

ปัจจัยการให้บริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน)  
สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี

กฤษฎีกานันท์ การมนตรี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

มกราคม 2566

ปัจจัยการให้บริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน)  
สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี

กฤษฎีกุลกมล การมิตริ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา  
มกราคม 2566  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

SERVICE FACTOR AFFECTING THE SERVICE QUALITY OF MUANGTHAI CAPITAL  
PUBLIC COMPANY LIMITED, THA WUNG SUB-BRANCH, LOPBURI PROVINCE

KRITLAPHON KARNMITRI

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Master of Business Administration Degree in Business Administration

Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

January 2023

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา  
ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ บังคับการให้บริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท  
เมืองไทย แคลปปีดอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี

ชื่อนักศึกษา นายกฤษฎีกุล งามมิตร

รหัสนักศึกษา 76377120

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แสงจิตต์ ใต้แสง

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ พานสุวรรณ ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แสงจิตต์ ใต้แสง กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี รามณี กรรมการ

วัน/เดือน/ปี ที่สอบ 7 พฤศจิกายน 2565 ภาคเรียนที่ 1/2565

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

  
(รองศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ พานสุวรรณ)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
มกราคม พ.ศ. 2566

กฤษฎีกา การมีตรี. (2566). ปัจจัยการให้บริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย  
แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. 109 หน้า. อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วย  
ศาสตราจารย์ ดร.แสงจิตต์ ไต้แสง.

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยการให้บริการและคุณภาพการให้บริการ 2) เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการ กับคุณภาพการให้บริการ กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี จำนวน 296 บริษัท ซึ่งได้มาด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างสุ่มตามความสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามปัจจัยการให้บริการมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.94 และคุณภาพ การให้บริการมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ ที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การทดสอบแอลเอสดี และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการประกันคุณภาพ รองลงมา คือ ด้านความพึงพอใจและความประทับใจ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านระบบเทคโนโลยี ส่วนคุณภาพการ ให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท รองลงมา คือ ด้าน ความเอาใจใส่ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านความมั่นใจ 2) ลูกค้าของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอาชีพมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 3) ปัจจัยการให้บริการมีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับสูงกับคุณภาพการ ให้บริการบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

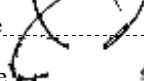
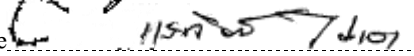
คณะ..... วิทยาการจัดการ..... ลายมือชื่อนักศึกษา.....  
สาขาวิชา..... บริหารธุรกิจ..... ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษา..... 11/5/65 7/107  
ปีการศึกษา..... 2565.....

Kritlaphon Kammitri. (2023). **Service Factors Affecting the Service Quality of Muangthai Capital Public Company Limited, Tha Wung Sub-Branch, Lopburi Province.** An Independent Study for the Master of Business Administration in Business Administration, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. 109 pp. Advisor: Assistant Professor Sangjit Trisang, Ph.D.

### ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to study service factors and service quality; 2) to compare service factors, classified by personal factors; and 3) to study the relationship between service factors and service quality. Selected by convenience sampling, the sample consisted of 296 customers who received the service of Muangthai Capital Public Company Limited, Tha Wung Sub-Branch, Lopburi Province. The research instrument employed in this study was a five-rating scale questionnaire with a reliability coefficient on the service factors of 0.94 and that on the service quality of 0.96. The statistical tools used for data analysis were mean, standard deviation, t-test, and One-Way ANOVA, least significant difference (LSD), and Pearson Product Moment Correlation Coefficient.

The results indicated that 1) as a whole, the service factors of Muangthai Capital Public Company Limited, Tha Wung Sub-Branch, Lopburi Province were found at the highest level. When separately considered, the aspect with the highest mean was quality assurance, followed by satisfaction and impression, while that with the lowest one was technology system. Regarding the overall service quality, it was found at a high level. The aspect with the highest mean was company credibility, followed by attentiveness, whereas that with the lowest one was confidence; and 2) customers with different occupations had different opinions on the service quality of Muangthai Capital Public Company Limited, Tha Wung Sub-Branch, Lopburi Province at a statistically significant level of .05. 3) The service factors had a high positive relationship with the service quality of Muangthai Capital Public Company Limited, Tha Wung Sub-Branch, Lopburi Province at a statistically significant level of .05.

Faculty ..... Management Science ..... Student's signature   
Field of Study ..... Business Administration ..... Advisor's signature  115/25 7/107  
Academic year ..... 2022 .....

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระ เรื่อง ปัจจัยการให้บริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีจากความอนุเคราะห์ของ อาจารย์ ดร. แสงจิตต์ ไต้แสง อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ให้แนะนำ และให้คำปรึกษา และให้กำลังใจตลอดช่วงเวลาของการทำการศึกษา และเจ้าของทฤษฎีต่าง ๆ งานวิจัย งานวารสาร และบทความที่ผู้วิจัยนำมาอ้างอิง ทำให้ผู้วิจัยศึกษา และเพิ่มเติมความรู้ประกอบการทำวิจัย

ผู้วิจัยขอขอบคุณ คณาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาทุกท่าน ที่ได้ถ่ายทอดความรู้ และสร้างมุมมองของการบริหารจัดการให้สามารถนำไปประยุกต์ในชีวิตประจำวันทั้งในตำรา และนอกตำรา รวมถึงผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่กรุณาชี้แนะแนวทางเพื่อให้การค้นคว้าอิสระเล่มนี้สมบูรณ์เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บแบบสอบถามกับทางผู้ใช้บริการเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

ขอขอบคุณภรรยาที่คอยให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนทุกอย่าง เอาใจใส่ เข้าใจ และคอยเป็นแรงผลักดัน และเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยตลอดมา

ขอขอบคุณเพื่อนกลุ่ม Level ที่คอยให้คำปรึกษา เป็นกำลังใจและช่วยเหลืออย่างเต็มที่

ท้ายสุดนี้ คุณประ โยชน์ หรือสิ่งมีคุณค่าที่ได้จากงานวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยขอขอบแต่ มารดา บิดา และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ทำให้วิจัยเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

กฤษฎ์ภณ การมิตรี

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ .....	ฅ
สารบัญตาราง .....	ฉ
สารบัญภาพประกอบ.....	ค
<b>บทที่</b>	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย .....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	5
สมมติฐานการวิจัย .....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ บริษัท เมืองไทย แคมป์ปิตอล จำกัด (มหาชน).....	8
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง .....	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล หรือประชากรศาสตร์ .....	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยการบริการ.....	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการคุณภาพการให้บริการ .....	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	29
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	29
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31



## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 (ต่อ) การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	35
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	36
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	37
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล.....	38
ตอนที่ 2 ผลการวิจัยระดับการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี .....	40
ตอนที่ 3 ผลการวิจัยระดับคุณภาพการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี .....	46
ตอนที่ 4 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อ เปรียบเทียบลักษณะการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล .....	52
ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการกับ คุณภาพการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี .....	67
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	69
สรุปผลการวิจัย .....	69
อภิปรายผล .....	74
ข้อเสนอแนะ .....	79
บรรณานุกรม .....	80
ภาคผนวก .....	85
ภาคผนวก ก หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ .....	86

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาคผนวก (ต่อ)	
ภาคผนวก ข ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน วิเคราะห์ หาค่าดัชนีความสอดคล้อง .....	92
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อหาคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการทำการค้นคว้าอิสระ .....	100
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม ข้อมูล .....	102
ภาคผนวก จ หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำ การค้นคว้าอิสระ .....	105
ภาคผนวก ฉ แบบสอบถามการวิจัย .....	107
ประวัติย่อผู้วิจัย .....	114

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล หรือประชากรศาสตร์.....	14
2	แนวคิดเกี่ยวกับบริการ.....	20
3	แนวคิดเกี่ยวกับด้านคุณภาพการบริการ.....	24
4	แสดงจำนวนประชาชนทั่วไปที่มาใช้บริการสาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี.....	29
5	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง.....	31
6	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	38
7	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี โดยรวม.....	41
8	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี ด้านความพึงพอใจ และความประทับใจ.....	42
9	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี ด้านการประกัน คุณภาพ.....	43
10	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี ด้านระบบเทคโนโลยี... ..	44
11	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี ด้านการฝึกอบรม.....	45
12	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี โดยรวม.....	46
13	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ.....	47
14	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท.....	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านการตอบสนอง .....	49
16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านการให้ความมั่นใจ.....	50
17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านความเอาใจใส่ .....	51
18 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ...	52
19 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ...	53
20 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ ....	54
21 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อ คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอาชีพ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท.....	55
22 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อ คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอาชีพ ด้านการตอบสนอง.....	56
23 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อ คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอาชีพ ด้านการให้ความมั่นใจ .....	57
24 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อ คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอาชีพ ด้านความเอาใจใส่ .....	58

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
25	ผลการเปรียบเทียบปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ..... 59
26	ผลการเปรียบเทียบปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา..... 61
27	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ..... 62
28	ผลการเปรียบเทียบปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพทางสังคม ..... 63
29	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพทางสังคม ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ..... 64
30	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพทางสังคม ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท..... 65
31	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพทางสังคม ด้านการตอบสนอง ..... 65

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
32	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อ คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพทางสังคม ด้านการให้ความมั่นใจ.....	66
33	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อ คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพทางสังคม ด้านความเอาใจใส่.....	67
34	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการกับปัจจัยคุณภาพ การให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี .....	68

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4

Graduate School ARU.

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การทำธุรกิจที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ไม่ว่าจะธุรกิจนั้นจะเป็นธุรกิจประเภทใดก็ตาม คงจะปฏิเสธไม่ได้ว่า ลูกค้าไม่เพียงแต่ต้องการสินค้า หรือตัวผลิตภัณฑ์ที่ดี ที่มีคุณภาพ เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า แต่ปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการธุรกิจนั้นหรือไม่ คือ การบริการ เพราะสำหรับลูกค้าบางคน บางกลุ่มลูกค้าให้คุณค่าให้ยอมจ่ายเงินให้กับเจ้าของธุรกิจหรือผู้ประกอบการเพราะการบริการที่ดี เอาใจใส่ และทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ใช้บริการซ้ำ ที่ทำให้ตัดสินใจซื้อสินค้า หรือผลิตภัณฑ์นั้น แต่ในทางกลับกันถึงแม้ว่าสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ดีเพียงใด แต่หากขาดการบริการที่ดีแล้ว ย่อมทำให้สูญเสียลูกค้าเช่นเดียวกัน การแข่งขันในเรื่องของการบริการนั้น ทำให้ธุรกิจหลายธุรกิจจึงเริ่มที่จะใส่ใจในคุณภาพการให้บริการมากขึ้น และนำมาสร้างจุดแข็งในการสร้างความสนใจ ประทับใจเพื่อให้ลูกค้าซื้อสินค้า หรือบริการ และพยายามรักษาลูกค้าฐานเดิมให้มาใช้บริการอีก รวมถึงการบอกต่อจากลูกค้าถึงลูกค้า เพื่อทำให้เกิดลูกค้ารายใหม่ อย่างต่อเนื่องและเพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้ธุรกิจเป็นธุรกิจชั้นนำที่ลูกค้าจะนึกถึง และพูดถึงมากที่สุด ดังนั้นหากองค์กรใดสามารถสร้างบริการที่โดดเด่นและแตกต่าง รวมทั้งสร้างความผูกพันในการให้บริการในระยะยาว สร้างประสบการณ์ที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกตราตรึงใจได้ย่อมจะทำให้องค์กรนั้นได้ใจจากลูกค้า (Chang & Chen, 2009, หน้า 4)

และอีกหนึ่งธุรกิจที่มีการแข่งขันด้านบริการกันอย่างมากในปัจจุบัน คือ ธุรกิจสินเชื่อ หรือไมโครไฟแนนซ์ ซึ่งเป็นการจัดหาบริการทางการเงินที่หลากหลาย เกี่ยวกับการให้กู้ยืมเงิน การชำระเงิน การโอนเงินและการประกันภัยให้กับคนยากจนและครัวเรือนที่มีรายได้น้อย รวมถึงกิจการขนาดเล็กของลูกค้า ซึ่งปัจจุบันจากสภาพของการแข่งขันทางธุรกิจสินเชื่อมีการให้ความสำคัญต่อการให้บริการที่โดยมุ่งเน้นคุณภาพและความสามารถในการปรับตัวเพื่อสร้างรายได้เปรียบเหนือคู่แข่ง โดยปัจจัยสำคัญที่สถาบันการเงินควรให้เป็นตัวหลักในการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ นั่นคือ คุณภาพการบริการของตนให้ลูกค้าพึงพอใจอยู่เสมอ ด้วยการประเมินคุณภาพการบริการเพื่อให้รับรู้ถึงปัญหาของการให้บริการของตนในมุมมองของลูกค้าสามารถใช้เทียบเคียงศักยภาพระหว่างองค์กร เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพบริการของตนให้ดียิ่งขึ้น



ดังนั้น คุณภาพการบริการจึงเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการในปัจจุบันต่างต้องตระหนักและให้ความสำคัญยิ่งนัก เมื่อพิจารณาถึงความภักดีของลูกค้าต่อผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นอีกเป้าหมายหนึ่งที่ทำให้บริการกู้ยืมเงินในปัจจุบันให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ซึ่งหากบริการของธุรกิจสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีได้ก็ย่อมเป็น ข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ เพราะลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็นส่วนสำคัญในการแนะนำบุคคลอื่นๆให้ลองใช้บริการของธุรกิจได้เป็นอย่างดี ตลอดจนให้การสนับสนุนและใช้บริการของผู้ให้บริการเพียงรายเดียว ซึ่งจะช่วยป้องกันส่วนแบ่งตลาดจากคู่แข่งได้ แต่ท่ามกลางการแข่งขันในตลาดที่สูงมาก ลูกค้ามีความต้องการที่หลากหลายมากขึ้น ประกอบกับผู้ให้บริการส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญในการขยายฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่มีการใช้บริการกับผู้ให้มากกว่าหนึ่งราย (วิกิรานต์ เพื่อภกมล และพิมพ์นิภา ษะริชชน, 2558, หน้า 84-98) และปัจจัยสู่ความสำเร็จเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการมีหัวข้อสำคัญ (สเปชเลอร์, Spechler, 1988, p. 45) คือ 1) กำหนดกลยุทธ์สู่ความเป็นเลิศในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ หรือกลยุทธ์ที่จำเป็นเพื่อให้เกิดแรงผลักดันในการปรับปรุงคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง 2) ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อปรับปรุงการให้บริการ การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า การลดความผิดพลาดจากการปฏิบัติงานของบุคคล 3) มีการวัดระดับคุณภาพการบริการ ความถูกต้อง การใช้เวลาการตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังจากลูกค้า 4) มีระบบและกลไกการสอบข้อมูลย้อนกลับที่จะบอกให้ทราบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจหรือไม่ การตรงเวลา การบริการตรง ความต้องการ ความสุภาพอ่อนน้อม ความสามารถของบุคลากร ราคา ชื่อเสียง และภาพลักษณ์ของบริษัท 5) มีการจัดตั้งองค์การเพื่อรักษา และพัฒนาคุณภาพการบริการ ทุกหน่วยงาน ทุกระดับทั่วทั้งบริษัท และ 6) มีโปรแกรมการฝึกอบรม เพื่อให้บริษัทมีแรงผลักดัน ไปสู่เป้าหมายที่กำหนด

บริษัท เมืองไทย แคปปิตอล (มหาชน) จำกัด สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี เป็นธุรกิจในการให้บริการสินเชื่อ และไมโครไฟแนนซ์ โดยมีการให้ทำธุรกรรมสินเชื่อรถจักรยานยนต์ รถยนต์ รถเพื่อการเกษตร สินเชื่อที่ดิน สินเชื่อสิ่งปลูกสร้าง หรือสินเชื่อเกี่ยวกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการ การกู้ยืมเงิน การชำระเงิน การผ่อนชำระ การโอนเงินและการประกันภัยให้กับคนยากจนและครัวเรือนที่มีรายได้น้อย รวมถึงกิจการขนาดเล็กของลูกค้า ซึ่งพนักงานผู้ให้บริการต้องปฏิบัติให้ตามมาตรฐานที่บริษัท เมืองไทย แคปปิตอล (มหาชน) จำกัด กำหนด แต่ถึงแม้ว่าจะมีมาตรฐานในการปฏิบัติงานและการบริการ ปฏิเสธไม่ได้ว่าการร้องเรียนจากลูกค้าในเรื่องของการให้บริการยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ซึ่งวิเคราะห์ได้จากความคิดเห็นของลูกค้าที่ร้องเรียนมายัง บริษัท เมืองไทย แคปปิตอล (มหาชน) จำกัด สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ จนสื่อสารถึงลูกค้าคนอื่นแบบปากต่อปากในทางที่พุดถึงบริษัท ไม่นัดนัก เช่น การติดตามทวงถามหนี้จากลูกค้าด้วยน้ำเสียงที่แข็งจนเกินไป การแจ้งข้อมูลข่าวสารการให้บริการที่ไม่ครบถ้วนหรือไม่ชัดเจน ความ

ล่าช้าของระบบคอมพิวเตอร์ที่ทำให้ลูกค้าต้องเสียเวลารอนานเกินไป หรือการให้บริการลูกค้าที่มีข้อผิดพลาดจากการทอนเงิน หรือการลืมให้ใบเสร็จรับเงิน เป็นต้น จึงเป็นสิ่งที่ต้องหาปัจจัยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าในการเข้ารับบริการ

จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “ปัจจัยบริการที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการ บริษัท เมืองไทย แคปปิตอล (มหาชน) จำกัด สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี”

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

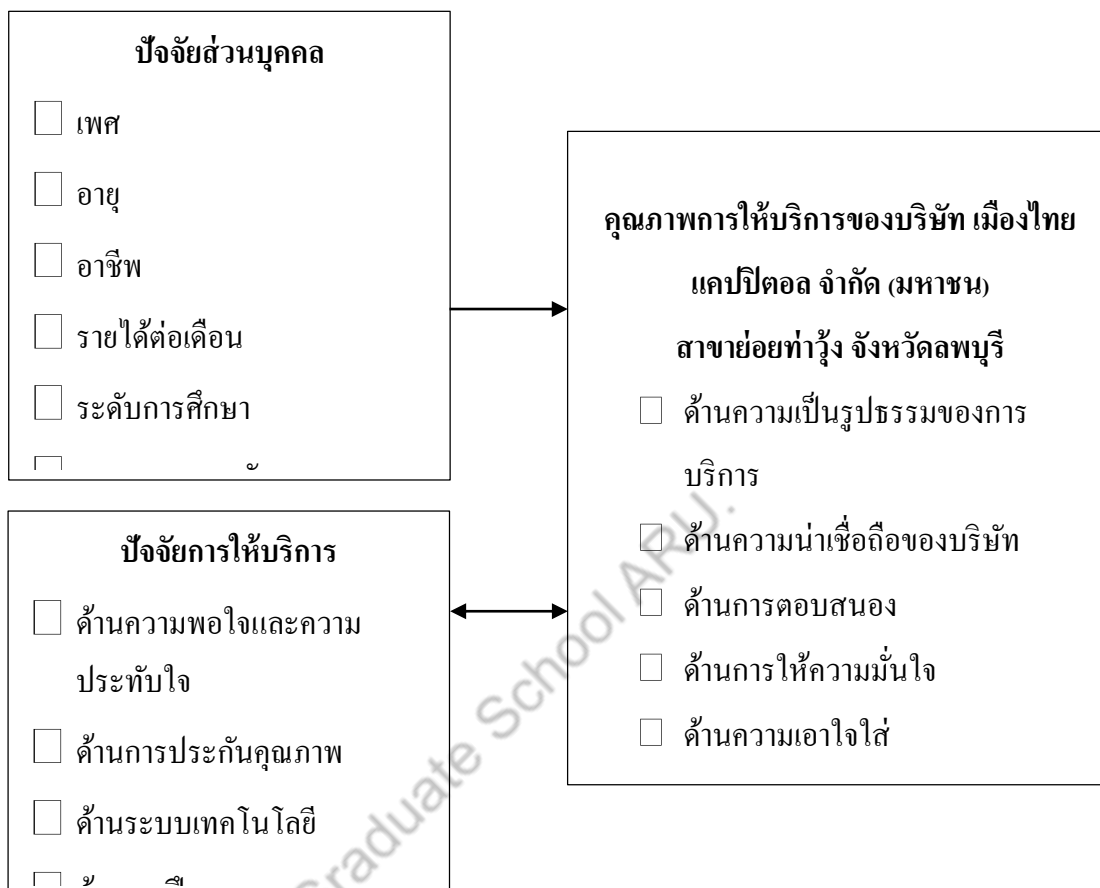
1. เพื่อศึกษาปัจจัยการให้บริการและคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการกับคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดคุณภาพการให้บริการที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจของ พาราสุรามาน (Parasuraman, 1985, p. 41) และ สเปชเลอร์ (Spechler, 1988, p. 27) มาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดในส่วนของคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ดังนี้

## ตัวแปรอิสระ

## ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยการใช้บริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคนปีตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตพื้นที่ คือ ผู้ใช้บริการ ของบริษัท เมืองไทย แคนปีตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี จำนวนทั้งหมด 1,131 คน (บริษัท เมืองไทย แคนปีตอล (จำกัด) มหาชน, 2565, หน้า 7)

2. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการของบริษัท เมืองไทย แคนปีตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี ประชากรทั้งหมด 1,131 คน กลุ่มประชากร 296 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ค้างกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ยามาเน่ (Yamane, 1973, p. 125) โดยใช้สัดส่วนจากจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ลงทะเบียนใน จังหวัดลพบุรี จำนวน 1,131 คน เพื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาอ้อยท่าว้าง จังหวัดลพบุรี

### 3. ขอบเขตตัวแปร

#### 3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่

3.3.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับ การศึกษา และสถานภาพทางสังคม

3.3.2 ปัจจัยการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านความพอใจและความประทับใจ ด้านการประกันคุณภาพ ด้านระบบเทคโนโลยี และด้านการฝึกอบรม

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่ คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาอ้อยท่าว้าง จังหวัดลพบุรี ที่ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้

3.2.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

3.2.2 ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท (Reliability)

3.2.3 ด้านการตอบสนอง (Responsiveness)

3.2.4 ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)

3.2.5 ด้านความเอาใจใส่ (Empathy)

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ในการวิจัยครั้งนี้ดำเนินการในช่วงระหว่างเดือนกันยายน พ.ศ. 2564 ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2565

### นิยามศัพท์เฉพาะ

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และสถานภาพทางสังคม ของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาอ้อยท่าว้าง จังหวัดลพบุรี

การให้บริการ หมายถึง ปัจจัยด้านการบริการลูกค้าที่จะสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าที่มาขอรับบริการเกิดความพึงพอใจในบริการ ของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาอ้อยท่าว้าง จังหวัดลพบุรี ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่

1. ด้านความพอใจ และความประทับใจ หมายถึง ความพึงพอใจว่าเป็นระดับความรู้สึก ที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการทำงานหรือประสิทธิภาพกับความคาดหวัง ของลูกค้าโดยลูกค้าได้รับบริการหรือสินค้าต่ำกว่าความคาดหวังจะเกิดความไม่พึงพอใจแต่ถ้าตรง

กับความคิดหวังลูกค้าจะเกิดความพอใจและถ้าสูงกว่าความคิดหวังจะเกิดความประทับใจ ของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี

2. ด้านการประกันคุณภาพ หมายถึง การกระทำที่มีการวางแผน ไว้ล่วงหน้าและเป็นไปอย่างมีระบบ ซึ่งจำเป็นที่จะต้องมิเพื่อให้ความมั่นใจได้ว่า ผลผลิตหรือบริการจะสามารถตอบสนองความต้องการด้านคุณภาพได้ตามที่ได้ตกลงกัน การประกันคุณภาพเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าจะได้รับแต่สินค้าและบริการที่มีคุณภาพเท่านั้น ของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี

3. ด้านระบบเทคโนโลยี หมายถึง ระบบที่สร้างขึ้นการสร้างมาเพื่อใช้ในกระบวนการแก้ปัญหา หรือสนองความต้องการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี

4. ด้านการฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการที่ทำให้ผู้เข้าร่วมอบรมเกิดความรู้ ความเข้าใจ มีความชำนาญในเรื่องใด เรื่องหนึ่ง และเปลี่ยนพฤติกรรมไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งเป็นวิธีในการพัฒนาบุคลากร ของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การให้บริการให้เกิดความน่าเชื่อถือ โดยมีการบริการที่เป็นมาตรฐานและเอาใจใส่ในการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการเข้ามาใช้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ หมายถึง การบริการที่เป็นไปในแนวทางเดียวกันด้วยความซื่อสัตย์ สามารถตรวจสอบได้ในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี

2. ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท หมายถึง การให้บริการของพนักงานต้องมีความสามารถในการสื่อสารให้กับผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ ทำให้ผู้บริกรรู้สึกได้ว่าวางใจ ในการให้บริการลูกค้าได้อย่างถูกต้องตามที่ได้ให้สัญญาไว้เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี

3. ด้านการให้ความมั่นใจ หมายถึง การให้บริการของพนักงานที่มีทักษะความรู้ความสามารถ ความเข้าใจในการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าร้าง จังหวัดลพบุรี

4. ด้านการตอบสนอง หมายถึง การให้บริการของพนักงานด้วยความสามารถในการบริการด้วยความเต็มใจ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ได้อย่างทันท่วงที่ ผู้รับบริการได้รับบริการที่สะดวกและรวดเร็ว ในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าร้าง จังหวัดลพบุรี

5. ด้านความเอาใจใส่ หมายถึง การให้บริการของพนักงานที่มีความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ ตามความต้องการของลูกค้า เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าร้าง จังหวัดลพบุรี

#### สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน ในบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าร้าง จังหวัดลพบุรี

2. ปัจจัยการให้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันในบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าร้าง จังหวัดลพบุรี

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยการให้บริการและคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าร้าง จังหวัดลพบุรี

2. ทราบถึงการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าร้าง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการกับคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าร้าง จังหวัดลพบุรี

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยการให้บริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคมป์ตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารต่าง ๆ รวมทั้งแนวความคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ บริษัท เมืองไทย แคมป์ตอล จำกัด (มหาชน)
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
  - 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล หรือประชากรศาสตร์
  - 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยการบริการ
  - 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการคุณภาพการให้บริการ
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ บริษัท เมืองไทย แคมป์ตอล จำกัด (มหาชน)

##### ประวัติความเป็นมา

บริษัทได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2535 ในนามบริษัท ดี.เอส. ลิสซิ่ง จำกัด โดยชูชาติ เพ็ชรอำไพ และดาวณา เพชรอำไพ ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 2 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ทั้งใหม่และมือสองทุกยี่ห้อ ผ่านผู้จัดจำหน่ายทั้งในจังหวัด พิษณุโลกและจังหวัดอื่น ๆ ในเขตภาคเหนือตอนล่าง เช่น สุโขทัย กำแพงเพชร พิจิตร เป็นต้น จากนั้นเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม พ.ศ. 2544 เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็นบริษัท เมืองไทย ลิสซิ่ง จำกัด และได้หยุดการให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อเนื่องจากภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น จนปี พ.ศ. 2549 ได้เริ่มดำเนินธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย และได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจจากกระทรวงการคลังเมื่อวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2549

26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557 บริษัทได้ทำการซื้อขายหุ้นครั้งแรกในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ใช้ชื่อย่อบริษัทว่า MTLS ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557 มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 506 สาขา พอปี พ.ศ. 2558 ได้เพิ่มผลิตภัณฑ์สินเชื่อนาโนไฟแนนซ์ (สินเชื่อรายย่อยเพื่อการประกอบอาชีพภายใต้การกำกับ) และสินเชื่อโฉนดที่ดิน

บริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจให้บริการสินเชื่อทะเบียนรถ สินเชื่อ โฉนดที่ดิน สินเชื่อส่วนบุคคลและนาโนไฟแนนซ์ ให้ลูกค้ารายย่อยที่เป็นบุคคลธรรมดาทั่วไป ผ่านสาขาของบริษัททั่วประเทศไทย แบ่งเป็นระดับชั้นคือ สาขาใหญ่ สาขาย่อย และ ศูนย์บริการ โดยแต่ละสาขาใหญ่จะดูแล 10 สาขาย่อย และ 10 ศูนย์บริการ (<https://www.muangthaicap.com>)

#### **บริษัทมีการให้บริการ ดังนี้**

1. ธุรกิจให้บริการสินเชื่อทะเบียนรถ ทั้งรถจักรยานยนต์ รถยนต์ และรถเพื่อการเกษตร โดยลูกค้านำสมุดคู่มือจดทะเบียนรถตัวจริงเป็นหลักประกันเพื่อขอสินเชื่อ
2. ธุรกิจให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล เป็นแบบไม่มีหลักประกันแก่ลูกค้าที่มีประวัติการผ่อนชำระสินเชื่อทะเบียนรถกับบริษัทมาก่อน และมีประวัติการผ่อนชำระที่ดี
3. ธุรกิจให้บริการสินเชื่อที่มีที่ดินเป็นหลักประกัน ลูกค้าขอสินเชื่อโดยการส่งมอบโฉนดที่ดินตัวจริงแก่บริษัท
4. ธุรกิจให้บริการสินเชื่อนาโนไฟแนนซ์ เป็นการปล่อยสินเชื่อแบบไม่มีหลักประกันเพื่อไปประกอบอาชีพ โดยอิงจากประวัติการผ่อนชำระสินเชื่อทะเบียนรถกับบริษัท

#### **วิสัยทัศน์ (Vision)**

เราจะดำรงความเป็นผู้นำอันดับ 1 ในธุรกิจไมโครไฟแนนซ์

#### **พันธกิจ (Mission)**

1. บริษัทฯ จะ ขยายพื้นที่การให้บริการ ลูกค้าในรูปแบบสาขา ให้ ครอบคลุมทุกภูมิภาคของประเทศ โดยจะเปิดดำเนินการในรูปแบบสาขาใหญ่ สาขาย่อย และศูนย์บริการ ภายในปี 2563 จำนวน 4,500 สาขา
2. บริษัทฯ จะต้องมี ส่วนแบ่งการตลาดมากเป็นอันดับ 1 ในแต่ละพื้นที่ที่เปิดดำเนินการ และจะมีฐานลูกค้าของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นทุกปี อย่างน้อยปีละ 30 เปอร์เซ็นต์
3. บริษัทฯ จะต้องมียอดปล่อยสินเชื่อเฉลี่ยต่อจำนวนพนักงานสูงที่สุดในธุรกิจเดียวกัน
4. บริษัทฯ จะให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลและการบริหารหนี้ โดยใช้ MTC Model เป็นเครื่องมือในการดำเนินงาน

#### **บริษัทฯ จะให้บริการที่เป็นเลิศ และ สร้างความพึงใจสูงสุดแก่ลูกค้า**

ดังนั้น บริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จึงเป็นสาขาย่อยของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) ที่ต้องปฏิบัติภายใต้พันธกิจ และวิสัยทัศน์ของบริษัทให้เป็นไปตามมาตรฐานการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และคุณภาพการให้บริการของบริษัทฯด้วย บริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ตั้งอยู่ในอำเภอท่าวัง จังหวัดลพบุรี ซึ่งประกอบไปด้วยตำบลทั้งหมด 11 ตำบล ได้แก่ ตำบล



ทำรุ่ง, ตำบลบางคู, ตำบลโพตลาดแก้ว, ตำบลบางลี่, ตำบลบางงา, ตำบลโคกสลด, ตำบลเขาสมอคอน, ตำบลหัวสำโรง, ตำบลลาดสำลี, ตำบลบ้านเบิก และตำบลมุจลินท์ ประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่ทำเกษตรกรรม ทำนา ทำสวน ทำไร่ ไร่ข้างทั่วไป ค้าขาย ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีส่วนน้อยที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน หรือทำงานภาคอุตสาหกรรม การทำธุรกรรมกับทางสาขาจึงมักเป็นสินเชื่อที่เกี่ยวข้องมอเตอร์ไซค์ รถยนต์ รถเพื่อใช้ในการเกษตร โฉนดที่ดิน เป็นต้น โดยพฤติกรรม การให้บริการนั้น เป็นลักษณะการสร้างความเป็นกันเอง แสดงสอบถามต้องการอย่างตรงไปตรงมา สื่อสารด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### 2.2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล หรือประชากรศาสตร์

ลักษณะทางปัจจัยส่วนบุคคล หรือประชากรศาสตร์ เป็นความหลากหลายด้านภูมิหลังของบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย ความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบันในหน่วยงานหรือในองค์กรต่างๆ ซึ่งประกอบด้วยพนักงานหรือบุคลากรในระดับต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกันมีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์หรือภูมิหลังของบุคคลนั่นเอง

ชาพรมมา (Chapromma, 2017, p. 27) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง กระบวนการศึกษาเกี่ยวกับประชากรและการเปลี่ยนแปลงของประชากร ช่วยให้ทราบขนาดหรือจำนวนคนที่มีอยู่ในแต่ละสังคม แต่ละภูมิภาค รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมของคนในแต่ละภูมิภาค ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยภายใน ส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เช่น อายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ตลาด ส่วนแบ่งทางตลาด และวางกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่นักการตลาดต้องการให้ได้มากที่สุด

แฮนนา และวอซนิค และชิฟแมน และคานุก (Hanna & Wozniak, 2001, Shiffman & Kanuk, 2003, p. 71) ได้ให้ความหมายของลักษณะทางประชากรศาสตร์ไว้คล้ายคลึงกัน โดยกล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนาและเชื้อชาติซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งโดยทั่วไปแล้วใช้เป็นลักษณะพื้นฐานที่นักการตลาดมักจะนำมาพิจารณาสำหรับการแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation) โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการความชอบ และอัตราการใช้จ่ายเงินค่าของผู้บริโภค

ฮาวกินส์ และมาเธอร์บาฟ (Hawkins & Mothersbaugh, 2010, pp. 116-124) ได้ให้ความหมายว่า ประชากรศาสตร์ใช้อธิบายประชากรในแง่ของขนาดการกระจายตัวและโครงสร้าง

ประชากรศาสตร์มีอิทธิพล ต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคทั้งทางตรงและมีผลต่อคุณลักษณะอื่น ๆ ของผู้บริโภค เช่น ลักษณะส่วนตัว และรูปแบบการตัดสินใจ ดังนี้

1. อายุ (Age) จะมีวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมและบรรทัดฐานทางทัศนคติ นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค
2. การศึกษา (Education) เป็นส่วนหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้า โดยพิจารณาบางส่วนจากกำไรและอาชีพ นอกจากนี้ยังมีอิทธิพลต่อความคิด การตัดสินใจ และความสัมพันธ์อื่น ๆ
3. รายได้ (Income) ซึ่งระดับของรายได้ในครัวเรือนรวมกับความมั่งคั่งสะสม (accumulated wealth) จะเป็นตัวกำหนดอำนาจในการซื้อ

กอบกาญจน์ เจริญทอง (2556, หน้า 18) ทฤษฎีประชากรศาสตร์หมายถึง ศาสตร์วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร คำว่า “Demo” หมายถึง “People” แปลว่า ประชาชน หรือ ประชากร “Graphy” หมายถึง “Writing up” หรือ “Description” แปลว่าลักษณะ ดังนั้น Demography จะมีความหมายว่าวิชาที่เกี่ยวข้องกับประชากร ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ เป็นต้น

ประเสริฐ ศิริเสวีวรรณ (2561, หน้า 21) กล่าวว่า แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง การวิเคราะห์ทาง ประชากรในเรื่องขนาดโครงสร้าง การกระจายตัวและการเปลี่ยนแปลงประชากรในเชิงที่สัมพันธ์กับปัจจัย ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอื่นๆ ปัจจัยทางประชากรอาจเป็นได้ทั้งสาเหตุและผลของปรากฏการณ์ทาง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ที่ใช้เป็นการแบ่งส่วนตลาดทำให้มีประสิทธิผล ในการกำหนดตลาดเป้าหมายและง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่นประกอบด้วย

1. เพศ (Sex) เพศหญิงและเพศชาย มีแนวโน้มที่จะมีความแตกต่างกันในด้านทัศนคติและพฤติกรรม
2. อายุ (Age) กลุ่มอายุที่มีความแตกต่างกันทำให้มีความขึ้นขอบรสนิยมที่แตกต่างกัน โดยรสนิยมของบุคคลจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามวัย มีผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่มอายุที่แตกต่างกัน
3. ระดับการศึกษา (Education) ผู้ที่ได้รับการศึกษาในระดับสูงส่งผลให้มีการบริโภคสินค้าที่มี คุณภาพดีกว่ารวมถึงมีราคาสูงกว่าการบริโภคสินค้าของผู้ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่า
4. อาชีพ (Occupation) บุคคลที่มีอาชีพแตกต่างกันส่งผลให้มีความต้องการในด้านสินค้าและ บริการต่างกัน
5. รายได้ (Income) ผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางและมีรายได้ต่ำมีขนาดตลาดใหญ่กว่าผู้บริโภคที่มีรายได้สูง สินค้าและบริการต่างๆจึงมีการแบ่งส่วนตลาดตามรายได้

ฐานิสานีเยียมคง (2561, หน้า 4) ได้กล่าวถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย

1. เพศ หมายถึง เพศของผู้ตอบแบบสอบถามที่สามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง
2. อายุ หมายถึง อายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่นับตามปีปฏิทิน
3. อาชีพ หมายถึง อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละบุคคลซึ่งจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน
4. รายได้ หมายถึง ผลตอบแทนที่ได้รับจากการทำธุรกรรมต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม
5. ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับขั้นที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ทำการศึกษา หลักสูตร ระยะเวลาของ การศึกษา
6. สถานภาพ หมายถึง ความผูกพันระหว่างชายกับหญิงในการเป็นสามี ภรรยา เช่น สมรส โสด หย่าร้าง หรือเป็นหม้าย เป็นต้น
7. ขนาดครอบครัว หมายถึง จำนวนสมาชิก กลุ่มคนที่มีความผูกพันกัน ทางอารมณ์ และจิตใจมีการดำเนินชีวิตร่วมกัน รวมทั้งพึ่งพิงกันทางสังคม เศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์กันทาง กฎหมายและสายโลหิต

สุวรรณณี มาน้อย (2562, หน้า 14) ได้กล่าวว่า แนวคิดทางประชากรศาสตร์ เป็นปัจจัยที่คน นิยมนำมาใช้ศึกษามากที่สุด โดยอาศัยตัวแปรการศึกษา ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ เพราะจะสามารถทำให้เห็นว่าความแตกต่างด้านคุณสมบัติทางประชากรระหว่างบุคคลส่งผลให้ พฤติกรรมที่แสดงออกมาแตกต่างกันไป ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการนำไปใช้กำหนด เป้าหมายได้ต่อไป ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญ ประกอบด้วย

1. อายุ (Age) กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มักจะชื่นชอบหรือต้องการบริการที่ แตกต่างกัน นอกจากอายุทำให้มีความแตกต่างทางด้านความคิดแล้ว อายุยังเป็นตัวกำหนดในความ แตกต่างในเรื่อง ความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย เมื่อคนเราอายุมากขึ้น โอกาสที่จะเปลี่ยนใจหรือ ถูกชักจูงให้เชื่อหรือทำอะไรก็จะยากขึ้นตามลำดับ อายุยังสามารถบอกถึงการใช้สื่อหรือเทคโนโลยี ต่างๆอีกด้วย คนที่อายุมากมัก ใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารมากกว่าใช้เพื่อความบันเทิง เป็นต้น
2. เพศ (Sex) ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันในเรื่อง สรีระ ความถนัด ค่านิยม ความคิด ทักษะรวมถึงพฤติกรรมต่างๆ เนื่องจากสังคมได้กำหนดบทบาทของเพศหญิงกับเพศชาย ไว้แตกต่างกัน เราจะเห็นได้ว่าเพศหญิงจะถูกโน้มน้าวใจได้ง่ายกว่าเพศชาย และมักจะเผยแพร่หรือ บอกต่อข้อมูลให้ผู้อื่น ได้รับรู้ส่วนทางด้านเพศชายจะใช้ด้านเหตุผลมากกว่าเพศหญิง เป็นต้น

3. การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นตัวแปรที่มีผลค่อนข้างสูงเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคล เนื่องจากคนที่มีระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกัน หรือระบบการศึกษาที่ต่างกัน ย่อมทำให้มีความคิด ทักษะคิด ทัศนคติ ธรรมเนียมที่แตกต่างกันตามไปด้วย ซึ่งเชื่อมโยงไปถึงการรับสารด้วย เช่น ผู้ที่มีการศึกษาสูง มักจะเป็นผู้รับสารที่ดีกว่าเพราะมีความรู้กว้างขวางในหลาย ๆ เรื่อง มักไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ นอกจากจะมีหลักฐานหรือเหตุผลมาสนับสนุนเพียงพอ จึงทำให้สามารถเข้าใจสารได้ดี เป็นต้น

4. อาชีพ (Occupation) บุคคลที่มีอาชีพแตกต่างกัน ทำให้มีความคิดและทัศนคติหรือมุมมองในการใช้ชีวิตและค่านิยมที่แตกต่างกัน เช่น คนที่รับราชการจะคำนึงถึงเรื่องสวัสดิการ และเกียรติภูมิของข้าราชการ ซึ่งจะแตกต่างจากคนที่ทำงานบริษัทเอกชนที่คำนึงถึงเรื่องรายได้และการซื้อของเพื่อรักษาสภาพทางสังคมของตนเอง เป็นต้น

5. รายได้ (Income) รายได้เป็นเครื่องกำหนดความต้องการของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ความแตกต่างกันทางด้านฐานะทางเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ

จิตราพร ลาดดก (2559, หน้า 25) ได้ให้ความหมายว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ในแต่ละด้านไม่ว่าจะด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ลักษณะเหล่านี้ส่งผลชัดเจนถึงความแตกต่างของแต่ละบุคคล ซึ่งจะมีความจำเป็นต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายและยังทำให้เห็นได้ว่าพฤติกรรมหรือความต้องการของแต่ละบุคคลนั้น แตกต่างกันออกไปอย่างชัดเจนทำให้แต่ละบุคคลมีความต้องการที่จะได้รับการบริการหรือการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกันออกไป

ชลัฐ กล่อมประเสริฐ (2559, หน้า 12) (อ้างถึงใน ลัดดาวัลย์ ค่ายอด, 2565, หน้า 65) ได้ให้ความหมายว่า รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ เป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด มีแนวโน้มความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน ในเชิงเหตุและผลส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูง บุคคลที่มีการศึกษาน้อย โอกาสที่จะหางานระดับยากจึงทำให้มีรายได้น้อย ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจเป็นเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต ระดับการศึกษา ค่านิยม อาชีพ ฯลฯ

ภัทรานิชฐ์ นายสุวรรณศิริ (2559, หน้า 1) ได้ให้ความหมายว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ อาชีพ การศึกษา เป็นเกณฑ์ที่แบ่งส่วนการตลาด ซึ่งประชากรเป็นตัวแปรที่สามารถเข้าถึงเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคล หรือประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา สถานภาพทางสังคม เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความต้องการ ความคิดเห็น ทัศนคติ ความเข้าใจ ความพึงพอใจ ที่ส่งผลให้พฤติกรรมที่แสดงออกถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นแตกต่างกันออกไป

ตาราง 1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล หรือประชากรศาสตร์

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทาง ประชากรศาสตร์	นักวิชาการหรือนักวิจัย										
	ชาพรอมมา (Chapromma)	แฮนนา แอนด์ วอซนิค, จีฟแมน และ คานุก (Hanna and Wozniak)	ฮาวิคินส์และมาเธอร์บอว์ (Hawkins & Mothersbaugh)	กอบกาญจน์ เจริญทอง	ประเสริฐ ศิริเสรีวรรณ	ฐานิส เอมคง	สุวรรณี มาน้อย	จิราพร อดาก	ชลัฐ กล่อมประเสริฐ	ภัทรานิษฐ์ ภายสุวรรณศิริ	สรุป
เพศ	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓		✓	8
อายุ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	9
อาชีพ	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	9
รายได้	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
การศึกษา	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
สถานภาพทางสังคม	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	8

จากตาราง 1 ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสอดคล้องของนักวิชาการพบว่า เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคม มีนักวิชาการตั้งแต่ 6 ท่านขึ้นไปมีความเห็นพ้องต้องกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำปัจจัยต่าง ๆ มาเป็นกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

### 2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยการบริการ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2555, หน้า 36) การบริการ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่จัดทำขึ้นเพื่อเสนอราคาขายหรือกิจกรรมที่จัดทำขึ้นร่วมกับการขายสินค้า

ชลธิชา ศรีบำรุง (2557, หน้า 24) การให้บริการ หมายถึง การปฏิบัติต่อลูกค้า รวมถึงการจัดกิจกรรมในการให้บริการที่จะสนองความต้องการของลูกค้าหรือบุคคลในด้านต่าง ๆ และเน้นการจัดเพื่อให้ลูกค้าหรือบุคคลที่มาขอรับบริการเกิดความพึงพอใจในบริการที่มาติดต่อ การบริการที่

ดีต้องอาศัยองค์ประกอบ ตั้งแต่บุคคล สถานที่ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความถูกต้องในการให้บริการ

เบญชภา แจ่มเวชฉาย (2559, หน้า 7) การบริการ หมายถึง การแสดงออกทางการกระทำที่ฝ่ายหนึ่งนำเสนอให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยกระบวนการดังกล่าวอาจจะเกี่ยวข้องกับสินค้าที่มีสามารถจับต้องได้ หรือไม่สามารถจับต้องได้เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความรวดเร็ว การปฏิบัติที่ถูกต้อง จนนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุดตามความคาดหวัง หรือมากกว่าความคาดหวัง

รุ่งทิพย์ นิลพัท (2561, หน้า 20-21) การบริการ คือ กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข และความสะดวกสบาย หรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะของตัวเอง ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปแบบ และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้า หรือผลิตภัณฑ์อื่น ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจเปี่ยมด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูลให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค ซึ่งการบริการที่ดีนั้นต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่แสดงความจำนงค์ได้ตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการนั้นคาดหวังไว้ พร้อมกับทำให้บุคคลดังกล่าว เกิดความรู้สึกที่ดี และประทับใจต่อสิ่งที่ได้รับนำไปสู่ความพึงพอใจในสินค้าและบริการนั้น

สแตนตัน (Stanton, 1967, p. 477) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า หมายถึง กิจกรรมหรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการทำให้เกิดความพึงพอใจ ด้วยลักษณะเฉพาะของตัวเอง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการใด ๆ

กรอนรูส (Gronross, 1990, p. 17) ให้คำจำกัดความการบริการว่า หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือหลายกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่มากก็น้อย จับต้องไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณี เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการ หรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้า หรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยผ่อนคลายปัญหาของลูกค้า

ไวท์ และ เอเบล (White & Abel, 1995, p. 25) (as cited in LoveLock, 1996, p. 23) ได้ให้นิยามว่าเป็นการวินิจฉัยของผู้รับบริการเกี่ยวกับความสามารถในการเติมเต็มงานการให้บริการของหน่วยงานที่ให้บริการ บริการเช่นว่านี้ ไวท์และเอเบล เสนอแนวคิดที่แตกต่างไปจากสินค้า (goods) กล่าวคือ สินค้าเป็นสิ่งที่จับต้องได้ มีความคงทนสูง และโดยทั่วไปผลิตขึ้นภายใต้และผลิตเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานที่แน่นอนอันหนึ่ง ในขณะที่บริการเป็นเรื่องที่มีความผันแปรมากกว่าสินค้าแม้จะมีลักษณะที่ตอบสนองผู้บริโภคเช่นเดียวกับสินค้าก็ตาม และโดยทั่วไปแล้ว บริการมีคุณลักษณะ

สำคัญที่จับต้องไม่ได้ มีความหลากหลาย และไม่สามารถแบ่งแยกได้จากการผลิตและการบริโภค (Inseparability of production and consumption)

คอตเลอร์ (Kotler 2000, p. 428) กล่าวว่า การบริการ หมายถึงกิจกรรมใด ๆ หรือการปฏิบัติที่กลุ่มหรือคณะใดคณะหนึ่ง สามารถเสนอสิ่งสำคัญที่มองไม่เห็นเป็นตัวเป็นตน และไม่มีผลในการเป็นเจ้าของผลผลิตของบริการอาจเป็นหรือไม่เป็นผลิตภัณฑ์ก็ได้ การบริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการดังนี้

1. ไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) หมายความว่า บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ
2. ไม่แน่นอน มีความหลากหลาย (Variability) หมายความว่า คุณภาพของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อใด ที่ไหน และอย่างไร
3. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) กล่าวคือ การบริโภคบริการจะเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน ดังนั้น ผู้ให้บริการรายหนึ่งสามารถให้บริการลูกค้าได้เพียงหนึ่งเดียวในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น ไม่เพียงเท่านั้น ผู้ให้บริการแต่ละคนจะมีลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่สามารถให้คนอื่น ให้บริการแทนได้เพราะต้องผลิต และบริโภคในเวลาเดียวกัน ส่งผลให้การบริการมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา
4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บเอาไว้ได้ถ้าความต้องการมีสมการให้การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการมีไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาคือบริการไม่ทัน หรือในบางกรณีก็ไม่มีการซื้อบริการ

เพอร์เรียว (Perreault, 1996, p. 17) กล่าวว่าไว้ว่า การบริการเป็นการกระทำจากคนหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง เมื่อไรก็ตามที่คุณให้การบริการแก่ลูกค้า ลูกค้าจะไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ การบริการอาจเป็นประสบการณ์ ความทรงจำการใช้บริการหรือการบริโภคบริการไม่มีลักษณะทางกายภาพ ไม่สามารถจับต้องได้ เราไม่สามารถถือการบริการเอาไว้และลูกค้าก็ยากที่จะคาดเดาว่า จะได้รับอะไรจากการบริการ ผลิตภัณฑ์หลายอย่างจำเป็นต้องมีการบริการควบคู่กันไปด้วย เช่น การเติมน้ำมันและจ่ายค่าน้ำมันด้วยบัตรเครดิต หรือการบริการส่งพิซซ่าถึงบ้าน เป็นต้น จึงแบ่งลักษณะเฉพาะของการบริการ ดังนี้

1. การบริการไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) เช่น คุณภาพของพนักงานที่ให้บริการ เป็นต้น
2. การบริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) เช่น หากลูกค้าไม่พอใจต่อการให้บริการของ กล่าวคือดีก็ดีทั้งหมด แย่ก็แย่ทั้งหมดนั่นเอง
3. การบริการมีลักษณะความต้องการที่สูญเสียดังได้ง่าย (Perishability)

4. การบริการมีลักษณะแตกต่างกันไปไม่คงที่ (Variability) เนื่องจากความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกันไป

5.ขวัญและกำลังใจของพนักงาน (Employee morale) เป็นปัจจัยสำคัญมากพนักงานต้องมีความอดทน รักการบริการ มีความอดกลั้นสูง เนื่องจากลูกค้ามักคิดว่าเมื่อตนได้จ่ายเงินแล้วต้องได้ทุกอย่าง (Employee need to be motivated to sever customer)

6. ความพร้อมของเครื่องมืออุปกรณ์ (Company workload, Workload equipment people) คือถ้าคนไม่เพียงพอ หรือเครื่องมือไม่เพียงพอจะทำให้ลูกค้าไม่พอใจและไม่อยากใช้บริการอีก เช่น ร้านอาหารมีเมนูอาหารน้อยเกินไป ศูนย์ธุรกิจของโรงแรม (Business center) มีเครื่องคอมพิวเตอร์น้อยเกินไป เป็นต้น

พาราสุรามาน (Parasuraman, 1985, pp.12-40) ได้ปรับปรุงปัจจัยในการประเมินคุณภาพการให้บริการบางส่วนเพื่อลดความซ้ำซ้อน และรายละเอียดมากเกินไป สร้างเป็นเกณฑ์ในการประเมินเพียง 5 ประการ เป็นการประเมินคุณภาพของการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL ซึ่งประกอบด้วย 5 มิติหลัก ดังนี้

มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแลห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจนขึ้น

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้องเหมาะสมและได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการรวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง และรวดเร็ว

มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด



มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ ตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

สเปชเลอร์ (Spechler, 1988, p. 45) กล่าวถึงรูปแบบความสำเร็จของงานบริการ เป็นการ แสดงจุดศูนย์กลางหมายถึง ลูกค้า ในองค์การทั้งหมดซึ่งประกอบไปด้วยลูกค้าภายใน และภายนอก สิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำงานเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดนั้นจะต้องเกิดจาก ลูกค้าภายใน หรือพนักงานทุกคนในองค์กรที่จะตระหนักในเรื่องของคุณภาพการบริการ และหน้าที่ ที่รับผิดชอบ ในการจัดการเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ และมีการกำหนดอย่างชัดเจนว่า ใครคือลูกค้าภายใน โดยเน้นความสำคัญของกระบวนการ และวัตถุประสงค์ของกระบวนการนั้น โดยตรง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการปรับปรุงนั้นคือ ลูกค้าใจสูงสุด”

จาก Service quality effectiveness model จะพบว่าเน้นถึงความสำเร็จของกระบวนการ ไปสู่ความเป็นเลิศของคุณภาพการบริการ โดยรูปแบบจะกำหนดแนวทางและทิศทางของ ความสำเร็จของงานบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญ 7 ประการ คือ

#### 1. การทำให้ลูกค้าพอใจและประทับใจ

1.1 รู้จักสินค้าและบริการเป็นอย่างดี สินค้าและบริการของธุรกิจเป็นเรื่องที่พนักงาน ทุกคนควรทำความรู้จักอย่างชัดเจน

1.2 รู้ขั้นตอนวิธีการส่งมอบบริการ ในธุรกิจการทำงานต้องมีวิธีการส่งงานและรับ งานระหว่างกัน เพื่อส่งมอบขั้นตอนการทำงานได้อย่างเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าและบริการที่ ได้มาตรฐานและประทับใจ ด้วยการบริการที่รวดเร็วด้วยคุณภาพที่สูงเกินความคาดหมาย ความ กระตือรือร้นที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า การปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างให้เกียรติและสุภาพ ต่อลูกค้าทุกครั้ง และรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าด้วยความยินดี และนำมาปรับกลยุทธ์ และวิธีการ ทำงานเพื่อชนะใจลูกค้าได้อย่างยั่งยืน

1.3 รู้จักลูกค้าของเราเป็นอย่างดี การทำความรู้จักลูกค้า ที่เราต้องรู้จักว่าลูกค้า คือ ใครและใครคือลูกค้าสำคัญขององค์กร โดยการทำความรู้จักตัวตนของลูกค้า ปัญหาในการใช้ บริการที่ลูกค้าเคยประสบ ความต่อเนื่องในการใช้บริการของลูกค้า

#### 1.4 รู้วิธีคิดหลักการยึดมั่น

2. การประกันคุณภาพ เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าจะได้รับเฉพาะสินค้า และบริการที่มีคุณภาพเท่านั้น ฉะนั้นการประกันคุณภาพเป็นการดำเนินการส่วนใดส่วนหนึ่งที่เป็นไป ในลักษณะเพื่อจะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่กระบวนการผลิตหรือการบริการเท่านั้น แต่มุ่งเน้น การสร้างความเชื่อมั่นก่อนที่จะลงมือปฏิบัติงานว่าผลการปฏิบัติงานหรือการให้บริการนั้นบรรลุ ข้อกำหนดด้านคุณภาพได้

3. วิธีการ ระบบ และเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า จะช่วยทำให้ธุรกิจสามารถลดค่าใช้จ่ายได้อย่างมาก และยังสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งมีความสำคัญ 3 ประการ เทคโนโลยีจะช่วยให้การทำงานบรรลุเป้าหมายและรวดเร็วมาก ทำให้เกิดผลผลิตเต็มที่และมีประสิทธิภาพสูงสุด และประหยัดเวลาแรงงาน ทำให้ธุรกิจมีการลงทุนน้อยลงแต่ได้ผลมาก

4. การตระหนักถึงคุณภาพ คือ การรับรู้ถึงผลกระทบที่ได้จากการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานเอง โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพ เพื่อให้สินค้าและบริการมีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ประโยชน์ที่ได้จากการตระหนักถึงคุณภาพ คือ การลดปริมาณของเสีย การลดการแก้ไขงาน การลดการหยุดรอกงาน และสามารถทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานของเครื่องจักรสูงขึ้น โดยมีองค์ประกอบคือ องค์กร หัวหน้างาน และพนักงาน

5. การฝึกอบรม คือ การบวนการที่ทำให้ผู้เข้าร่วมอบรมเกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจ มีความชำนาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และเปลี่ยนพฤติกรรมไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งเป็นวิธีในการพัฒนาบุคลากร

6. การมีส่วนร่วม คือ ผลจากการมีความเห็นพ้องกันในเรื่องความต้องการทิศทางของการเปลี่ยนแปลงเป็นในทางเดียวกัน จนเกิดความคิดริเริ่มโครงการเพื่อการปฏิบัติ และควรต้องมีการตระหนักว่าการกระทำทั้งหมดเป็นกระทำที่ทำโดยกลุ่ม ดังนั้นองค์การจะต้องเป็นเสมือนตัวนำเพื่อให้บรรลุความเปลี่ยนแปลงได้

7. การเป็นที่รู้จักการยอมรับ คือ การได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลรอบข้างเป็นจูงใจให้บุคคลทำงานที่เกิดจากการยกย่องชมเชย การให้เกียรติ ให้กำลังใจในสิ่งที่ได้กระทำต่าง ๆ ทั้งความรู้สึกว่าได้รับการยอมรับนับถือ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจในการทำงาน

สรุปได้ว่า การบริการ คือ การทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดจากบุคคล หรือกลุ่มคน ฝ่ายหนึ่งจากผู้ให้บริการ ถึงยังบุคคลหรือกลุ่มคนอีกฝ่ายหนึ่งที่เป็นผู้รับบริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ในลักษณะของวัตถุ แต่เป็นลักษณะของสิ่งที่ได้รับการตอบสนองผ่านทางพฤติกรรมทางกาย วาจา หรือความเต็มใจในการให้บริการ จนเกิดผลกระทบต่อความรู้สึก หรือจิตใจต่อผู้รับบริการด้วยความคาดหวังในสิ่งนั้น

ตาราง 2 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยบริการ

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยบริการ	นักวิชาการหรือนักวิจัย										
	ลัดรชาพร เสมอใจ	ชลธิชา ศรีบำรุง	เบญจมา แฉ่งเวทฉาย	รุ่งทิพย์ นิลพัท	สแตนตัน ตันบลิวด (Stanton, W.J)	กรอนรูส คริสเตียน (Gronross, Christian)	ไวท์ และ เอเบล (White & Abel (as cited in LoveLock)	คอปเลอร์ (Kotler)	เพอร์เรียว (Perreault)	พาราสุรามาน (Parasuraman)	สรุป
ความพอใจและความประทับใจ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	9
การประกันคุณภาพ		✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓	7
ระบบเทคโนโลยี		✓	✓	✓		✓		✓		✓	6
การฝึกอบรม			✓	✓	✓	✓		✓	✓		6

จากตาราง 2 ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสอดคล้องของนักวิชาการพบว่า ความพอใจและความประทับใจ การประกันคุณภาพ ระบบเทคโนโลยี และการฝึกอบรม มีนักวิชาการตั้งแต่ 6 ท่านขึ้นไปมีความเห็นพ้องต้องกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำมาปรับใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

### 2.2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการคุณภาพการให้บริการ

กิจดี ขงประกิจ (2559, หน้า 33) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การปฏิบัติที่กระทำ หรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการการให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่งทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตาม ด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ ซึ่งความต้องการของผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันจึงเป็นเรื่องที่ทำนายของผู้ให้บริการในการเข้าถึงความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคแต่ละคน

สร้อยยา เลิศพุทธรักษ์ และ วรรณวิสา ท่าหิน (2562, หน้า 197-213) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเข้าใจและเอาใจใส่

ผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลความภักดีของผู้ใช้บริการ ผู้ที่มาใช้บริการให้ความสำคัญกับเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย มีระบบ รักษาความปลอดภัยที่ดี และพนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีคุณภาพถูกต้องแม่นยำมีความสม่ำเสมอในการ ให้บริการ พนักงานมีการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย และพนักงานให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการทุกระดับที่เสมอภาค และเท่าเทียมกัน

วิมารัตน์ ภูวัฒน์ชัยกิจ (2559, หน้า 11) คุณภาพการให้บริการ คือ ผลลัพธ์บริการที่ดีที่สุดโดยมีคุณค่า และมีความเหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการให้บริการ หากผู้รับบริการได้รับการบริการเป็นไปตามที่คาดหวัง จึงกล่าวได้ว่าคุณภาพการให้บริการเป็นการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการในบริการการรับรู้ที่แท้จริงที่มีโดยหากผู้ใช้บริการหรือเห็นว่าบริการเหล่านั้นเป็นสิ่งที่ดีที่สุดและตรงตามที่คาดหวังก็ถือว่าบริการดังกล่าวมีคุณภาพ

ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต (2557, เว็บบไซต์) กล่าวว่า ตัวแบบที่ใช้วัดคุณภาพการให้บริการที่ได้รับความนิยมนำมาใช้อย่างแพร่หลายนั้นนับว่าได้แก่ผลงานของ พาราสุรามาน ซีแทมล์ และ เบอริรี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988, p. 14) ซึ่งได้พัฒนาตัวแบบเพื่อใช้สำหรับการประเมินคุณภาพการให้บริการโดยอาศัยการประเมินจากพื้นฐาน การรับรู้ของผู้รับบริการหรือลูกค้า พร้อมกับได้พยายามหานิยามความหมายของคุณภาพการให้บริการและปัจจัยที่กำหนดคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสมผลงานความคิดและการพัฒนาตัวแบบ SERVQUAL

บัซเซล และ เกลล์ (Buzell & Gale, 1987, p. 7) กล่าวว่า เป็นเรื่องที่ได้รับการสนใจและมีการให้ความสำคัญอย่างมาก มีผลงานวิจัยที่ค้นคว้าพฤติกรรมของผู้บริโภคและผลของความคาดหวังของผู้บริโภค ซึ่งพบว่า คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่ซับซ้อน ขึ้นอยู่กับการมองหรือทัศนคติของผู้บริโภคที่เราเรียกว่า “ลูกค้า”

บิทเนอร์ และ ฮับเบิร์ต (Bitner & Hubbert, 1995, pp. 246-251) ได้กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการเป็นความประทับใจในภาพรวมของลูกค้าผู้รับบริการ ดังนั้น ผู้บริการและบุคลากรที่เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญใส่ใจในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้เกิดความมีคุณภาพ มีประสิทธิภาพและมีการพัฒนาเพื่อให้บริการเป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร คุณภาพการให้บริการที่มีประสิทธิภาพจะทำให้องค์กรสามารถสร้างความแตกต่างด้านความได้เปรียบทางการตลาด การยกระดับคุณภาพการบริการจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ควรนำมาใช้ในธุรกิจ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ และประทับใจจนมาสู่การกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป

บอลตัน คานนัน และ บรามเลต (Bolton, Kannan & Bramlet, 2000, pp. 95-108) กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ นอกจากเป็นการเพิ่ม

ส่วนรองการตลาดให้สูงขึ้น รวมทั้งการที่สินค้าและบริการนั้นอยู่ในความทรงจำจากการซื้อหรือใช้บริการจากครั้งแรก และจากการศึกษายังพบอีกว่า การซื้อหรือการใช้บริการซ้ำจะมีผล โดยตรง การซื้อหรือการใช้บริการในครั้งต่อ ๆ ไป และการซื้อหรือใช้บริการซ้ำยังขึ้นอยู่กับทัศนคติเกี่ยวกับการเรียนรู้ด้านคุณภาพหรือการบริการ และระดับความพึงพอใจของลูกค้า อีกด้วย รวมทั้งการบริการที่นั่นจะนำไปสู่การพัฒนา รูปแบบการบริการสู่ระดับความเป็นเลิศ

ชเมเนออร์ (Schmenner, 1995, pp. 66-72) ได้กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการไว้ว่า คุณภาพการให้บริการได้มาจากการรับรู้ที่ได้รับจริงลบด้วยความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากบริการนั้น หากการรับรู้ในบริการที่ได้รับมีน้อยกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้ผู้รับบริการมองคุณภาพการให้บริการนั้นติดลบ หรือรับรู้ว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ตรงกันข้าม หากผู้รับบริการรับรู้ว่าการบริการที่ได้รับจริงนั้นมากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวัง คุณภาพการให้บริการ ก็จะเป็นบวก หรือมีคุณภาพในการบริการนั่นเอง

พาราสุรามาน ซีแทมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988, pp. 12-40) คุณภาพของการให้บริการสามารถวัดได้โดยช่องว่าง (Gap) ระหว่างการบริการที่ลูกค้ารับรู้และการบริการที่ลูกค้าคาดหวังบนพื้นฐานของ 5 ปัจจัย โดยมีรายละเอียดแต่ละปัจจัยดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือ หมายถึง ความสามารถที่จะให้บริการตามคำสั่งด้วยความถูกต้อง
2. ความสามารถในการตอบสนอง หมายถึง ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและการบริการอย่างรวดเร็ว
3. ความแน่นอน หมายถึง การให้ความรู้ความสุภาพของพนักงาน และความสามารถในการส่งมอบความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า
4. ความเข้าใจลูกค้า หมายถึง การดูแลลูกค้าของกิจการอย่างทั่วถึงเฉพาะราย
5. ลักษณะที่สัมผัสได้ หมายถึง แสดงลักษณะทางกายภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก บุคคล และวัสดุอุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสาร

ซีนอลดีน (Zineldin, 1996, pp. 12-22) เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการในด้านของคุณภาพภายหลังจากที่เขาได้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการนั้น ๆ และมีความต้องการที่จะใช้บริการนั้น รวมทั้งการที่เขาได้ทำการประเมินและเลือกที่จะใช้บริการ

พาราสุรามาน (Parasuraman, 1985, p. 41) ได้กล่าวถึง การวัดคุณภาพของด้านการบริการของ Brown, Churchill, and Peter (BCP) คำกล่าวที่ว่าความเหนือกว่าในด้านจิตวิทยาต่อทางเลือกของผลคะแนนที่ไม่ต่างกันนั้น ได้แย้งได้ พวกเขายังโต้แย้งว่ากรอบความคิดของโมเดล คุณภาพบริการนั้นได้เสนอทางเลือกในการตรวจวินิจฉัยไว้ได้อย่างกว้างขวางกว่า PZB แย้งข้อวิจารณ์

เบื้องต้นของ BCP มุ่งไปที่กรอบความคิดต่อผลต่างของคะแนนการรับรู้-ความคาดหวัง จากตัวโมเดลคุณภาพบริการไปถึงคุณภาพในการบริการในทางปฏิบัติว่า คำกล่าวที่ว่าความไม่สมบูรณ์ในด้านจิตวิธี เนื่องมาจากสูตรความแตกต่างของคะแนนที่ได้นั้นไม่ได้เลวร้ายอย่างที่ทาง BCP ได้อ้างไว้และความหลากหลายในการตรวจวินิจฉัย มีความถูกต้องกว่าการวัดโดยแยกการรับรู้และความคาดหวังด้านความน่าเชื่อถือ ผลการวิจัยจากการศึกษาจากหลายตัวอย่างและหลากหลายหน่วยงานของ PZB พบว่า โมเดลคุณภาพบริการ มีความน่าเชื่อถือสูงในส่วนของความเที่ยงตรงเชิงจำแนกและได้กำหนดคุณลักษณะ 10 ประการ ที่ลูกค้าใช้ในการประเมินคุณภาพบริการอัน ได้แก่

1. การสัมผัสได้ (Tangibility) คือ ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถจับต้องได้ เช่น วัสดุ อุปกรณ์ พนักงานที่ให้บริการ เป็นต้น
2. ความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างน่าเชื่อถือในมาตรฐานการบริการและมีความถูกต้อง
3. การตอบสนอง (Responsiveness) เป็นความเต็มใจที่จะให้ความช่วยเหลือลูกค้าและให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ฉับไว
4. ความสามารถ (Competence) บุคลากรมีลักษณะ ความรู้ ความชำนาญในการปฏิบัติงาน
5. ความสุภาพ (Courtesy) พนักงานที่ให้บริการมีความสุภาพอ่อนน้อม มีอัธยาศัยดีและมีการเอาใจใส่แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ
6. ความเชื่อถือในผู้ให้บริการ (Credibility) บุคลากรที่ให้บริการจะต้องมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ และมีความจริงใจ
7. ความปลอดภัย (Security) ลูกค้าจะต้องปราศจากความเสี่ยงใด ๆ ในการเข้ามาใช้บริการ
8. การเข้าถึงบริการ (Accessibility) มีความง่ายในการเข้าถึง และการติดต่อในการให้บริการ
9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) สามารถติดต่อสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่ายและการรับฟังปัญหาจากลูกค้าเสมอ
10. ความเข้าใจในลูกค้า (Understanding the customer) เป็นการพยายามทำความเข้าใจกับลูกค้า และเข้าใจถึงความต้องการแท้จริงของลูกค้า

สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ จึงเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการทำสิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบันทำให้เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น เจริญขึ้น เป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ไม่หยุดนิ่ง การมุ่งไปสู่การยกระดับคุณภาพ เป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจหรือองค์กรดำเนินไปตามเป้าหมาย ซึ่งการพัฒนาจะเกิดขึ้นได้นั้น ต้องเกิดจากการวิเคราะห์สิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน หรือปัญหาที่เกิดขึ้นใน

อดีต โดยคำนึงถึงความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ การดูแลเอาใจใส่ และลักษณะทางกายภาพ โดยตัวผู้ให้บริการ ทักษะ ความรู้ ความเต็มใจของผู้ให้บริการ และการจัดสถานที่หรือสภาพแวดล้อมให้มีความเหมาะสม และสามารถอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้กับผู้รับบริการ รวมถึงการให้บริการที่ถูกต้อง แม่นยำ ชัดเจน เข้าถึงง่าย และที่สำคัญต้องมีช่องทางที่ให้ทางผู้รับบริการสามารถถ่ายทอดความรู้สึก หรือความพึงพอใจกับการได้รับบริการนั้น ผ่านช่องทางที่สะดวก และเข้าถึงง่าย เพื่อที่จะนำไปปรับปรุงพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการที่เหมาะสมกับผู้รับบริการ

ตาราง 3 แนวคิดเกี่ยวกับด้านคุณภาพการบริการ

แนวคิดเกี่ยวกับด้านคุณภาพการบริการ	นักวิชาการหรือนักวิจัย										
	กิติขงประภัก	ศรัณยา เดศพิพัชรีย์ และ วรณวิศา ทาทัน	วิมารัตน์ ภูวพัฒนชัยกิจ	บ๊ชเชด และ เกลล์ (Buzzell & Gale)	บิเทนอร์ และ ฮับเบิร์ต (Bimer & Hubbert)	บอดตัน คานาน และ บรามเลต (Bolton, Kannan & Bramlet)	ชมนนอร์ (Schmenner)	พาราสุรามาน ซิแฮมิล และเบอริรี่ (Parasuraman, Ziehamil & berry)	ซินลิติน (Zineldin)	พาราสุรามาน (Parasuraman)	สรุป
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ		✓			✓		✓	✓		✓	5
ความน่าเชื่อถือ		✓			✓		✓	✓		✓	5
การตอบสนอง	✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓	8
การให้ความมั่นใจ		✓	✓		✓	✓		✓		✓	6
การเอาใจใส่	✓	✓	✓		✓		✓	✓		✓	7

จากตาราง 3 ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสอดคล้องของนักวิชาการพบว่า การตอบสนอง การเอาใจใส่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ และการให้ความมั่นใจ มีนักวิชาการตั้งแต่ 5 ท่านขึ้นไปมีความเห็นพ้องต้องกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำปัจจัยต่าง ๆ มาเป็นกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

### 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พนา เพชรภาพ และรวิดา วิริยกิจจา (2556, หน้า 1-2) ได้ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารออมสิน สาขาเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารออมสิน สาขาเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีคือเพศอายุระดับการศึกษาและอาชีพ และ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่มีผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารออมสิน สาขาเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง ส่วนการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารออมสิน สาขาเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารออมสิน สาขาเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง ที่มีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ ได้แก่ ประเภทที่อยู่อาศัย ราคาที่อยู่อาศัย วัตถุประสงค์ในการถือครองที่อยู่อาศัยและ วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อที่อยู่อาศัยต่างกันไม่มีผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารออมสิน สาขาเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง ในขณะที่ลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีพฤติกรรมการใช้บริการด้วยการได้การรับข้อมูลข่าวสารสินเชื่อที่อยู่อาศัยจากสื่อใดมากที่สุด มีผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารออมสิน สาขาเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง

สุสดี แสนเสนาะ (2556, หน้า 6) ได้ทำวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลตะปอน อำเภอขลุ้ง จังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) ประชาชนที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลตะปอน โดยรวมอยู่ในระดับสูง เรียงลำดับค่าสูงสุดไปหาค่าต่ำสุด ดังนี้ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 2) การเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลตะปอน อำเภอขลุ้ง จังหวัดจันทบุรี พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนต่างก็มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บภาษีในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลตะปอน ในด้านขั้นตอนการให้บริการด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ชลธิชา ศรีบำรุง (2557) ได้ทำวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับดีเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการ เกิดความเชื่อมั่น ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของ



ธนาคารและ ด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ พฤติกรรมของผู้รับบริการจากธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่มาใช้บริการประเภทฝาก-ถอนโดยมีความถี่ในการมารับ บริการเดือนละ 2-3 ครั้งวันที่มาใช้บริการเป็นส่วนใหญ่คือวันจันทร์-ศุกร์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ มากที่สุดคือระหว่าง 13.01-16.30 น.ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพ การให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรีพบว่า ผู้รับบริการจากธนาคาร กรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อที่มีอาชีพ และความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพ การให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน ผู้รับบริการธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อที่มีระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน วันที่มาติดต่อขอรับบริการ และช่วงเวลามาติดต่อ รับบริการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน

วิสนันท์ สุดประเสริฐ (2557, หน้า 74) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัท ชัมมิท ฮอนด้าอโต โมบิล จำกัด (สาขาบางนา) ผลการวิจัยพบว่า ระดับปัจจัยการบริการแก่ลูกค้าด้านคารพึงพอใจ และประทับใจ ด้านการประกันคุณภาพ ด้านระบบเทคโนโลยี ด้านการยอมรับนับถืออยู่ในระดับดี ระดับคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความสามารถในการตอบสนอง ด้านความแน่นอน ด้านความเข้าใจลูกค้า ด้านลักษณะที่สัมผัสได้อยู่ในระดับดี

พัชรี กวีกิจบรม (2558) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการขอสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนธนาคารออมสินของผู้ค้าในตลาด เขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุระดับ การศึกษา สถานะภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว ด้านหนี้สิน ด้านหลักทรัพย์และด้านเงินออม ปัจจัยในการขอสินเชื่อเกี่ยวกับการตัดสินใจขอสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนธนาคารออมสินของผู้ค้าในตลาดในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน มีการตัดสินใจขอสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนธนาคารออมสินของผู้ค้าในตลาดในเขตกรุงเทพมหานคร ในรายด้านระยะเวลาในการพิจารณาตัดสินใจขอสินเชื่อจำนวนเงินที่ขอสินเชื่อ แหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจและบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

วิกิรานต์ เสือกมมงคล และพิมพ์นิภา ชะริชน (2558, หน้า 84-98) ได้ทำวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลที่ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันและความภักดีต่อผู้ให้บริการระหว่างธนาคารพาณิชย์กับสถาบันการเงินที่มีธนาคาร ผลการวิจัยพบว่า ธนาคารพาณิชย์มีพฤติกรรมการขยายสินเชื่อเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะสินเชื่อธุรกิจที่มีการขยายตัวมากกว่าสินเชื่อส่วนบุคคล และธนาคารพาณิชย์มีความสามารถหารายได้ดอกเบี้ยจากเงินให้สินเชื่อเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมการขยายสินเชื่อส่วนบุคคลและพฤติกรรมการขยายสินเชื่อธุรกิจของธนาคารพาณิชย์มีความสัมพันธ์กับความสามารถการหารายได้ดอกเบี้ยรับจากเงินให้สินเชื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนผลการศึกษำจำแนกตามขนาดของธนาคารพาณิชย์ พบว่า ธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่มีพฤติกรรมการขยายสินเชื่อส่วนบุคคลสูงกว่าธนาคารพาณิชย์ขนาดกลางและขนาดเล็ก ส่วนธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็กกลับมีพฤติกรรมการขยายสินเชื่อธุรกิจที่สูงกว่าและมีความสามารถการหารายได้ดอกเบี้ยรับจากเงินให้สินเชื่อสูงกว่าธนาคารพาณิชย์ขนาดกลางและขนาดใหญ่

ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ และวรรณวิสา ทำหีน (2562, หน้า 197-213) ได้ทำวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการมีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการธนาคาร พาณิชย์แห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารมากขึ้น พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นเรื่อง ที่จอดรถไม่เพียงพอที่นั่ง รอรับบริการมีจำนวนน้อยและไม่มีห้องน้ำ ให้บริการแก่ลูกค้า การปรับปรุงคุณภาพบริการ คือ พนักงานต้องบริการ ลูกค้าทุกคน โดยเท่าเทียมกันไม่เลือกปฏิบัติ การบริการอย่างจริงใจ มีรอยยิ้ม การบริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว การจดจำรายละเอียดส่วนตัวของลูกค้า ได้เช่นชื่อลูกค้าต้องตอบข้อสงสัยของลูกค้าให้ได้ทันถ่วงทีและควรใช้ Social media เป็นตัวช่วยในการประชาสัมพันธ์สื่อสารข่าวสารต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดการจดจำ และมั่นใจที่จะเข้ามาใช้บริการกับธนาคารมากขึ้น

อาทิตยา เรืองเนตร และ สุทธาวรรณ จีระพันธุ์ชาติ (2562) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพ ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,000 - 30,000 บาท พบว่าคุณภาพการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์โดยรวมอยู่ในระดับที่น่าพอใจมากที่สุด โดยปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อ ความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ และความใส่ใจลูกค้า และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับพนักงานผู้ให้บริการ เช่น (1) การเอาใจใส่และเต็มใจให้บริการ (2) การให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัย (3) การให้บริการด้วยความรวดเร็ว เป็นต้น ซึ่งผลการศึกษจะเป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพและคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ธนาคารสามารถขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายและเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันในปัจจุบัน และสร้างความยั่งยืนแก่ธนาคาร

ฉายาลักษณ์ ศรีจะบก (2563) ได้ทำวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด กลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ ( $R^2$ ) เท่ากับ 0.789 แสดงว่าตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจ ของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ร้อยละ 78.90 เมื่อพิจารณาค่า Significant ที่ระดับ 0.000 มีจำนวน 3 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และด้านการเข้าใจและการรู้จักผู้รับบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

สุดารัตน์ ทองดี (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า (1) คุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบ้านโป่งจังหวัดราชบุรีภาพรวมและรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการ ด้านความไว้วางใจในการให้บริการ ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้าด้านสิ่งที่สัมผัสได้ และด้านการตอบสนองความต้องการ ตามลำดับ (2) ผู้มาใช้บริการ จำแนกตามอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้มาใช้บริการจำแนกตามเพศ ไม่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยการให้บริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือ กระบวนการวิจัย (Methodology) โดยการใช้กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ มีขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ประชากรในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนทั่วไปที่มาใช้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำนวนคน 1,131 คน ซึ่งเป็นข้อมูลฐาน ลูกค้านของสาขา ดังนี้

ตาราง 4 แสดงจำนวนประชาชนทั่วไปที่มาใช้บริการสาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี

ประชากรที่ใช้บริการบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี	ฐานลูกค้า (คน)
ลูกค้า (2562)	1,103
ลูกค้า (2563)	1,138
ลูกค้า (2564)	1,152
ค่าเฉลี่ย (คน)	1,131

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่มาใช้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยด้วยการใช้สูตรการกำหนด ขนาดกลุ่มตัวอย่างของยามาเน่ (Yamane, 1973, p. 125) ดังนี้

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

เมื่อ N แทน จำนวนประชากร  
n แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง  
e แทน ความคลาดเคลื่อน = (.05)

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{1,131}{1 + 1,131 (.05)^2} \\ &= \frac{1,131}{1 + 1,131 (.0025)} \\ &= \frac{1,131}{3.8275} \\ &= 295.49 \\ &= 296 \text{ คน} \end{aligned}$$

ได้กลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ 295.49 คน ผู้วิจัยจึงเก็บกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 296 คน  
วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเลือกตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non – probability sampling) ใช้การสุ่มตามความสะดวก (Convenience sampling) เป็นการเลือกหน่วยตัวอย่างที่ไม่มีหลักเกณฑ์ คือ เลือกใครก็ได้ที่สามารถให้ข้อมูลได้แต่ต้องอยู่ในกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งการศึกษาค้นครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้บริการ จำนวน 296 คน จากจำนวนผู้รับบริการทั้งหมด 1,131 คน โดยใช้แบบสอบถามที่เตรียมไว้ และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีการกระจายและครอบคลุมมากที่สุด ผู้วิจัยจึงทำการกำหนดสัดส่วนของผู้ให้บริการในแต่ละตำบลให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง

ตาราง 5 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ชื่อตำบล	จำนวนลูกค้า (คน)	เปอร์เซ็นต์	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
1 ท่าวัง	199	17.60	52
2 บางคู	217	19.19	57
3 โปตลาดแก้ว	33	2.91	9
4 บางลี่	235	20.78	61
5 บางงา	34	3.01	9
6 โลกสลด	0	0.00	0
7 เขาสมคอน	5	0.44	1
8 หัวตำโรง	232	20.51	61
9 ลาดสำลี	29	2.56	8
10 บ้านเบิก	18	1.59	5
11 มุจลินท์	9	0.80	2
12 อื่น ๆ	120	10.61	31
<b>รวม</b>	<b>1131</b>	<b>100.00</b>	<b>296</b>

ที่มา : บริษัท เมืองไทย แคลปปีดอล (จำกัด) มหาชน, 2565, หน้า 7

#### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีต่าง ๆ ตลอดจนผลงานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า รวมทั้งดัดแปลงแบบสอบถามของผลงานวิจัยอื่น ๆ ที่ใกล้เคียงกัน ดังนี้

**ตอนที่ 1** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นลักษณะคำถามแบบสอบถามรายการ

**ตอนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ได้แก่ ด้านความพอใจและความประทับใจ ด้านการประกันคุณภาพ ด้านระบบเทคโนโลยี และด้านการฝึกอบรม

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตรวัดของลิเคอร์ท (Likert Scale) โดยแบ่งระดับการวัดและเกณฑ์การให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้ (วัตสนันท์ สุดประเสริฐ, 2557, หน้า 38)

มากที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ	5
มาก	ให้คะแนนเท่ากับ	4
ปานกลาง	ให้คะแนนเท่ากับ	3
น้อย	ให้คะแนนเท่ากับ	2
น้อยที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ	1

การพิจารณาคะแนนของค่าเฉลี่ยปัจจัยการบริการแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละตัวมาเป็นตัวแปรมาเป็นเกณฑ์ในแบ่งกลุ่มโดยวิธีดังนี้คือ

$$\frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{(5-1)}{5} = 0.80$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง คะแนนที่บ่งชี้ถึงการบริการแย่มาก
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง คะแนนที่บ่งชี้ถึงการบริการแย่
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง คะแนนที่บ่งชี้ถึงการบริการพอใช้
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง คะแนนที่บ่งชี้ถึงการบริการดี
ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง คะแนนที่บ่งชี้ถึงการบริการดีมาก

**ตอนที่ 3** ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจและด้านความเอาใจใส่

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตรวัด ของ ลิเคอร์ท์ (Likert Scale) โดยแบ่งระดับการวัด และเกณฑ์การให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้ (วิสนนันทน์ สุดประเสริฐ 2557, หน้า 38)

มากที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ	5
มาก	ให้คะแนนเท่ากับ	4
ปานกลาง	ให้คะแนนเท่ากับ	3
น้อย	ให้คะแนนเท่ากับ	2
น้อยที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ	1

การพิจารณาคะแนนของค่าเฉลี่ยปัจจัยการบริการแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดย ใช้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละตัวมาเป็นตัวแปรมาเป็นเกณฑ์ในแบ่งกลุ่มโดยวิธีดังนี้คือ

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{(5-1)}{5} = 0.80$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง คะแนนที่บ่งชี้ถึงการบริการแย่มาก
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง คะแนนที่บ่งชี้ถึงการบริการแย่มาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง คะแนนที่บ่งชี้ถึงการบริการพอใช้
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง คะแนนที่บ่งชี้ถึงการบริการดี
ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง คะแนนที่บ่งชี้ถึงการบริการดีมาก

วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ในการทดสอบสมมติฐานแสดงระดับความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{พิสัย} &= 5-1 = 4 \\ \text{ดังนั้นอันตรภาคชั้น} &= \frac{5-1}{5} = 0.80 \end{aligned}$$



± 0.81 - ± 0.81	หมายถึง	มีความสัมพันธ์มากที่สุด
± 0.61 - ± 0.80	หมายถึง	มีความสัมพันธ์มาก
± 0.41 - ± 0.60	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ปานกลาง
± 0.21 - ± 0.40	หมายถึง	มีความสัมพันธ์น้อย
± 0.01 - ± 0.40	หมายถึง	มีความสัมพันธ์น้อยที่สุด

**ตอนที่ 4** ข้อมูลการเปรียบเทียบลักษณะการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล

**ตอนที่ 5** ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการกับคุณภาพการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี

#### การตรวจสอบเครื่องมือ

การออกแบบแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยนี้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้งานจริง

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องให้ผู้เชี่ยวชาญ โดยการให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรนัน สุรชาติ, รองศาสตราจารย์ ดร.วันทนา เนาวัน, ดร.ศุภลักษณ์ ศรีวิไล, นายวินัย สมบูรณ์ และ นายสวัสดิ์ เอกจัน ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาในคำถาม การจัดเรียงคำถาม ลักษณะคำถาม ตลอดจนรูปแบบภาษาที่ใช้เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยนี้ จากนั้นนำผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item – objective congruence : IOC) โดยค่าตัวเลขความสอดคล้องในแต่ละข้อคำถามควรมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป โดยใช้เกณฑ์ประเมินความสอดคล้องกำหนดค่าตัวเลขดังนี้

ค่า 1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นตรงตามเนื้อหาที่ต้องการศึกษา

ค่า 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นตรงตามเนื้อหาที่ต้องการศึกษา

- 1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่ตรงตามเนื้อหาที่ต้องการศึกษา

$$\text{สูตรการคำนวณค่า IOC} = \frac{\sum R}{n}$$

$R$  = คะแนนการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ

$n$  = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

สรุปค่าความสอดคล้อง (Item objective congruency index : IOC) มีข้อกำหนด 2 ค่า ดังนี้

- 1) ค่า IOC ที่คำนวณได้มากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 แสดงว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวิจัย
- 2) ค่า IOC ที่คำนวณได้มีค่าต่ำกว่า 0.50 แสดงว่าข้อคำถามนั้นต้องปรับปรุง หรือไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวิจัย

ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00 ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์นำเสนอ

2. การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ได้นำแบบสอบถามไปปรับปรุงก่อนเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาวิจัย โดยนำไปทดสอบ (Try out) กับผู้บริโภครอื่น จำนวน 30 คน ก่อนนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient;  $\alpha$ ) (Cronbach, 1990 :204) โดยหากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) มากกว่า 0.7 ถือได้ว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีความน่าเชื่อถือซึ่งจากเครื่องมือการวิจัยนี้ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ค่าความเชื่อมั่นระดับปัจจัยการให้บริการค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.94 และคุณภาพการให้บริการค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.96 ซึ่งเป็นค่าที่สามารถยอมรับได้ จึงนำเอาแบบสอบถามนี้ไปใช้ในการวิจัยต่อไป

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอนดังนี้

1. ติดต่อประสานงานกับผู้จัดการสาขาลพบุรี เพื่อทำหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี
2. ติดต่อประสานงานกับทางบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อออกหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล
3. แจกแบบสอบถามให้ประชาชนที่มาใช้บริการบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี โดยผู้วิจัยจะรอรับแบบสอบถามทันที และแจกแบบสอบถามตามบ้าน กรณีที่ออกเร่งรัดหนี้สิน โดยผู้วิจัยจะรอรับแบบสอบถามทันที เพื่อตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้องของแบบสอบถาม

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ได้ดำเนินการวิเคราะห์ผลข้อมูล (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2555, หน้า 240-258) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ โดยใช้ค่าสถิติ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการ วิเคราะห์โดย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
3. ทดสอบความแตกต่างของปัจจัยประชากรศาสตร์และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี โดยใช้สถิติ Independent. t-test ในการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม โดยมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
4. ใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA ในการวิเคราะห์ค่าความแตกต่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม โดยมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
5. กรณีพบความแตกต่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ในระดับนัยสำคัญ 0.05 ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure (Least-significant different) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร
6. ทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้สัมประสิทธิ์เพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวแปร โดยมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการให้บริการและคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา จังหวัดลพบุรี 2) เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการกับคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา จังหวัดลพบุรี โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา จังหวัดลพบุรี จำนวน 296 คน และได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบสถิติด้วย t-test, F-test การเปรียบเทียบรายคู่ LSD และการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Pearson correlation

**การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้**

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ผลการวิจัยระดับการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา จังหวัดลพบุรี

ตอนที่ 3 ผลการวิจัยระดับคุณภาพการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา จังหวัดลพบุรี

ตอนที่ 4 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 5 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการกับคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา จังหวัดลพบุรี

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้เข้าใช้บริการในบริษัท เมืองไทย แคนปีตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา และสถานการณ์ทางสังคม แสดงดังตาราง 6

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
	296 คน	100.0
1. เพศ		
ชาย	139	47.0
หญิง	157	53.0
2. อายุ		
18 - 25 ปี	15	5.1
26 - 35 ปี	82	27.7
36 - 45 ปี	98	33.1
46 - 55 ปี	63	21.3
มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	38	12.8
3. อาชีพ		
รับจ้างทั่วไป	56	18.9
ธุรกิจส่วนตัว	50	16.9
เกษตรกร	65	22.0
ค้าขาย	70	23.6
พนักงานบริษัท/ลูกจ้างบริษัท	46	15.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4	1.4
นักเรียน/นักศึกษา	5	1.7

ตาราง 6 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
	296 คน	100.0
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	83	28.0
10,001 - 20,000 บาท	123	41.6
20,001 - 30,000 บาท	62	20.9
30,001 - 40,000 บาท	24	8.1
40,001 - 50,000 บาท	4	1.4
50,001 บาทขึ้นไป	-	-
5. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	110	37.2
มัธยมศึกษา/ปวช./ปวส.	127	42.9
ปริญญาตรี	58	19.6
ปริญญาโท	1	0.3
6. สถานภาพทางสังคม		
โสด	62	20.9
สมรส	174	58.8
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	60	20.3

จากตาราง 6 พบว่าผู้เข้าใช้บริการเข้าใช้บริการในบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0

มีอายุระหว่าง 36 - 45 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมา คือ อายุ 26 - 35 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 รองลงมา คือ 46 - 55 ปี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 รองลงมา คือ มากกว่า 55 ปีขึ้นไป จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 รองลงมา คือ อายุ 18 - 25 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 ตามลำดับ

มีอาชีพค้าขาย จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 รองลงมา คือ เกษตรกร จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 รองลงมา คือ รับจ้างทั่วไป จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9 รองลงมา คือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 รองลงมา คือ พนักงานบริษัท/ลูกจ้างบริษัท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 รองลงมา คือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 รองลงมา คือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6 รองลงมา คือ ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมา คือ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 รองลงมา คือ 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 รองลงมา คือ 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช./ปวส. จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมา คือ ประถมศึกษา จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 รองลงมา คือ ปริญญาตรี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 รองลงมา คือ ปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

มีสถานภาพทางสังคม คือ สถานภาพสมรส จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมา คือ สถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 รองลงมา คือ สถานภาพโสด จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 ผลการวิจัยระดับการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อย ท่าสูง จังหวัดลพบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการให้บริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าสูง จังหวัดลพบุรี วิเคราะห์โดยการคำนวณค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงดังตาราง 7-11

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคนปีตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี โดยรวม

ปัจจัยการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านความพึงพอใจและความประทับใจ	4.20	.516	มากที่สุด
2. ด้านการประกันคุณภาพ	4.31	.495	มากที่สุด
3. ด้านระบบเทคโนโลยี	4.11	.507	มาก
4. ด้านการฝึกอบรม	4.17	.524	มาก
รวม	4.20	.430	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ปัจจัยการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคนปีตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.20$ , S.D.=0.430) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการประกันคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.31$ , S.D.=0.495) ด้านความพึงพอใจและความประทับใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.20$ , S.D.=0.516) ด้านการฝึกอบรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.17$ , S.D.=0.524) ด้านระบบเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.11$ , S.D.=0.507) ตามลำดับ



ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคลปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านความพึงพอใจและความประทับใจ

ด้านความพึงพอใจและความประทับใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. การอธิบายรายละเอียดสินค้า และการให้คำแนะนำของพนักงาน	4.21	.674	มากที่สุด
2. การให้บริการด้วยความรวดเร็ว และความถูกต้องในการให้บริการ	4.06	.676	มาก
3. มีความกระตือรือร้น แก้ปัญหาให้ลูกค้า และให้คำแนะนำเป็นอย่างดี	4.23	.717	มากที่สุด
4. มีความสุภาพ อ่อนน้อม และให้เกียรติลูกค้า	4.23	.657	มากที่สุด
5. สภาพแวดล้อมของสถานที่มีความสะอาด	4.28	.664	มากที่สุด
รวม	4.20	.516	มากที่สุด

จากตาราง 8 พบว่า ปัจจัยการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคลปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านความพึงพอใจและความประทับใจ โดยรวมอยู่ในมากที่สุด ( $\bar{X}=4.20$ , S.D.=0.516) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมของสถานที่มีความสะอาด ( $\bar{X}=4.28$ , S.D.=0.664) รองลงมา คือ มีความกระตือรือร้น แก้ปัญหาให้ลูกค้า และให้คำแนะนำเป็นอย่างดี ( $\bar{X}=4.23$ , S.D.=0.717) รองลงมา คือ มีความสุภาพ อ่อนน้อม และให้เกียรติลูกค้า ( $\bar{X}=4.23$ , S.D.=0.657) รองลงมา คือ การอธิบายรายละเอียดสินค้า และการให้คำแนะนำของพนักงาน ( $\bar{X}=4.21$ , S.D.=0.674) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การให้บริการด้วยความรวดเร็ว และความถูกต้องในการให้บริการ ( $\bar{X}=4.06$ , S.D.=0.676) ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคนปีตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านการประกันคุณภาพ

ด้านการประกันคุณภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับ	4.35	.643	มากที่สุด
2. มีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของลูกค้า	4.28	.643	มากที่สุด
3. ความชัดเจนในเรื่องของสัญญา และเอกสาร	4.32	.645	มากที่สุด
4. ดอกเบี้ยสินเชื่อมีความชัดเจนตรงตามที่แจ้งให้ทราบ	4.28	.703	มากที่สุด
5. การไม่นำข้อมูลของลูกค้าไปเปิดเผย	4.31	.694	มากที่สุด
รวม	4.31	.495	มากที่สุด

จากตาราง 9 พบว่า ปัจจัยการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคนปีตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านการประกันคุณภาพ โดยรวมอยู่ในมากที่สุด ( $\bar{X}=4.31$ , S.D.=0.495) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับ ( $\bar{X}=4.35$ , S.D.=0.643) รองลงมา คือ ความชัดเจนในเรื่องของสัญญา และเอกสาร ( $\bar{X}=4.32$ , S.D.=0.645) รองลงมา คือ การไม่นำข้อมูลของลูกค้าไปเปิดเผย ( $\bar{X}=4.31$ , S.D.=0.694) รองลงมา คือ ดอกเบี้ยสินเชื่อมีความชัดเจนตรงตามที่แจ้งให้ทราบ ( $\bar{X}=4.28$ , S.D.=0.703) มี และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของลูกค้า ( $\bar{X}=4.28$ , S.D.=0.643) ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคมป์ดอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านระบบเทคโนโลยี

ด้านระบบเทคโนโลยี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. การเชิญชวนให้ลูกค้าทราบข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าและผลิตภัณฑ์ หรือสิทธิ์ประโยชน์ที่ได้รับ	4.15	.669	มาก
2. มีระบบการชำระค่างวด สะดวก มีหลายช่องทางเข้าชำระได้ทุกสาขา	4.29	.702	มากที่สุด
3. มีการตรวจสอบข้อมูลการทำธุรกรรมสินเชื่อผ่านช่องทางต่าง ๆ	4.15	.676	มาก
4. มีช่องทางในการเสนอความคิดเห็นได้อย่างสะดวก	3.90	.733	มาก
5. การติดต่อผ่านเบอร์โทรศัพท์สายด่วนของสาขา	4.07	.732	มาก
รวม	4.11	.507	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ปัจจัยการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคมป์ดอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านระบบเทคโนโลยี โดยรวมอยู่ในมาก ( $\bar{X}=4.11$ , S.D.=0.507) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีระบบการชำระค่างวด สะดวก มีหลายช่องทางเข้าชำระได้ทุกสาขา ( $\bar{X}=4.29$ , S.D.=0.702) รองลงมา คือ มีการตรวจสอบข้อมูลการทำธุรกรรมสินเชื่อผ่านช่องทางต่าง ๆ ( $\bar{X}=4.15$ , S.D.=0.676) รองลงมา คือ การเชิญชวนให้ลูกค้าทราบข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าและผลิตภัณฑ์ หรือสิทธิ์ประโยชน์ที่ได้รับ ( $\bar{X}=4.15$ , S.D.=0.669) รองลงมา คือ การติดต่อผ่านเบอร์โทรศัพท์สายด่วนของสาขา ( $\bar{X}=4.07$ , S.D.=0.732) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีช่องทางในการเสนอความคิดเห็นได้อย่างสะดวก ( $\bar{X}=3.90$ , S.D.=0.733) ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านการฝึกอบรม

ด้านการฝึกอบรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้บริการ ตรงเฉพาะของความต้องการ	4.17	.666	มาก
2. มีการให้บริการเป็นไปตามระบบ และขั้นตอน	4.17	.684	มาก
3. พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยได้อย่างถูกต้อง	4.22	.701	มากที่สุด
4. การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้ลูกค้า	4.18	.716	มาก
5. พนักงานแสดงความรู้สึกเห็นอกเห็นใจทุกครั้งที่ได้ เข้ารับบริการ	4.13	.690	มาก
รวม	4.17	.524	มาก

จากตาราง 11 พบว่า ปัจจัยการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านการฝึกอบรม โดยรวมอยู่ในมาก ( $\bar{X}=4.17$ , S.D.=0.524) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยได้อย่างถูกต้อง ( $\bar{X}=4.22$ , S.D.=0.701) รองลงมา คือ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้ลูกค้า ( $\bar{X}=4.18$ , S.D.=0.716) รองลงมา คือ มีการให้บริการเป็นไปตามระบบ และขั้นตอน ( $\bar{X}=4.17$ , S.D.=0.684) รองลงมา คือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้บริการตรงเฉพาะของความต้องการ ( $\bar{X}=4.17$ , S.D.=0.666) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ พนักงานแสดงความรู้สึกเห็นอกเห็นใจทุกครั้งที่ได้เข้ารับบริการ ( $\bar{X}=4.13$ , S.D.=0.690) ตามลำดับ

**ตอนที่ 3 ผลการวิจัยระดับคุณภาพการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน)  
สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี**

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการให้บริการและคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี

วิเคราะห์โดยการคำนวณค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จากผู้เข้าใช้บริการในบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำนวน 296 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายละเอียดปรากฏดังตาราง 12-17

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี โดยรวม

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.25	.529	มากที่สุด
2. ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท	4.20	.469	มาก
3. ด้านการตอบสนอง	4.17	.511	มาก
4. ด้านการให้ความมั่นใจ	4.26	.495	มากที่สุด
5. ด้านความเอาใจใส่	4.14	.529	มาก
รวม	4.20	.414	มาก

จากตาราง 12 พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.20$ , S.D.=0.414) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการให้ความมั่นใจ ( $\bar{X}=4.26$ , S.D.=0.495) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ( $\bar{X}=4.25$ , S.D.=0.529) ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ( $\bar{X}=4.20$ , S.D.=0.469) ด้านการตอบสนอง ( $\bar{X}=4.17$ , S.D.=0.511) ด้านความเอาใจใส่ ( $\bar{X}=4.14$ , S.D.=0.529) ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. มีความสะดวกในการเดินทางมาที่สาขา	4.27	.671	มากที่สุด
2. มีการจัดสถานที่ให้บริการที่สะอาด สวยงาม เป็นระเบียบเรียบร้อย	4.31	.593	มากที่สุด
3. มีเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ	4.27	.669	มากที่สุด
4. พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอต่อการให้บริการแก่ลูกค้า	4.27	.669	มากที่สุด
5. คอมพิวเตอร์มีจำนวนที่เหมาะสมกับจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ	4.12	.838	มาก
รวม	4.25	.529	มากที่สุด

จากตาราง 13 พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยรวมอยู่ในมากที่สุด ( $\bar{X}=4.25$ , S.D.=0.529) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการจัดสถานที่ให้บริการที่สะอาด สวยงาม เป็นระเบียบเรียบร้อย ( $\bar{X}=4.31$ , S.D.=0.593) รองลงมา คือ มีความสะดวกในการเดินทางมาที่สาขา ( $\bar{X}=4.27$ , S.D.=0.671) รองลงมา คือ พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอต่อการให้บริการแก่ลูกค้า ( $\bar{X}=4.27$ , S.D.=0.669) รองลงมา คือ มีเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ( $\bar{X}=4.27$ , S.D.=0.669) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ คอมพิวเตอร์มีจำนวนที่เหมาะสมกับจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ( $\bar{X}=4.12$ , S.D.=0.838) ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัท  
เมืองไทย แคลปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านความน่าเชื่อถือของ  
บริษัท

ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการ ของลูกค้า	4.16	.627	มาก
2. พนักงานสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาเกี่ยวกับ ขั้นตอนการทำธุรกรรมต่าง ๆ แก่ลูกค้าได้อย่าง ถูกต้อง	4.23	.662	มากที่สุด
3. พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยหรือให้ความรู้ในด้าน ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี	4.20	.632	มาก
4. พนักงานสามารถให้บริการได้ตามเวลาที่กำหนดไว้	4.18	.689	มาก
5. มีความปลอดภัยด้านสถานที่ของบริษัท	4.25	.677	มากที่สุด
รวม	4.20	.469	มาก

จากตาราง 14 พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคลปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท โดยรวมอยู่ในมาก ( $\bar{X}=4.20$ , S.D.=0.469) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีความปลอดภัยด้านสถานที่ของบริษัท ( $\bar{X}=4.25$ , S.D.=0.677) รองลงมา คือ พนักงานสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการทำธุรกรรมต่าง ๆ แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ( $\bar{X}=4.23$ , S.D.=0.662) รองลงมา คือ พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยหรือให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ( $\bar{X}=4.20$ , S.D.=0.632) รองลงมา คือ พนักงานสามารถให้บริการได้ตามเวลาที่กำหนดไว้ ( $\bar{X}=4.18$ , S.D.=0.689) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด โดยอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ( $\bar{X}=4.16$ , S.D.=0.627) ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัท  
เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านการตอบสนอง

ด้านการตอบสนอง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง รวดเร็ว	4.18	.664	มาก
2. พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ	4.19	.651	มาก
3. ระยะเวลาในการให้บริการแต่ละขั้นตอน เป็นไปอย่าง เหมาะสม	4.14	.658	มาก
4. พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการตลอดเวลา	4.25	.685	มากที่สุด
5. มีช่องทางในการเสนอข้อคิดเห็น หรือข้อร้องเรียน พร้อมทั้งแจ้งความคืบหน้าให้กับลูกค้า	4.09	.773	มาก
รวม	4.17	.511	มาก

จากตาราง 15 พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านการตอบสนอง โดยรวมอยู่ในมาก ( $\bar{X}=4.17$ , S.D.=0.511) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการตลอดเวลา ( $\bar{X}=4.25$ , S.D.=0.685) รองลงมา คือ พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ ( $\bar{X}=4.19$ , S.D.=0.651) รองลงมา คือ พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง รวดเร็ว ( $\bar{X}=4.18$ , S.D.=0.664) รองลงมา คือ ระยะเวลาในการให้บริการแต่ละขั้นตอน เป็นไปอย่างเหมาะสม ( $\bar{X}=4.14$ , S.D.=0.658) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด โดยอยู่ในระดับมาก คือ มีช่องทางในการเสนอข้อคิดเห็น หรือข้อร้องเรียน พร้อมทั้งแจ้งความคืบหน้าให้กับลูกค้า ( $\bar{X}=4.09$ , S.D.=0.773) ตามลำดับ



ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัท  
เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านการให้ความมั่นใจ

ด้านการให้ความมั่นใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. พนักงานมีกิริยามารยาท สุภาพ	4.23	.626	มาก
2. พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี เหมาะสมกับการให้บริการ	4.33	.633	มากที่สุด
3. พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	4.29	.629	มากที่สุด
4. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม อธิบายข้อดี	4.29	.652	มากที่สุด
5. พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	4.18	.650	มาก
รวม	4.26	.495	มากที่สุด

จากตาราง 16 พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านการให้ความมั่นใจ โดยรวมอยู่ในมากที่สุด ( $\bar{X}=4.26$ , S.D.=0.495) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี เหมาะสมกับการให้บริการ ( $\bar{X}=4.33$ , S.D.=0.633) รองลงมา คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม อธิบายข้อดี ( $\bar{X}=4.29$ , S.D.=0.652) รองลงมา คือ พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย ( $\bar{X}=4.29$ , S.D.=0.629) รองลงมา คือ พนักงานมีกิริยามารยาท สุภาพ ( $\bar{X}=4.23$ , S.D.=0.626) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด โดยอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ( $\bar{X}=4.18$ , S.D.=0.650) ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัท  
เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านความเอาใจใส่

ด้านความเอาใจใส่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. พนักงานรับฟังปัญหา และข้อเสนอแนะ และพร้อมที่จะปรับปรุงตามความต้องการของลูกค้า	4.13	.716	มาก
2. พนักงานนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า	4.09	.684	มาก
3. พนักงานจดจำท่าน และข้อมูลต่าง ๆ ของท่านได้	4.12	.654	มาก
4. พนักงานให้ท่านได้ตัดสินใจเลือกดอกเบี้ยสินเชื่อ	4.17	.705	มาก
5. สอบถามความยินยอมในการขอข้อมูลส่วนบุคคลทุกครั้ง	4.19	.701	มาก
รวม	4.14	.529	มาก

จากตาราง 17 พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านความเอาใจใส่ โดยรวมอยู่ในมาก ( $\bar{X}=4.14$ , S.D.=0.529) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สอบถามความยินยอมในการขอข้อมูลส่วนบุคคลทุกครั้ง ( $\bar{X}=4.19$ , S.D.=0.701) รองลงมา คือ พนักงานให้ท่านได้ตัดสินใจเลือกดอกเบี้ยสินเชื่อ ( $\bar{X}=4.17$ , S.D.=0.705) รองลงมา คือ พนักงานรับฟังปัญหา และข้อเสนอแนะ และพร้อมที่จะปรับปรุงตามความต้องการของลูกค้า ( $\bar{X}=4.13$ , S.D.=0.716) รองลงมา คือ พนักงานจดจำท่าน และข้อมูลต่าง ๆ ของท่านได้ ( $\bar{X}=4.12$ , S.D.=0.654) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด โดยอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ( $\bar{X}=4.09$ , S.D.=0.684) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคมป์ตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

จากสมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ใช้บริการของบริษัท เมืองไทย แคมป์ตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะได้รับคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติ t-test, F-test

ตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคมป์ตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ

คุณภาพการให้บริการ	เพศชาย		เพศหญิง		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.25	.557	4.24	.505	.231	.181
ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท	4.22	.480	4.19	.461	.511	.917
ด้านการตอบสนอง	4.18	.557	4.16	.467	.448	.006
ด้านการให้ความมั่นใจ	4.26	.544	4.27	.448	.252	.028
ด้านความเอาใจใส่	4.15	.563	4.14	.498	.247	.098
รวม	4.21	.540	4.20	.475	.237	.246

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 18 พบว่า ลูกค้ำของบริษัท เมืองไทย แคมป์ตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี เพศชายมีระดับปัจจัยต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมไม่แตกต่างจากเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาการให้บริการตามรายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ

คุณภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.263	4	.566	2.049	.088
	ภายในกลุ่ม	80.357	291	.276		
	รวม	82.620	295			
ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	1.084	4	.271	1.233	.297
	ภายในกลุ่ม	63.942	291	.220		
	รวม	65.026	295			
ด้านการตอบสนอง	ระหว่างกลุ่ม	.629	4	.157	.599	.664
	ภายในกลุ่ม	76.456	291	.263		
	รวม	77.085	295			
ด้านการให้ความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	.478	4	.120	.485	.747
	ภายในกลุ่ม	71.808	291	.247		
	รวม	72.286	295			
ด้านความเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	.366	4	.091	.323	.862
	ภายในกลุ่ม	82.252	291	.283		
	รวม	82.618	295			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.480	4	.120	.696	.595
	ภายในกลุ่ม	50.109	291	.172		
	รวม	50.589	295			

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 19 พบว่า คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับปัจจัยคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามด้านอายุ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ ไม่แตกต่างกันทางนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าเรือ จังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ

คุณภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.791	6	.465	1.684	.125
	ภายในกลุ่ม	79.829	289	.276		
	รวม	82.620	295			
ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	4.384	6	.731	3.482	.002*
	ภายในกลุ่ม	60.642	289	.210		
	รวม	65.026	295			
ด้านการตอบสนอง	ระหว่างกลุ่ม	5.720	6	.953	3.861	.001*
	ภายในกลุ่ม	71.365	289	.247		
	รวม	77.085	295			
ด้านการให้ความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	5.205	6	.867	3.737	.001*
	ภายในกลุ่ม	67.081	289	.232		
	รวม	72.286	295			
ด้านความเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	6.079	6	1.013	3.825	.001*
	ภายในกลุ่ม	76.539	289	.265		
	รวม	82.618	295			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4.290	6	.715	4.464	.000*
	ภายในกลุ่ม	46.298	289	.160		
	รวม	50.589	295			

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 พบว่า คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามด้านอาชีพ ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพแตกต่างกัน ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ไม่แตกต่างกันทางนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการในได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ แตกต่างกันทางนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถนำมาทดสอบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างกัน ด้วยวิธี LSD ดังจะสามารถอธิบายได้ดังตาราง 21-24

ตาราง 21 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอาชีพ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท

อาชีพ	รับจ้าง ทั่วไป	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	ค้าขาย	พนักงาน		
					บริษัท/ ลูกจ้าง บริษัท	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน นักศึกษา
รับจ้างทั่วไป							
ธุรกิจส่วนตัว	.001*		.012*				
เกษตรกร							
ค้าขาย	.026*						
พนักงานบริษัท/ ลูกจ้างบริษัท	.000*		.004*				
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ							
นักเรียน/นักศึกษา							

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี พบว่า ผู้ตัดสินใจใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท แตกต่างกัน เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ พบว่า

อาชีพธุรกิจส่วนตัว กับรับจ้างทั่วไป และเกษตรกร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อาชีพค้าขาย กับรับจ้างทั่วไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างบริษัท กับรับจ้างทั่วไป และเกษตรกร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 22 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอาชีพ ด้านการตอบสนอง

อาชีพ	รับจ้าง ทั่วไป	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	ค้าขาย	พนักงาน		
					บริษัท/ ลูกจ้าง บริษัท	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน นักศึกษา
รับจ้างทั่วไป							
ธุรกิจส่วนตัว	.001*						
เกษตรกร	.030*						
ค้าขาย	.000*						
พนักงานบริษัท/ ลูกจ้างบริษัท	.000*		.024*				
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ							
นักเรียน/นักศึกษา							

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี พบว่า ผู้ตัดสินใจใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองแตกต่างกัน เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่พบว่า

อาชีพรับจ้างทั่วไป กับธุรกิจส่วนตัว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อาชีพเกษตรกร กับธุรกิจส่วนตัว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อาชีพค้าขาย กับธุรกิจส่วนตัว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างบริษัท กับธุรกิจส่วนตัวและเกษตรกร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 23 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอาชีพ ด้านการให้ความมั่นใจ

อาชีพ	รับจ้าง ทั่วไป	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	ค้าขาย	พนักงาน		
					บริษัท/ ลูกจ้าง บริษัท	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน นักศึกษา
รับจ้างทั่วไป							
ธุรกิจส่วนตัว	.000*		.020*	.028*			
เกษตรกร							
ค้าขาย							
พนักงานบริษัท/ ลูกจ้างบริษัท	.002*		.048*				
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	.005*		.019*	.022*			
นักเรียน/นักศึกษา							

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



จากตาราง 23 คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี พบว่า ผู้ตัดสินใจใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแตกต่างกัน เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่พบว่า

อาชีพธุรกิจส่วนตัว กับรับจ้างทั่วไป เกษตรกร และค้าขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างบริษัท กับรับจ้างทั่วไป และเกษตรกร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับรับจ้างทั่วไป เกษตรกร และค้าขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 24 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอาชีพ ด้านความเอาใจใส่

อาชีพ	รับจ้าง ทั่วไป	ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	ค้าขาย	พนักงาน บริษัท/ ลูกจ้างบริษัท	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ
รับจ้างทั่วไป						
ธุรกิจส่วนตัว	.001*					
เกษตรกร	.021*					
ค้าขาย	.002*					
พนักงานบริษัท/ลูกจ้างบริษัท	.000*		.041*			
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	.024*					
นักเรียน/นักศึกษา						

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 24 คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี พบว่า ผู้ตัดสินใจใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความเอาใจใส่ เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ พบว่า

อาชีพธุรกิจส่วนตัว กับรับจ้างทั่วไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อาชีพเกษตรกร กับรับจ้างทั่วไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อาชีพค้าขาย กับรับจ้างทั่วไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างบริษัท กับรับจ้างทั่วไปและเกษตรกรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับรับจ้างทั่วไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

คุณภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.175	4	.294	1.049	.382
	ภายในกลุ่ม	81.445	291	.280		
	รวม	82.620	295			
ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	.655	4	.164	.740	.566
	ภายในกลุ่ม	64.372	291	.221		
	รวม	65.026	295			
ด้านการตอบสนอง	ระหว่างกลุ่ม	.946	4	.237	.904	.462
	ภายในกลุ่ม	76.139	291	.262		
	รวม	77.085	295			
ด้านการให้ความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	.484	4	.121	.490	.743
	ภายในกลุ่ม	71.803	291	.247		
	รวม	72.286	295			

ตาราง 25 (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
ด้านความเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	.694	4	.174	.617	.651
	ภายในกลุ่ม	81.923	291	.282		
	รวม	82.618	295			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.486	4	.122	.706	.589
	ภายในกลุ่ม	50.103	291	.172		
	รวม	50.589	295			

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 25 พบว่า คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับปัจจัยคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ ไม่แตกต่างกันทางนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 26 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา

คุณภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.944	3	.981	3.596	.014*
	ภายในกลุ่ม	79.676	292	.273		
	รวม	82.620	295			
ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	.717	3	.239	1.085	.356
	ภายในกลุ่ม	64.310	292	.220		
	รวม	65.026	295			
ด้านการตอบสนอง	ระหว่างกลุ่ม	.792	3	.264	1.010	.389
	ภายในกลุ่ม	76.293	292	.261		
	รวม	77.085	295			
ด้านการให้ความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	.402	3	.134	.544	.653
	ภายในกลุ่ม	71.885	292	.246		
	รวม	72.286	295			
ด้านความเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	.340	3	.113	.403	.751
	ภายในกลุ่ม	82.277	292	.282		
	รวม	82.618	295			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.609	3	.203	1.186	.315
	ภายในกลุ่ม	49.980	292	.171		
	รวม	50.589	295			

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 26 คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามด้านระดับการศึกษาในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับคุณภาพการให้บริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ ไม่มีความแตกต่างกันทางนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตามตาราง 26 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ซึ่งสามารถนำมาทดสอบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างกัน ด้วยวิธี LSD ดังจะสามารถอธิบายได้ดังตาราง 27

ตาราง 27 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคลปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา ปวช./ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
ประถมศึกษา					
มัธยมศึกษา/ปวช./ ปวส.	.000*		.009*		
ปริญญาตรี					
ปริญญาโท	.036*				
ปริญญาเอก					

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 27 คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคลปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตัดสินใจใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านระดับการศึกษา เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ พบว่า

ระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช./ปวส. กับประถมศึกษาและปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ระดับการศึกษาปริญญาโท กับประถมศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 28 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพทางสังคม

คุณภาพการให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.917	3	.972	3.562	.015*
	ภายในกลุ่ม	79.703	292	.273		
	รวม	82.620	295			
ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท	ระหว่างกลุ่ม	3.367	3	1.122	5.315	.001*
	ภายในกลุ่ม	61.660	292	.211		
	รวม	65.026	295			
ด้านการตอบสนอง	ระหว่างกลุ่ม	3.635	3	1.212	4.817	.003*
	ภายในกลุ่ม	73.450	292	.252		
	รวม	77.085	295			
ด้านการให้ความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.367	3	.789	3.296	.021*
	ภายในกลุ่ม	69.919	292	.239		
	รวม	72.286	295			
ด้านความเอาใจใส่	ระหว่างกลุ่ม	2.488	3	.829	3.022	.030*
	ภายในกลุ่ม	80.130	292	.274		
	รวม	82.618	295			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.691	3	.897	5.469	.001*
	ภายในกลุ่ม	47.897	292	.164		
	รวม	50.589	295	65.676		

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 28 พบว่า คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ที่มีสถานภาพทางสังคมแตกต่างกัน มีระดับคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามด้านสถานภาพทางสังคม ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพทางสังคมแตกต่างกัน ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตามตาราง 28 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันในทุก ๆ ด้าน ซึ่งสามารถนำมาทดสอบรายคู่เพื่อทดสอบความแตกต่างกัน ด้วยวิธี LSD ดังจะสามารถอธิบายได้ดังตาราง 29-33

ตาราง 29 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพทางสังคม ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

สถานภาพทางสังคม	โสด	สมรส	หย่าร้าง/แยกกันอยู่
โสด			
สมรส			.008*
หย่าร้าง/แยกกันอยู่			

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 29 คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพทางสังคม ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า ผู้ตัดสินใจใช้บริการที่มีสถานภาพทางสังคมแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ พบว่า สถานภาพทางสังคมด้านสมรส กับ หย่าร้าง/แยกกันอยู่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 30 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคมป์ปิดอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพทางสังคม ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท

สถานภาพทางสังคม	โสด	สมรส	หย่าร้าง/แยกกันอยู่
โสด			
สมรส	.041*		
หย่าร้าง/แยกกันอยู่			

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 30 คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคมป์ปิดอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพทางสังคม ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท พบว่าผู้ตัดสินใจใช้บริการที่มีสถานภาพทางสังคมแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ พบว่า

สถานภาพทางสังคมด้านสมรส กับ โสดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 31 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคมป์ปิดอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพทางสังคม ด้านการตอบสนอง

สถานภาพทางสังคม	โสด	สมรส	หย่าร้าง/แยกกันอยู่
โสด			
สมรส	.030*		.000*
หย่าร้าง/แยกกันอยู่			

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



จากตาราง 31 คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา จังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพทางสังคม ด้านการตอบสนอง พบว่า ผู้ตัดสินใจใช้บริการที่มีสถานภาพทางสังคมแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนอง เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ พบว่า

สถานภาพทางสังคมด้านสมรส กับ โสดและหย่าร้าง/แยกกันอยู่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 32 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา จังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพทางสังคม ด้านการให้ความมั่นใจ

สถานภาพทางสังคม	โสด	สมรส	หย่าร้าง/แยกกันอยู่
โสด			
สมรส	.028*		.008*
หย่าร้าง/แยกกันอยู่			

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 32 คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา จังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพทางสังคม ด้านการให้ความมั่นใจ พบว่า ผู้ตัดสินใจใช้บริการที่มีสถานภาพทางสังคมแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจ เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ พบว่า

สถานภาพทางสังคมด้านสมรส กับ โสดและหย่าร้าง/แยกกันอยู่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 33 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคนปีตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพทางสังคม ด้านความเอาใจใส่

สถานภาพทางสังคม	โสด	สมรส	หย่าร้าง/แยกกันอยู่
โสด			
สมรส			.006*
หย่าร้าง/แยกกันอยู่			

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 33 คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคนปีตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพทางสังคม ด้านความเอาใจใส่ พบว่า ผู้ตัดสินใจใช้บริการที่มีสถานภาพทางสังคมแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความเอาใจใส่ เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ พบว่า

สถานภาพทางสังคมด้านสมรส กับ หย่าร้าง/แยกกันอยู่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการกับคุณภาพการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคนปีตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี**

ตามสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการให้บริการมีความสัมพันธ์กับปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคนปีตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี

ตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการกับคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา จังหวัดลพบุรี

	ตัวแปร	บริการ	คุณภาพการให้บริการ
ปัจจัยการบริการ	Pearson Correlation	1	.768**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	296	296
คุณภาพการให้บริการ	Pearson Correlation	.768**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	296	296

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 34 พบว่า ปัจจัยการให้บริการและคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา จังหวัดลพบุรี โดยรวมมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $R=.768^{**}$ ) ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการให้บริการและคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี 2) เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการกับคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำนวน 296 คน และได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบสถิติด้วย t-test, F-test การเปรียบเทียบรายคู่ LSD และการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Pearson Correlation สามารถสรุปผลการวิจัยโดยเรียงลำดับการนำเสนอไว้ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ปัจจัยการให้บริการและคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี พบว่า

1.1 ผลจากการศึกษาปัจจัยการให้บริการและคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 อายุ 36 - 45 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 ค่าขาย จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6 ศึกษาปวช.และปวส. จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 สมรส จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8

1.2 ผลการวิเคราะห์ระดับการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี พบว่า

1.2.1 ด้านความพึงพอใจและความประทับใจ โดยรวมอยู่ในมากที่สุด ( $\bar{X}=4.20$ ,  $S.D.=0.516$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมของสถานที่ที่มีความสะอาด ( $\bar{X}=4.28$ ,  $S.D.=0.664$ ) รองลงมา คือ

มีความกระตือรือร้นแก้ปัญหาให้ลูกค้า และให้คำแนะนำเป็นอย่างดี ( $\bar{X}=4.23$ , S.D.=0.717) รองลงมา คือ มีความสุภาพ อ่อนน้อม และให้เกียรติลูกค้า ( $\bar{X}=4.23$ , S.D.=0.657) รองลงมา คือ การอธิบายรายละเอียดสินค้า และการให้คำแนะนำของพนักงาน ( $\bar{X}=4.21$ , S.D.=0.674) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การให้บริการด้วยความรวดเร็ว และความถูกต้องในการให้บริการ ( $\bar{X}=4.06$ , S.D.=0.676) ตามลำดับ

1.2.2 ด้านการประกันคุณภาพ โดยรวมอยู่ในมากที่สุด ( $\bar{X}=4.31$ , S.D.=0.495) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับ ( $\bar{X}=4.35$ , S.D.=0.643) รองลงมา คือ ความชัดเจนในเรื่องของสัญญา และเอกสาร ( $\bar{X}=4.32$ , S.D.=0.645) รองลงมา คือ การไม่นำข้อมูลของลูกค้าไปเปิดเผย ( $\bar{X}=4.31$ , S.D.=0.694) รองลงมา คือ ดอกเบี้ยสินเชื่อมีความชัดเจนตรงตามที่แจ้งให้ทราบ ( $\bar{X}=4.28$ , S.D.=0.703) มี และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของลูกค้า ( $\bar{X}=4.28$ , S.D.=0.643) ตามลำดับ

1.2.3 ด้านระบบเทคโนโลยี โดยรวมอยู่ในมาก ( $\bar{X}=4.11$ , S.D.=0.507) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีระบบการชำระค่างวด สะดวก มีหลายช่องทางชำระได้ทุกสาขา ( $\bar{X}=4.29$ , S.D.=0.702) รองลงมา คือ มีการตรวจสอบข้อมูลการทำธุรกรรมสินเชื่อผ่านช่องทางต่าง ๆ ( $\bar{X}=4.15$ , S.D.=0.676) รองลงมา คือ การเชิญชวนให้ลูกค้าทราบข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าและผลิตภัณฑ์ หรือสิทธิ์ประโยชน์ที่ได้รับ ( $\bar{X}=4.15$ , S.D.=0.669) รองลงมา คือ การติดต่อผ่านเบอร์โทรศัพท์สายด่วนของสาขา ( $\bar{X}=4.07$ , S.D.=0.732) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีช่องทางในการเสนอความคิดเห็นได้อย่างสะดวก ( $\bar{X}=3.90$ , S.D.=0.733) ตามลำดับ

1.2.4 ด้านการฝึกอบรม โดยรวมอยู่ในมาก ( $\bar{X}=4.17$ , S.D.=0.524) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยได้อย่างถูกต้อง ( $\bar{X}=4.22$ , S.D.=0.701) รองลงมา คือ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้ลูกค้า ( $\bar{X}=4.18$ , S.D.=0.716) รองลงมา คือ มีการให้บริการเป็นไปตามระบบ และขั้นตอน ( $\bar{X}=4.17$ , S.D.=0.684) รองลงมา คือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้บริการตรงเฉพาะของความต้องการ ( $\bar{X}=4.17$ , S.D.=0.666) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ พนักงานแสดงความรู้สึกเห็นอกเห็นใจทุกครั้งที่ได้เข้ารับบริการ ( $\bar{X}=4.13$ , S.D.=0.690) ตามลำดับ

1.3 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี พบว่า

1.3.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยรวมอยู่ในมากที่สุด ( $\bar{X}=4.25$ , S.D.=0.529) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการจัดสถานที่ให้บริการที่สะอาด สวยงาม เป็นระเบียบเรียบร้อย ( $\bar{X}=4.31$ , S.D.=0.593) รองลงมา คือ มีความสะดวกในการเดินทางมาที่สาขา ( $\bar{X}=4.27$ , S.D.=0.671) รองลงมา คือ พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอกับการให้บริการแก่ลูกค้า ( $\bar{X}=4.27$ , S.D.=0.669) รองลงมา คือ มีเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ( $\bar{X}=4.27$ , S.D.=0.669) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ คอมพิวเตอร์มีจำนวนที่เหมาะสมกับจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ( $\bar{X}=4.12$ , S.D.=0.838) ตามลำดับ

1.3.2 ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท โดยรวมอยู่ในมาก ( $\bar{X}=4.20$ , S.D.=0.469) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีความปลอดภัยด้านสถานที่ของบริษัท ( $\bar{X}=4.25$ , S.D.=0.677) รองลงมา คือ พนักงานสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการทำธุรกรรมต่าง ๆ แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ( $\bar{X}=4.23$ , S.D.=0.662) รองลงมา คือ พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยหรือให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ( $\bar{X}=4.20$ , S.D.=0.632) รองลงมา คือ พนักงานสามารถให้บริการได้ตามเวลาที่กำหนดไว้ ( $\bar{X}=4.18$ , S.D.=0.689) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด โดยอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ( $\bar{X}=4.16$ , S.D.=0.627) ตามลำดับ

1.3.3 ด้านการตอบสนอง โดยรวมอยู่ในมาก ( $\bar{X}=4.17$ , S.D.=0.511) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการตลอดเวลา ( $\bar{X}=4.25$ , S.D.=0.685) รองลงมา คือ พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ ( $\bar{X}=4.19$ , S.D.=0.651) รองลงมา คือ พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึงรวดเร็ว ( $\bar{X}=4.18$ , S.D.=0.664) รองลงมา คือ ระยะเวลาในการให้บริการแต่ละขั้นตอน เป็นไปอย่างเหมาะสม ( $\bar{X}=4.14$ , S.D.=0.658) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด โดยอยู่ในระดับมาก คือ มีช่องทางในการเสนอข้อคิดเห็น หรือข้อร้องเรียน พร้อมทั้งแจ้งความคืบหน้าให้กับลูกค้า ( $\bar{X}=4.09$ , S.D.=0.773) ตามลำดับ

1.3.4 ด้านการให้ความมั่นใจ โดยรวมอยู่ในมากที่สุด ( $\bar{X}=4.26$ , S.D.=0.495) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี เหมาะสมกับการให้บริการ ( $\bar{X}=4.33$ , S.D.=0.633) รองลงมา คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม อธิบายชัด ( $\bar{X}=4.29$ , S.D.=0.652) รองลงมา คือ พนักงานแต่ง

กายสะอาดเรียบร้อย ( $\bar{X}=4.29$ , S.D.=0.629) รองลงมา คือ พนักงานมีกิจกรรมรยาท สุภาพ ( $\bar{X}=4.23$ , S.D.=0.626) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดโดยอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ( $\bar{X}=4.18$ , S.D.=0.650) ตามลำดับ

1.3.5 ด้านความเอาใจใส่ โดยรวมอยู่ในมาก ( $\bar{X}=4.14$ , S.D.=0.529) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สอบถามความยินยอมในการขอข้อมูลส่วนบุคคลทุกครั้ง ( $\bar{X}=4.19$ , S.D.=0.701) รองลงมา คือ พนักงานให้ท่านได้ตัดสินใจเลือกดอกเบี้ยสินเชื่อ ( $\bar{X}=4.17$ , S.D.=0.705) รองลงมา คือ พนักงานรับฟังปัญหา และข้อเสนอแนะ และพร้อมที่จะปรับปรุงตามความต้องการของลูกค้า ( $\bar{X}=4.13$ , S.D.=0.716) รองลงมา คือ พนักงานจดจำท่าน และข้อมูลต่าง ๆ ของท่านได้ ( $\bar{X}=4.12$ , S.D.=0.654) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดโดยอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ( $\bar{X}=4.09$ , S.D.=0.684) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคมป์ดอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

2.1 ผู้ตัดสินใจใช้บริการด้านเพศที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคมป์ดอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี โดยรวมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ ไม่แตกต่างกัน

2.2 ผู้ตัดสินใจใช้บริการด้านอายุที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคมป์ดอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี โดยรวมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ ไม่แตกต่างกัน

2.3 ผู้ตัดสินใจใช้บริการด้านอาชีพที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคมป์ดอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคมป์ดอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่อีก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ แตกต่างกัน

2.4 ผู้ตัดสินใจใช้บริการด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคมป์ดอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี

โดยรวมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ ไม่แตกต่างกัน

2.5 ผู้ตัดสินใจใช้บริการด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคมป์ตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ แตกต่างกันในขณะที่อีก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ ไม่แตกต่างกัน

2.6 ผู้ตัดสินใจใช้บริการด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคมป์ตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ แตกต่างกันในขณะที่อีก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ ไม่แตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการกับคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคมป์ตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี พบว่า

3.1 ปัจจัยด้านความพอใจและความประทับใจมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง และเป็นไปในทิศทางทางเดียวกัน

3.2 ปัจจัยด้านการประกันคุณภาพมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง และเป็นไปในทิศทางทางเดียวกัน

3.3 ปัจจัยด้านระบบเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง และเป็นไปในทิศทางทางเดียวกัน

3.4 ปัจจัยด้านการฝึกอบรมมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง และเป็นไปในทิศทางทางเดียวกัน

3.5 ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง และเป็นไปในทิศทางทางเดียวกัน

3.6 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง และเป็นไปในทิศทางทางเดียวกัน

3.7 ปัจจัยด้านการตอบสนองมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง และเป็นไปในทิศทางทางเดียวกัน

3.8 ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง และเป็นไปในทิศทางทางเดียวกัน

3.9 ปัจจัยด้านความเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง และเป็นไปในทิศทางทางเดียวกัน



## อภิปรายผล

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ปัจจัยการให้บริการและคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคนปีตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี พบว่า**

ด้านความพึงพอใจและความประทับใจ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมของสถานที่มีความสะอาด มีความกระตือรือร้น แก้ปัญหาให้ลูกค้า และให้คำแนะนำเป็นอย่างดี มีความสุภาพ อ่อนน้อม และให้เกียรติลูกค้า การอธิบายรายละเอียดสินค้า และการให้คำแนะนำของพนักงาน และการให้บริการด้วยความรวดเร็ว และความถูกต้องในการให้บริการซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ ศรีธนา เลิศพุทธรักษ์ และวรรณวิสา ทำหิณ (2562, หน้า 197-213) เรื่องคุณภาพการบริการมีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการธนาคาร พาณิชย์แห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ การปรับปรุงคุณภาพบริการ คือ พนักงานต้องบริการ ลูกค้าทุกคน โดยเท่าเทียมกันไม่เลือกปฏิบัติ การบริการอย่างจริงใจ

ด้านการประกันคุณภาพ โดยรวมอยู่ในมากที่สุด คือ มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ ความชัดเจนในเรื่องของสัญญา และเอกสาร การไม่นำข้อมูลของลูกค้าไปเปิดเผย ดอกเบี้ยเงินเชื่อมีความชัดเจนตรงตามที่แจ้งให้ทราบ และสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชลธิชา ศรีบำรุง (2557) เรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับดีเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความ ตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคารและ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านระบบเทคโนโลยี โดยรวมอยู่ในมากที่สุด คือ มีระบบการชำระค่างวด สะดวก มีหลายช่องทางเข้าชำระได้ทุกสาขา รองลงมา คือ มีการตรวจสอบข้อมูลการทำธุรกรรมเงินเชื่อผ่านช่องทางต่าง ๆ การเชิญชวนให้ลูกค้าทราบข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าและผลิตภัณฑ์ หรือสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ การติดต่อผ่านเบอร์โทรศัพท์สายด่วนของสาขาและค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีช่องทางในการเสนอความคิดเห็นได้อย่างสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ ศรีธนา เลิศพุทธรักษ์ และวรรณวิสา ทำหิณ (2562, หน้า 197-213) เรื่องคุณภาพการบริการมีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการธนาคาร พาณิชย์แห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ และควรใช้ Social media เป็นตัวช่วยในการประชาสัมพันธ์สื่อสารข่าวสารต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดการจดจำ และมั่นใจที่จะเข้ามาใช้บริการกับธนาคารมากขึ้น

ด้านการฝึกอบรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยได้อย่างถูกต้อง รองลงมา การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้ลูกค้า การให้บริการเป็นไปตามระบบ และขั้นตอน พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้บริการตรงเฉพาะของความต้องการ และพนักงานแสดงความรู้สึกรู้สึกเห็นอกเห็นใจทุกครั้งที่ได้เข้ารับบริการ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตยา เรืองเนตร และ สุทธาวรรณ จิระพันธุ์ชาติ (2562) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ด้าน การตอบสนองต่อผู้รับบริการไม่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารอาคาร สงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี พบว่า

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยรวมอยู่ในมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการจัดสถานที่ให้บริการที่สะอาด สวยงาม เป็นระเบียบเรียบร้อย รองลงมา คือ มีความสะดวกในการเดินทางมาที่สาขา รองลงมา คือ พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอกับการให้บริการแก่ลูกค้า รองลงมา คือ มีเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการและข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ คอมพิวเตอร์มีจำนวนที่เหมาะสมกับจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิสนันท์ สุดประเสริฐ (2557, หน้า 74) การศึกษา เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัท ชัมมิท ฮอนด้าอโตโมบิล จำกัด (สาขาบางนา) พบว่าระดับปัจจัยการบริการแก่ลูกค้าด้านความพึงพอใจ และประทับใจ ด้านการประกันคุณภาพ ด้านระบบเทคโนโลยี ด้านการยอมรับนับถืออยู่ในระดับดี ระดับคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความสามารถในการตอบสนอง ด้านความแน่นอน ด้านความเข้าใจลูกค้า ด้านลักษณะที่สัมผัสได้อยู่ในระดับดี

ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ มีความปลอดภัยด้านสถานที่ของบริษัท รองลงมา คือ พนักงานสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการทำธุรกรรมต่าง ๆ แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยหรือให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี พนักงานสามารถให้บริการได้ตามเวลาที่กำหนดไว้ และระดับมาก คือ พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉายาลักษณ์ ศรีจะบก (2563) ได้ทำวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ

สมาชิก สหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ด้านการเข้าใจและการรู้จักผู้รับบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของ สมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

ด้านการตอบสนอง โดยรวมอยู่ในมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการตลอดเวลา พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง รวดเร็ว ระยะเวลาในการให้บริการแต่ละขั้นตอน เป็นไปอย่างเหมาะสม และมีช่องทางในการเสนอข้อคิดเห็น หรือข้อร้องเรียน พร้อมทั้งแจ้งความคืบหน้าให้กับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีธนา เลิศพุทธรักษ์ และวรรณวิสา ทำหิณ (2562, หน้า 197-213) เรื่องคุณภาพการบริการมีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีพบว่า การบริการอย่างจริงใจ มีรอยยิ้ม การบริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าเกิดการจดจำ และมั่นใจที่จะเข้ามาใช้บริการกับธนาคารมากขึ้น

ด้านการให้ความมั่นใจ โดยรวมอยู่ในมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี เหมาะสมกับการให้บริการ รองลงมา คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม อหยาศัยดี รองลงมา คือ พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย รองลงมา คือ พนักงานมีกิริยามารยาท สุภาพ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดโดยอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตยา เรืองเนตร และ สุทธาวรรณ จิระพันธุ์ชาติ (2562) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีผลต่อความ จงรักภักดีของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ด้านความเอาใจใส่ โดยรวมอยู่ในมาก คือ สอบถามความยินยอมในการขอข้อมูลส่วนบุคคลทุกครั้ง รองลงมา คือ พนักงานให้ท่านได้ตัดสินใจเลือกดอกเบี้ยเงินเชื่อ พนักงานรับฟังปัญหา และข้อเสนอแนะ และพร้อมที่จะปรับปรุงตามความต้องการของลูกค้า พนักงานจดจำท่าน และข้อมูลต่าง ๆ ของท่านได้ และ พนักงานนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิสนนันท์ สุดประเสริฐ (2557, หน้า 74) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัท ชัมมิท ฮอนด้าอโตโมบิล จำกัด (สาขาบางนา) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับปัจจัยศึกษาระดับปัจจัยการบริการแก่ลูกค้า ระดับคุณภาพ การให้บริการแก่ลูกค้า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า ผลการศึกษาพบว่าระดับปัจจัยการบริการแก่ลูกค้าด้านความพึงพอใจ และประทับใจ ด้านการประกันคุณภาพ ด้านระบบเทคโนโลยี ด้านการยอมรับนับถืออยู่ในระดับดี ระดับคุณภาพการให้บริการแก่

ลูกค้าด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความสามารถในการตอบสนอง ด้านความแน่นอน ด้านความเข้าใจ  
ลูกค้า ด้านลักษณะที่สัมผัสได้อยู่ในระดับดี

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล  
จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า**

2.1 ผู้ตัดสินใจใช้บริการด้านเพศที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ  
ของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี โดยรวมทั้ง 5 ด้าน  
 ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง  
 ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภศิริ  
 แสสนเสนาะ (2556, หน้า 6) ศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ  
 งานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี เปรียบเทียบความ  
 คิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบล  
 ตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี ซึ่งจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา  
 อาชีพ และรายได้ พบว่า ประชาชนที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการ  
 ให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลตะปอน โดยรวมอยู่ในระดับสูง เรียงลำดับ  
 ค่าสูงสุดไปหาค่าต่ำสุด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

2.2 ผู้ตัดสินใจใช้บริการด้านอายุที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ  
ของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี โดยรวมทั้ง 5 ด้าน  
 ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง  
 ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภศิริ  
 แสสนเสนาะ (2556, หน้า 6) ศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ  
 งานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี เปรียบเทียบความ  
 คิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบล  
 ตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี พบว่า การเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับ  
 คุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลตะปอน อำเภอขลุง จังหวัด  
 จันทบุรี พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเนื่องต่างกัน

2.3 ผู้ตัดสินใจใช้บริการด้านอาชีพที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ  
ของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี มีความคิดเห็นต่อ  
คุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัด  
ลพบุรี ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่อีก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความ

นำเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชลธิชา ศรีบำรุง (2557, หน้า ) การศึกษา เรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาคอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้รับบริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาคอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี

2.4 ผู้ตัดสินใจใช้บริการด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี โดยรวมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ ไม่แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภารัตน์ ทองดี (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า ด้านความเชื่อถือได้ มีผลต่อ คุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

2.5 ผู้ตัดสินใจใช้บริการด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ แตกต่างกันในขณะที่อีก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ ไม่แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิกรานต์ เผือกมงคล และพิมพ์นิภา ะริชน (2558, หน้า 84-98) เรื่องการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลที่ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันและความภักดีต่อผู้ให้บริการระหว่างธนาคารพาณิชย์กับสถาบันการเงินที่มีใช้ธนาคาร พบว่า ธนาคารพาณิชย์มีพฤติกรรมการขยายสินเชื่อเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะสินเชื่อธุรกิจที่มีการขยายตัวมากกว่าสินเชื่อส่วนบุคคล และธนาคารพาณิชย์มีความสามารถการหารายได้ดอกเบี้ยจากเงินให้สินเชื่อเพิ่มขึ้น

**วัตถุประสงค์ที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการกับคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี พบว่า**

ข้อมูลด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการกับคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง โดยปัจจัยการให้บริการด้านความพึงพอใจและความประทับใจ ด้านการประกันคุณภาพ ด้านระบบเทคโนโลยี และด้านการฝึกอบรม มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรีในระดับสูง ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และ ด้านความเอาใจใส่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิกรานต์ เผือกมงคล และพิมพ์นิภา

ชะริชน (2558, หน้า 84-98) พบว่า ธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่มีพฤติกรรมการขยายสินเชื่อส่วนบุคคลสูงกว่าธนาคารพาณิชย์ขนาดกลางและขนาดเล็ก ส่วนธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็กกลับมีพฤติกรรมการขยายสินเชื่อธุรกิจที่สูงกว่าและมีความสามารถหารายได้ดอกเบี้ยรับจากเงินให้สินเชื่อสูงกว่าธนาคารพาณิชย์ขนาดกลางและขนาดใหญ่

### ข้อเสนอแนะ

#### 1. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1.1 ควรพัฒนาด้านระบบเทคโนโลยี สำหรับการบริการให้หลากหลายช่องทาง

1.2 ควรพัฒนาระบบการบริหารจัดการผ่านช่องทางออนไลน์อย่างเป็นระบบ

1.3 ควรพัฒนาปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านความเอาใจใส่ และการให้บริการ

#### ลูกค้า

1.4 ควรเพิ่มทางเลือกในการตัดสินใจสินเชื่อให้เหมาะสมผ่านสินเชื่อตามช่องทางออนไลน์ในการตัดสินใจก่อนเข้าใช้บริการตามสาขาต่าง ๆ

1.5 ควรพัฒนาบุคลากรด้านการบริการและพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

#### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการด้วยนวัตกรรมสมัยใหม่อย่างยั่งยืน

2.2 ศึกษาความพึงพอใจด้านความภักดีต่อการใช้บริการของพนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ

#### ประสิทธิภาพ

2.3 ศึกษาการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อการปรับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

#### อย่างยั่งยืน

2.4 ศึกษากลยุทธ์การให้บริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

Graduate School ARU.

**บรรณานุกรม**

## บรรณานุกรม

- กอบกาญจน์ เจริญทอง. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการตลาด, มหาวิทยาลัยสยาม.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). **หลักการเลือกใช้เทคนิคทางสถิติในงานวิจัยพร้อมทั้งอธิบายผลลัพธ์ที่ได้จาก SPSS**. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิจดี ขงประกิจ. (2559). **การรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเทลที่ได้รับรางวัลในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิตรภาพ ลาดคก. (2559). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นัทรยาพร เสมอใจ. (2555). **การจัดการและการตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- นายาลักษณ์ ศรีจวบก. (2563). **คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชลธิชา ศรีบำรุง. (2557). **คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชัชวาล อรวงศ์สุภทัต. (2557). **ทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ**. ค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2564, จาก [http://www.tpa.or.th/writer/read\\_this\\_book\\_topic.php?pageid=4&bookID=1285&read=true&count=tru](http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?pageid=4&bookID=1285&read=true&count=tru).
- ฐานิสา เอี่ยมคง. (2561). **พฤติกรรมและความนิยมการบริโภคข้าวสังข์หยดของประชาชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดนครศรีธรรมราช.



- ณัฐพล ไชยกุลสินธุ์. (2562). อิทธิพลคุณค่าตราสินค้าในฐานะปัจจัยตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงส่วน  
 ประสมทางการตลาดสู่ความตั้งใจซื้อรถยนต์โดยค้ำฝิ่งชนบุรี กรุงเทพมหานคร.  
 วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์.
- ธนาภรณ์ ทศนภักดิ์. (2562). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงแรมสวนวรุณ  
 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- บริษัท เมืองไทย แคปปิตอล (จำกัด) มหาชน. (2565). สถิติการใช้บริการบริษัท เมืองไทย  
 แคปปิตอล (จำกัด) มหาชน. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.
- เบญจภา แจ่มเวชฉาย. (2559). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร  
 รถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
 สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประเสริฐ ศิริเสวีวรรณ. (2561). การจัดการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ศุสดี แสนเสนาะ. (2556). คุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบล  
 ตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา  
 การบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- พนา เพชรภาพ และ วิชา วิริยกิจจา. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่  
 อยู่อาศัยกับธนาคารออมสิน สาขาเขายายจัน จังหวัดพัทลุง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ  
 มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- พัชรี กวีกิจบรม. (2558). ปัจจัยในการขอสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนธนาคารออมสินของ  
 ผู้ค้าในตลาดในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา  
 การจัดการการเงินและการธนาคาร, มหาวิทยาลัยสยาม.
- ภัทรานิษฐ์ ฉายสุวรรณศิริ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าใน  
 เครื่องข่ายเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา  
 พาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการมาใช้  
 บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ  
 มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรบุรี.
- ลัดดาวัลย์ คำยอด. (2565). กลยุทธ์การตลาด 5A และการตัดสินใจซื้อไม้ของผู้บริโภคในจังหวัด  
 เชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ,  
 มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

- วิสนนันท์ สุดประเสริฐ. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัท ชัมมิท ฮอนด้าอโตโมบิล จำกัด (สาขาบางนา). การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- วิกรานต์ เพ็ญมงคล และ พิมพัสภา ชะริชน. (2558). คุณภาพการให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลที่ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันและความภักดีต่อผู้ให้บริการของลูกค้าธนาคารพาณิชย์กับสถาบันการเงินที่มีธนาคารพาณิชย์. วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 3(1), 84-98.
- วิณรัตน์ ภูพัฒน์ชัยกิจ. (2559). คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ และ วรณวิสา ท่าหิน. (2562). แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี. วารสารการบริหารและการจัดการ, 9(1), 197-213.
- สุดารัตน์ ทองดี. (2563). คุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- สุวรรณณี มาน้อย. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการด้วย QR Code ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเงิน, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- อาทิตย์ยา เรืองเนตร และ สุทธาวรรณ จีระพันธุ์ชาโต้. (2562). ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- Bitner, M.J., & Hubbert, A.R. (1995). Building service relationship : It's all about promise. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(1), 246-251.
- Bolton, R.N., Kannan, P.K., & Bramlet, M.D. (2000). Implications of loyalty program membership and service experiences for customer retention and value december 2000. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 95-108.
- Buzell, R.D., & Gale, B.T. (1987). *The PIMS principles : Linking strategy to performance*. New York : The Free Press.

- Chang, H.H., & Chen, S.W. (2009). Consumer perception of interface quality, security, and loyalty in electronic commerce. **Information & Management**, 46(7), 411-417.
- Chapromma, J. (2017). **Factors affecting consumer choice of 24 hours fitness center in Bangkok**. Bangkok : Thammasat University.
- Gronroos, C. (1990). **Service management and marketing : Managing the moments of truth in service competition**. Massachusetts : Lexington Books.
- Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). **Consumer behavior : An applied approach**. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
- Hawkins, D.L., & Mothersbaugh, D.L. (2010). **Consumer behavior : Building marketing strategy** (11th ed.). New York : McGraw-Hill.
- Kolter, P. (2000). **Marketing management**. New Jersey : Prentice-Hall.
- LoveLock, H.C. (1996). **Managing services**. New York : McGraw-Hill.
- Parasuraman, A. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**, 49(4), 41.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL : A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, 64(1), 12-40.
- Perreault, W.D. (1996). **Basic marketing : A global managerial approach**. Chicago : Irwin.
- Schmenner, R.W. (1995). **Service operation management**. Engel Wood Cliff, NJ : Prentice-Hall.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2003). **Customer behavior** (5th ed.). Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
- Schmenner, R.W. (1995). Escaping the black holes of cost accounting. **Business Horizons**, 66-72.
- Spechler, J.W. (1988). **When america does it right : Case studies in service quality, Institute of industrial engineer**. Georgia : Norcross Industrial Engineer and Management.
- Stanton, W.J. (1967). **Fundamentals of marketing**. New York : McGraw-Hill.
- Yamane, T. (1973). **Statistics : An introductory analysis** (3rd ed.). New York : Harper and Row.

Zineldin, M. (1996). Bank strategy portioning and some determinants of bank selection.

**International Journal of Bank Marketing**, 14(6), 12-22.

Graduate School ARU.

ภาคผนวก

Graduate School ARU.

**ภาคผนวก ก**

หนังสือขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ

Graduate School ARU.



ที่ อว.๐๖๒๔.๔/ว ๑๔๓

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา  
อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา ๑๓๐๐๐

๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรนันท์ สุระชาติ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. เครื่องมือที่ใช้ในการทำการค้นคว้าอิสระ และแบบแสดงความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายกฤษฏ์ภณ การมิตี นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคมป์คอต จำกัด(มหาชน) สาขาอยุธยาท่าวัง จังหวัดลพบุรี” ภายใต้ การควบคุมของอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ คือ ดร.แสงจิตต์ ไต้แสง

ในการนี้อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการจัดทำ การค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมทั้งแสดงความคิดเห็นตามแบบฟอร์มที่แนบมา พร้อมนี้แล้ว ทั้งนี้เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางปรับปรุงแก้ไขให้เครื่องมือมีคุณภาพและเหมาะสมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการจัดทำ การค้นคว้าอิสระในโอกาสต่อไป

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านรับเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการจัดทำ การค้นคว้าอิสระ ของ นายกฤษฏ์ภณ การมิตี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ พานสุวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร./โทรสาร ๐-๓๕๓๒-๒๐๘๓



ที่ อว.๐๖๒๙.๙/ว ๑๔๓

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา  
อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา ๑๓๐๐๐

๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.วันทนา เนาว์วัน

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. เครื่องมือที่ใช้ในการทำการค้นคว้าอิสระ และแบบแสดงความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายกฤษฏ์ฉัตร การมิตธี นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคมป์ดอล จำกัด(มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี” ภายใต้ การควบคุมของอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ คือ ดร.แสงจิตต์ ไค้แสง

ในการนี้อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการจัดทำ การค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลพร้อมทั้งแสดงความคิดเห็นตามแบบฟอร์มที่แนบมา พร้อมนี้แล้ว ทั้งนี้เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางปรับปรุงแก้ไขให้เครื่องมือมีคุณภาพและเหมาะสมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการจัดทำ การค้นคว้าอิสระในโอกาสต่อไป

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านรับเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการจัดทำ การค้นคว้าอิสระ ของ นายกฤษฏ์ฉัตร การมิตธี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ พานสุวรรณ)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร/โทรสาร ๐-๓๕๓๒-๒๐๘๓





ที่ อว.๐๖๒๕.๙/ว ๑๔๓

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา ๑๓๐๐๐

๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน ดร.ศุภลักษณ์ ศรีวิไล

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. เครื่องมือที่ใช้ในการทำการค้นคว้าอิสระ และแบบแสดงความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายกฤษฏ์ภณ การมิตร์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง "ปัจจัยบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปปิตอล จำกัด(มหาชน) สาขาย่อยท่าเรือ จังหวัดลพบุรี" ภายใต้ การควบคุมของอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ คือ ดร.แสงจิตต์ ไตแสง

ในการนี้อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการจัดทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลพร้อมทั้งแสดงความคิดเห็นตามแบบฟอร์มที่แนบมาพร้อมนี้แล้ว ทั้งนี้เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางปรับปรุงแก้ไขให้เครื่องมือมีคุณภาพและเหมาะสมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการจัดทำการค้นคว้าอิสระในโอกาสต่อไป

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านรับเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการจัดทำการค้นคว้าอิสระ ของ นายกฤษฏ์ภณ การมิตร์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ พานสุวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร/โทรสาร ๐-๓๕๓๒-๒๐๘๓



ที่ อว.๐๖๒๙.๙/ว ๑๔๓

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา ๑๓๐๐๐

๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน นายวินัย สมบูรณ์ศิลป์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. เครื่องมือที่ใช้ในการทำการค้นคว้าอิสระ และแบบแสดงความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายกฤษณ์ภณ การมิตริ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง "ปัจจัยบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปปิตอล จำกัด(มหาชน) สาขาย่อยท่าวัง จังหวัดลพบุรี" ภายใต้ การควบคุมของอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ คือ ดร.แสงจิตต์ ไต้แสง

ในการนี้อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการจัดทำ การค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลพร้อมทั้งแสดงความคิดเห็นตามแบบฟอร์มที่แนบมา พร้อมนี้แล้ว ทั้งนี้เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางปรับปรุงแก้ไขให้เครื่องมือมีคุณภาพและเหมาะสมกับการเก็บ รวบรวมข้อมูลประกอบการจัดทำ การค้นคว้าอิสระในโอกาสต่อไป

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านรับเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการจัดทำ การค้นคว้าอิสระ ของ นายกฤษณ์ภณ การมิตริ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ พานสุวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร/โทรสาร ๐-๓๕๓๒-๒๐๘๓



ที่ อว.๐๖๒๙.๙/ว ๑๕๓

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา ๑๓๐๐๐

๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน นายสวัสดิ์ เอกฐิน

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. เครื่องมือที่ใช้ในการทำการค้นคว้าอิสระ และแบบแสดงความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายกฤษฏ์ภณ การมิตร์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง "ปัจจัยบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์เมืองไทย แคมป์ดอล จำกัด(มหาชน) สาขาซอยท่าวัง จังหวัดลพบุรี" ภายใต การควบคุมของอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ คือ ดร.แสงจิตต์ ไต้แสง

ในการนี้อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการจัดทำ การค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลพร้อมทั้งแสดงความคิดเห็นตามแบบฟอร์มที่แนบมา พร้อมนี้แล้ว ทั้งนี้เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางปรับปรุงแก้ไขให้เครื่องมือมีคุณภาพและเหมาะสมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการจัดทำ การค้นคว้าอิสระในโอกาสต่อไป

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านรับเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการจัดทำ การค้นคว้าอิสระ ของ นายกฤษฏ์ภณ การมิตร์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ พานสุวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร/โทรสาร ๐-๓๕๓๒-๒๐๘๓

**ภาคผนวก ข**

ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือของผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน

วิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง

Graduate School ARU.





ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการบริการ

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ค่า IOC	ความหมาย
		1	2	3	4	5		
<b>ด้านความพึงพอใจและความประทับใจ</b>								
1.	การอธิบายรายละเอียดสินค้าและการให้คำแนะนำของพนักงาน	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
2.	การให้บริการด้วยความรวดเร็ว และความ ถูกต้อง ในการให้บริการ	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
3.	มีความกระตือรือร้น แก้ปัญหาให้ลูกค้า และ ให้คำแนะนำเป็นอย่างดี	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
4.	มีคุณภาพ อ่อนนุ่ม และ ให้เกียรติลูกค้า	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
5.	สภาพแวดล้อมของสถานที่มีความสะอาด	1	1	0	1	1	0.8	สอดคล้อง
<b>การประกันคุณภาพ</b>								
1.	มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับ	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
2.	มีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของลูกค้า	1	1	0	1	1	0.8	สอดคล้อง
3.	ความชัดเจนในเรื่องของสัญญา และเอกสาร	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
4.	ดอกเบี้ยเงินเชื่อมีความชัดเจนตรงตามที่แจ้งให้ทราบ	0	1	1	1	1	0.8	สอดคล้อง
5.	การไม่นำข้อมูลของลูกค้าไปเปิดเผย	1	1	0	1	1	0.8	สอดคล้อง

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ค่า IOC	ความหมาย
		1	2	3	4	5		
<b>ด้านระบบเทคโนโลยี</b>								
1.	การเชิญชวนให้ลูกค้าทราบข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าและผลิตภัณฑ์ หรือสิทธิ์ประโยชน์ที่ได้รับ	0	1	0	1	1	0.6	สอดคล้อง
2.	มีระบบการชำระค่างวดสะดวก มีหลายช่องทางเข้าชำระได้ทุกสาขา	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
3.	มีการตรวจสอบข้อมูลการทำธุรกรรมสินเชื่อผ่านช่องทางต่าง ๆ	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
4.	มีช่องทางในการเสนอความคิดเห็นได้อย่างสะดวก	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
5.	การติดต่อผ่านเบอร์โทรศัพท์สายด่วนของสาขา	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
<b>ด้านการฝึกอบรม</b>								
1.	พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้บริการตรงเฉพาะของความต้องการ	1	0	0	1	1	0.6	สอดคล้อง
2.	มีการให้บริการเป็นไปตามระบบ และขั้นตอน	1	0	1	1	1	0.8	สอดคล้อง
3.	พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยได้อย่างถูกต้อง	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
4.	การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้ลูกค้า	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
5.	พนักงานแสดงความรู้สึกรักเห็นอกเห็นใจทุกครั้งที่ได้เข้ารับบริการ	1	0	1	1	1	0.8	สอดคล้อง





ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ค่า IOC	ความหมาย
		1	2	3	4	5		
<b>ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท (ต่อ)</b>								
5.	มีความปลอดภัยด้านสถานที่ของบริษัท	1	1	0	1	1	0.8	สอดคล้อง
<b>ด้านการตอบสนอง</b>								
1.	พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึงรวดเร็ว	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
2.	พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
3.	ระยะเวลาในการให้บริการแต่ละขั้นตอน เป็นไปอย่างเหมาะสม	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
4.	พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการตลอดเวลา	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
5.	มีช่องทางในการเสนอข้อคิดเห็น หรือข้อร้องเรียน พร้อมทั้งแจ้งความคืบหน้าให้กับลูกค้า	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
<b>ด้านการให้ความมั่นใจ</b>								
1.	พนักงานมีกิริยามารยาทสุภาพ	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
2.	พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีเหมาะสมกับการให้บริการ	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
3.	พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
4.	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม อธิบายดี	1	1	1	1	1	1	สอดคล้อง
5.	พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	1	1	0	1	1	0.8	สอดคล้อง



**ภาคผนวก ก**

หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อหาคุณภาพเครื่องมือ  
ที่ใช้ในการทำการค้นคว้าอิสระ

Graduate School ARU.

ที่ อว. ๐๖๒๔.๔ / ๑๕๖



บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา  
ตำบลประตู่ชัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา  
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๓๓๐๐๐

๒๑ มีนาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน คุณสมพร ใจมนต์ (ผู้จัดการสาขาลพบุรี)

ด้วย นายกฤษณ์ภรณ์ การมิตร์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยท่าทุ่ง จังหวัดลพบุรี” ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ คือ ดร.แสงจิตต์ ไต้แสง ในการนี้นักศึกษาจำเป็นต้องขอเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการของบริษัทเมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) สาขาลพบุรี จังหวัดลพบุรี เพื่อดำเนินการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการทำการค้นคว้าอิสระ บัณฑิตศึกษาจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อความสมบูรณ์ในการทำการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ พานสุวรรณ)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร/โทรสาร. ๐-๓๕๓๒-๒๐๘๓

## ภาคผนวก ง

ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

Graduate School ARU.

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	45

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00121	183.6667	316.989	.331	.947
VAR00122	183.5000	314.948	.436	.946
VAR00123	183.6667	316.920	.333	.946
VAR00124	183.4667	312.257	.498	.945
VAR00125	183.4000	306.386	.701	.944
VAR00126	183.2333	309.909	.570	.945
VAR00127	183.4667	316.257	.371	.946
VAR00128	183.4333	310.806	.582	.945
VAR00129	183.3000	307.183	.733	.944
VAR00130	183.3333	305.678	.708	.944
VAR00131	183.9000	325.541	-.005	.949
VAR00132	183.3333	304.437	.754	.944
VAR00133	183.5667	304.944	.793	.944
VAR00134	184.2000	324.441	.050	.948
VAR00135	183.7000	302.424	.720	.944
VAR00136	183.4667	308.878	.732	.944
VAR00137	183.5000	310.190	.694	.944
VAR00138	183.4000	308.041	.681	.944
VAR00139	183.5333	306.740	.568	.945
VAR00140	183.7667	307.357	.706	.944
VAR00141	183.3000	313.183	.488	.946
VAR00142	183.3000	310.838	.544	.945
VAR00143	183.2333	312.530	.504	.945
VAR00144	183.2000	310.717	.573	.945
VAR00145	183.4333	301.082	.623	.945
VAR00146	183.3667	313.275	.598	.945
VAR00147	183.4333	309.771	.624	.945

VAR00148	183.4667	313.085	.544	.945
VAR00149	183.4667	307.361	.612	.945
VAR00150	183.1667	316.351	.412	.946
VAR00151	183.5333	311.844	.541	.945
VAR00152	183.4000	311.490	.637	.945
VAR00153	183.6000	312.317	.610	.945
VAR00154	183.4333	310.461	.556	.945
VAR00155	184.0333	319.826	.217	.947
VAR00156	183.2000	316.579	.369	.946
VAR00157	183.1667	318.626	.283	.947
VAR00158	183.1000	317.955	.377	.946
VAR00159	183.2000	316.441	.410	.946
VAR00160	183.5333	314.051	.536	.945
VAR00161	183.6333	313.068	.505	.945
VAR00162	183.8667	310.051	.391	.947
VAR00163	183.5667	314.047	.434	.946
VAR00164	183.3000	309.803	.584	.945
VAR00165	183.1000	315.679	.443	.946



**ภาคผนวก จ**

หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการค้นคว้าอิสระ

Graduate School ARU.

ที่ อว. ๐๖๒๔.๔ / ว ๒๐๐



บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา  
ถนนปรีดีพนมยงค์ ตำบลประตู่ชัย  
อำเภอพระนครศรีอยุธยา  
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๓๓๐๐๐

๔ เมษายน ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน นายสมพร ใจมนต์ (ผู้จัดการสาขาหนองปรือ)

ด้วย นายกฤษฏ์ลภณ การมิตริ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการใช้บริการของบริษัทเมืองไทย แคนปีตอล จำกัด (มหาชน) ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ คือ ดร.แสงจิตต์ ใต้แสง ในการนี้นักศึกษาจำเป็นต้องขอเก็บข้อมูลจากผู้มาใช้บริการบริษัทเมืองไทย แคนปีตอล จำกัด (มหาชน) เพื่อใช้ประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านโปรดอนุญาตให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อความสมบูรณ์ในการทำการค้นคว้าอิสระ ครั้งนี้ด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาต หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาจากท่าน และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ พานสุวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร/โทรสาร ๐-๓๕๓๒-๒๐๘๓

ภาคผนวก ฉ  
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

Graduate School ARU.

### แบบสอบถาม

ปัจจัยบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการบริษัท เมืองไทย แคปปี้ ทอล จำกัด (มหาชน)  
สาขาย่อยท่าแร่ จังหวัดลพบุรี

แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ และนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น คำตอบหรือการแสดงความคิดเห็นของท่านจะเป็นความลับ ผู้วิจัยขอความกรุณาท่านกรอกแบบสอบถามทุกข้อด้วยความอิสระ และเป็นความจริงตามคำตอบ โดยความคิดเห็นของท่านถือเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

แบบสอบถามนี้ประกอบไปด้วย 4 ส่วน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการบริการ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ตอนที่ 4 แสดงความคิดเห็นอื่น ๆ

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดระบุเครื่องหมาย  ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

##### 1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

##### 2. อายุ

1) 18 - 25 ปี

2) 26 - 35 ปี

3) 36-45 ปี

4) 46 - 55 ปี

5) มากกว่า 55 ปี ขึ้นไป

##### 3. อาชีพ

1) รับจ้างทั่วไป

2) ธุรกิจส่วนตัว

3) เกษตรกร

4) ค้าขาย

5) พนักงานบริษัท/ ลูกจ้างบริษัท

6) ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ

7) นักเรียน/ นักศึกษา

## 4. รายได้ต่อเดือน

- 1) ไม่เกิน 10,000 บาท
  2) 10,001-20,000 บาท  
 3) 20,001-30,000 บาท
  4) 30,001-40,000 บาท  
 5) 40,001-50,000 บาท
  6) ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป

## 5. ระดับการศึกษา

- 1) ประถมศึกษา
  2) มัธยมศึกษา / ปวช. / ปวส.  
 3)ปริญญาตรี
  4) ปริญญาโท  
 5) ปริญญาเอก

## 6. สถานภาพทางสังคม

- 1) โสด
  2) แต่งงาน  
 3) หย่าร้าง/แยกกันอยู่

## ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการบริการ

โปรดระบุเครื่องหมาย  ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ปัจจัยบริการ	ความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านความพึงพอใจและความประทับใจ					
1.	การอธิบายรายละเอียดสินค้า และการให้คำแนะนำของพนักงาน					
2.	การให้บริการด้วยความรวดเร็ว และความถูกต้องในการให้บริการ					
3.	มีความกระตือรือร้น แก้ปัญหาให้ลูกค้า และให้คำแนะนำเป็นอย่างดี					
4.	มีความสุภาพ อ่อนน้อม และให้เกียรติลูกค้า					
5.	สภาพแวดล้อมของสถานที่ที่มีความสะอาด					

ข้อ	ปัจจัยบริการ	ความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>การประกันคุณภาพ</b>						
1.	มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับ					
2.	มีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของลูกค้า					
3.	ความชัดเจนในเรื่องของสัญญา และเอกสาร					
4.	ดอกเบี้ยสินเชื่อมีความชัดเจนตรงตามที่แจ้งให้ทราบ					
5.	การไม่นำข้อมูลของลูกค้าไปเปิดเผย					
<b>ด้านระบบเทคโนโลยี</b>						
1.	การเชิญชวนให้ลูกค้าทราบข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าและผลิตภัณฑ์ หรือสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ					
2.	มีระบบการชำระค่างวด สะดวก มีหลายช่องทางเข้าชำระได้ทุกสาขา					
3.	มีการตรวจสอบข้อมูลการทำธุรกรรมสินเชื่อผ่านช่องทางต่าง ๆ					
4.	มีช่องทางในการเสนอความคิดเห็นได้อย่างสะดวก					
5.	การติดต่อผ่านเบอร์โทรศัพท์สายด่วนของสาขา					
<b>ด้านการฝึกอบรม</b>						
1.	พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้บริการตรงเฉพาะของความต้องการ					
2.	มีการให้บริการเป็นไปตามระบบ และขั้นตอน					
3.	พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยได้อย่างถูกต้อง					
4.	การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้ลูกค้า					
5.	พนักงานแสดงความรู้สึกเห็นอกเห็นใจทุกครั้งที่ได้เข้ารับบริการ					

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

โปรดระบุเครื่องหมาย  ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ปัจจัยบริการ	ความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ</b>						
1.	มีความสะดวกในการเดินทางมาที่สาขา					
2.	มีการจัดสถานที่ให้บริการที่สะอาด สวยงาม เป็นระเบียบเรียบร้อย					
3.	มีเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ					
4.	พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอกับการให้บริการแก่ลูกค้า					
5.	คอมพิวเตอร์มีจำนวนที่เหมาะสมกับจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ					
<b>ด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท</b>						
1.	พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า					
2.	พนักงานสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการทำธุรกรรมต่าง ๆ แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง					
3.	พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยหรือให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี					
4.	พนักงานสามารถให้บริการได้ตามเวลาที่กำหนดไว้					
5.	มีความปลอดภัยด้านสถานที่ของบริษัท					

ข้อ	ปัจจัยบริการ	ความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านการตอบสนอง</b>						
1.	พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึงรวดเร็ว					
2.	พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ					
3.	ระยะเวลาในการให้บริการแต่ละขั้นตอนเป็นไปอย่างเหมาะสม					
4.	พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการตลอดเวลา					
5.	มีช่องทางในการเสนอข้อคิดเห็น หรือข้อร้องเรียน พร้อมทั้งแจ้งความคืบหน้าให้กับลูกค้า					
<b>ด้านการให้ความมั่นใจ</b>						
1.	พนักงานมีกิริยามารยาท สุภาพ					
2.	พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี เหมาะสมกับการให้บริการ					
3.	พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย					
4.	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม อธิบายชัด					
5.	พนักงานมีความน่าเชื่อถือ					
<b>ด้านความเอาใจใส่</b>						
1.	พนักงานรับฟังปัญหา และข้อเสนอแนะ และพร้อมที่จะปรับปรุงตามความต้องการของลูกค้า					
2.	พนักงานนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า					
3.	พนักงานจดจำท่าน และข้อมูลต่าง ๆ ของท่านได้					
4.	พนักงานให้ท่านได้ตัดสินใจเลือกดอกเบี้ยสินเชื่					
5.	สอบถามความยินยอมในการขอข้อมูลส่วนบุคคลทุกครั้ง					



**ตอนที่ 4 แสดงความคิดเห็นอื่น ๆ**

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

Graduate School ARU.

Graduate School ARU.

ประวัติย่อผู้วิจัย

## ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นายกฤษฎ์ถิฏถณ การมิตริ
วัน เดือน ปีเกิด	12 พฤษภาคม 2531
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	171 หมู่ 7 ตำบลชายนา อำเภอสมนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13110
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2557	พนักงานวิเคราะห์สินเชือ บริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน)
พ.ศ. 2559	หัวหน้าหน่วยวิเคราะห์สินเชือ บริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน)
พ.ศ. 2564	หัวหน้าหน่วยเร่งรัดหนี้สิน บริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน)
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2557	ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
พ.ศ. 2565	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา