

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “คุณลักษณะของพนักงานบริการและคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของพนักงานและลูกค้าร้านทรูมูฟ” ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างส่วนพนักงาน จำนวน 155 ชุด และลูกค้า จำนวน 155 ชุดเช่นเดียวกัน กรณีที่อาจไม่ได้รับข้อมูลที่ครบถ้วน ผู้วิจัยจึงเพิ่มแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างลูกค้าอีก 10% เป็นจำนวน 171 ชุด หลังการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่ตอบครบถ้วนสมบูรณ์กลับคืนในส่วนของพนักงาน จำนวน 151ชุด และลูกค้า จำนวน 165 ชุด คิดเป็นร้อยละ 97.42 และ 96.5 ตามลำดับ ของแบบสอบถามที่แจกไปทั้งหมด

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เพื่อศึกษาระดับคุณลักษณะของพนักงานบริการ ระดับคุณภาพการบริการ เปรียบเทียบระดับการรับรู้คุณลักษณะของพนักงานบริการและคุณภาพการบริการ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของพนักงานบริการกับคุณภาพการบริการ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา แบ่งเป็น

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานบริการลูกค้า คือ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา และสถานภาพสมรส

1.2 การวิเคราะห์ระดับคุณลักษณะของพนักงานบริการ

1.3 การวิเคราะห์ระดับคุณภาพการบริการ

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1

แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มพนักงาน จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มพนักงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	34	22.5
หญิง	117	77.5
รวม	151	100
2. อายุ		
20- 29 ปี	103	68.2
30 – 39 ปี	47	31.1
40 ปี ขึ้นไป	1	0.7
รวม	151	100
3. วุฒิการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0	0
ปริญญาตรี	148	98
สูงกว่าปริญญาตรี	3	2
รวม	151	100
4. สถานภาพสมรส		
โสด	117	77.4
สมรส	33	21.9
หม้าย / หย่าร้าง	1	0.7
รวม	151	100

จากตารางที่ 4.1 เป็นข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริการประจำสาขา จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลสรุปได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีพนักงานบริการลูกค้าเพศหญิง จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 77.5 พนักงานบริการลูกค้าส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 68.2 และพนักงานบริการลูกค้าเกือบทุกคนมีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 98 และสถานภาพสมรสพนักงานส่วนใหญ่เป็นโสด จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 77.4

ตารางที่ 4.2

แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มลูกค้า จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มลูกค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	54	32.7
หญิง	111	67.3
รวม	165	100
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	5	3
20 – 29 ปี	93	56.4
30 – 39 ปี	50	30.3
40 ปีขึ้นไป	17	10.3
รวม	165	100
3. วุฒิการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	26	15.8
ปริญญาตรี	114	69.1
สูงกว่าปริญญาตรี	25	15.2
รวม	165	100

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4.สถานภาพสมรส		
โสด	124	75.2
สมรส	39	23.6
หม้าย / หย่าร้าง	2	1.2
รวม	165	100

จากตารางที่ 4.2 เป็นข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้า จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลสรุปได้ดังนี้ ลูกค้าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิง ร้อยละ 67.3 และเพศชายร้อยละ 32.7 ลูกค้าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.4 ลูกค้าส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือคิดเป็นร้อยละ 69.1 และสำหรับสถานภาพสมรสพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นโสด โดยมีจำนวน 124 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 75.2

