลดต่างๆ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการใหม่ๆ ได้ด้วยตนเองหรือจากเจ้าหน้าที่ ซึ่งทำได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว และสามารถสอบถามได้ตลอดเวลา และยังบอกถึงข้อมูลที่ต้องการได้อย่างถูกต้อง

ด้านความสามารถของพนักงาน ลูกค้าย่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยโดยรวมระดับมาก จากผลงานวิจัยพบว่า ลูกค้าย่มีความพึงพอใจต่อความสามารถในการตอบคำถามของพนักงานรับสายและความสามารถในการแก้ปัญหาหรือช่วยเหลือของพนักงานรับสายอยู่ในระดับมาก แต่ลูกค้าย่มีความพึงพอใจต่อความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานรับสายอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากระบบคอลเซ็นเตอร์นั้นเป็นระบบที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีซอฟต์แวร์ทำหน้าที่ในการประสานงานระหว่างพนักงานรับสายและข้อมูลในระบบฐานข้อมูล ดังนั้นความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานรับสายนั้นก็ขึ้นอยู่กับความรวดเร็วของระบบด้วยเช่นเดียวกัน เมื่อระบบมีปัญหาหรือต้องค้นหาข้อมูลที่ซับซ้อนจะเกิดความล่าช้าขึ้น จึงส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริการของลูกค้าเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีรรัตน์ กฤษณรัตน์ (2542 : บทคัดย่อ) ที่ ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) หลังการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการปฏิบัติงานของสาขาพบว่าความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมอยู่ในระหว่างมากเมื่อพิจารณารายด้านทั้ง 3 ด้านอยู่ในระดับปานกลางคือ ด้านความทันสมัยของธนาคารในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วของบริการ ด้านความเท่าเทียมกัน-ความเสมอภาคกันในการให้บริการ

ด้านการตอบสนองลูกค้า ลูกค้าย่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยโดยรวมและรายชื่อในระดับมาก จากผลงานวิจัยพบว่า ลูกค้าย่มีความพึงพอใจต่อบริการที่หลากหลายของระบบมากที่สุด เนื่องจากเมื่อลูกค้าติดต่อเข้ามาที่เบอร์คอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยนั้นสามารถสอบถามและทำธุรกรรมทางการเงินที่ครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นบริการทางบัญชี บัตรเครดิต ข้อมูลทั่วไปเช่นสินค้าบริการเสริมทางการเงินรูปแบบต่างๆ ลูกค้าย่จึงรู้สึกว่าได้รับการตอบสนองจากบริการได้อย่างเต็มที่ ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของธนาคารกสิกรไทย สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 : 431) ว่า การบริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า ซึ่งกล่าวถึงประเภทบริการลักษณะของบริการและการใช้เครื่องมือการตลาด กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ และการจัดการธุรกิจบริการและสอดคล้องกับแนวคิดของ คอตเลอร์ (2000 : 428) การบริการหมายถึง กิจกรรมหรือประโยชน์เชิงนามธรรมซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอ

เพื่อขายให้กับอีกฝ่ายหนึ่งโดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองบริการนั้นๆอย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้

ด้านความมั่นคงปลอดภัย ลูกค้าย่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยโดยรวมและรายชื่อในระดับมาก จากผลงานวิจัยพบว่า ลูกค้าย่มีความพึงพอใจต่อความน่าเชื่อถือของระบบและพนักงานรับสายมากที่สุด เนื่องจากลูกค้าย่ไม่ได้เข้าไปทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารสาขาต่างๆด้วยตัวเอง ดังนั้นลูกค้าย่จึงต้องการความมั่นใจสูงสุดว่าการใช้บริการระบบคอลเซ็นเตอร์นั้นและการคุยกับพนักงานรับสายมีความน่าเชื่อถือเพียงพอที่จะทำธุรกรรมทางการเงินแทนลูกค้าย่ได้เอง เมื่อลูกค้าย่เกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการผ่านระบบแล้ว จะทำให้เกิดการให้บริการในครั้งต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 : 440) กล่าวถึง 1 ใน 10 ของคุณภาพการให้บริการด้านความมั่นคงปลอดภัย ว่า บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยง และปัญหาต่างๆ ต้องให้ลูกค้าย่มั่นใจในความปลอดภัยของชีวิต ทรัพย์สิน และชื่อเสียง

4. ผลจากการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าย่ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน พบว่า

เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าย่ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้าย่ และด้านความมั่นคงปลอดภัยแตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิดา ชื้อสัตย์สกุลชัย (2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องระดับความพึงพอใจของลูกค้าย่ต่อพนักงานในด้านบุคลิกภาพที่มีต่อการให้บริการลูกค้าย่ทั้ง 6 ด้านพบว่า เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) โดยรวมแตกต่างกัน อาจกล่าวได้ว่า การใช้บริการสารสนเทศระบบคอลเซ็นเตอร์นั้น ลูกค้าย่ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันโดยเฉพาะอายุหรือระดับการศึกษามากกว่าหรือสูงกว่า จะมีความรู้ ความเข้าใจ ความชำนาญ และประสบการณ์ในการใช้ในระบบสารสนเทศมากกว่าผู้ที่มีอายุหรือระดับการศึกษาต่ำกว่า ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยต่างกัน

5. ผลจากการศึกษาลูกค้าย่ที่มีพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน พบว่า

ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ บริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุด รูปแบบการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์ของลูกค้าย่ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถของพนักงาน ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านความมั่นคงปลอดภัยแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุมาลี พรรณนิคม (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการมีพฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ สาเหตุการใช้บริการ จำนวนครั้งในการใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ช่วงเวลาที่ลูกค้าใช้บริการ แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน อาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่เดินทางมาทำธุรกรรมทางการเงินที่สาขาด้วยตนเอง แม้ว่าลูกค้าจะมาใช้บริการด้วยสาเหตุใดหรือช่วงเวลาไหนก็จะได้รับบริการที่เหมือนกันส่งผลให้มีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน แต่สำหรับระบบคอลเซ็นเตอร์นั้นเป็นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศนั้น แตกต่างกับการเดินทางมาใช้บริการด้วยตนเองที่สาขา เช่น ช่วงเวลาหลังเที่ยงอาจมีผู้ใช้บริการมาก อาจเกิดการล่าช้าในการรับสายหรือให้ข้อมูล ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก จึงน่าจะเป็นข้อมูลที่ผู้บริหารควรให้ความสำคัญและสนใจพิจารณา ปรับเปลี่ยนและสนับสนุนองค์ประกอบต่างๆทุกด้านเพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อให้ค่าเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ที่สูงขึ้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการเข้าถึงบริการ พิจารณาเป็นรายข้อในการติดต่อเข้ามายังศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ความสะดวกในการกดเลือกเมนูที่ต้องการในระบบตอบรับอัตโนมัติ ความสะดวกในการคุยกับพนักงานรับสาย และความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากการบริการอยู่ในระดับมาก ดังนั้นควรรักษาระดับความพึงพอใจในด้านการเข้าถึงบริการให้อยู่ในระดับมากต่อไป จนถึงระดับมากที่สุด เนื่องจากการให้บริการคอลเซ็นเตอร์นั้นมีการให้บริการ 24 ชั่วโมง ดังนั้นธนาคารกสิกรไทยควรให้ความสำคัญกับการตรวจสอบและดูแลการทำงาน ทั้งทางด้านอุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยี และข้อมูลต่างๆที่ให้บริการให้สามารถใช้งานได้ตลอดเวลา เช่น เพิ่มจำนวนสายนอก เพื่อเพิ่มช่องทางให้ลูกค้าติดต่อเข้ามาในระบบคอลเซ็นเตอร์ หรืออาจมีการให้พนักงานรับโทรศัพท์สามารถใช้ระบบคอลเซ็นเตอร์และฐานข้อมูลให้สามารถรับสายได้จากที่บ้านหรือที่ต่างๆได้ตลอดเวลา โดยใช้ความสามารถของระบบคอลเซ็นเตอร์ที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงปรับปรุงเมนูหรือ Call Flow ในระบบตอบรับอัตโนมัติให้สามารถใช้บริการได้อย่างง่ายยิ่งขึ้น ซึ่งหากดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพสม่ำเสมอ จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากขึ้น และใช้บริการบ่อยครั้งมากยิ่งขึ้น

2. ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารพิจารณาเป็นรายชื่อในการใช้ภาษาในการสื่อสาร ความเข้าใจในเมนูต่างๆของระบบ ความสะดวกในการคุยกับพนักงานรับสาย ความเพียงพอของข้อมูลที่ได้รับอยู่ในระดับมาก ดังนั้นควรรักษาระดับความพึงพอใจในด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารให้อยู่ในระดับมากต่อไป จนถึงระดับมากที่สุด เนื่องจากการให้บริการคอลเซ็นเตอร์นั้น ลูกค้าไม่ได้เดินทางมาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารด้วยตัวเอง จึงต้องใช้บริการทางโทรศัพท์เพื่อคุยกับพนักงานรับสายหรือเลือกทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางระบบคอลเซ็นเตอร์ ดังนั้นธนาคารกสิกรไทย ควรมีการฝึกอบรมพนักงานในเรื่องของการใช้ภาษาสำหรับการสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้เกิดความถูกต้อง ชัดเจน และความเข้าใจในบริการ และสามารถให้ข้อมูลลูกค้าเพียงพอกับความต้องการมากที่สุด รวมถึงมีการปรับปรุงเมนูหรือ Call Flow ในระบบตอบรับอัตโนมัติให้เข้าใจง่าย และทันสมัยเข้ากับสินค้าและบริการอยู่อย่างสม่ำเสมอ จะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในบริการ ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ และการใช้บริการที่บ่อยยิ่งขึ้น

3. ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านความสามารถของพนักงาน พิจารณาเป็นรายชื่อในความสามารถในการตอบคำถามของพนักงานรับสาย ความสามารถในการแก้ปัญหาหรือช่วยเหลือของพนักงานรับสายอยู่ในระดับมาก ยกเว้นความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานรับสายอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นจึงควรมีการปรับปรุงแก้ไข เนื่องจากการให้บริการคอลเซ็นเตอร์นั้น ลูกค้าไม่ได้เดินทางมาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารด้วยตัวเอง จึงต้องใช้บริการทางโทรศัพท์เพื่อคุยกับพนักงานรับสาย โดยที่ไม่เลือกรูปแบบการกดเมนูจากระบบตอบรับอัตโนมัติ เพราะอาจจะไม่เข้าใจในระบบ จึงต้องการความช่วยเหลือจากพนักงานรับสายแทน ดังนั้น ธนาคารกสิกรไทยจึงควรมีการฝึกอบรมพนักงานในทุกๆเรื่อง เช่น การพูดจา ตอบคำถามของลูกค้า ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการทางการเงินอย่างครบถ้วน และความเชี่ยวชาญในการใช้ระบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นระบบการค้นหาข้อมูลในบริการต่างๆ การโอนสาย เมื่อเกิดความชำนาญแล้วพนักงานจะสามารถให้บริการลูกค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น รวมถึงควรมีการใช้ระบบการรายงานผลการทำงานของพนักงานรับสาย และระบบบันทึกเสียงสนทนาเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานรับสายในด้านต่างๆ รวมถึงระบบต่างๆยังสามารถทำให้เราทราบถึงจำนวนพนักงานรับสายที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงเวลาให้บริการลูกค้าอีกด้วย เพื่อนำไปสู่การแก้ไข ปรับปรุงให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้ามากยิ่งขึ้น

4. ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการตอบสนองลูกค้า พิจารณาเป็นรายชื่อในความสามารถของระบบในการให้บริการและช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า ความรวดเร็วของระบบตั้งแต่เริ่มใช้บริการจนจบการใช้บริการ และบริการที่หลากหลายของระบบอยู่ในระดับมาก ดังนั้นควรรักษาระดับความพึงพอใจในด้านการตอบสนองลูกค้า ให้อยู่ในระดับมากต่อไป จนถึงระดับมากที่สุด เนื่องจากการให้บริการคอลเซ็นเตอร์นั้น นอกเหนือจากความสามารถของพนักงานและการบริการทางการเงินที่ดีแล้ว การที่บริการจะมีประสิทธิภาพ มีความรวดเร็วและถูกต้อง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้นั้นต้องอาศัยระบบที่ดีและมีประสิทธิภาพอย่างมากอีกด้วย ธนาคารกสิกรไทยควร

พิจารณาหรือลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในระบบหลังบ้าน (Back End Infrastructure) ด้านคอลเซ็นเตอร์และระบบที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับรูปแบบบริการและคัมค่ากับการลงทุน รวมถึงมีผู้ดูแลที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อพัฒนาและแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น เช่น พัฒนาระบบของคอลเซ็นเตอร์ให้มีความสามารถเข้าไปหาข้อมูลในระบบฐานข้อมูลของธนาคารได้ภายในเวลาอันเร็ว ง่าย และสามารถเข้าถึงบริการได้ทุกรูปแบบ เพื่อให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วที่สุด

5. ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านความมั่นคงปลอดภัย พิจารณาเป็นรายชื่อในความน่าเชื่อถือของระบบและพนักงานรับสาย และความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวจากการใช้บริการอยู่ในระดับมาก ดังนั้นควรรักษาระดับความพึงพอใจในการตอบสนองลูกค้า ให้อยู่ในระดับมากต่อไปจนถึงระดับมากที่สุด เนื่องจากการทำธุรกรรมทางการเงินนั้นถือเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งลูกค้าย่อมมีความต้องการด้านความปลอดภัยและความถูกต้องของข้อมูลสูงสุด บริษัทควรใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้เป็นประโยชน์มากที่สุดเพื่อสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า เช่น การส่งข้อความ (SMS) หลังจากรับการโอนเงินผ่านทางระบบคอลเซ็นเตอร์แล้ว เป็นต้น รวมถึงฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพพนักงานรับสายให้พูดจาน่าเชื่อถือกับลูกค้า โดยการแจ้งชื่อ หรือเบอร์ติดต่อกลับ เมื่อลูกค้าต้องการเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าสามารถตรวจสอบได้อีกด้วย

6. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย พิจารณาตัวแปรด้านเพศพบว่าเพศหญิงมีความพึงพอใจน้อยกว่าเพศชาย ในด้านความสามารถของพนักงาน เนื่องจากเพศหญิงเป็นเพศที่มีละเอียดทางด้านข้อมูลมากกว่าเพศชาย อาจจะสอบถามหรือต้องการรายละเอียดข้อมูลบริการมากเป็นพิเศษ ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความล่าช้าในการตอบคำถามหรือแก้ไขปัญหาของพนักงาน ส่งผลให้เพศหญิงมีความพึงพอใจน้อยกว่าเพศชาย ดังนั้นธนาคารกสิกรไทยจึงจำเป็นต้องสร้างความพึงพอใจให้กับเพศหญิงมากขึ้นด้วยรายการเสริมการบริการต่างๆ เช่น มีเสียงเพลงให้ลูกค้าฟัง หรืออาจประกาศรายการโฆษณาหรือส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ หรือสิทธิพิเศษต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงโดยเฉพาะ ในขณะที่รอสาย จะทำให้ลดความตึงเครียด รวมทั้งยังถึงเป็นการขายสินค้าและบริการของธนาคารอีกด้วย

7. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย พิจารณาตัวแปรด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการที่มีอายุอยู่ในช่วงน้อย ระดับการศึกษาน้อย ประกอบอาชีพพนักงานบริษัททั่วไป และรายได้ยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำ มีความพึงพอใจน้อย อาจกล่าวได้ว่า ลูกค้าเหล่านี้ยังไม่มีความรู้และประสบการณ์ในการใช้บริการระบบสารสนเทศในระบบบริการตัวเองหรือ Self Service จึงอาจทำให้เกิดความสับสนหรือความผิดพลาดในเวลาใช้บริการจริง ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มอื่น ดังนั้นธนาคารควรจัดลูกค้ากลุ่มนี้ให้หันมาใช้บริการให้มากยิ่งขึ้นโดยใส่แคมเปญหรือการส่งเสริมการขายให้เหมาะสมกับลูกค้าในกลุ่มนี้ เช่น บริการเสียงเพลงรอสายที่เป็นเพลงยอดนิยมในกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงานต้นๆ หรือมีบริการโหลดเพลงรอสาย ริงโทนได้อีกด้วย นอกจากนี้ควรเพิ่มเมนูพิเศษคือเมนูข่าวสารในวงการบันเทิง ดูดวงหรือแพชั่น เพื่อลูกค้าที่ใช้บริการแล้วอาจจะต้องการเข้าไปฟังเพิ่มเติม

ส่งผลให้ลูกค้าเห็นถึงความหลากหลาย และรูปแบบบริการที่โดนใจ จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการอีก

8. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทย พิจารณาตัวแปรด้านช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ พบว่าลูกค้านิยมใช้บริการกันมากในช่วงเวลาหลังเที่ยงไปต้นไป ดังนั้นลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเช้านั้นจะเกิดความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการช่วงหลังเที่ยง เพราะเมื่อมีลูกค้าใช้บริการน้อยก็จะทำให้โทรติดและมีพนักงานรับสายได้สะดวกรวดเร็วกว่า แต่เนื่องจากไม่สามารถเปลี่ยนวิถีชีวิตของลูกค้าได้ ทางธนาคารควรจะมีกลยุทธ์เพื่อรองรับการให้บริการของลูกค้าที่มีจำนวนมากในช่วงหลังเที่ยงด้วยกันสองวิธีคือ การเพิ่มจำนวนโทรศัพท์สายนอกเพื่อเพิ่มช่องทางในการติดต่อเข้ามาของลูกค้า และในขณะเดียวกันก็ควรที่จะเพิ่มจำนวนพนักงานรับสายเพื่อให้รองรับกับจำนวนสายที่ลูกค้าโทรเข้ามาด้วยอย่างพอดีด้วย

9. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคาร กสิกรไทย พิจารณาตัวแปรด้านรูปแบบในการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์ พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการระบบตอบรับอัตโนมัติมากกว่าใช้บริการคุยกับพนักงานรับสาย อาจกล่าวได้ว่า เมื่อลูกค้าใช้บริการระบบตอบรับอัตโนมัตินั้นลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทางการเงินจากระบบได้ด้วยตัวเอง ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจมากกว่าคุยกับพนักงานรับสาย รวมถึงไม่ต้องเสียเวลารอสายหรือพูดคุยสื่อสารกับพนักงานรับสาย ดังนั้นธนาคารควรมีการฝึกอบรมพนักงานรับสายให้มีทักษะด้านต่างๆ มากยิ่งขึ้น เช่น เมื่อเลือกรูปแบบการบริการที่ลูกค้าสนใจ สายจะส่งไปให้พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านนั้นเป็นคนพูดคุยกับลูกค้า เพื่อให้เกิดความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากระบบคอลเซ็นเตอร์เป็นระบบที่ลูกค้าสามารถโทรเข้ามาจากทั่วประเทศ ดังนั้นควรมีการทำการวิจัยกับลูกค้าที่อยู่ตามจังหวัดต่างๆ ที่กระจายอยู่ทั่วประเทศด้วย
2. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสาเหตุหรือปัจจัยที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย และนำไปสู่การแก้ไขปรับปรุงให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น
3. ควรทำการวิจัยเชิงเปรียบเทียบกับระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารอื่นที่เป็นคู่แข่ง เช่น ระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารไทยพาณิชย์ เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นข้อมูลเปรียบเทียบและสร้างมาตรฐานการวัด อีกทั้งยังนำข้อมูลที่ได้มาทำการพัฒนา ปรับปรุงการให้บริการด้านต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และเพื่อให้ได้เปรียบทางด้านการแข่งขันอีกด้วย

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กุลธร ธนาพงศธร.(2538) การบริหารรัฐกิจเปรียบเทียบ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- คณาริป อัคราวัฒนา .(2543) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ใน
จังหวัดฉะเชิงเทรา สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด).กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จรุง หนูขวัญ.(2535) การดำเนินงานและพัฒนาสถาบันการเงินในประเทศไทย.จุฬาลงกรณ์
วารสาร.
- ชรีณี เดชจินดา.(2530) การบริหารเพื่อความสำเร็จ.กรุงเทพฯ : ธีรต์เวฟ เอ็ดดูเคชั่น .
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ธัญวรัตน์ กฤษณรัตน์.(2542) ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย
จำกัด(มหาชน) หลังการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการปฏิบัติงานของสาขา.
สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ).กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นพพร พลายวงษ์.(2544) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนบริการลูกค้าธนาคารกรุงเทพ
จำกัด(มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม . สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด).กรุงเทพฯ:
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิคม สะอาดเยี่ยม.(2539) การวิจัยเชิงปฏิบัติ : คู่มือการวิจัย. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- บุญเรือง ขจรศิลป์.(2529) เล่นกับคน : ศิลปะการบริหารแบบไทยๆ : ธรรมนิติ.
- พนิดา ชื้อสัตย์สกุลชัย.(2546) ความพึงพอใจของลูกค้าต่อพนักงานในด้านบุคลิกภาพที่มีต่อการ
ให้บริการลูกค้าทั้ง 6 ด้านคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือ
ไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจในลูกค้า ด้านบุคลิกภาพ
ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อพนักงานเคาน์เตอร์ของธนาคารเพื่อเปรียบเทียบ
ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของพนักงานเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด
(มหาชน) กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) . สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ).
กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิรุณ รัตนวนิช. (2543). คุณภาพบริการด้านสาธารณสุขสำหรับพยาบาล. พิมพ์ครั้งที่ 1. ตรีง:
วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรีง.
- เพทาย แก้วประสิทธิ์.(2539) กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3.
- เพลินจิตร์ รุ่งศรีวัฒนา.(2547) ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อ
การใช้บริการระบบคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) ของโรงพยาบาลนตร์ อีจีวี ในเขตกรุงเทพ
มหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ).กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนคริน
ทรวิโรฒ.
- ภณิดา ชัยปัญญา.(2541) ตลาดบริหาร (Marketing for Service) [ม.ป.ท.:ม.ป.พ.].

- รัตนารณ์ มั่นทะกะ.(2549) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Call Center) ของอาร์ทในเขตกรุงเทพมหานคร . สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด).กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2538) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์
- เลิฟล๊อค, คริสโตเฟอร์ เอช; และ ไرن, ลอเรน. (2546). การตลาดบริการ. แปลโดย อุดุลย์ จาตุรงคกุล; ดลยา จาตุรงคกุล; และ พิมพ์เดือน จาตุรงคกุล. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- วารสารท่องเที่ยว บมจ.ธนาคารนครธน. (2540) ภาพลักษณ์ใหม่ของสถาบันการเงินไทย. ปีที่ 2 หน้า 3, ต.ค.-ธ.ค.
- วิชาการปริทัศน์.(2538) การพัฒนาสู่การเป็นธนาคารอิเล็กทรอนิกส์สมบูรณ์แบบ.ปีที่ 3 ฉบับที่ 5/15 พฤษภาคม
- วีระพงษ์ เณิมจิระรัตน์. (2539) คุณภาพในงานบริการ 1. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ประชาชน.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546) การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สงวน สุทธิเลิศอรุณ.(2522) จิตวิทยาสังคม.กรุงเทพฯ : ชัยศิริการพิมพ์.
- สมิต สัมฤทธิ์.(2542) คู่มือ TQM สู่ความเป็นเลิศในภาคธุรกิจบริการ = *Guide to TQM in service industries*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สุรศักดิ์ นานานุกุล.(2540) คุณภาพในงานบริการ.(พิมพ์ครั้งที่ 5).
- สุกัญญา ไบเจริญ.(2540) ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ขอนแก่น (ภาคคำ) . สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด).กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุปัญญา ไชยชาญ.(2538) การวิจัยตลาด. กรุงเทพฯ : พี เอ ลีฟวิ่ง.
- สมารี พรธณนิยม.(2548) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ).กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- โสภณ สรวงชลธาร.(2541) ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในระบบ “Re-engineering” ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สำนักงานเขต 52. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด).กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อุดุลย์ จาตุรงคกุล.(2546) พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับมาตรฐาน = *Consumer behavior*. กรุงเทพฯ :บุ๊คลิงค์ (ผู้จัดจำหน่าย).
- อนุเทพ เบื่องบน.(2544) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด).กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Heizer and Render.(1999) *Operations Management* : Prentice Hall Publishing.

Kotlor, Phillip.(1997) *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control*. 9th ed. New Jersey: A Simon & Schuster Company.

Morse, Nancy C. (1953) *Satisfaction in white collar job*. Ann: University of Michigan Press.

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

Wolman, Benjamin B. (1973) *Dictionary of Behavioral Science*. Van Nostrand: Reinheld company.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

คำชี้แจง – แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้า

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าคำตอบที่ท่านเลือกและ/หรือกรอกข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านในช่องว่างดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้า

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 20 ปี

☐ 20 – 29 ปี

☐ 30 – 39 ปี

☐ 40 – 49 ปี

☐ ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาปัจจุบัน

☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช . หรือต่ำกว่า

☐ ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

☐ นักเรียน / นักศึกษา

☐ พนักงานบริษัท / องค์กร

☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

☐ พ่อบ้าน / แม่บ้าน

☐ อื่นๆ โปรดระบุ

5. รายได้ต่อเดือน

☐ น้อยกว่า 10,000 บาท

☐ 10,000 – 19,999 บาท

☐ 20,000 – 29,999 บาท

☐ 30,000 – 39,999 บาท

☐ ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกสิกรไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ตามพฤติกรรมการใช้ระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ ที่ตรงกับความเป็นจริงที่เกี่ยวกับตัวท่านในช่องว่างดังต่อไปนี้

1. ความถี่ในการใช้บริการ

- | | |
|--|--|
| ☐ 1 ครั้งต่อเดือน | ☐ 2 ครั้งต่อเดือน |
| ☐ 3 ครั้งต่อเดือน | ☐ มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน |

2. ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการ

- | | |
|--|--|
| ☐ 00.00 น. – 05.59 น. | ☐ 06.00 น. – 11.59 น. |
| ☐ 12.00 น. – 17.59 น. | ☐ 18.00 น. – 23.59 น. |

3. ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง

- | | |
|--|--|
| ☐ น้อยกว่า 1 นาทีต่อครั้ง | ☐ 1 – 5 นาทีต่อครั้ง |
| ☐ 6 – 10 นาทีต่อครั้ง | ☐ มากกว่า 10 นาทีต่อครั้ง |

4. บริการทางการเงินที่นิยมใช้บ่อยที่สุด (ตอบได้ข้อเดียว)

- | | |
|---|---|
| ☐ บริการทางบัญชี | ☐ บริการบัตรเครดิต |
| ☐ บริการข้อมูลทั่วไป | ☐ บริการกองทุนรวม |
| ☐ บริการ Home Smile Club สินเชื่อบ้านและวงเงินพิเศษส่วนบุคคล | |

5. ส่วนรูปแบบการใช้บริการเมื่อโทรเข้ามาที่ระบบคอลเซ็นเตอร์เป็นลักษณะใดมากที่สุด(ตอบได้ข้อเดียว)

- | |
|---|
| ☐ กด 0 เพื่อติดต่อพนักงานรับสาย |
| ☐ ใช้บริการกดเลือกเมนูจากระบบตอบรับอัตโนมัติ |

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพของบริการระบบตอบรับอัตโนมัติในระบบคอลเซ็นเตอร์ของธนาคารกรุงไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องตามระดับความพึงพอใจที่ท่านมีต่อประเด็นแต่ละข้อ

ประเด็นที่พิจารณา	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	ไม่พึงพอใจ 1
ด้านการเข้าถึงบริการ					
การติดต่อเข้ามายังศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Call Center)					
ความสะดวกในการกดเลือกเมนูที่ต้องการในระบบตอบรับอัตโนมัติ					
ความสะดวกในการคุยกับพนักงานรับสาย					
ความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ					
ด้านประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร					
การใช้ภาษาในการสื่อสาร					
ความเข้าใจในเมนูต่างๆของระบบ					
ความเพียงพอของข้อมูลที่ได้รับ					
ด้านความสามารถของพนักงาน					
ความสามารถในการตอบคำถามของพนักงานรับสาย					
ความสามารถในการแก้ปัญหาหรือช่วยเหลือของพนักงานรับสาย					
ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานรับสาย					
ด้านการตอบสนองลูกค้า					
ความสามารถของระบบในการให้บริการและช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า					
ความรวดเร็วของระบบตั้งแต่เริ่มใช้บริการจนจบการให้บริการ					
บริการที่หลากหลายของระบบ					
ด้านความมั่นคงปลอดภัย					
ความน่าเชื่อถือของระบบและพนักงานรับสาย					
ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวจากการใช้บริการ					

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพชรรัตน์ มีสมบูรณ์พูนสุข	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิชา โกมลทัต	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล

ภัสร์สร ชื่นสุขธนานันท์

วันเดือนปีเกิด

18 พฤษภาคม 2525

สถานที่เกิด

กรุงเทพมหานคร

สถานที่อยู่ปัจจุบัน

บ้านเลขที่ 860 ซอยลาดพร้าว 71 ถนน ลาดพร้าว เขต
ลาดพร้าว แขวง ลาดพร้าว กรุงเทพฯ 10230

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2547

ปริญญาตรี สาขาการตลาด จากคณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

พ.ศ. 2549

ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด จาก
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