

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการ  
ของ ธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย

นางสาว ชุติกาญจน์ กัณนั่ม

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการ วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

พ.ศ.2563

Relationship between personal factors and service quality  
of Government Savings Bank Sai Noi Branch

Chutikan Kannim

A Thematic Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
For the Master of Business Administration Department  
of Management College of Innovative Business and Accountancy,  
Dhurakij Pundit University

2020



## ใบรับรองสารนิพนธ์

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต


หัวข้อสารนิพนธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการ ของธนาคารออมสิน  
สาขาไทรน้อย

เสนอโดย ชุติกาญจน์ กัณนั่ม

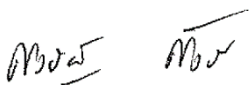
สาขาวิชา การจัดการ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์

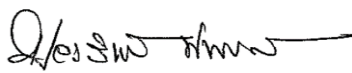
ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์แล้ว

  
..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)

  
..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์)

  
..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะวิทย์ ทิพรส)

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี รับรองแล้ว

  
..... คณบดีวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)

วันที่ 12 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2563

หัวข้อสารนิพนธ์	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการ ของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย
ชื่อผู้เขียน	นางสาว ชุตติกาญจน์ กันนั่ม
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร. ศิวพันธ์ ศิวพิทักษ์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ
ปีการศึกษา	2563

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินสาขาไทรน้อย และเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการของธนาคารออมสินสาขาไทรน้อย และสาขาอื่น ๆ มากยิ่งขึ้น ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าของธนาคารออมสินสาขาไทรน้อย ขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 คน โดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยใช้สถิติแบบพรรณนา (Descriptive statistic) โดยการวิเคราะห์แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ใช้การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One - Way ANOVA) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า เพศ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การใช้บริการธนาคารออมสินสาขาไทรน้อยเฉลี่ยประมาณเดือนละกี่ครั้ง การใช้บริการใดของธนาคารออมสินสาขาไทรน้อยที่ท่านใช้บริการมากที่สุด ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาไทรน้อยมาแล้วรวมเป็นระยะเวลาเท่าไร ไม่แตกต่างกัน และด้านอายุ สถานภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ตามลำดับ

Thematic Paper Title	Relationship between personal factors and service quality of Government Savings Bank Sai Noi Branch.
Author	Chutikan Kannim
Thesis Advisor	Asst. Prof. Dr. Sivanun Sivapitak
Department	Management
Academic Year	2020

### **ABSTRACT**

This study aimed to study the relationship between personal factors and service quality. Of Government Savings Bank Sai Noi Branch And to serve as a guideline to improve and develop services to be more efficient in order to meet the needs of users of Government Savings Bank, Sai Noi branch and other branches The population used in this research was customers of Government Savings Bank Sai Noi branch. Sample size of the study of 400 people. Using Taro Yamane's formula, the error was not greater than 5%, and the accidental sampling was used. The research tool was a questionnaire. Research statistics Descriptive statistic was used by analyzing the frequency, percentage, mean (X) and standard deviation (S.D.) distribution. Using t-test and one-way ANOVA analysis of variance, the results of the analysis were summarized as follows.

The study found that gender, highest education level, occupation, average monthly income. Using the service average, about how many times per month, The use of any Sai Noi branch you use most, Services of Sainoi branch ago period, as well as how much, There was no significant difference in age and status at 0.05, respectively.

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย” สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ โดยได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวพันธ์ ศิวพิทักษ์ ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งได้ให้ความกรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้ถูกต้อง มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยซาบซึ้งในความอนุเคราะห์ที่ได้รับ จึงขอขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ สติปัญญา ถ่ายทอดความรู้วิชาตลอดจนประสบการณ์ต่าง ๆ ให้แก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณเจ้าของเอกสาร บทความ หนังสือทุกท่านที่ผู้วิจัยใช้ในการสืบค้นข้อมูลที่ไม่ได้กล่าวนามไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือช่วยเหลือ ให้ข้อมูล ข้อเสนอแนะ ในการตอบแบบสอบถามด้วยความเต็มใจ และขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ทำให้สารนิพนธ์ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

นางสาว ชุติกาญจน์ กันนั่ม

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฉ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	2
1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	2
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	2
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการบริการ.....	6
2.2 ข้อมูลธนาคารออมสิน.....	10
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	13
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	13
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	15
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	15
3.4 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	16
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	17
3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลหรือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	17

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิจัย.....	19
4.1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง.....	20
4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย.....	25
4.3 ผลการทดสอบสมมุติฐาน.....	26
5. สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	42
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	42
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	44
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	46
บรรณานุกรม.....	47
ภาคผนวก.....	51
ประวัติผู้เขียน.....	56



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ข้อมูลทั่วไปด้านเพศ.....	20
4.2 ข้อมูลทั่วไปด้านอายุ.....	20
4.3 ข้อมูลทั่วไปด้านสถานภาพ.....	21
4.4 ข้อมูลทั่วไปด้านการศึกษาระดับสูงสุด.....	21
4.5 ข้อมูลทั่วไปด้านอาชีพ.....	22
4.6 ข้อมูลทั่วไปด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	22
4.7 การใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย เฉลี่ยประมาณเดือนละ.....	23
4.8 บริการใดของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่ท่านใช้บริการมากที่สุด.....	23
4.9 การใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย มาแล้วรวมเป็นระยะเวลา.....	24
4.10 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย.....	25
4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาไทรน้อย ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability).....	26
4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาไทรน้อย การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness).....	27
4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาไทรน้อย การให้ความมั่นใจ (Assurance).....	28
4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาไทรน้อย การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy).....	29
4.15 สรุปแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย.....	30
4.16 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามเพศ.....	31

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.17 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามอายุ.....	32
4.18 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามอายุ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible).....	33
4.19 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามอายุ ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability).....	33
4.20 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามสถานภาพ.....	34
4.21 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามสถานภาพ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) .....	35
4.22 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามสถานภาพ ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability).....	35
4.23 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุด .....	36
4.24 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามอาชีพ.....	37
4.25 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน.....	38
4.26 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามการใช้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย เฉลี่ยประมาณเดือนละ.....	39
4.27 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามบริการใดของ ธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่ท่านใช้บริการมากที่สุด.....	40
4.28 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามการใช้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อยมาแล้วรวมเป็นระยะเวลา.....	41

## สารบัญรูปภาพ

รูปภาพที่	หน้า
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	14

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สถาบันการเงินในปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงมากขึ้น การให้บริการถือเป็นจุดสำคัญที่จะให้ธนาคารดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการให้บริการที่ดีจะต้องตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ หากธนาคารไม่สามารถรักษามาตรฐาน การบริการได้จะส่งผลให้ความพึงพอใจของลูกค้าลดลง (สุพรรณิ อินทร์แก้ว, 2547: 2-3) ในธุรกิจการให้บริการ คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นการสร้างความแตกต่างของธุรกิจจึงควรเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ, 2545: 291)

ธนาคารออมสิน (Government Savings Bank; GSB) มีสถานะรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงการคลังเป็นธนาคารเพื่อลูกค้ารายย่อย ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาธนาคารออมสินได้ปรับปรุงพัฒนาระบบการดำเนินงานและการบริการในทุกด้านอย่างเป็นพลวัตรให้เข้ากับสถานการณ์เพื่อรักษฐานลูกค้ามากกว่า 26 ล้านบัญชีโดยระดมทรัพยากรในทุกด้านเตรียมการเพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์และรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยและครบวงจรยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการให้บริการที่สอดคล้องต่อความต้องการและครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ และทุกช่วงวัย ที่ผ่านมาธนาคารออมสินได้เปลี่ยนแปลงปรับปรุงพัฒนาระบบการดำเนินงานและการบริการในทุกด้าน เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ โดยระดมทรัพยากรในทุกด้านเตรียมการเพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์และรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยและครบวงจร ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม (On Demand Business) และสามารถแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดโครงการและกิจกรรมมากมายเพื่อเสริมสร้างและสนับสนุนการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรให้มีความสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพสูงสุด โครงการสำคัญที่มีส่วนช่วยในการปรับปรุงโครงสร้างของธนาคารก็คือ โครงการพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในระดับกลางและระดับล่างและเป็นการเสริมสร้างภาพพจน์ของธนาคารให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพ สะดวก รวดเร็ว ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเงื่อนไขในตัวผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ธนาคารออมสินได้มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายในการให้บริการลูกค้า โดยเน้นให้พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นเลิศมากขึ้น มุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับลูกค้าให้มากขึ้น เพื่อแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์อื่นได้อย่างทัดเทียมกัน จากความจำเป็นในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความต้องการทราบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการจัดการคุณภาพการให้บริการและนำผลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนาการ

ให้บริการของสาขาให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ตลอดจนนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานของสาขาเพื่อให้ตรงตามเป้าหมายของธนาคารออมสินต่อไป

ธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีผู้มาใช้บริการจำนวนมากในแต่ละวัน จากความสำคัญของความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออมสินของผู้ใช้บริการจึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการจัดการคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาไทรน้อย และเพื่อความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาจึงมุ่งศึกษากลุ่มตัวอย่างของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย เพื่อผลที่ได้จากการศึกษามาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย และสาขาอื่น ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับนโยบายในการดำเนินงานของธนาคารในปัจจุบันและในอนาคต

## 1.2 คำถามการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อยแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย

## 1.4 สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันความพึงพอใจมีผลทำให้คุณภาพการบริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อยไม่แตกต่างกัน

2. ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันความพึงพอใจมีผลทำให้คุณภาพการบริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อยไม่แตกต่างกัน

3. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันความพึงพอใจมีผลทำให้คุณภาพการบริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อยไม่แตกต่างกัน

4. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันความพึงพอใจมีผลทำให้คุณภาพการบริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ไม่แตกต่างกัน

5. ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันความพึงพอใจมีผลทำให้คุณภาพการบริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ไม่แตกต่างกัน
6. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกันความพึงพอใจมีผลทำให้คุณภาพการบริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ไม่แตกต่างกัน
7. ผู้ใช้บริการที่มีประเภทของการเข้ารับบริการต่างกันความพึงพอใจมีผลทำให้คุณภาพการบริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ไม่แตกต่างกัน

### 1.5 ขอบเขตการวิจัย

#### 1. ขอบเขตด้านประชากรและพื้นที่

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัย ได้แก่ ประชาชนหรือผู้ใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย

#### 2. พื้นที่การวิจัย คือ ธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ตำบลคลองขวาง อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี

#### 3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ทำการวิจัยรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน ตุลาคม 2563 ถึง เดือน พฤศจิกายน 2563

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการ ของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

1. ทราบข้อมูลที่ได้ไปศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินสาขาไทรน้อย
2. ทราบถึงความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่แตกต่างกันจำแนกตามตัวแปร อายุ เพศ อาชีพ ระยะเวลา ในการเป็นลูกค้า สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย
3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้ในการวิจัยครั้งนี้ ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพในการให้บริการแก่ลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ให้ได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด

## 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

**ความสัมพันธ์** หมายถึง สภาวะที่เกิดขึ้นระหว่างองค์การและกลุ่มประชาชนเป้าหมายขององค์การ เป็นสภาวะที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงความรู้สึกที่ดีต่อกัน

**ปัจจัยส่วนบุคคล** หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

**ประชาชน** หมายถึง คนทั่วไป หรือ ผู้มาใช้บริการซึ่งเป็นลูกค้า

**คุณภาพ (Quality)** หมายถึง ระดับของคุณประโยชน์และคุณสมบัติของสินค้าที่เอื้ออำนวยต่อผู้ใช้สอย และตอบสนองต่อความต้องการที่ตั้งใจ หรือคาดหวังก่อนใช้สอยสินค้า หรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ตลอดจนความสอดคล้องกับข้อกำหนด (Conformance to Requirements) และ ความเหมาะสมต่อการใช้สอย (Fitness for Use)

**บริการ (Service)** หมายถึง สิ่งที่จับสัมผัสจับต้องได้ยากและเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้น (โดย/ จากบริการ) และส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้น ๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีบริการนั้น ๆ หรือ การกระทำ ปฏิบัติ เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้มาใช้บริการ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของผู้มาใช้บริการในแต่ละประเภทของธนาคาร

**คุณภาพการบริการ** หมายถึง ความรู้สึกความพอใจด้วยการทำให้ความต้องการและ ความหวังของผู้รับบริการตอบสนองถูกต้องตรงเวลาที่ต้องการ โดยการปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการอย่างอ่อน โยน และสุภาพ การ

เข้าถึงความสะดวกการให้บริการ (Accessibility and Convenience) การให้บริการด้านต่าง ๆ ของพนักงาน  
ธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ประกอบด้วยคุณภาพบริการ 5 ด้าน ดังนี้

1. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ อุปกรณ์ เช่น เครื่อง  
คอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคา์เตอร์ให้บริการ ที่จอดรถ ห้องน้ำ รวมทั้งการแต่งกายของพนักงาน

2. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) เป็นความสามารถในการมอบบริการเพื่อ  
ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามสัญญาหรือควรจะเป็นอย่างถูกต้องและตรงตาม วัตถุประสงค์ของ  
บริการ เช่น ธนาคารต้องรักษาเงินในสมุดบัญชีให้อยู่ครบทุกบาททุกสตางค์

3. ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) เป็นความรวดเร็วและตั้งใจ ที่จะ  
ช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็วไม่ให้อรคิวนาน เมื่อเห็นลูกค้าพนักงานต้องรีบมาต้อนรับและให้  
ความช่วยเหลือในสิ่งที่ลูกค้าต้องการจะรับบริการ

4. การรับประกัน/ความมั่นใจ (Assurance) เป็นการรับประกันว่าพนักงานที่ให้บริการนั้นมีความรู้  
ความสามารถและความสุภาพในการให้บริการ

5. การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) เป็นการดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ อย่าง  
ตั้งใจ เน้นการให้บริการและการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าเป็นรายบุคคล



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการ ของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย” มีแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

#### 2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการบริการ

##### 2.1.1 ความหมายของการจัดการคุณภาพ

##### 2.1.2 ความสำคัญของการจัดการคุณภาพการบริการ

##### 2.1.3 แนวคิดในการวัดคุณภาพของการให้บริการ

##### 2.1.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวัดคุณภาพการให้บริการ

#### 2.2 ข้อมูลธนาคารออมสิน

#### 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการบริการ

##### 2.1.1. ความหมายเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพ

Oakland (1995:22) กล่าวว่า การจัดการคุณภาพ คือ แนวทางการปรับปรุงความสามารถในการแข่งขันเป็นวิธีการที่สำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Bank (1992:3) กล่าวว่า การจัดการคุณภาพ คือ ปรัชญารากฐานของธุรกิจที่มีพื้นฐานมาจากความพึงพอใจของลูกค้า การจัดการคุณภาพเป็นการออกแบบการบริการหรือออกแบบสินค้าอย่างมีคุณภาพและสามารถปฏิบัติได้จริง

จิรัฐ ชวนชม (2558:3) กล่าวว่า การจัดการคุณภาพ คือ กระบวนการจัดการที่มีการนำไปปฏิบัติในการวางแผนผลิตภัณฑ์ เพื่อการออกแบบการผลิต และการส่งมอบ โดยมีการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการบรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กรและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

### 2.1.2. ความสำคัญของการจัดการคุณภาพการบริการ

การจัดการคุณภาพการให้บริการเป็นมโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินของผู้รับบริการโดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (expectation service) กับการบริการที่รับรู้จริง (perception service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ หรือสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวังไว้ จะส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการ

ความสำคัญของการบริการที่องค์กรจำเป็นต้องดำเนินการ พอจะสรุปได้ดังต่อไปนี้ การบริการเป็นกลยุทธ์สร้างความแตกต่างให้กับหน่วยงาน และการบริการจะช่วงสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหลัก นอกจากนี้การบริหารที่ดียังช่วยรักษาลูกค้าเดิม เพิ่มลูกค้าใหม่ กล่าวคือ การบริการที่ดีย่อมสร้างชื่อเสียงที่จะดึงดูดลูกค้ารายใหม่ให้เข้ามาใช้บริการ (รวิวรรณ โปรรุ่งโรจน์, 2551 : 11)

### 2.1.3. แนวคิดในการวัดคุณภาพของการให้บริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) ได้กล่าวถึงแนวคิดในการวัดคุณภาพของการให้บริการ (Berry et al, 1985; Zeithaml and Bitner, 1996) ว่าในการวัดคุณภาพของการให้บริการลูกค้าจะวัดจากองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการและผลลัพธ์ที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่ลูกค้าได้รับเรียกว่าคุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Service Quality) ซึ่ง จะเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวัง (Expected Services) กับบริการที่รับรู้ (Perceived Service) ซึ่งก็คือ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขารับบริการแล้วนั่นเอง ในการวัดคุณภาพของให้บริการลูกค้าจะวัดจากองค์ประกอบของคุณภาพในการบริการ ซึ่งมี 5 ข้อได้แก่

1. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ อุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ให้บริการ ที่จอดรถ ห้องน้ำ รวมทั้งการแต่งกายของพนักงาน

2. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) เป็นความสามารถในการมอบบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามสัญญาหรือควรจะเป็นอย่างถูกต้องและตรงตาม วัตถุประสงค์ของบริการ เช่น ธนาคารต้องรักษาเงินในสมุดบัญชีให้อยู่ครบทุกบาททุกสตางค์

3. ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) เป็นความรวดเร็วและตั้งใจ ที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็วไม่ให้ออกิวนาน เมื่อเห็นลูกค้าพนักงานต้องรีบมาต้อนรับ และให้ความช่วยเหลือในสิ่งที่ลูกค้าต้องการจะรับบริการ

4. การรับประกัน/ความมั่นใจ (Assurance) เป็นการรับประกันว่าพนักงานที่ให้บริการนั้นมีความรู้ความสามารถและความสุภาพในการให้บริการ

5. การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) เป็นการดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ อย่างตั้งใจ เน้นการให้บริการและการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าเป็นรายบุคคล

