



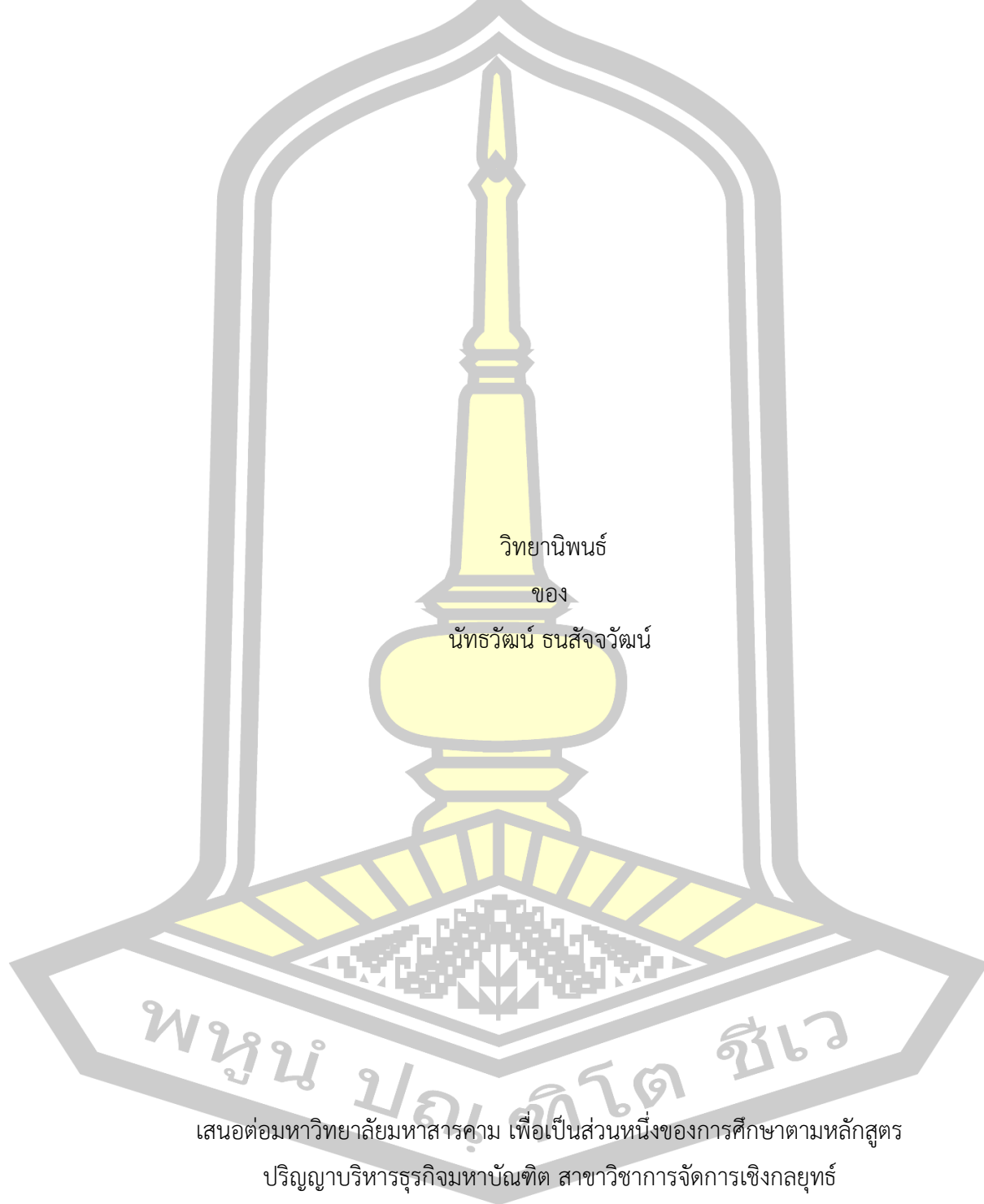
ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคาร
ออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

วิทยานิพนธ์
ของ
นันทวัฒน์ ธนัสจวัฒน์

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์
ปีการศึกษา 2561

สงวนลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของ
สาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

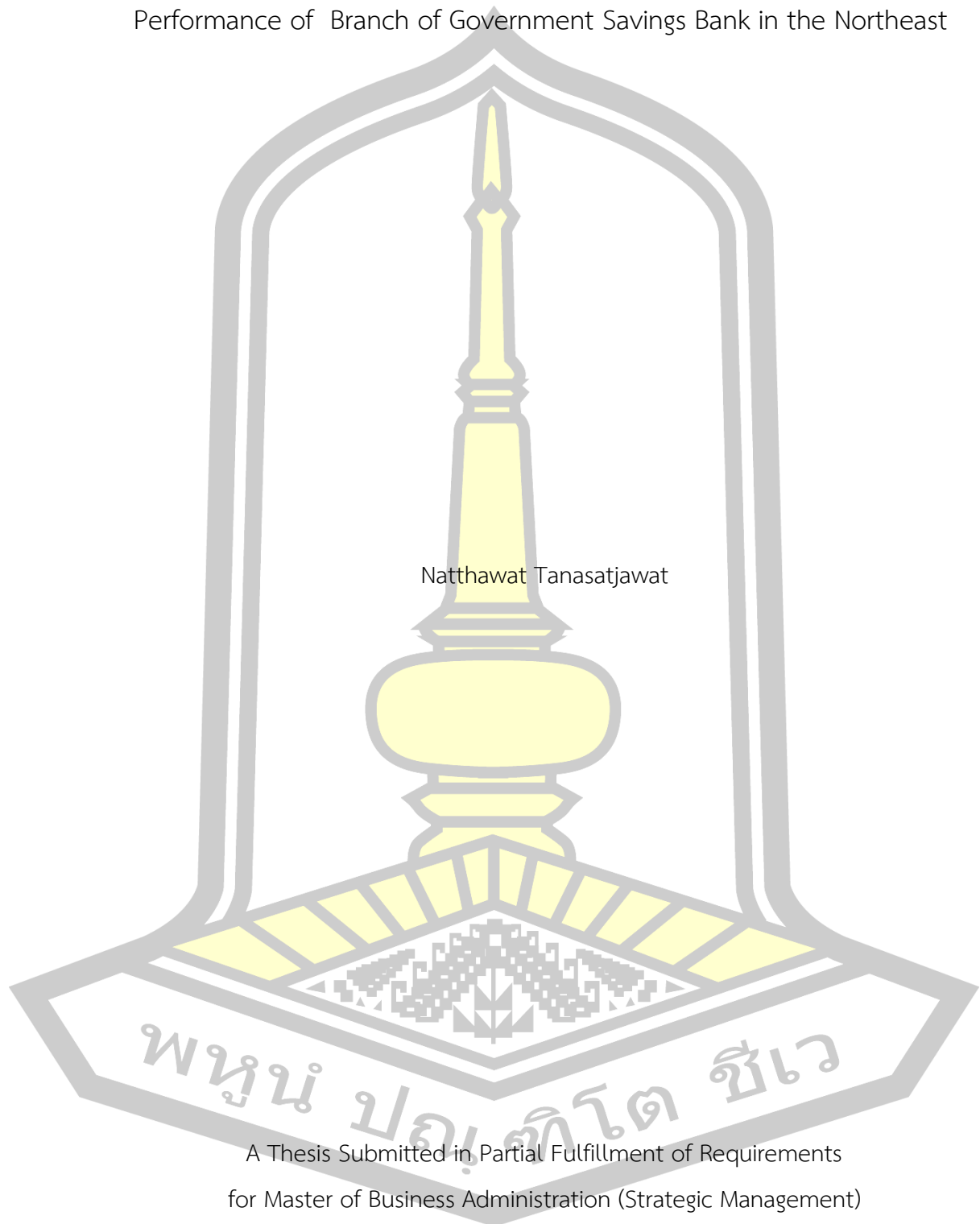


เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์

ปีการศึกษา 2561

สงวนลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Relationships between Contemporary Service Standard Orientation and
Performance of Branch of Government Savings Bank in the Northeast



Natthawat Tanasatjawat

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for Master of Business Administration (Strategic Management)

Academic Year 2018

Copyright of Mahasarakham University



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนายันทวัณณ์ ธนส์จวัณณ์
แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

(รศ. ดร. การุณย์ ประทุม)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผศ. ดร. สุมิตรา จิระวุฒินันท์)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(อ. ดร. พีรวัณณ์ ไชยล้อม)

กรรมการ

(อ. ดร. พลาญ จันทจรุฎภัทร)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(ผศ. ดร. นิกร ยาสมร)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

(ผศ. ดร. นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์)

(ผศ. ดร. กริสน์ ชัยมูล)

คณบดีคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วัน.....เดือน.....ปี.....

ชื่อเรื่อง	ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขานาการออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		
ผู้วิจัย	นันทวัฒน์ ธนัสัจจวัฒน์		
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุมิตรา จิระวุฒินันท์ อาจารย์ ดร. พีรวัฒน์ ไชยล้อม		
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	สาขาวิชา	การจัดการเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

ปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การดำเนินธุรกิจมีความซับซ้อนมากขึ้น ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา การดำเนินธุรกิจปรับเปลี่ยนจากการแข่งขันด้านราคามาให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เข้ากับยุคสมัยมาตรฐานการบริการจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ธุรกิจนำมาใช้ในการแข่งขัน โดยหวังที่จะให้ลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและบริการ เกิดความจงรักภักดีและการกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขานาการออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้จัดการสาขานาการออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 130 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ t-test , F-test (ANOVA และ MANOVA) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลวิจัยพบว่า ผู้จัดการสาขานาการออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี ด้านการสร้างความเข้าใจ และด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุดข้อเดียว คือ ด้านลูกค้า และอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา

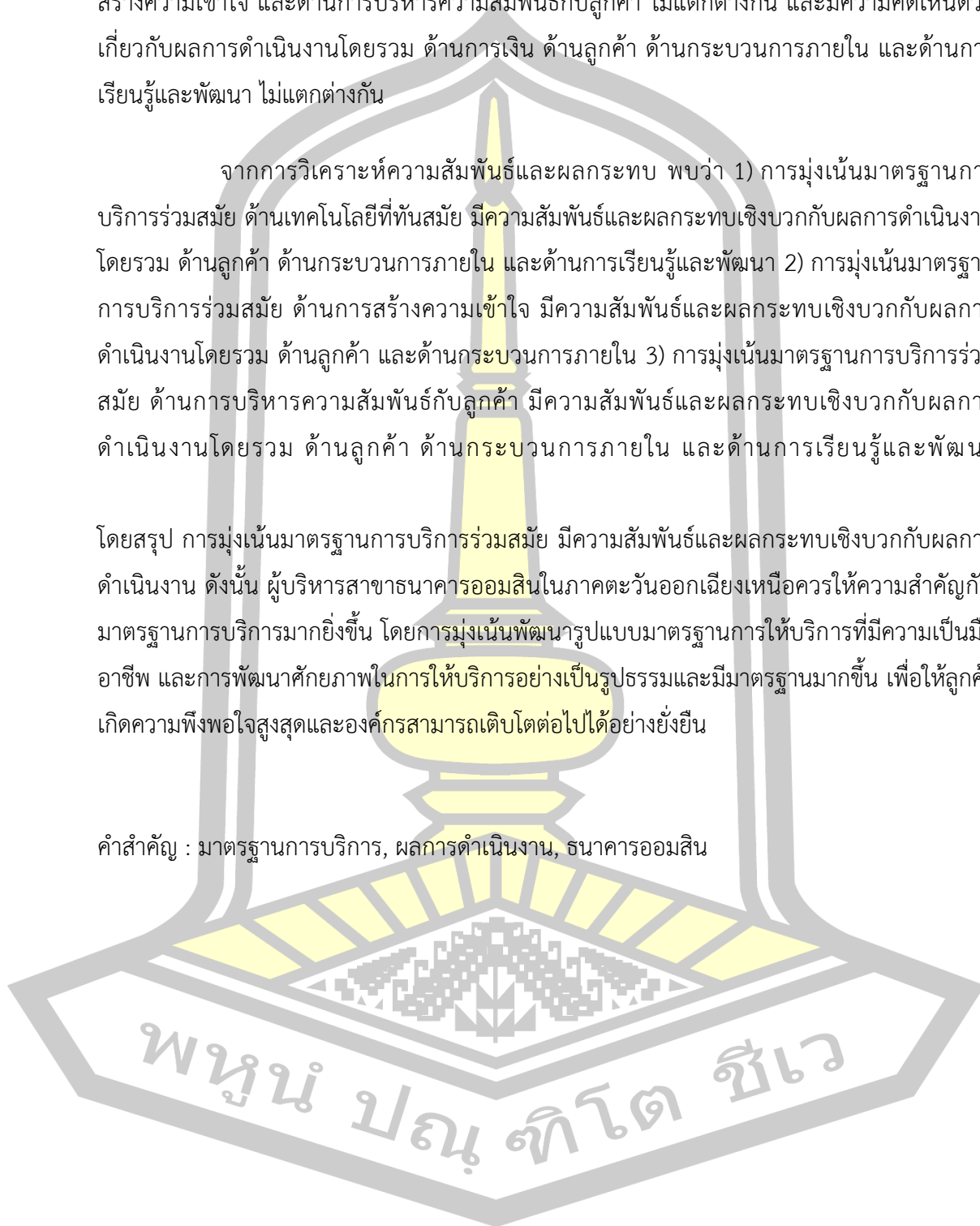
ผู้จัดการสาขานาการออมสิน ที่มีจำนวนพนักงาน จำนวนลูกค้าเงินฝาก จำนวนลูกค้าเงินกู้ และระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมุ่งเน้น

มาตรฐานการบริการร่วมสมัยโดยรวม ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี ด้านการสร้างความเข้าใจ และด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ไม่แตกต่างกัน และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ไม่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า 1) การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา 2) การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างความเข้าใจ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านลูกค้า และด้านกระบวนการภายใน 3) การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา

โดยสรุป การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือควรให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริการมากยิ่งขึ้น โดยการมุ่งเน้นพัฒนารูปแบบมาตรฐานการให้บริการที่มีความเป็นมืออาชีพ และการพัฒนาศักยภาพในการให้บริการอย่างเป็นรูปธรรมและมีมาตรฐานมากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดและองค์กรสามารถเติบโตต่อไปได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : มาตรฐานการบริการ, ผลการดำเนินงาน, ธนาคารออมสิน



TITLE	Relationships between Contemporary Service Standard Orientation and Performance of Branch of Government Savings Bank in the Northeast		
AUTHOR	Natthawat Tanasatjawat		
ADVISORS	Assistant Professor Sumittra Jirawuttinunt , Ph.D. Peerawat chailom , Ph.D.		
DEGREE	Master of Business Administration	MAJOR	Strategic Management
UNIVERSITY	Maharakham University	YEAR	2018

ABSTRACT

In the present, economy, society and technology have relentlessly evolved. The complexity of the business operation has increased, leading to the continuous rise of the demand from the consumer. The business world shifted from price competition to value competition. According to the current trend, the service standard plays a vital role in the business progress. The customer will have a good attitude towards the products and services, which results in brand loyalty and repeat customers. Therefore the researcher studied the relationship between contemporary service standard orientation and performance of branch of government savings bank in the Northeast by collecting data from 130 branch managers of government saving bank in northeast. The statistics used in the analysis data were t-test F-test (ANOVA and MANOVA), a simple regression analysis and a multiple regression analysis.

The results showed that branch managers of government saving bank had the opinions about the contemporary service standard orientation overall and each item at highest level that one modern technology, good personality, understanding and customer relationship management. They also had the opinions about performance overall at high level in customer perspective and each item at good level in financial perspective, internal process perspectives and learning and

growth perspective.

The branch managers of government savings bank had not different opinions about contemporary service standard orientation as a whole in aspects of number of employees, number of customers deposit, number of loan customers and duration of operating. The branch managers of government savings bank had not different opinions about performance as a whole in aspects of number of employees, number of customers deposit, number of loan customers and duration of operating.

The analysis of the relationships and impact found that 1) Contemporary service standard orientation in modern technology has relationships and positive impact with the overall performance in customer perspective, internal process perspectives and learning and growth perspective 2) Contemporary service standard orientation in understanding has relationships and positive impact with the overall performance in customer perspective and learning and growth perspective and 3) Contemporary service standard orientation in customer relationship management has relationships and positive impact with the overall performance in customer perspective, internal process perspectives and learning and growth perspective.

In summary, contemporary service standard orientation has relationships and positive impact to performance. Therefore, the manager of government saving bank in the northeast region should emphasize more on the service standard to increase the professionalism and the service capacity. The improvement will maximize the customers' satisfaction and contribute the sustainable growth of the organization.

Keyword : Service Standard, Performance, Government Savings Bank

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างสูงยิ่งจากบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้ความอนุเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมิตรา จิระวุฒินันท์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ เสนอแนะ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องตลอดมาตั้งแต่ต้นจนแล้วเสร็จสิ้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูริศร์ พงษ์เพียจันทร์ หัวหน้าภาควิชาการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ และอาจารย์ ดร.กาญจนา หินเฑาะว์ อาจารย์ประจำคณะการบัญชีและการจัดการ ที่ได้ให้คำแนะนำและช่วยเหลือในการตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัยในครั้งนี้ ตลอดจนคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนเจ้าของผลงาน ตำรา งานวิจัย และเอกสารทางวิชาการทุกฉบับ ที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาค้นคว้าก่อให้เกิดแนวคิดอันมีคุณค่า ต่องานวิจัยฉบับนี้

ขอขอบพระคุณผู้บริหารธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์และสละเวลาในการให้ข้อมูลและตอบแบบสอบถาม ทำให้ได้ข้อมูลที่เกิดประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย

ขอขอบพระคุณ บุคลากรคณะการบัญชีและการจัดการ ตลอดจนเพื่อนนิสิตหลักสูตรการจัดการเชิงกลยุทธ์ รุ่นที่ 43 ทุกท่าน ที่ช่วยเหลือสร้างแรงผลักดันและให้คำแนะนำในการจัดทำงานวิจัยให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา มารดา บุพการี ตลอดจนบูรพจารย์ และผู้มีพระคุณที่ให้การอบรมสั่งสอนประสิทธิ์ประสาทวิชา ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำความรู้ที่ได้รับไปพัฒนาการทำงานให้ดียิ่งขึ้นเพื่อประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติในอนาคตต่อไป

พูน ปณ ทิโต ชีเว

นัทรวัฒน์ ธนสัจจวัฒน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฌ
บัญชีตาราง.....	ฉ
บัญชีภาพประกอบ.....	ฌ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
สมมุติฐานการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธนาคารออมสิน.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	23
แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน.....	37
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	45
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	51
ประชากร.....	51

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	53
การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ	53
การเก็บรวบรวมข้อมูล	54
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	55
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
สัญลักษณ์ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	60
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	60
ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	62
ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยของสาขาธนาคารออมสิน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	64
ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	69
ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย.....	74
ตอนที่ 6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	79
ตอนที่ 7 วิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ.....	83
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	94
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	94
สรุปผล	95
อภิปรายผล.....	97
ข้อเสนอแนะ.....	102
บรรณานุกรม.....	103

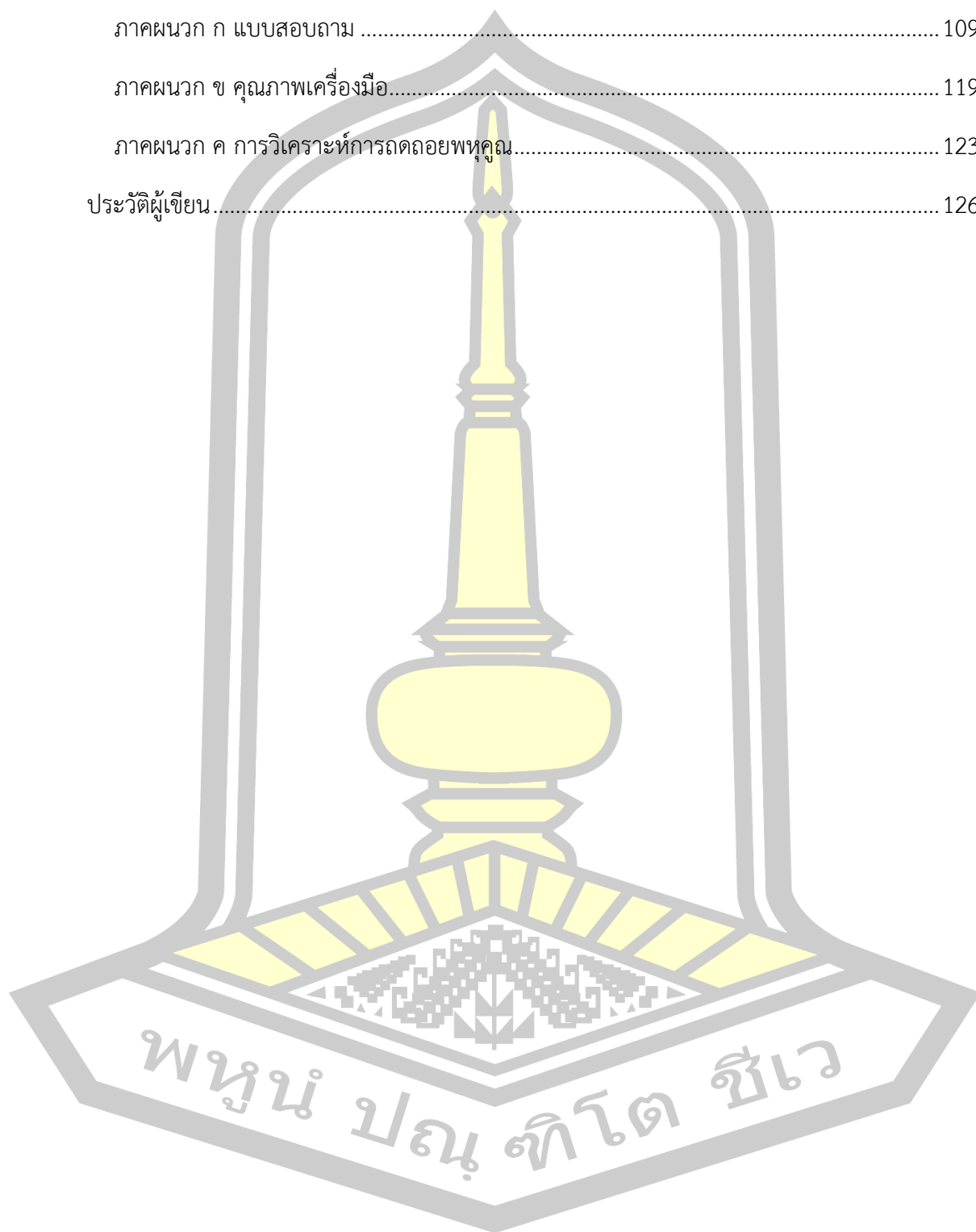
ภาคผนวก..... 108

 ภาคผนวก ก แบบสอบถาม 109

 ภาคผนวก ข คุณภาพเครื่องมือ..... 119

 ภาคผนวก ค การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ..... 123

ประวัติผู้เขียน 126

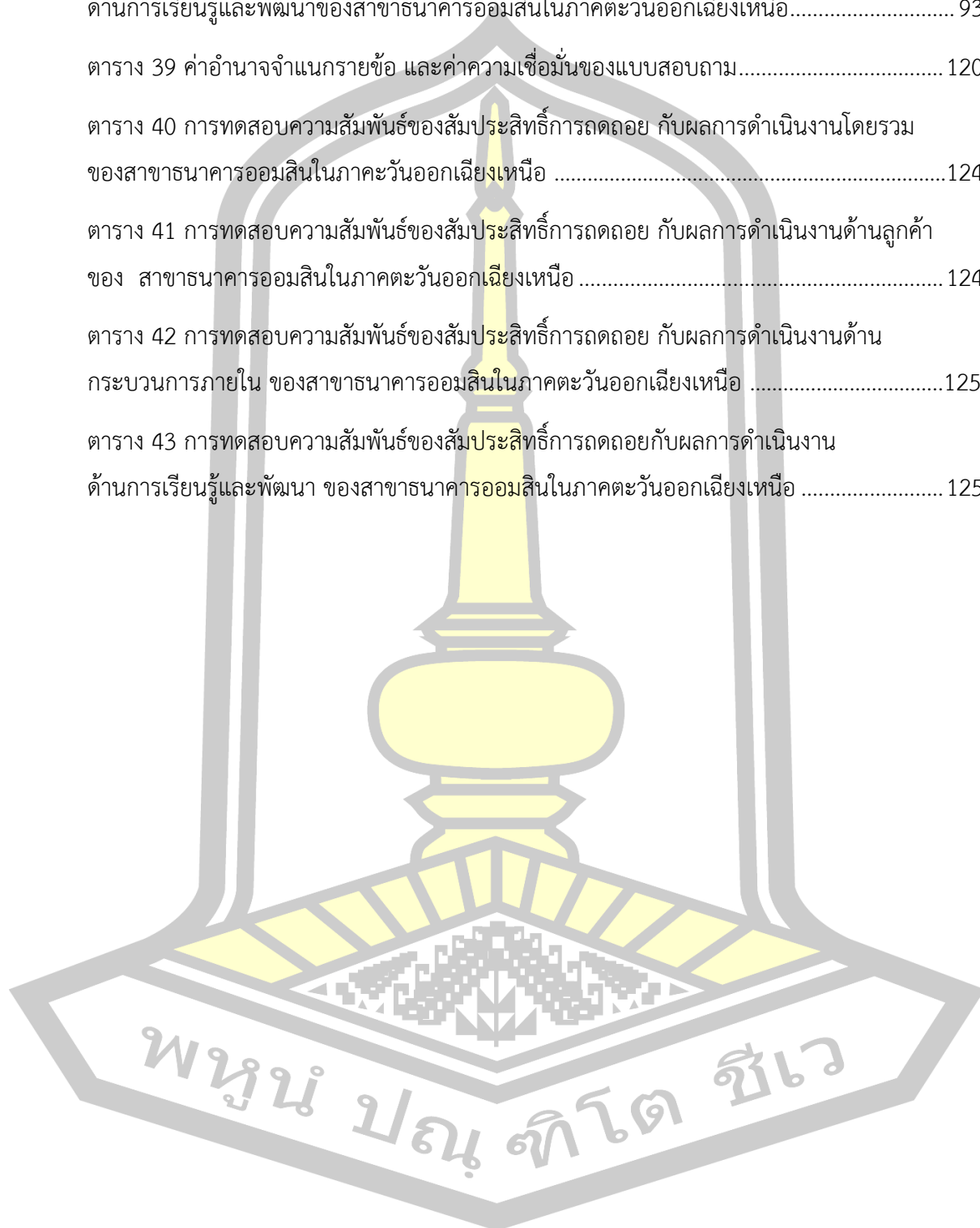


บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
ตาราง 1 จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามจังหวัด	52
ตาราง 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	60
ตาราง 3 ข้อมูลทั่วไปของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	62
ตาราง 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	64
ตาราง 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นรายชื่อ ของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	65
ตาราง 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดีเป็นรายชื่อ ของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	66
ตาราง 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างความเข้าใจ เป็นรายชื่อ ของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	67
ตาราง 8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นรายชื่อ ของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	68
ตาราง 9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน โดยรวมและรายด้าน ของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	69
ตาราง 10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน เป็นรายชื่อ ของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	70
ตาราง 11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า เป็นรายชื่อ ของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	71
ตาราง 12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน เป็นรายชื่อของ ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	72
ตาราง 13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา เป็นรายชื่อของ ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	73

ตาราง 25 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน โดยรวม ของผู้จัดการสาขา ธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีจำนวนลูกค้าเงินกู้แตกต่างกัน (ANOVA)	81
ตาราง 26 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน เป็นรายด้าน ของผู้จัดการสาขา ธนาคารออมสินที่มีจำนวนลูกค้าเงินกู้ แตกต่างกัน (MANOVA)	81
ตาราง 27 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน โดยรวม ของผู้จัดการสาขา ธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขา แตกต่างกัน (ANOVA)	82
ตาราง 28 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน เป็นรายด้าน ของผู้จัดการสาขา ธนาคารออมสินที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขาแตกต่างกัน (MANOVA)	82
ตาราง 29 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงาน โดยรวมของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	84
ตาราง 30 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับผลการดำเนินงานโดยรวม ของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	85
ตาราง 31 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน ของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	86
ตาราง 32 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับผลการดำเนินงานด้านการเงิน ของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	87
ตาราง 33 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า ของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	88
ตาราง 34 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับผลการดำเนินงานด้านลูกค้า ของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	89
ตาราง 35 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนิน งานด้านกระบวนการภายใน ของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	90
ตาราง 36 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับผลการดำเนินงานด้าน กระบวนการภายใน ของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	91
ตาราง 37 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนิน งานด้านการเรียนรู้พัฒนา ของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	92

ตาราง 38 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้และพัฒนาของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	93
ตาราง 39 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	120
ตาราง 40 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับผลการดำเนินงานโดยรวม ของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	124
ตาราง 41 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับผลการดำเนินงานด้านลูกค้า ของ สาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	124
ตาราง 42 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับผลการดำเนินงานด้าน กระบวนการภายใน ของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	125
ตาราง 43 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	125



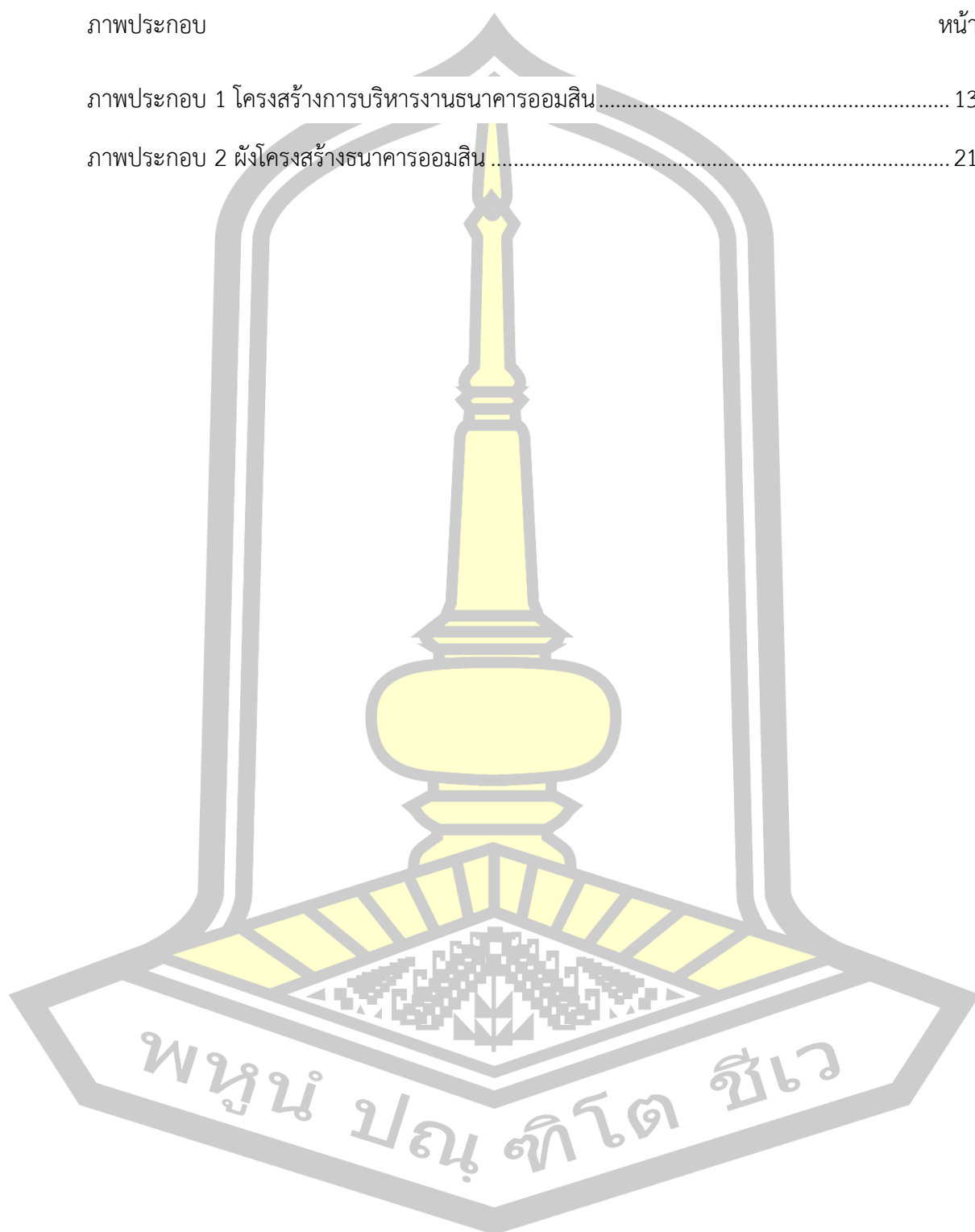
บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

ภาพประกอบ 1 โครงสร้างการบริหารงานธนาคารออมสิน..... 13

ภาพประกอบ 2 ผังโครงสร้างธนาคารออมสิน..... 21



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในภาวะเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีการพัฒนาและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้การดำเนินธุรกิจมีความซับซ้อนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจสินค้าและบริการที่มีความหลากหลายทั้งในด้านของคุณภาพและราคา ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา การดำเนินธุรกิจปรับเปลี่ยนจากการแข่งขันด้านราคาทำให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น การบริการจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ธุรกิจนำมาใช้ในการแข่งขัน โดยหวังที่จะทำให้ลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดี การกลับมาใช้บริการซ้ำและเกิดความจงรักภักดีมากขึ้น ซึ่งในอีกมุมมองหนึ่งหากลูกค้าเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อตัวสินค้าหรือบริการจะส่งผลอย่างรุนแรงต่อตัวองค์กร คือ การปฏิเสธจากตัวสินค้าและบริการขององค์กร การบอกต่อไปยังลูกค้ารายอื่น ทำให้ลูกค้าหันไปสนใจสินค้าอื่น ที่สามารถมอบความพึงพอใจได้มากกว่าสินค้าเดิม ทั้งนี้ยังรวมถึงพฤติกรรม การให้บริการไม่ว่าจะเป็นสีหน้า ท่าทาง บุคลิกภาพที่แสดงออกในขณะที่ให้บริการล้วนเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเช่นกัน โสภณ ภูเก้าล้วน (2557: 8) ดังนั้น มาตรฐานบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญและมีบทบาทสำหรับธุรกิจแทบจะทุกธุรกิจ ในปัจจุบันและอดีตที่ผ่านมาการบริการเป็นเสมือนหน้าต่างขององค์กรที่สร้างความประทับใจแรกพบของลูกค้าที่ได้รับการบริการครั้งแรกเป็นอย่างดี ปัจจุบันธุรกิจเพิ่มคุณค่าโดยนำมาตรฐานการบริการใหม่ ๆ มายกระดับศักยภาพการบริการของธุรกิจ การให้บริการที่ครบวงจร เพื่อให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจอื่นได้ และครองใจลูกค้าในระยะยาว พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล (2557: เว็บไซต์) การกำหนดขั้นตอน แนวทาง และกระบวนการทำงานในองค์กรจะเป็นส่วนช่วยให้การบริการมีความชัดเจนและเป็นมาตรฐานมากขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ต้องมีมาตรฐานกำหนดในตัวอยู่แล้วขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะสามารถนำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับองค์กร บุคลากร และสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากเพียงใด เป็นส่วนช่วยให้องค์กรสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ ทำให้มีผลการดำเนินงานที่ดีและสามารถประสบความสำเร็จทั้งในปัจจุบันและอนาคต สมชาติ กิจยรรยง (2556: 37)

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย (Contemporary Service Standard Orientation) เป็นการให้ความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการปฏิบัติงานบริการให้เข้ากับยุคสมัย ทำให้บุคลากรทุกคนทราบถึงบทบาทหน้าที่ วิธีการปฏิบัติต่อลูกค้าที่สอดคล้องกับนโยบายขององค์กร รวมทั้งพฤติกรรมอันควรปฏิบัติต่อลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล (2557: 90) ในทุกส่วนกิจกรรมขององค์กร ผู้จัดการซึ่งเป็นผู้ที่ดูแลมาตรฐานและการปฏิบัติงาน

การทำหน้าที่ต่าง ๆ ของบุคลากรอย่างใกล้ชิด ย่อมทราบถึงการให้ความสำคัญกับมาตรฐานการปฏิบัติงาน ที่นำมาใช้ในการทำงานหรือการบริหารงาน เช่น การให้บริการลูกค้า การพูดคุยกับลูกค้า การใช้เทคโนโลยีในองค์กร และในส่วนอื่นที่มีผลกระทบต่องาน โดยข้อมูลที่ได้ผ่านมาจากบุคลากรระดับปฏิบัติงาน ระดับกลาง จนมาถึงผู้จัดการย่อมมีแนวโน้มของความถูกต้อง ความชัดเจนสูง และมีความน่าเชื่อถือได้ ธนาคารออมสิน (2559: เว็บไซต์) ซึ่งมาตรฐานการบริการร่วมสมัย สามารถวัดได้จากกระบวนการทำงานขององค์กร ประกอบด้วย 1) การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (Modern Technology) 2) การสร้างบุคลิกภาพที่ดี (Good Personality) 3) การสร้างความเข้าใจ (Understanding) และ 4) การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship) พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล (2557: 90) การมีมาตรฐานในการบริการเป็นส่วนช่วยสร้างคุณภาพงานบริการให้เหนือกว่าคู่แข่ง โดยอาศัยความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และการปฏิบัติงานที่ดี เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2556: 60) ดังนั้น ผู้จัดการต้องให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริการร่วมสมัย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริการที่สอดคล้องกับ ความเปลี่ยนแปลงที่เป็นปัจจุบัน ทำให้สามารถเพิ่มลูกค้า เพิ่มยอดขาย เพิ่มยอดเงินฝาก และอื่น ๆ ที่จะส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรให้ประสบความสำเร็จได้

ผลการดำเนินงาน (Performance) เป็นผลลัพธ์ที่มาจากการดำเนินงานขององค์กรที่สำเร็จ บรรลุตามเป้าหมาย และแผนงานที่ได้มีการกำหนดไว้แล้ว ทั้งในด้านของตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน ที่บ่งบอกถึงแนวทางในการบริหารการทำงานขององค์กร ซึ่งวัดได้จากปริมาณและคุณภาพของผลการดำเนินงาน โดยการใช้ทรัพยากรอย่างเต็มศักยภาพและสามารถวัดผลลัพธ์ของงานหรือความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร ผลการดำเนินงานที่นำมาใช้ชี้วัดองค์กรนั้นมีองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ 1) ด้านการเงิน (Financial Perspective) 2) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) 3) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และ 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective) นิรมิต เทียมทัน (2555: 275-283) องค์กรที่ต้องการความสำเร็จจะต้องมีการวางแผน มีกระบวนการทำงาน มีการบริหารงานที่เป็นมาตรฐานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เผชิญอยู่ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับสถาบันอื่น ๆ ได้ ซึ่งการได้มาซึ่งความสำเร็จนั้นองค์กรจะต้องมีการจัดการเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการร่วมสมัยเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งในปัจจุบันและอนาคต มาตรฐานการบริการ (2557: เว็บไซต์)

ธนาคารออมสิน (Government Savings Bank) เป็นสถาบันการเงินในรูปแบบรัฐวิสาหกิจ ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ออมกับผู้ต้องการใช้เงิน โดยให้บริการผ่านทางธุรกรรมทางการเงิน การลงทุน เงินฝาก เงินกู้ และอื่น ๆ ปัจจุบัน การแข่งขันของสถาบันการเงินที่สูงไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละสถาบัน มาตรฐานการบริการ พฤติกรรมการให้บริการที่แตกต่างกันทำให้สถาบันการเงินจึงต้องปรับเปลี่ยน

การให้บริการที่เน้นลูกค้ามาบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้ามากขึ้นตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไป เพื่อเพิ่มศักยภาพให้องค์กร และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งในปัจจุบันและอนาคต ทั้งนี้ธนาคารออมสินจึงต้องมีการบริหารมาตรฐานการบริการร่วมสมัยโดยอาศัยผู้จัดการ และพนักงานทุกคนในสาขาเป็นกลไกในการบริการให้เกิดประสิทธิภาพและเป็นไปตามมาตรฐานที่องค์กรได้กำหนดไว้ ซึ่งจะส่งผลต่อการดำเนินงาน และการแข่งขันทั้งในปัจจุบันและอนาคต ธนาคารออมสิน (2559: เว็บไซต์)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีสนใจที่ศึกษาวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขานาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของสาขานาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้จัดการสาขานาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถใช้เป็นแนวทางการบริหารงาน พัฒนาและวางแผนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพของสาขานาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อเป็นข้อมูลและข้อสนเทศถึงการให้ความสำคัญ ในการบริหารงานขององค์กร สามารถช่วยในการตัดสินใจของผู้จัดการสาขา ได้บริหารงานอย่างมีระบบ มีแบบแผน ส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ และเติบโตได้อย่างมั่นคงในทุกยุคทุกสมัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยของสาขานาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของสาขานาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขานาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
4. เพื่อทดสอบผลกระทบของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยที่มีต่อผลการดำเนินงานของสาขานาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
5. เพื่อเปรียบเทียบการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยของสาขานาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีจำนวนพนักงาน จำนวนลูกค้าเงินฝาก จำนวนลูกค้าเงินกู้ และระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขาแตกต่างกัน

6. เพื่อเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีจำนวนพนักงาน จำนวนลูกค้าเงินฝาก จำนวนลูกค้าเงินกู้ และระยะเวลาในการดำเนินงานของ สาขาแตกต่างกัน

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อใช้เป็นข้อสนเทศให้เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐาน การบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขานาการอมสินภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้จัดการสาขาในการกำหนดการบริการที่มีคุณภาพ ส่งผลต่อผล การดำเนินงานของสาขานาการอมสินภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อเป็นข้อสนเทศในการส่งเสริมการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยของสาขา านาการอมสินภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
4. เพื่อเป็นข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจของผู้จัดการสาขานาการอมสินภาค ะวันออกเฉียงเหนือ
5. เพื่อเป็นข้อสนเทศในการพัฒนา ปรับปรุงและวางแผนการดำเนินงานของสาขานาการ ออมสินภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการ ดำเนินงานของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

1. การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย (Contemporary Service Standard Orientation) โดยประยุกต์จากแนวคิดมาตรฐานการบริการของ พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกศากุล (2557: 90) ประกอบด้วย
 - 1.1 ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (Modern Technology)
 - 1.2 ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี (Good Personality)
 - 1.3 ด้านการสร้างความเข้าใจ (Understanding)
 - 1.4 ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management)

2. ผลการดำเนินงาน (Performance) โดยประยุกต์จากแนวคิดการวัดผล

การดำเนินงานแบบดุลยภาพของ นีรมิต เทียมทัน (2555: 59-62) ประกอบด้วย

- 2.1 ด้านการเงิน (Financial Perspective)
- 2.2 ด้านลูกค้า (Customer Perspective)
- 2.3 ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective)
- 2.4 ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective)

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Simple Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 251 คน ธนาคารออมสิน (2559: เว็บไซต์)
2. พื้นที่ที่ใช้ในการทำวิจัย ได้แก่ ธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล วันที่ 1 เมษายน – 31 พฤษภาคม 2561
4. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มที่ 1 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยและผลการดำเนินงานของสาขานักออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย

ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลการดำเนินงาน

กลุ่มที่ 2 การเปรียบเทียบการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยและผลการดำเนินงานของสาขานักออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ จำนวนพนักงาน จำนวนลูกค้าเงินฝาก จำนวนลูกค้าเงินกู้

ระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขา

ตัวแปรตาม ได้แก่ การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย และผลการดำเนินงาน

สมมุติฐานการวิจัย

1. การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของสาขานักออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของสาขานักออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3. สาขานาการออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีจำนวนพนักงาน จำนวนลูกค้า เงินฝาก จำนวนลูกค้าเงินกู้ และระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขาแตกต่างกัน มีการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยแตกต่างกัน
4. สาขานาการออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีจำนวนพนักงาน จำนวนลูกค้า เงินฝาก จำนวนลูกค้าเงินกู้ และระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขาแตกต่างกัน มีผลการดำเนินงานแตกต่างกัน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ธนาคารออมสิน (Government Saving Bank) หมายถึง สถาบันการทางการเงินของประเทศไทยที่มีรูปแบบเป็นรัฐวิสาหกิจ โดยให้บริการผ่านทางธุรกรรมทางการเงิน เงินฝาก เงินกู้ และอื่น ๆ ในรูปแบบสถาบันการเงินที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง
2. ผู้จัดการสาขา (Branch Managers) หมายถึง ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจสูงสุดในสาขา และปฏิบัติงานตามนโยบายและกฎระเบียบที่ธนาคารออมสินกำหนดไว้
3. การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย (Contemporary Service Standard Orientation) หมายถึง การให้ความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการในการปฏิบัติงานบริการของพนักงานที่มีรูปแบบและเป็นมาตรฐานเดียวกัน ทำให้พนักงานทราบถึงวิธีการปฏิบัติงานบริการในแต่ละสถานการณ์ บุคลากรทุกคนเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ วิธีปฏิบัติตน รวมถึงพฤติกรรมการบริการที่ควรปฏิบัติต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่เข้ากั้บุคคลสมัยและเป็นปัจจุบัน ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจประกอบด้วย
 - 3.1 ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (Modern Technology) หมายถึง กระบวนการในการนำสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยมาปรับใช้ในองค์กร เพื่อแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้ทันท่วงที หรือช่วยลดระยะเวลาและอำนวยความสะดวกให้แก่องค์กร ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้มีความรวดเร็วและคล่องตัวมากยิ่งขึ้น
 - 3.2 ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี (Good Personality) หมายถึง กระบวนการในการสร้างคุณลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์การบริการขององค์กร โดยการแสดงออกผ่านพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานที่สามารถปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมที่เผชิญอยู่ให้มีคุณลักษณะที่ดี น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับ

3.3 ด้านการสร้างความเข้าใจ (Understanding) หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารที่น่าเชื่อถือ จากตัวองค์กรหรือพนักงานไปยังผู้ใช้บริการ โดยการมุ่งเน้นให้พนักงานและผู้ใช้บริการเข้าใจ ถึงเนื้อหาหรือข้อมูลร่วมกันอย่างถูกต้องและสอดคล้องกับสถานการณ์

3.4 ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมใหม่ ๆ ที่องค์กรนำมาพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยการสร้างความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง การรักษาลูกค้าทั้งรายเก่าและรายใหม่ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในสินค้า และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อองค์กรในระยะยาว

4. ผลการดำเนินงาน (Performance) หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรม และการปฏิบัติงาน โดยมีการวัดหรือประเมินผลเปรียบเทียบกับจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายเพื่อให้เกิดผลตามจุดมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ประกอบด้วย

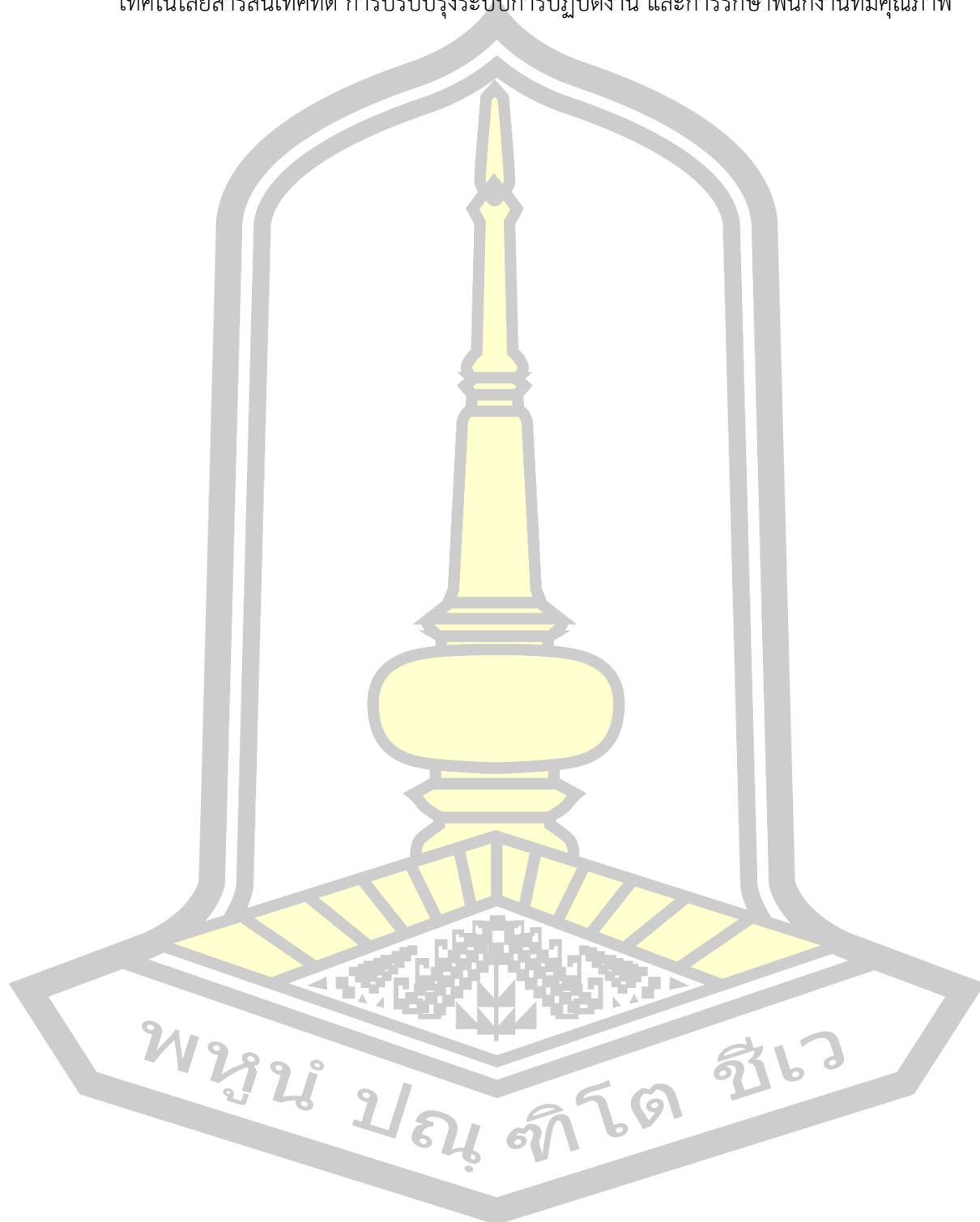
4.1 ด้านการเงิน (Financial Perspective) หมายถึง ผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องกับการเงิน โดยวิธีการดำเนินงานและการบริหารขององค์กรมีส่วนช่วยในการปรับปรุงองค์กรให้ดีขึ้น ได้แก่ การลดลงหรือเพิ่มขึ้นของต้นทุน การเพิ่มขึ้นของกำไร และการบรรลุวัตถุประสงค์ทางการเงิน

4.2 ด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง ผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ในด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ในด้านการรักษาลูกค้ารายเดิม การแสวงหาลูกค้ารายใหม่ และการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเนื่องจากลูกค้ามีอิทธิพลที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการบริหารงานขององค์กร

4.3 ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) หมายถึง ผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการดำเนินงานภายในขององค์กร ที่ช่วยให้องค์กรสามารถนำข้อเสนอต่าง ๆ มาช่วยในการสร้างคุณค่าเพื่อดึงดูดและรักษาลูกค้าไว้ โดยการพัฒนาทางด้านการดำเนินงานที่รวดเร็ว กระบวนการที่มีคุณภาพ รวมไปถึงการบริหารงานที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ

4.4 ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective) หมายถึง ผลลัพธ์ในการดำเนินงาน ที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการที่นำมาแก้ไขปัญหาและพัฒนาองค์กร

ในเรื่องของวิธีการ แนวคิดหรือรูปแบบใหม่ ๆ ได้แก่ การฝึกอบรมพนักงาน การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดี การปรับปรุงระบบการปฏิบัติงาน และการรักษาพนักงานที่มีคุณภาพ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขารณาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธนาคารออมสิน
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 4.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธนาคารออมสิน

1. ความเป็นมาของธนาคารออมสิน

เนื่องด้วยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อครั้งยังดำรงพระราชอิสริยยศเป็นสยามมกุฎราชกุมาร ได้เสด็จออกไปทรงศึกษาวิชาการอยู่ในประเทศอังกฤษเป็นเวลา 9 ปี พระองค์ท่านได้ ทรงเห็นแบบอย่าง และวิธีการคลังออมสิน ซึ่งดำเนินการอยู่ในการประเทศอังกฤษ ภายใต้การอำนวยการของ เอดิเนเบอร์กเซฟวิ่งแบงก์ (Edinburgh Savings Bank) ซึ่งเป็นการคลังออมสินที่ทันสมัย แห่งแรกของอังกฤษซึ่งตั้งขึ้นเมื่อ ค.ศ. 1910 ตรงกับ พ.ศ. 2353 ก็ทรงสนพระทัยที่จะให้มีการคลังออมสินขึ้นในประเทศไทยบ้าง ครั้นเมื่อเสด็จเถลิงถวัลยราชสมบัติแล้ว ในปีพุทธศักราช 2456 ได้ทรงมีพระราชปรารภว่า "การรักษาทรัพย์สมบัติซึ่งพระราชราษฎร ได้อุตสาหกรรม ประกอบการทำมาค้าขาย มีกำไรออมไว้เป็นทุนรอนได้แล้ว แต่การรักษาให้ปราศจากอันตรายยังเป็นการลำบาก เพราะไร้ที่ฝากฝัง อันมั่นคง ส่วนการที่ประชาชนออมสินไว้เพื่อประโยชน์การยืนยาว ข้างหน้าไม่จับจ่ายเพื่อความเพลิดเพลิน ใจชั่วขณะนั้นเป็นสิ่งที่ควรอุดหนุนอย่างยิ่ง"

ใน พ.ศ. 2450 พระองค์จึงทรงจัดเตรียมสำนักงานคลังออมสินขึ้น ณ วังที่ประทับของพระองค์ คือพระตำหนักสวนจิตรลดา (พระตำหนักหลังเหนือซึ่งรวมอยู่ใน บริเวณสวนปารุสกวัน) พร้อมด้วยสมุดบัญชีเอกสารและตู้เซฟ เมื่อได้ทรงเตรียมการไว้เรียบร้อยแล้ว วันหนึ่ง พระองค์จึงมีรับสั่งให้มหาดเล็กของพระองค์ขึ้นเฝ้าพร้อมกัน ณ มุขพระตำหนักชั้นบนแล้วก็ทรงประกาศ ตั้งแบงก์ พร้อมกับทรงชี้แจงรายละเอียดถึงวิธีการฝากเงิน และการถอนเงิน ตลอดจนระเบียบแบบแผน ข้อบังคับต่าง ๆ ของแบงก์ให้เข้าใจโดยทั่วกันและทรงพระราชทานนามแบงก์นั้นว่า "ลีฟอเทีย" ต่อมาในปีพุทธศักราช 2456 ได้โปรดให้ตราพระราชบัญญัติคลังออมสิน พ.ศ. 2456 ขึ้น และประกาศใช้เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2456 เรียกว่า "คลังออมสิน" สังกัดกระทรวงพระคลังมหาสมบัติ โปรดเกล้าฯ พระราชทานเงินทุนประเดิมจ่ายจากเงินคงพระคลังมหาสมบัติหนึ่งแสนบาท เพื่อเป็นทุนดำเนินการ

ครั้นเมื่อกระทรวงพาณิชย์และคมนาคมได้ดำเนินการตามโครงการดังกล่าวข้างต้นแล้ว จึงได้ทำการส่งมอบและรับมอบงานคลังออมสิน เมื่อวันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2472 โดยให้แผนกคลังออมสิน กรมไปรษณีย์โทรเลข ซึ่งรับโอนงานจากกรมพระคลังมหาสมบัติและกรมศุลกากรมารวมจัดทำด้วยกันเป็นที่ทำการคลังออมสินกลาง สถานที่ทำการคลังออมสินกลางในครั้งนั้น ตั้งอยู่ที่ตัวตึกอันเป็นส่วนหนึ่งของสถานทูตอังกฤษเก่า ณ ตำบลบางรัก (ก่อนที่จะสร้างตึกที่ทำการไปรษณีย์กลางในปัจจุบันนี้) ส่วนการคลังออมสิน ณ ที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขและอำเภอในพระนครธนบุรี และคลังออมสินในต่างจังหวัด ซึ่งโอนจากคลังจังหวัดมาอยู่กับที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขจังหวัดนั้น ในทางปฏิบัติเกี่ยวกับการคลังออมสินแล้ว ให้ขึ้นตรงต่อคลังออมสินกลาง นับแต่บัดนี้เป็นต้นมา ประชาชนก็เริ่มรู้จักประโยชน์ของคลังออมสินขึ้นโดยลำดับ ภายในระยะเวลาตั้งแต่ พ.ศ.2472 ถึงต้นปี พ.ศ. 2475 ปรากฏว่ามีผู้ฝากและจำนวนเงินรับฝากเพิ่มขึ้น ดังนี้ เมื่อแรกรับงานคลังออมสินจากกระทรวงพระคลังจากกระทรวงพระคลังมหาสมบัติ มีจำนวนผู้ฝาก 18,682 ราย เงินที่รับฝาก 2,650,074 บาท ใน พ.ศ. 2473 มีจำนวนผู้ฝาก 23,576 ราย เงินที่รับฝาก 2,890,407 บาท ใน พ.ศ. 2474 มีจำนวนผู้ฝาก 30,839 ราย เงินที่รับฝาก 3,884,433 บาท ทั้งนี้นับได้ว่าพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาประชาธิปก พระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระบรมราโชบายอันเลิศที่ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินงานให้ประชาชนได้รับความสะดวก จนบังเกิดความนิยม เลื่อมใสในกิจการและความมีหลักฐานมั่นคงของคลังออมสิน จัดได้ว่าเป็นพระมหากรุณาธิคุณการคลังออมสินเป็นล้นเกล้าทั้งนี้ประกอบกับ พระปรีชาสามารถของพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธินเสนาบดีกระทรวงพาณิชย์และคมนาคมที่ได้ทรงวางแผนการดำเนินงานอย่างเหมาะสมยิ่ง

เมื่อประเทศไทยได้เปลี่ยนระบอบการปกครองเป็นประชาธิปไตย เมื่อ 24 มิถุนายน 2475 รัฐบาลในระบอบใหม่ได้เห็นความสำคัญของการคลังออมสินอยู่มากจึงได้ปรับปรุง ส่งเสริมและขยาย

กิจการเป็นอันดับ ทั้งในด้านวิธีการ จำนวนเงินฝาก เปิดการรับฝากเงินประเภทต่าง ๆ เพื่อให้เป็นที่นิยมของผู้ฝาก และปรับปรุงด้านการโฆษณาเผยแพร่คุณประโยชน์และกิจการของคลังออมสิน ให้แพร่หลายแก่ประชาชนมากที่สุดเท่าที่จะกระทำได้เพราะรัฐบาลได้พิจารณาเห็นว่า คลังออมสินเป็นสถาบันของการรวมและระดมทุนซึ่งอยู่ในโครงการปรับปรุงเศรษฐกิจ ของบ้านเมือง อันควรส่งเสริมและปรับปรุงให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นกล่าวคือ เมื่อวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2475 ได้มีพระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบราชการสำนักงานและกรมในกระทรวงเศรษฐกิจ พุทธศักราช 2476 มาตรา 17 แบ่งส่วนราชการคลังออมสินขึ้นเป็นกอง เรียกว่า “กองคลังออมสินและธนาณัติ” ขึ้นอยู่กับกรมไปรษณีย์โทรเลข ครั้นต่อมาเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม พ.ศ. 2477 ได้มีพระราชกฤษฎีกาฉบับใหม่ขึ้นอีกฉบับเรียกว่า พระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบราชการสำนักงานและกรมในกระทรวงเศรษฐกิจ พุทธศักราช 2477 มาตรา 19 ให้คลังออมสินคงเป็นกอง เรียกว่า “กองคลังออมสิน” โดยแต่งตั้งให้นายสวัสดิ์ โสคติทัตเป็นหัวหน้ากอง

ต่อมาภายหลังเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลง รัฐบาลได้เห็นถึงคุณประโยชน์ของการออมทรัพย์และความสำคัญของ คลังออมสินที่มีต่อการพัฒนาประเทศ จึงได้ยกฐานะของคลังออมสินขึ้นเป็นองค์การของรัฐ มีฐานะเป็นนิติบุคคล ดำเนินธุรกิจภายใต้ “พระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พ.ศ. 2489” มีการบริหารงาน โดยอิสระ ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการ ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง เริ่มดำเนินธุรกิจในฐานะธนาคาร ออมสิน ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2490 และคำว่า “คลังออมสิน” ก็ได้เปลี่ยน เป็นคำว่า “ธนาคารออมสิน” นับแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

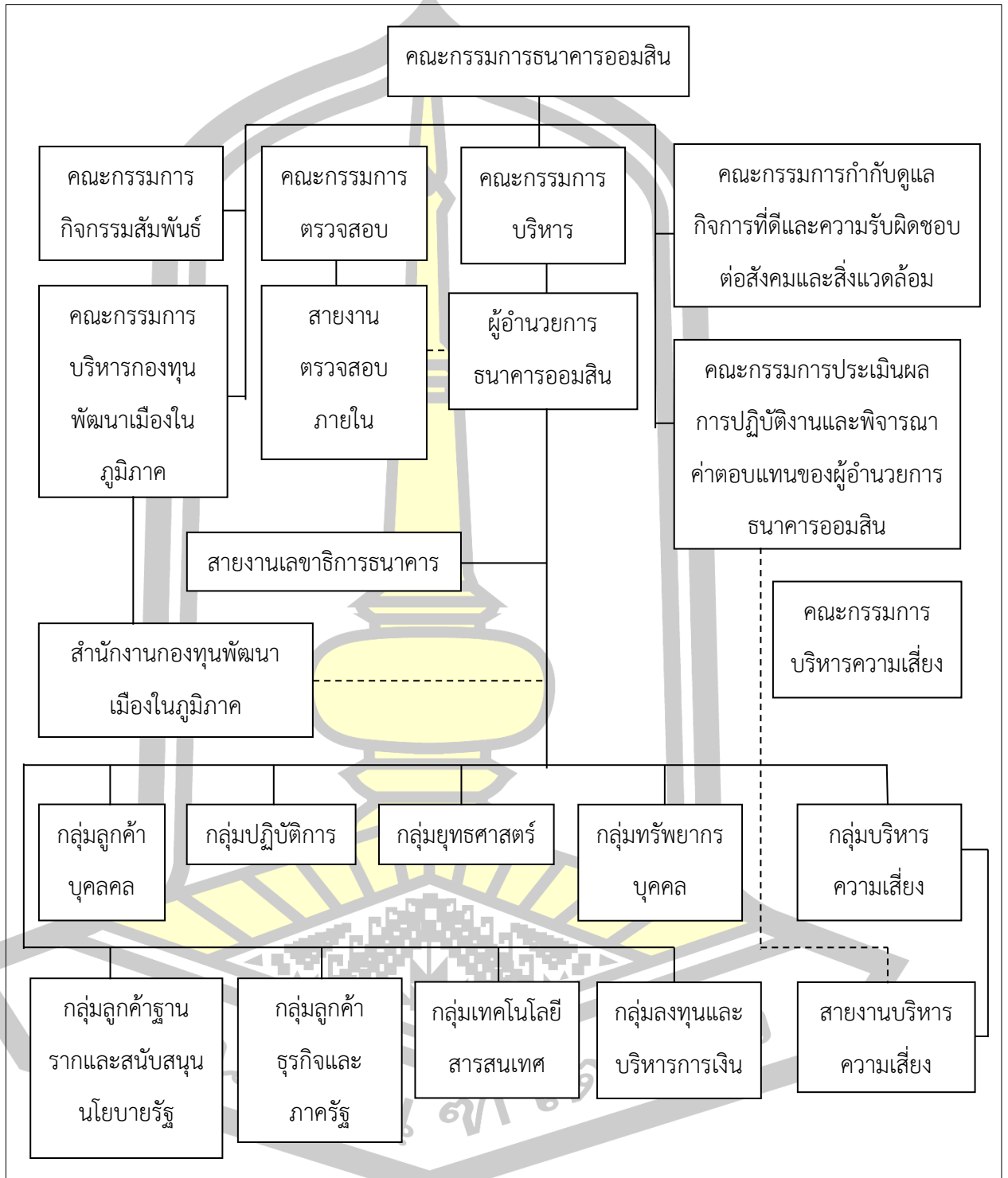
ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธนาคารออมสินได้เปลี่ยนแปลง ปรับปรุงพัฒนาระบบ การดำเนินงานและการบริการในทุกด้านอย่างเป็นพลวัต ปัจจุบันมีจำนวนสาขาทั้งหมด 1,039 แห่งทั่วประเทศ ธนาคารจึงได้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ เพื่อรักษา ฐานลูกค้ามากกว่า 26 ล้านบัญชี โดยระดมทรัพยากรในทุกด้าน เตรียมการเพื่อปรับปรุง ภาพลักษณ์ และรูปแบบการให้บริการ ที่ทันสมัยและครบวงจรยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการให้บริการที่ สอดคล้องต่อความต้องการและครอบคลุม ทุกกลุ่มทุกอาชีพและทุกช่วงวัยนับแต่บัดนั้นเป็นต้นมา (ธนาคารออมสิน, 2559)

2. โครงสร้างการบริหาร

โครงสร้างการบริหารงานของธนาคารออมสิน เห็นได้ว่า การบริหารงานของธนาคารออมสิน ขึ้นอยู่กับคณะกรรมการบริหารธนาคารออมสิน คณะกรรมการบริหารธนาคารออมสิน แบ่งออกเป็นคณะกรรมการหลักและย่อย ได้แก่ คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการกิจการสัมพันธ์ คณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาเมืองในภูมิภาค คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม คณะกรรมการประเมินผลการปฏิบัติ และพิจารณาค่าตอบแทนของผู้อำนวยการธนาคารออมสิน คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ซึ่งตามโครงสร้างการบริหารงานของธนาคารออมสิน พบว่า ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน

จะบริหารงานภายใต้การควบคุมดูแลโดยคณะกรรมการบริหารมีหน่วยงานหลักในความควบคุม โดยตรงต่อผู้อำนวยการธนาคารออมสินหลายหน่วยงาน เช่น ฝ่ายบริหารความเสี่ยง และฝ่ายตรวจสอบภายใน เป็นต้น จากนั้นการบริหารส่วนใหญ่จะกระจายไปยังหน่วยงานย่อยในสำนักงานใหญ่ และกระจายไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ในส่วนภูมิภาคในที่สุด ดังในภาพประกอบ 1 ธนาคารออมสิน (2559: เว็บไซต์)





ภาพประกอบ 1 โครงสร้างการบริหารงานธนาการอมสิน

ที่มา : ธนาการอมสิน (2559: เว็บไซต์)

3. วิสัยทัศน์ ค่านิยม พันธกิจ และแนวนโยบายผู้ถือหุ้นภาครัฐ

ธนาคารออมสิน มีสถานะรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงการคลัง เป็นธนาคารเพื่อลูกค้ารายย่อยเน้นการให้สินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบท พัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย โดยมีรูปแบบของสินเชื่อและชนิดการฝากเงินรายย่อยมากมาย อีกทั้งยังสร้างเงินทุนหมุนเวียนในกลุ่มชุมชน โครงการธนาคารเพื่อประชาชน โดยให้สินเชื่อระยะสั้น แก่ผู้ประกอบการรายย่อย (ให้ประชาชนมาเป็นหนี้ในระบบที่สามารถตรวจสอบได้ และการเก็บดอกเบี้ยตามความเป็นจริง) เป็นช่องทางการรับและจ่ายเงินกู้จากโครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง อีกทั้งยังลงทุนในการพัฒนาประเทศ ของหน่วยงานรัฐบาลและรัฐวิสาหกิจ ให้บริการรูปแบบเงินฝากที่หลากหลาย เหมาะสมกับแต่ละช่วงวัย รวมทั้งมีการให้บริการตามหลักศาสนาอิสลาม

วิสัยทัศน์ คือ เป็นผู้ดำเนินการส่งเสริมการออม เพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน และเสริมสร้างความสุขและอนาคตที่มั่นคงของประชาชน

ค่านิยม คือ รับผิดชอบต่อสังคม อุทิศตนเพื่อองค์กร ยืนหยัดในความถูกต้อง สู้ความเป็นเลิศในทุกด้าน

พันธกิจ ได้แก่ ส่งเสริมการออม และสร้างวินัยทางการเงิน สนับสนุนการลงทุนและการพัฒนาประเทศ ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้บริการทางการเงินครบวงจรที่ตอบสนองและทันต่อความต้องการของประชาชน เป็นธนาคารเพื่อสังคม

แนวนโยบายผู้ถือหุ้นภาครัฐ คือ มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ชุมชน และเศรษฐกิจฐานราก และส่งเสริมการออมของประชาชน โดยมีการบริหารจัดการซึ่งสนับสนุนโดยระบบข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ

4. ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสิน

ธนาคารออมสินดำเนินงานทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคม บนพื้นฐานของปรัชญากรอบวิสัยทัศน์และพันธกิจของธนาคาร และมุ่งมั่นที่จะเป็นสถาบันทางการเงิน ที่เชื่อมโยงสังคมไทยให้มีความมั่นคงภายใต้สภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดี เพื่ออนาคตที่ยั่งยืน โดยแนวทางการดำเนินงานทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารได้ถูกถ่ายทอดไปยังหน่วยงานภายในธนาคารออมสิน ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และเป็นการปลูกฝังความรับผิดชอบต่อสังคม แก่บุคลากรของธนาคาร การสร้างมาตรฐานการทำงานตามหลักสากล การเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน เยาวชน และสิ่งแวดล้อม เพื่อเชื่อมโยงสังคมไทยให้อยู่ได้อย่างยั่งยืน ธนาคารออมสินได้แสดงถึงความมุ่งมั่น ในการส่งเสริมนโยบายทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้มีความเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น โดยได้มีการเพิ่มนโยบายการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม ในภาระหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคาร ทั้งนี้ได้มีการจัดทำแผนแม่บทด้านความรับผิดชอบต่อ

ต่อสังคม เพื่อกำหนดกรอบ นโยบาย แผนกลยุทธ์ให้มีความชัดเจนตามมาตรฐานสากลและให้ทุกหน่วยงานนำไปปฏิบัติในแนวทางเดียวกันอย่างเหมาะสม

โดยการดำเนินงานทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ธนาคาร กำหนดมีวัตถุประสงค์ที่จะตอบสนองความต้องการและความจำเป็น ของ 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ลูกค้า (Stakeholders Interest) การดำเนินงานภายในองค์กร (In-House Interest) และการดำเนินงานภายนอก (Public Relation Interest) ดังนี้ ธนาคารออมสิน (2559: เว็บไซต์)

4.1 ลูกค้า (Stakeholders Interest) การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธนาคาร เป็นหนึ่งในแนวทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ธนาคารให้ความสนใจ โดยมุ่งหวังให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธนาคารได้รับรู้เข้าใจ และตระหนักถึงสิ่งที่ธนาคารออมสินได้มีส่วนช่วยเหลือสังคมและเยาวชน ซึ่งอยู่ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการเงินที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เยาวชน และสิ่งแวดล้อม เช่น ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่สนองตอบต่อคุณภาพชีวิต (สินเชื่อเพื่อผู้ประกอบการรายใหม่ สินเชื่อसानฝันสู่อาชีพ สินเชื่อพัฒนาชนบท สินเชื่อเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตข้าราชการ เป็นต้น) ผลิตภัณฑ์ทางการเงินพิเศษในโครงการระบบผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานทดแทนแบบผสมผสาน โครงการธนาคารชุมชน โครงการธนาคารโรงเรียน ซึ่งต่อยอดเป็นโครงการกีฬาธนาคารโรงเรียน และการประกวดวงดนตรี Symphonic band

นอกจากนี้ธนาคารออมสินยังให้ความสำคัญกับการรับฟัง ความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธนาคาร ดังจะเห็นได้จากการเปิดศูนย์รับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการบริการของธนาคาร ผ่าน 3 ช่องทาง คือ การร้องเรียนผ่านศูนย์รับเรื่องร้องเรียนสายด่วน (Call Center) โดยตรง การร้องเรียน ผ่านอีเมล การร้องเรียน ผ่านศูนย์รับเรื่องของภาครัฐ รวมถึงโครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าธนาคาร ซึ่งพบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มารับบริการของธนาคารออมสินในสาขาต่าง ๆ ทั่วประเทศ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจ และพอใจมาก สูงถึงร้อยละ 92%

4.2 การดำเนินงานภายในองค์กร (In-House Interest) : ธนาคารออมสินมุ่งเน้นในการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรจากภายในด้วยการพัฒนางานให้เป็นทั้งคนดีและ คนเก่ง โดยเริ่มจากการตอบสนองต่อความต้องการของพนักงานในขั้นพื้นฐาน ด้วยการให้ผลตอบแทนจากการตอบสนองต่อความต้องการของพนักงานในขั้นพื้นฐานด้วยการให้ผลตอบแทนจากการทำงาน และสวัสดิการต่าง ๆ แก่พนักงานอย่างเหมาะสม การสร้างขวัญกำลังใจให้แก่พนักงานผู้เป็นแบบอย่างที่ดี การสนับสนุนและส่งเสริมด้าน การศึกษาให้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง การสร้างสภาวะแวดล้อมในการทำงานที่ดีตามหลัก 5ส และหลักความ ปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและคุ้มค่า การปฏิบัติต่อ พนักงานอย่างเท่าเทียม การสร้างเสริมคุณธรรม จริยธรรมในการปฏิบัติงาน รวมถึงการส่งเสริมให้พนักงานร่วม กิจกรรมที่แสดงถึง

ความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้อัตราการลาออกของพนักงานออมสินเมื่อคิดเป็นสัดส่วนมีเพียงประมาณร้อยละ 0.5 ของพนักงานทั้งหมด

อีกทั้งธนาคารออมสินยังให้ความสำคัญกับการสนับสนุนธุรกิจในท้องถิ่นในพื้นที่สาขาของธนาคารโดยทางธนาคาร ได้มีนโยบายให้ส่วนกลางตั้งงบประมาณให้แก่สาขาต่าง ๆ ในการเลือกสรรและจัดหาคู่ค้าในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

4.3 การดำเนินงานภายนอก (Public Relation Interest) ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรอบของธนาคารออมสินนั้น ได้ถูกถ่ายทอดสู่พนักงานธนาคารออมสินในทุกระดับผ่าน กิจกรรมและโครงการเพื่อสังคมต่างเป็นจำนวนมาก ทั้งมูลนิธิ ออมสินเพื่อสังคม ที่ดำเนินงานเพื่อสังคมมาตั้งแต่ปี 2542 การต่อตั้งโครงการศูนย์เรียนรู้คู่ชุมชน โครงการออมสิน อาสาพัฒนาสังคม โครงการพัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิต โครงการ ค่ายศิลปะ การมอบทุนการศึกษา การให้เงินสนับสนุนในสาธารณประโยชน์ สาธารณกุศลอีกเป็นจำนวนมาก และโครงการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งการปลูกป่าสร้างฝายอนุรักษ์ และปลูกป่าชายเลน และนิเวศชายฝั่ง เพื่อให้ชุมชนสามารถอยู่ร่วมกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน ซึ่งพนักงานออมสินในทุกระดับ ทุกภาค ได้มีโอกาสเข้าร่วมโครงการต่าง ๆ ทั้งในฐานะผู้สนับสนุน และผู้มีส่วนร่วมในกิจกรรม และโครงการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

จากการให้ความสำคัญทางด้านนโยบายและการดำเนินงานทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ธนาคารออมสินยังมุ่งเน้นการยกระดับนโยบายให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยได้มีการจัดทำรายงานทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นไปตามมาตรฐานของ Global Reporting Initiative (GRI) เพื่อเป็นการสื่อสารนโยบายและแนวทางการดำเนินงานของธนาคารให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธนาคารทั้งภายในและภายนอกได้รับรู้และสามารถ ติดตามได้ทั้งนี้ยังเพื่อใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานเพื่อนำไปปรับปรุงในอนาคตต่อไป

5. นโยบายธนาคารออมสิน

ธนาคารออมสินมุ่งมั่นดำเนินงานให้สอดคล้องกับแนวนโยบายผู้ถือหุ้นภาครัฐ (SOD) ที่กระทรวงการคลังเป็นผู้กำหนด และวิสัยทัศน์ของธนาคารเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ของธนาคารที่สำคัญ ได้แก่ ลูกค้า ประชาชน รัฐบาล (กระทรวงการคลัง) และพนักงาน โดยให้ความสำคัญกับพัฒนาบุคลากร สร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมทางการเงิน ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ควบคู่ไปกับการขยายบริการทางการเงินให้ครอบคลุมและทั่วถึง เสริมสร้างความเข้มแข็งและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนระดับฐานราก รวมไปถึงการดูแลสังคม ชุมชน และรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาประเทศที่ยั่งยืนตลอดไป โดยมีนโยบายการดำเนินงาน 5 ด้าน ดังนี้ ธนาคารออมสิน (2560: เว็บไซต์)

5.1 การส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงิน โดยส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงินแก่กลุ่มเยาวชน ประชาชน และชุมชน ด้วยการขยายการเปิดธนาคารโรงเรียนทั้งในระดับมัธยมศึกษาและอุดมศึกษา-สนับสนุนทุนการศึกษาให้กับเด็กและเยาวชน-พร้อมส่งเสริมสัมพันธ์ภาพที่ดีกับโรงเรียนและนักเรียนอย่างต่อเนื่อง ผ่านกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ อาทิ โครงการกีฬาและดนตรี ธนาคารโรงเรียน การสนับสนุนด้านวิชาการ แก่เยาวชนที่มีศักยภาพ รวมถึงส่งเสริมศักยภาพด้านธุรกิจ การบริหารเงิน การลงทุน การตลาด และความคิดสร้างสรรค์ให้กับเยาวชนเพื่อสร้างโอกาสการเป็นผู้ประกอบการตามกิจกรรมออมสินจากร้อยสู่เงินล้าน นอกจากนี้ธนาคารยังพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อส่งเสริมการออมสำหรับลูกค้าแต่ละช่วงวัย

5.2 การเสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจ สังคมระดับฐานราก และสิ่งแวดล้อมของชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงโดยสนับสนุน ส่งเสริม ให้ประชาชนมีความสุข มีความเข้มแข็ง และมีคุณภาพชีวิตที่ดี ผ่านการให้สินเชื่อเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตแก่ประชาชนและชุมชนระดับฐานรากร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรชุมชน พร้อมกับพัฒนาทักษะ/ฝึกอบรมเพื่อการประกอบอาชีพ เสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่สถาบันการเงินชุมชน องค์กรชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และกลุ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) พร้อมทั้งส่งเสริมการตลาดสินค้าชุมชน จัดและสนับสนุนกิจกรรมเพื่อเกื้อกูลการค้าอยู่ของสิ่งแวดล้อมในสังคมและชุมชน ร่วมกับการปลูกจิตสำนึกให้เยาวชนและชุมชน สืบสานและอนุรักษ์ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของไทย

5.3 การขยายกลุ่มลูกค้ารายย่อย และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยรักษาลูกค้าเดิม และขยายฐานลูกค้ารายย่อยรายใหม่ให้ครอบคลุมทุกช่วงวัย ทุกระดับ ทุกอาชีพ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน และเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ลูกค้ากลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนและมีองค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจ ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า โดยการยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) และสร้างนวัตกรรมที่ผสมผสานด้วยเทคโนโลยีที่ตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตและ Lifestyle ที่เปลี่ยนแปลงไป ยกกระดับคุณภาพการให้บริการและพัฒนาช่องทางบริการให้ครอบคลุมมีความหลากหลาย เข้าถึงง่าย และทันสมัยและพัฒนาแผนการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (IMC) โดยเฉพาะสื่อการตลาดรูปแบบใหม่ๆ ที่มีผลต่อรูปแบบการใช้ชีวิตในสังคมปัจจุบันให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างสอดคล้องและต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้ ความคุ้นเคยและความเชื่อมั่นของลูกค้า

5.4 การเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงิน โดยเพิ่มเงินกองทุนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมสามารถรองรับการขยายธุรกิจ และภารกิจหลักของธนาคารได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน บริหารพอร์ตสินเชื่อและเงินลงทุนให้มีอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงในระดับที่เหมาะสม รวมถึง

เพิ่มสัดส่วนรายได้ ค่าธรรมเนียมต่อรายได้รวมให้สูงขึ้น บริหารคุณภาพสินเชื่อพร้อมไปกับการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการติดตามหนี้ค้ำชำระ

5.5 การเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถขององค์กรในการแข่งขัน โดยยกระดับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) และตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน เพิ่มความสะดวกสบาย (Convenience) ให้กับลูกค้า รวมถึงการบริหารจัดการข้อมูลให้ทันสมัยด้วยการพัฒนาระบบฐานข้อมูลให้มีความครบถ้วนสมบูรณ์ ทั้งข้อมูลลูกค้า องค์กรความรู้ และข้อมูลเพื่อการบริหาร และตัดสินใจ พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ ปรับปรุงโครงสร้างและกระบวนการเพื่อสนับสนุนการบริหารงานแบบลูกค้า เป็นศูนย์กลาง บริหารจัดการบุคลากร ให้มีความรู้ ความสามารถ ทั้งในด้านธุรกิจและการให้บริการ พร้อมไปกับการจัดให้มีระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี และระบบการบริหารความเสี่ยงให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล

6. ยุทธศาสตร์ธนาคารออมสิน

ในปี 2555-2559 ธนาคารออมสินกำหนดให้เงินฝากและสินเชื่อเติบโตร้อยละ 7 ตามคาดการณ์ทิศทางของภาวะเศรษฐกิจ และการผันเปลี่ยนภาวะเศรษฐกิจ ด้านกิจการการเงินในไทย โดยมียุทธศาสตร์ที่สำคัญ ดังนี้ ธนาคารออมสิน (2555: เว็บไซต์)

6.1 ยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถทางการแข่งขัน

6.1.1 โครงการพัฒนาบุคคล

6.1.2 โครงการพัฒนาระบบการสร้างและการกู้ยืมเงิน (Loan origination And Process System)

6.1.3 โครงการเพิ่มประสิทธิภาพระบบคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์

6.1.4 โครงการพัฒนาระบบประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (SEPA)

6.1.5 โครงการก่อสร้างขยายดัดแปลงอาคารและสำนักงานสาขา

6.1.6 โครงการใช้ทรัพยากรและความร่วมมือระหว่างกันของรัฐวิสาหกิจ (Synergy)

6.2 ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงิน

6.2.1 ขยายการเปิดธนาคารโรงเรียน

6.2.2 ขยายกลุ่มเป้าหมายโครงการกีฬาธนาคารโรงเรียน ส่งเสริมการศึกษาเยาวชนที่มีศักยภาพทางวิชาการและดนตรีธนาคารโรงเรียน

6.2.3 ส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงินแก่เด็กและเยาวชน

6.3 ยุทธศาสตร์การขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

6.3.1 ปรับปรุงผลิตภัณฑ์สินเชื่ออย่างต่อเนื่อง

6.3.2 ขยายช่องทางการให้บริการต่าง ๆ เพิ่มขึ้น เช่น เปิดสาขาใหม่ สาขาย่อย และหน่วยงานให้บริการเครื่องกดเงินอัตโนมัติ (ATM) ขยายจุดแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและบริการโอนเงินระหว่างประเทศ

6.3.3 โครงการ 99 ปีธนาคารออมสิน

6.4 ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจสังคมระดับรากฐาน และสิ่งแวดล้อมของชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

6.4.1 สนับสนุนการจัดตั้งสถาบันการเงิน

6.4.2 จัดอบรมเพื่อสร้างอาสาสมัครที่ปรึกษาทางการเงินประจำหมู่บ้าน

6.4.3 โครงการธนาคารออมสินเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. การดำเนินงานและแผนงานธนาคารออมสิน

การดำเนินงานและแผนงานของธนาคารออมสินในปี 2560 มุ่งเน้นการให้สินเชื่อรายย่อย เพื่อขยายโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินในระบบให้แก่ลูกค้าบุคคล ลูกค้าฐานราก และผู้ประกอบการ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยกำหนดสัดส่วนสินเชื่อรายย่อยไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 และสินเชื่อรายใหญ่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของสินเชื่อทั้งหมด พร้อมกำหนดเป้าหมายการเติบโตของเงินฝากและสินเชื่อตามทิศทางอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (GDP) เน้นการขับเคลื่อน ภารกิจให้เป็นไปตามกรอบทิศทาง การดำเนินงานที่มุ่งสู่การเป็น Digi-Thai Banking และสอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐ ดังนี้ ธนาคารออมสิน (2560: เว็ปไซต์)

7.1 ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางการเงิน (Financial Strengthening)

7.1.1 โครงการพัฒนาระบบงานบริหารสินทรัพย์และหนี้สิน

7.1.2 โครงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการการลงทุน

7.1.3 แผนงานบริหารและควบคุมหนี้ค้างชำระ

7.2 ด้านการพัฒนาสู่ความยั่งยืน (Sustainable Development)

7.2.1 โครงการธนาคารโรงเรียนเสมือนจริง (Virtual School Bank)

7.2.2 โครงการสานฝันเยาวชนสู่ความเป็นเลิศ

7.2.3 โครงการจากร้อยสู่เงินล้าน สร้างผู้ประกอบการใหม่

7.2.4 โครงการออมสินประชารัฐสี่หมื่น

7.2.5 แผนงานให้ความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) แก่ลูกค้าฐานราก

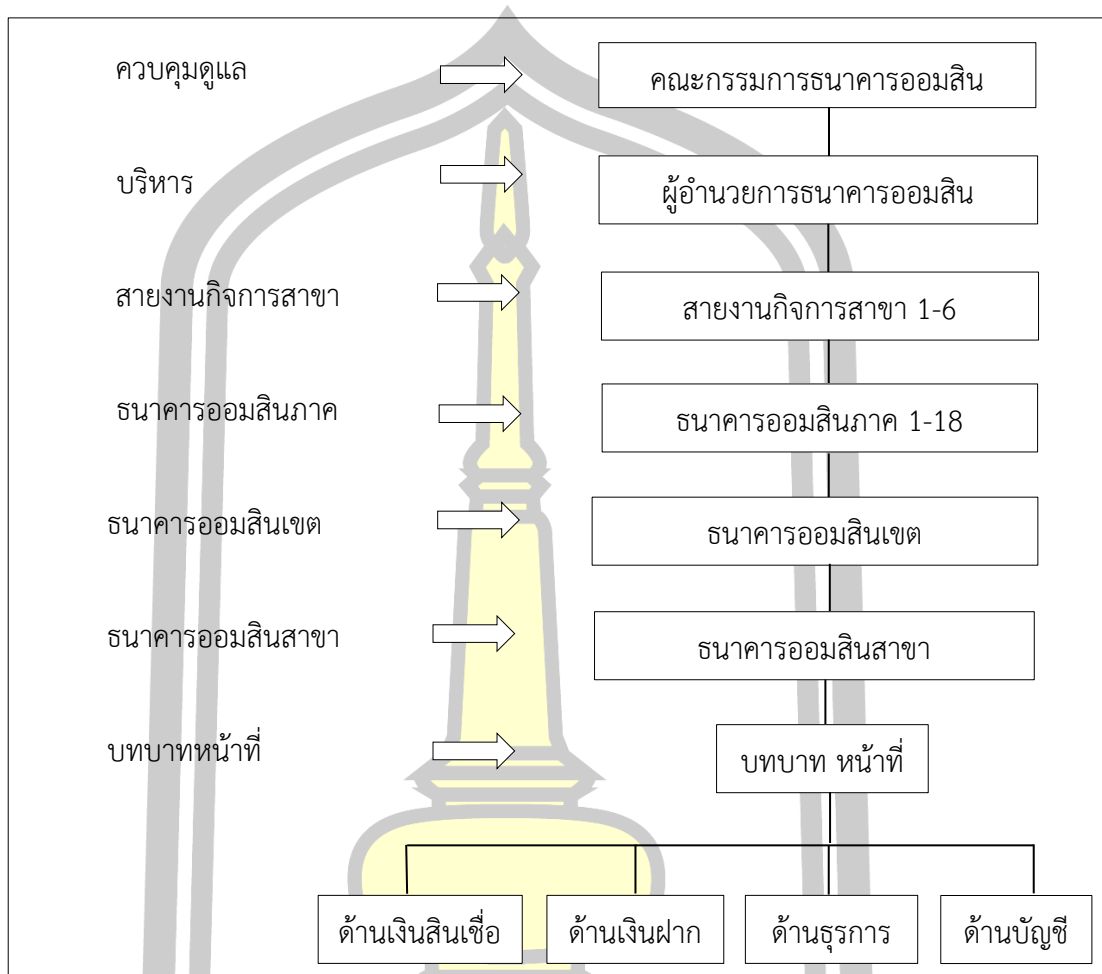
และกลุ่มองค์กรชุมชน

7.3 ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์บริการ และการตลาดที่ตอบสนองและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี พฤติกรรม และการแข่งขันในยุคดิจิทัล (Product and Marketing)

7.3.1 แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ (MyMo)

- 7.3.2 แผนงานพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินใหม่ ๆ (Fintech)
- 7.3.3 แผนงานส่งเสริมการตลาดธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์
- 7.3.4 แผนงานการสื่อสารธุรกิจและภาพลักษณ์ธนาคารออมสิน
- 7.3.5 แผนงานสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ผ่านการรวมลงทุน (Venture Capital)
- 7.3.6 โครงการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) บัญชีสีขาว
- 7.4 ด้านคุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศ (Service Excellence)
- 7.4.1 โครงการสาขาดิจิทัล (Digital Branch)
- 7.4.2 โครงการขยายช่องทางให้บริการด้วยเครื่องบริการตนเอง (Self Service)
- 7.4.3 แผนงานการพัฒนารูปแบบและความหลากหลายของช่องทางการให้บริการ
- 7.4.4 แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการให้บริการ
- 7.5 ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Fundamental Capabilities)
- 7.5.1 แผนงานการบริหารและพัฒนาบุคลากรรองรับการแข่งขันในยุคดิจิทัล
- 7.5.2 แผนงานการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ
- 7.5.3 แผนงานการพัฒนาเครื่องมือการบริหารความเสี่ยงและการตรวจสอบเชิงป้องกัน
- 7.5.4 แผนงานการพัฒนากระบวนการทำงานให้ยืดหยุ่น และมีความเป็นอัตโนมัติ
- 7.5.5 แผนงานการปรับปรุงฐานข้อมูลลูกค้า
- 7.5.6 แผนงานการจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจฐานราก
8. ธนาคารออมสินภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ธนาคารออมสินในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีผังโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กรดังใน ภาพประกอบ 2 ธนาคารออมสิน (2560: เว็บไซต์)

พูน ปณ ทิโต ชีเว



ภาพประกอบ 2 ผังโครงสร้างธนาคารออมสิน

ที่มา : ธนาคารออมสิน (2560: เว็บไซต์)

ธนาคารออมสินในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือแบ่งออกเป็น 4 ภาค ทั้งหมด 23 จังหวัด ประกอบด้วย

8.1 ธนาคารออมสินในเขตภาค 10

8.1.1 จังหวัดอุดรธานี

8.1.2 จังหวัดเลย

8.1.3 จังหวัดหนองบัวลำภู

8.1.4 จังหวัดสกลนคร

- 8.1.5 จังหวัดนครพนม
- 8.1.6 จังหวัดหนองคาย
- 8.1.7 จังหวัดบึงกาฬ
- 8.2 ธนาคารออมสินในเขตภาค 11
 - 8.2.1 จังหวัดขอนแก่น
 - 8.2.2 จังหวัดชัยภูมิ
 - 8.2.3 จังหวัดมหาสารคาม
 - 8.2.4 จังหวัดร้อยเอ็ด
 - 8.2.5 จังหวัดกาฬสินธุ์
 - 8.2.6 จังหวัดมุกดาหาร
- 8.3 ธนาคารออมสินในเขตภาค 12
 - 8.3.1 จังหวัดอุบลราชธานี
 - 8.3.2 จังหวัดยโสธร
 - 8.3.3 จังหวัดอำนาจเจริญ
 - 8.3.4 จังหวัดศรีสะเกษ
 - 8.3.5 จังหวัดสุรินทร์
 - 8.3.6 จังหวัดบุรีรัมย์
- 8.4 ธนาคารออมสินในเขตภาค 13
 - 8.4.1 จังหวัดนครราชสีมา
 - 8.4.1 จังหวัดปราจีนบุรี
 - 8.4.1 จังหวัดสระแก้ว
 - 8.4.1 จังหวัดนครนายก

สรุป ธนาคารออมสิน เป็นสถาบันการทางการเงินของประเทศไทยที่มีรูปแบบเป็น รัฐวิสาหกิจ โดยให้บริการผ่านทางธุรกรรมทางการเงิน เงินฝาก เงินกู้ และอื่น ๆ ในรูปแบบสถาบัน การเงินที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีทั้งหมด 4 ภาค ได้แก่ ภาค 10-13 ทั้งหมด 23 จังหวัด

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

1. ความหมายของการบริการ (Service)

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีผู้ให้ความหมายของการบริการไว้ ดังนี้ พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกศากุล (2557: 90) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง สิ่งที่ผู้ให้บริการกระทำหรือดำเนินการ ให้แก่ผู้ใช้บริการ ในรูปแบบที่ไม่สามารถจับต้องได้ให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจกับการใช้บริการนั้น ๆ

ดลยา วุฒิวิวัฒน์กุล (2554: 32) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมที่องค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำขึ้นเพื่อให้แก่สมาชิกตามแผนก หน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละบุคคลตามความสามารถ โดยตระหนักถึงความต้องการของบุคคลที่ได้รับการบริการจากองค์กรที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการดำเนินงานต่อไป อีกทั้งทำให้สมาชิกเกิดความรู้สึกพึงพอใจจากบริการที่ได้รับ

สมิต สัชฌุกร (2554: 13) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง การปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ ซึ่งการให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในด้านใดด้านหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามในวิธีการใด ๆ ก็ตามที่หลากหลาย และการทำให้ผู้ใดก็ตามที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ จัดว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น

ธนนันท์ บุตรรงค์ (2552: 13) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการดำเนินงานอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นหรือลูกค้า โดยจะเป็นผู้รับผลจากการให้บริการของผู้ให้บริการ และเป็นบริการด้วยความเต็มใจบวกกับเหตุผลในทางที่สะดวก ถูกต้อง และรวดเร็วด้วยความเป็นมิตร

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2550: 18) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง การปฏิบัติและดำเนินกิจกรรมขององค์ที่ผ่านการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตนให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ โดยสินค้าที่ส่งมอบนั้นจะตอบสนองความต้องการของลูกค้านำไปสู่ความพึงพอใจ

Shelton (2012: 29) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง สิ่งสำคัญในการสร้างความพึงพอใจหรือหนทางการเอาชนะลูกค้า เป็นการส่งมอบสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

Agarwal (2010: 85) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะที่ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปธรรมและ

ไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ อีกทั้งยังเกิดจากการมีไมตรีสัมพันธ์ด้วยความปรารถนาดีช่วยเหลือเกื้อกูล ให้ความสะดวกรวดเร็ว ความเอื้ออาทรมีน้ำใจ ความเป็นธรรมและความเสมอภาค

Finch และ Armfiend (2008: 251) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง สิ่งที่อยู่ในสถานะชนะทั้งสองฝ่าย ทั้งผู้ให้บริการและลูกค้า ผู้ให้บริการชนะเพราะได้ให้บริการสำเร็จลูกค้าได้รับความพึงพอใจจากลูกค้า องค์กรชนะเพราะคุณภาพและประสิทธิภาพของการบริการทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำอีก ลูกค้าชนะเพราะได้รับการดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี และมีคุณภาพ

Kotler & Keller (2006: 256) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือปฏิบัติการใด ๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มหนึ่งซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ และไม่ได้ส่งผลของความเป็นเจ้าของสิ่งนั้น ๆ ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมกับสินค้าที่มีตัวตนก็ได้

จากความหมายของการบริการข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง การกระทำหรือการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลหรือองค์กร ให้ได้รับความพึงพอใจสมความมุ่งหมายที่บุคคลหรือองค์กรนั้นต้องการ เนื่องจากผลสำเร็จของการบริการขึ้นอยู่กับความพึงพอใจ

2. ความสำคัญของการบริการ

การบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ในงานด้านต่าง ๆ เพราะบริการคือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ไม่มีการดำเนินงานใด ๆ ที่ปราศจากบริการทั้งในภาคราชการและภาคธุรกิจเอกชนการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใด ๆ ก็ต้องมีการบริการรวมอยู่ด้วยเสมอ ยิ่งเป็นธุรกิจบริการตัวบริการนั่นเองคือสินค้า การขายจะประสบความสำเร็จได้ต้องมีการบริการที่ดี ธุรกิจการค้าจะอยู่ได้ต้องเกิดการ “ขายซ้ำ” คือต้องรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ การบริการที่ดีจะช่วยรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ทำให้เกิดการขายซ้ำแล้วซ้ำอีก และชักนำให้มีลูกค้าใหม่ตามมา เป็นความจริงว่า “เราสามารถพัฒนาคุณภาพสินค้าที่ละตัวได้ แต่การพัฒนาคุณภาพบริการต้องทำพร้อมกันทั้งสององค์กร” การพัฒนาคุณภาพของการบริการเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกคนในองค์กรจะต้องถือเป็นการรับผิดชอบร่วมกันมิฉะนั้นจะเสียโอกาสแก่คู่แข่งหรือสูญเสียลูกค้าไป

ในการพิจารณาความสำคัญของการบริการอาจพิจารณาได้ใน 2 ด้าน ได้แก่ สมิต สัชฌุกร (2554: 11-13)

2.1 ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ

ความสำคัญต่อผู้ให้บริการมี 2 ลักษณะ ดังนี้

2.1.1 ความสำคัญต่อพนักงาน

ปัจจุบันพนักงานเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการให้บริการหรือปฏิบัติงานส่วนหน้า เนื่องจากเป็นบุคคลที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้มาใช้บริการหรือลูกค้าโดยตรงตั้งแต่การต้อนรับจนกระทั่งสิ้นสุดการให้บริการบุคคลนั้น ๆ การศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการจะช่วยพนักงานหรือผู้ปฏิบัติงานเข้าใจและทราบถึงความต้องการของผู้มาใช้บริการเป็นอย่างดี รวมถึงแนวทางการปฏิบัติตนในการให้บริการส่งผลต่อการเรียนรู้และพัฒนาอันนำไปสู่การเป็นพนักงานให้บริการในระดับมืออาชีพ ความสำคัญของผู้ให้บริการสามารถสรุปได้ดังนี้

1) ทำให้เข้าใจและยอมรับพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ
2) ทำให้เกิดการรับรู้เป้าหมายของการให้บริการที่ถูกต้องโดยมุ่งเน้นที่ตัวลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการเป็นศูนย์กลางของการบริการด้วยการกระทำเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้ามาใช้บริการพึงพอใจเป็นสำคัญ

3) ทำให้ตระหนักถึงบทบาทและพฤติกรรมของการบริการที่ผู้ให้บริการพึงปฏิบัติซึ่งเป็นภาพลักษณ์เบื้องต้นของการบริการ โดยเฉพาะจะต้องคำนึงถึงบุคลิกภาพและการแสดงออกด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ที่สามารถทำให้ผู้รับบริการประทับใจและจิตใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นลูกค้าประจำ

4) ทำให้รู้จักวิเคราะห์ความต้องการของผู้รับบริการและคุณลักษณะของการบริการที่สร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการรวมทั้งการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าซึ่งเกิดขึ้นตลอดเวลาและจำเป็นต้องอาศัยการฝึกฝนทักษะในการแก้ปัญหาเพื่อไม่ให้ผู้ใช้บริการเกิดความไม่พอใจในการบริการที่ได้รับ

2.1.2 ความสำคัญต่อผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าและบริการต่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับการบริการมากขึ้นและหันมาใช้การบริการเป็นกลยุทธ์การแข่งขันกับคู่แข่ง ที่ทุกวันนี้มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง การให้ความสำคัญและการทำความเข้าใจกับการบริการจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างความเป็นเลิศทางด้านการบริการ อันส่งผลต่อผลการดำเนินงานที่ดี ความสำคัญของผู้ประกอบการสามารถสรุปได้ ดังนี้

1) ทำให้เห็นความสำคัญของบุคลากรหรือผู้ปฏิบัติงานบริการซึ่งมีบทบาทสำคัญที่จะดึงผู้บริโภคให้มาเป็นลูกค้าประจำขององค์กรด้วยการสนับสนุนและเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาศักยภาพในการบริการอย่างทั่วถึงทั้งในด้านความรู้และทักษะการบริการที่มีคุณภาพ

2) ทำให้ตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้าหรือผู้บริโภคเป็นอันดับแรก และรู้จักสำรวจความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลมาวางแผนและการปรับปรุงการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม

3) ทำให้สามารถวิเคราะห์ปัญหาข้อบกพร่องรวมถึงแนวโน้มของการบริการ เพื่อการปรับปรุงแก้ไขและกำหนดทิศทางของการบริการที่ตลาดต้องการได้

4) ทำให้เข้าใจกลยุทธ์การบริการ ที่สามารถใช้เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพโดยมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพ การสร้างเอกลักษณ์ในการบริการที่ประทับใจ การบริหารองค์การที่มีประสิทธิภาพและการใช้เทคโนโลยีการบริการที่ทันสมัย

2.2 ความสำคัญต่อผู้รับบริการ

ธุรกิจการให้บริการให้ความสำคัญและตระหนักถึงลูกค้าหรือผู้ที่มีอำนาจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ และสรรหาวิถีทางที่จะสร้างความประทับใจหรือความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า ดังนั้น ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจะต้องเรียนรู้และทราบถึงบทบาทของขอบเขตของการใช้บริการ ที่ถูกต้องเหมาะสมที่เกี่ยวกับการบริการจะช่วยให้ผู้ใช้บริการทราบถึงกระบวนการบริการตามที่คาดหวังไว้อย่างมีเหตุผลตามสถานการณ์ต่าง ๆ ความสำคัญต่อผู้รับบริการสามารถสรุปได้ ดังนี้

2.2.1 ทำให้ตระหนักถึงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของตัวลูกค้าในฐานะที่ผู้ที่แสดงเจตนาในการรับบริการควรมีมารยาทที่ดีและใช้คำพูดที่ชัดเจนเข้าใจง่ายในการระบุความต้องการการบริการเมื่อผู้ให้บริการเข้าใจและเสนอการบริการที่ถูกต้องลูกค้าก็จะทำให้เกิดความรู้สึกและทัศนคติที่มีต่อการบริการ

2.2.2 ทำให้เกิดการรับรู้และเข้าใจลักษณะของงานบริการว่าเป็นงานหนักที่จะต้องพบกับคนจำนวนมากและตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้มารับบริการอยู่ตลอดเวลาอันส่งผลให้การบริการบางครั้งอาจไม่รวดเร็วทันกับความต้องการของลูกค้าทุกคนในเวลาเดียวกันได้ ซึ่งผู้ใช้บริการหรือลูกค้าจำเป็นต้องคาดหวังการบริการในระดับที่มีความเป็นไปได้ตามลักษณะของงานบริการต่าง ๆ

3. ลักษณะเฉพาะของการบริการ

การบริการมีลักษณะเฉพาะ 5 ประการที่สำคัญ ดังนี้ รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2551: 12-14)

3.1 การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) การบริการไม่มีรูปร่างและไม่มีตัวตนเหมือนกับสินค้าอื่น ๆ เราจึงไม่สามารถจับต้องได้และไม่สามารถทดลองใช้ได้ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การตัดสินใจใช้บริการจึงขึ้นอยู่กับความรู้สึกนึกคิด เจตคติ คำบอกเล่า และประสบการณ์เดิมที่เคยได้รับเป็นสำคัญ

3.2 การบริการไม่มีความคงที่แน่นอน (Heterogeneity) เนื่องจากคุณภาพและลักษณะของการบริการขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการซึ่งเป็น “มนุษย์” ที่ตามปกติแล้วมักมีพฤติกรรมที่ไม่คงที่

อันเป็นผลมาจากบุคลิกภาพ อารมณ์ สภาพแวดล้อม และปัจจัยอื่น ๆ อีกมากมายในหน่วยงานหนึ่ง ซึ่งมีผู้ปฏิบัติงานให้บริการหลายคน ผู้ปฏิบัติงานให้บริการแต่ละคนย่อมให้บริการไม่เหมือนกัน

3.3 การบริการไม่สามารถเรียกเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability) ในการบริการใด ๆ ก็ตาม หากไม่มีผู้มาใช้บริการภายในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งหรือสถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่กำหนด ก็จะทำให้การบริการที่จัดเตรียมไว้เกิดความสูญเปล่า

3.4 การบริการไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non – ownership) การบริการเป็นกิจกรรม หรือกระบวนการที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ปฏิบัติงานให้บริการและผู้รับบริการ ในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ และสถานที่หนึ่งๆ เท่านั้น เมื่อพ้นระยะเวลานั้น ๆ ไปแล้ว หรือสถานที่นั้น ๆ ไม่เอื้ออำนวยต่อการบริการแล้ว ผู้รับบริการก็ไม่สามารถนำการบริการดังกล่าวติดตัวไปด้วยได้

3.5 ความแยกจากกันไม่ได้ ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการ (Inseparability) ในช่วงเวลาการให้บริการนั้น เช่น บริการนวดแผนโบราณ ผู้นวดและลูกค้าจะต้องอยู่พร้อมกัน ณ สถานที่ที่ให้บริการ ในการตรวจรักษาแพทย์และคนไข้จะต้องอยู่ที่เดียวกัน ทั้งสองฝ่ายก็ไม่สามารถแยกจากกันได้ในช่วงเวลาที่ให้บริการนั้น

4. ประเภทของการบริการ

การบริการเป็นตัวช่วยหรือเครื่องมือที่ทำให้ผู้ติดต่อกับองค์กร เกิดความเชื่อถือ และสร้างภาพลักษณ์ โดยจะมีผลจากการติดต่อสั่งซื้อของลูกค้า หรือการบริการอื่น ๆ ซึ่งการบริการที่มีคุณภาพ ทำให้ลูกค้าพึงพอใจก็จะส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป สามารถแบ่งประเภทของการบริการออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ สมิต สัจฉกร (2548: 19-22)

4.1 การบริการโดยตรง เป็นการให้ความช่วยเหลือหรือดำเนินการที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับบริการเฉพาะหน้า เช่น ขายของให้ ทียบห่อให้ จัดส่งของให้ เป็นต้น

4.2 การบริการทางอ้อม เป็นการดำเนินการที่เป็นประโยชน์โดยไม่ได้สัมผัสเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการโดยตรง แต่ผู้รับบริการได้รับประโยชน์โดยอาจไม่เคยพบเห็นผู้ให้บริการเลย เช่น คนออกแบบตกแต่งห้อง แต่ไม่รู้ว่าเขาเป็นใคร เขาก็ไม่รู้ว่าเราเป็นใคร แต่มีการให้และการรับบริการระหว่างกัน

นอกจากนี้งานบริการและการขายจำแนกได้ 3 ระยะได้แก่

1) การบริการก่อนการขาย เป็นงานที่จะทำให้การขายเกิดขึ้นได้จะต้องสนองความต้องการของลูกค้า โดยการแจ้งให้รู้ว่ามีสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการแล้ว นั่นคือ การให้บริการข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าซึ่งอาจเป็นผลิตภัณฑ์ (Product) หรือการบริการ (Service) ที่จะเสนอขายให้แก่ลูกค้า เช่น การโฆษณาให้ลูกค้ารู้ว่าจะมีสินค้าใดนำเข้าสู่ตลาด จะวางตลาดเมื่อใด จะซื้อหรือจองต้องติดต่ออย่างไร วันเวลาสถานที่ใดเป็นการให้ลูกค้าได้รู้แหล่งที่ซื้อเพื่อความสะดวก นอกจากนั้น อาจเป็นการโฆษณาสรรพคุณของสินค้า หรือประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับ เพื่อให้ลูกค้าได้มีโอกาสเลือกและ

ตัดสินใจ ซื้อสินค้า การนำสินค้าออกขายตรง หรือวางตลาดก็เป็นบริการที่ให้ความสะดวก นำสินค้าไปเสนอให้ลูกค้ามีโอกาสได้เห็นได้สัมผัสหรือทดลองใช้เพื่อการตัดสินใจ เป็นต้น

2) การบริการระหว่างการขาย เป็นงานที่ช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ทั้งนี้ อาจเป็นการให้บริการในการตอบข้อซักถามหรืออธิบายตามที่ลูกค้าต้องการ การสาธิตการใช้สินค้า การให้คำแนะนำรายละเอียดที่สำคัญและจำเป็นแก่ลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่ถือว่าเป็นการให้ประโยชน์แก่ลูกค้า และเราเองก็ได้รับประโยชน์คือการขายสินค้าได้ เพราะเป็นการกระตุ้นแรงจูงใจให้การขายเกิดขึ้น

3) การบริการหลังการขาย เป็นงานที่ช่วยให้เกิดการซื้อซ้ำ (Repeat Purchase) มีคำกล่าวที่ลึกซึ้งว่า “การขายที่แท้จริงได้เกิดขึ้นแล้ว ภายหลังจากการให้บริการหลังการขาย” ซึ่งก็หมายความว่าหากบริการภายหลังจากการขายทำได้ดีเป็นที่พอใจของลูกค้า ก็จะทำให้ลูกค้ากลายเป็น “ลูกค้าประจำ” (Client) และอาจเป็น “ลูกค้าผู้ภักดี” (Loyalty Customer) ตลอดไปตราบเท่าที่งานบริการของเราคงเส้นคงวา

คนจำนวนไม่น้อยเข้าใจว่าการบริการหลังการขาย ได้แก่ การหีบห่อ การส่งของการขนส่ง การกองเก็บ การติดตั้ง การติดตามและตรวจสอบ การใช้งาน การตรวจเยี่ยม การช่วยแก้ปัญหาและการซ่อมบำรุง แต่แท้จริงแล้วการบริการหลังการขายสามารถทำได้หลายประการ ขอให้มึลักษณะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ หรือสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในรูปแบบที่เหมาะสม จากการสำรวจการให้บริการหลังการขายพบว่า มีวิธีบริการหลังการขายที่ช่วยรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ด้วยการปฏิบัติในลักษณะและรูปแบบที่นำยึดถือเป็นแนวทางเลือกใช้ให้เหมาะสมแก่ประเภทธุรกิจ ดังต่อไปนี้

- 1) ให้คำแนะนำแก่ลูกค้าในด้านการจัดการ
- 2) ช่วยตรวจแก้ข้อขัดข้องให้แก่ลูกค้า
- 3) ให้ข้อคิดเห็นวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจ
- 4) ให้คำปรึกษาและข้อควรระมัดระวัง
- 5) ให้คำแนะนำในขณะที่ติดตั้งสินค้า
- 6) เข้าพบลูกค้าทันทีที่ได้รับการแจ้งว่าสินค้ามีปัญหา
- 7) ให้ข้อมูลทางวิชาการที่เป็นประโยชน์ต่อการใช้งานจริง
- 8) ติดต่อตรวจสอบการใช้งบเงินสินเชื่อ
- 9) ติดตามผลการใช้สินค้าหรือการซ่อมบำรุง
- 10) ติดตามผลการบริการของพนักงานขาย
- 11) ติดตามงานการขนส่งสินค้า
- 12) สร้างความสัมพันธ์และไม่ตรีจิตด้วยการส่ง ส.ค.ส หรือของขวัญเล็ก ๆ น้อย ๆ

- 13) ติดตามเอกสารให้ลูกค้า เช่น ใบประกัน ที่แสดงถึงการให้ความมั่นใจ
- 14) ช่วยเช็คสต็อกสินค้าไม่ให้ขาด
- 15) ให้บริการด้านวิชาการตามที่ลูกค้าร้องขอ
- 16) พุดเยี่ยมเยียนทางโทรศัพท์ตามความเหมาะสม
- 17) เยี่ยมเยียนตามโอกาส หรือในวันเทศกาล
- 18) ตอบข้อซักถามเมื่อพนักงานขายไม่อยู่
- 19) แนบผลการวิจัยตลาดให้ลูกค้า
- 20) ให้ข้อมูลที่ดีแก่แผนกต่าง ๆ ด้วยความเต็มใจ

5. มาตรฐานการบริการ

มาตรฐานการบริการ (Service Standard) เป็นกรอบหรือแนวปฏิบัติซึ่งจะทำให้เห็นถึงกระบวนการในการปฏิบัติงานบริการของพนักงาน ที่มีรูปแบบและเป็นมาตรฐานเดียวกัน ทำให้พนักงานทราบถึงวิธีการปฏิบัติงานบริการในแต่ละสถานการณ์ บุคลากรทุกคนเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ วิธีปฏิบัติตน รวมถึงพฤติกรรมบริการที่ควรปฏิบัติต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่เข้ากับยุคสมัยและเป็นปัจจุบัน ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เมื่อลูกค้าไปใช้บริการหรือไปติดต่อที่สาขาใด ก็จะได้รับสินค้าหรือคุณภาพการให้บริการในรูปแบบเดียวกัน พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล (2557: 90)

5.1 ลักษณะของมาตรฐานการบริการ

ลักษณะของมาตรฐานการบริการ เป็นกระบวนการหรือขั้นตอนในการบริการที่ใช้ปฏิบัติเป็นประจำต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ โดยผู้ให้บริการเป็นผู้ปฏิบัติดำเนินงานเพื่อเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยลูกค้าเป็นผู้กำหนดระดับมาตรฐานของการบริการที่ได้รับมีลักษณะดังนี้ สมิต สัจฉกร (2548: 41-43)

5.1.1 เป็นมาตรฐานของตัวงานไม่ใช่มาตรฐานของตัวคน หมายถึง การวัดการปฏิบัติงานไม่จำเป็นต้องวัดจากผู้ใดเป็นคนปฏิบัติงาน

5.1.2 มีทางบรรลุได้ หมายถึง ผู้ให้บริการส่วนใหญ่สามารถปฏิบัติตามมาตรฐานที่มีการกำหนดไว้ ยกเว้นผู้ปฏิบัติงานใหม่จะต้องเรียนรู้และศึกษาในงานจนกว่าจะผ่านการทดลองงานก่อน

5.1.3 เป็นที่เข้าใจตรงกัน หมายถึง มีความหมายที่ชัดเจนเป็นที่เข้าใจและทราบถึงทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ยังรวมถึงผู้บริหารและพนักงาน

5.1.4 เป็นที่ตกลงกัน หมายถึง ผู้บริหารและพนักงานตกลงกันได้ว่า มาตรฐานนั้นวัดได้ และเป็นธรรม เพราะเป็นสิ่งสำคัญในการทำให้พนักงานมีแรงจูงใจในการทำงาน นำไปสู่การประยุกต์ใช้เป็นมาตรฐานของการประเมินการปฏิบัติงาน

5.1.5 มีลักษณะเฉพาะเจาะจงและสามารถวัดได้ หมายถึง จะต้องสามารถทราบถึงหน่วยวัด หรือเปอร์เซ็นต์ น้อยที่สุดควรประเมินเป็นระดับได้

5.1.6 มุ่งถึงเวลา หมายถึง องค์กรจะต้องมีการกำหนดระยะเวลาที่เห็นได้ชัดเจนชัดเจนว่ามาตรฐานจะบรรลุถึงช่วงเวลาใด

5.1.7 เป็นลายลักษณ์อักษร หมายถึง ผู้บริการและพนักงานควรมีเอกสารหรือสำเนา เพื่อที่เป็นสิ่งเตือนจำของทั้งผู้บริหารและพนักงาน

5.1.8 สามารถเปลี่ยนแปลงได้ หมายถึง ต้องมีการประเมินเป็นช่วง ๆ และปรับเปลี่ยนตามความจำเป็น เพราะมาตรฐานเป็นสิ่งที่ได้มีการตกลงกันไว้แล้ว การปรับเปลี่ยนควรมีสาเหตุและเหตุผลที่แน่ชัด เช่น มีวิธีการใหม่ วัสดุใหม่ อุปกรณ์ใหม่หรือองค์ประกอบอื่น ๆ ไม่ควรเปลี่ยนเพียงเพราะพนักงานไม่สามารถทำตามมาตรฐานขององค์กรได้

5.2 ทักษะในการสร้างมาตรฐานการบริการ

สมิต สัจฉกร (2554: 177-182) กล่าวถึงทักษะในการสร้างมาตรฐานการบริการว่าหน่วยงานและธุรกิจต่าง ๆ ที่ประสบความสำเร็จได้ เพราะว่าผู้บริการมีหลักในการบริหารและการให้บริการที่มีการกำหนดกรอบหรือแนวทางในการปฏิบัติงานเพื่อให้พนักงานยึดหลักในการปฏิบัติงานของตนเอง การบริการถือเป็นการปฏิบัติหรือดำเนินการของบุคคลซึ่งจะมีบุคลิกภาพ อารมณ์แตกต่างกันออกไปตามสถานการณ์ ดังนั้นการบริการจึงมีการประพจน์และปฏิบัติแตกต่างกันไป ทักษะในการสร้างมาตรฐานการบริการที่ยอมรับโดยทั่วไป มีดังนี้

5.2.1 มีความรักในงานบริการ ผู้ซึ่งมีใจรักในงานใด ย่อมจะมีความมุ่งมั่นที่จะทำงานนั้นให้ดีที่สุดด้วยความตั้งใจและมีการคิดสร้างสรรค์ปรับปรุงงานให้ดีขึ้นอยู่เสมอ ต่างจากผู้ซึ่งไม่มีใจรักในงานใดก็จะทำงานนั้นออกมาได้ต่ำกว่ามาตรฐานหรือด้อยคุณภาพนั่นเอง

5.2.2 มีความรับผิดชอบในหน้าที่ หัวใจของการทำงานทุกอย่างอยู่ที่ความรับผิดชอบ หากขาดความรับผิดชอบเสียแล้ว ก็จะเพิกเฉยละเลยในหน้าที่ด้วยความไม่เอาใจใส่ การให้บริการจะกระทำอย่างไม่จริงจังซึ่งจะตาย มีการตกลงก่อนความเสียหายได้มาก

5.2.3 มีความซื่อสัตย์ ซื่อตรงต่องาน ผู้บริการทุกคนมีความซื่อตรงกันว่าการจะเป็นผู้ให้บริการที่ดีต้องมีความซื่อสัตย์ทั้งต่อตัวเอง ต่อผู้อื่นและต่องาน เพื่อให้การบริการมีความประพจน์ซื่อตรงและจริงใจไม่คดโกงและไม่หลอกลวง

5.2.4 มีความสามารถควบคุมตนเองได้ การรู้จักควบคุมตนเอง ควบคุมอารมณ์และความรู้สึกไม่แสดงออกอย่างโจ่งแจ้งย่อมจะมีกิริยาอาการสงบเสถียรภาพ ในทางตรงกันข้ามหากควบคุมตนเองไม่ได้ เมื่อมีความรู้สึกว่ามีสิ่งที่ไม่พึงพอใจมากระทบก็จะแสดงอาการขุ่นเคืองไม่พอใจออกนอกหน้า ยังมีอารมณ์พลุ่งพล่านก็อาจจะทำให้เสียบุคลิกภาพและเสียนงานบริการได้

5.2.5 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การให้บริการมีใช้ปฏิบัติเป็นลักษณะงานกิจวัตรประจำวันต้องรู้จักคิดต่อเติม ดัดแปลงหรือปรับปรุงให้มีบริการที่แปลกใหม่ดีขึ้นกว่าเดิมเพื่อเพิ่มความพอใจให้แก่ผู้รับบริการอยู่เสมอๆ มิฉะนั้นลูกค้าจะรู้สึกซาบซึ้งต่อการรับบริการที่เหมือน ๆ เดิมจนเกิดการเปรียบเทียบกับบริการของแห่งอื่น ๆ

5.2.6 มีความมานะพยายามที่จะทำแต่สิ่งที่ดีมีคุณประโยชน์ ความเพียรพยายามนำไปสู่ความสำเร็จในทุกสิ่ง ยิ่งมุ่งในทางที่ดีและมีประโยชน์ทั้งต่อตนเองและผู้รับบริการ ยิ่งจะทำให้การบริการตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ดีและประสพผลในการทำให้บริการบรรลุเป้าหมายสูงสุด

5.2.7 มีจิตใจมุ่งมั่นไม่รวนเร ผู้ให้บริการจะต้องมีจิตใจหนักแน่นเพราะเป็นฝ่ายผู้ให้ซึ่งบางกรณีฝ่ายผู้รับมีความเรียกร้องต้องการสูงเกินกว่าที่จะให้ได้และทำความไม่พอใจแก่ผู้รับบริการเกิดการตำหนิหรือร้องเรียนว่าให้บริการไม่เหมาะสม ถ้าผู้ให้บริการเกิดความหวั่นไหวก็จะท้อแท้และไม่คิดที่จะให้บริการอีกต่อไปหรือไม่บริการอย่างเต็มความสามารถ

5.2.8 มีความมุ่งมั่น เรียนรู้สิ่งใหม่ที่ให้ประโยชน์ต่อผู้อื่น การบริการมีการพัฒนาอยู่เสมอ ผู้ให้บริการจึงควรเป็นคนใฝ่รู้ ใฝ่เรียนและแสวงหาความรู้ในเทคนิคการให้บริการใหม่ ๆ ที่อาจเพิ่มความสะดวก ความรวดเร็วและปลอดภัย บางกรณีไม่มีค่าใช้จ่ายอะไรมาเพียงแต่การปรับเปลี่ยนวิธีการบางอย่างในการให้บริการก็บังเกิดผลดีเป็นที่พอใจแก่ผู้รับบริการ

5.2.9 มีความช่างสังเกต การศึกษาอบรมเป็นการให้ความรู้ในขั้นต้น ต่อมาผู้ให้บริการจะต้องศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมด้วยการศึกษาสังเกต การเป็นคนช่างสังเกตจดจำวิธีการให้บริการที่ดี ๆ นำมาเลือกใช้ปฏิบัติย่อมจะเป็นประโยชน์ช่วยในการพัฒนาการให้บริการได้อย่างมาก ความเป็นช่างสังเกตจะทำให้มองเห็นสิ่งที่ผู้อื่นมองไม่เห็นหรือมองข้ามไป

5.2.10 มีวิจรรย์ญาณไตร่ตรองรอบคอบ ผู้ให้บริการจะต้องรู้จักใช้ดุลพินิจในหลายกรณี บางเรื่องอาจขัดนโยบายไม่สามารถปฏิบัติตามที่ลูกค้าต้องการ แต่หลักการก็คือต้องไม่ทำให้ลูกค้าโกรธหรือไม่พอใจ การตัดสินใจว่าจะปฏิบัติอย่างไรจึงต้องอาศัยทักษะการตัดสินใจอย่างรอบคอบ ไม่ตัดสินใจด้วยอารมณ์และจะต้องปฏิบัติให้สอดคล้องกับนโยบายด้วย

5.2.11 มีความสามารถวิเคราะห์ปัญหา และหาทางแก้ไข การให้บริการโดยทั่วไปจะต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรคทั้งที่เกิดจากคนและเกิดจากระบบ การวิเคราะห์ที่รู้ถึงสาเหตุของปัญหาที่แท้จริงจะช่วยให้สามารถแก้ไขปัญหาได้ถูกจุด เพราะหากไปแก้ปัญหในการให้บริการที่ปลายเหตุอาจไม่เป็นผลในการแก้ปัญหาแต่ยังมีผลเสียตามมาอีก

5.2.12 มีการพิจารณาใคร่ครวญ ความเป็นจริงการพิจารณาใคร่ครวญก็จะต้องใช้วิจรรย์ญาณไตร่ตรอง แต่มีลักษณะเน้นถึงการทบทวนผลได้ผลเสียที่เกิดขึ้นจากการให้บริการที่บกพร่องอาจจะนำมาซึ่งความเสียหายแก่กิจการถึงขั้นถูกบอกเลิกสัญญาหรือเสียค่าปรับซึ่งผู้ให้บริการจะต้องมีความรับผิดชอบอย่างสูง

สรุป มาตรฐานการบริการ เป็นแนวทางการปฏิบัติซึ่งจะทำให้เห็นถึงกระบวนการในการปฏิบัติงานให้บริการของพนักงาน ที่มีรูปแบบและเป็นมาตรฐานเดียวกัน ทำให้พนักงานทราบถึงทักษะและวิธีการปฏิบัติงานให้บริการในแต่ละสถานการณ์ รวมถึงพฤติกรรมบริการที่ควรปฏิบัติต่อลูกค้าให้เป็นที่ยอมรับ ไม่ว่าจะลูกค้าไปใช้บริการที่สาขาใดก็จะได้รับสินค้าหรือบริการในรูปแบบเดียวกัน ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในที่สุด

5.3 การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย

ราชบัณฑิตยสถานได้นิยามคำว่า “ร่วมสมัย” ว่าเป็นคำที่แสดงว่าอยู่ในยุคสมัยเดียวกันหรือในเวลาเดียวกัน ราชบัณฑิตยสถาน (2541: 81) ปัจจุบันได้มีการพูดถึงคำว่า “สมัยใหม่” และเริ่มใช้คำว่า “ร่วมสมัย” กันมากขึ้นที่แสดงให้เห็นถึงสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ชีวิตความเป็นอยู่ ด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ดังนั้นคำว่า ร่วมสมัยจึงเป็นคำกลาง ๆ ที่นิยมแพร่หลายและถูกใช้เพื่อให้เข้าใจว่าเป็นสิ่งที่มีทั้งศาสตร์และศิลป์ใหม่กว่าเดิม ความก้าวหน้าหรือก้าวล้ำกว่าสิ่งเดิม อย่างไรก็ตามคำว่าร่วมสมัยเป็นคำที่มีความหมายกว้าง ไม่สามารถจำกัดลงไปได้ว่าเป็นช่วงเวลาเท่าใด อาจจะเป็นปี ทศวรรษ ศตวรรษ หรือยุคสมัยก็ได้ นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาในเรื่องแนวความคิด หรือกระบวนการร่วมสมัยด้วย

ความหมายแบบกว้าง เป็นความหมายที่ตรง ๆ ของคำว่า “ร่วมสมัย” ขึ้นอยู่กับว่าจะเอาอะไรเป็นตัวกำหนด เช่น แนวคิด รูปแบบ และกระบวนการมีความร่วมสมัย กล่าวคือได้มีการพัฒนาแนวคิด รูปแบบเก่านำมาทำให้ดีกว่าเดิม หรือการประยุกต์กระบวนการ วิธีการเดิมนำมาปรับใช้ร่วมกับแนวทางใหม่ ๆ โดยใช้เวลาเป็นตัวกำหนดคำว่าร่วมสมัย

ความหมายแบบแคบ เป็นความหมายเฉพาะคือแต่ละคนจะมีความเข้าใจแบบคร่าว ๆ ว่าร่วมสมัยในความคิดของตนเป็นอย่างไร รวมถึงในตัวองศาและศิลป์จะต้องมีความร่วมยุคร่วมสมัยกันด้วย กล่าวคือในความหมายนี้จะเป็นการใช้คำว่าร่วมสมัยเพื่อหลีกเลี่ยงคำว่าสมัยใหม่เป็นคนละความหมายกันแต่ก็มีลักษณะความใกล้เคียงกันอยู่ในความเข้าใจ เช่น รูปแบบการทำงานที่ได้มีการพัฒนาปรับปรุงจนได้วิธีการใหม่ที่เข้ากับยุคสมัยแต่ยังคงรูปแบบเดิมไว้อยู่หรือใช้ร่วมกันเรียกว่า ร่วมสมัย

จากความหมายข้างต้นของคำว่า มาตรฐานการบริการ กับคำว่า ร่วมสมัย จึงสรุปความหมายคำว่า การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยที่ใช้ในงานวิจัยนี้หมายถึง การให้ความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการในการปฏิบัติงานบริการของพนักงานที่มีรูปแบบและเป็นมาตรฐานเดียวกัน ทำให้พนักงานทราบถึงวิธีการปฏิบัติงานบริการของตนตามที่องค์กรวางไว้ตรงตามแบบแผนที่กำหนด บุคลากรทุกคนเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ วิธีปฏิบัติตน รวมถึงพฤติกรรมบริการที่ควรปฏิบัติต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่เข้ากับยุคสมัยและเป็นปัจจุบัน ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้ พิสิษฐ์ พิพัฒน์โกคากุล (2557: 92)

5.3.1 ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (Modern Technology)

การพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว นำมาประยุกต์ใช้เกี่ยวกับการให้บริการการอำนวยความสะดวกให้แก่การบริการ ก็จะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายใต้บริบท ที่เชื่อมโยงต่อเนื่องกัน ซึ่งการนำเอากระบวนการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยมาปรับใช้ในองค์กร เพื่อแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าประสบอยู่ให้สามารถแก้ไขได้ทันที่หรือช่วยลดระยะเวลาและอำนวยความสะดวกให้แก่องค์กรในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้มีความรวดเร็วและคล่องตัวมากยิ่งขึ้น พิจารณาได้ 3 ประการ ดังนี้ เทคโนโลยีที่ทันสมัย (2556: เว็บไซต์)

1) ด้านการศึกษา มีการนำเอาคอมพิวเตอร์มาช่วยสอน (CAI) โดยทำเป็นสื่อประสม (Multimedia) มีระบบการเรียนการสอนทางไกล (Tele-Education) มีห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ เพิ่มมากขึ้น พนักงานหรือผู้ให้บริการได้มีโอกาสเรียนรู้และปฏิบัติจริงได้มากขึ้น สำหรับบางองค์กร มีการจัดการเรียนการสอนด้านคอมพิวเตอร์ โดยกำหนดให้เป็นอีกหนึ่งทักษะที่ต้องมีติดตัว เพื่อที่จะนำมาใช้ร่วมกับการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เทคโนโลยีที่ทันสมัยสามารถสนองความต้องการของตลาดในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

2) ด้านการธนาคาร มีการให้บริการฝาก ถอนเงิน โอนเงิน ซึ่งมีมานานแล้ว และในปัจจุบันนี้เริ่มมีระบบ e-banking โดยสามารถใช้โทรศัพท์มาทำรายการที่ธนาคารได้ ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางมาที่ธนาคาร นอกจากนี้ ให้บริการบัตรเครดิตอีกหลากหลายประเภท ซึ่งสามารถถอนเงินที่ตู้ ATM ที่ใดก็ได้ แม้ในต่างประเทศ ก็สามารถถอนเงินได้ ไม่ต้องพกเงินจำนวนมาก ไปเที่ยวต่างประเทศในอนาคตอันใกล้นี้จะมีธนาคารบางแห่งที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นชาวต่างชาติ จะนำเอาระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้เต็มรูปแบบโดยให้บริการฝาก ถอน โอนเงินด้วยระบบคอมพิวเตอร์ทั้งหมด

3) ด้านธุรกิจ องค์กรส่วนใหญ่ที่ดำเนินงานด้วยการบริการต้องการบุคลากรที่มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ สามารถใช้ระบบขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะเป็นส่วนช่วยให้องค์กร มีส่วนได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่งในด้านการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยกว่าคู่แข่ง การใช้งานในองค์กรระดับผู้ใช้งานโปรแกรม (Users) ซึ่งจะต้องใช้โปรแกรมที่มีใช้ในสำนักงานได้ เช่น โปรแกรมพิมพ์เอกสาร (Word Processor) โปรแกรมตารางการทำงาน (Spreadsheet) โปรแกรมนำเสนองาน (Presentation) และโปรแกรมสนับสนุนอื่น ๆ บางแห่งต้องการเฉพาะทางเช่น นักเขียนโปรแกรม (Programmer) นักวิเคราะห์ระบบ (System Analysis) นักควบคุมระบบ (Administrator) นักคอมพิวเตอร์กราฟิก (Computer Graphic) เป็นต้น

5.3.2 ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี (Good Personality)

การสร้างบุคลิกภาพที่ดี หมายถึง กระบวนการในการสร้างคุณลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์การบริการขององค์กร โดยการแสดงออกผ่านพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานที่

สามารถปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมที่เผชิญอยู่ให้มีคุณลักษณะที่ดี น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับของสังคม ซึ่งการสร้างบุคลิกภาพที่ดีของพนักงานผู้ให้บริการยังรวมถึงความสามารถในการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างเหมาะสม และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ บุญมัน ธนาศุภวัฒน์ (2553)

บุคลิกภาพลักษณะของบุคคลสามารถดัดแปลง แก้ไข เสริมสร้างให้ดีขึ้นได้ บุคลิกภาพที่ดีจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยการฝึกหัด ปรับปรุงกริยา ท่าทาง และลักษณะต่าง ๆ ซึ่งการสร้างคุณลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคลนั้นจะแสดงออกผ่านพฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่ปรับตัวต่อสิ่งแวดลอมที่เผชิญอยู่ให้มีคุณลักษณะที่ดี น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับ บุคลิกภาพสามารถแบ่งได้ 7 ประเภท ดังนี้ สุธรรม รัตนาโชติ (2552: เว็บไซต์)

- 1) บุคลิกภาพทางร่างกาย (Physical Personality) เช่น รูปร่างใหญ่ รูปร่างเล็ก น้ำหนัก รูปทรง ความสูง สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพและความแข็งแรงในตัว บุคคลและมีผลทางจิตใจด้วย
- 2) บุคลิกภาพทางด้านจิตใจ (Psychological Personality) เช่น ความจำ ความคิด จินตนาการ ความสนใจ ความตั้งใจ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสมอง
- 3) บุคลิกภาพทางจริยธรรม (Ethical Personality) คือ ความประพฤติ ศีลธรรม จรรยาบรรณ เช่น ความสุภาพ ความอ่อนโยน ความซื่อสัตย์ ความไม่เห็นแก่ตัว
- 4) บุคลิกภาพทางความสามารถ (Capability Personality) คือ ความสามารถในการทำงานอันเป็นลักษณะเฉพาะบุคคล เช่น เหตุการณ์เฉพาะหน้า สติปัญญา ไหวพริบ การแก้ไขปัญหา ความคิดริเริ่ม และความสามารถอันเกิดจากการเรียนรู้และได้มีการฝึกฝน เช่น ทักษะในการทำงาน ทักษะในการสื่อสาร การประพฤตินในองค์กรและนอกองค์กร
- 5) บุคลิกภาพทางสังคม (Social Personality) คือ พฤติกรรมที่แสดงต่อผู้อื่น หรือปรากฏขึ้นในที่สาธารณะโดยเป็นรูปร่าง ท่าทาง กริยา สีหน้าท่าทาง เสียง เป็นต้น
- 6) บุคลิกภาพทางใจและอารมณ์ (Mental Personality) คือ ความรู้สึกทางจิตใจ ที่ทำให้เกิดการกระทำต่าง ๆ เช่น ตื่นเต้น ตกใจง่าย ความกล้าที่จะเผชิญหน้ากับปัญหา
- 7) บุคลิกภาพทางกำลังใจ (Morale Personality) คือ ความสามารถที่ควบคุมหรือบังคับพฤติกรรมที่กระทำไปโดยกระฉับกระเฉง ว่องไว เอื้อยหรือเอื้อยชา

5.3.3 ด้านการสร้างความเข้าใจ (Understanding)

การสร้างความเข้าใจ หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารที่น่าเชื่อถือจากตัวองค์กรหรือพนักงานไปยังผู้รับบริการ โดยการมุ่งเน้นให้พนักงานและผู้รับบริการเข้าใจถึงเนื้อหาหรือข้อมูลร่วมกันอย่างถูกต้องและสอดคล้องกับสถานการณ์ โดยปราศจากความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดต่อทั้งตัวพนักงานและลูกค้า การสื่อสารจะต้องดำเนินการอย่างจริงจังต่อเนื่อง โดยยึด

หลักความจริงเป็นหลักวัตถุประสงค์ของการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจมี 3 ประการ คือ การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ดี (2555: เว็บไซท์)

1) ป้องกันชื่อเสียงมิให้เสื่อมเสีย ทั้งนี้พนักงานหรือองค์กร จะต้องประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยเผยแพร่ผลงานชี้แจงเหตุผลในการดำเนินการต่าง ๆ ทั้งก่อน ระหว่างหรือ ภายหลังกาหนด การโครงการต่าง ๆ ให้ลูกค้าได้ทราบถึงการดำเนินงานขององค์กรอย่างชัดเจน

2) ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดี ในการดำเนินการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึงการก่อให้เกิดถึงความเข้าใจระหว่างกันและกัน โดยการเข้าใจถึงข้อมูลที่เป็นไปในรูปแบบเดียวกันทั้งสองฝ่าย

3) แก้ไขความผิดพลาด ปัญหาความไม่เข้าใจกันอย่างหนึ่งคือ ในองค์กร มักจะอ้างถึงกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ จึงทำให้การปฏิบัติงานขาดความรวดเร็วไม่ทันการ จึงเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ลูกค้าหรือพนักงานเกิดความเข้าใจผิด

5.3.4 ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management)

การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมใหม่ ๆ ที่องค์กรนำมาพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยการสร้างความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง การรักษาลูกค้าทั้งรายเก่าและรายใหม่ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในสินค้า และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อองค์กรในระยะยาว เนื่องจากการมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า นั้นเป็นหัวใจสำคัญของกิจการ แต่กิจการส่วนใหญ่กลับไม่ได้ให้ความสำคัญอย่างจริงจัง มัวแต่ทุ่มเทเวลา และทรัพยากรไปกับการแสวงหาลูกค้าใหม่มากกว่าที่จะรักษาลูกค้าเดิมที่มีอยู่ แม้การแสวงหาลูกค้าใหม่สูงกว่าต้นทุนในการรักษาลูกค้าเดิม เพราะลูกค้าเดิม มีความคุ้นเคยกับกิจการและพร้อมจะทดลองสินค้าและบริการใหม่ๆของกิจการ พร้อมจะแนะนำลูกค้าใหม่ๆมาให้หากพอใจกับบริการเดิมที่ได้รับด้วยเหตุ ที่ลูกค้ามีความคุ้นเคยกับนโยบายหรือขั้นตอนของกิจการอยู่แล้ว ความผิดพลาดต่าง ๆ ย่อมจะเกิดน้อยกว่าเมื่อเทียบกับ การบริการลูกค้าใหม่ ดังนั้นผลกำไรที่ได้จากลูกค้าเดิมที่อยู่ยาวนาน ๆ จึงสูงกว่ากำไรที่ได้จากลูกค้าที่เพิ่งได้มาใหม่ ซึ่งยังไม่แนใจว่าจะอยู่ยาวนานเพียงใด ในการรักษาลูกค้าในระยะยาวนั้น กิจการส่วนใหญ่มุ่งไปสู่การสร้าง ความผูกพัน (Bond) ให้เกิดขึ้น ในลักษณะต่าง ๆ กับลูกค้า ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 4 ระดับ ดังนี้ (พิสิทธ์ พิพัฒน์โกศากุล (2557: เว็บไซท์)

1) ระดับที่ 1 ความผูกพันเชิงการเงิน (Financial Bonds) คือความผูกพันที่เป็นระดับพื้นฐานที่สร้างกันได้ง่ายที่สุดเป็นความผูกพันที่สร้างแรงจูงใจทางการเงิน ตามความยาวนานที่ลูกค้าอยู่กับกิจการ เช่น การทำการสะสมแต้มให้กับลูกค้า คือ ยิ่งใช้มาก ราคายิ่งถูกรวมไปถึงการคิดราคาพิเศษหรือให้เงื่อนไขทางการเงินเป็นพิเศษกับลูกค้าประจำ เพราะถือว่าสำหรับลูกค้าประจำกิจการสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดการ และมีโอกาสสร้างรายได้เพิ่มขึ้นในอนาคต

2) ระดับที่ 2 ความผูกพันเชิงสังคม (Social Bonds) เป็นความผูกพันที่ไม่ได้สร้างเพียงความผูกพันทางการเงินเท่านั้น แต่ยังสร้างความผูกพันทางสังคมกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอมีการติดต่อไปสอบถามความเป็นไปของลูกค้า หมั่นเยี่ยมเยียน และให้ข้อมูล ตลอดจนแสดงให้ลูกค้าเห็นตลอดเวลาว่าลูกค้าได้รับการดูแลเอาใจใส่

3) ระดับที่ 3 ความผูกพันเชิงการตอบสนองแบบเฉพาะตัว (Customization Bonds) เป็นการก้าวไปอีกขั้น เพราะไม่เพียงแต่จะให้สิ่งจูงใจทางการเงิน และความผูกพันทางสังคมเท่านั้น กิจกรรมยังจะต้องพยายามที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคลด้วยการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างเป็นรายบุคคลจะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับการตอบสนองที่ตรงใจและตรงต่อความต้องการเป็นพิเศษ

4) ระดับที่ 4 ความผูกพันเชิงโครงสร้าง (Structural Bonds) เป็นการสร้างความผูกพันในลักษณะที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างหรือระบบการทำงานบางอย่าง ทั้งในฝ่ายของกิจการและฝ่ายลูกค้านับเป็นความผูกพันในระดับสูงสุดในบรรดาความผูกพันทั้งหมดเป็นการสร้างความผูกพันที่มีลักษณะเป็นการตอบสนองความต้องการเป็นรายบุคคลโดยอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาช่วย เช่น ระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange) ที่เชื่อมระหว่างลูกค้ากับบริษัททำให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านการทำรายการที่หน้าจอ มีการหักบัญชีกันทางออนไลน์ บริษัทสามารถที่จะช่วยเตือนลูกค้าเมื่อเห็นว่าใกล้เวลาที่จะต้องสั่งซื้อ และยังส่งข่าวสารข้อมูลที่สำคัญให้ลูกค้าได้มีการรับทราบตลอดเวลาอีกด้วย

สรุปได้ว่า การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ถือได้ว่าเป็นกระบวนการที่มีความจำเป็นและสำคัญในการสร้างคุณภาพงานบริการยุคปัจจุบัน ที่มีความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและการแข่งขันที่สูง เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าคุ้มราคา และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับคู่แข่งได้ ด้วยเหตุนี้ในปัจจุบันจึงได้มีการมุ่งเน้นที่จะนำมาตรฐานการบริการ มาเป็นส่วนที่ช่วยสร้างคุณภาพงานบริการให้ได้ตามมาตรฐานการบริการ โดยการสร้างงานบริการเกินความคาดหมาย โดยอาศัยทักษะ ประสบการณ์ การปฏิบัติงานให้เข้ากับยุคสมัย เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง จากการศึกษาเอกสารและทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ผู้วิจัยจึงได้ประยุกต์จากแนวคิดของมาตรฐานการบริการของ พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกศากุล (2557: 92) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ประกอบด้วย 1) ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (Modern Technology) 2) ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี (Good Personality) 3) ด้านการสร้างความเข้าใจ (Understanding) และ 4) ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship) ล้วนเป็นแนวทางในการสร้างผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ในปัจจุบัน

แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน

1. ความหมายของผลการดำเนินงาน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีผู้ให้ความหมายของผลการดำเนินงานไว้ดังนี้

มนชวัล นารถศิลป์ (2556: 33) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลลัพธ์และกระบวนการที่เกิดจากการปฏิบัติงานของธุรกิจตามที่ได้วางแผนไว้แล้ว และเป็นตัวสำคัญในการชี้วัดการประเมินความสำเร็จของธุรกิจในการดำเนินงานและการบริหาร รวมถึงการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของธุรกิจ

นิรมิต เทียมทัน (2555: 15) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง กระบวนการและหลักการกระจายอำนาจให้กับฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กรที่สะท้อนถึงการยอมรับในความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน การสร้างแรงจูงใจและความคงไว้ซึ่งความพอใจในงานและชี้ให้เห็นว่าการปฏิบัติงานโดยรวมของทั้งองค์กรมีผลลัพธ์ตามที่ตั้งเป้าไว้หรือไม่อย่างไร

บัณฑิตา บุปผาโสภา (2555: 50) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง ค่าความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ สามารถนำไปวิเคราะห์เพื่อนำไปเป็นข้อมูลช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหาร ครอบคลุมทั้งปริมาณ คุณภาพ โดยการวัดผลการดำเนินงานต้องมีการกำหนดว่าจะวัดความสำเร็จของแต่ละงานอย่างไร

เสาวลักษณ์ โงชาฤทธิ์ (2555: 22) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลลัพธ์ของการนำไปปฏิบัติ ทั้งการชี้วัดผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินทำให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อที่จะสามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ตรงจุด

Bogomolova (2011: 793-810) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลลัพธ์ที่มาจากการประเมินกลยุทธ์ขององค์กร เป็นเครื่องมือสำหรับผู้บริหารที่ใช้ในการสื่อสารกับพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งระบบหรือแนวทางในการบริหารการจัดการเพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมาย วัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ กลยุทธ์และยุทธศาสตร์ขององค์กร

Botis (2010: 105-131) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลลัพธ์ของตัวชี้วัดที่สำคัญในการประเมินความสำเร็จขององค์กร ที่ได้มาจากการดำเนินงานและกิจกรรมของแต่ละแผนกหรือแต่ละฝ่ายภายในองค์กร

Hyvonen (2007: 343-366) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลชี้วัดการปฏิบัติงาน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านร่วมสมัย ประกอบด้วย ตัวชี้วัดที่ไม่เกี่ยวกับตัวเงิน การวัดแบบดุลยภาพความพึงพอใจของลูกค้า การวัดด้านการเงินและการวัดเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การควบคุมกำไร การแบ่งปันกำไร การวิเคราะห์การปรับเปลี่ยนเปลี่ยนแปลงงบประมาณและอัตราเงินทุน

Hsu (2006: 188-205) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลลัพธ์ที่มาจากการดำเนินงานในแต่ละด้าน เช่น ความได้เปรียบผลิตภัณฑ์ ทรัพยากร การเรียนรู้ทางเทคโนโลยี การเรียนรู้ทางการตลาด เพื่อนำไปพัฒนาการดำเนินงานให้ดีขึ้น

Bharadwaj, Bharadwaj and Konsynski (1999: 98) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการปฏิบัติและดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ ด้านการตลาด และด้านการบัญชี

จากความหมายของผลการดำเนินงานข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมและการปฏิบัติงาน โดยมีการกำหนดขั้นตอน และการปฏิบัติงานมีการวัดหรือประเมินผลเปรียบเทียบกับจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมาย เพื่อให้เกิดผลตามจุดมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์ที่วางไว้

2. ความสำคัญของผลการดำเนินงาน

การประเมินผลการปฏิบัติงานมีความสำคัญทั้งต่อพนักงาน ผู้บังคับบัญชา และองค์กร
นงลักษณ์ เพิ่มชาติ (2548: เว็บไซต์) ดังนี้

1. ความสำคัญต่อพนักงาน พนักงานย่อมต้องการทราบว่า ผลการปฏิบัติงานของตนเป็นอย่างไรมีคุณค่าหรือไม่เพียงใดในสายตาของผู้บังคับบัญชา มีจุดบกพร่องที่ควรจะต้องปรับปรุงหรือไม่ เมื่อมีการประเมินผลการปฏิบัติงานและแจ้งผลให้พนักงานทราบก็จะได้รับรู้การปฏิบัติงานเป็นอย่างไร หากไม่มีการประเมินผลพนักงานก็ไม่มีทางรู้ถึงผลการปฏิบัติงานของตนว่า มีส่วนใดที่ควรจะต้องปรับปรุงและส่วนใดควรจะต้องปรับปรุงพนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับดีอยู่แล้วก็จะได้เสริมสร้างให้มีผลการปฏิบัติงานดียิ่งขึ้น

2. ความสำคัญต่อผู้บังคับบัญชา ผลการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละคน ย่อมส่งผลต่อการปฏิบัติงานโดยส่วนรวมในความรับผิดชอบของผู้บังคับบัญชา การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานจึงมีความสำคัญต่อผู้บังคับบัญชา เพราะจะทำให้รู้ว่าพนักงานมีคุณค่าต่องานหรือต่อองค์กรมากน้อยเท่าใด จะหาวิธีส่งเสริม รักษา และปรับปรุงผลการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างไร ควรจะให้ทำหน้าที่เดิมหรือสับเปลี่ยนโอนย้ายหน้าที่ไปทำงานใด จึงจะได้ประโยชน์ต่อองค์กรยิ่งขึ้น หากไม่มีการประเมินผลการปฏิบัติงานก็ไม่สามารถจะพิจารณาในเรื่องเหล่านี้ได้

3. ความสำคัญต่อองค์กร เนื่องจากผลสำเร็จขององค์กรมาจากผลการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละคน ดังนั้นการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานจะทำให้รู้ว่าพนักงานแต่ละคนปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายจากองค์กรอยู่ในระดับใด มีจุดเด่นหรือจุดด้อยอะไรบ้าง เพื่อองค์กรจะได้หาทางปรับปรุงหรือจัดสรรพนักงานให้เหมาะสมกับความสามารถซึ่งจะทำให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

จะเห็นได้ว่าประเมินผลการปฏิบัติงานมีความสำคัญ และมีประโยชน์ต่อการบริหารงาน ดังที่กล่าวมา หน่วยงานต่าง ๆ จึงกำหนดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานขึ้นภายในหน่วยงานของตน การวางระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน จึงมีความสำคัญจำเป็นต้องดำเนินการอย่างรอบคอบ เพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ติดตามมาในภายหลังจากที่นำระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานมาใช้ เช่น การต่อต้านจากผู้บังคับบัญชาที่ทำหน้าที่ประเมิน การไม่ยอมรับของพนักงานผู้รับการประเมิน การไม่สามารถสรุปผลการประเมินได้หลังจากที่ทำการประเมินแล้ว เป็นต้น

3. ประเภทของผลการดำเนินงาน

เป็นแนวทางในการประเมินผลการปฏิบัติงานตามสภาพจริง โดยมีการกำหนดข้อตกลงการปฏิบัติงานล่วงหน้าไว้แล้วระหว่างผู้ประเมินกับผู้ถูกประเมิน เพื่อให้เกิดความยุติธรรม และเป็นตัวกำหนดผู้รับผิดชอบในการปฏิบัติงานหน้าที่นั้น ๆ รูปแบบการประเมินหรือตัวชี้วัดแต่ละประเภทจึงแตกต่างกันออกไปตามลักษณะพื้นฐานของงาน โครงสร้างองค์กร ผู้ประเมินจึงต้องให้ความสำคัญและทำความเข้าใจเกี่ยวกับประเภทของสิ่งที่จะประเมินให้ดี เพื่อที่จะได้เลือกใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการวัดผลการดำเนินงานขององค์ไปสร้างแนวทางการแก้ไขหรือขั้นตอนการปฏิบัติงานต่อไปในอนาคต แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานมี ดังนี้ นิรมิต เทียมทัน (2555: 273-277)

3.1 ด้านปัจจัยนำเข้า แสดงถึงจำนวนทรัพยากรโดยรวมที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมและบริการ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลผลิต

3.2 ด้านผลผลิต แสดงถึงปริมาณจำนวนสินค้าหรือบริการที่ได้จากการดำเนินกิจกรรมในองค์กร

3.3 ด้านกระบวนการ แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนหรือการปฏิบัติงานในแต่ละหน้าที่ของพนักงานในองค์กรอย่างชัดเจน และเป็นรูปแบบที่เป็นรูปธรรม

3.4 ด้านผลกระทบ แสดงถึงผลสัมฤทธิ์ของกิจกรรมและผลลัพธ์ของคุณภาพของการบริการ ยังรวมถึงองค์ประกอบที่มีผลต่อการปฏิบัติงานขององค์กร ซึ่งอาจอยู่เหนือหรือภายใต้การควบคุมขององค์กร

3.5 ด้านปริมาณงาน แสดงถึงภาระงานในแต่ละตำแหน่ง แต่ละหน้าที่ของบุคลากรในองค์กรและความต้องการในการใช้บริการ

4. ลักษณะของผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงาน เป็นสิ่งที่บ่งบอกหรือสะท้อนถึงการปฏิบัติงานขององค์กร โดยใช้การวัดและประเมินผล เพื่อทราบถึงแนวทางในการปฏิบัติงานขององค์กร ซึ่งข้อมูลที่จะได้จะสามารถนำไปแก้ไขปรับปรุงผลการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ลักษณะของผลการดำเนินงานประกอบด้วย 3 ลักษณะ ดังนี้ ทศพร ศิริสัมพันธ์ (2551: เว็บไซต์)

4.1 ผลผลิต (Output) จำแนกออกเป็น 2 ลักษณะคือ

4.1.1 เจริญประสิทธิภาพ (Efficiency) คือการเปรียบเทียบสัดส่วนระหว่างสินค้าหรือบริการนำเข้าและผลผลิตที่ได้รับ เรียกว่าผลผลิตหรือผลิตภาพ (Productivity or Yield) เช่น ความสามารถทำงานของพนักงานแต่ละคนจำนวนยอดฝากและยอดขายในแต่ละวัน เป็นต้น

4.1.2 ระดับของผลงานหรือเชิงปริมาณ (Volume of Worker Level Services) คือ การเทียบปริมาณหรือระดับการผลิตที่ได้รับออกมาตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้หรือไม่ โดยทำการระบุออกมาในรูปของจำนวนของงานหรือภาระงาน (Workload) ซึ่งจะแสดงถึงปริมาณหรือระดับของงานที่ต้องทำ (Work Performance) เช่น จำนวนผู้เข้ารับฝึกอบรม จำนวนครั้งของการต้อนรับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ

4.2 คุณภาพ (Quality) หลายกรณีพบว่าองค์กรสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพสินค้าและบริการให้สูงขึ้นโดยเพิ่มปริมาณ จำนวนการผลิตหรือลดคุณภาพ จำเป็นจะต้องมีการสร้างตัวดัชนีตัววัดคุณภาพ เพื่อให้เป็นประกันมาตรฐานของผลผลิต เช่น ร้อยละจำนวนสินค้าที่ชำรุดหรือบกพร่อง (Defect Rate) หรือการให้บริการที่ผิดพลาด (Error Case) ลูกค้าที่ใช้บริการจะเป็นปัจจัยในการวัดหรือบ่งชี้ถึงคุณภาพของผลผลิต หลายองค์กรจึงต้องมีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการและรวมถึงการร้องเรียนจากลูกค้า เพื่อสะท้อนถึงคุณภาพในการบริการขององค์กร

4.3 ผลลัพธ์ (Outcomes) จำแนกออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

4.3.1 ประสิทธิภาพ (Effectiveness) คือการเปรียบเทียบว่า ผลลัพธ์ที่ได้ออกมาตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้หรือไม่ เช่น การให้ความมั่นใจกับลูกค้าที่มาลงทุน หรือนายทุนจากต่างประเทศ การส่งเสริมการลงทุนทั้งในและต่างประเทศ การขยายการลงทุนขององค์กรรายสาขา และการส่งรายได้เข้ากลับคืนสู่ประเทศ

4.3.2 ต้นทุน-ประสิทธิผล (Cost-effectiveness) การเปรียบเทียบระหว่างต้นทุนค่าใช้จ่ายกับประสิทธิผลที่ได้รับว่าคุ้มค่าเพียงใด (Value for Money) เช่น การวิเคราะห์ต้นทุนการลงทุน ได้แก่ ภาษีและสิทธิอื่น ๆ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ในเชิงเปรียบเทียบกับผลประโยชน์ที่ได้รับ เช่น มูลค่าเพิ่มทางอุตสาหกรรมของประเทศ การเรียนรู้ทางด้านเทคโนโลยี เป็นต้น

5. ประโยชน์ของการวัดผลการดำเนินงาน

ในการบริหารงาน การประเมินผลการปฏิบัติงานมีวัตถุประสงค์มากกว่าเพื่อจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงาน เพราะผลที่ได้จากแบบประเมินผลการปฏิบัติงานมีคุณค่าต่อการพัฒนา และมีความสำคัญต่อการบริหารงาน สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (2553: เว็บไซต์) ดังนี้

5.1 ใช้เป็นเครื่องมือในการจัดสรรทรัพยากรของหน่วยงานอย่างเป็นธรรม

5.2 สร้างแรงจูงใจและให้รางวัลตอบแทนพนักงานที่มีผลงานได้มาตรฐานหรือสูงกว่ามาตรฐาน

5.3 รักษาความเป็นธรรมภายใน ทั้งในด้านการบริหารเงินเดือน ค่าตอบแทน และการบริหารงานบุคคล กล่าวคือสามารถพิจารณาประสิทธิภาพการบริหารงานขององค์กรจากการวัดการดำเนินงานและผลการปฏิบัติงานว่าให้ความสำคัญกับผลงานหรือให้ความสำคัญกับพฤติกรรม

5.4 ใช้เป็นเครื่องมือสอนงานและพัฒนาพนักงาน กล่าวคือการประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นกระบวนการหนึ่งในการพัฒนาพนักงาน

5.5 ใช้เป็นเครื่องมือให้พนักงานยึดถือระเบียบ ข้อบังคับร่วมกันอย่างเท่าเทียม

5.6 ให้พนักงานได้ทราบถึงความรู้ความสามารถของตนเองในสายตาของผู้บังคับบัญชา หรือเพื่อนร่วมงาน ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้อง

5.7 เป็นการทดสอบความยุติธรรมของผู้บังคับบัญชา หากไม่ยุติธรรมแล้ว คนที่มีความสามารถก็จะหนีจากผู้บังคับบัญชา ในที่สุดผู้บังคับบัญชาต้องทำงานนั้นด้วยตนเองและทำงานหนักมากขึ้น

5.8 ช่วยวิเคราะห์ปัญหาขององค์กรในด้านต่าง ๆ เช่น ปัญหาในการกำหนดความต้องการฝึกอบรมความรู้ (Knowledge) ความสามารถ (Ability) ทักษะ (Skills) ของพนักงาน และลักษณะการว่าจ้าง เป็นต้น

5.9 ใช้เป็นข้อมูลในการป้องกันปัญหาทางการบริหาร กล่าวคือ ฝ่ายบริหารงานบุคคลสามารถจะวิเคราะห์การประเมินผลการปฏิบัติงานของแต่ละฝ่ายงานว่ายุติธรรมหรือไม่

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการวัดผลการดำเนินงานและปฏิบัติงาน เป็นเครื่องมือที่ออกแบบขึ้นมา ช่วยลดปัญหาในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดภายในองค์กร เพื่อนำไปแนวทางในปฏิบัติงานให้เกิดผลประโยชน์ให้ได้มากที่สุด การวัดผลการดำเนินงานจึงเป็นเครื่องมือในการประเมินผลการปฏิบัติงานที่สำคัญทำให้รู้ถึงสถานการณ์ขององค์กรว่าอยู่จุดใด ทำให้องค์กรทราบถึงแนวทางในการพัฒนาองค์กรและทราบถึงทิศทางในการพัฒนาองค์กรในอนาคต และยังช่วยผลักดันให้เกิดการนำกลยุทธ์ไปใช้สร้างความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจอื่น ดังนั้นการวัดผลการดำเนินงานจะทำให้ผู้บริหารมองเห็นถึงผลการปฏิบัติงานโดยรวม และในหลายๆด้านขององค์กรในเวลาเดียวกัน ทำให้สามารถพัฒนาและปรับปรุงองค์กรให้เจริญเติบโตได้อย่างมั่นคง

6. องค์ประกอบของการวัดผลการดำเนินงาน

การวัดผลการดำเนินงาน เป็นเครื่องมือในการประเมินผลการปฏิบัติงาน ทำให้รู้ถึงสถานการณ์ขององค์กรว่าอยู่ ณ จุดใด ทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาองค์กร และทราบทิศทาง การพัฒนาองค์กร ทราบว่าผู้ใดที่มีหน้าที่รับผิดชอบ และสามารถสะท้อนให้เห็นถึงผลการปฏิบัติงานที่ทำให้บรรลุเป้าหมายได้พร้อม ๆ กันการบริหารแบบดุลยภาพ (BSC) เห็นว่าการบริการจัดการเชิงควบคุม เป็นการบริหารจัดการแบบเดิมที่ใช้กันมาจนชิน ความเคยชินในการควบคุมเพราะ เชื่อว่าทำให้เข้มแข็งมีเสถียรภาพ แต่หารู้ไม่ว่าภัยของความเคยชินทำให้มองไม่ออกว่าเป็นอุปสรรคต่อการแข่งขัน

บางครั้งอาจจะเป็นผลข้างเคียง ในลักษณะของการต่อต้านแนวคิดที่ต่างออกไป การบริหารจัดการเชิงควบคุมเป็นการหวังผลในระยะสั้น (Short-term Performance) เมื่อมีการหวังผลในระยะสั้น จึงใช้ตัวเลขทางการเงินเป็นตัววัดผล (Financial Measurement) เช่น คู่อัตรากาไรสุทธิ (Net Profit) ความสามารถในการทำกำไร และความเสี่ยงที่ผู้ถือหุ้นจะถอนหุ้นหรือขายหุ้นทิ้ง การหวังผลระยะสั้นทำให้ละเลยสิ่งที่มีคุณค่าต่อผลการดำเนินงานระยะยาว (Long term Performance) ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าของลูกค้า (Customer) ผู้ผลิตหรือผู้ขาย พนักงาน (Employee) เทคโนโลยี (Technology) และนวัตกรรม (Innovation) ดังนั้น เพื่อเป็นการพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืนในระหว่างการพัฒนา จะมีการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรไปพร้อม ๆ กัน เสมือนว่าระหว่างการพัฒนา ทำให้ทราบถึงสถานภาพขององค์กรได้ตลอดเวลา การบริการคุณภาพ (BSC) จึงได้วางกรอบในการพัฒนาและวัดผลการดำเนินงานใน 4 ด้านหลัก ได้แก่ นิรมิต เทียมทัน (2555: 58-62)

6.1 ด้านการเงิน (Financial Perspective)

ผลการดำเนินงานด้านการเงิน เป็นผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องกับการเงิน โดยวิธีการดำเนินงานและการบริหารขององค์กร มีส่วนช่วยในการปรับปรุงองค์กรให้ดีขึ้น โดยการวิเคราะห์อัตราเติบโต ความสามารถในการทำกำไร และความเสี่ยงที่ผู้ถือหุ้นจะถอนตัว ซึ่งการวิเคราะห์ด้านนี้ยังคงเป็นแนวคิดเดิมของการบริการจัดการเชิงควบคุม โดยเชื่อว่าการควบคุมทางการเงินยังมีความสำคัญอยู่ เนื่องจากการวัดเชิงการเงินเป็นการบันทึกกิจกรรมงานทุกงานที่ตีค่าเป็นเงิน และสามารถสัมผัสได้เป็นรูปธรรมที่จับต้องได้ ซึ่งเป็นความปรารถนาของเจ้าของผู้ประกอบการ และผู้ถือหุ้น โดยเฉพาะธุรกิจเอกชน สำหรับองค์กรของรัฐอาจไม่มีความต้องการผลตอบแทนทางการเงิน ในรูปแบบของกำไร แต่จะมองในแง่ของความคุ้มค่าทั้งในเกณฑ์ประสิทธิภาพและประสิทธิผล สามารถพิจารณาได้จาก 2 ประการ ดังนี้

6.1.1 การเพิ่มขึ้นของกำไร (Revenue Growth) วัตถุประสงค์ที่องค์กรได้กำหนดขึ้นเกี่ยวกับการเพิ่มขึ้นของรายได้และตัวชี้วัดที่สำคัญ องค์กรจะต้องกำหนดแนวทางได้ด้วยว่าจะมีการเพิ่มอย่างไร เช่น การเพิ่มขึ้นจากลูกค้ารายเดิมและรายใหม่ ตัวชี้วัดก็คือ ร้อยละของการเพิ่มขึ้นของรายได้ต่อตัวลูกค้า ส่วนแบ่งทางการตลาด ตัวชี้วัดก็คือ ส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นเปรียบเทียบกับกลุ่มธุรกิจเดียวกันในเวลาที่ผ่านมา

6.1.2 การลดลงของต้นทุน (Cost Reduction) หรือการเพิ่มขึ้นของผลิตภาพ (Productivity Improvement) กิจกรรมจะต้องมีมุมมองและวัตถุประสงค์ทางการเงินในด้านการลดของต้นทุน รวมทั้งตัวชี้วัดที่สำคัญด้วย การเพิ่มขึ้นของผลิตภาพจะทำให้ต้นทุนลดลง เช่น การลดลงของต้นทุนในการดำเนินงาน ตัวชี้วัดคือ อัตราส่วนของต้นทุนในการดำเนินงานต่อต้นทุนทั้งหมด การเพิ่มของผลิตภาพในการทำงาน ตัวชี้วัดคือ รายได้ต่อพนักงาน ผลผลิตต่อพนักงาน

6.2 ด้านลูกค้า (Customer Perspective)

ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า เป็นผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ในด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้เกิดความพึงพอใจเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ในด้านการรักษาลูกค้ารายเดิม การแสวงหาลูกค้ารายใหม่ และการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ เนื่องจากลูกค้ามีอิทธิพลที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการบริหารงานขององค์กร ซึ่งจะพิจารณาถึงความแตกต่างในเชิงคุณค่า โดยต้องคิดหาวิธีที่จะดึงดูดใจลูกค้า รักษาฐานลูกค้าเดิม และกิจกรรมอะไร ที่สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าให้ใกล้ชิดยิ่งขึ้น โดยต้องหาวิธีเปลี่ยนฐานะจากลูกค้าให้เป็นคู่ค้าให้ได้ ความจริงวัตถุประสงค์ทางการเงินและลูกค้า คือผลลัพธ์ของการบริหารจัดการขององค์กร แต่โดยทั่วไปไม่นิยมอธิบายถึงความชัดเจนในเหตุผลที่ว่า จะบรรลุได้อย่างไร แต่จะเลี่ยงไปอธิบายทางอ้อมในรูปแบบของเงินที่สามารถวัดเป็นเชิงปริมาณได้ สามารถพิจารณาได้จาก 4 ประการ ดังนี้

6.2.1 การรักษาลูกค้าเก่า (Customer Retention) เป็นส่วนสำคัญในการครองใจลูกค้า คือการรักษาลูกค้ารายเดิมไว้กับองค์กร และให้ความสนใจเกี่ยวกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และให้ความสนใจสินค้าและบริการ ยังรวมถึงการมาซื้อซ้ำอีกด้วย ซึ่งวัดได้จากจำนวนลูกค้าใหม่ และเก่าทั้งปีขององค์กร

6.2.2 ส่วนครองตลาด (Market Share) เป็นส่วนแบ่งหรือส่วนเพิ่มทางการตลาด ที่สามารถสะท้อนถึงการยอมรับผลิตภัณฑ์ขององค์กรเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

6.2.3 การเพิ่มลูกค้ารายใหม่ (Customer Acquisition) เป็นการวัดขีดความสามารถขององค์กรในการหาลูกค้ารายใหม่เพิ่ม ทั้งในตลาดที่อยู่ และในตลาดใหม่ ส่งผลต่อรายได้โดยรวมขององค์กร

6.2.4 ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นการวัดระดับความพึงพอใจ ทศนคติ ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ ปัจจุบันหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ มีการให้ความสนใจเกี่ยวกับความพึงพอใจ และทัศนคติของลูกค้ามากขึ้น

6.3 ด้านกระบวนการบริหารภายใน (Internal Process Perspective)

ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการบริหารภายใน เป็นผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการดำเนินงานภายในขององค์กร ที่ช่วยให้องค์กรสามารถนำข้อเสนอต่าง ๆ มาช่วยในการสร้างคุณค่าเพื่อดึงดูดและรักษาลูกค้าไว้ โดยการพัฒนาทางด้านการดำเนินงานที่รวดเร็ว กระบวนการที่มีคุณภาพ รวมไปถึงการบริหารงานที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ แม้ไม่อาจวัดเป็นตัวเลขได้แต่เป็นการสัมผัสในรูปของความรวดเร็ว ความคล่องตัว ศักยภาพ (Potential) การปรับตัว ทักษะความสามารถ ความโปร่งใสตรงไปตรงมา บรรยากาศของการทำงาน เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและหุ้นส่วน รวมทั้งบ่งบอกถึงศักยภาพของพนักงาน

ที่จัดการกับกระบวนการ และกิจกรรมที่ร้อยเรียงกัน ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพประสิทธิผลของกิจกรรมงาน ในการบริหารจัดการองค์กร ประกอบด้วย 2 ประการ ดังนี้

6.3.1 ความสามารถในการด้านนวัตกรรม (Innovation) คือ สินค้าและบริการที่ทางองค์กรได้พัฒนาหรือได้คิดค้นขึ้นมาใหม่ ใช้ตัวชี้วัดที่สำคัญๆ เช่น ร้อยละของยอดขายสินค้าและบริการใหม่ กระบวนการในการดำเนินงานขององค์กร ระยะเวลาที่ใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงสินค้าและบริการใหม่ ๆ

6.3.2 ลูกโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) คือ ขั้นตอนในการดำเนินงานกิจกรรมหลักที่สำคัญขององค์กร เช่น การนำเข้าวัตถุดิบ การส่งออกผลิตภัณฑ์ การตลาดและการขายสินค้าหรือบริการ การให้บริการต่าง ๆ กับลูกค้า

6.4 ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective)

ผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และพัฒนา เป็นผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการที่นำมาแก้ไขปัญหา และพัฒนาองค์กรในเรื่องของวิธีการ แนวคิดหรือรูปแบบใหม่ๆ ได้แก่ การฝึกอบรมพนักงาน การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดี การปรับปรุงระบบการปฏิบัติงาน และการรักษาพนักงานที่มีคุณภาพ การวางระบบบริหารจัดการแบบมียุทธศาสตร์ จะต้องกำหนดกลยุทธ์ให้ครบถ้วนทั้งสี่ไม่ว่าจะเป็นด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน การเรียนรู้และพัฒนา ล้วนแล้วแต่อาศัยความรู้ความสามารถของผู้ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นพนักงาน ผู้บริหารขององค์กร ดังนั้น การเรียนรู้และพัฒนาจึงเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ ที่จะทำให้องค์กร ประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลว ในการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองด้านการเงิน ด้านลูกค้า และด้านกระบวนการภายในที่จะต้องมีการเรียนรู้และพัฒนา โดยส่วนใหญ่ วัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองด้านนี้สามารถแบ่งได้เป็น 3 ด้านดังนี้

6.4.1 การพัฒนาสภาพแวดล้อมให้ในการทำงาน (Working Environment Development) วัดถึงการมีส่วนร่วมในการทำงานของพนักงาน การแสดงทัศนคติ การเพิ่มองค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในการทำงานเพิ่มขึ้น เพื่อที่จะทำให้มีการพัฒนาเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา และกระตุ้นให้พนักงานทำงานได้อย่างเต็มความสามารถ รวมถึงความรักในการทำงาน ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน ความคิดและทัศนคติที่สร้างสรรค์จะส่งผลต่อกระบวนการภายในองค์กร เช่น มีระบบพี่เลี้ยงหรือผู้ฝึกสอนสำหรับตำแหน่งงานหลัก ศักยภาพของพนักงานถูกนำมาใช้อย่างเต็มที่ ให้โอกาสพนักงานได้ใช้ความสามารถ ให้พนักงานมีความรู้เท่าทันความเป็นไปของสภาพแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอก เป็นต้น

6.4.2 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) วัดถึงการพัฒนาด้านทักษะ ความสามารถของพนักงานให้สามารถปรับเปลี่ยนตามยุคตามสมัยที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้ เพราะในปัจจุบันองค์กรหันมาให้ความสำคัญกับการรักษาพนักงาน

ในระยะยาวมากขึ้นโดยเฉพาะพนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมในระดับสูง เช่น อัตราการหมุนเวียนพนักงาน ดัชนีความสามารถของพนักงาน เป็นต้น อัตราส่วนเหล่านี้จะทำให้ทราบถึงการพัฒนาศักยภาพของพนักงานว่าเป็นไปตามที่องค์กรได้กำหนดไว้หรือไม่

6.4.3 การพัฒนาเครื่องมือ และอุปกรณ์ (Development of Equipment) วัดถึงการพัฒนาเครื่องมือ และอุปกรณ์ ที่ใช้ในการสนับสนุนกระบวนการและการปฏิบัติงานของพนักงานไปสู่การพัฒนากระบวนการภายในองค์กรให้ดีขึ้น ดังนั้น องค์กรจะต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงพัฒนาเครื่องมือและอุปกรณ์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ อีกทั้งต้องลงทุนในด้านเทคโนโลยี เพื่อรองรับการขยายตัวของการทำงานในอนาคตขององค์กรเอง

ดังนั้น ผลการดำเนินงาน ที่กล่าวมาในข้างต้นนั้นสามารถสรุปได้ว่า ผลการดำเนินงานเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมและการปฏิบัติงาน โดยมีการวัดหรือประเมินผลเปรียบเทียบกับจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายเพื่อให้เกิดผลตามจุดมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยเป็นดัชนีการวัดผลสำเร็จขององค์กร ทำให้ผู้บริหารสามารถมองเห็นผลการปฏิบัติงานในหลาย ๆ ด้านในเวลาเดียวกัน ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลมาปรับปรุงและแก้ไขวิธีการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับองค์กร และเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืนในปัจจุบัน โดยวัดจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1) ด้านการเงิน 2) ด้านลูกค้า 3) ด้านกระบวนการภายใน และ 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

พัฒนภูมิ แสนศักดิ์ (2559: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ผลกระทบของกลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีกลยุทธ์การบริการสมัยใหม่โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และด้านจิตสำนึกในการบริการ และอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการตลาดแบบผสมผสาน และด้านความรับผิดชอบทางการตลาดต่อสังคมและมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานโดยรวม และเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า 1) กลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ ด้านจิตสำนึกในการบริการมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา 2) กลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ ด้านความรับผิดชอบทางการตลาดต่อสังคมมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับ

ผลการดำเนินงานโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ โดยการสนับสนุนให้พนักงานมีจิตสำนึกในการบริการ และดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อทางการตลาดต่อสังคม เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ก่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป

จิตรภรณ์ ทับทิม (2558: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ผลกระทบของมาตรฐานการบริการที่ดีที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย พบว่า ผู้บริหารธุรกิจสปา มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีมาตรฐานการบริการที่ดีโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านวิสัยทัศน์ การบริการ ด้านการพัฒนาทักษะการบริการ ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ด้านวัฒนธรรมในการบริการด้านการรักษาลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และด้านการประเมินผลในการบริการ และผู้บริหารธุรกิจสปา มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า 1) มาตรฐานการบริการที่ดีด้านวิสัยทัศน์การบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานด้านการเงิน 2) มาตรฐานการบริการที่ดี ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการมีผลการดำเนินงานด้านการเงิน 3) มาตรฐานการบริการที่ดีด้านการประเมินผลงานบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านกระบวนการภายในและด้านการเรียนรู้และพัฒนา ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารธุรกิจสปา ในการกำหนดมาตรฐานการบริการที่ดีให้กับองค์กร และช่วยในการวางแผนพัฒนาเพื่อเปลี่ยนแปลงและเพิ่มกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้การบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานเพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานและความสำเร็จขององค์กรในอนาคต

วรางคณา คำทา (2557: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารการบริการสมัยใหม่ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจสปาในประเทศไทย พบว่า 1) กลยุทธ์การบริหารการบริการสมัยใหม่ ด้านการออกแบบงานบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ด้านการเงิน 2) กลยุทธ์การบริหารการบริการสมัยใหม่ ด้านการปฏิบัติงานบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ด้านกระบวนการภายในและ 3) กลยุทธ์การบริหารการบริการสมัยใหม่ ด้านการพัฒนาทางด้านบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจสปาจะต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาการให้บริการ โดยนำเสนอแนวความคิดวิธีการใหม่ ๆ พัฒนากลยุทธ์และวิธีการบริหารจัดการระบบการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิด

ความประทับใจในการบริการ สามารถนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อกระบวนการดำเนินงาน ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีความเป็นมืออาชีพและมีมาตรฐาน ในด้านการบริการ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดกับธุรกิจต่อไปภายใน และด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร

ชิตชัย อนุฤทธิ์ (2557: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการบริการกับประสิทธิภาพการทำงานของผู้บริหารแผนกต้อนรับส่วนหน้าธุรกิจ โรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อให้องค์กรสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมการแข่งขัน รวมถึงสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า และสร้างความได้เปรียบ ในการแข่งขัน การวิจัยพบว่า ผู้บริหารแผนกต้อนรับส่วนหน้า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความสามารถในการบริการโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการกระตือรือร้นในการให้บริการ ด้านความสะอาดจากการให้บริการ ด้านบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ และด้านการให้บริการทุกระดับเท่าเทียมกัน และผู้บริหารแผนกต้อนรับส่วนหน้า มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการทำงาน โดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านปริมาณงาน ด้านคุณภาพงาน ด้านความรู้เกี่ยวกับงาน ด้านคุณภาพของลักษณะส่วนตัวด้านความร่วมมือกับผู้อื่น ด้านมีความไว้วางใจ และด้านความคิดริเริ่ม ดังนั้น ผู้บริหารแผนกต้อนรับ ส่วนหน้าต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาและความสามารถโดยหมั่นฝึกฝนและพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพตลอดเวลาเพื่อเป็นการมุ่งมั่นที่จะทำงานให้สำเร็จทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสร้างคุณภาพการให้บริการ และให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีในครั้งต่อไป

อัญชลี สุวัฒน์นอม (2557: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ผลกระทบของกลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจให้บริการความงามในประเทศไทย พบว่า ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจให้บริการความงามมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีกลยุทธ์การบริการสมัยใหม่โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความเชื่อถือและความมั่นใจ ด้านการตอบสนอง ด้านความเอาใจใส่ลูกค้า ด้านบุคลิกภาพของผู้ให้บริการและด้านคุณภาพการบริการที่เป็นเลิศ และผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจ ให้บริการความงามมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และเจริญเติบโต จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ และผลกระทบ พบว่า 1) กลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านการเงิน ด้านลูกค้า และด้านกระบวนการภายใน 2) กลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ ด้านบุคลิกภาพของผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้และเจริญเติบโต และ 3) กลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ ด้านคุณภาพการบริการที่เป็นเลิศมีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวมและด้านการเงิน ดังนั้น ธุรกิจให้บริการความงามในประเทศไทย จึงควรให้ความสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ในการบริการลูกค้า

ให้มีความเหมาะสมอันจะนำไปสู่กระบวนการในการบริการแก่ลูกค้าที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสูงสุด และส่งผลให้ผลการดำเนินธุรกิจของธุรกิจ ให้บริการความงามมีศักยภาพในการบริหารจัดการและมีการบริการที่เป็นเลิศ

2. งานวิจัยต่างประเทศ

Agha, Liat และ Esti (2017: 91-97) ได้ศึกษา การวิเคราะห์ผลกระทบทางตรง และทางอ้อมของมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดีผ่านคุณภาพการให้บริการ คุณภาพการให้บริการมีสองมิติ ได้แก่ ด้านเทคนิค และด้านการทำงานที่มีคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า 1) การทำให้งานมีมาตรฐาน และเทคนิคการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญสำหรับคุณภาพการให้บริการ ที่ดีขึ้น 2) มาตรฐานมีผลกระทบสูงต่อคุณภาพการให้บริการเมื่อเทียบกับเทคนิคการให้บริการ 3) คุณภาพการทำงานมีผลกระทบสูงต่อความพึงพอใจของลูกค้าเมื่อเทียบกับคุณภาพทางเทคนิค และ 4) ความพึงพอใจของลูกค้ามีผลต่อความภักดีของลูกค้า ผลงานการวิจัยครั้งนี้คือการพัฒนา กรอบการแบบบูรณาการในการวิเคราะห์บทบาทของมาตรฐานและคุณภาพการให้บริการ

Butler (2015: abstract) ได้ศึกษา การบริการที่เป็นเลิศต่อลูกค้ารวมถึงพนักงาน พบว่า ความพึงพอใจของพนักงานที่ทำงานร่วมกัน ผู้บริหารต้องใช้เวลาในการเข้าถึงความต้องการ ของพนักงานความรู้สึกดีที่มีต่อพนักงาน เป็นกลยุทธ์แรกๆที่ผู้บริหารต้องสื่อสารต่อพนักงานทุกคน เพื่อให้พนักงานมีกำลังใจในการบริการลูกค้าอย่างเต็มความสามารถ เมื่อพนักงานมีความรู้สึกว่าตัวเอง ไม่สำคัญจะไม่ใส่ใจในการดูแลการบริการลูกค้า จะเกิดปัญหาตามมา เกิดการเรียกร้องความรับผิดชอบ จากลูกค้าที่พนักงานบริการไม่มีคุณภาพ นำไปสู่ค่าใช้จ่ายในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เช่น การจัดอบรม พนักงาน และการจัดหาพนักงานใหม่ ดังนั้น การสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีและสร้างความผูกพันของ พนักงานจะก่อให้เกิดความพึงพอใจของพนักงาน นำไปสู่สภาพการทำงานที่ดีขึ้น เกิดประสิทธิภาพใน การปฏิบัติงานมีการปรับปรุงคุณภาพของการบริการที่ดียิ่งขึ้น

Hayajneh และคณะ (2012: abstract) ได้ศึกษา มิติของคุณภาพการบริการในบริษัท นำเที่ยวของประเทศจอร์แดน ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการกับความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า ข้อมูลได้ถูกรวบรวมจากลูกค้าโดยใช้แบบสอบถาม ผลการวิจัย พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความพึงพอใจของลูกค้ากับความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ สิ่งที่สามารถจับต้องได้ และความปลอดภัย โดยที่ความพึงพอใจของลูกค้าไม่เกี่ยวข้องกับการ ตอบสนองและการมีคุณสมบัติที่เหมาะสม หากลูกค้ามีความพึงพอใจจากการใช้บริการ ลูกค้าจะมีความจงรักภักดี และส่งผลต่อการมาซื้อซ้ำ ใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยวเดิมอีกครั้ง การศึกษาครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะให้บริษัทนำเที่ยวอื่น ๆ ดำเนินการและส่งเสริมคุณภาพการบริการเหล่านี้ต่อเพื่อสร้างความจงรักภักดีต่อลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทต้องให้ความสำคัญกับการมีคุณสมบัติ ที่ดีเหมาะสมให้มากขึ้นเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้า ยังรวมถึงการให้คำติชมจากลูกค้า

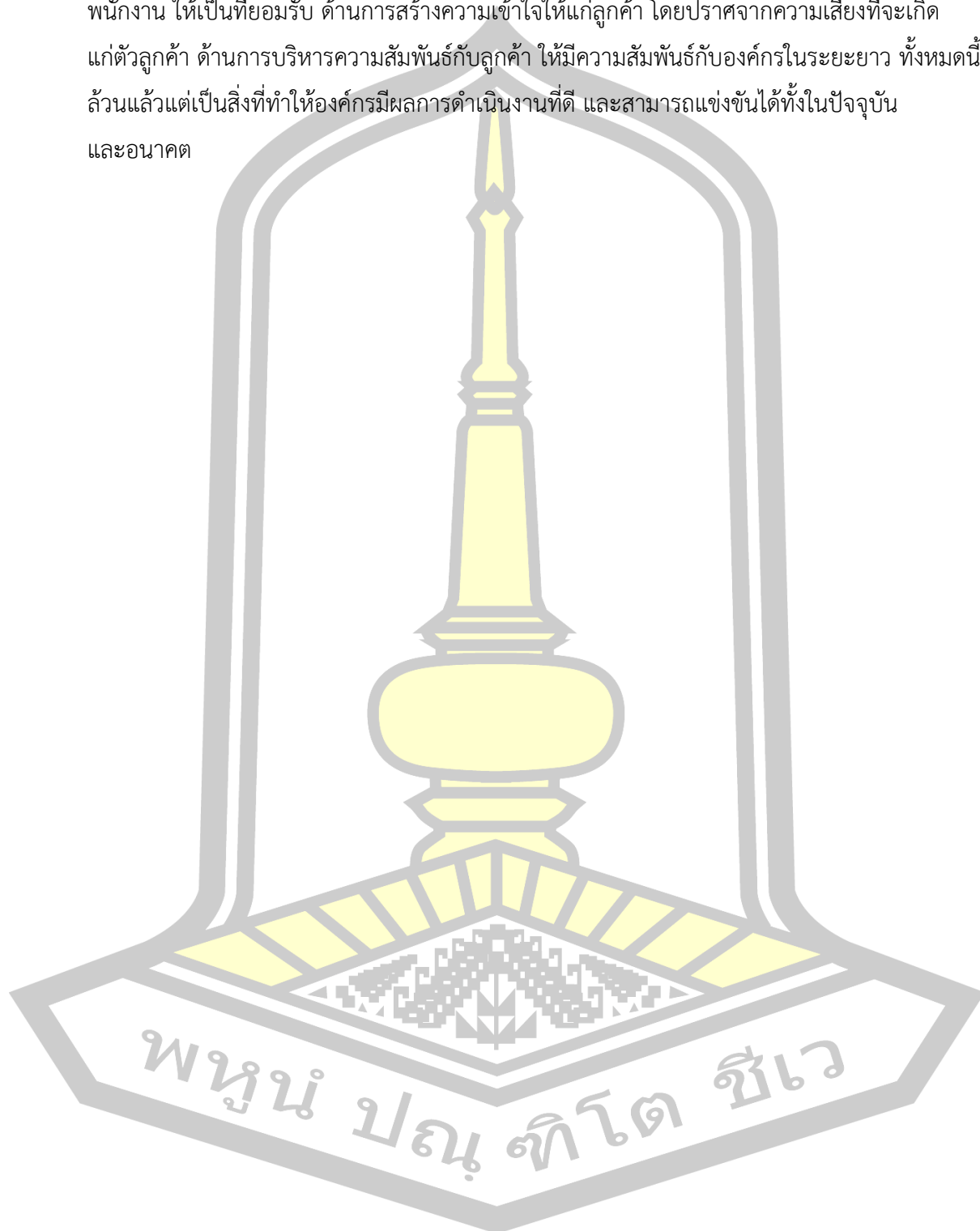
การให้บริการอย่างรวดเร็วจากลูกค้า ดังนั้นบริษัทยังต้องเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้แก่ลูกค้า เพิ่มบทบาทให้กับลูกค้าด้วยการส่งเสริมให้มีการเรียนรู้เพิ่มเติม เพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน และพัฒนาทักษะเพื่อการบริการในขั้นสูง

Petrovic และ Markovic (2012: 29-39) ได้ศึกษา ความเชื่อมโยงระหว่างการมุ่งเน้น การบริการ และความพึงพอใจในงานของพนักงานโรงแรม พบว่า การมุ่งเน้นการบริการที่มาจาก การปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และหัวหน้างาน การฝึกอบรมอย่างเพียงพอ และการคิดค้นกระบวนการ ในการบริการ ซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างสูงกับความพึงพอใจของพนักงานที่ได้จากความสะดวกสบาย ในที่ทำงาน ความพึงพอใจที่องค์กรมอบให้ องค์กรประกอบที่สำคัญที่สุดสำหรับคุณภาพการบริการใน อุตสาหกรรมบริการ คือ การมุ่งเน้นในการให้บริการของพนักงาน และถ้าพนักงานมีความพึงพอใจใน การทำงาน พนักงานเหล่านั้นก็จะมีแรงกระตุ้นที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า การให้บริการ ในอุตสาหกรรมบริการมีเพียงแค่บริการที่เป็นธรรมและมีประสิทธิภาพยังไม่เพียงพอ แต่ต้องมีอารมณ์ ความรู้สึกของผู้ให้บริการเข้าไปด้วย และการรับรู้ของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า นั้นจะขึ้นอยู่กับ การติดต่อ ขอใช้บริการกับพนักงานผู้ให้บริการ ดังนั้น แผนกทรัพยากรมนุษย์จะต้องใส่ใจในเรื่อง พนักงานที่มี ความสุขจะสร้างการบริการที่มีคุณภาพสูง

Javadein, Khanlari และ Estir (2008: abstract) ได้ทำการศึกษาเรื่องความจงรักภักดี ของลูกค้าในอุตสาหกรรมบริการทางกีฬาที่มีต่อคุณภาพของการบริการ ความพึงพอใจ ของลูกค้า ความรับผิดชอบ และความน่าเชื่อถือ พบว่า ความจงรักภักดีของลูกค้าสามารถอธิบาย ได้จากคุณภาพของการบริการ โดยคุณภาพของการบริการและความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพล ต่อความพึงพอใจของลูกค้าในด้านความสัมพันธ์ระหว่างความจงรักภักดี และความพึงพอใจของลูกค้า มีผลมาจากความรับผิดชอบและความน่าเชื่อถือของลูกค้าด้วย คุณภาพของการบริการและความพึง พอใจของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้าซึ่งมีผลต่อการแนะนำสินค้าหรือบริการแก่ บุคคลอื่นและการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกด้วย

จากงานศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งศึกษามาตรฐาน และคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจหรือความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อตัวสินค้าหรือ บริการ เห็นได้ชัดว่าธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการบริการหันมาใส่ใจคุณภาพการให้บริการและการมี มาตรฐานในปฏิบัติงานแต่ละขั้นตอนมากขึ้น เนื่องจากการมีมาตรฐานและการมีคุณภาพ ในการ ให้บริการจะเป็นตัวชี้วัดความพึงพอใจของลูกค้าที่เกิดจากการมาใช้บริการ ส่งผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำ การบอกต่อไปยังลูกค้ารายอื่น ทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร และการติดตามสินค้าและบริการ ซึ่งการ ดำเนินธุรกิจจะดำเนินต่อไปได้ยากหากปราศจากกำไรหรือผลการดำเนินงานที่ดี ดังนั้นการ มีมาตรฐานและคุณภาพในการให้บริการจะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะ

เป็น ด้านเทคโนโลยีทันสมัยที่นำมาใช้ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านการพัฒนาบุคลากรของพนักงาน ให้เป็นที่ยอมรับ ด้านการสร้างความเข้าใจให้แก่ลูกค้า โดยปราศจากความเสี่ยงที่จะเกิดแก่ตัวลูกค้า ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ให้มีความสัมพันธ์กับองค์กรในระยะยาว ทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ทำให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดี และสามารถแข่งขันได้ทั้งในปัจจุบันและอนาคต



บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากร
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากร

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 251 คน ดังตาราง 1 ธนาคารออมสิน (2559: เว็บไซต์)

พูน ปณ ทิโต ชีเว

ตาราง 1 จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของผู้จัดการสาขานาการ
ออมสินภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามจังหวัด

จังหวัด	จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง (คน)	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม (คน)
กาฬสินธุ์	13	6
ขอนแก่น	21	12
ชัยภูมิ	13	6
นครพนม	11	7
นครราชสีมา	37	16
บึงกาฬ	5	3
บุรีรัมย์	11	5
มหาสารคาม	10	7
มุกดาหาร	6	5
ยโสธร	7	4
ร้อยเอ็ด	15	9
เลย	10	4
ศรีสะเกษ	10	3
สกลนคร	11	6
สุรินทร์	12	5
หนองคาย	6	3
หนองบัวลำภู	5	3
อำนาจเจริญ	3	2
อุดรธานี	20	11
อุบลราชธานี	25	13
รวม	251	130

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 4 ข้อ จำนวนพนักงาน จำนวนลูกค้าเงินฝาก จำนวนลูกค้าเงินกู้ ระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขา

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย (Contemporary Service Standard Orientation) ของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 19 ข้อ ประกอบด้วย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย จำนวน 5 ข้อ ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี จำนวน 5 ข้อ ด้านการสร้าง ความเข้าใจ จำนวน 4 ข้อ และด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน (Performance) ของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 19 ข้อ ประกอบด้วย ด้านการเงิน จำนวน 5 ข้อ ด้านลูกค้า จำนวน 4 ข้อ ด้านกระบวนการภายใน จำนวน 5 ข้อ และด้านการเรียนรู้และพัฒนา จำนวน 5 ข้อ

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. จัดทำแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด ความมุ่งหมาย และสมมุติฐานในการวิจัย
3. นำแบบสอบถามที่สร้างตามกรอบแนวคิดเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัย เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แนะนำ

4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แนะนำ แล้วนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย

4.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูริศร์ พงษ์เพียจันทร์ หัวหน้าภาควิชาการจัดการ ประจำคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

4.2 อ.ดร.กาญจนา หินเธาว์ อาจารย์ประจำคณะการบัญชี และการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

5. ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาอีกครั้งหนึ่ง

6. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

6.1 นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ ไปทดลองใช้ (Try-Out) กับผู้จัดการธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 30 คนแรก

6.2 การหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item – Total Correlation ซึ่งการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.489 - 0.657 และ ผลการดำเนินงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.510 - 0.972 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1994) ได้นำเสนอว่าค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.4 ถือว่าเครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ (ภาคผนวก ข)

6.3 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.792 - 0.894 และ ผลการดำเนินงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.901 - 0.922 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1994) ได้นำเสนอว่า ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมืออยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ควรมากกว่า 0.70 (ภาคผนวก ข)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างพร้อมกับตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วน และความสมบูรณ์ของเอกสารเตรียมนำไปรษณีย์

2. ขออนุญาตราชการจากคณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยแนบพร้อมกับแบบสอบถามส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

3. ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามถึงผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน

ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเริ่มส่งแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2561 จำนวน 251 ชุด ตามชื่อ ที่อยู่ของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยแนบซองจดหมายตอบกลับไปด้วย พร้อมกับแบบสอบถาม ซึ่งกำหนดให้ส่งจดหมายตอบกลับทางไปรษณีย์ ภายใน 15 วัน หลังจากได้รับแบบสอบถาม

4. เมื่อครบกำหนดระยะเวลา 15 วัน มีแบบสอบถามตอบกลับมา จำนวน 95 ฉบับ ผู้วิจัยจึงได้ติดตามโดยสอบถามทางโทรศัพท์กลับไปยังผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเดิม และรอแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ส่งกลับมาอีกครั้งจนถึงวันที่ 30 พฤษภาคม 2561 ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามตอบกลับเพิ่มอีกจำนวน 35 ฉบับ รวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งหมดในครั้ง 1 และ 2 จำนวนทั้งสิ้น 130 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 51.80 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง (ดังตาราง 1) ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day (2004) ได้เสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้ว่ามีจำนวนเพียงพอที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของคำตอบในแบบสอบถามแต่ละฉบับ จากนั้นบันทึกคะแนนคำตอบลงในคอมพิวเตอร์เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้วิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้วิธีประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 และ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้วิธีการ

ประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินงานวิจัย โดยกำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ บุญชม ศรีสะอาด (2554: 99-100)

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดให้ 5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดให้ 4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดให้ 3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดให้ 2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดให้ 1 คะแนน

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยการใช้การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ บุญชม ศรีสะอาด (2554: 99-100)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 0.51 – 1.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 และ 6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยและผลการดำเนินงานของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามจำนวนพนักงาน จำนวนลูกค้าเงินฝาก จำนวนลูกค้าเงินกู้ และระยะเวลาในการดำเนินการแตกต่างกัน โดยใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม (F-test) ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนหลายตัวแปร (Multivariate Analysis of Variance : MANOVA)

ตอนที่ 7 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย กับผลการดำเนินงานของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่
 - 1.1 ร้อยละ (Percentage)

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

2.1 การหาค่าจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item – total Correlation

2.2 การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)

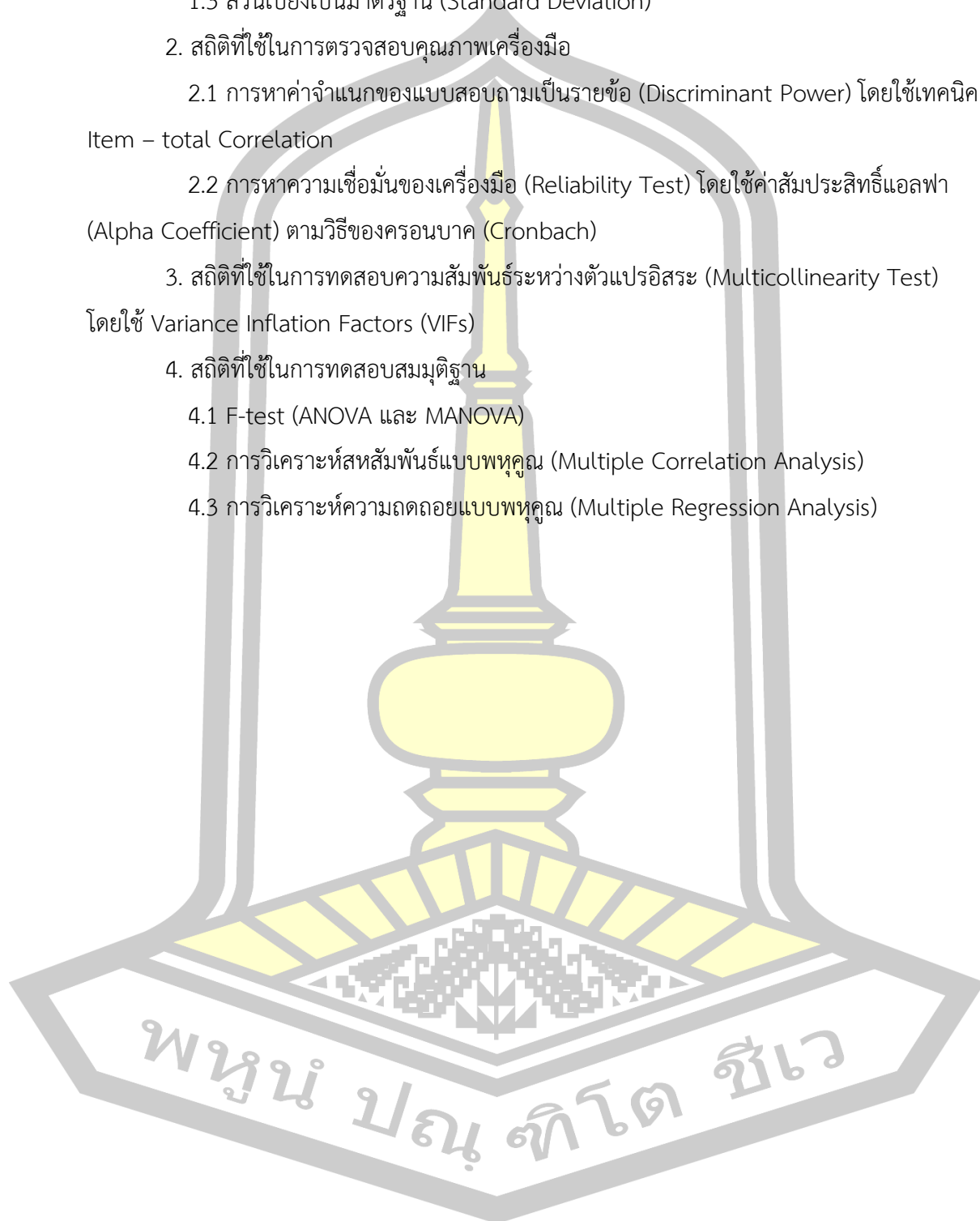
3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity Test) โดยใช้ Variance Inflation Factors (VIFs)

4. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน

4.1 F-test (ANOVA และ MANOVA)

4.2 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis)

4.3 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผล
การดำเนินงานของสาขานาครออมสินในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการ
วิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	สถิติทดสอบที่ใช้เปรียบเทียบใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติทดสอบที่ใช้พิจารณาในการแจกแจง แบบ F-distribution
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Square)
df	แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
p-value	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance)
VIFs	แทน	ค่าทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (Variance Inflation Factors)
Adj R ²	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง
a	แทน	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (Constant)
CONT	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการ ร่วมสมัย โดยรวม
MOD	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการ ร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย
GOP	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการ บริการร่วมสมัย ด้านการสร้างบุคลากรภาพที่ดี
UND	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการ

		ร่วมสมัย ด้านการสร้างความเข้าใจ
CRM	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการ ร่วมสมัย ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
PER	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน โดยรวม
FIN	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน
CUS	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า
INT	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน
LEA	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับ ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน
- ตอนที่ 6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีจำนวนพนักงาน จำนวนลูกค้าเงินฝาก จำนวนลูกค้าเงินกู้ และระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขาแตกต่างกัน
- ตอนที่ 7 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการพยากรณ์ของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้จัดการสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้จัดการสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงานในปัจจุบัน ดังตาราง 2

ตาราง 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้จัดการสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ข้อมูลทั่วไปของผู้จัดการสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	56	43.08
1.2 หญิง	74	56.92
รวม	130	100
2. อายุ		
2.1 น้อยกว่า 30 ปี	4	3.08
2.2 30 – 35 ปี	9	6.92
2.3 36 – 40 ปี	6	4.62
2.4 มากกว่า 40 ปี	111	85.38
รวม	130	100
3. สถานภาพ		
3.1 โสด	26	20.00
3.2 สมรส	94	72.31
3.3 หม้าย/หย่าร้าง	10	7.69
รวม	130	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้จัดการสาขานาคารออมสิน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
4.1 ปริญญาตรี หรือต่ำกว่า	50	38.46
4.2 สูงกว่าปริญญาตรี	80	61.54
รวม	130	100.00
5. ประสบการณ์ในการทำงาน		
5.1 น้อยกว่า 5 ปี	6	4.62
5.2 5-10 ปี	8	6.15
5.3 11-15 ปี	3	2.31
5.4 มากกว่า 15 ปี	113	86.92
รวม	130	100.00
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
6.1 น้อยกว่า 50,000 บาท	15	11.54
6.2 50,000 – 75,000 บาท	20	15.38
6.3 75,001 – 100,000 บาท	43	33.08
6.4 มากกว่า 100,000 บาท	52	40.00
รวม	130	100.00

จากตาราง 2 พบว่า ผู้จัดการสาขานาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 56.92) อายุ มากกว่า 40 ปี (ร้อยละ 85.38) รองลงมา 30-35 ปี (ร้อยละ 6.15) สถานภาพ สมรส (ร้อยละ 72.31) รองลงมา โสด (ร้อยละ 20.00) ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 61.54) ประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 15 ปี (ร้อยละ 86.92) รองลงมา 5-10 ปี (ร้อยละ 6.15) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 80,000 บาท (ร้อยละ 40.00) รองลงมา 60,001 – 80,000 บาท (ร้อยละ 33.08)

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย จำนวนพนักงาน จำนวนลูกค้าเงินฝาก จำนวนลูกค้าเงินกู้ และระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขา ดังตาราง 3

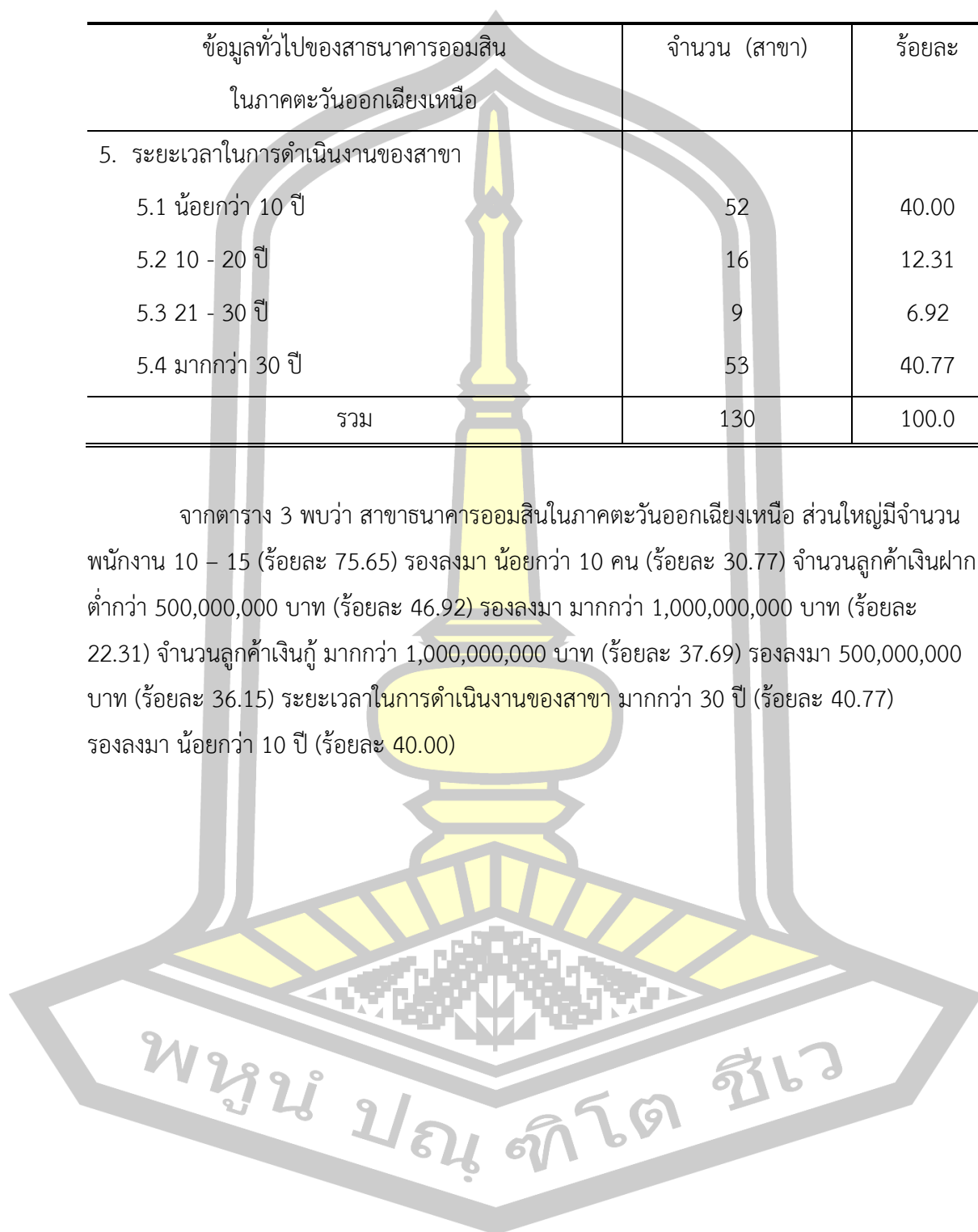
ตาราง 3 ข้อมูลทั่วไปของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ข้อมูลทั่วไปของสาขานาการอมสิน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	จำนวน (สาขา)	ร้อยละ
1. จำนวนพนักงาน		
1.1 น้อยกว่า 10 คน	40	30.77
1.2 10 – 15 คน	80	61.54
1.3 16 – 20 คน	8	6.15
1.4 มากกว่า 20 คน	2	1.54
รวม	130	100.00
2. จำนวนลูกค้าเงินฝาก		
2.1 ต่ำกว่า 500,000,000 บาท	61	46.92
2.2 500,000,000 – 700,000,000 บาท	23	17.69
2.3 700,000,001 – 1,000,000,000 บาท	17	13.08
2.4 มากกว่า 1,000,000,000 บาท	29	22.31
รวม	130	100.00
3. จำนวนลูกค้าเงินกู้		
3.1 ต่ำกว่า 500,000,000 บาท	47	36.15
3.2 500,000,000 – 700,000,000 บาท	18	13.85
3.3 700,000,001 – 1,000,000,000 บาท	16	12.31
3.4 มากกว่า 1,000,000,000 บาท	49	37.69
รวม	130	100.00

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของสาขานาคารอมสิน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	จำนวน (สาขา)	ร้อยละ
5. ระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขา		
5.1 น้อยกว่า 10 ปี	52	40.00
5.2 10 - 20 ปี	16	12.31
5.3 21 - 30 ปี	9	6.92
5.4 มากกว่า 30 ปี	53	40.77
รวม	130	100.0

จากตาราง 3 พบว่า สาขานาคารอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงาน 10 – 15 (ร้อยละ 75.65) รองลงมา น้อยกว่า 10 คน (ร้อยละ 30.77) จำนวนลูกค้าเงินฝากต่ำกว่า 500,000,000 บาท (ร้อยละ 46.92) รองลงมา มากกว่า 1,000,000,000 บาท (ร้อยละ 22.31) จำนวนลูกค้าเงินกู้ มากกว่า 1,000,000,000 บาท (ร้อยละ 37.69) รองลงมา 500,000,000 บาท (ร้อยละ 36.15) ระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขา มากกว่า 30 ปี (ร้อยละ 40.77) รองลงมา น้อยกว่า 10 ปี (ร้อยละ 40.00)



ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยของสาขานาการอมสิน
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยของสาขานาการ
อมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังตาราง 4-6

ตาราง 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยของผู้จัดการสาขานาการ
อมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย	4.66	0.41	มากที่สุด
2. ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี	4.73	0.41	มากที่สุด
3. ด้านการสร้างความเข้าใจ	4.68	0.43	มากที่สุด
4. ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	4.63	0.44	มากที่สุด
โดยรวม	4.68	0.42	มากที่สุด

จากตาราง 4 พบว่า ผู้จัดการสาขานาการอมสิน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมุ่งเน้น
มาตรฐานการบริการร่วมสมัยโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน
อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้
ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี ($\bar{X} = 4.73$) ด้านการสร้างความเข้าใจ ($\bar{X} = 4.68$) และด้านเทคโนโลยี
ที่ทันสมัย ($\bar{X} = 4.66$)

พูน ปณ ทิโต ชีเว

ตาราง 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย
เป็นรายชื่อ ของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธนาคารให้ความสำคัญการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการทำงาน	4.75	0.57	มากที่สุด
2. ธนาคารมุ่งมั่นพัฒนาอุปกรณ์สำนักงานให้มีคุณภาพและทันสมัยอยู่เสมอ	4.58	0.66	มากที่สุด
3. ธนาคารสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อลดขั้นตอนในการทำงาน และลดความผิดพลาดจากการทำงาน	4.69	0.50	มากที่สุด
4. ธนาคารให้ความสำคัญการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ เพื่อไม่ให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูล	4.71	0.49	มากที่สุด
5. ธนาคารมุ่งเน้นที่จะกระจายข่าวสารผ่านทางสื่อออนไลน์ เพื่อลดขั้นตอนในการสื่อสารกับลูกค้า	4.59	0.57	มากที่สุด
โดยรวม	4.66	0.41	มากที่สุด

จากตาราง 5 พบว่า ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ธนาคารให้ความสำคัญการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการทำงาน ($\bar{X} = 4.75$) ธนาคารให้ความสำคัญการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ เพื่อไม่ให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูล ($\bar{X} = 4.71$) และธนาคารสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อลดขั้นตอนในการทำงาน และลดความผิดพลาดจากการทำงาน ($\bar{X} = 4.69$)

พูน บณ ทิโต ชีเว

ตาราง 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี
เป็นรายชื่อ ของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธนาคารให้ความสำคัญนโยบายการสร้างจิตสำนึกการบริการที่ดี พร้อมทั้งจะให้บริการที่ประทับใจต่อลูกค้า	4.82	0.43	มากที่สุด
2. ธนาคารมุ่งเน้นให้พนักงานมีกิริยาท่าทางที่มีคุณลักษณะอ่อนน้อม ถ่อมตนทั้งนอกและในเวลาปฏิบัติงาน	4.78	0.47	มากที่สุด
3. ธนาคารมุ่งเน้นให้พนักงานมีลักษณะในการปรับตัวต่อบุคคลและสถานการณ์ต่าง ๆ	4.72	0.49	มากที่สุด
4. ธนาคารให้ความสำคัญการแสดงพฤติกรรมของพนักงานให้เป็นที่ยอมรับในการให้บริการต่อลูกค้า	4.78	0.44	มากที่สุด
5. ธนาคารส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความสามารถในการบริการ เพื่อสร้างคุณลักษณะในการบริการที่ดี	4.57	0.65	มากที่สุด
โดยรวม	4.73	0.41	มากที่สุด

จากตาราง 6 พบว่า ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธนาคารให้ความสำคัญนโยบายการสร้างจิตสำนึกการบริการที่ดี พร้อมทั้งจะให้บริการที่ประทับใจต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.82$) ธนาคารมุ่งเน้นให้พนักงานมีกิริยาท่าทางที่มีคุณลักษณะอ่อนน้อม ถ่อมตนทั้งนอกและในเวลาปฏิบัติงานและธนาคารให้ความสำคัญการแสดงพฤติกรรมของพนักงาน ให้เป็นที่ยอมรับในการให้บริการต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.78$) ธนาคารมุ่งเน้นให้พนักงานมีลักษณะในการปรับตัวต่อบุคคลและสถานการณ์ต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.72$) และธนาคารส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความสามารถในการบริการ เพื่อสร้างคุณลักษณะในการบริการที่ดี ($\bar{X} = 4.57$)

ตาราง 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างความเข้าใจ เป็นรายชื่อ ของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างความเข้าใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธนาคารให้ความสำคัญการสื่อสารข้อมูลกับลูกค้าอย่างถูกต้อง เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าและเป็นที่น่าเชื่อถือ	4.72	0.48	มากที่สุด
2. ธนาคารให้ความสำคัญกับการเข้าถึงความต้องการของลูกค้า แม้ลูกค้ามิได้ร้องขอ	4.62	0.52	มากที่สุด
3. ธนาคารมุ่งเน้นการรับฟังข้อมูล ความคิด คำติชม และข้อร้องทุกข์ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาให้บริการมีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง	4.68	0.51	มากที่สุด
4. ธนาคารมุ่งมั่นที่จะพัฒนาข้อมูล ข่าวสารที่น่าเชื่อถือ เพื่อที่จะสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและสอดคล้องกับสถานการณ์	4.68	0.47	มากที่สุด
โดยรวม	4.68	0.43	มากที่สุด

จากตาราง 7 พบว่า ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างความเข้าใจ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ธนาคารให้ความสำคัญการสื่อสารข้อมูลกับลูกค้าอย่างถูกต้อง เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าและเป็นที่น่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.72$) ธนาคารมุ่งเน้นการรับฟังข้อมูล ความคิด คำติชม และข้อร้องทุกข์ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาให้บริการมีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และธนาคารมุ่งมั่นที่จะพัฒนาข้อมูล ข่าวสารที่น่าเชื่อถือ เพื่อที่จะสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและสอดคล้องกับสถานการณ์ ($\bar{X} = 4.68$)

พูน ปณ ทิโต ชีเว

ตาราง 8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นรายชื่อ ของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธนาคารมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วยการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดการผูกใจลูกค้าไว้อย่างยั่งยืน	4.62	0.50	มากที่สุด
2. ธนาคารให้ความสำคัญการเอาใจใส่ดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งลูกค้ารายเก่าลูกค้ารายใหม่	4.65	0.50	มากที่สุด
3. ธนาคารติดตามความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาการให้บริการและมองสิทธิพิเศษความต้องการของลูกค้า	4.55	0.56	มากที่สุด
4. ธนาคารมุ่งเน้นเสนอแนะสินค้าและบริการให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	4.69	0.48	มากที่สุด
5. ธนาคารสื่อสารแนวทางในการรักษาลูกค้ารายเดิมและลูกค้ารายใหม่ให้ลูกค้ารับรู้ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาว	4.64	0.56	มากที่สุด
โดยรวม	4.63	0.44	มากที่สุด

จากตาราง 8 พบว่า ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ธนาคารมุ่งเน้นเสนอแนะสินค้าและบริการให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.69$) ธนาคารให้ความสำคัญการเอาใจใส่ดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งลูกค้ารายเก่าลูกค้ารายใหม่ ($\bar{X} = 4.65$) และธนาคารสื่อสารแนวทางในการรักษาลูกค้ารายเดิมและลูกค้ารายใหม่ให้ลูกค้ารับรู้ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาว

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังตาราง 9-13

ตาราง 9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน โดยรวมและรายด้าน ของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการดำเนินงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการเงิน	4.44	0.50	มาก
2. ด้านลูกค้า	4.51	0.49	มากที่สุด
3. ด้านกระบวนการภายใน	4.41	0.56	มาก
4. ด้านการเรียนรู้และพัฒนา	4.41	0.54	มาก
โดยรวม	4.44	0.52	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านลูกค้า ($\bar{X} = 4.51$) และอยู่ในระดับมาก 3 ด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการเงิน ($\bar{X} = 4.44$) ด้านกระบวนการภายในและด้านการเรียนรู้และพัฒนา ($\bar{X} = 4.41$)

พหุ ประถมศึกษา ชีวะ

ตาราง 10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน เป็นรายชื่อ ของผู้จัดการสาขา
ธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธนาคารมียอดขายและผลกำไรในอัตราส่วนที่เพิ่มขึ้น อย่างต่อเนื่องทุกปี	4.40	0.59	มาก
2. ธนาคารมีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมเติบโต เป็นไปตามเป้าหมาย	4.43	0.57	มาก
3. ธนาคารมีอัตราการเติบโตในส่วแบ่งทางการตลาด เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	4.38	0.65	มาก
4. ธนาคารสามารถเพิ่มอัตราส่วนของรายได้อย่างต่อเนื่อง อันมีผลจากการมีประสิทธิผลของการปฏิบัติงานของ พนักงาน	4.45	0.56	มาก
5. ธนาคารมีผลการดำเนินงานในอัตราส่วนที่ดีและ สม่ำเสมอ	4.52	0.56	มากที่สุด
โดยรวม	4.44	0.50	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลกร
ดำเนินงาน ด้านการเงิน อยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 1 ข้อ คือ ธนาคารมีผลการดำเนินงานใน
อัตราส่วนที่ดีและสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.52$) และมีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ
โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ธนาคารสามารถเพิ่มอัตราส่วนของ
รายได้อย่างต่อเนื่อง อันมีผลจากการมีประสิทธิผลของการปฏิบัติงานของพนักงาน ($\bar{X} = 4.45$)
ธนาคารมีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมเติบโตเป็นไปตามเป้าหมาย ($\bar{X} = 4.43$) ธนาคาร
มียอดขายและผลกำไรในอัตราส่วนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ($\bar{X} = 4.40$)

ตาราง 11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า เป็นรายชื่อ ของผู้จัดการสาขาธนาคาร ออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธนาคารมีการให้บริการที่ดีทั้งก่อนและหลังการให้บริการ อยู่เสมอ	4.48	0.57	มาก
2. ธนาคารสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในด้าน การบริการที่มีประสิทธิภาพ	4.50	0.56	มาก
3. ธนาคารสามารถแสวงหาลูกค้ารายใหม่และยังคง ความสำคัญกับลูกค้ารายเดิม	4.58	0.51	มากที่สุด
4. ธนาคารสามารถเปลี่ยนแปลงและปรับตัวเพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าได้ทันที่	4.49	0.59	มาก
โดยรวม	4.51	0.49	มากที่สุด

จากตาราง 11 พบว่า ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 1 ข้อ คือ ธนาคารสามารถแสวงหาลูกค้ารายใหม่ และยังคงความสำคัญกับลูกค้ารายเดิม ($\bar{X} = 4.58$) และมีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธนาคารสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในด้านการบริการที่มีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.50$) ธนาคารสามารถเปลี่ยนแปลงและปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันที่ ($\bar{X} = 4.49$) และธนาคารมีการให้บริการที่ดีทั้งก่อนและหลังการให้บริการอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.48$)

พูน ปณ ทิโต ชีเว

ตาราง 12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน เป็นรายชื่อของผู้จัดการ
สาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธนาคารสามารถจัดระบบงานให้มีความทันสมัยและมีความเป็นมืออาชีพ	4.34	0.65	มาก
2. ธนาคารประสบความสำเร็จจากการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาปรับปรุงการทำงานส่งผลให้ศักยภาพการทำงานเพิ่มขึ้น	4.52	0.61	มากที่สุด
3. ธนาคารมีการกำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติอย่างรูปธรรม ทำให้บุคลากรสามารถนำไปปฏิบัติได้ในทุกระดับอย่างมีประสิทธิภาพ	4.47	0.57	มาก
4. ธนาคารมีการดำเนินงานและสามารถลดขั้นตอนการปฏิบัติงานทำให้มีความรวดเร็วและคล่องตัวยิ่งขึ้น	4.32	0.70	มาก
5. ธนาคารสามารถให้บริการด้วยความแม่นยำ เที่ยงตรง และฉับไว จากระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพและคุณภาพสูง	4.40	0.64	มาก
โดยรวม	4.41	0.56	มาก

จากตาราง 12 พบว่า ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน อยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 1 ข้อ คือ ธนาคารประสบความสำเร็จจากการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาปรับปรุงการทำงานส่งผลให้ศักยภาพการทำงานเพิ่มขึ้น ($\bar{X} = 4.52$) และมีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมากจำนวน 4 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ธนาคารมีการกำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติอย่างรูปธรรม ทำให้บุคลากรสามารถนำไปปฏิบัติได้ในทุกระดับอย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.47$) ธนาคารสามารถให้บริการด้วยความแม่นยำ เที่ยงตรงและฉับไว จากระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพและคุณภาพสูง ($\bar{X} = 4.40$) ธนาคารสามารถจัดระบบงานให้มีความทันสมัยและมีความเป็นมืออาชีพ ($\bar{X} = 4.34$)

ตาราง 13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา เป็นรายชื่อของผู้จัดการ
สาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธนาคารสามารถพัฒนาพนักงานให้เกิดการเรียนรู้และ ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.39	0.63	มาก
2. ธนาคารมีบุคลากรที่ได้รับรางวัลและสร้างชื่อเสียงอย่าง สม่ำเสมอ	4.40	0.63	มาก
3. ธนาคารมีการหมุนเวียนหน้าที่ความรับผิดชอบของ พนักงานให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงานและ สามารถทำแทนกันได้	4.37	0.67	มาก
4. ธนาคารสามารถสร้างบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ มากขึ้น	4.38	0.59	มาก
5. ธนาคารมีการพัฒนาพนักงานในองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และคุณภาพ เช่น มีการฝึกอบรม ฝึกทักษะในการบริการให้ เป็นรักบริการแบบมืออาชีพ	4.50	0.57	มาก
โดยรวม	4.41	0.54	มาก

จากตาราง 13 พบว่า ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้และพัฒนาอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ธนาคารมีการพัฒนาพนักงานในองค์กรให้มีประสิทธิภาพและคุณภาพ เช่น มีการฝึกอบรม ฝึกทักษะในการบริการให้เป็นรักบริการแบบมืออาชีพ ($\bar{X} = 4.50$) ธนาคารมีบุคลากรที่ได้รับรางวัลและสร้างชื่อเสียงอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.40$) และธนาคารสามารถพัฒนาพนักงานให้เกิดการเรียนรู้และปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.39$)

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยที่มีจำนวนพนักงาน จำนวนลูกค้าเงินฝาก จำนวนลูกค้าเงินกู้ และระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขาดังตาราง 14-21

5.1 จำนวนพนักงาน

ตาราง 14 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย โดยรวมของผู้จัดการสาขานาครออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน (ANOVA)

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.339	0.113	0.824	0.483
	ภายในกลุ่ม	126	17.282	0.137		
	รวม	129	17.621			

จากตาราง 14 พบว่า ผู้จัดการสาขานาครออมสิน ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พูน ปณ ทิโต ชีเว

ตาราง 15 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยเป็นรายด้านของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินที่มีจำนวนพนักงาน แตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilks' Lambda	4 ด้าน	12.000	325.719	0.389	0.967

จากตาราง 15 ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย เป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี ด้านการสร้างความเข้าใจ และด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ไม่แตกต่างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.2 จำนวนลูกค้าเงินฝาก

ตาราง 16 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย โดยรวมของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีจำนวนลูกค้าเงินฝากแตกต่างกัน (ANOVA)

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.595	0.198	1.467	0.227
	ภายในกลุ่ม	126	17.026	0.135		
	รวม	129	17.621			

จากตาราง 16 พบว่า ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน ที่มีจำนวนลูกค้าเงินฝากแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 17 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยเป็นรายด้านของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินที่มีจำนวนลูกค้าเงินฝากแตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilks' Lambda	4 ด้าน	12.000	325.719	1.134	0.331

จากตาราง 17 ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน ที่มีจำนวนลูกค้าเงินฝากแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย เป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี ด้านการสร้างความเข้าใจ และด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.3 จำนวนลูกค้าเงินกู้

ตาราง 18 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยโดยรวมของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีจำนวนลูกค้าเงินฝากแตกต่างกัน (ANOVA)

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยโดยรวม	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.462	0.154	1.131	0.339
	ภายในกลุ่ม	126	17.159	0.136		
	รวม	129	17.621			

จากตาราง 18 พบว่า ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน ที่มีจำนวนลูกค้าเงินกู้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 19 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยเป็นรายด้านของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินที่มีจำนวนลูกค้าเงินกู้ แตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilks' Lambda	4 ด้าน	12.000	325.719	0.986	0.462

จากตาราง 19 ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน ที่มีจำนวนลูกค้าเงินกู้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย เป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี ด้านการสร้างความเข้าใจ และด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ไม่แตกแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.4 ระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขา

ตาราง 20 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย โดยรวมของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขาแตกต่างกัน (ANOVA)

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.338	0.113	0.823	0.484
	ภายในกลุ่ม	126	17.283	0.137		
	รวม	129	17.621			

จากตาราง 20 พบว่า ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยโดยรวม ไม่แตกแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 21 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยเป็นรายด้าน
ของผู้จัดการสาขาร้านอาหารที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขา
แตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	การมุ่งเน้นมาตรฐาน การบริการร่วมสมัย	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilks' Lambda	4 ด้าน	12.000	325.719	0.833	0.616

จากตาราง 21 ผู้จัดการสาขาร้านอาหารที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขา
แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย เป็นรายด้านทุกด้าน
ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี ด้านการสร้างความเข้าใจ และด้านการ
บริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



ตอนที่ 6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนที่ 6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีจำนวนพนักงาน จำนวนลูกค้าเงินฝาก จำนวนลูกค้าเงินกู้ และระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขาแตกต่างกัน ดังตาราง 22-28 ดังนี้

6.1 จำนวนพนักงาน

ตาราง 22 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน โดยรวม ของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน (ANOVA)

ผลการดำเนินงาน	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.344	0.115	0.551	0.649
	ภายในกลุ่ม	126	26.263	0.208		
	รวม	129	26.607			

จากตาราง 22 พบว่า ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พูนุ ปณฺ ทิโต ชีเว

6.2 จำนวนลูกค้าเงินฝาก

ตาราง 23 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน โดยรวม ของผู้จัดการสาขา
ธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีจำนวนลูกค้าเงินฝากแตกต่างกัน (ANOVA)

ผลการดำเนินงาน	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.380	0.127	0.608	0.611
	ภายในกลุ่ม	126	26.228	0.208		
	รวม	129	26.607			

จากตาราง 23 พบว่า ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน ที่มีจำนวนลูกค้าเงินฝากแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 24 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน เป็นรายด้าน ของผู้จัดการสาขา
ธนาคารออมสินที่มีจำนวนลูกค้าเงินฝาก แตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	การมุ่งเน้นมาตรฐาน การบริการร่วมสมัย	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilks' Lambda	4 ด้าน	12.000	325.719	1.043	0.409

จากตาราง 24 ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน ที่มีจำนวนลูกค้าเงินฝากแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน เป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้านับ
ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ไม่แตกแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
0.05

6.3 จำนวนลูกค้าเงินกู้

ตาราง 25 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน โดยรวม ของผู้จัดการสาขา
ธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีจำนวนลูกค้าเงินกู้แตกต่างกัน (ANOVA)

ผลการดำเนินงาน	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.079	0.026	0.125	0.945
	ภายในกลุ่ม	126	26.528	0.211		
	รวม	129	26.607			

จากตาราง 25 พบว่า ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน ที่มีจำนวนลูกค้าเงินฝากแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 26 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน เป็นรายด้าน ของผู้จัดการสาขา
ธนาคารออมสินที่มีจำนวนลูกค้าเงินกู้ แตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	การมุ่งเน้นมาตรฐาน การบริการร่วมสมัย	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilks' Lambda	4 ด้าน	12.000	325.719	1.237	0.233

จากตาราง 26 ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน ที่มีจำนวนลูกค้าเงินกู้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน เป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้านับ
ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ไม่แตกแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
0.05

6.4 ระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขา

ตาราง 27 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน โดยรวม ของผู้จัดการสาขา
ธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขา
แตกต่างกัน (ANOVA)

ผลการดำเนินงาน	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.073	0.358	1.765	0.157
	ภายในกลุ่ม	126	25.534	0.203		
	รวม	129	26.607			

จากตาราง 27 พบว่า ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน โดยรวม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 28 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน เป็นรายด้าน ของผู้จัดการสาขา
ธนาคารออมสินที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขาแตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	การมุ่งเน้นมาตรฐาน การบริการร่วมสมัย	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilks' Lambda	4 ด้าน	12.000	325.719	1.043	0.409

จากตาราง 28 พบว่า ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตอนที่ 7 วิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ

ตอนที่ 7 วิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการพยากรณ์ของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยที่มีต่อผลการดำเนินงานของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการพยากรณ์ตามที่ได้ตั้งสมมุติฐาน ดังนี้

H1 การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

H2 การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

H3 การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างความเข้าใจ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

H4 การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



ตาราง 29 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงาน โดยรวมของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	PER	MOD	GOP	UND	CRM	VIF ₅
\bar{X}	4.44	4.66	4.73	4.68	4.63	
S.D.	0.45	0.41	0.41	0.43	0.44	
PER	-	0.658*	0.672*	0.739*	0.713*	
MOD		-	0.712*	0.637*	0.585*	2.135
GOP			-	0.777*	0.666*	3.165
UND				-	0.799*	3.958
CRM					-	2.846

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF₅ ปรากฏว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระ การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยมีค่าตั้งแต่ 2.135-3.958 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006: 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามผลการดำเนินงาน โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.685 – 0.739 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ ผลการดำเนินงาน โดยรวม (PER) ได้ดังนี้

$$PER = 0.074 + 0.276 MOD + 0.087 GOP + 0.320 UND + 0.285 CRM$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าผลการดำเนินงาน โดยรวม (PER) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=72.412$; $p<0.0001$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.623 (ตาราง 30) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยแต่ละด้านกับตัวแปรตามผลการดำเนินงาน โดยรวม (PER) ปรากฏผลดังตาราง 30

ตาราง 30 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับผลการดำเนินงานโดยรวม
ของสาขานาการออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการ ร่วมสมัย	ผลการดำเนินงาน โดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.074	0.314	-0.235	0.815
ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD)	0.276	0.087	3.179*	0.002
ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี (GOP)	0.087	0.107	0.808	0.421
ด้านการสร้างความเข้าใจ (UND)	0.320	0.115	2.797*	0.006
ด้านการบริหารความสัมพันธ์ กับลูกค้า (CRM)	0.285	0.095	3.001*	0.003

F = 72.412 p = < 0.0001 Adj R² = 0.623

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 พบว่า การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD) ด้านการสร้างความเข้าใจ (UND) และ ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานโดยรวม (PER) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 1 3 และ 4 สำหรับด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี (GOP) ไม่มีผลกระทบกับผลการดำเนินงานโดยรวม (PER)

เมื่อนำการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD) ด้านการสร้างความเข้าใจ (UND) และ ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของผลการดำเนินงาน โดยรวม (PER) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (Adj R²) เท่ากับ 0.624 (ตาราง 40 ภาคผนวก ค) โดยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$PER = 0.023 + 0.307 MOD + 0.363 UND + 0.289 CRM$$

ตาราง 31 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานด้านการเงิน ของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	FIN	MOD	GOP	UND	CRM	VIF ₅
\bar{X}	4.44	4.66	4.73	4.68	4.63	
S.D.	0.50	0.41	0.41	0.43	0.44	
FIN	-	0.373*	0.390*	0.449*	0.410*	
MOD		-	0.712*	0.637*	0.585*	2.135
GOP			-	0.777*	0.666*	3.165
UND				-	0.799*	3.958
CRM					-	2.846

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระ การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยมีค่าตั้งแต่ 2.135-3.958 ซึ่งมาค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black. 2006 : 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.373 – 0.449 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ ผลการดำเนินงานด้านการเงิน (FIN) ได้ดังนี้

$$FIN = 1.587 + 0.149 MOD + 0.027 GOP + 0.306 UND + 0.129 CRM$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน (FIN) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=8.769$; $p<0.0001$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.194 (ตาราง 32) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยแต่ละด้านกับตัวแปรตามผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน (FIN) ปรากฏผล ดังตาราง 32

ตาราง 32 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับผลการดำเนินงานด้านการเงิน
ของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการ ร่วมสมัย	ผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.587	0.503	3.154*	0.002
ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD)	0.149	0.139	1.070	0.287
ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี (GOP)	0.027	0.172	0.160	0.873
ด้านการสร้างความเข้าใจ (UND)	0.306	0.183	1.669	0.098
ด้านการบริหารความสัมพันธ์ กับลูกค้า (CRM)	0.129	0.152	0.850	0.397

F = 8.769 p = < 0.0001 Adj R² = 0.194

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 พบว่า การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD) ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี (GOP) ด้านการสร้างความเข้าใจ (UND) และด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) ไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน (FIN)

พูน ปรุ ทิโต ชีเว

ตาราง 33 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงาน
ด้านลูกค้า ของสาขารณาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	CUS	MOD	GOP	UND	CRM	VIF ₅
\bar{X}	4.51	4.66	4.73	4.68	4.63	
S.D.	0.49	0.41	0.41	0.43	0.44	
CUS	-	0.646*	0.616*	0.694*	0.694*	
MOD		-	0.712*	0.637*	0.585*	2.135
GOP			-	0.777*	0.666*	3.165
UND				-	0.799*	3.958
CRM					-	2.846

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF₅ ปรากฏว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระ การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย มีค่าตั้งแต่ 2.135-3.958 ซึ่งมาค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา

Multicollinearity (Black. 2006 : 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามผลการดำเนินงานด้านลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.646 – 0.694 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า (CUS) ได้ดังนี้

$$CUS = 0.172 + 0.365 MOD - 0.013 GOP + 0.288 UND + 0.366 CRM$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า (CUS) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=59.914$; $p<0.0001$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.575 (ตาราง 34) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยแต่ละด้านกับตัวแปรตามผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า (CUS) ปรากฏผลดังตาราง 34

ตาราง 34 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับผลการดำเนินงานด้านลูกค้า
ของสาขารณาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการ ร่วมสมัย	ผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.172	0.363	-0.474	0.636
ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD)	0.365	0.100	3.643*	<0.0001
ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี (GOP)	-0.013	0.124	-0.105	0.916
ด้านการสร้างความเข้าใจ (UND)	0.288	0.132	2.180*	0.031
ด้านการบริหารความสัมพันธ์ กับลูกค้า (CRM)	0.366	0.110	3.339*	0.001
F = 59.914 p = < 0.0001 Adj R ² = 0.575				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 พบว่า การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD) ด้านการสร้างความเข้าใจ (UND) และ ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า (CUS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 1 3 และ 4 สำหรับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี (GOP) ไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า (CUS)

เมื่อนำการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD) ด้านการสร้างความเข้าใจ (UND) และ ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า (CUS) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า (CUS) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (Adj R²) เท่ากับ 0.578 (ตาราง 41 ภาคผนวก ค) โดยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$CUS = 0.180 + 0.361 \text{ MOD} + 0.282 \text{ UND} + 0.366 \text{ CRM}$$

ตาราง 35 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงาน
ด้านกระบวนการภายใน ของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	INT	MOD	GOP	UND	CRM	VIF ₅
\bar{X}	4.41	4.66	4.73	4.68	4.63	
S.D.	0.56	0.41	0.41	0.43	0.44	
INT	-	0.648*	0.656*	0.724*	0.694*	
MOD		-	0.712*	0.637*	0.585*	2.135
GOP			-	0.777*	0.666*	3.165
UND				-	0.799*	3.958
CRM					-	2.846

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF₅ ปรากฏว่า ค่า VIF₅ ของตัวแปรอิสระ การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย มีค่าตั้งแต่ 2.135-3.958 ซึ่งมาค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black. 2006 : 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.648 – 0.724 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน (INT) ได้ดังนี้

$$INT = 1.013 + 0.348 MOD + 0.087 GOP + 0.401 UND + 0.327 CRM$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน (INT) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 64.756$; $p < 0.0001$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.595 (ตาราง 36) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยแต่ละด้านกับตัวแปรตามผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน (INT) ปรากฏผล ดังตาราง 36

ตาราง 36 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับผลการดำเนินงานด้าน
กระบวนการภายใน ของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการ ร่วมสมัย	ผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.013	0.400	-2.532	0.013
ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD)	0.348	0.110	3.149*	0.002
ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี (GOP)	0.087	0.136	0.641	0.523
ด้านการสร้างความเข้าใจ (UND)	0.401	0.146	2.750*	0.007
ด้านการบริหารความสัมพันธ์ กับลูกค้า (CRM)	0.327	0.121	2.703*	0.008
F = 64.756 p = < 0.0001 Adj R ² = 0.595				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 พบว่า การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD) ด้านการสร้างความเข้าใจ (UND) และด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน (INT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 1 3 และ 4 สำหรับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี (GOP) ไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน (INT)

เมื่อนำการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD) ด้านการสร้างความเข้าใจ (UND) และด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน (INT) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (Adj R²) เท่ากับ 0.597 (ตาราง 42 ภาคผนวก ค) โดยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$INT = 0.961 + 0.379 MOD + 0.443 UND + 0.331 CRM$$

ตาราง 37 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้พัฒนา ของสาขาวิชาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	LEA	TEC	GOP	UND	CRM	VIF ₅
\bar{X}	4.41	4.66	4.73	4.68	4.63	
S.D.	0.54	0.41	0.41	0.43	0.44	
LEA	-	0.616*	0.669*	0.699*	0.675*	
TEC		-	0.712*	0.637*	0.585*	2.135
GOP			-	0.777*	0.666*	3.165
UND				-	0.799*	3.958
CRM					-	2.846

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระ การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย มีค่าตั้งแต่ 2.135-3.958 ซึ่งมาค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black. 2006 : 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.616 – 0.699 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้ และพัฒนา (LEA) ได้ดังนี้

$$LEA = 0.697 + 0.242 MOD + 0.245 GOP + 0.287 UND + 0.319 CRM$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (LEA) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F= 71.633$; $p<0.0001$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.561 (ตาราง 38) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยแต่ละด้านกับตัวแปรตามผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และพัฒนา (LEA) ปรากฏผลดังตาราง 38

ตาราง 38 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และพัฒนา ของสาขารณาคารอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการ ร่วมสมัย	ผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.697	0.401	-1.741	0.084
ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD)	0.242	0.111	2.193*	0.030
ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี (GOP)	0.245	0.137	1.791	0.076
ด้านการสร้างความเข้าใจ (UND)	0.287	0.146	1.967	0.051
ด้านการบริหารความสัมพันธ์ กับลูกค้า (CRM)	0.319	0.121	2.633*	0.010

F = 71.633 p = < 0.0001 Adj R² = 0.561

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 พบว่า การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD) และ ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กรด้านการเรียนรู้และพัฒนา (LEA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 1 และ 4 สำหรับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี (GOP) และ ด้านการสร้างความเข้าใจ (UND) ไม่มีผลกระทบกับผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (LEA)

เมื่อนำการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD) และด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และพัฒนา (LEA) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (Adj R²) เท่ากับ 0.523 (ตาราง 43 ภาคผนวก ค) โดยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$LEA = 0.348 + 0.437 MOD + 0.588 CRM$$

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขา
ธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีประเด็นสำคัญในการนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สรุปผล
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
4. เพื่อทดสอบผลกระทบของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยที่มีต่อผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
5. เพื่อเปรียบเทียบการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีจำนวนพนักงาน จำนวนลูกค้าเงินฝาก จำนวนลูกค้าเงินกู้ และระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขาแตกต่างกัน
6. เพื่อเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีจำนวนพนักงาน จำนวนลูกค้าเงินฝาก จำนวนลูกค้าเงินกู้ และระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขาแตกต่างกัน

พจนานุกรม ปณฺ ทิโต ชีเว

สรุปผล

การวิจัย เรื่อง การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยสามารถสรุป ได้ดังนี้

1. ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน ส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง อายุ มากกว่า 40 ปี สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 15 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 100,000 บาท จำนวนพนักงาน 11-15 คน จำนวนลูกค้าเงินฝาก มากกว่า 1,000,000,000 บาท จำนวนลูกค้าเงินกู้ มากกว่า 1,000,000,000 บาท และระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขา มากกว่า 30 ปี
2. ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น ธนาคารให้ความสำคัญการนำระบบสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี เช่น ธนาคารให้ความสำคัญนโยบายการสร้างจิตสำนึกการบริการที่ดี พร้อมทั้งจะให้บริการที่ประทับใจต่อลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจกับการมาใช้บริการ และส่งผลไปยังการมาใช้บริการซ้ำอีก ด้านการสร้างความเข้าใจ เช่น ธนาคารให้ความสำคัญการสื่อสารข้อมูลกับลูกค้าอย่างถูกต้อง เป็นไปตามความจริง และมุ่งมั่นที่จะพัฒนาข้อมูล ข่าวสารที่น่าเชื่อถือ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าให้เกิดความน่าเชื่อถือและสามารถตรวจสอบได้ ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น ธนาคารมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วยการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดการผูกใจลูกค้าไว้ อย่างยั่งยืน และมุ่งเน้นเสนอแนะสินค้าและบริการให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่องทั้งรายเก่าและรายใหม่ เพื่อให้ลูกค้าทั้งรายเก่าและรายใหม่รับรู้ถึงการเอาใจใส่และการติดตามลูกค้าอย่างต่อเนื่องก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อองค์กร
3. ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเงิน เช่น ธนาคารสามารถเพิ่มอัตราส่วนของสินทรัพย์และรายได้ รวมถึงมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันมีผลจากการมีประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านกระบวนการภายใน เช่น ธนาคารประสบความสำเร็จจากการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาปรับปรุงการทำงานทำให้สามารถลดขั้นตอนการทำงาน ส่งผลให้การปฏิบัติงานมีความรวดเร็ว แม่นยำ และคล่องตัวมากขึ้น ด้านการเรียนรู้และพัฒนา เช่น ธนาคารมีการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานให้เกิดการเรียนรู้และปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถสลับหมุนเวียนเปลี่ยนงานแทนกันได้ ส่งผลให้ธนาคารมีบุคลากรที่สามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่องค์กรได้อย่างสม่ำเสมอและอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านลูกค้า เช่น ธนาคาร

สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในด้านการบริการที่ดีทั้งก่อนและหลังการบริการ อีกทั้งธนาคารยังสามารถเปลี่ยนแปลงและปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันที่ที่แสวงหาลูกค้ารายใหม่และยังคงความสำคัญกับลูกค้ารายเดิมไว้เช่นเดิม

4. ผู้จัดการสาขานาครออมสิน ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยโดยรวม ไม่แตกต่างกัน
5. ผู้จัดการสาขานาครออมสิน ที่มีจำนวนลูกค้าเงินฝากแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยโดยรวม ไม่แตกต่างกัน
6. ผู้จัดการสาขานาครออมสิน ที่มีจำนวนลูกค้าเงินกู้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยโดยรวม ไม่แตกต่างกัน
7. ผู้จัดการสาขานาครออมสิน ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยโดยรวม ไม่แตกต่างกัน
8. ผู้จัดการสาขานาครออมสิน ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวม ไม่แตกต่างกัน
9. ผู้จัดการสาขานาครออมสิน ที่มีจำนวนลูกค้าเงินฝากแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวม ไม่แตกต่างกัน
10. ผู้จัดการสาขานาครออมสิน ที่มีจำนวนลูกค้าเงินฝากแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวม ไม่แตกต่างกัน
11. ผู้จัดการสาขานาครออมสิน ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน โดยรวม ไม่แตกต่างกัน
12. การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน และด้านตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงาน โดยรวม (PER) ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD) ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี (GOP) ด้านการสร้างความเข้าใจ (UND) และด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน โดยรวม (PER) ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

$$PER = 0.023 + 0.307 MOD + 0.363 UND + 0.289 CRM$$

เมื่อพิจารณาสมการพยากรณ์ผลการดำเนินงาน เป็นรายด้าน พบว่า

1) ด้านลูกค้า

$$CUS = 0.180 + 0.361 MOD + 0.282 UND + 0.366 CRM$$

2) ด้านกระบวนการภายใน

$$\text{INT} = 0.961 + 0.379 \text{ MOD} + 0.443 \text{ UND} + 0.331 \text{ CRM}$$

3) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

$$\text{LEA} = 0.348 + 0.437 \text{ MOD} + 0.588 \text{ CRM}$$

อภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขา
ธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน มีความคิดเห็นด้วย เกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการ
บริการร่วมสมัยโดยรวม ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี ด้านการสร้าง
ความเข้าใจ และด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากผู้จัดการให้
ความสำคัญเกี่ยวกับการบริการที่ครอบคลุมในทุกด้าน การนำมาตรฐานต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ใน
องค์กรให้เหมาะกับยุคสมัย เพื่อให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลไปยังลูกค้าเกิด
ความพึงพอใจจากการได้รับการบริการหรือใช้บริการ การใช้เทคโนโลยีที่ช่วยอำนวยความสะดวก
ให้แก่ลูกค้า หรือแม้กระทั่งการทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน ล้วนเป็นสิ่งที่ทำให้การบริการมี
ความกระชับ สะดวกรวดเร็วมากขึ้น การแสดงออกของพนักงานหรือการแต่งกายก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัย
ของการเลือกใช้บริการของลูกค้าในยุคปัจจุบัน การทำกิจกรรมหรือมอบสิทธิพิเศษให้แก่ลูกค้า
สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อตัวองค์กรในระยะยาวได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ
Agha et al., (2017: 91-97) พบว่า 1) การทำให้งานที่มีมาตรฐาน และเทคนิคการให้บริการเป็นสิ่ง
สำคัญสำหรับคุณภาพการให้บริการที่ดีขึ้น 2) มาตรฐานมีผลกระทบสูงต่อคุณภาพการให้บริการเมื่อ
เทียบกับเทคนิคการให้บริการ 3) คุณภาพการทำงานมีผลกระทบสูงต่อความพึงพอใจของลูกค้าเมื่อ
เทียบกับคุณภาพทางเทคนิค และ 4) ความพึงพอใจของลูกค้ามีผลต่อความภักดีของลูกค้า ผลงานการ
วิจัยครั้งนี้คือการพัฒนากรอบการแบบบูรณาการในการวิเคราะห์บทบาทของมาตรฐานและคุณภาพ
การให้บริการที่มีต่อการใช้บริการของลูกค้าให้ดีขึ้นในยุคปัจจุบัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ
ชิดชัย อนุฤทธิ์ (2557 : บทคัดย่อ) พบว่า ผู้บริหารแผนกต้อนรับส่วนหน้า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการ
มีความสามารถในการบริการโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการกระตือรือร้น
ในการให้บริการ ด้านความสะดวกจากการให้บริการ ด้านบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ และด้านการ
ให้บริการทุกระดับเท่าเทียมกัน ดังนั้น ผู้บริหารแผนกต้อนรับ ส่วนหน้าต้องให้ความสำคัญกับการ
พัฒนาและความสามารถในการให้บริการ โดยหมั่นฝึกฝนและพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพตลอดเวลา

เพื่อเป็นการมุ่งมั่นที่จะทำงานให้สำเร็จ ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสร้างคุณภาพ การให้บริการ และให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีในครั้งต่อไป

2. ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน โดยรวม ด้านลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากผู้จัดการจะให้ความสำคัญในเรื่องการแสวงหาลูกค้ารายใหม่ และยังคงเอาใจใส่ลูกค้ารายเดิมควบคู่กันไปอย่างต่อเนื่อง ในธุรกิจทางด้านการเงินลูกค้าถือเป็นหัวใจ สำคัญของการดำเนินธุรกิจ เพราะเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้องค์กรขับเคลื่อนไปได้ ซึ่งการทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กรจะทำให้ผลการดำเนินงานประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และด้านการเงิน ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา อยู่ในระดับมาก เป็นส่วน สนับสนุนภายในองค์กรในด้านของการฝึกอบรม การพัฒนาบุคลากรให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนา ตนเองให้เป็นผู้ให้บริการอย่างมืออาชีพ เพื่อมอบการบริการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้อง กับวิจัยของ Butler (2015: 30-31) ได้ศึกษา การบริการที่เป็นเลิศต่อลูกค้ารวมถึงพนักงาน พบว่า ความพึงพอใจของพนักงานที่ทำงานร่วมกัน ผู้บริหารต้องใช้เวลาในการเข้าถึงความต้องการของ พนักงานและความรู้สึกของพนักงาน เป็นกลยุทธ์แรกๆที่ผู้บริหารต้องสื่อสารต่อพนักงานทุกคน เพื่อให้พนักงานมีกำลังใจในการบริการลูกค้าอย่างเต็มความสามารถ เมื่อพนักงานมีความรู้สึกว่าตัวเอง ไม่สำคัญจะไม่ใส่ใจในการดูแลการให้บริการลูกค้า จะเกิดปัญหาตามมา เกิดการเรียกร้องความ รับผิดชอบจากลูกค้าที่พนักงานบริการไม่มีคุณภาพ นำไปสู่ค่าใช้จ่ายในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เช่น การจัดอบรมพนักงาน และการจัดหาพนักงานใหม่ ดังนั้น การสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีและสร้าง ความผูกพันของพนักงานจะก่อให้เกิดความพึงพอใจของพนักงาน นำไปสู่สภาพการทำงานที่ดีขึ้น เกิดประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานมีการปรับปรุงคุณภาพของการบริการที่ดียิ่งขึ้น และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ Javadein et al., (2008: บทคัดย่อ) พบว่า ความจงรักภักดีของลูกค้าสามารถอธิบายได้ จากคุณภาพของการให้บริการ โดยคุณภาพของการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าใน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างความจงรักภักดี และคุณภาพของการให้บริการ และความพึงพอใจของ ลูกค้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการแนะนำสินค้าหรือบริการแก่บุคคลอื่น และการกลับมาใช้บริการซ้ำ ทำให้ผลการดำเนินงานขององค์กรเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

3. ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน ที่มีจำนวนพนักงาน จำนวนลูกค้าเงินฝาก จำนวน ลูกค้าเงินกู้ และระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการ มุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยและผลการดำเนินงาน ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากธนาคารออมสิน มีการกำหนดขนาดไซส์ของสาขาแต่ละสาขา โดยยึดจากจำนวนพนักงานที่มีและสถานที่ตั้งของสาขา นั้น ๆ รวมถึงสภาพสังคมและเศรษฐกิจ ทำให้การดำเนินงานของแต่ละสาขา มีความแตกต่างกันใน เรื่องของการนำมาตราฐานการบริการเข้ามาใช้กับการทำงาน อัตราการเข้ามาใช้บริการของลูกค้าในแต่ละ สาขาที่แตกต่างกันไปตามสถานที่ตั้งของสาขา ซึ่งสาขาที่อยู่ในตัวเมืองหรือสาขาใหญ่การเข้ามาใช้

บริการจะสูงกว่าสาขาที่อยู่ไกลจากตัวเมืองหรือสาขาชุมชน อัตราการฝากเงิน การกู้เงินจะผันแปรตามไปด้วย ดังนั้น มาตรฐานการบริการที่นำมาใช้ร่วมกับการทำงานในแต่ละสาขาของธนาคารออมสิน จะมีผลทำให้ผลการดำเนินงานดีขึ้นในสาขาที่มีขนาดใหญ่มากกว่าสาขาที่อยู่ในชุมชนหรือสาขาขนาดเล็กที่มีสภาพสังคมและเศรษฐกิจดีกว่า ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ มนต์ชัย วงษ์กิตติไกรวัล (2561 : เว็บไซต์) กล่าวถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อพนักงานธนาคาร สาขาธนาคาร ในส่วนของอุตสาหกรรมการเงินมีการปรับเปลี่ยนไม่ว่าจะเป็นการลดลงของสาขาหรือการถอยลดจำนวนพนักงานสาขาที่ไม่จำเป็นออกไป เมื่อผู้บริโภคสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตหรือโมบายแบงก์กิ้งได้ตลอดเวลา ความจำเป็นในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่สาขาที่ลดลงไป ขณะที่การบริการดั้งเดิมผ่านสาขาก็ถูกลดความสำคัญอย่างมากเมื่อเทียบกับหลายสิบปีก่อน ธนาคารจึงหันไปลงทุนพัฒนาระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยและแพลตฟอร์มในรูปแบบใหม่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อตอบรับการตลาดในยุคดิจิทัลเช่นนี้

4. การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน โดยรวม ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา เนื่องจากผู้จัดการจะให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาเป็นมาตรฐานที่ใช้ร่วมกับการบริการ ซึ่งจะสามารถลดขั้นตอนและกระบวนการทำงานให้มีความกระชับ สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา รวมถึงการนำมาพัฒนาบุคลากรให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้องค์กรมีผลประกอบการตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตราภรณ์ ทัฬหภูมิ (2558 : บทความ) พบว่า มาตรฐานการบริการที่ดีด้านการประเมินผลงานบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านกระบวนการภายในและด้านการเรียนรู้และพัฒนา ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารธุรกิจสปา ในการกำหนดมาตรฐานการบริการที่ดีให้กับองค์กร และช่วยในการวางแผนพัฒนาเพื่อเปลี่ยนแปลง และเพิ่มกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้การบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน เพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานและความสำเร็จขององค์กรในอนาคต และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราภรณ์ คำทา (2557 : บทความ) พบว่า กลยุทธ์การบริหารการบริการสมัยใหม่ ด้านการพัฒนางานด้านการบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ด้านลูกค้า และด้านกระบวนการภายใน ซึ่งผู้บริหารธุรกิจบริการจะต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาการให้บริการ โดยนำเสนอความคิด วิธีการใหม่ ๆ พัฒนากลยุทธ์และวิธีการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีบริการให้มีประสิทธิภาพ ตอบสนองความต้องการ ของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิด ความประทับใจในการบริการ สามารถนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อกระบวนการดำเนินงาน ทำให้เกิดความ

ได้เปรียบทางการแข่งขัน มีความเป็นมืออาชีพและมีมาตรฐานในด้านการบริการ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดกับธุรกิจต่อไป

5. การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างความเข้าใจ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา เนื่องจากผู้จัดการจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาการสื่อสาร และการนำเสนอข้อมูลไปยังลูกค้าให้มีความถูกต้อง เป็นที่น่าเชื่อถือ เป็นไปตามความจริงและสามารถตรวจสอบได้ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจข้อมูลไปในทิศทางเดียวกัน และลดข้อผิดพลาดที่เกิดจากการสื่อสารระหว่างพนักงานกับลูกค้าหรือจากองค์กรไปยังลูกค้า ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าไว้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชลี สุวัฒน์นอม (2557 : บทคัดย่อ) พบว่า กลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านการเงิน ด้านลูกค้า และด้านกระบวนการภายใน ดังนั้น ธุรกิจให้บริการความงามในประเทศไทย จึงควรให้ความสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ในการบริการลูกค้า การสื่อสารไปยังลูกค้าได้รับรู้ให้มีความเหมาะสมอันจะนำไปสู่กระบวนการในการบริการแก่ลูกค้าที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสูงสุด และส่งผลให้ผลการดำเนินธุรกิจของธุรกิจให้บริการความงามมีศักยภาพในการบริหารจัดการและมีการบริการที่เป็นเลิศ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัฒนภูมิ แสนศักดิ์ (2559 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ผลกระทบของกลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ โรงแรมในประเทศไทย พบว่า 1) กลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ ด้านจิตสำนึกในการบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า และด้านกระบวนการภายใน 2) กลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ ด้านความรับผิดชอบทางการตลาดต่อสังคม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ โดยการสนับสนุนให้พนักงานมีจิตสำนึกในการบริการที่ดี และดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม มีความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ก่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ส่งผลให้ธุรกิจการบริการมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป

6. การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านลูกค้า และด้านกระบวนการภายใน เนื่องจากผู้จัดการจะให้ความสำคัญกับแสวงหาลูกค้ารายใหม่ และหาวิธีการรักษาลูกค้ารายเก่าอยู่เสมอ การติดตามลูกค้าอย่างใกล้ชิด โดยการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า จะทำให้ลูกค้ารู้สึกได้รับความสำคัญจากองค์กร ส่งผลให้เกิดการติดตามสินค้าและบริการจากองค์กร และเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กรในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Petrovic

และ Markovic (2012: 29-39) พบว่า การมุ่งเน้นการบริการที่มาจากการปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และหัวหน้างานที่มีการฝึกอบรมอย่างเพียงพอ และการคิดค้นกระบวนการในการบริการ มีความสัมพันธ์อย่างสูงกับความพึงพอใจของพนักงานที่ดูได้จากความสะอาดสบายในที่ทำงาน ความพึงพอใจที่องค์กรมอบให้องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดสำหรับคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมบริการ คือ การมุ่งเน้นในการให้บริการของพนักงาน และถ้าพนักงานมีความพึงพอใจในการทำงาน พนักงานเหล่านั้นก็จะมีแรงกระตุ้นที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า การให้บริการในอุตสาหกรรมบริการมีเพียงแค่บริการที่เป็นธรรมและมีประสิทธิภาพยังไม่เพียงพอ แต่ต้องมีอารมณ์ความรู้สึกของผู้ให้บริการเข้าไปด้วย และการรับรู้ของผู้ใช้บริการหรือลูกค้าก็จะขึ้นอยู่กับ การติดต่อขอใช้บริการกับพนักงานผู้ให้บริการ ดังนั้น แผนกทรัพยากรมนุษย์จะต้องใส่ใจในเรื่อง พนักงานที่มีความสุขจะสร้างการบริการที่มีคุณภาพสูง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hayajneh และคณะ (2012: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา คุณภาพการให้บริการในบริษัทนำเที่ยวของประเทศจอร์แดน พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการให้บริการกับความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความพึงพอใจของลูกค้ากับความน่าเชื่อถือของข้อมูล ความไว้วางใจ สิ่งที่สามารถจับต้องได้ และความปลอดภัย ลูกค้าที่มีความพึงพอใจจากการใช้บริการ ลูกค้าจะมีความจงรักภักดีและส่งผลต่อการมาซื้อซ้ำใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยวเดิมอีกครั้ง การสร้างความจงรักภักดีต่อลูกค้าบริษัทต้องให้ความสำคัญกับการมีคุณสมบัติที่ดีให้มากขึ้น เพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้า ยังรวมถึงการรับคำติชมจากลูกค้า การให้บริการที่รวดเร็ว ดังนั้น บริษัทต้องเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานบริการให้แก่ลูกจ้าง เพิ่มบทบาทให้กับลูกจ้างด้วยการส่งเสริมให้มีการเรียนรู้เพิ่มเติม เพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติงานและพัฒนาทักษะเพื่อการบริการอย่างมืออาชีพ

7. การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านบุคลิกภาพที่ดี ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในและด้านการเรียนรู้และพัฒนา เนื่องจากในปัจจุบันการเข้ามาดำเนินธุรกรรมทางการเงินที่สาขามีอัตราที่น้อยลง เพราะยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปการทำธุรกรรมผ่านทางอินเทอร์เน็ตเข้ามาแทนที่ (Internet Banking) ด้วยความสะดวกรวดเร็วและสามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลา ทำให้ลูกค้าสัมผัสกับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานน้อยลงตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ ภาววิทย์ กลิ่นประทุม (2559: เว็บไซต์) กล่าวถึง ในมุมมองของลูกค้า ถ้าสาขาไม่ได้สร้างประโยชน์ให้ลูกค้า มันก็จะค่อย ๆ หมดความหมายหรือการเริ่มปิดตัวลงของสาขานานาชาติ การเข้าไปใช้บริการที่สาขาก็จะหมดไป เพราะตู้กดเงินสด (ATM) และธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือ (Internet Banking) สามารถดำเนินการแทนพนักงานได้แล้วในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็ฝาก โอน ชำระสินเชื่อ สามารถทำได้รวดเร็วกว่าเมื่อก่อนที่ ต้องไปกดบัตรคิว ต่อแถวรอเข้าพบพนักงานเพื่อทำธุรกรรม ดังนั้น ลูกค้าจะไม่สามารถรับรู้พฤติกรรมการแสดงออกของพนักงานได้เลยในยุคสมัยที่เทคโนโลยีเข้ามาแทนที่ทรัพยากรบุคคลเช่นนี้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้จัดการธนาคารออมสิน ควรให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อก่อให้เกิดผลการดำเนินงานตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ องค์กรควรมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ร่วมกับการบริการเพื่อทำให้การบริการมีความสะดวก รวดเร็วมากขึ้น และทำให้เป็นมาตรฐาน ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในยุคปัจจุบัน

1.2 ผู้จัดการธนาคารออมสิน ควรให้ความสำคัญด้านการสร้างความเข้าใจ เพื่อก่อให้เกิดผลการดำเนินงานตามเป้าหมายที่วางไว้ องค์กรควรส่งเสริมให้พนักงานมีการสื่อสารข้อมูล หรือกระบวนการนำเสนอข้อมูลไปยังลูกค้าให้มีความถูกต้อง เป็นที่น่าเชื่อถือ และเป็นความจริงที่สามารถตรวจสอบได้ เพื่อเป็นข้อมูลสำคัญที่ช่วยในการตัดสินใจของลูกค้าได้

1.3 ผู้จัดการธนาคารออมสิน ควรให้ความสำคัญด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ องค์กรควรมุ่งเน้นการทำกิจกรรมที่ลูกค้าสามารถร่วมกิจกรรมได้อยู่เสมอ เพื่อให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมกับองค์กร การนำเสนอข้อมูลใหม่ ๆ ให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ก็เป็นส่วนช่วยในการรักษาลูกค้ารายเก่าได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังเป็นส่วนช่วยในการแสวงหาลูกค้ารายใหม่ให้สามารถตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการได้อีกด้วย

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

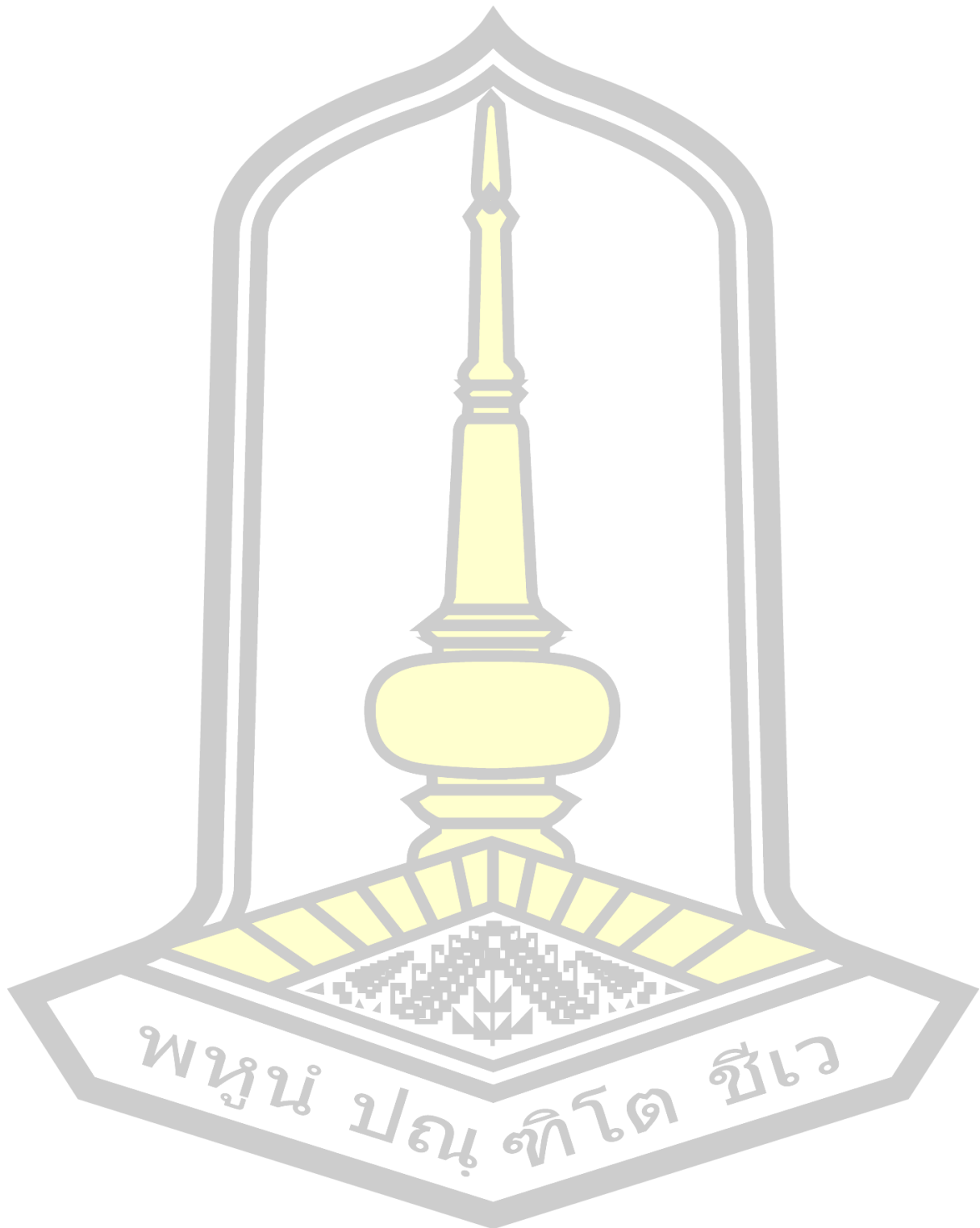
2.1 ควรมีการศึกษาผลกระทบและความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยในมุมมองของลูกค้าที่จะเป็นตัวส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน เพื่อจะสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปเปรียบเทียบและประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ควรมีการศึกษาและเปรียบเทียบการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยด้านอื่น ๆ เช่น ความปลอดภัยจากการใช้เทคโนโลยีร่วมสมัย การใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ การบริการด้วยใจ และการตอบสนองลูกค้าเข้ามาช่วยในการบริการ เป็นต้น

2.3 ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่นที่ไม่ใช่ธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจสปา และธุรกิจเอกชนขนาดกลางและขนาดย่อม

2.4 ควรเพิ่มวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม เป็นการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการทำวิจัยต่อไป

บรรณานุกรม



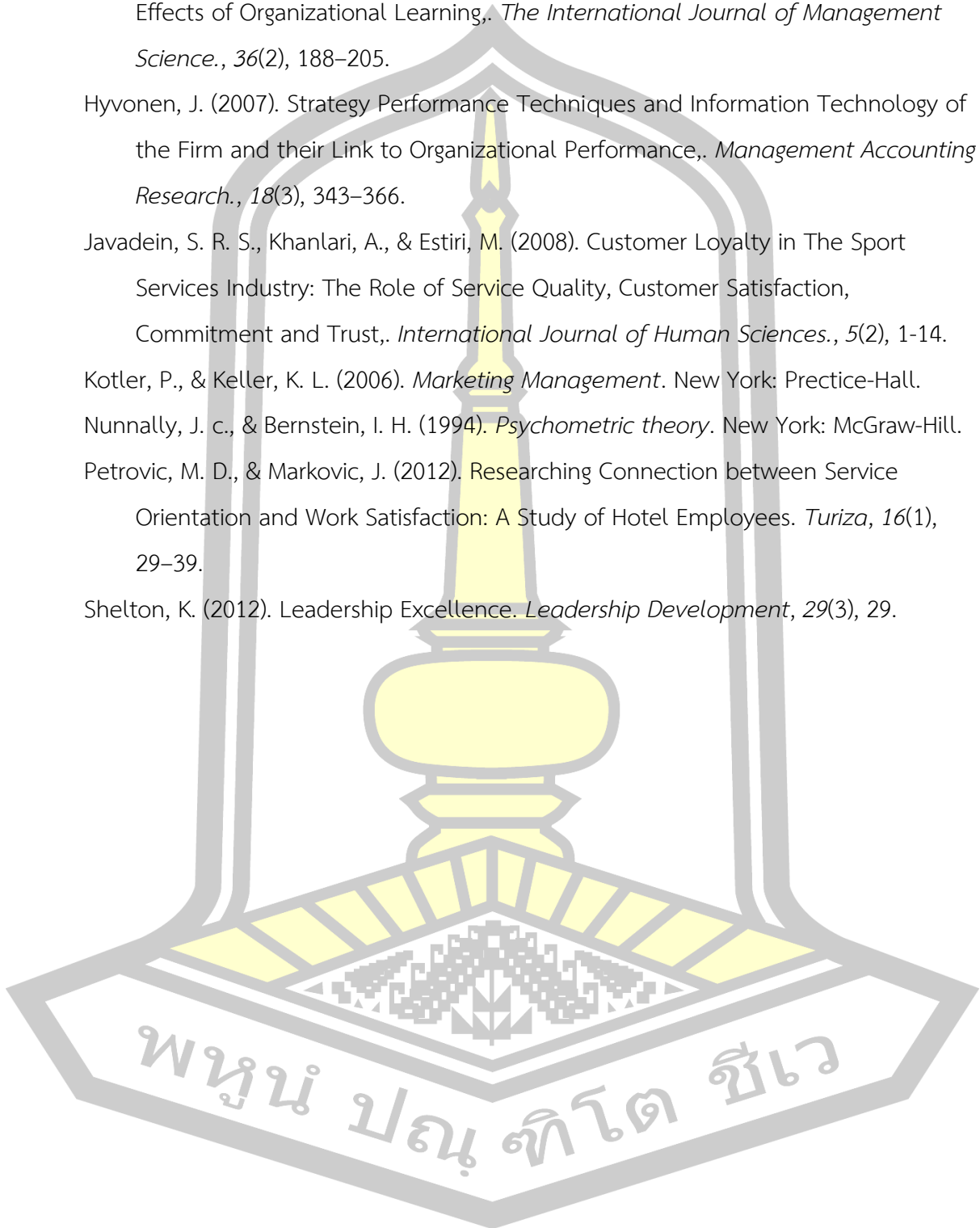
บรรณานุกรม

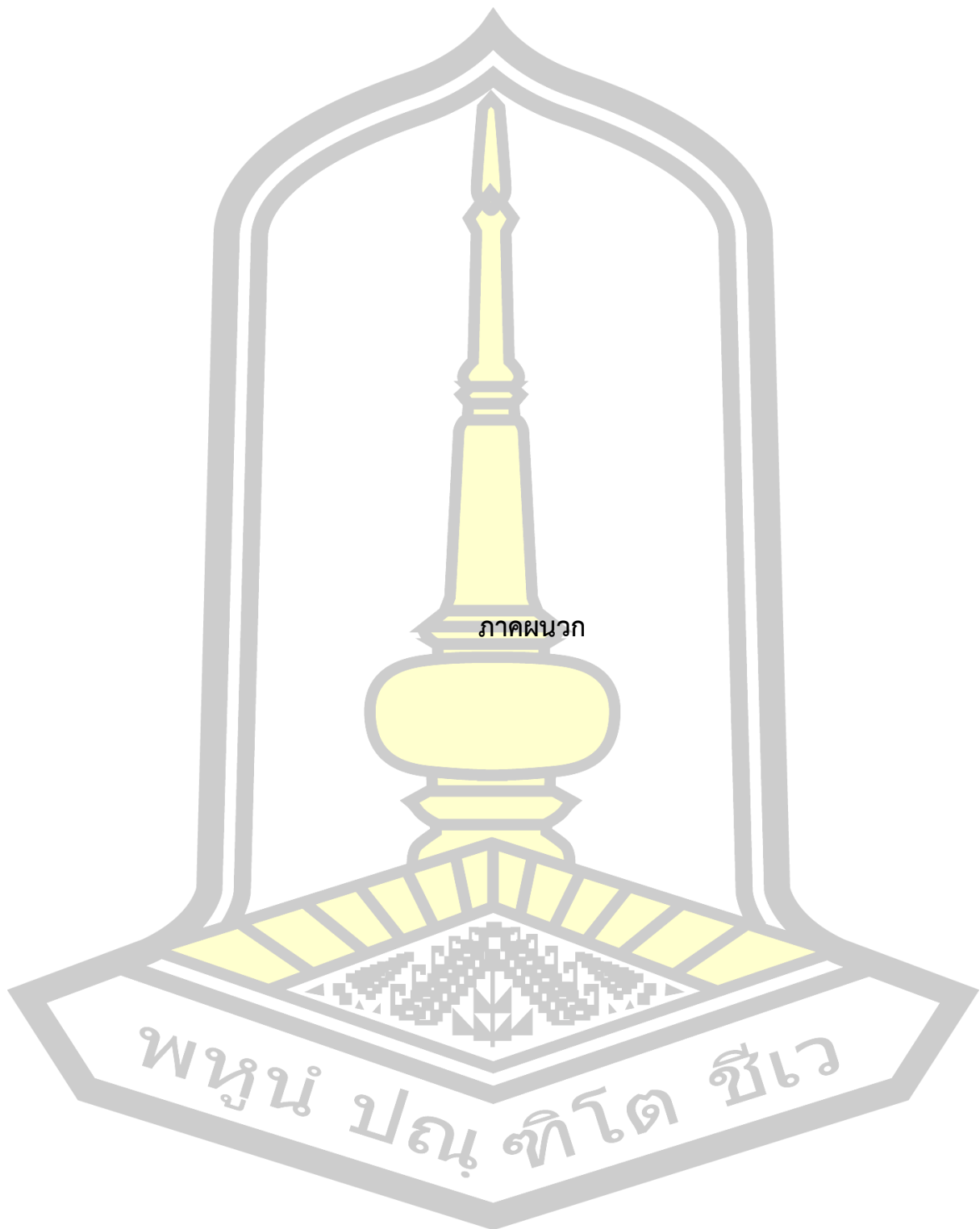
- กัตัญญู ทิรัญญสมบุรณ์. (2556). *การจัดการการบริการ*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ดี. (2555). การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ดี. Retrieved from <https://phoophantim.wordpress.com/2012/02/29/การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจ>
- จิตราภรณ์ ทับทม. (2558). *ผลกระทบของมาตรฐานการบริการที่ดีที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2550). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชิตชัย อนุฤทธิ์. (2557). *ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการบริการกับประสิทธิภาพการทำงานของผู้บริหารแผนกต้อนรับส่วนหน้าธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ดลยา วุฒิวิวัฒน์กุล. (2554). *ความพึงพอใจการทำงานและพฤติกรรมให้บริการของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการธนาคารออมสินสำนักงานพหลโยธิน*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2551). *ทิศทางและแนวโน้มของรัฐประศาสนศาสตร์ในประมวลสาระชุดวิชาแนวคิด ทฤษฎี และหลักการรัฐประศาสนศาสตร์*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช., 439–247.
- เทคโนโลยีที่ทันสมัย. (2556). เทคโนโลยีผลิตสินค้าและบริการ. Retrieved June 27, 2018, from <http://paperssheet.blogspot.com/2013/01/blog-post.html>
- ธนันท์ บุตรวงศ์. (2552). *ผลกระทบของกลยุทธ์การให้บริการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ธนาคารออมสิน. (2555). ยุทธศาสตร์ธนาคารออมสิน. Retrieved August 8, 2018, from <https://www.gsb.or.th/about-us/ทิศทาง-นโยบาย-และแผนงานที่สำคัญ.aspx>
- ธนาคารออมสิน. (2559). สาขาธนาคารออมสิน. Retrieved June 15, 2018, from <http://www.gsb.or.th/home1.aspx>
- ธนาคารออมสิน. (2560). โครงสร้างธนาคารออมสิน. Retrieved August 1, 2018, from <https://www.gsb.or.th/about-us/organizational-chart/คณะกรรมการธนาคาร.aspx>
- ธนาคารออมสิน. (2560). นโยบายธนาคารออมสิน. Retrieved September 24, 2018, from <https://www.gsb.or.th/about-us/ทิศทาง-นโยบาย-และแผนงานที่สำคัญ.aspx>
- ธนาคารออมสิน. (2560). แผนงานธนาคารออมสิน. Retrieved September 24, 2018, from <https://www.gsb.or.th/about-us/ทิศทาง-นโยบาย-และแผนงานที่สำคัญ.aspx>
- นงลักษณ์ เพิ่มชาติ. (2548). การประเมินผลการปฏิบัติงาน. Retrieved from http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=2846&read=true&count=true

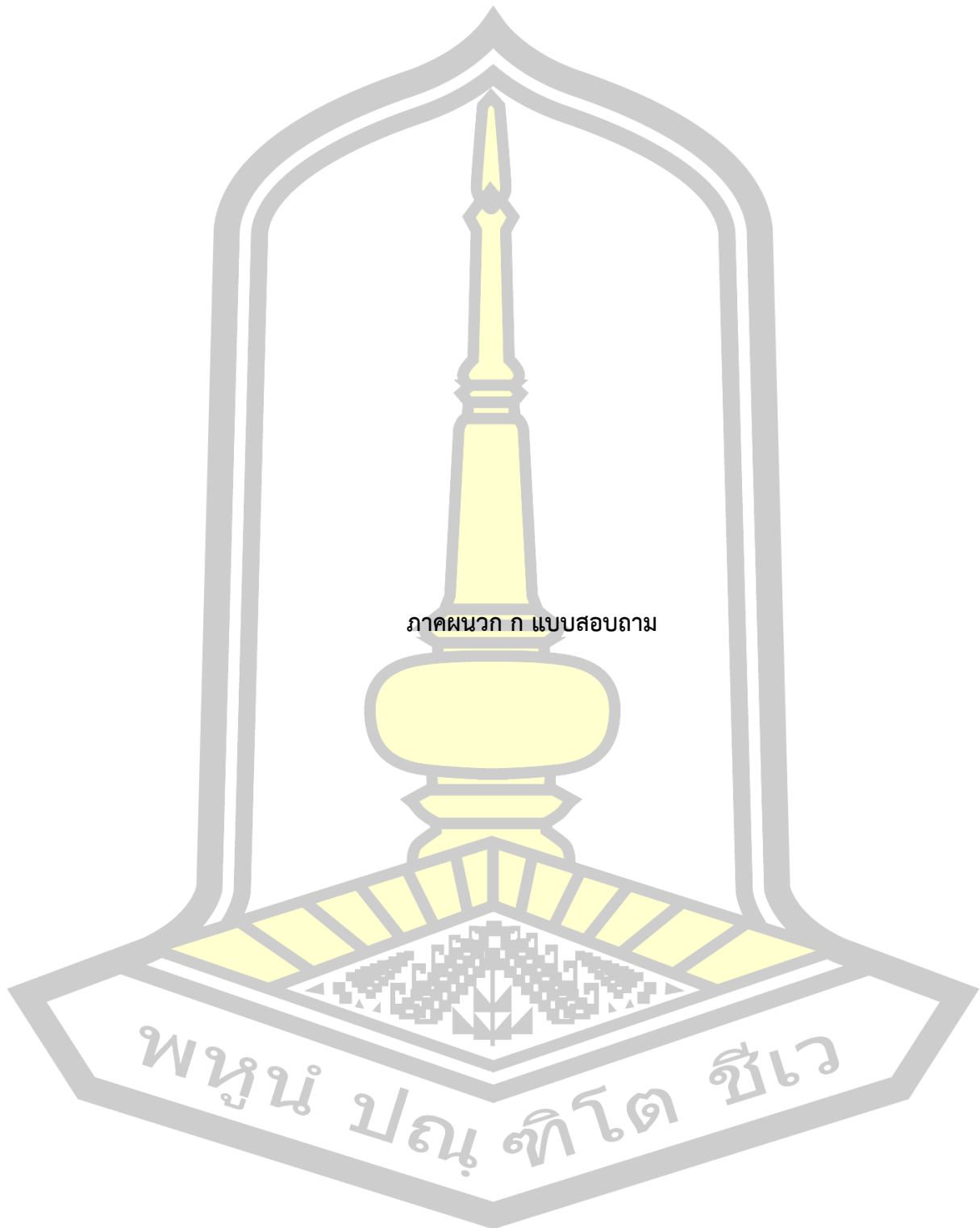
- นิรมิต เทียมทัน. (2555). *Balanced scorecard และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ*. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน ดิสทริบิวเตอร์.
- บัณฑิตา บุปผาโสภณ. (2555). *ผลกระทบของการพัฒนาระบบสารสนเทศที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญมัน ธนาศุภวัฒน์. (2553). *จิตวิทยาธุรกิจ = Business psychology*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- พัฒนภูมิ แสนศักดิ์. (2559). *ผลกระทบของกลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล. (2557). การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า. Retrieved June 22, 2018, from <http://www.impressionconsult.com/web/index.php/services/training-course/customer-service-courses/117-customer-delight-training.html>
- พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล. (2557). *บริการที่เป็นเลิศ : รหัสบริการ*. กรุงเทพฯ: ดิอิมเพรสชั่น คอนซัลแทนท์.
- ภาววิทย์ กลิ่นประทุม. (2559). สาขานาการกับความสำคัญในอนาคต. Retrieved September 9, 2018, from <https://www.posttoday.com/finance/invest/433776>
- มนชวัล นารถศิลป์. (2556). *ผลกระทบของกลยุทธ์องค์กรเชิงพลวัตที่มีต่อการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ประเภทขนส่งทางถนนในประเทศไทย*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- มนต์ชัย วงษ์กิตติไกรวัล. (2561). ยุทธนาการยุบสาขา. Retrieved September 15, 2018, from <https://thestandard.co/commercial-bank>
- มาตรฐานการบริการ. (2557). การสร้างมาตรฐานการบริการ. Retrieved June 15, 2018, from <http://www.impressionconsult.com/web/index.php/services/consulting/service-%09standard-building.html>
- รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2541). ความหมายของคำว่าร่วมสมัย. ราชบัณฑิตยสถาน.
- วรางคณา คำทา. (2557). *ผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารการบริการสมัยใหม่ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจสปาในประเทศไทย*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิทยา ด้านธำรงกุล. (2555). *ซีอาร์เอ็ม-ซีอีเอ็ม หยีนทางการตลาด*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2553). ประโยชน์ของการประเมินผลการปฏิบัติงาน. Retrieved April 3, 2018, from <http://info.muslimthai.com/main/index.php?page=sub&category=29&id=16141>
- สมชาติ กิจยรรยง. (2556). *ศิลปะการพูดเพื่อสร้างความร่ำรวย*. กรุงเทพฯ: พิเพิลมีเดีย.

- สมิต สัมภูกร. (2548). *ศิลปะการให้บริการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สายธาร.
- สมิต สัมภูกร. (2554). *การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- สุธรรม รัตน์โชติ. (2552). *พฤติกรรมองค์กรและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.
- เสาวลักษณ์ โงษาฤทธิ์. (2555). *ผลกระทบของการจัดการเทคโนโลยีสะอาดที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- โสภณ ภูแก้วล้วน. (2557). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ: แปลน พรินต์ติ้ง.
- อัญชลี สุวัฒน์นอม. (2557). *ผลกระทบของมาตรฐานการบริการที่มีต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2004). *Marketing research* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Agarwal, R. and W. S. (2010). Operationalisation of the Elevated Service Offering-Construct in a Service Value Network. *International Journal Of Operations and Production Management*, 31(11), 85-90.
- Agha, K. L., Liat, C. B., & Esti, S. C. (2017). Integration of standardization and customization: Impact on service quality, customer satisfaction, and loyalty,. *Journal of Retailing and Consumer Services.*, 35, 91-97.
- Bharadwaj, A. S., Bharadwaj, S. G., & Konsynski, B. R. (1999). Information Technology Effects on Firm Performance as Measured by Tobin's Q,. *Management Science.*, 45(7), 1008-1024.
- Black, K. (2006). *Business Statistics for Contemporary Decision Making* (4th ed.). New York: John Wiley & Son.
- Bogomolova, S. (2011). Service Quality Perceptions of Solely Loyal Customer. *International Journal of Market Research*, 53(6), 793-810.
- Botis, N. (2010). Intellectual Capital and Business Performance in the Pharmaceutical Sector in Jordan,”. *Management Decision.*, 48(1), 105-131.
- Butler, marlene M. (2015). Customer Service Excellence Includes Employees, 30-31.
- Finch, L. C., & Armfiend, F. (2008). *Twenty ways to improve customer service*. (R. Mapson, Ed.). Boston: McGraw-Hill/ Irwin.
- Hayajneh, O. M. R., Alsarayreh, M. N., Rumman, M. A. R. A., & Nsour, M. Al. (2012). Dimensions of The Quality of Service in The Jordanian Tourism Companies and Their Relations to Customer Satisfaction. *European Scientific*, 8(1), 187-204.

- Hsu, C. C. and A. P. (2006). Internationalization and Performance : The Moderating Effects of Organizational Learning,. *The International Journal of Management Science.*, 36(2), 188–205.
- Hyvonen, J. (2007). Strategy Performance Techniques and Information Technology of the Firm and their Link to Organizational Performance,. *Management Accounting Research.*, 18(3), 343–366.
- Javadein, S. R. S., Khanlari, A., & Estiri, M. (2008). Customer Loyalty in The Sport Services Industry: The Role of Service Quality, Customer Satisfaction, Commitment and Trust,. *International Journal of Human Sciences.*, 5(2), 1-14.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management*. New York: Prectice-Hall.
- Nunnally, J. c., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- Petrovic, M. D., & Markovic, J. (2012). Researching Connection between Service Orientation and Work Satisfaction: A Study of Hotel Employees. *Turiza*, 16(1), 29–39.
- Shelton, K. (2012). Leadership Excellence. *Leadership Development*, 29(3), 29.







แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับ
ผลการดำเนินงานของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อประกอบการศึกษาระดับปริญญาโทของผู้วิจัย หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากท่าน โปรดให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกคำถาม และส่งกลับคืนภายใน 15 วันนับแต่วันที่ได้รับแบบสอบถาม

แบบสอบถามข้อมูลชุดนี้ แบ่งออกเป็น 4 ตอนประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้จัดการสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยของ
สาขานาการอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 19 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของสาขานาการอมสิน
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 19 ข้อ

ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณที่ท่านได้สละเวลาตอบคำถามทุกข้ออย่างถูกต้องครบถ้วน หากท่านมีความสนใจที่จะขอรับรายงานสรุปเกี่ยวกับโครงการวิจัยนี้ โปรดแนบนามบัตรของท่านมาพร้อมกับแบบสอบถามชุดนี้ หากมีข้อสงสัยประการใดที่เกี่ยวกับแบบสอบถามชุดนี้โปรดติดต่อข้าพเจ้านายนันทวัฒน์ ธนสังข์วัฒน์ หมายเลขโทรศัพท์ 0846017454 E-mail : qqworldz@gmail.com

นายนันทวัฒน์ ธนสังข์วัฒน์

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงาน
ของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) เพียงหนึ่งข้อเท่านั้น หน้าคำตอบแบบสอบถามที่เลือก

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() น้อยกว่า 30 ปี

() 30 - 35 ปี

() 36 - 40 ปี

() มากกว่า 40 ปี

3. สถานภาพ

() โสด

() สมรส

() หม้าย/ หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

5. ประสบการณ์ในการทำงาน

() น้อยกว่า 5 ปี

() 5 - 10 ปี

() 11 - 15 ปี

() มากกว่า 15 ปี

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

() ต่ำกว่า 40,000 บาท

() 40,000 - 60,000 บาท

() 60,001 - 80,000 บาท

() มากกว่า 80,000 บาท

พูน ปณ ทิโต ชีเว

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสาขารวมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) เพียงหนึ่งข้อเท่านั้น หน้าคำตอบแบบสอบถามที่เลือก

1. จำนวนพนักงาน

- () น้อยกว่า 10 คน () 10 – 15 คน
() 16 – 20 คน () มากกว่า 20 คน

2. จำนวนลูกค้าเงินฝาก

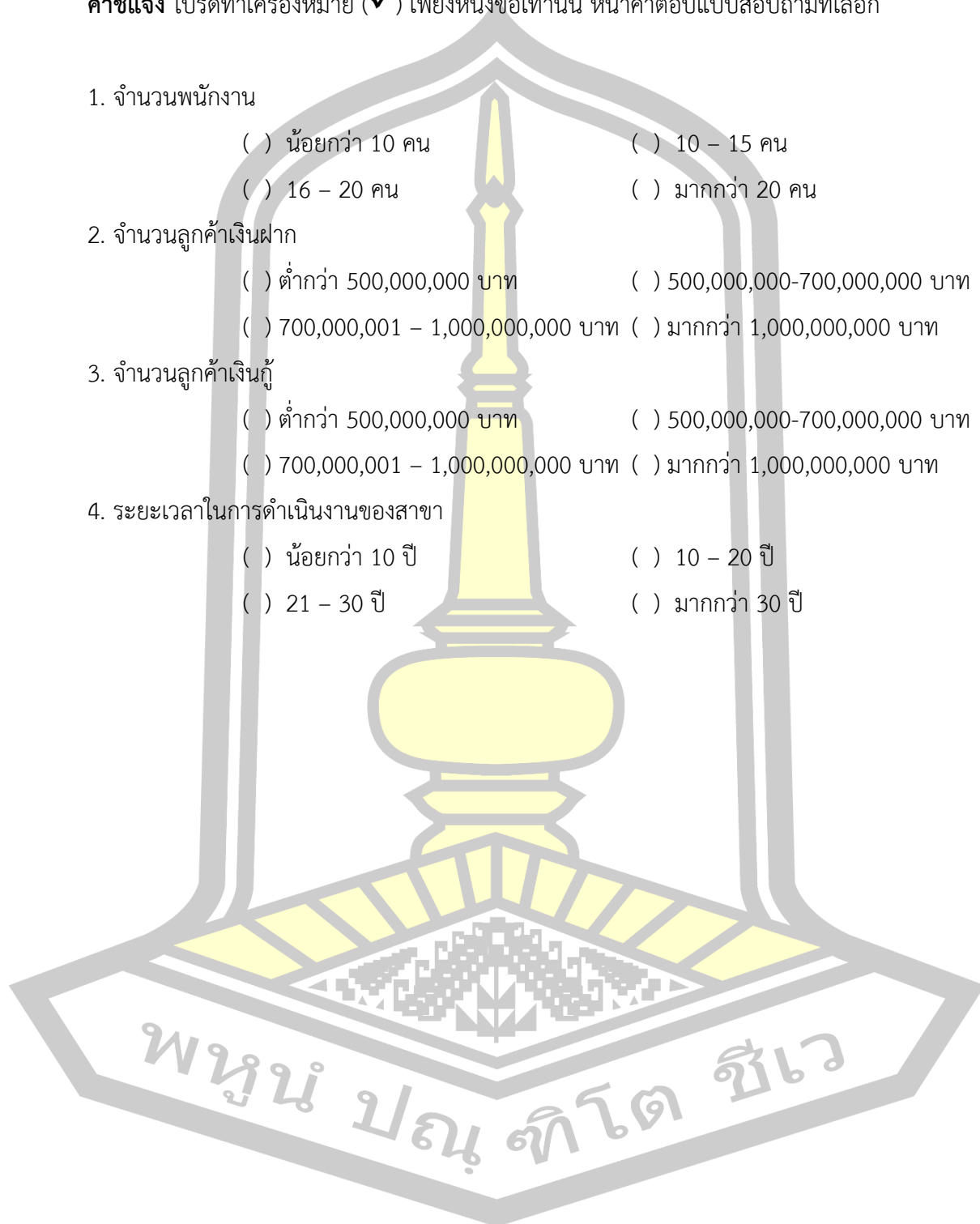
- () ต่ำกว่า 500,000,000 บาท () 500,000,000-700,000,000 บาท
() 700,000,001 – 1,000,000,000 บาท () มากกว่า 1,000,000,000 บาท

3. จำนวนลูกค้าเงินกู้

- () ต่ำกว่า 500,000,000 บาท () 500,000,000-700,000,000 บาท
() 700,000,001 – 1,000,000,000 บาท () มากกว่า 1,000,000,000 บาท

4. ระยะเวลาในการดำเนินงานของสาขา

- () น้อยกว่า 10 ปี () 10 – 20 ปี
() 21 – 30 ปี () มากกว่า 30 ปี



ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยของสาขาธนาคารออมสิน

ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) เพียงหนึ่งข้อเท่านั้น ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย					
1. ธนาคารให้ความสำคัญการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการทำงาน					
2. ธนาคารมุ่งมั่นพัฒนาอุปกรณ์สำนักงานให้มีคุณภาพและทันสมัยอยู่เสมอ					
3. ธนาคารสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อลดขั้นตอนในการทำงาน และลดความผิดพลาดจากการทำงาน					
4. ธนาคารให้ความสำคัญการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ เพื่อไม่ให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูล					
5. ธนาคารมุ่งเน้นที่จะกระจายข่าวสารผ่านทางสื่อออนไลน์ เพื่อลดขั้นตอนในการสื่อสารกับลูกค้า					
ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี					
6. ธนาคารให้ความสำคัญนโยบายการสร้างจิตสำนึกการบริการที่ดี พร้อมทั้งจะให้บริการที่ประทับใจต่อลูกค้า					
7. ธนาคารมุ่งเน้นให้พนักงานมีกริยาท่าทางที่มีคุณลักษณะอ่อนน้อม ถ่อมตนทั้งนอกและในเวลาปฏิบัติงาน					
8. ธนาคารมุ่งเน้นให้พนักงานมีทักษะในการปรับตัวต่อบุคคลและสถานการณ์ต่าง ๆ					

ตอนที่ 3 (ต่อ)

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี</u>					
9. ธนาคารให้ความสำคัญการแสดงพฤติกรรมของพนักงาน ให้เป็นที่ยอมรับในการให้บริการต่อลูกค้า					
10. ธนาคารส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมพนักงาน ให้มีความสามารถในการบริการ เพื่อสร้างคุณลักษณะในการบริการที่ดี					
<u>ด้านการสร้างความเข้าใจ</u>					
11. ธนาคารให้ความสำคัญการสื่อสารข้อมูลกับลูกค้าอย่างถูกต้อง เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าและเป็นที่น่าเชื่อถือ					
12. ธนาคารให้ความสำคัญกับการเข้าถึงความต้องการของลูกค้า แม้ลูกค้ามิได้ร้องขอ					
13. ธนาคารมุ่งเน้นการรับฟังข้อมูลความคิดเห็น คำติชม และข้อร้องทุกข์ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาให้บริการมีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง					
14. ธนาคารมุ่งมั่นที่จะพัฒนาข้อมูล ข่าวสารที่น่าเชื่อถือ เพื่อที่จะสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและสอดคล้องกับสถานการณ์					
<u>ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า</u>					
15. ธนาคารมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วยการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดการผูกใจลูกค้าไว้อย่างยั่งยืน					

ตอนที่ 3 (ต่อ)

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า</u> 16. ธนาคารให้ความสำคัญการเอาใจใส่ดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งลูกค้ารายเก่าและลูกค้ารายใหม่					
17. ธนาคารติดตามความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาการให้บริการและสิทธิพิเศษตามความต้องการของลูกค้า					
18. ธนาคารมุ่งเน้นเสนอแนะสินค้าและบริการให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง					
19. ธนาคารสื่อสารแนวทางในการรักษาลูกค้ารายเดิมและลูกค้ารายใหม่ให้ลูกค้ารับรู้เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาว					



ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสิน

ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) เพียงหนึ่งข้อเท่านั้น ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ผลการดำเนินงาน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการเงิน					
1. ธนาคารมียอดขายและผลกำไรในอัตราส่วนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี					
2. ธนาคารมีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมเติบโตเป็นไปตามเป้าหมาย					
3. ธนาคารมีอัตราการเติบโตในส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง					
4. ธนาคารสามารถเพิ่มอัตราส่วนของรายได้อย่างต่อเนื่อง อันมีผลจากการมีประสิทธิผลของการปฏิบัติงานของพนักงาน					
5. ธนาคารมีผลการดำเนินงานในอัตราส่วนที่ดีและสม่ำเสมอทุกปี					
ด้านลูกค้า					
6. ธนาคารมีการให้บริการที่ดีทั้งก่อนและหลังการให้บริการอยู่เสมอ					
7. ธนาคารสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในด้านการบริการที่มีประสิทธิภาพ					
8. ธนาคารสามารถแสวงหาลูกค้ารายใหม่และยังคงความสำคัญกับลูกค้ารายเดิม					
9. ธนาคารสามารถเปลี่ยนแปลงและปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทั่วทั้ง					

ตอนที่ 4 (ต่อ)

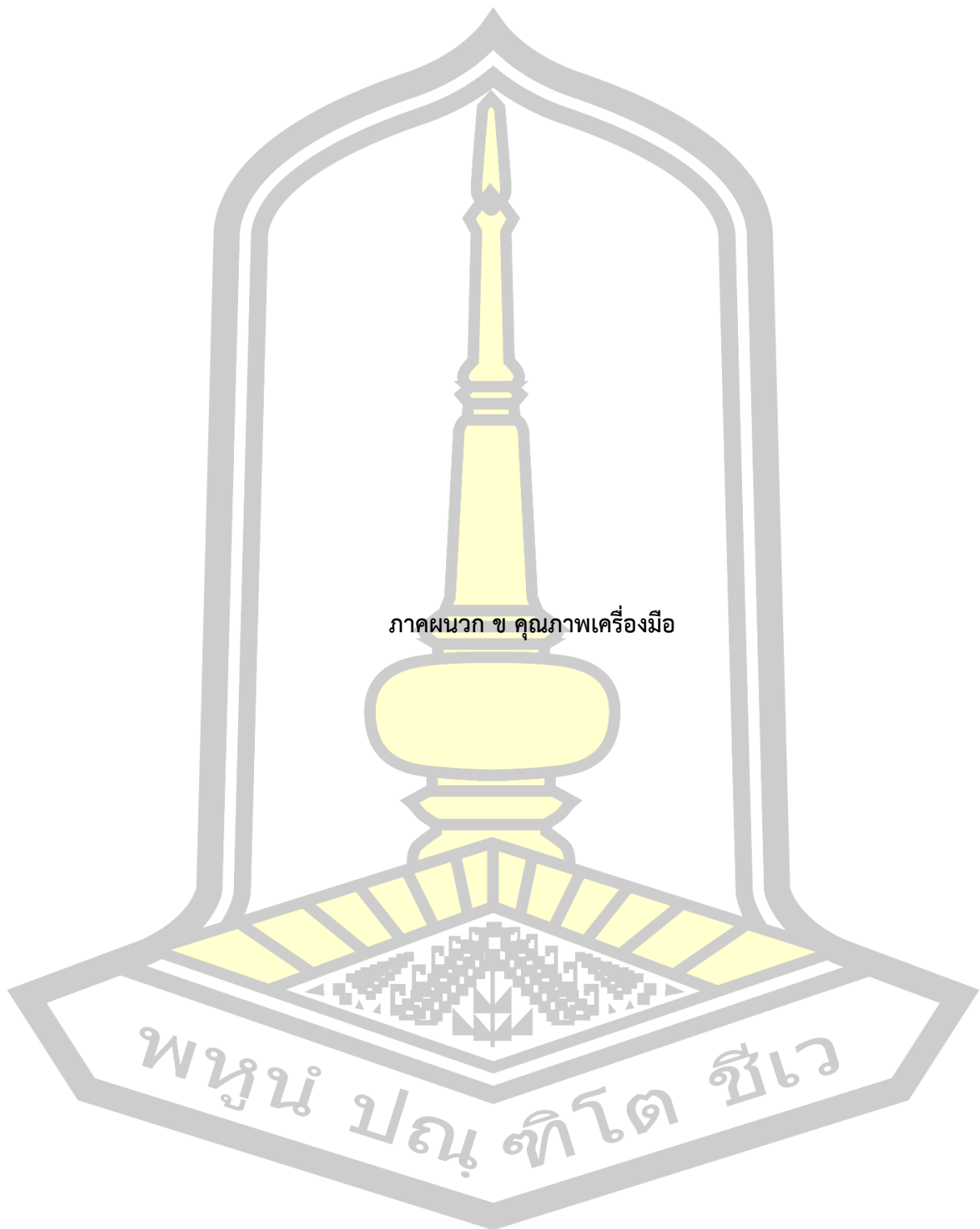
ผลการดำเนินงาน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านกระบวนการภายใน					
10. ธนาคารสามารถจัดการระบบงานให้มีความทันสมัยและมีความเป็นมืออาชีพ					
11. ธนาคารประสบความสำเร็จจากการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาปรับปรุงการทำงานส่งผลให้ศักยภาพการทำงานเพิ่มขึ้น					
12. ธนาคารมีการกำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ทำให้บุคลากรสามารถนำไปปฏิบัติได้ในทุกระดับอย่างมีประสิทธิภาพ					
13. ธนาคารมีการดำเนินงานและสามารถลดขั้นตอนการปฏิบัติงานทำให้มีความรวดเร็วและคล่องตัวยิ่งขึ้น					
14. ธนาคารสามารถให้บริการด้วยความแม่นยำ เพียงตรง และฉับไว จากระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพและคุณภาพสูง					
ด้านการเรียนรู้และพัฒนา					
15. ธนาคารสามารถพัฒนาพนักงานให้เกิดการเรียนรู้และปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
16. ธนาคารมีบุคลากรที่ได้รับรางวัลและชื่อเสียงอย่างสม่ำเสมอ					
17. ธนาคารมีการหมุนเวียนหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงานและสามารถทำงานแทนกันได้					

ตอนที่ 4 (ต่อ)

ผลการดำเนินงาน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการเรียนรู้และพัฒนา					
18. ธนาคารสามารถสร้างบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญมากขึ้น					
19. ธนาคารมีการพัฒนาพนักงานในองค์กรให้มีประสิทธิภาพและคุณภาพ เช่น มีการฝึกอบรม ฝึกทักษะในการบริการให้เป็นนักบริการแบบมืออาชีพ					

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้





ตาราง 39 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

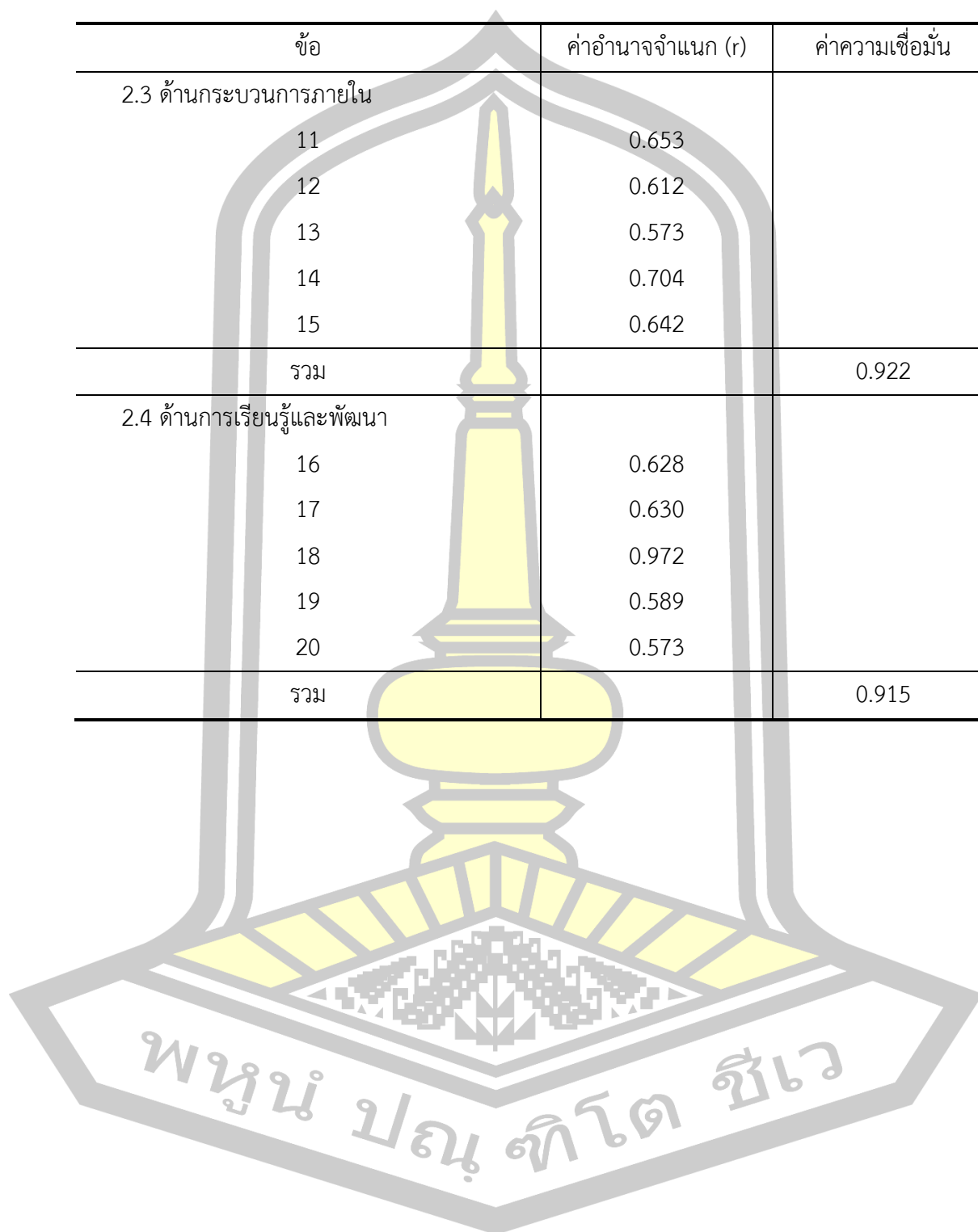
ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ค่าความเชื่อมั่น
1. การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย		
1.1 ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย		
1	0.571	
2	0.657	
3	0.496	
4	0.489	
5	0.566	
รวม		0.792
1.2 ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี		
6	0.427	
7	0.465	
8	0.489	
9	0.436	
10	0.646	
รวม		0.875
1.3 ด้านการสร้างความเข้าใจ		
11	0.482	
12	0.519	
13	0.513	
14	0.466	
15		
รวม		0.882

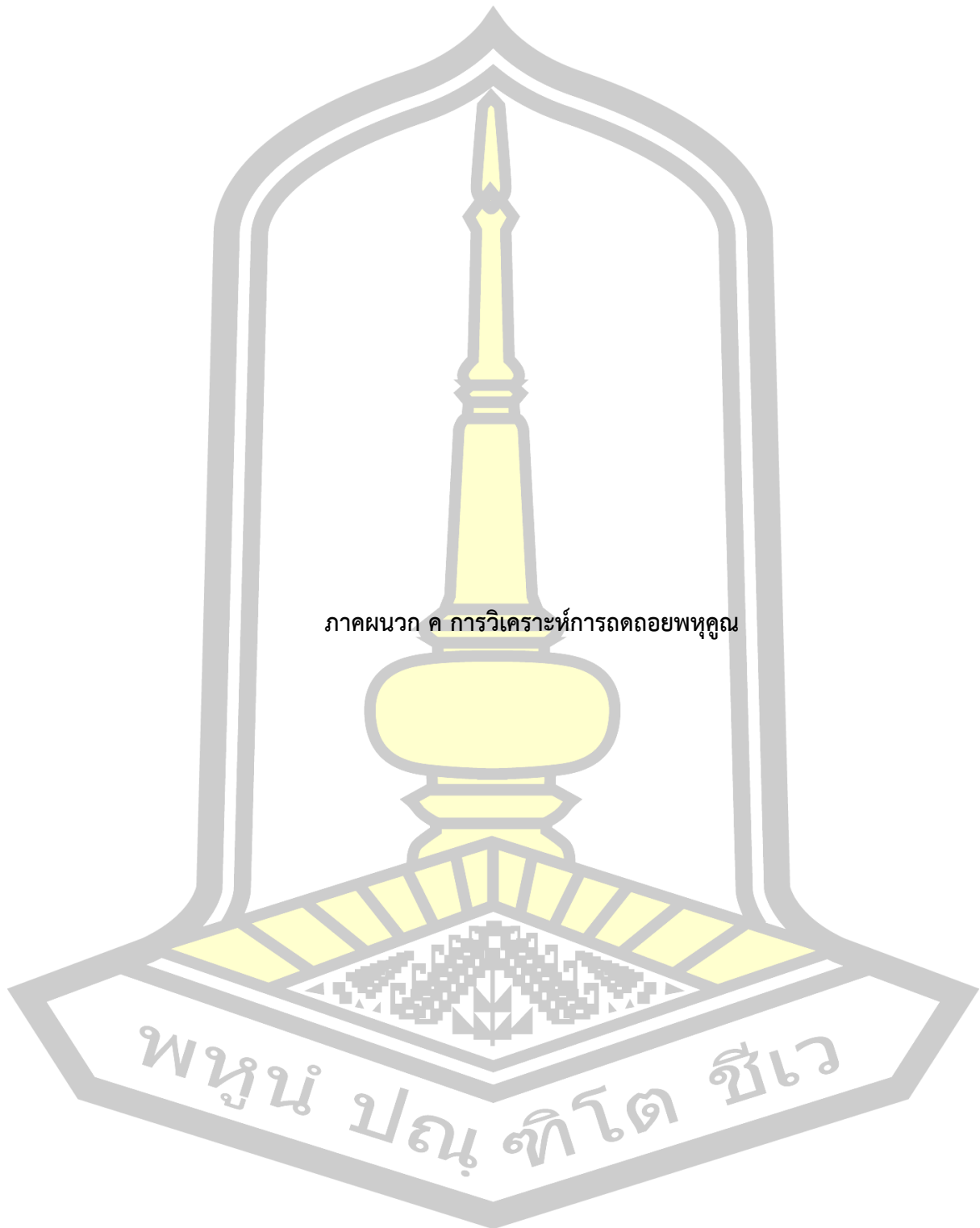
ตาราง 39 (ต่อ)

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ค่าความเชื่อมั่น
1.4 ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า		
16	0.502	
17	0.495	
18	0.558	
19	0.479	
20	0.556	
รวม		0.894
2. ผลการดำเนินงาน		
2.1 ด้านการเงิน		
1	0.591	
2	0.569	
3	0.651	
4	0.558	
5	0.559	
รวม		0.901
2.2 ด้านลูกค้า		
6	0.573	
7	0.560	
8	0.510	
9	0.587	
10		
รวม		0.906

ตาราง 39 (ต่อ)

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ค่าความเชื่อมั่น
2.3 ด้านกระบวนการภายใน		
11	0.653	
12	0.612	
13	0.573	
14	0.704	
15	0.642	
รวม		0.922
2.4 ด้านการเรียนรู้และพัฒนา		
16	0.628	
17	0.630	
18	0.972	
19	0.589	
20	0.573	
รวม		0.915





ตาราง 40 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับผลการดำเนินงานโดยรวมของ
 สาขานาการออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการ ร่วมสมัย	ผลการดำเนินงาน โดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.023	0.308	0.073	0.942
ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD)	0.307	0.078	3.928*	<0.0001
ด้านการสร้างความเข้าใจ (UND)	0.363	0.102	3.559*	0.001
ด้านการบริหารความสัมพันธ์ กับลูกค้า (CRM)	0.289	0.095	3.052*	0.003
F = 72.412 p = < 0.0001 Adj R ² = 0.624				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 41 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับผลการดำเนินงานด้านลูกค้าของ
 สาขานาการออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการ ร่วมสมัย	ผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.180	0.354	0.507	0.613
ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD)	0.361	0.090	4.013*	<0.0001
ด้านการสร้างความเข้าใจ (UND)	0.282	0.117	2.404*	0.018
ด้านการบริหารความสัมพันธ์ กับลูกค้า (CRM)	0.366	0.109	3.351*	0.001
F = 59.914 p = < 0.0001 Adj R ² = 0.578				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 42 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับผลการดำเนินงานด้าน
กระบวนการภายใน ของสาขานาการออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการ ร่วมสมัย	ผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.961	0.391	2.459*	0.015
ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD)	0.379	0.099	3.818*	<0.0001
ด้านการสร้างความเข้าใจ (UND)	0.443	0.129	3.424*	0.001
ด้านการบริหารความสัมพันธ์ กับลูกค้า (CRM)	0.331	0.120	2.747*	0.007
F = 64.756 p = < 0.0001 Adj R ² = 0.597				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 43 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้
และพัฒนา ของสาขานาการออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการ ร่วมสมัย	ผลการดำเนินงาน ด้านความรู้และพัฒนา		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.348	0.403	0.863	0.390
ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD)	0.437	0.097	4.488	<0.0001
ด้านการบริหารความสัมพันธ์ กับลูกค้า (CRM)	0.588	0.092	6.368	<0.0001
F = 71.633 p = < 0.0001 Adj R ² = 0.523				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายันทวัฒน์ ชนส์จวีวัฒน์
วันเกิด	27 เมษายน พ.ศ. 2536
สถานที่เกิด	จังหวัด นครพนม
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 266 หมู่ 3 ตำบล น้ำก่ำ อำเภอ ชาติพนม จังหวัดนครพนม รหัสไปรษณีย์ 48110
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2554 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬารณราช วิทยาลัย มุกดาหาร พ.ศ. 2559 ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พ.ศ. 2561 ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) สาขาวิชาการจัดการ เชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

พูนัน ปณุ ทิโต ชีเว