1.2 การวิเคราะห์ระดับคุณลักษณะของพนักงานบริการ

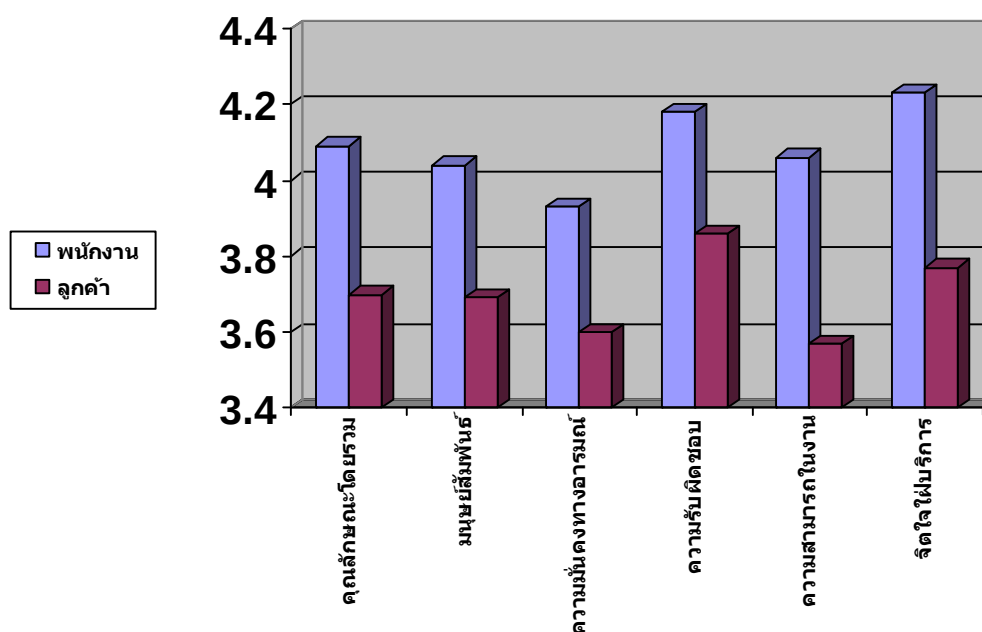
ตารางที่ 4.3

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของพนักงานบริการ
ตามการรับรู้ของพนักงานและลูกค้า

คุณลักษณะของพนักงานบริการ	พนักงาน		ลูกค้า	
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D
คุณลักษณะของพนักงานบริการโดยรวม	4.09	0.36	3.70	0.52
1. ด้านมนุษยสัมพันธ์	4.04	0.43	3.69	0.61
2. ด้านความมั่นคงทางอารมณ์	3.93	0.48	3.60	0.62
3. ด้านความรับผิดชอบ	4.18	0.41	3.86	0.53
4. ด้านความสามารถในงาน	4.06	0.46	3.57	0.62
5. ด้านจิตใจใฝ่บริการ	4.23	0.50	3.77	0.67

แผนภาพที่ 4.1

แสดงค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะของพนักงานบริการตามการรับรู้ของพนักงานและลูกค้า



จากตารางที่ 4.3 เป็นค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของพนักงานบริการโดยรวมและในด้านต่างๆ พบว่า พนักงานมีระดับคุณลักษณะโดยรวมสูง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .36 และมีระดับคุณลักษณะทั้ง 5 ด้านสูงใกล้เคียงกัน โดยคุณลักษณะของพนักงานบริการด้านจิตใจใฝ่บริการมีค่าสูงสุด คือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .50 และมีคุณลักษณะของพนักงานบริการด้านความมั่นคงทางอารมณ์ต่ำสุด คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .48 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแต่ละด้าน จะพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงใกล้เคียงกันคือ 4.23 – 3.93

ส่วนการประเมินคุณลักษณะของพนักงานบริการตามการรับรู้ของลูกค้า พบว่า ลูกค้าเห็นว่า พนักงานร้านทุมพูมีคุณลักษณะของพนักงานบริการโดยรวมสูง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.52 และมีระดับการรับรู้คุณลักษณะของพนักงานบริการทั้ง 5 ด้าน สูงใกล้เคียงกัน โดยมีคุณลักษณะด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้าสูงสุด คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53 และมีคุณลักษณะด้านความสามารถในงาน

ต่ำสุด คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.62 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงใกล้เคียงกัน คือ อยู่ระหว่าง 3.86 – 3.57

1.3 การวิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการ

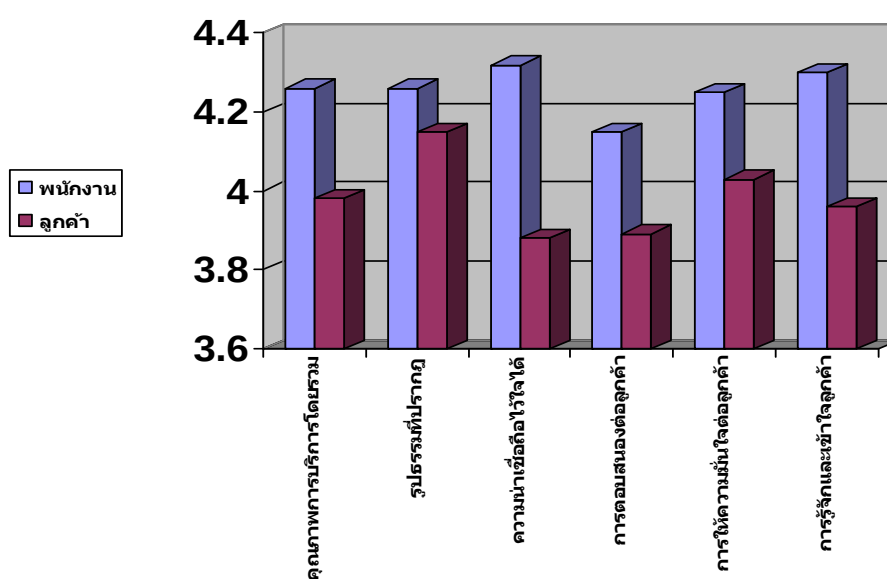
ตารางที่ 4.4

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการตาม
การรับรู้ของพนักงานและลูกค้า

คุณภาพการบริการ	พนักงาน		ลูกค้า	
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D
คุณภาพการบริการโดยรวม	4.26	0.37	3.98	0.46
1. ด้านรูปธรรมที่ปรากฏ	4.26	0.44	4.15	0.49
2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	4.32	0.42	3.88	0.50
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	4.15	0.49	3.89	0.57
4. ด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า	4.25	0.47	4.03	0.66
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	4.30	0.43	3.96	0.53

แผนภาพที่ 4.2

แสดงค่าเฉลี่ยของคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของพนักงานและลูกค้า



จากตารางที่ 4.4 เป็นค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการโดยรวม และในด้านต่างๆ พบว่า พนักงานมีระดับคุณภาพการบริการโดยรวมสูง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .37 และมีระดับคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านสูงใกล้เคียงกัน โดยคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้มีค่าสูงสุด คือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .42 และมีคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองลูกค้าต่ำสุด คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .49 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแต่ละด้าน จะพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงใกล้เคียงกันคือ 4.32 – 4.15

ส่วนการประเมินคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของลูกค้า พบว่า ลูกค้าเห็นว่าพนักงานร้านหมูฟมีคุณภาพการบริการโดยรวมสูง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.46 และมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ 5 ด้านสูงใกล้เคียงกัน โดยมีคุณภาพการบริการด้านรูปธรรมที่ปรากฏสูงสุด คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49 และมีคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ต่ำสุด คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงใกล้เคียงกัน คือ อยู่ระหว่าง 4.15 – 3.88

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.5

แสดงการเปรียบเทียบการรับรู้คุณลักษณะของพนักงานบริการระหว่างพนักงานบริการและลูกค้า

ตัวแปร	พนักงาน (n = 151)		ลูกค้า (n = 165)		t	p-Value
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D		
คุณลักษณะของพนักงานบริการโดยรวม	4.09	0.36	3.70	0.52	-7.711**	.000
1. ด้านมนุษยสัมพันธ์	4.04	0.43	3.69	0.61	-5.772**	.000
2. ด้านความมั่นคงทางอารมณ์	3.93	0.48	3.60	0.62	-5.412**	.000
3. ด้านความรับผิดชอบ	4.18	0.41	3.86	0.53	-6.140**	.000
4. ด้านความสามารถในงาน	4.06	0.46	3.57	0.62	-8.057**	.000
5. ด้านจิตใจใฝ่บริการ	4.23	0.50	3.77	0.67	-6.979**	.000

