

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณลักษณะต่างๆ ของพนักงานบริการและคุณภาพการบริการของพนักงาน และเปรียบเทียบระดับการรับรู้คุณลักษณะแต่ละด้านและคุณภาพการบริการระหว่างพนักงานและลูกค้า รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของพนักงานบริการและคุณภาพการบริการ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษารวมทั้งสิ้น 316 คน เป็นพนักงานร้านทรูมูฟ จำนวน 151 คนและลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ จำนวน 165 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถาม 4 ส่วน ส่วนแรกเป็นแบบสอบถามลักษณะส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามคุณลักษณะของพนักงานบริการ ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามคุณภาพการบริการและส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะและคุณภาพการบริการ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่ามัธยฐานเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

1. คุณลักษณะของพนักงานบริการตามการรับรู้ของพนักงานและลูกค้า ทั้งโดยรวมและด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านความมั่นคงทางอารมณ์ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสามารถในงาน และด้านจิตใจใฝ่บริการ อยู่ในระดับสูง
2. คุณภาพการบริการตามการรับรู้ของพนักงานและลูกค้า ทั้งโดยรวมและด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านรูปธรรมที่ปรากฏ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า อยู่ในระดับสูง
3. พนักงานรับรู้คุณลักษณะของพนักงานบริการโดยรวมและรายด้านแตกต่างกับลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
4. พนักงานรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมและรายด้านสูงกว่าลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
5. คุณลักษณะของพนักงานบริการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
6. คุณลักษณะของพนักงานบริการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

## Abstract

The purposes of this research are to study the level of characteristics and service quality of True Move shop staff, to compare the mean level of characteristics and service quality perceived by service staff and customers and to investigate the relationship between characteristics of service staff and service quality.

The total sample consisted of 316 samples, which was divided into two groups. The first group was 151 True Move service staff. The second group was 165 customers.

The questionnaires used in this study consisted of four parts; Part 1: Background of service staff and customers; Part 2: Measurements of service staff's characteristics; Part 3: Measurements of service quality and Part 4: Open-ended questions.

The analyzing statistics used were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and Pearson's product moment correlation coefficient. The results of this study were as the following:

1. Characteristics of service staff perceived by staff and customers are at a high level as a whole and as 5 dimensions: human relations, emotional quotient, responsibility, abilities and service mind.
2. Service quality perceived by staff and customers are at a high level of service quality as a whole and as 5 dimensions: tangibility, reliability, responsiveness, assurance and empathy.
3. There is a significant difference between the perception of characteristics as a whole and as 5 dimensions of service staff and customers. ( $p < .01$ )
4. The service quality perceived by staff is higher than customers as a whole and as 5 dimensions. ( $p < .01$ )
5. There are significant positive correlations between characteristics and service quality in perception of service staff. ( $r = .806$ ,  $p < .01$ )
6. There are significant positive correlations between characteristics and service quality in perception of customers. ( $r = .837$ ,  $p < .01$ )