

คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสาขาประตูน้ำพระอินทร์และสาขานวนคร

ภัคจิรา บานเพียร¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการและเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และจำแนกตามสาขาที่ให้บริการ ประชากร คือ ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขานวนคร และสาขาประตูน้ำพระอินทร์รวม 1,047,500 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คนใช้วิธีกลุ่มตัวอย่างอุปสรรค เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล และเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ค่าสถิติทดสอบที ค่าความแปรปรวนทางเดียว เมื่อพบความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ่ (Scheffé test) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05 และ .01 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25 - 35 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อาชีพพนักงานบริษัท/หน่วยงานเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 25,000 บาท

คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ และสาขานวนครในภาพรวม อยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาตามสาขา พบว่า สาขาประตูน้ำพระอินทร์ ภาพรวม อยู่ในระดับสูง โดยมีความคิดเห็น ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้สูงสุด และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ต่ำสุด สาขานวนคร ภาพรวม อยู่ในระดับสูงที่สุด โดยมีความคิดเห็น ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้สูงสุด และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ต่ำสุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลูกค้าที่มีเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสาขาที่ใช้บริการแตกต่างกัน ประเมินระดับคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน และลูกค้าที่ใช้บริการสาขาแตกต่างกัน ประเมินระดับคุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็ว และด้านการรับประกันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05และประเมินระดับคุณภาพการให้บริการด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้าที่ใช้บริการที่สาขานวนครประเมินระดับคุณภาพการให้บริการสูงกว่า ลูกค้าที่ใช้บริการสาขาประตูน้ำพระอินทร์ทุกด้าน

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

¹ เจ้าหน้าที่การตลาด ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์



Service Quality of the Bangkok Bank Public Company Limited : A Comparative Study of Pratoonam Pra-In and Nawanakorn Branches.

Pakjira Barnpien

Abstract

The purposes of this research were to study the level of service quality, and to compare service quality of the Bangkok Bank Public Company Limited classified by individual factors and the branches of the services. The population consisted of 1,047,500 customers who used the services at Navanakorn and Pratoonam Phra-In branches. The accidental sampling was used to select the sample of 400 customers. Data was collected through the questionnaire which was concerned with the individual factors and the quality of the service. Statistical tools for data analysis included percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA, and Scheffé test at the significant levels of .05 and .01. As far as the individual characteristics were concerned, the majority of the sample group were female, aged between 25 and 35 years old, held below a bachelor's degree, employed in the company or private sectors, and the average income per month ranging from 10,001 to 25,000 baht. Overall, service quality of the Bangkok Bank Public Company Limited at Navanakorn and Pratoonam Phra-In branches was quite at a high level. The credibility and reliability aspects of the service quality at the above branches were highest, while the tangibility of service quality was lowest. Different individuals in terms of sex, average income per month, and service access assessed a different over all level of service quality. It was also revealed that there was significant difference of service quality in terms of tangibility, credibility, reliability, responsiveness, and assurance at the level of .05. There was significant difference of service quality in terms of empathy with each customer at the level of .01. Overall, as well as each and every aspect of service quality, the Navanakorn branch delivered a higher level of service quality than the Pratoonam Phra-In branch.

Key words : Service quality , Bangkok Bank Public Company Limited

บทนำ

เศรษฐกิจไทยปัจจุบันยังขยายตัวดี และมีแนวโน้มจะขยายตัวได้ต่อเนื่องจากการส่งออกที่ขยายตัวดี การบริโภคภาคเอกชนที่ยังได้รับแรงสนับสนุนจากรายได้เกษตรกรและสภาวะการณ์จ้างงานที่ยังดีต่อเนื่อง การลงทุนภาคเอกชนที่ขยายตัวตามภาคการผลิตและความเชื่อมั่นที่ดีขึ้น รวมทั้งการใช้จ่ายของภาครัฐที่ยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจอยู่ จากปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ค่อนข้างเข้มแข็งดังกล่าว (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2554) ส่งผลถึงการขยายตัวของทั้งเงินฝากและสินเชื่อที่เพิ่มสูงขึ้นจากปีที่ผ่านมา ประชาชนมีการติดต่อกับธนาคารมากขึ้น การที่ประชาชนจะตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคารใดนั้น มีหลายองค์ประกอบด้วยกัน รวมทั้งคุณภาพการให้บริการของพนักงาน นำมาซึ่งการแข่งขันของธนาคารพาณิชย์ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการมากที่สุด ดังนั้น กลยุทธ์การแข่งขัน ธนาคารพาณิชย์ทุกแห่งเน้นกลยุทธ์สร้างภาพลักษณ์ที่ดี การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการทางการเงินให้มีความหลากหลาย คุณภาพการให้บริการจึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างหนึ่งในการแข่งขันสำหรับธุรกิจธนาคารพาณิชย์ เพื่อจูงใจลูกค้าใหม่และสามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ รวมทั้งกระตุ้นให้กลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