**P < .01

จากตารางที่ 4.5 เป็นการเปรียบเทียบการรับรู้คุณลักษณะของพนักงานบริการตามการรับรู้ของพนักงานบริการและลูกค้า โดยการทดสอบค่าที่ พบว่า พนักงานรับรู้คุณลักษณะของพนักงานบริการโดยรวมแตกต่างกับลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 ที่ว่า คุณลักษณะของพนักงานบริการตามการรับรู้ของพนักงานและลูกค้าแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาคุณลักษณะของพนักงานบริการเป็นรายด้าน พบว่า

1. พนักงานรับรู้คุณลักษณะของพนักงานบริการด้านมนุษยสัมพันธ์แตกต่างกับลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานย่อยที่ 1.1 ว่า คุณลักษณะของพนักงานบริการด้านมนุษยสัมพันธ์ตามการรับรู้ของพนักงานและลูกค้าแตกต่างกัน

2. พนักงานรับรู้คุณลักษณะของพนักงานบริการด้านความมั่นคงทางอารมณ์แตกต่างกับลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานย่อยที่ 1.2 ว่า คุณลักษณะของพนักงานบริการด้านความมั่นคงทางอารมณ์ตามการรับรู้ของพนักงานและลูกค้าแตกต่างกัน

3. พนักงานรับรู้คุณลักษณะของพนักงานบริการด้านความรับผิดชอบแตกต่างกับลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานย่อยที่ 1.3 ว่า คุณลักษณะของพนักงานบริการด้านความรับผิดชอบตามการรับรู้ของพนักงานและลูกค้าแตกต่างกัน

4. พนักงานรับรู้คุณลักษณะของพนักงานบริการด้านความสามารถในงานแตกต่างกับลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานย่อยที่ 1.4 ว่า คุณลักษณะของพนักงานบริการด้านความสามารถในงานตามการรับรู้ของพนักงานและลูกค้าแตกต่างกัน

5. พนักงานรับรู้คุณลักษณะของพนักงานบริการด้านจิตสำนึกในการให้บริการแตกต่างกับลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานย่อยที่ 1.5 ว่า คุณลักษณะของพนักงานบริการด้านจิตสำนึกในการให้บริการตามการรับรู้ของพนักงานและลูกค้าแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.6

แสดงการเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการระหว่างพนักงานบริการและลูกค้า

ตัวแปร	พนักงาน (n = 151)		ลูกค้า (n = 165)		t	p-value
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D		
คุณภาพการบริการโดยรวม	4.26	0.37	3.98	0.46	-5.857**	.000
1. ด้านรูปธรรมที่ปรากฏ	4.26	0.44	4.15	0.49	-2.006*	.046
2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	4.32	0.42	3.88	0.50	-8.480**	.000
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	4.15	0.49	3.89	0.57	-4.327**	.000
4. ด้านการให้ความมั่นใจต่อ	4.25	0.47	4.03	0.66	-3.417**	.001
ลูกค้า						
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	4.30	0.43	3.96	0.53	-6.170**	.000

*P < .05, **P < .01

จากตารางที่ 4.6 เป็นการเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการตามการรับรู้ของพนักงานบริการและลูกค้า โดยการทดสอบค่าที่ พบว่า พนักงานรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมสูงกว่าลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2 ว่า คุณภาพการบริการตามการรับรู้ของพนักงานสูงกว่าลูกค้า และเมื่อพิจารณาคุณภาพการบริการเป็นรายด้าน พบว่า

1. พนักงานรับรู้คุณภาพการบริการด้านรูปธรรมที่ปรากฏสูงกว่าลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานย่อยที่ 2.1 ว่า คุณภาพการบริการด้านรูปธรรมที่ปรากฏตามการรับรู้ของพนักงานสูงกว่าลูกค้า

2. พนักงานรับรู้คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้สูงกว่าลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานย่อยที่ 2.2 ว่า คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ตามการรับรู้ของพนักงานสูงกว่าลูกค้า

3. พนักงานรับรู้คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าสูงกว่าลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานย่อยที่ 2.3 ว่า คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าตามการรับรู้ของพนักงานสูงกว่าลูกค้า

4. พนักงานรับรู้คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้าสูงกว่าลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานย่อยที่ 2.4 ว่า คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้าตามการรับรู้ของพนักงานสูงกว่าลูกค้า

5. พนักงานรับรู้คุณภาพการบริการด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าสูงกว่าลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานย่อยที่ 2.5 ว่า คุณภาพการบริการด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าตามการรับรู้ของพนักงานสูงกว่าลูกค้า

ตารางที่ 4.7

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของพนักงานบริการกับคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของพนักงานร้านทรูมูฟ

คุณลักษณะของ พนักงาน คุณภาพ บริการ การบริการ	ด้านมนุษย สัมพันธ์	ด้านความ มั่นคงทาง อารมณ์	ด้านความ รับผิดชอบ	ด้านความ สามารถ ในงาน	ด้านจิตใจ ใฝ่บริการ	โดยรวม
ด้านรูปธรรมที่ ปรากฏ	.393**	.406**	.485**	.580**	.539**	.614**
ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้ใจได้	.433**	.463**	.705**	.538**	.734**	.733**
ด้านการตอบสนอง ต่อลูกค้า	.454**	.541**	.560**	.530**	.599**	.686**
ด้านการให้ความ มั่นใจต่อลูกค้า	.486**	.520**	.550**	.626**	.659**	.727**
ด้านการรู้จักและ เข้าใจลูกค้า	.398**	.376**	.511**	.460**	.567**	.590**
โดยรวม	.521**	.558**	.674**	.658**	.744**	.806**

**P < .01

ตารางที่ 4.8

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของพนักงานบริการกับคุณภาพ

การบริการตามการรับรู้ของลูกค้าร้านทุมูฟ

คุณลักษณะของ พนักงาน คุณภาพ บริการ การบริการ	ด้านมนุษย สัมพันธ์	ด้านความ มั่นคงทาง อารมณ์	ด้านความ รับผิดชอบ	ด้านความ สามารถ ในงาน	ด้านจิตใจ ใฝ่บริการ	โดยรวม
ด้านรูปธรรมที่ ปรากฏ	.441**	.424**	.605**	.501**	.554**	.583**
ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้ใจได้	.591**	.631**	.652**	.650**	.701**	.749**
ด้านการตอบสนอง ต่อลูกค้า	.610**	.573**	.686**	.664**	.696**	.748**
ด้านการให้ความ มั่นใจต่อลูกค้า	.577**	.588**	.759**	.747**	.771**	.797**
ด้านการรู้จักและ เข้าใจลูกค้า	.452**	.426**	.641**	.611**	.605**	.632**
โดยรวม	.636**	.629**	.796**	.759**	.794**	.837**

**P < .01

จากตารางที่ 4.7 และ 4.8 เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างคุณลักษณะของพนักงานบริการกับคุณภาพการบริการ พบว่า คุณลักษณะของพนักงานบริการ ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ คุณลักษณะด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านความมั่นคงทางอารมณ์ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสามารถในงาน และด้านจิตใจใฝ่บริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริการโดยรวมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปธรรมที่ปรากฏ ด้านความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของ 2 ตัวแปร ในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ คุณลักษณะของพนักงานบริการและคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของพนักงานและลูกค้า พบว่า

1. คุณลักษณะของพนักงานบริการและคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของพนักงาน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .806 จึงยอมรับสมมติฐานย่อยที่ 3.1 ว่า คุณลักษณะของพนักงานบริการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของพนักงาน

2. คุณลักษณะของพนักงานบริการและคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของลูกค้า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .837 จึงยอมรับสมมติฐานย่อยที่ 3.2 ว่า คุณลักษณะของพนักงานบริการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของลูกค้า

ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3 ที่ว่า คุณลักษณะของพนักงานบริการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริการ