

### บทที่ 3

#### วิธีการศึกษา

ในการศึกษาเพื่อลำดับความสำคัญมิติคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL และเพื่อลำดับความสำคัญตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการจำแนกรายมิติของแบบจำลอง SERVQUAL ในธุรกิจธนาคาร ประกอบด้วยขั้นตอนการศึกษาหลัก 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษางานวิจัย บทความ หนังสือ และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อกำหนดตัวบ่งชี้คุณภาพการบริการจำแนกรายมิติตามแบบจำลอง SERVQUAL ให้สอดคล้องกับมิติคุณภาพการบริการ SERVQUAL ทั้ง 5 มิติ
2. พัฒนาโครงสร้างลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์เพื่อศึกษาลำดับความสำคัญมิติคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL และลำดับความสำคัญตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการจำแนกรายมิติของแบบจำลอง SERVQUAL ในธุรกิจธนาคาร และพัฒนาแบบสอบถามวิจัยที่จะใช้สำหรับส่งไปยังผู้เชี่ยวชาญ
3. ติดต่อขอพบผู้เชี่ยวชาญเพื่ออธิบายลักษณะงานวิจัย การตอบแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ
4. วิเคราะห์ลำดับความสำคัญของมิติคุณภาพการบริการ SERVQUAL ทั้ง 5 มิติ และวิเคราะห์ลำดับความสำคัญของตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการ SERVQUAL ตามวิธีการวิเคราะห์ของกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม Expert Choice<sup>®</sup>

### 3.1 สรุปมิติและตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการ ที่นำมาใช้เป็นโครงสร้างลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์

#### 3.1.1 สรุปมิติคุณภาพการบริการที่นำมาใช้เป็นโครงสร้างลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์

ผลสรุปจากการศึกษา งานวิจัย หนังสือ บทความและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อกำหนดมิติคุณภาพบริการ ได้ผลสรุปของมิติคุณภาพบริการก็จะนำมามิติคุณภาพการบริการในช่องว่างที่ 5 ของแบบจำลอง SERVQUAL ทั้ง 5 มิติ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) และความเชื่อมั่น (Assurance) มาใช้เป็นเกณฑ์ในลำดับชั้นที่ 2 ของโครงสร้างลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 3.1 ตารางสรุปคำอธิบายมิติคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL

ตารางที่ 3.1

ตารางสรุปคำอธิบายมิติคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL

มิติคุณภาพการบริการ	คำอธิบาย
มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	คุณลักษณะทางกายภาพ ของกิจกรรมการบริการที่ปรากฏให้เห็น ไม่ว่าจะเป็นลักษณะของอุปกรณ์ เครื่องมือในการให้บริการ สถานที่ที่พร้อมสำหรับการบริการ ตลอดจนพนักงานและบุคลากรซึ่งในส่วนนี้ลูกค้าสามารถมองเห็น และสามารถทำการประเมินได้ในทันที
มิติที่ 2 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)	ความสามารถในการตอบสนองของบุคลากรภายในองค์กร เช่น ผู้ให้บริการมีความยินดีที่จะให้บริการแก่ลูกค้าโดยแสดงออกมาเป็นการกระทำที่สามารถสังเกตได้ ลูกค้าสามารถประเมินผลการดำเนินการโดยใช้ความรู้สึกส่วนตัวของลูกค้า

## ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

## ตารางสรุปคำอธิบายมิติคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL

มิติคุณภาพการบริการ	คำอธิบาย
มิติที่ 3 ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ความน่าเชื่อถือที่มีต่อผลลัพธ์ที่เกิดจากองค์กรหรือกิจกรรมในการบริการที่มั่นใจว่าลูกค้าจะสามารถ ได้รับการบริการในระดับเดียวกันทุกครั้ง ผู้ให้บริการสามารถให้การบริการได้ตามที่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไว้
มิติที่ 4 ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)	ความเข้าใจหรือเอาใจใส่ของบุคลากรที่มีต่อลูกค้า ซึ่งจะสามารถประเมินผลของการให้บริการว่า ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีในภายหลังการรับบริการหรือไม่
มิติที่ 5 ความเชื่อมั่น (Assurance)	ความไว้วางใจของลูกค้าที่มีต่อผลลัพธ์อันเกิดจากกิจกรรมการบริการ ความมั่นใจในขีดความสามารถของผลลัพธ์ที่เกิดจากการใช้บริการ

### 3.1.2 สรุปตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพบริการที่นำมาใช้เป็นโครงสร้างลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ลำดับชั้นที่ 3

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการในแต่ละมิติมีผู้วิจัยหลายท่านมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไป มีหลายท่านที่ได้ให้ข้อเสนอตัวบ่งชี้ที่เหมือนกันและบางท่านมีข้อเสนอตัวบ่งชี้ที่แตกต่างออกไป ซึ่งแสดงอยู่ในตารางที่ 3.2 ดังต่อไปนี้

## ตารางที่ 3.2

แสดงตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพบริการจำแนกตามมิติและคณะผู้วิจัย

มิติ	ตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการ	คณะผู้วิจัย						
		1	2	3	4	5	6	7
ความเป็นรูปธรรมของ การบริการ	มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริการ	X		X	X	X		
	มีปริมาณเครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ที่มากพอ	X	X		X			
	ธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกกับลูกค้าที่มาขอรับบริการ		X	X				X
	มีการจัดการลำดับการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็วโดยใช้เทคโนโลยีช่วย	X			X			
	สถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม		X					
การตอบสนองความต้องการ ของลูกค้า	มีหลายช่องทางทำให้สะดวกในการทำธุรกรรม		X	X			X	
	พนักงานมีความพร้อมในการบริการ			X		X	X	
	พนักงานเต็มใจที่จะแก้ไขปัญหาอย่างทันทีทันใดเมื่อลูกค้าร้องขอ		X	X		X		
	พนักงานทราบความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี		X	X				
	สามารถอธิบายงานบริการของธนาคารได้อย่างชัดเจน		X					
	ธนาคารมีช่องทางรับข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียนของลูกค้า							X

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)  
แสดงตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพบริการจำแนกตามมิติและคณะผู้วิจัย

มิติ	ตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการ	คณะผู้วิจัย						
		1	2	3	4	5	6	7
ความน่าเชื่อถือ	รักษาความลับของลูกค้า	X		X	X		X	
	มีระบบการจัดการข้อมูลทางธุรกรรมที่ถูกต้องแม่นยำตามเงื่อนไขที่กำหนด	X	X	X	X			
	มีการบริการรวดเร็วปราศจากข้อผิดพลาดตั้งแต่ครั้งแรกที่ลูกค้ามารับบริการ		X	X				X
	พนักงานสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ลูกค้าเสมอ	X			X			
	ธนาคารมีความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียง		X					
ความเห็นอกเห็นใจ	พนักงานมีความเป็นกันเอง เต็มใจดูแลเอาใจใส่		X	X		X	X	
	พนักงานให้ความช่วยเหลือลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ			X		X		
	พนักงานสามารถจดจำข้อมูลพื้นฐานลูกค้าเป็นอย่างดี		X					X
	พนักงานกล่าวคำทักทายกับลูกค้าเมื่อลูกค้ามาถึงธนาคาร		X					
ความเชื่อมั่น	การบริการของธนาคารทำให้รู้สึกปลอดภัยเมื่อได้ทำธุรกรรมกับธนาคาร	X	X		X	X		
	การบริการเป็นไปตามเกณฑ์ที่ได้ประกาศไว้ให้ลูกค้าทราบ	X			X			
	ธนาคารมีการติดต่อไปยังลูกค้าทุกครั้งเมื่อเห็นว่าเรื่องดังกล่าวเป็นประโยชน์กับลูกค้า				X			

คณะผู้วิจัยหมายเลข 1 คือ Petridou, Spathis, Glaveli, & Liassides, 2007 หมายเลข 2 คือ Najjar & Bishu, 2006 หมายเลข 3 คือ Arasli, Mehtap-Smadi, & Katircioglu, 2005 หมายเลข 4 คือ Spathis, Petridou, & Glaveli, 2004 หมายเลข 5 คือ Kueh & Voon, 2007 หมายเลข 6 คือ Ibrahim, Joseph, & Ibeh, 2006 และหมายเลข 7 คือ Joseph, McClure, & Joseph, 1999

ตารางที่ 3.2 เป็นตารางสรุปตัวบ่งชี้จำแนกรายมิติที่ได้ถูกนำไปใช้เพื่อวัดช่องว่างระหว่างความคาดหวังในงานบริการและความพึงใจในการบริการที่ได้รับในอุตสาหกรรมบริการของธนาคาร จากตารางดังกล่าวจะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์โดยใช้ตัวบ่งชี้เป็นตัวเชื่อมความเหมือนและแสดงให้เห็นถึงมุมมองต่างของตัวบ่งชี้ในมิติคุณภาพการบริการ SERVQUAL เดียวกัน โดยสรุปตัวบ่งชี้ที่นักวิจัยหลายท่านเห็นเหมือนว่าสมควรเป็นตัวบ่งชี้ในมิติต่างๆ จะถูกนำมาเพื่อกำหนดเป็นตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพบริการที่นำมาใช้เป็นโครงสร้างลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ลำดับชั้นที่ 3 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 3.3 ตารางสรุปคำอธิบายตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL

## ตารางที่ 3.3

## ตารางสรุปคำอธิบายตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL

มิติ	ตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการ	คำอธิบาย
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริการ	ธนาคารมีการพิจารณาปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีที่ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อสามารถทำให้การบริการออกมาดี
	มีปริมาณเครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ที่มากพอ	การบริการของเครื่องบริการถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) จะต้องมีจำนวนที่เพียงพอกับจำนวนลูกค้าผู้มารับบริการ
	ธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกกับลูกค้าที่มาใช้บริการ	ระหว่างที่ลูกค้ามารับบริการจากทางธนาคาร ธนาคารมีการจัดเตรียมพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวกรองรับลูกค้าผู้มาใช้บริการ
	มีการจัดการลำดับการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็วโดยใช้เทคโนโลยีช่วย	ธนาคารมีการลำดับคิวการรับบริการก่อนหลังอย่างถูกต้องและเป็นระเบียบเรียบร้อย
การตอบสนองของความต้องการของลูกค้า	มีหลายช่องทางทำให้สะดวกในการทำธุรกรรม	ธนาคารมีความสามารถในการตอบสนองการทำธุรกรรมของลูกค้าในหลายช่องทาง อาทิ เครื่องอัตโนมัติ หน้าสาขาหรือช่องทางทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น
	พนักงานมีความพร้อมในการบริการ	พนักงานมีความพร้อม มีความกระตือรือร้นในการบริการแก่ลูกค้าผู้มารับบริการ
	พนักงานเต็มใจที่จะแก้ไขปัญหาอย่างทันทีทันใดเมื่อลูกค้าร้องขอ	พนักงานมีความพร้อมและความสามารถที่จะแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างทันทีทันใด ไม่บ่ายเบี่ยงหนีปัญหา
	พนักงานทราบความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี	พนักงานทราบความต้องการลูกค้าว่าต้องการอะไรและสามารถบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

ตารางที่ 3.3 (ต่อ)  
 ตารางสรุปคำอธิบายตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL

มิติ	ตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการ	คำอธิบาย
ความน่าเชื่อถือ	รักษาความลับของลูกค้า	ธนาคารมีเครื่องมือในการเก็บความลับของลูกค้า ตลอดจนพนักงานสามารถเก็บความลับสำคัญของลูกค้าเป็นอย่างดี
	มีระบบการจัดการข้อมูลทางธุรกรรมที่ถูกต้องแม่นยำตามเงื่อนไขที่กำหนด	ธนาคารมีเครื่องมือเครื่องมือนี่ต่าง ๆ ที่จะทำให้การจัดการข้อมูลทางธุรกรรมเป็นไปอย่างถูกต้องแม่นยำปราศจากข้อผิดพลาด
	มีการบริการรวดเร็วปราศจากข้อผิดพลาดตั้งแต่ครั้งแรกที่ลูกค้ามารับบริการ	ธนาคารจะต้องมีการบริการที่รวดเร็วซึ่งในการบริการที่รวดเร็วพนักงาน ตลอดจนอุปกรณ์ต่าง ๆ จะต้องมีความถูกต้อง รวดเร็วและปราศจากข้อผิดพลาด
	พนักงานสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ลูกค้าเสมอ	พนักงานของธนาคารสามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้าที่ถูกต้องและเหมือนกันทุกคน
ความเห็นอกเห็นใจ	พนักงานมีความเป็นกันเอง เต็มใจดูแลเอาใจใส่	พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส เป็นกันเองกับลูกค้าและเอาใจใส่ถึงความต้องการของลูกค้าทุกราย
	พนักงานให้ความช่วยเหลือลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	พนักงานมีความสม่ำเสมอในการบริการแก่ลูกค้าในทุก ๆ ครั้งที่ลูกค้ามารับบริการ จนทำให้ลูกค้าสามารถนึกถึงการบริการของพนักงานแต่ละคนได้
	พนักงานสามารถจดจำข้อมูลพื้นฐานลูกค้าเป็นอย่างดี	พนักงานมีความสามารถในการจดจำข้อมูลพื้นฐานของลูกค้าในแต่ละราย อาทิเช่น การทำงาน การมารับบริการ หรือความต้องการในการบริการจำแนกรายบุคคล
	พนักงานกล่าวคำทักทายกับลูกค้าเมื่อลูกค้ามาถึงธนาคาร	การกล่าวทักทายกับลูกค้าผู้มารับบริการเมื่อลูกค้ามาถึงธนาคาร

## ตารางที่ 3.3 (ต่อ)

## ตารางสรุปคำอธิบายตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL

มิติ	ตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการ	คำอธิบาย
ความเชื่อมั่น	การบริการของธนาคารทำให้รู้สึกปลอดภัยเมื่อได้ทำธุรกรรมกับธนาคาร	ธนาคารให้บริการแก่ลูกค้าที่ดีจนถึงระดับที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อได้มาทำธุรกรรมกับทางธนาคาร
	การบริการเป็นไปตามเกณฑ์ที่ได้ประกาศไว้ให้ลูกค้าทราบ	ลูกค้ามีความเชื่อมั่นว่าธนาคารจะสามารถให้บริการได้ตามเกณฑ์ได้ประกาศหรือสื่อสารให้กับลูกค้าทราบ
	ธนาคารมีการติดต่อไปยังลูกค้าทุกครั้งเมื่อเห็นว่าเป็นเรื่องดังกล่าวเป็นประโยชน์กับลูกค้า	ธนาคารมีการสื่อสารข้อมูลสำคัญไปยังลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ลูกค้าไม่พลาดในการรับข้อมูลข่าวสารจากทางธนาคาร

### 3.2 โครงสร้างลำดับชั้นสำหรับลำดับความสำคัญมิติคุณภาพการบริการ และตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL

การพัฒนาโครงสร้างลำดับชั้นเพื่อลำดับความสำคัญมิติคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL และลำดับความสำคัญตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL สามารถแบ่งโครงสร้างลำดับชั้นออกเป็นสามลำดับชั้น ลำดับชั้นที่ 1 ได้แก่ ความสำคัญของคุณภาพการบริการ ลำดับชั้นที่ 2 มิติคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL และลำดับชั้นที่ 3 ตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL ซึ่งสามารถจำแนกรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

ลำดับชั้นที่ 1 เป้าหมาย: ความสำคัญของคุณภาพการบริการ

ลำดับชั้นที่ 2 เกณฑ์: มิติคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL

- ความเป็นรูปธรรมของการบริการ
- การตอบสนองความต้องการของลูกค้า
- ความน่าเชื่อถือ
- ความเห็นอกเห็นใจ
- ความเชื่อมั่น

ลำดับชั้นที่ 3 ทางเลือก: ตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL

มิติความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

- มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริการ
- มีปริมาณเครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ที่มากพอ
- มีสิ่งอำนวยความสะดวกกับลูกค้าที่มารอรับบริการ
- ลำดับการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว

มิติการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)

- มีหลายช่องทางทำให้สะดวกในการทำธุรกรรม
- พนักงานมีความพร้อมในการบริการ
- พนักงานเต็มใจแก้ไขปัญหาในทันทีเมื่อลูกค้าร้องขอ
- พนักงานทราบความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี

### มิตินาเชื่อถือ (Reliability)

- รักษาความลับของลูกค้า
- มีระบบการจัดการข้อมูลทางธุรกรรมที่ถูกต้องแม่นยำ
- มีการบริการรวดเร็วปราศจากข้อผิดพลาด
- พนักงานให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ลูกค้าเสมอ

### มิตินอกเห็นใจ (Empathy)

- พนักงานมีความเป็นกันเอง เต็มใจดูแลเอาใจใส่
- พนักงานให้ความช่วยเหลือลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
- พนักงานสามารถจดจำข้อมูลพื้นฐานลูกค้าเป็นอย่างดี
- พนักงานกล่าวคำทักทายกับลูกค้าเมื่อลูกค้ามาถึง

### มิติน่าเชื่อถือ (Assurance)

- การบริการของธนาคารทำให้รู้สึกปลอดภัยเมื่อได้ทำธุรกรรมกับธนาคาร
- การบริการเป็นไปตามเกณฑ์ที่ได้ประกาศไว้ให้ลูกค้าทราบ
- ธนาคารมีการติดต่อไปยังลูกค้าทุกครั้งเมื่อเห็นว่าเรื่องดังกล่าวเป็นประโยชน์กับลูกค้า



ภาพที่ 3.1 แสดงภาพภาพรวมของโครงสร้างลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ที่ใช้ในงานวิจัย

### 3.3 การพัฒนาแบบสอบถาม

หลังจากการพัฒนาโครงสร้างลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์เพื่อลำดับความสำคัญมิติคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL และลำดับความสำคัญตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL ลำดับต่อมาจะต้องพัฒนาแบบสอบถามให้สอดคล้องกับโครงสร้างลำดับชั้น ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบเป็นคู่ๆ ผลของการพัฒนาแบบสอบถามทำให้ได้องค์ประกอบของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 บทนำซึ่งประกอบไปด้วยวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย วิธีการตอบแบบสอบถาม และ SERVQUAL คืออะไร
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 3 ภาพรวมของโครงสร้างลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ของการใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ในการลำดับความสำคัญตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการของธนาคาร
- ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบความสำคัญมิติคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL ดังตัวอย่างตารางที่ 3.4 เปรียบเทียบความสำคัญของมิติคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL
- ส่วนที่ 5 เปรียบเทียบความสำคัญตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการจำแนกรายมิติของแบบจำลอง SERVQUAL ดังตัวอย่างตารางที่ 3.5 เปรียบเทียบความสำคัญตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL
- ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 3.4

ตัวอย่างตารางเปรียบเทียบความสำคัญของมิติคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL

มิติ	ความสำคัญคุณภาพการบริการของธนาคาร																มิติ	
	มีความสำคัญมากกว่า								เท่ากัน		มีความสำคัญน้อยกว่า							
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	การตอบสนองความต้องการของลูกค้า
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	ความน่าเชื่อถือ
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	ความเห็นอกเห็นใจ
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	ความเชื่อมั่น
การตอบสนองความต้องการของลูกค้า	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	ความน่าเชื่อถือ
การตอบสนองความต้องการของลูกค้า	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	ความเห็นอกเห็นใจ
การตอบสนองความต้องการของลูกค้า	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	ความเชื่อมั่น
ความน่าเชื่อถือ	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	ความเห็นอกเห็นใจ
ความน่าเชื่อถือ	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	ความเชื่อมั่น
ความเห็นอกเห็นใจ	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	ความเชื่อมั่น

## ตารางที่ 3.5

ตัวอย่างตารางเปรียบเทียบความสำคัญตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL

ตัวบ่งชี้	มิติความเป็นรูปธรรมของการบริการ																ตัวบ่งชี้	
	มีความสำคัญมากกว่า								เท่ากัน		มีความสำคัญน้อยกว่า							
มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริการ	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	มีปริมาณเครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ที่มากพอ
มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริการ	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	มีสิ่งอำนวยความสะดวกกับลูกค้าที่มาขอรับบริการ
มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริการ	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	มีการจัดการลำดับการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว
มีปริมาณเครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ที่มากพอ	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	มีสิ่งอำนวยความสะดวกกับลูกค้าที่มาขอรับบริการ
มีปริมาณเครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ที่มากพอ	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	มีการจัดการลำดับการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว
มีสิ่งอำนวยความสะดวกกับลูกค้าที่มาขอรับบริการ	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	มีการจัดการลำดับการบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว

### 3.4 หลักเกณฑ์ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างและการเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 3.4.1 การเลือกกลุ่มตัวอย่างและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยทำการศึกษาจากความคิดเห็นของผู้จัดการสาขาของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานครและสมุทรปราการ จำนวน 3 ธนาคาร ธนาคารละ 10 ท่าน รวม 30 ท่าน ด้วยวิธีสุ่มภาคภูมิและตอบแบบสอบถาม ผลจากการตอบแบบสอบถามถูกนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ตามกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม Expert Choice<sup>®</sup>

#### 3.4.2 ข้อจำกัดในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ด้วยข้อจำกัดในเรื่องช่วงเวลาในการเก็บผลข้อมูลที่มีอยู่อย่างจำกัดและการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของธนาคารเพื่อขอติดต่อเข้าพบผู้จัดการสาขาของธนาคารในการสัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามใช้ระยะเวลาานาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกเก็บข้อมูลงานวิจัยในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดสมุทรปราการเพื่อให้สอดคล้องกับช่วงเวลาที่มืออยู่ของการทำวิจัย

ผู้วิจัยได้ติดต่อกับผู้จัดการสาขาของธนาคารทั้ง 3 ธนาคารโดยการติดต่อกับผู้จัดการสาขาของธนาคารโดยตรง การติดต่อผ่านพนักงานผู้ทำงานในสาขา และติดต่อผ่านลูกค้าผู้ใช้บริการในธนาคารสาขา จากการติดต่อทั้ง 3 ช่องทางมีผู้จัดการสาขาของธนาคารตอบรับที่ให้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามจำนวน 30 ท่าน ซึ่งปรากฏดัง ตารางที่ 3.6 จากตารางดังกล่าวจะแสดงสาขา อายุงานและพนักงานในสาขาของผู้ถูกสัมภาษณ์และตอบแบบสอบถาม

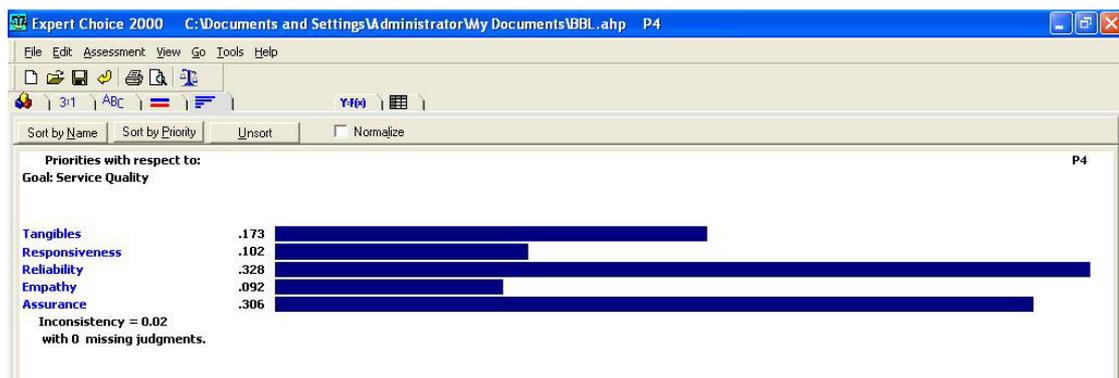
ตารางที่ 3.6  
แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้จัดการสาขานาคร ก.			ผู้จัดการสาขานาคร ข.			ผู้จัดการสาขานาคร ค.		
สาขา	อายุ งาน	พนักงานใน สาขา	สาขา	อายุ งาน	พนักงานใน สาขา	สาขา	อายุ งาน	พนักงานใน สาขา
สะพานขาว	35	12	พหลโยธิน	30	19	จักรวรรดิ	26	13
เซ็นทรัลปิ่นเกล้า	20	9	บึงสีสะพานควาย	25	16	คลองเตย	20	14
เอกมัย	26	17	สะพานใหม่	25	14	กล้วยน้ำไทย	30	11
อาคารมาลีนนท์	16	8	ประชานิเวศน์	30	13	ประชานิเวศน์	28	9
ประดิพัทธ์	23	9	ประชาชื่น	28	17	บางโพ	27	15
ถนนจันทน์	29	15	อารีสัมพันธ์	26	13	จตุจักร	31	10
พระรามสอง กม.7	26	17	เสริมมิตรทาวเวอร์	17	7	ลาดพร้าว 71	18	9
ศรีนครินทร์	20	17	เซ็นทรัลบางนา	16	16	รัชดาภิเษก	28	10
เทพารักษ์ กม.22	23	8	พระบรมมหาราชวัง	36	8	ถนนจันทน์	29	12
เขื่อนขันธ์	21	12	เดอะมอลล์บางแค	18	9	บางขุนเทียน	17	19

### 3.5 วิธีการวิเคราะห์แบบสอบถามด้วยโปรแกรม Expert Choice®

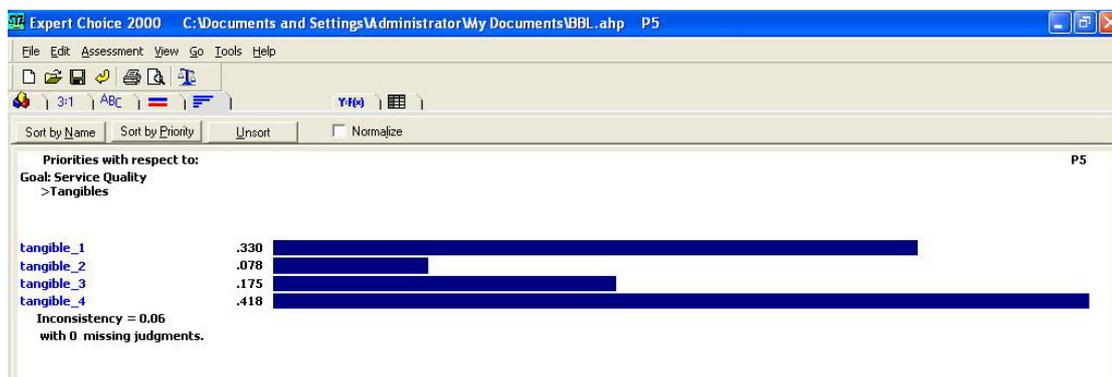
หลังจากสร้างโครงสร้างลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ที่เหมือนกับภาพที่ 3.1 ในโปรแกรม Expert Choice® แล้วบันทึกผลการตอบแบบสอบถามลงในโปรแกรมแล้วทำการวิเคราะห์ลำดับความสำคัญและค่าความสอดคล้องของการตัดสินใจ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ลำดับความสำคัญได้ทั้งลำดับความสำคัญเฉพาะแห่ง ลำดับความสำคัญรวม และลำดับความสำคัญทั่วทั้งแผนภูมิ โปรแกรมจะแสดงผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตัวอย่างผลการวิเคราะห์ความสำคัญของมิติคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL แสดงในภาพที่ 3.2



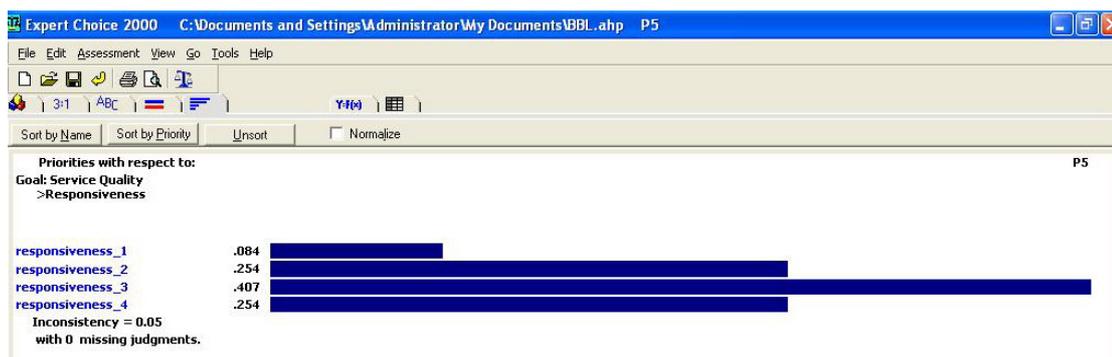
ภาพที่ 3.2 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์ความสำคัญของมิติคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL โดยโปรแกรมสำเร็จรูป Expert Choice®

ตัวอย่างผลการวิเคราะห์ความสำคัญของตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการของมิติ  
ความเป็นรูปธรรมในการบริการ แสดงในภาพที่ 3.3



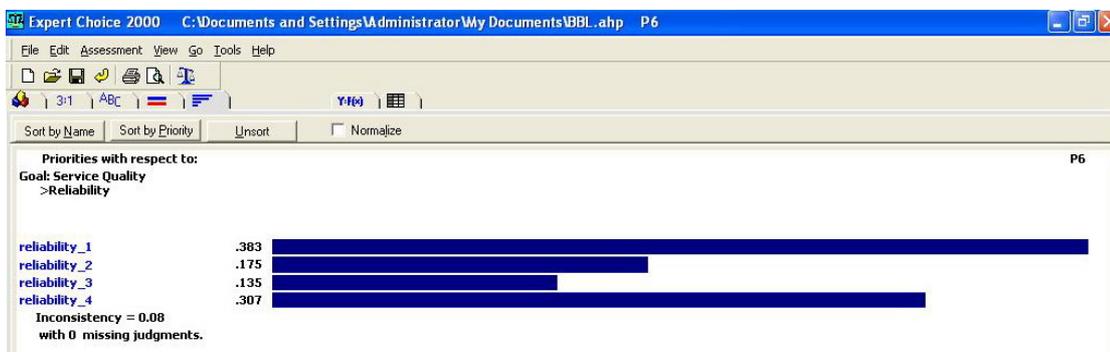
ภาพที่ 3.3 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์ความสำคัญของตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการ  
ของมิติความเป็นรูปธรรมในการบริการโดยโปรแกรมสำเร็จรูป Expert Choice®

ตัวอย่างผลการวิเคราะห์ความสำคัญของตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการของมิติการ  
ตอบสนองของความต้องการของลูกค้า แสดงในภาพที่ 3.4



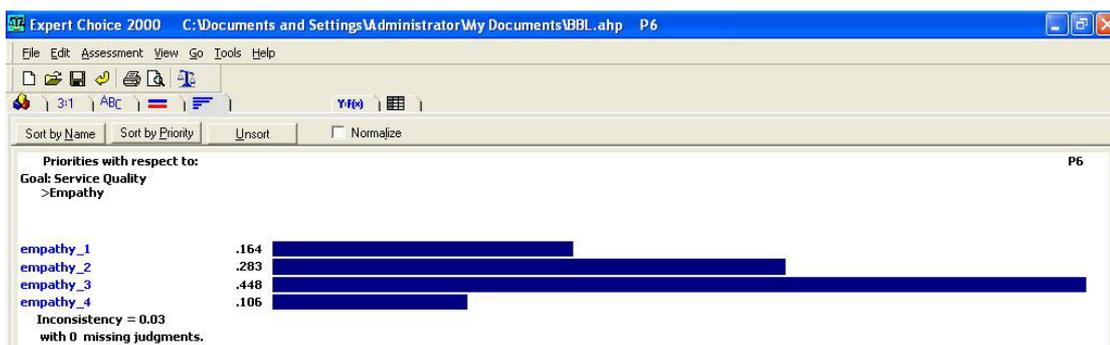
ภาพที่ 3.4 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์ความสำคัญของตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการ  
ของมิติการตอบสนองของความต้องการของลูกค้าโดยโปรแกรมสำเร็จรูป Expert Choice®

ตัวอย่างผลการวิเคราะห์ความสำคัญของตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการของมิติ  
ความน่าเชื่อถือ แสดงในภาพที่ 3.5



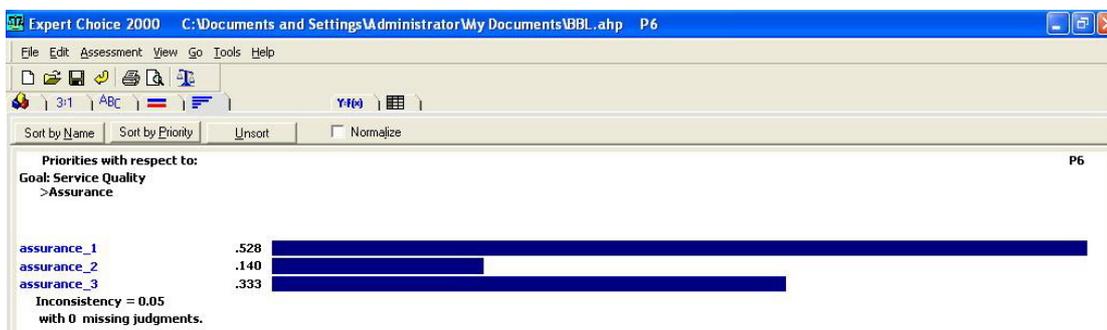
ภาพที่ 3.5 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์ความสำคัญของตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการ  
ของมิติความน่าเชื่อถือโดยโปรแกรมสำเร็จรูป Expert Choice®

ตัวอย่างผลการวิเคราะห์ความสำคัญของตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการของมิติ  
ความเห็นอกเห็นใจ แสดงในภาพที่ 3.6



ภาพที่ 3.6 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์ความสำคัญของตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการ  
ของมิติความเห็นอกเห็นใจโดยโปรแกรมสำเร็จรูป Expert Choice®

ตัวอย่างผลการวิเคราะห์ความสำคัญของตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการของมิติ  
ความเชื่อมั่น แสดงในภาพที่ 3.7



ภาพที่ 3.7 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์ความสำคัญของตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการ  
ของมิติความเชื่อมั่นโดยโปรแกรมสำเร็จรูป Expert Choice®

ตัวอย่างที่แสดงในข้างต้นแสดงผลการวิเคราะห์ลำดับความสำคัญตามวิธีของ  
กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Expert Choice® ประกอบด้วยการ  
วิเคราะห์ ลำดับความสำคัญของมิติต่างๆ ตามแบบจำลอง SERVQUAL และลำดับความสำคัญ  
ของตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการจำแนกรายมิติ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมในการบริการ การ  
ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความน่าเชื่อถือ ความเห็นอกเห็นใจ และความเชื่อมั่น  
ตลอดจนวิเคราะห์ค่าความไม่สอดคล้องของการตัดสินใจเปรียบเทียบซึ่งผลลัพธ์ที่ออกจะบ่งบอก  
ว่าการตัดสินใจนี้สามารถยอมรับได้หรือปฏิเสธการตัดสินใจ