ในปัจจุบันการแข่งขัน ทางด้านธุรกิจสถาบันการเงินมีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้ธนาคารกรุงเทพหันมาให้ความสำคัญกับการบริการมากขึ้น ธนาคารกรุงเทพจึงมุ่งพัฒนาการบริการให้เป็นการบริการที่เป็นเลิศ ด้วยคุณภาพและน้ำใจ (ศุภชานนท์ ขุนแก้ว และใจนุช ประยูรชาติ, 2550) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยศึกษาคุณภาพการให้บริการทั้ง 5

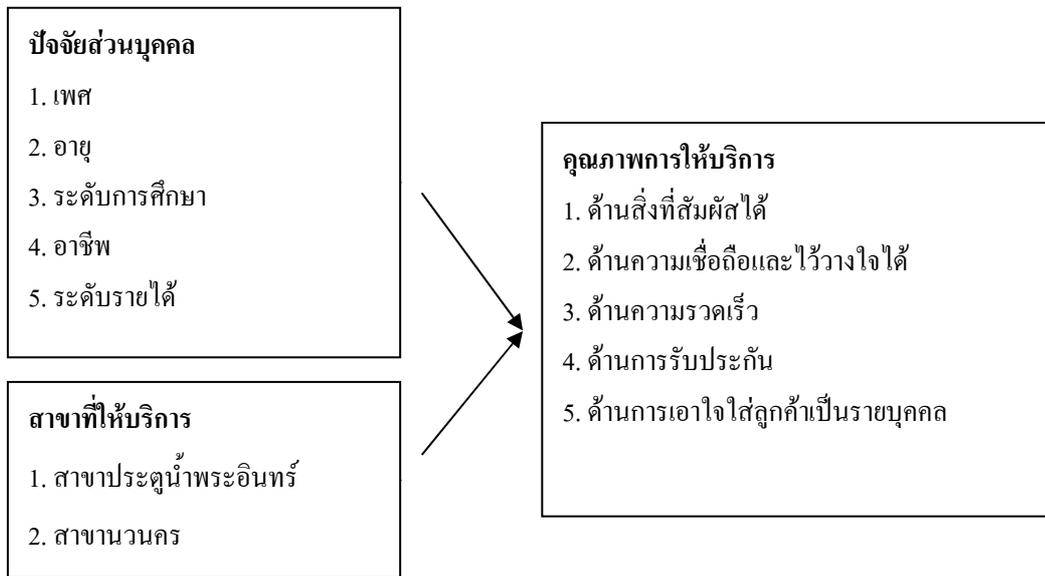
ด้าน ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็ว ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของธนาคาร โดยสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า ไปเป็นแนวทางในการพิจารณาปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ในการให้บริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามสาขาที่ให้บริการ

สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการสาขาที่แตกต่างกัน ประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อค้นพบทำให้เกิดคุณค่าในการนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนา แก้ไขปรับปรุง คุณภาพการให้บริการในด้านต่างๆ ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

2. ผลการวิจัยสามารถนำไปปรับใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ และสาขานวนครในเชิงลึกต่อไป

3. ผู้วิจัยสามารถนำผลการวิจัยเสนอต่อผู้บังคับบัญชา เพื่อใช้ปรับปรุงให้พนักงานสาขามีแนวทางในการให้บริการลูกค้าไปในทิศทางเดียวกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. เนื้อหาในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ และสาขานวนคร

2. ตัวแปรที่ศึกษา ตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และสาขาที่ใช้บริการ ประกอบด้วยสาขาประตูน้ำพระอินทร์ และสาขานวนคร

ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็วด้านการรับประกันและด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์จำนวนเฉลี่ย 463,729 คนต่อปี และสาขานวนครเฉลี่ย จำนวน 583,771 คนต่อปี รวมเป็น 1,047,500 คน (ที่มา : ฝ่ายประมวลผลข้อมูลคอมพิวเตอร์ธนาคารกรุงเทพ ณ สิ้นเดือน ธันวาคม 2553)

2.กลุ่มตัวอย่าง

1) ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้มาจากสูตรของยามาเน่ (Yamane, 1967 อ้างใน สิทธิ อธิธรรม, 2551: 120) กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ .05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

$$\text{จากสูตร } n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนประชากรที่ศึกษา

e แทน ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างกำหนดเป็น .05

$$\text{แทนค่า } n = \frac{1,047,500}{1 + 1,047,500(0.05)^2}$$

$$n = 399.85$$

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่าง

จำนวน 400 คน

2) วิธีการเลือกตัวอย่างใช้เลือกตัวอย่างแบบอุบัติเหตุ (Accidental sampling) จากผู้ที่มาใช้บริการ โดยจะทำการเลือกตัวอย่างตามหมายเลขบัตรคิวที่เป็นเลขคู่ ตั้งแต่เวลา 8.30 – 15.30 น. จนได้กลุ่มตัวอย่างครบตามต้องการจำนวน 400 คน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1.ค่าความถี่และร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้ จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด

(มหาชน) ประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และสาขาที่ให้บริการ

2.ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้แสดงค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับระดับคุณภาพการให้บริการประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็ว ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

3.ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แสดงค่าความเบี่ยงเบนของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

4.การทดสอบสมมติฐานด้วย t-test เพื่อศึกษาคุณภาพในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็ว ด้านการรับประกันและด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสาขาที่ให้บริการ

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ภาพรวม

คุณภาพการให้บริการ	ประตุน้ำพระอินทร์			นวนคร			ภาพรวม		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	3.97	0.62	สูง	4.12	0.60	สูง	4.06	0.61	สูง
ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้	4.14	0.66	สูง	4.35	0.66	สูงที่สุด	4.25	0.67	สูงที่สุด
ด้านความรวดเร็ว	4.00	0.64	สูง	4.15	0.70	สูง	4.08	0.68	สูง
ด้านการรับประกัน	4.05	0.62	สูง	4.21	0.67	สูง	4.14	0.65	สูง
ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	4.11	0.63	สูง	4.32	0.70	สูงที่สุด	4.23	0.68	สูงที่สุด
รวม	4.05	0.55	สูง	4.23	0.58	สูงที่สุด	4.15	0.57	สูง

จากตารางที่ 1 ระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตุน้ำพระอินทร์ และสาขานวนคร ภาพรวม อยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.57 จากคะแนนเต็ม 5.00) โดยระดับคุณภาพการให้บริการของสาขานวนครสูงกว่าสาขาประตุน้ำพระอินทร์ เมื่อพิจารณาตามสาขา พบว่า สาขาประตุน้ำพระอินทร์ ภาพรวม อยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.55)

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสูง โดยมีความคิดเห็น ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้สูงสุด ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.66) และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ต่ำสุด ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.62)

สาขานวนคร ภาพรวม อยู่ในระดับสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า โดยมีความคิดเห็น ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้สูงสุด ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.66) และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ต่ำสุด ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.60)

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน : ระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
ตามปัจจัยส่วนบุคคล และสาขาที่ให้บริการ (ค่าสถิติ t)

คุณภาพการให้บริการ	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	สาขาที่ให้บริการ
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	2.57*	0.36	0.42	1.09	2.11	-2.50*
ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้	3.3**	0.92	1.33	2.45*	2.78*	-3.10**
ด้านความรวดเร็ว	2.20*	0.51	0.30	1.63	2.24	-2.30*
ด้านการรับประกัน	2.24*	0.57	0.82	0.94	2.56*	-2.50*
ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	1.66	1.78	0.15	2.62*	2.70*	-3.24**
รวม	2.81*	0.90	0.50	1.93	3.07*	-3.13**

**นัยสำคัญ 0.01 * นัยสำคัญ 0.05

การทดสอบสมมติฐาน

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลูกค้ำที่มีเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสาขาที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ลูกค้ำที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านการรับประกัน และด้านความรวดเร็ว โดยเพศชายมีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการให้บริการสูงกว่าเพศหญิงทุกด้าน ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และด้านการ

รับประกันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffé) พบว่า ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-25,000 บาท มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการให้บริการ สูงกว่าลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท

ลูกค้ำที่ใช้บริการต่างสาขาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการให้บริการทุกด้านแตกต่างกัน โดยด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านการรับประกัน และด้านความรวดเร็วแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลูกค้ำที่ใช้บริการที่สาขานวนคร มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการให้บริการสูงกว่าลูกค้ำที่ใช้บริการที่สาขาประตูน้ำพระอินทร์ทุกด้าน



สรุปและอภิปรายผล

การจากการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ระหว่าง สาขาประตูน้ำพระอินทร์ และสาขา นวนคร มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผลดังนี้

ระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ และ สาขานวนคร ภาพรวม อยู่ในระดับสูง โดยเครื่องมือในการวัดระดับคุณภาพบริการ ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความรวดเร็ว ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของแอนเดอร์สัน (Anderson,1995) ได้ศึกษา การวัดคุณภาพบริการคลินิกด้านสุขภาพ ในมหาวิทยาลัย โดยใช้เครื่องมือวัดคุณภาพบริการเซอร์ควอล (SERQUAL) และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อัจฉรา สงวนทรัพย์ (2552) ได้ศึกษาคุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาผักไห่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพในการให้บริการของธนาคารโดยรวมอยู่ในระดับสูงที่สุด ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้านมีคุณภาพอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาตามสาขา พบว่า ลูกค้าประเมิน ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้สูงสุดเหมือนกันทั้ง 2 สาขา ทั้งนี้เนื่องจาก ธนาคารมีการฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคนิคการเจรจา เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่พนักงานตั้งแต่ก่อนปฏิบัติงานจริงในสาขา ทำให้ลูกค้าที่ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าเป็นพนักงานที่ให้บริการมีความรู้ ความสามารถ และมั่นใจได้ว่าข้อมูลที่ได้รับจากพนักงานเป็นข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน เชื่อถือได้ สามารถใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจใช้บริการได้ นอกจากนี้การที่ธนาคารมีการเปลี่ยน

เครื่องแบบพนักงานเพื่อเสริมบุคลิกภาพให้มีความภูมิฐาน สง่างาม สอดคล้องกับผลการวิจัย ของแคนดัมพุลลี (Kandampully,1998) ศึกษาเรื่องคุณภาพในการบริการ และความซื่อสัตย์ในการให้บริการ ความสัมพันธ์นอกเหนือจากการให้บริการลูกค้าทั่วไป พบว่าคุณภาพของการให้บริการเป็นกลไกการตลาดที่สำคัญ ในการที่บริษัทจะได้เป็นผู้นำตลาด แต่การที่จะรักษาสถานการณืเป็นผู้นำในตลาด ได้ตลอด จะต้องมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการ บริษัทจะต้องให้ความสำคัญกับลูกค้าถึงความต้องการในอนาคต เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และกลับมาใช้บริการอีก และสอดคล้องผลงานวิจัยของวัชรพงษ์ สุขวงศ์พล (2552) ที่ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของบริษัท ตะวันแสงเดือน จำกัด (สาขาคลองตัน) พบว่า จากการศึกษเกี่ยวกับระดับคุณภาพการให้บริการตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ลูกค้าประเมิน ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ต่ำสุด ลูกค้าที่ใช้บริการทั้งสองสาขาประเมินคุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ต่ำที่สุดเหมือนกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของลินส์ และชูล (Lynch & Schule, 1996) ได้ศึกษาถึงแหล่งที่มาของความพึงพอใจในคุณภาพบริการ พบว่า การรับบริการแล้วเกิดความพึงพอใจ ได้แก่ สถานที่รอกคอย ห้องพัก อาหาร ทำเลที่ตั้ง มนุษย์สัมพันธ์ของผู้ให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉรา สงวนทรัพย์ (2552) ได้ศึกษาคุณภาพในการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาผักไห่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ทั้งนี้เนื่องจาก งานวิจัยดังกล่าวเป็นงานวิจัยของสาขาต่างจังหวัด ซึ่งมีพื้นที่เพียงพอสำหรับการจัดเป็นสถานที่จอดรถ แต่สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ สาขาที่เก็บข้อมูลเป็นสาขาที่ตั้ง อยู่ในเขตชุมชน ใกล้ถนน

อุตสาหกรรม ลูกค้าที่ใช้บริการมีจำนวนมาก สถานที่จอดรถสำหรับลูกค้าไม่เพียงพอ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลูกค้าที่มีเพศรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสาขาที่ใช้บริการแตกต่างกัน ประเมินคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ สุภาวดี แสงเดือน (2550) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี เมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสาขาที่ใช้บริการ มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสินสาขาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุมาลี พรรณนิยม (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) พบว่า ลูกค้าที่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า

ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกัน ประเมินคุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้แตกต่างกัน ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านการรับประกัน และด้านความรวดเร็ว โดยเพศชายประเมินคุณภาพการให้บริการสูงกว่าเพศหญิงทุกด้าน ทั้งนี้เนื่องจาก ลูกค้าที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่ต้องการได้รับบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลทั้งในด้านของความถูกต้อง ชัดเจน และ ความน่าเชื่อถือ การเดินทางมาใช้บริการสะดวก สภาพแวดล้อมโดยรวมของอาคารสำนักงานเมื่อเข้ามาใช้บริการแล้วรู้สึกสบายและเป็นกันเอง ส่วนด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลทั้งสองสาขาไม่พบความแตกต่างทั้งนี้เนื่องจากพนักงานให้ความเอาใจใส่ลูกค้าเท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะเพศหญิงหรือเพศชาย สอดคล้องกับผลการงานวิจัยของจิตรลดา เทวีทิวารักษ์ (2549) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสายการบิน

เอเชียना เมื่อเปรียบเทียบตามเพศพบว่า โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าถึงลูกค้า ด้านความสามารถ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความไว้วางใจ และด้านการตอบสนองลูกค้า แตกต่างกัน

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ประเมินคุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-25,000 ประเมินคุณภาพการให้บริการ สูงกว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ทั้งนี้เนื่องจากลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 25,000 บาท ส่วนใหญ่มีการใช้บริการทางการเงินกับธนาคารมากกว่า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยเดือนละไม่เกิน 10,000 บาท กล่าวคือ ลูกค้าที่มีรายได้น้อยส่วนใหญ่จะใช้บริการฝากเงิน ถอนเงิน หรืออาจจะโอนเงินไปต่างสาขา ซึ่งใช้เวลาไม่นานในการให้บริการ และความถี่ในการใช้บริการก็ไม่มากเท่ากับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-25,000 บาท ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้จะใช้บริการธุรกรรมอื่น ๆ ของธนาคาร เช่น การโอนเงินระหว่างประเทศ ซึ่งต้องใช้เวลาในการให้บริการนานกว่า สอดคล้องกับผลงานวิจัยของโบลตัน และเลมอน (Bolton & Lemon, 1999) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแบบจำลองของการได้รับประโยชน์จากการบริการของลูกค้า ประโยชน์ในฐานะที่เกิดขึ้นก่อน และสิ่งที่เกิดตามมาของความพึงพอใจจากการศึกษาพบว่า การชำระค่าบริการที่เป็นธรรม มีผลกระทบอย่างมากต่อความพึงพอใจของลูกค้า สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุภารัตน์ วัชรชัยสมร (2549) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล เมื่อเปรียบเทียบตามรายได้ต่อเดือน พบว่า โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ลักษณะที่สัมผัสได้ การตอบสนองลูกค้า ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย ความสะดวก การติดต่อสื่อสาร การเข้าใจลูกค้า ความสามารถ ความสุภาพและเป็นมิตรแตกต่างกัน