#### 2.1.4. เครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพบริการตามแนวคิดของ Parasuraman เชื่อว่าคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้รับบริการเกี่ยวกับบริการที่ได้รับ ซึ่งความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นผลจากคำบอกเล่าที่บอกต่อกันมา ความต้องการของผู้รับบริการเอง และประสบการณ์ในการรับบริการที่ผ่านมา รวมถึงข่าวสารจากผู้ให้บริการทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ส่วนการรับรู้ของผู้รับบริการเป็นผลมาจากการได้รับบริการและการสื่อสารจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ถ้าบริการที่ได้รับดีกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังถือว่าบริการนั้นมีคุณภาพ (Parasuraman et al., 1985, 1988) Parasuraman และคณะ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1994) ได้กำหนดเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ประกอบด้วยคุณภาพ การให้บริการ 5 ด้าน 22 รายการคือ

##### 1. รูปลักษณ์ (Tangibles) ประกอบด้วย

1.1 ความทันสมัยของอุปกรณ์

1.2 สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ

1.3 การแต่งกายของพนักงาน

1.4 เอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ

##### 2. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) ประกอบด้วย

2.1 ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้

2.2 การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าและการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้า

2.3 การทำงานไม่ผิดพลาด

2.4 การบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมใช้งานเสมอ

2.5 การมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ

##### 3. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ประกอบด้วย

3.1 มีระบบการให้บริการที่ให้บริการได้รวดเร็ว

3.2 ความพร้อมของพนักงานในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ลูกค้า

- 3.3 ความรวดเร็วในการทำงานของพนักงาน
- 3.4 ความพร้อมของพนักงานในการให้บริการลูกค้าทันทีที่ต้องการ
- 4. การรับประกัน/ความมั่นใจ (Assurance) ประกอบด้วย
  - 4.1 ความรู้ความสามารถของพนักงานในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ
  - 4.2 การสร้างความปลอดภัยและเชื่อมั่นในการรับบริการ
  - 4.3 ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน
  - 4.4 พฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการของธนาคาร
- 5. การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) ประกอบด้วย
  - 5.1 การให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละคนของพนักงานบริการ
  - 5.2 เวลาในการเปิดให้บริการและให้ความสะดวกแก่ลูกค้า
  - 5.3 โอกาสในการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของกิจการ
  - 5.4 ความสนใจลูกค้าอย่างแท้จริงของพนักงาน
  - 5.5 ความสามารถในการเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าชัดเจน

โดยสรุปได้ว่า แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพการบริการ หมายถึง ความน่าเชื่อถือที่เป็นไปตาม มาตรฐานการประเมิน ซึ่งทำให้เกิดผลลบที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ อย่างมีคุณภาพ คุณภาพการบริการที่ดีนั้นต้องทำในสิ่งที่ถูกต้อง ในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการตามความสามารถในการให้บริการที่ได้กำหนดไว้ตามมาตรฐานการทำงานในแต่ละองค์กร ซึ่งการจัดการคุณภาพการบริการถือเป็นสิ่งจำเป็นทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ ที่จะสร้างความพึงพอใจกับผู้รับบริการ และจำเป็นต้องมีการประเมินความต้องการ และความพึงพอใจของลูกค้าว่ามีมากน้อยเพียงใดต่อการบริการขององค์กร เพื่อนำผลที่ได้นั้นมาปรับปรุง แก้ไข พัฒนาคุณภาพการบริการ ให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งหลักในการทำให้ลูกค้าพอใจ คือการเสนอสิ่งที่ดี เป็นรูปธรรม มีความน่าเชื่อถือ และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ เพราะเป็นสิ่งสำคัญในการให้บริการที่จะส่งผลต่อคุณภาพการบริการขององค์กร

## 2.2 ข้อมูลธนาคารออมสิน

ธนาคารออมสิน ก่อตั้งโดยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 ทรงเห็นคุณประโยชน์ของการออมทรัพย์ เพื่อให้ประชาชนรู้จักการประหยัด การเก็บออม มีสถานที่เก็บรักษาทรัพย์สินเงินทองของประชาชนให้ปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย จึงทรงริเริ่มจัดตั้งคลังออมสินทดลองขึ้น โดยทรงพระราชทานนามว่า “ลีฟอเทีย” ในปี พ.ศ. 2450 เพื่อทรงใช้ศึกษา และสำรวจนิสัยคนไทยในการออมเบื้องต้น พระองค์ทรงเข้าใจในราษฎรของพระองค์และทรงทราบว่าควรใช้กุศโลบายใดอันจะจูงใจคนไทยให้มองเห็นความสำคัญของการออมเพื่อให้คลังออมสินได้ เป็นประโยชน์แก่กุลเพื่อแผ่ไปถึงราษฎรโดยทั่วกัน

พระองค์จึงได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ดำเนินการจัดตั้ง “คลังออมสิน” ขึ้นในสังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติ กระทรวงพระคลังมหาสมบัติ และพระราชทานพระบรมราชานุญาตประกาศใช้ “พระราชบัญญัติคลังออมสิน พ.ศ. 2456” ประกาศใช้ในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2456 ต่อมาในปี พ.ศ. 2472 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 7 ทรงมีพระราชดำริ เห็นควรโอนกิจการคลังออมสินให้ไปอยู่ในความรับผิดชอบของกรมไปรษณีย์โทรเลข กิจการได้ เริ่มแพร่หลายและ เป็นที่นิยมของประชาชนอย่างกว้างขวาง ซึ่งนับได้ว่ากิจการคลังออมสินในช่วงระยะนี้เติบโตขึ้นมาก จึงเรียกได้ว่าเป็น "ยุคแห่งความก้าวหน้าของการคลังออมสินแห่งประเทศไทย"

หลังเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลงรัฐบาลได้เห็นถึงคุณประโยชน์ของการออมทรัพย์ และความสำคัญ ของคลังออมสินที่มีต่อการพัฒนาประเทศ จึงได้ยกฐานะของคลังออมสินขึ้นเป็นองค์การของรัฐมีฐานะเป็นนิติบุคคลดำเนินธุรกิจภายใต้ “พระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พ.ศ. 2489” มีการบริหารงานโดยอิสระภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการ ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง เริ่มดำเนินธุรกิจในรูปแบบธนาคารออมสิน ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2490 และคำว่า “คลังออมสิน” ได้เปลี่ยน เป็นคำว่า “ธนาคารออมสิน” นับแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธนาคารออมสินได้เปลี่ยนแปลงปรับปรุงพัฒนาระบบการดำเนินงาน และการบริการในทุกด้านอย่างเป็นพลวัตร ธนาคารจึงได้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ เพื่อรักษาฐานลูกค้ามากกว่า 26 ล้านบัญชี โดยระดมทรัพยากรในทุกด้านเตรียมการเพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์ และรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยและครบวงจรยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการให้บริการที่ สอดคล้องต่อความต้องการและครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ และทุกช่วงวัย ซึ่งในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2563 นับเป็นวันที่ธนาคารมีการดำเนินงานครบ 107 ปี มีสาขาจำนวน 1,062 สาขา มีเครื่อง ATM / Passbook Update / ADM รวม 8,534 เครื่อง (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2562)

ธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ตั้งอยู่ที่ 92-92/1 ม.1 ต.คลองขวาง อ.ไทรน้อย จ.นนทบุรี ให้บริการทางการเงินที่หลากหลาย ที่ตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่มลูกค้า ทั้งการบริการธุรกรรมทางการเงิน เช่น การรับฝากเงิน การถอนเงิน การบริการทางด้านสินเชื่อ ตลอดจนบริการทางการเงินต่าง ๆ ตามนโยบายของรัฐบาลที่มอบหมายให้ธนาคารออมสินเป็นผู้ดูแล ซึ่งผู้มารับบริการส่วนใหญ่ จะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี และพื้นที่ใกล้เคียง โดยมีหลากหลายอาชีพ อาทิ เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร ค้าขาย รับจ้าง และนักเรียน นักศึกษา เป็นต้น

### 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชลธิชา ศรีบำรุง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าคุณภาพบริการ ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น มีคุณภาพในการบริการที่ดีมากที่สุด โดยพบว่า ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น มีคุณภาพในการบริการที่ดีมากที่สุด พนักงานสามารถ เก็บความลับของลูกค้าเป็นอย่างดีและมีกริยามารยาทที่สุภาพ ตลอดจนใช้น้ำเสียงหรือวาจาที่อ่อนโยนต่อลูกค้าเสมอ รวมถึงพนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการตอบคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ของธนาคารได้เป็นอย่างดีและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

อาทิตยา เรืองเนตร และ สุทธาวรรณ จีระพันธุ์ชาติ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผลการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพสอดคล้องกัน ดังนั้นเชิงปริมาณพบว่า ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความไว้วางใจหรือความ น่าเชื่อถือ และความใส่ใจลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เชิง คุณภาพ พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าให้ความสำคัญและมีผลต่อความจงรักภักดีมากที่สุดคือ ความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ และการดูแลเอาใส่ใจลูกค้า

ทิพชญาณ์ อัครพงศ์โสภณ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านพนักงานในกลุ่มธุรกิจบริการเป็นปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จของธุรกิจนั้นได้ พนักงานจำเป็นต้องมีความรู้ มีความน่าเชื่อถือ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ความสำคัญในเรื่องของการแต่งกายของพนักงานสุภาพ สะอาด เรียบร้อย น่าเชื่อถือมากที่สุด และความสะอาดของบริเวณที่เข้ารับบริการ และพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์มีความเอาใจใส่ และมี

ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำเป็นต้องรักษามาตรฐานความสำคัญ  
ที่ลูกค้าตระหนักด้วยการพัฒนาหรือสนับสนุนในการเพิ่มระดับของส่วนประสมการตลาดบริการ

อัจฉรา สงวนทรัพย์ , เจษฎา ความคุ้นเคย และ วิภาวดี ทูปิยะ ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพในการให้บริการ  
ของธนาคารออมสิน สาขาผักไห่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารอยู่ใน  
ระดับที่สูงที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน แล้วพบว่า ด้านการรับประกันของธนาคารออมสินอยู่ในระดับ  
สูงที่สุด ลำดับต่อมาคือ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็ว ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ และด้านการ  
เอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ตามลำดับ และพบว่าอายุและอาชีพของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสินที่ต่างกัน  
ได้รับ คุณภาพในการให้บริการโดยรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการจัดการคุณภาพการให้บริการ ของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

- 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย
- 3.2 ประชากรและตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลหรือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

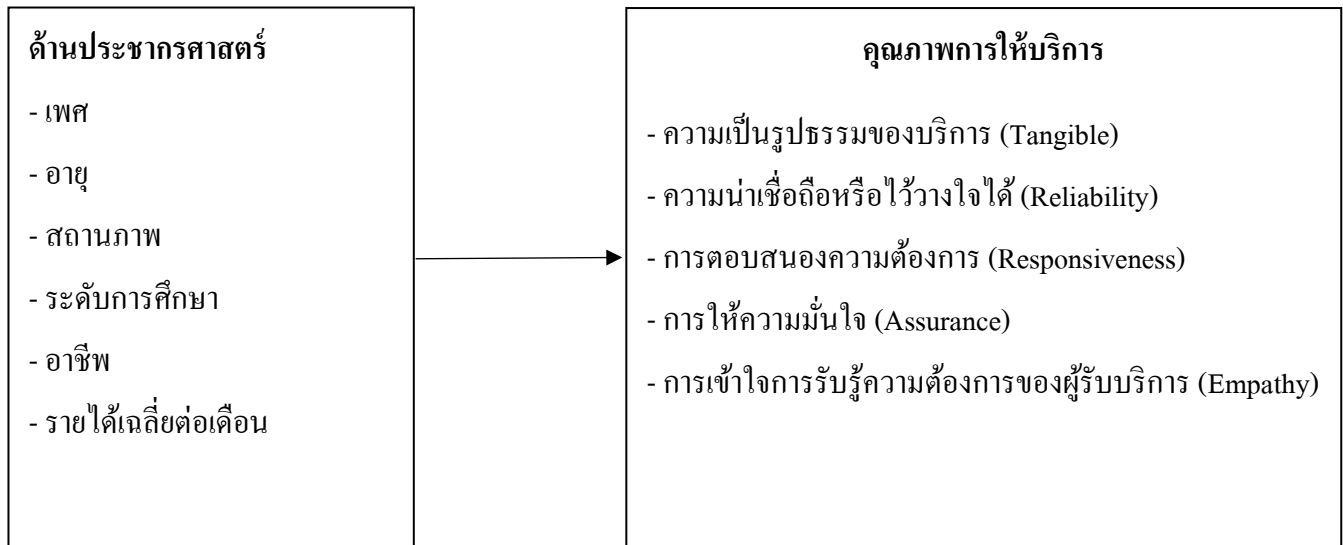
กรอบแนวคิดในการศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสินสาขา ไทรน้อย ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ คือปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. ตัวแปรตาม คือ คุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย
  - 3.1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible)
  - 3.2 ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability)
  - 3.3 การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)
  - 3.4 การให้ความมั่นใจ (Assurance)
  - 3.5 การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy)



ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาประชากรที่ทำการศึกษา ได้แก่ ประชาชนหรือผู้ใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คำนวณได้จากสูตรการหาขนาดตัวอย่างกรณีทราบขนาดจำนวนประชากรจากหลักการคำนวณของ Yamane's ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และมีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (Taro Yamane', 1973 : 727-728)

$$\text{สูตร } n = N / (1 + Ne^2)$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = ขนาดของประชากรในการศึกษา

$e$  = ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น เท่ากับ 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad n &= 10,890,660 / (1 + 10,890,660) (0.05)^2 \\ &= 10,890,660 / 27,227.65 \\ &= 399.98 \\ &= 400 \end{aligned}$$

ดังนั้นจากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้จากสูตรและปัดทศนิยมเป็นจำนวนเต็ม และให้จ่ายต่อการเก็บข้อมูล รวมถึงการแสดงผลวิจัยจะได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิจัยจำนวน 400 คน เพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ลักษณะเครื่องมือ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับ ประชาชนหรือผู้ใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ซึ่งเป็นข้อมูลด้านส่วนตัวด้าน เพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และข้อมูลการใช้บริการ มีจำนวน 9 ข้อ

**ตอนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินสาขาไทรน้อย จำนวน 19 ข้อ ซึ่งประกอบด้วยสาระสำคัญ 5 ด้าน คือ

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible)
2. ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability)
3. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)
4. การให้ความมั่นใจ (Assurance)
5. การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy)

แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ของผู้รับบริการ แบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

- 5 หมายถึง มีความพอใจมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความพอใจมาก
- 3 หมายถึง มีความพอใจปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความพอใจน้อย
- 1 หมายถึง มีความพอใจน้อยที่สุด

### 3.4 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามฉบับนี้ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง มีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องของคุณภาพการบริการธนาคารออมสินสาขาไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี จากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยกำหนดนิยาม และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์ หรือไม่ จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบแล้วนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาให้ผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อย 3 ท่าน คือ

- 3.1 ผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาไทรน้อย
- 3.2 ผู้ช่วยผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาไทรน้อยฝ่ายสินเชื่อ
- 3.3 ผู้ช่วยผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาไทรน้อยฝ่ายเงินฝาก

ตรวจสอบ Content Validity จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาค่า Reliability ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่า Cronbach's Alpha ได้ค่า Reliability ของแบบสอบถาม เท่ากับ 92% ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้ สามารถนำมาไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป

### 3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนดังนี้ผู้วิจัยได้ชี้แจงทำความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการข้อมูลในแบบสอบถาม วิธีการตอบแบบสอบถาม การเก็บรวบรวมแบบสอบถามคืน ตลอดจนการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามต่อจากนั้นผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือกับลูกค้ามาเข้ารับบริการจากธนาคารธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย

### 3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลหรือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยเชิงสังคมศาสตร์ซึ่งมีลำดับขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคล นำมาแจกแจงในรูปของความถี่คำนวณเป็นค่าร้อยละ (% Percentage)
2. ข้อมูลเกี่ยวกับระดับคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินสาขาไทรน้อย นำมาคำนวณเป็นคะแนนเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. เปรียบเทียบระดับระดับคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินสาขาไทรน้อย ของลูกค้าที่เข้ารับบริการจากทางธนาคารธนาคารออมสินสาขาไทรน้อย โดยใช้สถิติทดสอบค่า t-test, One-way ANOVA

### เกณฑ์การแปรผล

นำผลคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต โดยมีเกณฑ์ในการแปลความ ดังนี้ (เพ็ญรุ่ง อังคณา  
วรกุล, 2550, หน้า 29)

$$\text{สูตรการหาอันดับภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการ}}$$

$$= \frac{4 - 1}{4} = 0.75$$

### เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในระดับความคิดเห็น

ค่าเฉลี่ย 3.26-4.00 หมายถึง คุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.25 หมายถึง คุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 1.76-2.50 หมายถึง คุณภาพการบริการอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.75 หมายถึง คุณภาพการบริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการ ของธนาคารออมสิน สาขา ไทรน้อย” ได้ดำเนินไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ โดยผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 หัวข้อดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย
- 4.3 ผลการทดสอบสมมุติฐาน

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำอักษรย่อและ สัญลักษณ์มาใช้ดังนี้

- $\bar{x}$  = ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
- S.D. = ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- t = ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 ตัวแปร  
(t - distribution)
- F = ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 ตัวแปร  
(F - distribution)
- Df. = ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
- SS = ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
- MS = ค่าเฉลี่ยของผลรวมของคะแนนยกกำลังสอง (Mean of Squares)
- Sig. = ค่าความน่าจะเป็น (Probability)
- \* = ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05(ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์)
- \*\* = ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01(ระดับความเชื่อมั่น 99เปอร์เซ็นต์)

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านทั่วไปของตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน ปรากฏดังตารางที่ 4.1-4.6

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปด้านเพศ (n = 400)

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	184	46.0
หญิง	216	54.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.1 ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 และเพศชาย จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปด้านอายุ (n = 400)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	101	25.3
20 - 30 ปี	152	38.0
31 - 40 ปี	94	23.5
41 ขึ้นไป	53	13.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.2 ตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา น้อยกว่า 20 ปี จำนวน 101คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 อายุระหว่าง 31 - 40 ปีจำนวน 94คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 และ 41 ขึ้นไป จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลทั่วไปด้านสถานภาพ (n = 400)

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	106	26.5
สมรส	154	38.5
หย่า	100	25.0
หม้าย	40	10.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.3 ตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพ สมรส จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมา โสด จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 หย่า จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และหม้าย จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลทั่วไปด้านระดับการศึกษาขั้นสูงสุด (n = 400)

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	23	5.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย	52	13.0
อนุปริญญา	70	17.5
ปริญญาตรี	150	37.5
ปริญญาโท	81	20.2
อื่น ๆ (ไปรดระบุ) .....	24	6.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.4 ตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาขั้นสูงสุด ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา ปริญญาโท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 และอันดับสุดท้ายต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.5 ข้อมูลทั่วไปด้านอาชีพ (n = 400)

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	18	4.5
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	113	28.3
พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	63	15.8
ธุรกิจส่วนตัว	189	47.3
อื่น ๆ (ไปรตระบุ).....	17	4.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.5 ตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมา อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 และอันดับสุดท้ายอาชีพอื่น ๆ (ไปรตระบุ).....จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลทั่วไปด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (n = 400)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	68	17.0
10,000 - 20,000 บาท	87	21.8
20,001 - 30,000 บาท	59	14.7
30,001 - 40,000 บาท	100	25.0
40,001 - 50,000 บาท	60	15.0
50,001 บาทขึ้นไป	26	6.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.6 ตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาทจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมา 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 และอันดับสุดท้าย 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.7 การใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย เฉลี่ยประมาณเดือนละ (n = 400)**

การใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย เฉลี่ยประมาณเดือนละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	46	11.5
2 ครั้ง	87	21.8
3 ครั้ง	115	28.7
4 ครั้งขึ้นไป	152	38.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.7 ตัวอย่างส่วนใหญ่การใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย เฉลี่ยประมาณเดือนละ 4 ครั้งขึ้นไป จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา 3 ครั้ง จำนวน 115คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 และอันดับสุดท้าย 1 ครั้ง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.8 บริการใดของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่ท่านใช้บริการมากที่สุด (n = 400)**

บริการใดของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่ท่านใช้ บริการมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
บริการฝาก-ถอนเงิน	133	33.3
บริการชำระค่าสินค้า-บริการ	43	10.7
บริการด้านสินเชื่อ	43	10.7
บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	55	13.7
บริการประกันชีวิต/วินาศภัย	61	15.3
บริการบัตร ATM / VISA	42	10.5
อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	23	5.8
<b>รวม</b>	<b>1,735</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.8 ตัวอย่างส่วนใหญ่บริการใดของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่ท่านใช้บริการมากที่สุด บริการฝาก-ถอนเงิน จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา บริการประกันชีวิต/วินาศภัย จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และอันดับสุดท้ายอื่น ๆ (โปรดระบุ)..... จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.9 การใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาโทรน้อยมาแล้วรวมเป็นระยะเวลา (n = 400)**

การใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาโทรน้อยมาแล้ว รวมเป็นระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	33	8.3
1 – 3 ปี	30	7.5
4 – 6 ปี	69	17.3
7 – 9 ปี	167	41.8
10 ปีขึ้นไป	101	25.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.9 ตัวอย่างส่วนใหญ่การใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาโทรน้อย มาแล้วรวมเป็นระยะเวลา 7 – 9 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมา 10 ปีขึ้นไป จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 และอันดับสุดท้าย 1 – 3 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย  
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible)

ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible)	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1.1 ธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ	4.04	1.081	มาก	1
1.2 สถานที่ให้บริการสะดวก สบาย เช่น มีที่นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าสะดวก	3.80	1.144	มาก	2
1.3 พนักงานธนาคารมีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย สวยงาม	3.63	1.023	มาก	3
1.4 เอกสารประชาสัมพันธ์ของธนาคารมีรายละเอียดที่เข้าใจง่าย	3.57	1.388	มาก	4
<b>รวม</b>	<b>3.76</b>	<b>1.051</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.10 ระดับความคิดเห็นของคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย  
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.76$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับ  
จากมากไปหาน้อย คือ ธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ )  
รองลงมา คือ สถานที่ให้บริการสะดวก สบาย เช่น มีที่นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าสะดวก อยู่ในระดับมาก  
( $\bar{X} = 3.80$ ) พนักงานธนาคารมีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย สวยงามอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.63$ ) และเอกสาร  
ประชาสัมพันธ์ของธนาคารมีรายละเอียดที่เข้าใจง่าย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย  
ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability)

ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability)	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
2.1 พนักงานทำธุรกรรมของท่านโดยไม่มีข้อผิดพลาด	3.64	1.370	มาก	4
2.2 พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารได้อย่างถูกต้อง	3.94	1.098	มาก	3
2.3 พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามกำหนดเวลาที่แจ้งท่านไว้	4.04	.971	มาก	1
2.4 เครื่องมือและอุปกรณ์อยู่ในสภาพพร้อมให้บริการตลอดเวลา	4.03	.932	มาก	2
<b>รวม</b>	<b>3.91</b>	<b>.913</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.11 ระดับความคิดเห็นของคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.91$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามกำหนดเวลาที่แจ้งท่านไว้ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ ) รองลงมา คือ เครื่องมือและอุปกรณ์อยู่ในสภาพพร้อมให้บริการตลอดเวลา อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.03$ ) พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารได้อย่างถูกต้อง สวยงามอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$ ) และพนักงานทำธุรกรรมของท่านโดยไม่มีข้อผิดพลาด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)

การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
3.1 พนักงานมีความเอาใจใส่ที่จะตอบปัญหาของท่าน	3.82	1.072	มาก	4
3.2 พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาของท่านได้อย่างรวดเร็ว	4.14	1.028	มาก	1
3.3 พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ และเป็นมิตร	4.02	.974	มาก	2
3.4 พนักงานให้บริการธุรกรรมต่าง ๆ ด้วยความรวดเร็ว	3.95	1.230	มาก	3
<b>รวม</b>	<b>3.98</b>	<b>.894</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.12 ระดับความคิดเห็นของคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.98$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาของท่านได้อย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.14$ ) รองลงมา คือ พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ และเป็นมิตร อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.02$ ) พนักงานให้บริการธุรกรรมต่าง ๆ ด้วยความรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ ) และพนักงานมีความเอาใจใส่ที่จะตอบปัญหาของท่าน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.82$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย การให้ความมั่นใจ (Assurance)

การให้ความมั่นใจ (Assurance)	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
4.1 ท่านมั่นใจว่าพนักงานปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง	3.84	1.178	มาก	3
4.2 ท่านมั่นใจว่าธนาคารออมสินเป็นสถาบันการเงินที่มีความมั่นคง	3.85	1.166	มาก	2
4.3 ท่านมั่นใจว่าพนักงานให้คำแนะนำได้ถูกต้อง	3.78	1.052	มาก	4
4.4 ท่านมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคาร	4.02	.904	มาก	1
<b>รวม</b>	<b>3.87</b>	<b>.907</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.13 ระดับความคิดเห็นของคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย การให้ความมั่นใจ (Assurance) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.87$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ท่านมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคาร อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.02$ ) รองลงมา คือ ท่านมั่นใจว่าธนาคารออมสินเป็นสถาบันการเงินที่มีความมั่นคง อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$ ) ท่านมั่นใจว่าพนักงานปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.84$ ) และท่านมั่นใจว่าพนักงานให้คำแนะนำได้ถูกต้อง อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.78$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy)

การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy)	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
5.1 พนักงานให้ความสนใจและเอาใจใส่ท่านทุกครั้งที่มาใช้บริการ	4.34	.777	มากที่สุด	2
5.2 พนักงานแจ้งให้ท่านทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์ใหม่ของธนาคารเสมอ	4.49	.694	มากที่สุด	1
5.3 พนักงานสามารถจดจำชื่อของท่านได้ทุกครั้งที่มาใช้บริการ	4.30	.832	มากที่สุด	3
5.4 เวลาเปิดให้บริการของธนาคารเหมาะสมตรงกับความต้องการของท่าน	3.69	1.008	มาก	4
รวม	4.20	.545	มาก	

จากตารางที่ 4.14 ระดับความคิดเห็นของคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.20$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ พนักงานแจ้งให้ท่านทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์ใหม่ของธนาคารเสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.49$ ) รองลงมา คือ พนักงานให้ความสนใจและเอาใจใส่ท่านทุกครั้งที่มาใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.34$ ) พนักงานสามารถจดจำชื่อของท่านได้ทุกครั้งที่มาใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.30$ ) และเวลาเปิดให้บริการของธนาคารเหมาะสมตรงกับความต้องการของท่าน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.69$ ) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.15 สรุปแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ไทรน้อย

คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ไทรน้อย	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible)	3.76	1.051	มาก	5
2. ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability)	3.91	.913	มาก	3
3. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)	3.98	.894	มาก	2
4. การให้ความมั่นใจ (Assurance)	3.87	.907	มาก	4
5. การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy)	4.20	.545	มาก	1
<b>รวม</b>	<b>3.94</b>	<b>.637</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.15 สรุปแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา ไทรน้อย การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.20$ ) รองลงมา คือ การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.98$ ) ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.91$ ) การให้ความมั่นใจ (Assurance) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.87$ ) และความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.76$ ) ตามลำดับ

### 4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.3.1 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามลักษณะข้อมูลทั่วไป

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

ทำการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ด้วยค่าสถิติ t-Test และ F-Test ปรากฏผลดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามเพศ

คุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )		t - value	df.	Sig.
	เพศชาย	เพศหญิง			
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible)	3.84	3.69	1.485	398	.255
2. ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability)	3.99	3.84	1.605	398	.306
3. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)	3.95	4.00	-.612	398	.215
4. การให้ความมั่นใจ (Assurance)	3.84	3.89	-.604	398	.991
5. การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของ ผู้รับบริการ (Empathy)	4.21	4.20	.069	398	.819
<b>รวม</b>	<b>3.97</b>	<b>3.93</b>	<b>.616</b>	<b>398</b>	<b>.424</b>

\*มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามเพศ ไม่แตกต่างกันทุกด้าน

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาโทรน้อย ที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาโทรน้อย จำแนกตามอายุ

คุณภาพการให้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาโทร น้อย	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )				F - value	df.	Sig.
	น้อยกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 ขึ้น ไป			
1. ความเป็นรูปธรรมของ บริการ (Tangible)	3.40	3.97	3.76	3.84	6.146	396	.000*
2. ความน่าเชื่อถือหรือ ไว้วางใจได้ (Reliability)	3.63	4.04	3.98	3.96	4.661	396	.003*
3. การตอบสนองความ ต้องการ (Responsiveness)	3.83	4.07	3.98	3.99	1.494	396	.216
4. การให้ความมั่นใจ (Assurance)	3.77	3.96	3.92	3.69	1.723	396	.162
5. การเข้าใจการรับรู้ความ ต้องการของผู้รับบริการ (Empathy)	4.22	4.21	4.21	4.14	.309	396	.819
<b>รวม</b>	<b>3.77</b>	<b>4.05</b>	<b>3.97</b>	<b>3.92</b>	<b>4.070</b>	<b>396</b>	<b>.007*</b>

\*มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาโทรน้อย จำแนกตามอายุ แตกต่างกันได้ ผลการทดสอบรายคู่ปรากฏดังตารางที่ 4.23-4.24

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามอายุ ความเป็น  
รูปธรรมของบริการ (Tangible)

อายุ	อายุ			
	น้อยกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 ขึ้นไป
น้อยกว่า 20 ปี	-	.436*	.435*	.441*
20 - 30 ปี		-	.369	.358
31 - 40 ปี			-	.625
41 ขึ้นไป				-

การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามอายุ ความเป็น  
รูปธรรมของบริการ (Tangible) พบว่า น้อยกว่า 20 ปีแตกต่างกันกับ 20 - 30 ปี อีกทั้ง น้อยกว่า 20 ปี แยกต่างกั  
กับ 31 - 40 ปี และน้อยกว่า 20 ปี แยกต่างกักับ 41 ขึ้นไปตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามอายุ ความ  
น่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability)

อายุ	อายุ			
	น้อยกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 ขึ้นไป
น้อยกว่า 20 ปี	-	.376*	.625*	.447*
20 - 30 ปี		-	.865	.652
31 - 40 ปี			-	.525
41 ขึ้นไป				-

การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามอายุ ความน่าเชื่อถือ  
หรือไว้วางใจได้ (Reliability) พบว่า น้อยกว่า 20 ปีแตกต่างกันกับ 20 - 30 ปี อีกทั้ง น้อยกว่า 20 ปี แยกต่างกั  
กับ 31 - 40 ปี และน้อยกว่า 20 ปี แยกต่างกักับ 41 ขึ้นไปตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามสถานภาพ

คุณภาพการให้บริการ ธนาคารออมสิน สาขา ไทรน้อย	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )				F - value	df.	Sig.
	โสด	สมรส	หย่า	หม้าย			
1. ความเป็นรูปธรรม ของบริการ (Tangible)	3.45	3.68	4.08	4.11	8.542	396	.000*
2. ความน่าเชื่อถือหรือ ไว้วางใจได้ (Reliability)	3.73	3.81	4.14	4.18	5.330	396	.001*
3. การตอบสนองความ ต้องการ (Responsiveness)	3.92	3.96	4.00	4.16	.750	396	.523
4. การให้ความมั่นใจ (Assurance)	3.74	3.82	4.08	3.89	2.614	396	.051
5. การเข้าใจการรับรู้ ความต้องการของ ผู้รับบริการ (Empathy)	4.20	4.20	4.22	4.16	.116	396	.951
<b>รวม</b>	<b>3.81</b>	<b>3.89</b>	<b>4.10</b>	<b>4.10</b>	<b>4.956</b>	<b>396</b>	<b>.002*</b>

\*มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการบริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย  
จำแนกตามสถานภาพ แตกต่างกัน ผลการทดสอบรายคู่ปรากฏดังตารางที่ 4.26-4.27

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามสถานภาพ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible)

สถานภาพ	สถานภาพ			
	โสด	สมรส	หย่า	หม้าย
โสด	-	.256*	.375*	.287*
สมรส		-	.225	.412
หย่า			-	.531
หม้าย				-

การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามสถานภาพ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) พบว่า โสดแตกต่างกันกับ สมรส อีกทั้งโสด แตกต่างกับกับ หย่า และโสด แตกต่างกับกับ หม้าย

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามสถานภาพ ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability)

สถานภาพ	สถานภาพ			
	โสด	สมรส	หย่า	หม้าย
โสด	-	.457*	.284*	.394*
สมรส		-	.367	.667
หย่า			-	.338
หม้าย				-

การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามสถานภาพ ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability) พบว่า โสดแตกต่างกันกับ สมรส อีกทั้งโสด แตกต่างกับกับ หย่า และโสด แตกต่างกับกับ หม้าย

**สมมติฐานที่ 1.4** ผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.22** การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ดังนี้

- |                             |                            |
|-----------------------------|----------------------------|
| 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย | 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย       |
| 3. อนุปริญญา                | 4. ปริญญาตรี               |
| 5. ปริญญาโท                 | 6. อื่น ๆ (ไปรตระบุ) ..... |

คุณภาพการให้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาไทร น้อย	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )						F - value	df.	Sig.
	1	2	3	4	5	6			
1. ความเป็นรูปธรรมของ บริการ (tangibility)	2.93	3.38	3.86	3.86	3.93	3.86	.410	394	.051
2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability)	3.32	3.63	3.98	3.95	4.11	3.99	.030	394	.0061
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness)	3.92	3.92	3.96	3.93	4.09	4.14	.557	394	.733
4. การให้ความเชื่อมั่นต่อ ลูกค้า (assurance)	3.68	3.77	3.83	3.91	3.92	3.97	.515	394	.765
5. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy)	4.20	4.19	4.26	4.15	4.21	4.38	.931	394	.460
<b>รวม</b>	<b>3.61</b>	<b>3.78</b>	<b>3.98</b>	<b>3.96</b>	<b>4.05</b>	<b>4.07</b>	<b>.760</b>	<b>394</b>	<b>.053</b>

\*มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ไม่แตกต่างกันทุกด้าน

**สมมติฐานที่ 1.5** ผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.23** การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามอาชีพ ดังนี้

- |                               |                                 |
|-------------------------------|---------------------------------|
| 1. นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา  | 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| 3. พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง | 4. ธุรกิจส่วนตัว                |
| 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....     |                                 |

คุณภาพการให้บริการ ธนาคารออมสิน สาขา ไทรน้อย	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )					F - value	df.	Sig.
	1	2	3	4	5			
1. ความเป็นรูปธรรมของ บริการ (tangibility)	3.51	3.56	3.72	3.88	3.65	1.387	395	.238
2. ความเชื่อถือไว้วางใจ ได้ (reliability)	3.69	3.90	3.89	4.01	3.80	1.177	395	.320
3. การตอบสนองต่อ ลูกค้า (responsiveness)	3.42	3.51	3.86	4.13	3.95	1.734	395	.053
4. การให้ความเชื่อมั่นต่อ ลูกค้า (assurance)	3.71	3.82	3.83	3.95	3.79	.751	395	.558
5. การรู้จักและเข้าใจ ลูกค้า (empathy)	4.35	4.28	4.21	4.22	4.13	.962	395	.428
<b>รวม</b>	<b>3.74</b>	<b>3.81</b>	<b>3.90</b>	<b>4.04</b>	<b>3.86</b>	<b>2.201</b>	<b>395</b>	<b>.068</b>

\*มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย  
จำแนกตามอาชีพ ไม่แตกต่างกันทุกด้าน



สมมติฐานที่ 1.6 ผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความ  
คิดเห็นในคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ  
เดือน ดังนี้

- |                        |                        |
|------------------------|------------------------|
| 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท  | 2. 10,000 - 20,000 บาท |
| 3. 20,001 - 30,000 บาท | 4. 30,001 - 40,000 บาท |
| 5. 40,001 - 50,000 บาท | 6. 50,001 บาทขึ้นไป    |

คุณภาพการให้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาไทร น้อย	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )						F - value	df.	Sig.
	1	2	3	4	5	6			
1. ความเป็นรูปธรรมของ บริการ (tangibility)	3.77	3.70	3.65	3.76	3.84	3.99	.497	394	.778
2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability)	3.88	3.84	3.86	3.95	4.01	4.01	.390	394	.855
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness)	4.11	3.99	3.84	3.87	4.03	4.25	1.412	394	.219
4. การให้ความเชื่อมั่นต่อ ลูกค้า (assurance)	3.81	3.79	3.79	3.89	3.90	4.32	1.580	394	.165
5. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy)	4.13	4.13	4.25	4.22	4.28	4.28	.985	394	.426
รวม	3.94	3.89	3.88	3.94	4.01	4.17	1.024	394	.403

\*มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกันทุกด้าน

สมมติฐานที่ 1.7 ผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่มีใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย เฉลี่ยประมาณเดือนละแตกต่างกันมีความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย เฉลี่ยประมาณเดือนละ ดังนี้

- |            |                  |
|------------|------------------|
| 1. 1 ครั้ง | 2. 2 ครั้ง       |
| 3. 3 ครั้ง | 4. 4 ครั้งขึ้นไป |

คุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )				t- value	df.	Sig.
	1	2	3	4			
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (tangibility)	3.74	3.75	3.75	3.86	.156	396	.926
2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability)	3.90	3.88	3.92	4.00	.200	396	.897
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness)	3.96	4.01	3.94	4.08	.302	396	.824
4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance)	3.96	3.88	3.80	3.73	1.159	396	.325
5. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy)	4.27	4.22	4.12	4.14	1.928	396	.124
<b>รวม</b>	<b>3.97</b>	<b>3.95</b>	<b>3.90</b>	<b>3.96</b>	<b>.226</b>	<b>396</b>	<b>.878</b>

\*มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย เฉลี่ยประมาณเดือนละ ไม่แตกต่างกันทุกด้าน

**สมมติฐานที่ 1.8** ผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่มีบริการใดของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่ท่านใช้บริการมากที่สุด แตกต่างกันมีความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.26** การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามบริการใดของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่ท่านใช้บริการมากที่สุด ดังนี้

- |                               |                                      |
|-------------------------------|--------------------------------------|
| 1. บริการฝาก-ถอนเงิน          | 2. บริการชำระค่าสินค้า-บริการ        |
| 3. บริการด้านสินเชื่อ         | 4. บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ |
| 5. บริการประกันชีวิต/วินาศภัย | 6. บริการบัตร ATM / VISA             |
| 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....     |                                      |

คุณภาพการให้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาไทร น้อย	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )							F - value	df.	Sig.
	1	2	3	4	5	6	7			
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (tangibility)	3.4	3.51	3.58	3.76	3.61	3.78	4.01	1.452	393	.054
2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability)	3.5	3.83	3.74	3.84	3.89	3.85	4.12	1.363	393	.061
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness)	3.8	4.03	3.87	3.90	3.95	3.95	4.07	.481	393	.823
4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance)	3.9	3.83	3.90	3.85	3.75	3.85	3.93	.311	393	.931
5. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy)	4.4	4.27	4.22	4.23	3.98	4.24	4.21	1.529	393	.066
<b>รวม</b>	<b>3.8</b>	<b>3.90</b>	<b>3.86</b>	<b>3.91</b>	<b>3.84</b>	<b>3.94</b>	<b>4.07</b>	<b>1.442</b>	<b>393</b>	<b>.197</b>

\*มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามบริการใดของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่ท่านใช้บริการมากที่สุด ไม่แตกต่างกันทุกด้าน

**สมมติฐานที่ 1.9** ผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่มีการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อยมาแล้วรวมเป็นระยะเวลา แตกต่างกันมีความคิดเห็น ในคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.27** การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อยมาแล้วรวมเป็นระยะเวลาดังนี้

- |                  |             |
|------------------|-------------|
| 1. น้อยกว่า 1 ปี | 2. 1 – 3 ปี |
| 3. 4 – 6 ปี      | 4. 7 – 9 ปี |
| 5. 10 ปีขึ้นไป   |             |

คุณภาพการให้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )					t- value	df.	Sig.
	1	2	3	4	5			
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (tangibility)	3.55	3.91	3.78	3.76	3.76	.500	395	.736
2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability)	3.63	4.06	4.02	3.88	3.94	1.286	395	.275
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness)	3.45	3.59	3.99	4.09	4.08	1.421	395	.064
4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance)	3.28	3.47	3.77	4.04	3.96	1.423	395	.066
5. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy)	4.08	4.19	4.28	4.21	4.18	.843	395	.499
<b>รวม</b>	<b>3.60</b>	<b>3.84</b>	<b>3.97</b>	<b>4.00</b>	<b>3.98</b>	<b>1.104</b>	<b>395</b>	<b>.061</b>

\*มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตามการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อยมาแล้วรวมเป็นระยะเวลา ไม่แตกต่างกันทุกด้าน

## บทที่ 5

### สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการ ของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ซึ่งผลการศึกษานำเสนอตามลำดับดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย

5.1.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

5.1.4.1 ผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการ ของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

##### 5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการ ของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ในการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่ามีรายละเอียดดังนี้

5.1.1.1 เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 และเพศชาย จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ตามลำดับ

5.1.1.2 อายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา น้อยกว่า 20 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 อายุระหว่าง 31 - 40 ปีจำนวน 94คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 และ 41 ขึ้นไป จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 ตามลำดับ

5.1.1.3 สถานภาพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพ สมรส จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมา โสด จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 หย่า จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และหม้าย จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

5.1.1.4 ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาขั้นสูงสุด ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา ปริญญาโท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 และอันดับสุดท้ายต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

5.1.1.5 อาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมา อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 และอันดับสุดท้ายอาชีพอื่นๆ (ไปรตระบุ).....จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ

5.1.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาทจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมา 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 และอันดับสุดท้าย 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

5.1.1.7 การใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย เฉลี่ยประมาณเดือนละ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย เฉลี่ยประมาณเดือนละ 4 ครั้งขึ้นไป จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา 3 ครั้ง จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 และอันดับสุดท้าย 1 ครั้ง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

5.1.1.8 บริการใดของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่ท่านใช้บริการมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการบริการใดของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่ท่านใช้บริการมากที่สุด บริการฝาก-ถอนเงิน จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา บริการประกันชีวิต/วินาศภัย จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และอันดับสุดท้ายอื่น ๆ (ไปรตระบุ)..... จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

5.1.1.9 การใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย มาแล้วรวมเป็นระยะเวลา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อยมาแล้วรวมเป็นระยะเวลา 7 – 9 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมา 10 ปีขึ้นไป จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 และอันดับสุดท้าย 1 – 3 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

### 5.1.2 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย

พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) อยู่ในระดับมาก ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability) อยู่ในระดับมาก การให้ความมั่นใจ (Assurance) อยู่ในระดับมาก และความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

### 5.1.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

5.1.3.1 ผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน พบว่า ด้านเพศ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย เฉลี่ยประมาณเดือนละ บริการใดของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่ท่านใช้บริการมากที่สุด การใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อยมาแล้วรวมเป็นระยะเวลา ไม่แตกต่างกัน และในด้านอายุ สถานภาพ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ตามลำดับ

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

### จากวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

#### 5.2.1 จากการศึกษาลักษณะทั่วไปของคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย

ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) อยู่ในระดับมาก ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability) อยู่ในระดับมาก การให้ความมั่นใจ (Assurance) อยู่ในระดับมาก และความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ทำให้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตยา เรืองเนตร และ สุทธาวรรณ จีระพันธุ์ชาโต (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า คุณภาพในการให้บริการ พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าให้ความสำคัญและมีผลต่อความจงรักภักดีมากที่สุด คือ ความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ และการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ทำให้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา ศรีบำรุง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนห้วยพ่อ จังหวัดชลบุรี พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าคุณภาพบริการ ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นมีคุณภาพในการบริการที่ดีมาก โดยพบว่า ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น

มีคุณภาพในการบริการที่ดีมากที่สุด พนักงานสามารถ เก็บความลับของลูกค้าเป็นอย่างดีและมีริยามารยาทที่สุภาพ ตลอดจนใช้น้ำเสียงหรือวาจาที่อ่อนโยนต่อลูกค้าเสมอ รวมถึงพนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการตอบคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ของธนาคาร ได้เป็นอย่างดีและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ทางธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ มีที่นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าสะดวก อีกทั้งพนักงานธนาคารมีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย สวยงาม ในส่วนของการทำงานของพนักงานทำธุรกรรมเป็นการทำงานที่ไม่มีข้อผิดพลาดหรือในกรณีที่มีปัญหาพนักงานก็มีความเอาใจใส่ที่จะตอบปัญหา แก้ไขปัญหาได้เสมอ

5.2.2 จากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพบริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย จำแนกตาม อายุ เพศ อาชีพ ประเภทบริการที่ใช้มากที่สุด สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย

ผลการวิจัยพบว่า เพศ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย เฉลี่ยประมาณเดือนละ การใช้บริการธนาคารออมสิน บริการใดของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย ที่ท่านใช้บริการมากที่สุด สาขาไทรน้อยมาแล้วรวมเป็นระยะเวลา ไม่แตกต่างกัน และด้านอายุ สถานภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ตามลำดับ ทำให้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉรา สงวนทรัพย์ , เจษฎา ความคุ้นเคย และ วิภาวดี ทูปิยะ ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาผักไห่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารอยู่ในระดับที่สูงที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน แล้วพบว่า ด้านการรับประกันของธนาคารออมสินอยู่ในระดับสูงที่สุด ลำดับต่อมาคือ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็ว ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลตามลำดับ และพบว่าอายุและอาชีพของผู้มาใช้บริการธนาคารออมสินที่ต่างกันได้รับ คุณภาพในการให้บริการโดยรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ความมั่นใจในการปฏิบัติงานของพนักงานมีความถูกต้อง ที่จะทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในธนาคารออมสินว่าเป็นสถาบันการเงินที่มีความมั่นคง และยังมีพนักงานที่ให้คำแนะนำ มีระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคารเป็นอย่างดี อีกทั้งพนักงานยังให้ความสนใจและเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการทุกครั้งที่มาใช้บริการ มีการแจ้งข้อมูลทางด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ของธนาคารเสมอ และที่สำคัญพนักงานยังสามารถจดจำชื่อของลูกค้าได้ทุกครั้งที่มาใช้บริการ



### 5.3 ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการบริการ หรือปัญหาอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกัน ผู้ทำวิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

5.3.1 ควรศึกษาเพิ่มเติมในเครื่องมือทางการตลาดที่มีผลต่อการรับรู้ของธนาคารธนาคารออมสิน เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจธนาคารหลายที่ได้มีการพัฒนาทั้งเทคโนโลยี การบริการ อันทันสมัยเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงในการทำธุรกรรมการเงิน การพัฒนาจะทำให้ผู้บริโภครับรู้และจดจำได้มากขึ้นจะส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อธนาคารออมสินได้

5.3.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารที่ผู้ใช้บริการมีความต้องการ เพื่อนำมาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร เพื่อเป็นประโยชน์ในการเสนอผลิตภัณฑ์ของธนาคารให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าผู้มาใช้บริการธนาคารมากที่สุด

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

เกรียงศักดิ์ ตันจิกเจริญ ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการของบริษัทมิตชูเดย์ จำกัด.

จิตติพร กุมภาพงษ์. (2555) คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาตระการพืชผล อำเภอตระการพืชผลจังหวัดอุบลราชธานี วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

จิรัฐ ชวนชม (2558). การจัดการคุณภาพ. ฝ่ายผลิตเอกสารและตำรา. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. กรุงเทพมหานคร.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชลธิชา ศรีบำรุง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี งานนิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ณัฐศรินทร์ สถิตวาราท (2554) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนครชลบุรี, ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.

คณพรุ่งปัจฉิม (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินในจังหวัดระนอง, ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ทิพชญาณ์ อัครพงศ์โสภณ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร, สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

นันทิยาพร อัสเจริญวัฒนา (2552) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการร่วม : ประสิทธิภาพจากการรับบริการในสำนักงานเขตบางพลัด. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปยุตภาพัชกร อาจหาญ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี, ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.

พยุศักดิ์ นิลมงคล ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน จังหวัดเพชรบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.

### บรรณานุกรม(ต่อ)

- เพ็ญรุ่ง อังคนาวรรกุล. (2550). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการบัตรเครดิตศึกษากรณี : ธนาคารยูไนเต็ด โอเวอร์ซีส์ (ไทย) จำกัด (มหาชน). ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. (2551). จิตวิทยาการบริการ. (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพมหานคร. โอ ดอส พรินติ้ง เฮ้าส์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2545). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ธรรมสาร.
- สุวดี อรัญญิก (2557) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุวัชเชียร แสงเจริญ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของบริษัทจ่านกัณฑ์ จำกัด, การค้นคว้าแบบอิสระ (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุพรรณิ อินทร์แก้ว .(2547). การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง .พิมพ์ครั้งที่ 4.กรุงเทพฯ: บริษัท ธนาพร จำกัด.
- สยาม ศรีนาโค ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการธนาคารออมสิน สาขาชะอำ จังหวัดเพชรบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- อาทิตยา เรืองเนตร และ สุทธาวรรณ จิระพันธุ์ชาโต้ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล วารสารการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 14 ปี การศึกษา 2562.
- อัจฉรา สงวนทรัพย์ , เจษฎา ความคุ้นเคย และ วิภาวดี ฑูปียะ ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาผักไห่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา, สารนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตย์, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- อนุชา พรหมจันทร์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่, การค้นคว้าแบบอิสระ (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

## บรรณานุกรม(ต่อ)

### ภาษาต่างประเทศ

Bank J. (1992). *The Essence of total quality management*. New York. Prentice-Hall.

Oakland J, S. (1995). *Total Quality Management*. Oxford: Butterworth Heinemann.

Parasuraman, A Berry, & Zeithamal, (1985). SERVQUAL: A MultipleItem Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64 (Spring), pp. 12-40.

\_\_\_\_\_, (1994). A Conceptual Model of Service Quality and It Implications for Future Research. *A Journal of Marketing*, 49z.

Taro Yamane (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*.3rdEd. NewYork.Harper and Row Publications.

**ภาคผนวก**

## แบบสอบถาม

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการ ของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นโดยนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มีวัตถุประสงค์เพื่อทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการ ของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

#### 1.เพศ

ชาย

หญิง

#### 2.อายุ

น้อยกว่า 20 ปี

20 - 30 ปี

31 - 40 ปี

41 ขึ้นไป

#### 3.สถานภาพ

โสด

สมรส

หย่า

หม้าย

#### 4.ระดับการศึกษาสูงสุด

ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย

มัธยมศึกษาตอนปลาย

อนุปริญญา

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

5.อาชีพ

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา  | <input type="checkbox"/> ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง | <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว                |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....     |   |

6.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท  | <input type="checkbox"/> 10,000 - 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 20,001 - 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 30,001 - 40,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 40,001 - 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> 50,001 บาทขึ้นไป    |

7. ท่านใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไหนบ่อย เฉลี่ยประมาณเดือนละกี่ครั้ง

- |                                  |  |
|----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 2 ครั้ง       |
| <input type="checkbox"/> 3 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 4 ครั้งขึ้นไป |

8. บริการใดของธนาคารออมสิน สาขาไหนบ่อย ที่ท่านใช้บริการมากที่สุด (ตอบเพียง1ข้อ)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> บริการฝาก-ถอนเงิน          | <input type="checkbox"/> บริการชำระค่าสินค้า-บริการ        |
| <input type="checkbox"/> บริการด้านสินเชื่อ         | <input type="checkbox"/> บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ |
| <input type="checkbox"/> บริการประกันชีวิต/วินาศภัย | <input type="checkbox"/> บริการบัตร ATM / VISA             |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....     |  |

9. ท่านใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาไหนบ่อยมาแล้วรวมเป็นระยะเวลากี่ปี

- |  |                                   |
|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ปี | <input type="checkbox"/> 1 - 3 ปี |
| <input type="checkbox"/> 4 - 6 ปี      | <input type="checkbox"/> 7 - 9 ปี |
| <input type="checkbox"/> 10 ปีขึ้นไป   |                                   |

**ส่วนที่ 2 คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาไทรน้อย**

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุดตามระดับความคิดเห็นของท่าน

5 หมายถึง มีความพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง มีความพอใจมาก

3 หมายถึง มีความพอใจปานกลาง

2 หมายถึง มีความพอใจน้อย

1 หมายถึง มีความพอใจน้อยที่สุด

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
<b>1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible)</b>					
1.1 ธนาคารมีเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ					
1.2 สถานที่ให้บริการสะดวก สบาย เช่น มีที่นั่งรอเพียงพอกับลูกค้าสะดวก					
1.3 พนักงานธนาคารมีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย สวยงาม					
1.4 เอกสารประชาสัมพันธ์ของธนาคารมีรายละเอียดที่เข้าใจง่าย					
<b>2. ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability)</b>					
2.1 พนักงานทำธุรกรรมของท่าน โดยไม่มีข้อผิดพลาด					
2.2 พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารได้อย่างถูกต้อง					
2.3 พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามกำหนดเวลาที่แจ้งท่านไว้					
2.4 เครื่องมือและอุปกรณ์อยู่ในสภาพพร้อมให้บริการตลอดเวลา					



ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
<b>3.2 การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)</b>					
3.1 พนักงานมีความเอาใจใส่ที่จะตอบปัญหาของท่าน					
3.2 พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาของท่านได้อย่างรวดเร็ว					
3.3 พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ และเป็นมิตร					
3.4 พนักงานให้บริการธุรกรรมต่าง ๆ ด้วยความรวดเร็ว					
<b>4. การให้ความมั่นใจ (Assurance)</b>					
4.1 ท่านมั่นใจว่าพนักงานปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง					
4.2 ท่านมั่นใจว่าธนาคารออมสินเป็นสถาบันการเงินที่มีความมั่นคง					
4.3 ท่านมั่นใจว่าพนักงานให้คำแนะนำได้ถูกต้อง					
4.4 ท่านมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคาร					
<b>5. การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy)</b>					
5.1 พนักงานให้ความสนใจและเอาใจใส่ท่านทุกครั้งที่มาใช้บริการ					
5.2 พนักงานแจ้งให้ท่านทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์ใหม่ of ธนาคารเสมอ					
5.3 พนักงานสามารถจดจำชื่อของท่านได้ทุกครั้งที่มาใช้บริการ					
5.4 เวลาเปิดให้บริการของธนาคารเหมาะสมตรงกับความต้องการของท่าน					

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

.....  
.....  
.....  
.....

### ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล

นางสาว ชุตติกาญจน์ กัณนิ่ม

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขา ธุรกิจการbin

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ปีการศึกษา 2559

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

พนักงานบริหารงานทั่วไป

ฝ่ายประชารัฐ สำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