ลูกค้าที่ใช้บริการต่างสาขาแตกต่างกัน ประเมินคุณภาพการให้บริการทุกด้านแตกต่างกัน โดยลูกค้าที่ใช้บริการที่สาขานวนคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสูงกว่าลูกค้าที่ใช้บริการที่สาขาประตูน้ำพระอินทร์ทุกด้าน ทั้งนี้เนื่องจาก สาขานวนครเปิดให้บริการก่อนสาขาประตูน้ำพระอินทร์ สัมพันธภาพที่ดีระหว่างลูกค้าและพนักงานจึงมีมายาวนานกว่า ถึงแม้ธนาคารจะมีนโยบายเกี่ยวกับการยกระดับคุณภาพการให้บริการ โดยพัฒนาทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านพนักงาน ด้านบริการ และด้านอุปกรณ์ ซึ่งการประเมินผลการฝึกอบรมในเขตกรุงเทพและปริมณฑลมีการประเมินจากบุคคลภายนอก โดยการจ้างบริษัทเอกชนภายนอกประเมินคุณภาพการให้บริการ ทำให้พนักงานในสาขานวนครมีความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ในการบริการกับลูกค้าที่มาใช้บริการทุกคน สร้างความเป็นกันเองและสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้าทุกคน และการให้บริการต้องบริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง ต่างจากสาขาประตูน้ำพระอินทร์ ที่อยู่ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นเขตต่างจังหวัด ผู้ประเมินคุณภาพ การบริการคือคณะกรรมการประเมินคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ซึ่งอาจจะเป็นผู้จัดการสาขาต่างๆ ที่ได้รับการแต่งตั้ง จึงทำให้ผลการประเมินไม่ตรงกับความเป็นจริงเท่าที่ควร สอดคล้องกับผลการวิจัยของนิวแมนและคณะ (Newman et al., 1998) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยนอก ที่มารับบริการสุขภาพในจังหวัดมนิคา (Manica) ในประเทศโมซัมบิก (Mozambique) พบว่า ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตรวจรักษา การรอนานทำให้ความพึงพอใจน้อยลง

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยการประเมินคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ระหว่าง

สาขาประตูน้ำพระอินทร์ และสาขานวนคร ข้อที่ต่ำที่สุดในแต่ละด้าน ที่ผู้บริหารของธนาคารกรุงเทพ ควรให้ความสำคัญและพัฒนาเพิ่มเติม ดังนี้

1) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ สาขาประตูน้ำพระอินทร์ และสาขานวนคร ลูกค้าประเมินว่าธนาคารมีสถานที่ตั้งสะดวก เหมาะสม ที่จอดรถเพียงพอต่ำสุด ดังนั้นผู้บริหารควรจัดหาสถานที่จอดรถเพิ่มเติม ซึ่งอาจจะเป็นการเช่าพื้นที่บริเวณใกล้เคียงกับสำนักงานเพื่อใช้ในการจอดรถสำหรับสาขาที่เปิดให้บริการแล้ว (รถยนต์ของพนักงาน) หรืออาจจะก่อสร้างอาคารจอดรถด้านหลังอาคารสำนักงานที่จะก่อสร้างใหม่สำหรับสาขาที่จะเปิดให้บริการใหม่และอยู่ในเขตชุมชน

2) ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ สาขาประตูน้ำพระอินทร์ และสาขานวนคร ลูกค้าประเมินว่าพนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารต่ำสุด ดังนั้น ผู้บริหารควรจัดให้มีสื่อเผยแพร่ข้อมูลของธนาคาร เช่น ข้อมูลด้านธุรกิจของธนาคารสำหรับให้บริการลูกค้า ทรัพย์สินของธนาคาร และข้อมูลในด้านอื่นๆ ของธนาคารที่สามารถเผยแพร่ได้ โดยจัดส่งให้ทุกสาขาไว้เป็นแหล่งข้อมูลให้พนักงานใช้ในการศึกษาเพื่อเสริมสร้างความรู้และเพื่อใช้อ้างอิงในการให้ข้อมูลกับลูกค้าได้อีกด้วย

3) ด้านความรวดเร็ว สาขาประตูน้ำพระอินทร์ ลูกค้าประเมินว่าความรวดเร็วในด้านการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงานต่ำสุด ดังนั้น ผู้บริหารควรให้สาขาทุกสาขาจัดการประชุมภายในสาขา เพื่อสำรวจและรวบรวมปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการทำงาน พร้อมวิธีแก้ไขปัญหาของแต่ละสาขา ไม่ว่าจะเป็นปัญหาที่เกิดจากการปฏิบัติงานผิดพลาดของพนักงาน ปัญหาที่เกิดจากการผิดพลาดของระบบงาน ปัญหาที่เกิดจากลูกค้า โดยให้รวบรวมทุกๆ สาขา และจัดส่งให้หน่วยงานส่วนกลางจัดทำเป็นระบบศูนย์กลางปัญหาเพื่อเป็นการแบ่งปัน

วิธีการแก้ไขปัญหาให้สาขาอื่น ๆ ที่อาจจะประสบปัญหาเดียวกัน และในขณะที่เดียวกันปัญหาที่สาขาเคยเกิดขึ้นและเคยแก้ไขปัญหาไปแล้วอาจจะไม่ใช่วิธีที่ถูกต้อง และรวดเร็วที่สุดก็ได้

สาขานวนคร ลูกค้ำประเมินว่าพนักงานสามารถส่งมอบบริการได้ทันตามกำหนดเวลาที่แจ้งไว้กับลูกค้ำต่ำสุด ดังนั้น ผู้บริหารควรศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นว่าเป็นเกิดจากสาเหตุใด หากเกิดจากระบบงานผู้บริหารควรติดต่อสำนักงานใหญ่เพื่อแก้ไขปัญหา หากเกิดจากพนักงานควรชี้แจงให้พนักงานปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงาน หรือให้พนักงานที่มีความชำนาญมากกว่ามาช่วยแนะนำวิธีการปฏิบัติงานให้รวดเร็วตามกำหนดเวลาที่ควรจะเป็น แต่หากทำการปรับปรุงการปฏิบัติงานทั้งในระบบหรือพนักงาน และสาเหตุอื่น ๆ แล้ว ยังไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามกำหนดอาจจะต้องปรับปรุงกำหนดเวลาที่จะแจ้งไว้ให้ลูกค้ำทราบ โดยอาจจะเบี่ยงเบนความสนใจจากการรอคอยบริการที่จะได้รับเป็นกิจกรรมอื่นๆ ที่ลูกค้ำมีความสนใจ

4) ด้านการรับประกัน สาขาประตุน้ำพระอินทร์ และสาขานวนคร ลูกค้ำประเมินว่าธนาคารมีการรับประกันหากเกิดกรณีที่เกิดผิดพลาดต่ำสุด ดังนั้น ผู้บริหารควรเริ่มจากการลดความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นให้เหลือน้อยที่สุด ทั้งในด้านของระบบกระบวนการ และพนักงาน และควรหาแนวทางการป้องกันการเกิดความผิดพลาดจากการปฏิบัติงานควบคู่กันไปด้วย และเมื่อทราบว่าเกิดความผิดพลาดขึ้นควรดำเนินการแก้ไขให้ถูกต้องโดยเร็วที่สุด

5) ด้านการเอาใจใส่ลูกค้ำเป็นรายบุคคลสาขาประตุน้ำพระอินทร์ และสาขานวนคร ลูกค้ำประเมินว่ามีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ให้บริการของพนักงานต่ำสุด ดังนั้น ผู้บริหารควรจัดให้มีการคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความเข้าใจในบริการ

โดยรวมของธนาคารฯ สำหรับต้อนรับลูกค้ำ โดยเฉพาะ ซึ่งพนักงานเหล่านี้จะไม่มีหน้าที่ในการใช้ระบบงาน แต่จะมีหน้าที่ในการให้ความรู้ ตอบคำถาม และอำนวยความสะดวกในการใช้บริการให้แก่ลูกค้ำ และควรมีบุคลิกภาพที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี เพื่อให้ผู้ที่มาใช้บริการรู้สึกว่าได้รับการดูแลเอาใจใส่จากพนักงานเป็นอย่างดีระหว่างรอรับบริการจากพนักงานที่มีหน้าที่ในการใช้ระบบงาน

จากผลการวิจัยการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพฯ จำกัด (มหาชน) ระหว่างสาขาประตุน้ำพระอินทร์ และสาขานวนคร ลูกค้ำที่ใช้บริการสาขานวนคร ประเมินว่าคุณภาพการบริการสูงกว่าบริการที่สาขาประตุน้ำพระอินทร์ทุกด้าน โดยเฉพาะด้านการเอาใจใส่ลูกค้ำรายบุคคล ดังนั้น ผู้บริหารควรมีการปรับปรุงหลักเกณฑ์และวิธีการในการประเมินคุณภาพการให้บริการที่มีมาตรฐานเดียวกันทั้งประเทศ เป็นการกระตุ้นให้พนักงานในทุกสาขาต้องพยายามปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้เป็นไปตามมาตรฐานที่ธนาคารกำหนด ซึ่งจะส่งผลต่อความคิดเห็นของลูกค้ำที่ใช้บริการในด้านมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารฯ ที่มีความใกล้เคียงกันในทุกสาขาที่มาใช้บริการอีกด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารพาณิชย์

2) ควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ และอัตราผลตอบแทนทางการเงิน



บรรณานุกรม

- จิตรลดา เทวีทิวารักษ์. (2549). **คุณภาพการให้บริการของสายการบินเอเชียना**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. ธานีการกรุงเทพมหานคร. (2554). **เงินฝาก และสินเชือของ 17 ธพ. ไทย เดือน ธ.ค. 2553. รายงานทางการเงินของ ธนาคารพาณิชย์. 24 มกราคม 2554.**
- ฝ่ายประมวลผลข้อมูลคอมพิวเตอร์ธานีการกรุงเทพมหานคร. (2553). **ระบบ Intranet ภายในธานีการกรุงเทพมหานคร.** สืบค้นจาก <http://www.intranet.bbl.co.th/personnel/index.html>
- วัชรพงษ์ สุขวงศ์พล. (2552). **วารสารบัณฑิตศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. เล่มที่ 1.**
- ศุภชานันท์ ขุนแก้ว และใจนุช ประยูรชาติ. (2550). **การกำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพสำหรับการ ให้บริการลูกค้าของธานีการกรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา สาขาหลักสี่.** สืบค้นจาก <http://department.utcc.ac.th/library/proceeding/36-proceeding-2008/1606-proceeding166.html>
- สิทธิี อีรสรณ์. (2551). **แนวคิดพื้นฐานทางการวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**
- สุภาวดี แสงเดือน. (2550). **ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการธานีการออมสินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี.**
ภาคินิพนธ์บริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- สุภารัตน์ วัชรชัยสมร. (2549). **คุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.**
- สุมาลี พรรณนิคม. (2548). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธานีการ ไทยธานีการ จำกัด (มหาชน).**
ภาคินิพนธ์บริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- อัจฉรา สงวนทรัพย์. (2552). **คุณภาพในการให้บริการของธานีการออมสิน สาขาผักไห่ จังหวัด พระนครศรีอยุธยา.**
ภาคินิพนธ์บริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- Anderson, R.E., et al. (1995). **Human behavior in the social environment : a social systems approach.** London: Aldine transaction

- Bolton, R.N., & Katherine N.L. (1999). A Dynamic Model of Customers' Usage of Service : Usage as a Antecedent and Consequence of Satisfaction. **Journal of Marketing Research**. 36: 171-186.
- Kandampully, J. (1998). Service quality to service loyalty : a relationship which goes beyond Customer service. **Total Quality Management**. 9:6 (Aug. 1998) 431-513.:
- Lynch, J., & Schuler, D. (1990). Consumer evaluation of the quality of hospital services form an economics of information perspective. **Journal of Health Care Marketing**. 10(6):16-22.
- Newman, R.D. et.al., (1998). Satisfaction with outpatient health service in Monica Province. Mozambique. **Health Policy and Planning**. 13: 174-180
- Yaname, T. (1967). **Statistics: An introductory analysis**. (2nd ed.). New York: Harper & Row.