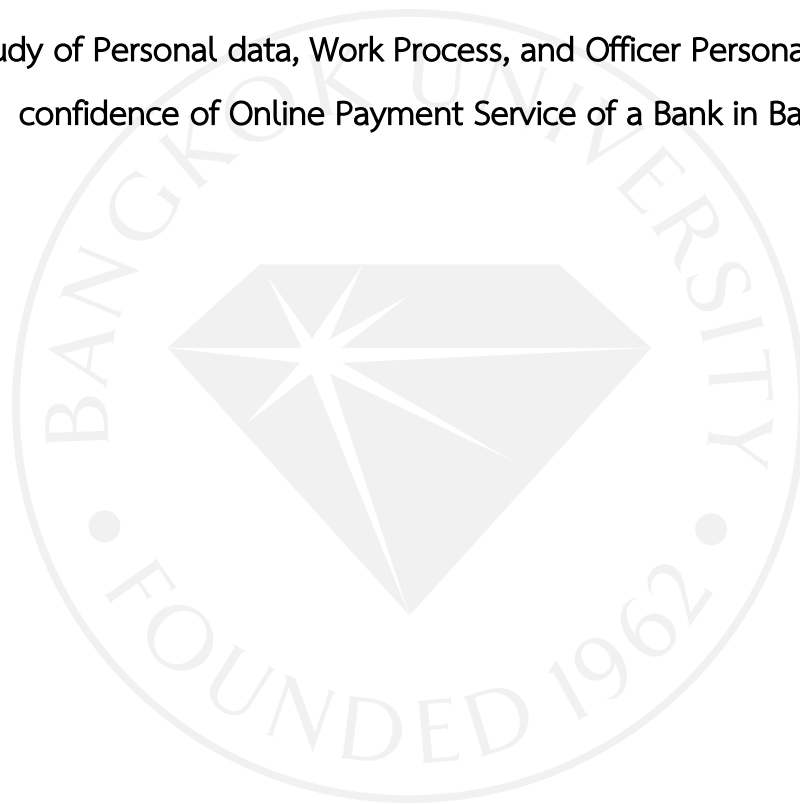


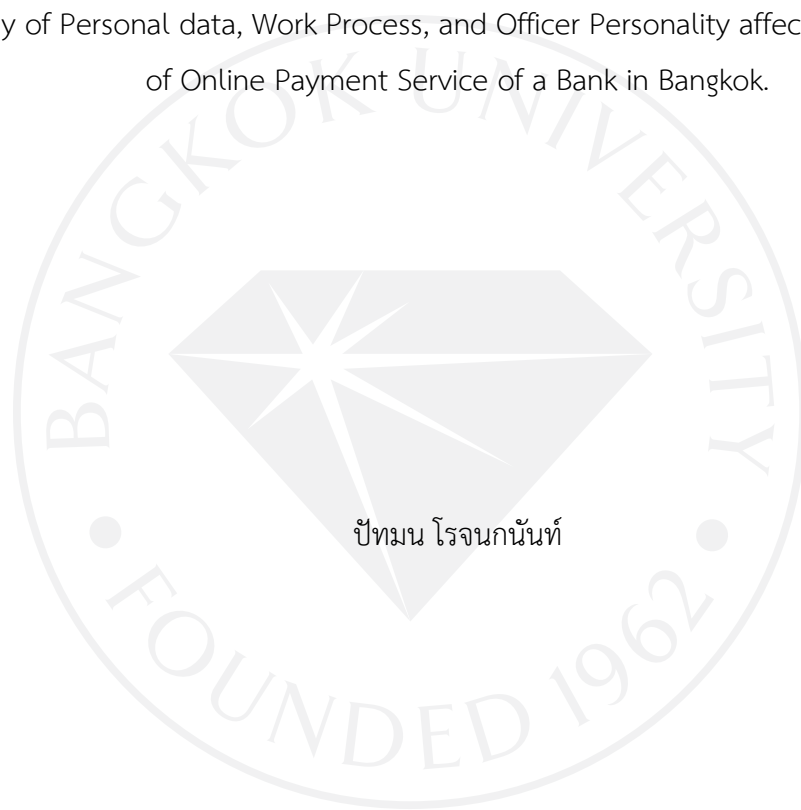
การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน และบุคลิกภาพของพนักงาน ที่มีผลต่อ
ความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของ
ผู้ให้บริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

A Study of Personal data, Work Process, and Officer Personality affecting
confidence of Online Payment Service of a Bank in Bangkok.



การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน และบุคลิกภาพของพนักงาน ที่มีผลต่อความเชื่อมั่น
ในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทย
แห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

A Study of Personal data, Work Process, and Officer Personality affecting confidence
of Online Payment Service of a Bank in Bangkok.



ปัทมน โรจนกนันท์

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2558



© 2559

ปัทมน โรจนกนันท์

สงวนลิขสิทธิ์

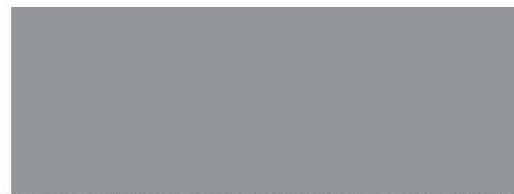
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน และบุคลิกภาพของพนักงานที่มีต่อความ
เชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่ลูกค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของผู้รับบริการ
ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย ปัทมน โรจนกนันท์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(รองศาสตราจารย์ ดร.สุทินันท์ พรหมสุวรรณ)

ผู้เชี่ยวชาญ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิศสุภา ปัจฉิมสวัสดิ์)



(ดร.คັນสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

4 สิงหาคม 2559

ปัทมน โจรนกันันท์. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สิงหาคม 2559, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน และบุคลิกภาพของพนักงาน ที่มีผลต่อความเชื่อมั่น
ในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของผู้รับบริการ ธนาคารพาณิชย์ไทย
แห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร (63 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา เรื่อง ข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน และ บุคลิกภาพของ
พนักงาน ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของ
ผู้รับ บริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร คือ (1) เพื่อศึกษาความแตกต่าง
ของข้อมูล ส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้า ผ่านช่องทาง
อินเทอร์เน็ตของผู้ รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษา
อิทธิพลของกระบวนการ ทำงานที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้า ผ่าน
ช่องทางอินเทอร์เน็ตของผู้รับ บริการ ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร และ (3)
เพื่อศึกษาอิทธิพลของ บุคลิกภาพของพนักงานที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงิน
แก่คู่ค้าผ่านช่องทาง อินเทอร์เน็ตของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขต
กรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการวิจัยเพื่อนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่
เป็นประชาชน ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยสถิติที่ใช้ในการรายงานผล ได้แก่ ร้อยละ
ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติที (T-test) การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว
(One-way ANOVA) หรือ F-test เมื่อพบ ความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็น
รายคู่ ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ผล
การศึกษา พบว่า ปัจจัยทางด้านข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้
ต่อเดือน และความถี่ในการใช้บริการ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการที่แตกต่างกัน
ส่วนปัจจัยทางด้านกระบวนการทำงาน มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ และบุคลิกภาพของ
พนักงาน มีอิทธิพลต่อความ เชื่อมั่นในการใช้บริการที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05

คำสำคัญ : ข้อมูลส่วนบุคคล, กระบวนการทำงาน, บุคลิกภาพของพนักงาน, ความเชื่อมั่นในการใช้
บริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

Rotchanakanan, P. M.B.A., August 2016, Graduate School, Bangkok University.

A Study of Personal data, Work Process, and Officer Personality affecting confidence of Online Payment Service of a Bank in Bangkok. (63 pp.)

Advisor: Assoc.Prof. Suthinan Pomsuwan, Ph.D.

ABSTRACT

The objectives of the study of personal data, work process, and officer personality affecting confidence of an online payment service of a bank in Bangkok are: (1) to study consumer personal data affecting their confidence in the online payment service of a bank in Bangkok, Thailand (2) to study bank's work process affecting the consumer confidence in the online payment service (3) to study the bank officer personality affecting the consumer confidence in the online payment service. The sample size in this research was 400. Statistics used in the data analysis were T-test, One-way ANOVA (F-test) with Scheffe comparison, and Multiple Regression. The findings in the research showed that the differences personal data such as gender, age, education, monthly income and the usage frequency significantly affected the consumer confidence in the online payment service at 0.05 levels.

Keywords: Personal Data, Work Process, Officer Personality, The Confidence in Service usage of a Bank in Bangkok

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเฉพาะบุคคลฉบับนี้สามารถประสบความสำเร็จลุล่วงครบถ้วนสมบูรณ์ ด้วยความช่วยเหลือจาก รองศาสตราจารย์ ดร. สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษา การศึกษาเฉพาะบุคคล ซึ่งอาจารย์ได้อบรม อธิบายแนวทางและให้ข้อเสนอแนะในการดำเนินการวิจัย อย่างถูกต้องเหมาะสม ตลอดจนช่วยตรวจสอบให้คำปรึกษาในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นตลอดระยะเวลาการดำเนินงานวิจัย ขอขอบพระคุณ สำหรับความกรุณา ความรู้ ความเอาใจใส่ คำแนะนำ ความช่วยเหลือ และการสนับสนุนในทุก มิติตลอดการดำเนินงานวิจัย ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณ เป็นอย่าง สูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ บิดา มารดา และญาติมิตร ซึ่งเปิดโอกาสให้ได้รับการศึกษาเล่าเรียน คอยช่วยเหลือและให้ กำลังใจ ตลอดจนขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือให้คำแนะนำ และเป็นกำลังใจเสมอมา จนการศึกษาครั้งนี้สำเร็จ ลุล่วงไปด้วยดี

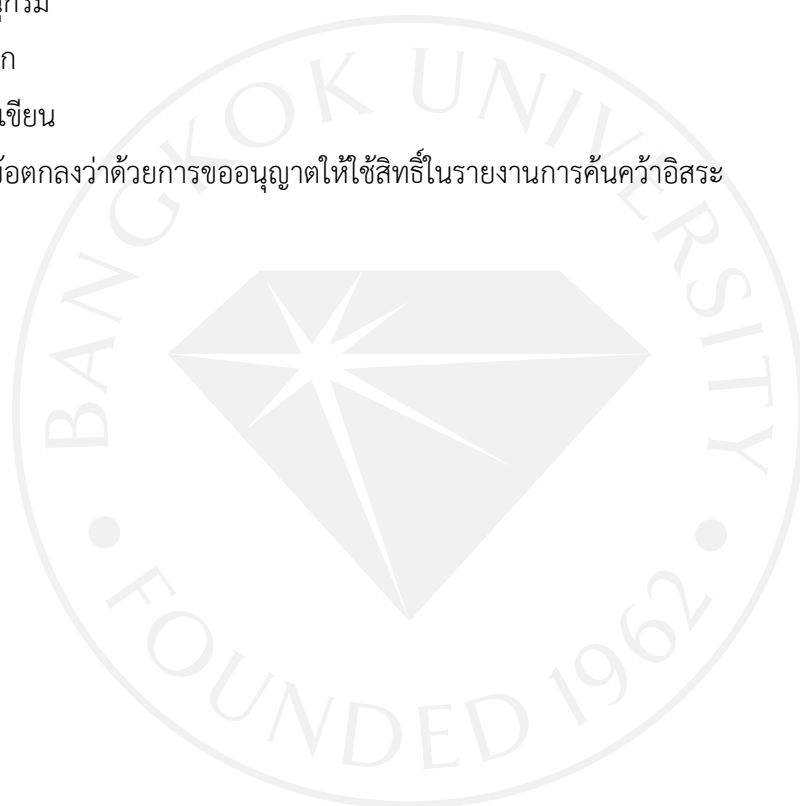
ปัทมน โรจนกนันท์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	3
1.4 สมมติฐานการวิจัยและวิธีการทางสถิติ	6
1.5 นิยามคำศัพท์	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับกระบวนการทำงาน	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับบุคลิกภาพของพนักงาน	12
2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความเชื่อมั่นในการใช้บริการ	15
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย	19
3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	22
3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล	22
3.4 สมมติฐานการวิจัย	23
3.5 วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล	23
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา	25
4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	46
5.2 การอภิปรายผล	48
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	51
บรรณานุกรม	52
ภาคผนวก	54
ประวัติผู้เขียน	63
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: ค่าครอนบาร์คแอลฟา	22
ตารางที่ 4.1: ตารางแสดงจำนวนและค่าธรรมเนียมของข้อมูลทั่วไปของผู้รับบริการ การชำระเงินแก่คู่ค้า ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	26
ตารางที่ 4.2: ตารางแสดงจำนวนและค่าธรรมเนียมของอายุของผู้รับบริการ การชำระเงินแก่คู่ค้า ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	26
ตารางที่ 4.3: ตารางแสดงจำนวนและค่าธรรมเนียมของสภาพของผู้รับบริการ การชำระเงิน แก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขต กรุงเทพมหานคร	27
ตารางที่ 4.4: ตารางแสดงจำนวนและค่าธรรมเนียมของระดับการศึกษาของผู้รับบริการ การชำระเงิน แก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	28
ตารางที่ 4.5: ตารางแสดงจำนวนและค่าธรรมเนียมด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้รับบริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	28
ตารางที่ 4.6: ตารางแสดงจำนวนและค่าธรรมเนียมในด้านความถี่ในการใช้บริการในต่อเดือน ของผู้รับบริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตธนาคาร พณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	29
ตารางที่ 4.7: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น ของผู้รับบริการ ด้านกระบวนการทำงานที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	30
ตารางที่ 4.8: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น ของผู้รับบริการ ด้านบุคลิกภาพของพนักงานที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้ บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทย แห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	33

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.9: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการ ด้านความเชื่อมั่นในการใช้บริการที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทาง อินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	35
ตารางที่ 4.10: เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้ บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	37
ตารางที่ 4.11: ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	38
ตารางที่ 4.12: ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	38
ตารางที่ 4.13: ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพที่ส่งผลต่อความเชื่อ มั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	39
ตารางที่ 4.14: ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	40
ตารางที่ 4.15: ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่ส่งผลต่อความ เชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	40
ตารางที่ 4.16: ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้ บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	41
ตารางที่ 4.17: ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น ในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.18: ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านความถี่ในการใช้บริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น ในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	43
ตารางที่ 4.19: ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านความถี่ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น ในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	43
ตารางที่ 4.20: ค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการทำงานที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่าน ช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	44
ตารางที่ 4.21: ค่าอิทธิพลของปัจจัยบุคลิกภาพของพนักงานที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่าน ช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร	45

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

หน้า

5



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

ธนาคารพาณิชย์ในประเทศนับได้ว่าเป็นธุรกิจที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรง ทั้งจากธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย และสถาบันการเงินจากต่างประเทศที่เข้ามาดำเนินการในประเทศไทยได้อย่างมีเสรี ภาพมากขึ้นอันเนื่องมาจากข้อตกลง BIBF (Bangkok International Business Fund) ธนาคารพาณิชย์ เริ่มต้นในนาม “บุคคลภัย” (Book Club) ในวันที่ 4 ตุลาคม 2447 ก่อตั้งโดย พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหมื่นมหิศรราชหฤทัย ซึ่ง ณ ขณะนั้นทรงเชื่อว่าสยามประเทศมีความจำเป็นต้องมีระบบการเงินธนาคารเพื่อรองรับการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจการเงินของประเทศ หลังจากการขยายตัว ทางธุรกิจของ “บุคคลภัย” (Book Club) พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯ พระราชทานอำนาจพิเศษให้จัดตั้ง “บริษัทแบงก์สยามกัมมาจลทุนจำกัด” เพื่อประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ได้อย่างเป็นทางการนับตั้งแต่วันที่ 30 มกราคม 2449 เป็นต้นมา กิจกรรมธนาคารพาณิชย์ในแต่ละ ประเทศมีวิวัฒนาการและกรอบการดำเนินงานต่างกันตามสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสภาพ ความสัมพันธ์เป็นมาแต่อดีต

ธนาคารพาณิชย์ แบ่งได้ 2 แบบคือ ธนาคารพาณิชย์ในระบบธนาคารเดี่ยว (Unit Banking) และ ธนาคารพาณิชย์ในระบบธนาคารสาขา (Branch Banking) ระบบธนาคารเดี่ยวเป็นระบบที่ธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งมีสำนักงานเพียงแห่งเดียวดำเนินการโดยเอกเทศ ไม่อยู่ใต้การควบคุมของธนาคารอื่น และไม่มีธนาคารใดอยู่ในการควบคุมของตน ธนาคารลักษณะนี้แพร่หลายมากในสหรัฐอเมริกา มักจะเป็น ธนาคารที่ตั้งในท้องถิ่นและดำเนินงานโดยบุคคลในท้องถิ่นเพื่อสนองความต้องการด้านบริการทางการเงินของบุคคลในชุมชนนั้น ส่วนระบบธนาคารสาขาเป็นระบบการธนาคารพาณิชย์ที่ธนาคารแห่งหนึ่งมีสาขา มากมายหลายแห่งกระจายอยู่ทั่วประเทศหรือในต่างประเทศด้วย เพื่อความสะดวกในการโยกย้ายถ่ายเท เงินทุนระหว่างประเทศ และให้บริการด้านธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศแก่ลูกค้าของธนาคาร สาขาแต่ละแห่งจะให้บริการในท้องถิ่นที่สาขานั้นตั้งแต่นโยบายการดำเนินงานอยู่ที่สำนักงานใหญ่ ระบบธนาคารพาณิชย์ในประเทศต่าง ๆ ในยุโรปเป็นระบบธนาคารสาขาเช่นเดียวกับประเทศไทย

ในยุคปัจจุบันธนาคารพาณิชย์อยู่ในภาวะที่มีการแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรง เนื่องจากลูกค้าที่ใช้บริการ มีทางเลือกในการเลือกใช้บริการทางการเงินได้จากหลากหลายธนาคาร ธนาคารพาณิชย์จึงจำเป็นต้องหา วิธีการต่าง ๆ ในการที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเลือกใช้บริการที่ ธนาคารพาณิชย์นั้น ๆ ต่อไป และทำให้ธนาคารสามารถที่จะครองส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด อันจะนำมาซึ่งกำไรซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดของการประกอบธุรกิจการ

หาลูกค้าใหม่เพิ่มเติม รวมทั้งการ รักษาลูกค้าเดิมของธนาคารเป็นสิ่งที่ธนาคารพาณิชย์ทุกแห่ง พยายามดำเนินการ โดยพยายามให้การ บริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบาย รวดเร็ว รวมทั้ง สร้างความเป็นกันเองกับลูกค้า และมีการนำ เอาเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาช่วยให้เกิดความน่าเชื่อถือ รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธนาคาร ทั้งยัง พยายามขยายการให้บริการทางการเงินต่าง ๆ ให้ ครบวงจร

ในยุคปัจจุบันธนาคารพาณิชย์อยู่ในภาวะที่มีการแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรง เนื่องจาก ลูกค้า ที่ใช้บริการมีทางเลือกในการเลือกใช้บริการทางการเงินได้จากหลากหลายธนาคารพาณิชย์ จึง จำเป็นต้อง หาวิธีการต่าง ๆ ในการที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการเพื่อให้ลูกค้า เลือกใช้บริการที่ ธนาคารนั้น ๆ ต่อไป และทำให้ธนาคารสามารถที่จะครองส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด อันจะนำมาซึ่งกำไรซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดของการประกอบธุรกิจการหาลูกค้าใหม่ เพิ่มเติม รวมทั้งการรักษาลูกค้า เดิมของธนาคารเป็นสิ่งที่ธนาคารพาณิชย์ทุกแห่งพยายามดำเนินการ โดยพยายามให้การบริการที่ทำให้ ลูกค้าเกิดความสะดวกสบาย รวดเร็ว รวมทั้งสร้างความเป็นกันเอง กับลูกค้า และมีการนำเอาเทคโนโลยี ต่าง ๆ เข้ามาช่วยให้เกิดความน่าเชื่อถือ รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธนาคาร ทั้งยังพยายามขยาย การให้บริการทางการเงินต่างๆให้ครบวงจร

ผู้วิจัยได้พิจารณาประเด็นที่ต้องการศึกษา ในประเด็นการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ด้านความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับบริการ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการใช้บริการ ของผู้รับบริการ
2. ด้านอิทธิพลของกระบวนการทำงานของธนาคาร ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านการวางแผนการ ปฏิบัติงาน ด้านการดำเนินการตามแผน ด้านการตรวจสอบประเมินผล และด้านการนำผลการ ประเมิน มาปรับปรุง
3. ด้านอิทธิพลของบุคลิกภาพของพนักงาน ซึ่งประกอบไปด้วย ความเป็นรูปธรรมของการ บริการ ความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ การตอบสนองความต้องการ การให้ความมั่นใจ การเข้าใจ การรับรู้ ความต้องการของผู้รับบริการ
4. ด้านอิทธิพลที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ ซึ่งประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ ความเมตตากรุณา ความซื่อสัตย์ ความไว้วางใจ ของผู้รับบริการ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่องข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน และบุคลิกภาพของพนักงาน ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานครมีการกำหนดวัตถุประสงค์ดังนี้

- 1.2.1 เพื่อศึกษาความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ
- 1.2.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของกระบวนการทำงานที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ
- 1.2.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของบุคลิกภาพของพนักงานที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การกำหนดขอบเขตของการวิจัยนี้จะอธิบายในประเด็นหัวข้อดังนี้

1.3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ที่ประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน และบุคลิกภาพ ของพนักงาน ของธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

1.3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นผู้รับบริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง โดยเนื่องจากกลุ่มประชากรมีจำนวน 400 คน (มาจากผู้รับบริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต) ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (จากตารางในหนังสือหน้า 47) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ซึ่งได้ขนาด ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างในวันที่ 8 เมษายน 2559

1.3.3 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยจะกำหนดตัวแปร 3 ลักษณะ ดังนี้

1.3.3.1 ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการใช้บริการ ของผู้รับบริการ
2. กระบวนการทำงาน (PDCA) ของธนาคาร ได้แก่ การวางแผนการปฏิบัติงาน การดำเนินการตามแผน การตรวจสอบประเมินผล การนำผลการประเมินมาปรับปรุง
3. บุคลิกภาพของพนักงาน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ การตอบสนองความต้องการ การให้ความมั่นใจ การเข้าใจการรับรู้ ความต้องการของผู้รับบริการ

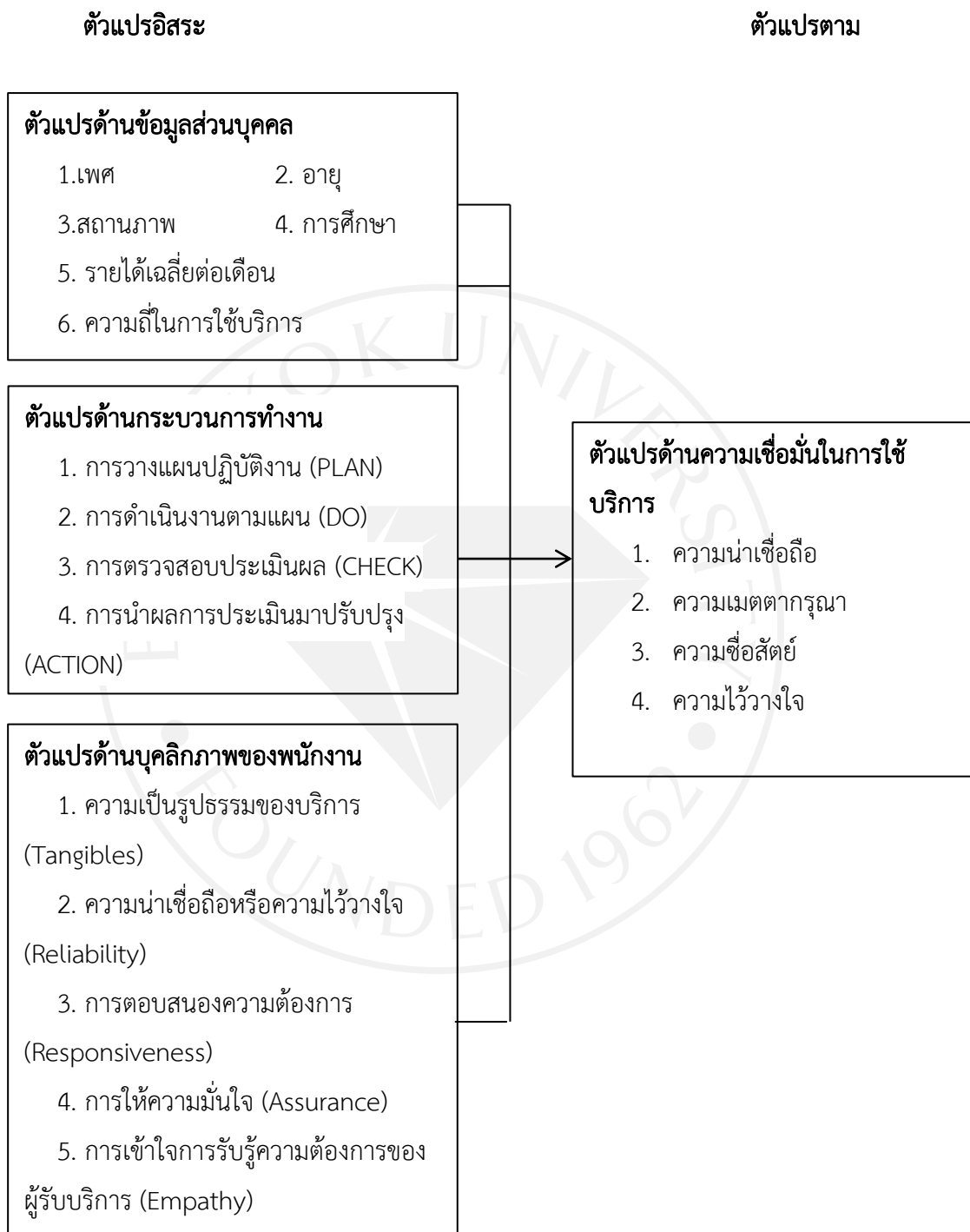
1.3.3.2 ตัวแปรตาม คือ ความเชื่อมั่นในการใช้บริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความเมตตา กรุณา ความซื่อสัตย์ ความไว้วางใจ ของผู้รับบริการ

1.3.4 การกำหนดกรอบแนวคิดวิจัย

จากการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรอิสระจำนวน 3 กลุ่ม โดยกลุ่มแรก คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการใช้บริการ ของผู้รับบริการ ส่วนกลุ่มที่สอง คือ กระบวนการทำงาน (PDCA) ของธนาคาร ได้แก่ การวางแผนการปฏิบัติงาน การดำเนินการตามแผน การตรวจสอบประเมินผล การนำผลการประเมินมาปรับปรุง ส่วนกลุ่มที่สาม คือ บุคลิกภาพของพนักงาน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรม ของการบริการ ความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ การตอบสนองความต้องการ การให้ความมั่นใจ การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ และกลุ่มตัวแปรตามจำนวน 1 กลุ่ม คือ ความเชื่อมั่น ในการใช้บริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความเมตตากรุณา ความซื่อสัตย์ ความไว้วางใจ ของผู้รับบริการ ทั้งนี้จะทำการทดสอบในลักษณะตัวแปรเดี่ยว (Univariate Analysis) ของตัวแปรอิสระที่มีต่อ ตัวแปรตามเป็นรายตัวแปร โดยสามารถอธิบายตามกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิดการวิจัย



จากกรอบแนวคิดการวิจัยสามารถอธิบายได้ว่า ตัวแปรด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับบริการ ตัวแปรด้านกระบวนการทำงาน และตัวแปรด้านบุคลิกภาพของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของผู้รับบริการ ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง โดยเป็นการวิจัยเพื่อให้ทราบว่าข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน และบุคลิกภาพของพนักงาน มีผลทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการของผู้รับบริการหรือไม่

1.4 สมมติฐานการวิจัยและวิธีการทางสถิติ

1.4.1 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการใช้บริการ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลของกระบวนการทำงาน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 อิทธิพลของบุคลิกภาพของพนักงานขาย ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

การทดสอบสมมติฐานทั้ง 3 ข้อ จะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

1.4.2 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.4.2.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.4.2.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้ง 3 ข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัย ดังนี้

2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที (t-test) กรณีการเปรียบเทียบของกลุ่มสองกลุ่มที่อิสระต่อกัน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หรือ F-Test เมื่อพบความแตกต่าง จะทดสอบเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของ เชฟเฟ (Scheffé)

2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 และข้อที่ 3 จะใช้สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

1.5 นิยามคำศัพท์

นิยามคำศัพท์สำหรับงานวิจัยมีดังนี้

1.5.1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy) คือ ข้อมูลหรือสิ่งใด ๆ ก็ตามที่เป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็น และเข้าใจถึงเรื่องราว หรือลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลหนึ่งบุคคลใด เช่น ประวัติการศึกษา ฐานะการเงิน ประวัติสุขภาพ ประวัติการทำงาน เป็นต้น ซึ่งมีสิ่งบอกลักษณะที่ทำให้รู้ตัวบุคคลผู้นั้นได้

1.5.2 กระบวนการทำงาน (PDCA) คือวงจรการควบคุมคุณภาพ ได้แก่

Plan (วางแผน) หมายถึง การวางแผนการดำเนินงานอย่างรอบคอบ ครอบคลุมถึงการกำหนดหัวข้อที่ต้องการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ซึ่งรวมถึงการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน อาจประกอบด้วย การกำหนดเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน

Plan การจัดอันดับความสำคัญของ เป้าหมาย กำหนดการดำเนินงาน กำหนดระยะเวลา การดำเนินงาน กำหนดผู้รับผิดชอบหรือผู้ดำเนินการ และกำหนดงบประมาณที่จะใช้ การวางแผนยังช่วยให้เราสามารถคาดการณ์สิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคต และช่วยลดความสูญเสียต่างๆที่อาจเกิดขึ้นได้

Do (ปฏิบัติตามแผน) หมายถึง การดำเนินการตามแผน อาจประกอบด้วย การมี โครงสร้างรองรับการดำเนินการ มีการประชุมของคณะกรรมการ และมีผลของการดำเนินการ

Check (ตรวจสอบการปฏิบัติตามแผน) หมายถึง การประเมินแผน อาจประกอบด้วย การประเมินโครงสร้างที่รองรับ การดำเนินการ การประเมินขั้นตอนการดำเนินงาน และการประเมินผลของการดำเนินงานตามแผนที่ได้ตั้งไว้ โดยในการประเมินดังกล่าวสามารถทำได้เอง โดยคณะกรรมการที่รับผิดชอบแผนการดำเนินงานนั้น ๆ ซึ่งเป็นลักษณะของการประเมินตนเอง โดยไม่จำเป็นต้องตั้งคณะกรรมการอีกชุดมาประเมินแผน หรือไม่จำเป็นต้องคิดเครื่องมือหรือแบบประเมินที่ยุ่งยาก ซับซ้อน

Act (ปรับปรุงแก้ไข) หมายถึง การนำผลการประเมินมาพัฒนาแผน อาจประกอบด้วย การนำผลการ ประเมินมาวิเคราะห์ว่ามีโครงสร้าง หรือขั้นตอนการปฏิบัติงานใดที่ควรปรับปรุงหรือพัฒนาสิ่งที่ดีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้นไปอีก และสังเคราะห์รูปแบบการดำเนินการใหม่ที่เหมาะสมสำหรับ การดำเนินการ

เมื่อได้วางแผนงาน (P) นำไปปฏิบัติ (D) ระหว่างการปฏิบัติก็ดำเนินการตรวจสอบ (C) พบปัญหา ก็ทำการแก้ไขหรือปรับปรุง (A) การปรับปรุงก็เริ่มจากการวางแผนก่อน วนไปได้เรื่อยๆ จึงเรียกววงจร PDCA

1.5.3 บุคลิกภาพ (Personality) คือ ตัวบุคคลโดยส่วนรวม ทั้งลักษณะทางกาย ซึ่งสังเกตได้ง่าย อันได้แก่รูปร่างหน้าตา กิริยาท่าทาง น้ำเสียง คำพูด ความสามารถทางสมอง ทักษะการทำกิจกรรมต่างๆ และลักษณะทางจิต ซึ่งสังเกตได้ค่อนข้างยาก ได้แก่ ความรู้สึกนึกคิด เจตคติ ค่านิยม ความสนใจ ความมุ่งหวัง อุดมคติ เป้าหมาย และความสามารถในการปรับตัว ให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม

ลักษณะดังกล่าว มีที่มาจากพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อมของแต่ละคน ส่งผลสู่ความสามารถในการปรับตัว ต่อสิ่งแวดล้อม และความแตกต่างระหว่างบุคคล

1.5.4 ความเชื่อมั่น (Reliability) หมายถึง การที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าหนึ่ง ไม่ว่าจะเกิดจากความเชื่อมั่น การนึกถึง และหรือตรึงใจผู้บริโภค และเกิดการซื้อซ้ำต่อเนื่องตลอดมา

1.5.5 การชำระเงินแก่คู่ค้า หมายถึง บริการทางการเงินออนไลน์ ที่รวมบริการด้านการชำระค่าสินค้าและการให้สินเชื่อหมุนเวียนระยะสั้นเข้าไว้ด้วยกัน เพื่ออำนวยความสะดวกให้กระบวนการค้า ระหว่างผู้ขาย และผู้แทนจำหน่าย/ผู้ซื้อ

1.5.6 ผู้รับบริการ หมายถึง ผู้ที่ใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับสำหรับงานวิจัยนี้อธิบายได้ดังนี้

1.6.1 ผลการวิจัยนี้คาดว่าจะสามารถนำไปใช้ในการวางแผนระบบการทำงานขององค์กร

1.6.2 ผลการวิจัยนี้คาดว่าจะสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาองค์กร

1.6.3 ผลการวิจัยนี้คาดว่าจะสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพ และคุณภาพการบริการ ให้มีคุณภาพมากขึ้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน และบุคลิกภาพของพนักงาน ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่ลูกค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการ ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอธิบายได้ตามรายการดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับกระบวนการทำงาน
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับบุคลิกภาพของพนักงาน
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความเชื่อมั่นในการใช้บริการ
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับกระบวนการทำงาน

การพัฒนากระบวนการในการทำงานเป็นหน้าที่หนึ่งที่ทุก ๆ คนในองค์กรไม่ว่าจะอยู่ในตำแหน่งใดก็ตาม มีหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติอยู่เสมอ เพื่อให้องค์กรนั้น ๆ มีการทำงานที่มีประสิทธิผลมากที่สุด เพื่อให้องค์กรนั้นมีความยั่งยืนในอนาคต เครื่องมือที่นำมาใช้ในการพัฒนากระบวนการทำงานที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย คือ PDCA (Plan Do Check Action) ซึ่งเป็นวงจรในการพัฒนาคุณภาพงาน โดยเป็นวงจรพัฒนาพื้นฐาน แนวคิดกระบวนการหรือวงจรพัฒนาคุณภาพ PDCA เริ่มขึ้นครั้งแรกโดยนักสถิติ Shewhart (1939) ซึ่งได้พัฒนาจากการควบคุมกระบวนการเชิงสถิติที่ Bell Laboratories ในสหรัฐอเมริกาเมื่อทศวรรษ 1930 ในระยะเริ่มแรก วงจรดังกล่าวเป็นที่รู้จักกันในชื่อ “วงจร Shewhart” จนกระทั่งราวทศวรรษที่ 1950 ได้มีการเผยแพร่อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศญี่ปุ่น โดย Deming (1950) ปรมาจารย์ทางด้านการบริหารคุณภาพ หลายคนจึงเรียกวงจรนี้ว่า “วงจร Deming” (วีรพล บดีรัฐ, 2543)

โดยในเริ่มแรก Deming ได้เน้นถึงความสัมพันธ์ 4 ฝ่าย ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ได้มาซึ่งคุณภาพประสิทธิผล และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ ได้แก่ ฝ่ายออกแบบ ฝ่ายผลิต ฝ่ายขาย และฝ่ายวิจัย ความสัมพันธ์ของทั้ง 4 ฝ่ายนั้น จะต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับคุณภาพของสินค้าตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา โดยถือว่าคุณภาพจะต้องมาก่อนได้โดยขั้นตอนแต่ละขั้นตอนของวงจร PDCA มีดังนี้

1. วางแผน (Plan) ปรีทรรศน์ พันธบุรุษยงก์ (2545) ได้กล่าวถึง การวางแผนไว้ว่าหมายถึง ความรวมถึงการกำหนดเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน วิธีการและขั้นตอนที่จำเป็นเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายในการวางแผนจะต้องทำความเข้าใจ กับเป้าหมายวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน เป้าหมายที่กำหนดขึ้นมาจะต้องสอดคล้องกันกับนโยบาย วิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร

เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาที่เป็นไปในแนวทางเดียวกันทั่วทั้งองค์กร ดังนั้น การวางแผนในบางด้าน อาจจำเป็นต้องกำหนดเป็นมาตรฐานของวิธีการทำงาน หรือเกณฑ์มาตรฐานต่างๆไปพร้อมกันด้วย ข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐานนี้จะช่วยให้การวางแผนมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพราะสามารถใช้เป็นกฎเกณฑ์ในการตรวจสอบได้ว่าการปฏิบัติงานเป็นไปตามมาตรฐานที่ได้ระบุไว้ในแผนหรือไม่

ขั้นตอน P นี้จะต้องพิจารณาถึง

- 1.1 วัตถุประสงค์ที่เหมาะสม และสอดคล้องกับแผน/พันธกิจหรือไม่
- 1.2 มีการกำหนดผู้รับผิดชอบหรือไม่ (รายบุคคล/คณะบุคคล)
- 1.3 ระยะเวลาดำเนินการที่กำหนดไว้เหมาะสมหรือไม่
- 1.4 งบประมาณที่กำหนดเหมาะสมหรือไม่
- 1.5 มีการเสนอเพื่อขออนุมัติก่อนดำเนินการหรือไม่

2. ปฏิบัติ (Do) วีรพล บดีรัฐ (2543) ได้กล่าวถึงการปฏิบัติไว้ว่า หมายถึงการปฏิบัติให้เป็นไปตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้ก่อนหน้านี้ ซึ่งก่อนที่จะปฏิบัติงานใดๆ จำเป็นต้องที่ต้องศึกษาข้อมูลและเงื่อนไขต่างๆ ของสภาพงานที่เกี่ยวข้องเสียก่อน ในกรณีที่เป็นงานประจำที่เคยปฏิบัติอยู่แล้วหรือเป็นงานขนาดเล็กก็อาจใช้วิธีการเรียนรู้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง แต่ถ้าเป็นงานใหม่ที่ยังไม่เคยทำมาก่อน หรืองานขนาดใหญ่ที่จำเป็นต้องใช้บุคลากรจำนวนมาก ก็อาจต้องจัดให้มีการฝึกอบรมให้พนักงานมีความเข้าใจเสียก่อนก่อนที่จะปฏิบัติจริง การปฏิบัติจะต้องดำเนินการไปตามแผน วิธีการและขั้นตอนที่ได้กำหนดไว้ และจะต้องเก็บรวบรวมและบันทึกข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานไว้ด้วย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินงานในขั้นตอนต่อไป ขั้นตอน D มีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 มีการกำหนดขั้นตอนหรือวิธีการดำเนินงานหรือไม่
- 2.2 มีผู้รับผิดชอบดำเนินการได้ตามกำหนดไว้หรือไม่
- 2.3 มีการประสานงานเกี่ยวกับผู้ที่เกี่ยวข้องมากน้อยเพียงไร
- 2.4 สามารถดำเนินการตามระยะเวลาที่กำหนดได้หรือไม่
- 2.5 สามารถดำเนินการได้ตามงบประมาณที่กำหนดไว้หรือไม่

3. ตรวจสอบ (Check) จากแนวคิดวงจร Deming (2004) ได้ให้คำนิยามการตรวจสอบว่าเป็นกิจกรรมที่มีขึ้นเพื่อประเมินผลว่าได้มีการปฏิบัติงานตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้หรือไม่ มีปัญหาเกิดขึ้นในระหว่างการทำงานหรือไม่ ขั้นตอนนี้ถือมีความสำคัญเนื่องจากการดำเนินงานใดๆ ก็ตาม มักจะเกิดปัญหาแทรกซ้อนตลอดเวลาที่ทำให้การดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนงานอยู่เสมอ ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อประสิทธิภาพและคุณภาพของการทำงาน การติดตาม การตรวจสอบ และการประเมินปัญหาจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องกระทำควบคู่ไปกับการดำเนินงาน เพื่อจะได้ทราบข้อมูล ที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงคุณภาพของการดำเนินงานต่อไป ในการตรวจสอบและการประเมิน การ

ปฏิบัติงาน จะต้องตรวจสอบด้วยว่าการปฏิบัตินั้นเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้หรือไม่ ทั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพของงาน ขั้นตอน C จะต้องมีการประเมินการดำเนินงานดังนี้

- 3.1 ได้มีการกำหนดวิธี/รูปแบบการประเมินหรือไม่
- 3.2 มีรูปแบบการประเมินที่เหมาะสมหรือไม่
- 3.3 ผลของการประเมินจริงกับวัตถุประสงค์ที่วางไว้หรือไม่
- 3.4 ปัญหา/จุดอ่อนที่พบในการดำเนินงานมีหรือไม่
- 3.5 ข้อดี/จุดแข็ง ของการดำเนินงานมีหรือไม่

4. ปรับปรุงแก้ไข (Act) โดย เสน่ห์ สุวิธรรมา (2556) ได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับการปรับปรุงแก้ไขว่าเป็นกิจกรรมที่มีขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นหลังจากการตรวจสอบแล้ว การปรับปรุงอาจเป็นการแก้ไขแบบเร่งด่วนเฉพาะหน้า หรือการค้นหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเดิมขึ้นมาอีก การปรับปรุงนี้อาจนำไปสู่การกำหนดมาตรฐานของ วิธีการทำงานที่แตกต่างไปจากเดิม เมื่อมีการดำเนินงานตามวงจร PDCA ในรอบใหม่ ข้อมูลที่ได้รับจากการปรับปรุงจะช่วยให้การวางแผนมีความสมบูรณ์ และมีคุณภาพเพิ่มขึ้น ขั้นตอนนี้จะต้องมีการปรับปรุงติดตามผลการประเมินดังนี้

- 4.1 มีการระดมสมองเพื่อหาทางแก้ไขปัญหา/จุดอ่อนที่ค้นพบ
- 4.2 มีการระดมสมองเพื่อหาทางเสริมข้อดี/จุดแข็งเพิ่มขึ้น
- 4.3 มีการนำผลที่ได้จากการระดมสมอง เสนอคณะกรรมการประกันคุณภาพของคณะเพื่อพิจารณาสำหรับใช้วางแผนในครั้งต่อไป
- 4.4 กำหนดกลยุทธ์ในการจัดทำแผนครั้งต่อไป
- 4.5 กำหนดผู้รับผิดชอบไปดำเนินการจัดทำแผนในครั้งต่อไป

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2545) กล่าวถึง วงจรคุณภาพ (PDCA) เป็นกิจกรรมที่จะนำไปสู่การปรับปรุงงานและการควบคุมอย่างเป็นระบบอันประกอบด้วย การวางแผน (Plan) การนำแผนไปปฏิบัติ (Do) การตรวจสอบ (Check) และการปรับปรุงแก้ไข (Act) กล่าวคือจะเริ่มจากการวางแผนการนำแผนที่วางไว้มาปฏิบัติ การตรวจสอบผลลัพธ์ที่ได้ และหากไม่ได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหมายไว้ จะต้องทำการทบทวนแผนการโดยเริ่มต้นใหม่อีกครั้งหนึ่งและทำตามวงจรคุณภาพซ้ำอีก เมื่อวงจรคุณภาพหมุนซ้ำไปเรื่อยๆ จะทำให้เกิดการปรับปรุงงาน และ ทำให้ระดับผลลัพธ์สูงขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นการกระทำตามวงจรคุณภาพ จึงเท่ากับการสร้างคุณภาพที่ น่าเชื่อถือมากขึ้นโดยจุดเริ่มต้นของวงจรคุณภาพอยู่ที่การพยายามตอบคำถามให้ได้ว่าทำอย่างไรจึงจะดีขึ้น

Deming (2004) กล่าวว่า การจัดการอย่างมีคุณภาพเป็นกระบวนการที่ดำเนินการต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดผลผลิตและบริการที่มีคุณภาพขึ้น โดยหลักการที่เรียกว่า วงจรคุณภาพ (PDCA) ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือด้านการวางแผน ด้านการปฏิบัติตามแผน ด้านการตรวจสอบ และด้านการปรับปรุงแก้ไขดังนี้

Plan คือ กำหนดสาเหตุของปัญหา จากนั้นวางแผนนั้น เพื่อการเปลี่ยนแปลง หรือการทดสอบเพื่อจัดการปรับปรุงให้ดีขึ้น

Do คือ การปฏิบัติตามแผนหรือทดลองปฏิบัติเป็นการนำร่องในส่วนตัว

Check คือ ตรวจสอบเพื่อทราบว่าบรรลุผลตามแผนงาน

Act คือ ยอมรับการเปลี่ยนแปลง หากบรรลุผลเป็นที่น่าพอใจหรือหากผลการ ปฏิบัติไม่เป็นไปตามแผน ให้ทำซ้ำวงจรโดยใช้การเรียนรู้จากการกระทำในวงจรที่ได้ปฏิบัติไปแล้ว

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพของพนักงาน

อัญชลี แจ่มเจริญ (2545) ได้กล่าวไว้ว่า บุคลิกภาพ คือ ลักษณะเฉพาะของบุคคลที่บ่งบอกถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล เป็นการแสดงออกของพฤติกรรม ซึ่งให้เห็นถึงความเป็นปัจเจกบุคคล เป็นลักษณะที่ส่งผลต่อการ ติดต่อสื่อสารและปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งบุคลิกภาพมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน เช่น บุคลิกภาพของพนักงานขายที่ส่งผลต่อยอดขาย

พิชัย ไชยสงคราม (2554) ได้กล่าวไว้ว่า บุคลิกภาพที่สร้างความประทับใจครั้งแรกให้กับลูกค้า จะมีผลต่อความรู้สึกของลูกค้าที่จะซื้อหรือไม่ ซื้อสินค้าได้ บุคลิกภาพที่ดีจะช่วยให้พนักงานขายสามารถ “ขายตนเอง” นั่นคือ สามารถสร้าง ความไว้วางใจและความรู้สึกที่ดีต่อลูกค้า ซึ่งจะช่วยให้การขายประสบความสำเร็จมากขึ้น โดย พนักงานขายต้องปรับปรุงบุคลิกภาพให้เหมาะสม ดังนี้

1. ด้านเรือนร่าง สามารถสร้างความประทับใจแรกแก่ลูกค้า เพราะเสื้อผ้าจะแสดง ถึงการมีรสนิยมที่ดี แต่ต้องเรียบร้อย สุภาพ ถูกต้องตามกาลเทศะ มีความสะอาด ไม่สกปรก เลอะเทอะ และไม่มีกลิ่นตัว

2. ด้านหน้าตา ใบหน้ามีความสำคัญมากที่สุดในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ใบหน้าของพนักงานขายจะต้องมีรอยยิ้ม เพื่อแสดงถึงความเป็นมิตร รวมไปถึงใบหน้าต้องมีความสะอาด มีสุขภาพฟันที่ดี ทรงผมจัดทรงเรียบร้อย และไม่มีกลิ่นปากที่ไม่พึงประสงค์ต่อลูกค้า

3. ลักษณะร่างกาย มีร่างกายแข็งแรง มีความสง่างาม และคล่องแคล่วว่องไว

4. ด้านเสียง ควรมีสำเนียงที่น่าฟัง พุดจาชัดเจน มีหางเสียง ใช้คำพูดให้มีความถูกต้องและควรหัดพูดจาภาษาท้องถิ่น

5. กิริยามารยาท ควรมีกิริยามารยาทที่อ่อนน้อม พุดคุยกับลูกค้าด้วยความเป็นมิตร พุดจาไพเราะ ยิ้มแย้มแจ่มใส

วสันต์ ฤทธิมนตรี (2557) ได้กล่าวไว้ว่า บุคลิกภาพของพนักงานขายนั้น ไม่ว่าจะเป็นการพบปะกับลูกค้าครั้งแรกหรือครั้งใดก็ตาม ต้องสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเสมอ เพราะความประทับใจจะช่วยสร้างการจดจำที่ดี สร้างความรู้สึกที่ดี และสร้างสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว บุคลิกภาพของพนักงานขายจะช่วยสร้างความประทับใจและความน่าเชื่อถือต่อสายตาลูกค้าที่มองเห็น ดังคำกล่าวที่ว่า “บุคลิกภาพดี ย่อมมีชัยไปกว่าครึ่ง”

ชำนาญ ฉายวิจิต (2554) ได้กล่าวไว้ว่า บุคลิกภาพส่งผลต่อความก้าวหน้าของพนักงานขาย บุคลิกภาพของพนักงานขายจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะความประทับใจแรกที่ลูกค้าได้รับนั้นคือบุคลิกภาพของพนักงานขาย ดังนั้นพนักงานขายจึงควรเอาใจใส่และปรับปรุงบุคลิกภาพของตนเองให้ดียิ่งขึ้น

Bootzin (1991) กล่าวว่า บุคลิกภาพเป็นลักษณะนิสัย รูปแบบของความคิด ความรู้สึก และการประพฤติปฏิบัติของบุคคลในแต่ละบุคคล เมื่อนำบุคลิกภาพมาวิเคราะห์ให้สัมพันธ์ กับงาน อุตสาหกรรม ซึ่งเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ทั้งทางด้านการบริหาร การผลิต การจำหน่าย และการให้บริการ จะพบว่าทุกลักษณะของบุคลิกภาพส่งผลต่อการดำเนินงาน ซึ่งเป็น ลักษณะ ส่วนรวมของบุคคลทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ที่เอื้ออำนวยให้เกิดผลดีต่อการดำเนินงาน อุตสาหกรรมทั้งในแง่ของการบริหาร การผลิต การจำหน่าย และการให้บริการในงาน อุตสาหกรรม

รติวัลย์ วัฒนสิน (2554) ได้กล่าวไว้ว่า บุคลิกภาพแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ลักษณะที่เก็บตัว (Introvert) และลักษณะที่แสดงตัว (Extrovert) ในแต่ละลักษณะมีทั้งข้อดี และข้อเสียรวมอยู่ด้วยกัน บุคคลโดยทั่วไปจะมีทั้งสองลักษณะผสมกัน แต่บางบุคคลจะมีลักษณะไป ทางด้านเก็บตัว ซึ่งเหมาะสมสำหรับหน้าที่การงานบางอย่าง เช่น นักคิด นักประดิษฐ์ และนักบัญชี เป็นต้น สำหรับ บุคคลที่มีลักษณะแสดงตัวจะเหมาะสมกับงานด้านการติดต่อสื่อสาร เช่น บรรณารักษ์ นักธุรกิจ นักการเมือง และพนักงานขาย เป็นต้น

Costa & McCrae (1992) ได้กล่าวถึงแนวคิดบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบว่า บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบมีพื้นฐานความเชื่อว่าบุคลิกทั้ง 5 องค์ประกอบเปรียบเสมือนตะกร้าที่บรรจุกลุ่มของ ลักษณะนิสัยย่อยๆ ของมนุษย์ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันไว้ด้วยกัน ซึ่งรายละเอียดของบุคลิกภาพทั้ง 5 องค์ประกอบ มีรายละเอียด ดังนี้

1. บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism) เป็นลักษณะบุคลิกภาพที่ตรงข้ามกับ บุคลิกภาพแบบมั่นคงทางอารมณ์ บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวสูง มีแนวโน้มที่จะมีความวิตกกังวล อารมณ์แปรปรวน เวทนาสงสารตนเอง คำนึงถึงแต่ตนเอง ฉุนเฉียวง่าย และมีแนวโน้มที่จะเกิดความเครียดจนนำไปสู่ความผิดปกติทางจิตได้ สำหรับบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวต่ำ จะเป็นคน สุขุมเยือกเย็น พึงพอใจในตนเอง และไม่ฉุนเฉียวง่าย

2. บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extroversion) เป็นลักษณะของบุคคลที่สนใจสิ่งต่างๆ รอบตัวและสิ่งต่างๆ ภายในบุคคลอื่น ดังนั้นบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบแสดงตัวสูง จะเป็นคนมีเสน่ห์

สนุกสนานร่าเริง ช่างพูด ชอบเข้าสังคม มีอารมณ์ขัน และมองโลกในแง่ดี และหากบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบแสดงตัวต่ำ จะเป็นคนเก็บตัว เงียบขรึม รักสันโดษ เย็นชา และอาจจะถึงขั้นแสดงอารมณ์รุนแรงออกมา

3. บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Open to Experience) เป็นลักษณะของบุคคลที่ชอบความหลากหลาย ชอบแสดงความคิดเห็นในกิจกรรมต่างๆ และมีความสุขกับการคบค้าสมาคมกับบุคคลอื่น ชอบค้นหาสิ่งแปลกใหม่ มีความคิดสร้างสรรค์ มีจินตนาการสูง ใฝ่รู้ใฝ่เรียน และโอ้อวดอารี แต่หากเป็นบุคลิกภาพแบบไม่เปิดรับประสบการณ์ จะเป็นบุคคลที่ยึดติด กับสิ่งเดิม ค่านิยมเก่าๆ ตรงไปตรงมา และขาดจินตนาการ

4. บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness) เป็นลักษณะของบุคคลที่ใจอ่อน มีความเมตตา ใฝ่ใจผู้อื่นง่าย ใจดี คล้อยตามผู้อื่น มีความอดทน แต่หากเป็นบุคลิกภาพแบบไม่ประนีประนอม จะเป็นบุคคลที่ขี้สงสัย ตระหนี่ ไม่เป็นมิตร อารมณ์ฉุนเฉียว และชอบวิจารณ์ผู้อื่น

5. บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness) เป็นลักษณะของบุคคลที่มีความเป็นระเบียบ ทะเยอทะยาน มีระเบียบวินัยในตนเอง ชอบทำงานหนัก มีจิตสำนึกในความรับผิดชอบ ตรงต่อเวลา แต่หากเป็นบุคลิกภาพที่มีจิตสำนึกต่ำ จะเป็นบุคคลที่มีความประมาท เกียจคร้าน ไม่มีระบบระเบียบ ไม่มีเป้าหมายในชีวิต และยอมแพ้เมื่อเจออุปสรรค

ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2547) ได้อธิบายว่า เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพความสัมพันธ์ที่เกิดจากคุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ของ Parasuraman และคณะ มีระดับของความสัมพันธ์ (Degree of Correlation) ระหว่างตัวแปรดังกล่าว ค่อนข้างสูง จึงปรับเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพเหลือเพียง 5 ประการ ดังต่อไปนี้

1. ความไว้วางใจ หรือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำ การให้บริการตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า และการบริการมีความสม่ำเสมอ ซึ่งส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการ และสามารถให้ความไว้วางใจได้

2. ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการให้บริการ มีความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า มีความซื่อสัตย์และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ ทำให้ลูกค้ารู้สึกมีความมั่นคงปลอดภัย

3. สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) เป็นลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงาน และวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่างๆ

4. ความใส่ใจ (Empathy) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก ติดต่อได้ง่าย มีความสามารถในการติดต่อสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจได้ มีความเห็นอกเห็นใจ และเข้าใจลูกค้าอย่างถ่องแท้

5. การสนองตอบลูกค้า (Responsiveness) ความเต็มใจที่จะให้บริการในทันที และให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี

Spechler (1988) ได้กล่าวว่า การที่จะทำให้คุณภาพการบริการประสบผลสำเร็จเป็นที่พอใจ ของลูกค้า นั่นคือ การกำหนดรูปแบบการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยมีปัจจัย สำคัญสองประการคือ การเพิ่มผลผลิต และการเพิ่มคุณภาพ นั่นคือการตระหนักถึงคุณภาพ การนำวิธีการ และเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ เพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและประทับใจมากที่สุด

คุณภาพความสัมพันธ์ หมายถึง การที่ผู้บริโภคประเมินถึงความสัมพันธ์ที่มีคุณภาพระหว่างผู้บริโภคและร้านค้า การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของผู้บริโภคและร้านค้า เพื่อให้ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นมีความมั่นคง ซึ่งคุณภาพความสัมพันธ์ประกอบไปด้วยความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความผูกพัน (Adjei & Clark, 2010) ดังนี้

1. ความไว้วางใจ (Trust) เกิดจากการที่ผู้บริโภครู้สึกไว้วางใจในร้านค้า เนื่องจากการที่ร้านค้าให้ข้อมูลที่ เป็นความจริง และช่วยแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้บริโภค
2. ความพึงพอใจ (Satisfaction) เกิดจากการที่ผู้บริโภครับรู้ถึงการกระทำของร้านค้าที่ตรงกับ ความคาดหวังของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจเมื่อความคาดหวังได้รับการตอบสนอง
3. ความผูกพัน (Relationship) เกิดจากการที่ผู้บริโภครู้สึกประทับใจในการรักษาความสัมพันธ์ของร้านค้า ผู้บริโภครู้สึกว่าร้านค้าเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต และเกิดความจงรักภักดีต่อร้านค้า

2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความเชื่อมั่นในการใช้บริการ

ธีรภาพ วัฒนวิจารณ์ (2545) กล่าวว่า ความเชื่อมั่นว่าเป็นสิ่งที่อยู่ในตัวโดยจะทำหน้าที่ ในการกำกับความคิดและความรู้สึกในปัญหาต่างๆ และจะแสดงออกมาในลักษณะของพฤติกรรม ที่ปรากฏต่อบุคคลภายนอกซึ่งก็คือบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลความเชื่อมั่นไม่ได้จำกัดอยู่แต่ในตัวเอง แต่รวมถึงความเชื่อมั่นในผู้อื่นด้วย

ปัญญาภรณ์ ศรีกุลชา (2553) กล่าวว่า ความเชื่อมั่น คือ ความมั่นใจในความซื่อสัตย์ความ น่าเชื่อถือ และความยุติธรรมในบุคคลหรือสิ่งใดๆ เป็นความคาดหวังส่วนบุคคลที่คาดหวังต่อบุคคล อื่นว่าสามารถไว้วางใจหรือเชื่อถือได้ เห็นว่าความมั่นใจเป็นส่วนหนึ่งของความเชื่อมั่น ซึ่งเป็นผล มาจากความเชื่อที่มีต่อองค์กรว่าองค์กรนั้นเป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือซื่อสัตย์หรือมีคุณธรรมสูงจะ ประกอบด้วยการบริการที่มีคุณภาพ มีความซื่อสัตย์มีความยุติธรรม มีความรับผิดชอบ ให้ความช่วยเหลือ

Kitchen, Joanne, Li & Graham (1999) กล่าวว่า ความเชื่อมั่นเป็นความรู้สึกมั่นใจ และเชื่อใจว่าอีกฝ่ายจะทำงานอย่างเต็มประสิทธิภาพเพื่อบรรลุประสิทธิผลที่ก่อให้เกิดประโยชน์ ทั้งสองฝ่าย โดยอาจกล่าวได้ว่าความเชื่อมั่นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกซึ่งเป็นผลที่ได้รับมาจาก

ประสบการณ์ที่ได้รับไม่ว่าจะเป็นจากบุคคลหรือองค์กรในด้านต่างๆ เช่น ความซื่อสัตย์ยุติธรรม ความสามารถในการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมอันอาจกล่าวได้ว่าเป็นความคาดหวังในทางบวกที่มีต่อบุคคลหรือองค์กร

Marshall (2000) ความเชื่อมั่นเป็นผลสะท้อนให้เกิดความเชื่อมั่น ความซื่อสัตย์ของบุคคลที่มีต่อคุณลักษณะและความสามารถของบุคคลอื่น ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคสามารถประเมินได้จากความเชื่อมั่นของลูกค้า ซึ่งผู้ให้บริการแต่ละรายจะได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้าแตกต่างกัน และจะเกิดการประเมินได้เมื่อลูกค้าได้รับการบริการแล้วจะมีการเปรียบเทียบกับสัญญาที่ผู้ให้บริการกำหนดไว้ ความเชื่อมั่นมีความสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดลักษณะข้อผูกมัด เพื่อแสดงสัมพันธภาพระหว่างลูกค้าและองค์กร

Morgan & Hunt (1994) ความเชื่อมั่น คือ สภาพความเป็นจริงเมื่อคนจำนวนหนึ่งเกิดความเชื่อมั่นโดยเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความเชื่อถือ (Reliability) และความซื่อสัตย์จริงใจ (Integrity) โดยมีความสัมพันธ์ใกล้ชิด

Stern (1997) ความเชื่อมั่น คือ พื้นฐานของความสัมพันธ์ทางการติดต่อสื่อสารในการให้บริการแก่ลูกค้า องค์กรจำเป็นต้องเรียนรู้ทฤษฎีความสัมพันธ์ใกล้ชิด ความคุ้นเคยเพื่อครองใจลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 5 C ได้แก่

- การสื่อสาร (Communication)
- ความดูแลและการให้ (Caring and Giving)
- การให้ข้อผูกมัด ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า (Commitment)
- การให้ความสะดวกสบาย (Comfort) หรือความสอดคล้อง (Compatibility)
- การแก้ไขสถานการณ์ความขัดแย้ง (Conflict)
- การให้ความไว้วางใจ (Trust)

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กาญจวรรณ จารุพัฒนากุล (2553) การศึกษาความเชื่อมั่นบริการชำระสินค้าผ่านระบบ มือถือและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่จะก่อให้เกิดความเชื่อมั่น ทำการศึกษาในกลุ่มประชากรจำนวน 388 ราย สะท้อนผลว่าความเชื่อมั่นในบริการนี้มีความน่าเชื่อถือในระดับปานกลาง วิเคราะห์สาเหตุโดยรวมพบว่า คนส่วนใหญ่ยังคงรู้สึกว่าจะมีความเสี่ยงที่จะสูญเสียเงินจากช่องทางนี้ อีกทั้งยังไม่รู้สึกว่าการบริการนี้จะช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการชำระเงินนอกเหนือจากช่องทางที่ใช้ อยู่ในปัจจุบัน นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยความน่าเชื่อถือ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ ความเสี่ยงพบว่า ปัจจัยทั้งสามมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่น

พริยา เชาวลิทวงศ์ (2554) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และพฤติกรรมการความปลอดภัยในการทำงาน: กรณีศึกษาบุคลากร ฝ่ายช่างสายการบินแห่งหนึ่ง ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1) ระดับบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกอยู่ใน ระดับ สูง บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว บุคลิกภาพแบบแสดงตัว บุคลิกภาพแบบเปิดรับ ประสบการณ์ และ บุคลิกภาพแบบประนีประนอม อยู่ในระดับปานกลาง 2) ระดับการรับรู้ความสามารถของตนเอง อยู่ในระดับสูง 3) ระดับพฤติกรรมการความปลอดภัยในการทำงาน อยู่ในระดับสูง 4) บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการความปลอดภัยในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 5) การรับรู้ความสามารถของตนเองสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการความปลอดภัยในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 6) บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบไม่มีสัมพันธ์กับการรับรู้ 7) การรับรู้ความสามารถทำนายพฤติกรรมการความปลอดภัยในการทำงาน

ศิริภา รุ่งสว่าง (2555) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพบุคลากรมีผลต่อประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรเอกชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านการส่งเสริมคุณธรรม และ จริยธรรมในการทำงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการฝึกอบรมทักษะการทำงาน ด้านการส่งเสริมให้มีการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นและด้านการ ส่งไปศึกษาดูงาน ตามลำดับ ในเรื่องเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ให้ความสำคัญด้านเวลามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณของงาน และด้านค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงาน ตามลำดับ นอกจากนี้ข้อมูลส่วนบุคคล ด้านอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานที่ แตกต่างกัน และการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการส่งไปศึกษาดูงาน และด้านการส่งเสริมคุณธรรม และจริยธรรมในการทำงาน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น การพัฒนาศักยภาพบุคลากร ด้านการส่งไปศึกษาดูงานและด้านการส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมในการทำงาน จึงมีผลต่อ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน ทั้งด้านคุณภาพของงานด้านปริมาณของงาน ด้านเวลา และ ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

วิชา อินทร์ทับทัน (2557) ศึกษาเรื่อง การเตรียมความพร้อมด้านภาษา ด้านบุคลิกภาพ และ ด้านบริการของพนักงานธนาคารระดับปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิผลในการสื่อสารเพื่อก้าวเข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในเขตปทุมวัน สาทร บางรัก กรุงเทพมหานคร โดยแจกกับพนักงาน ธนาคารระดับปฏิบัติการ จำนวน 400 คน ส่วนวิธีการทางสถิติแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่สถิติทดสอบค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์แบบพหุคูณพบว่า การเตรียมความพร้อม ด้าน ภาษา ในการรู้ภาษา และการเรียนภาษามีผลต่อประสิทธิผลในการสื่อสารของพนักงานธนาคาร ระดับปฏิบัติการในการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การเตรียมความพร้อมด้านบุคลิกภาพ ในด้านบุคลิกภาพแบบแสดงออก และด้านบุคลิกภาพแบบ เปิดรับประสบการณ์มีผลต่อประสิทธิผล

ในการสื่อสารของพนักงานธนาคารระดับปฏิบัติการในการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และการเตรียมความพร้อมด้านบริการ ในด้านการ ติดต่อสื่อสารและความสุภาพอ่อนโยน มีผลต่อ ประสิทธิภาพในการสื่อสารของพนักงานธนาคารระดับปฏิบัติการในการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน ในเขตปทุมวัน สาทร บางรัก กรุงเทพมหานคร

ชุดิมา ดวงจันทร์ (2558) การศึกษากระบวนการให้บริการ คุณภาพการบริการ และส่วน ประสมการตลาดบริการ ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ไทย ในห้างสรรพ สินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว เขตจตุจักร โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มาใช้บริการ ธนาคารพาณิชย์ไทยจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-60,000 บาท มีความเชื่อมั่นในธนาคารพาณิชย์ไทยในระดับมาก ด้านสถานที่การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกในระดับที่มากที่สุด ความเต็มใจในการบริการอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ทางด้านส่วนประสมทางการตลาด รูปแบบอาคารสถานที่อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยเรื่องการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน และบุคลิกภาพของพนักงาน ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของผู้รับบริการ ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร มีระเบียบวิธีการวิจัยดังนี้

- 3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย
- 3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 สมมติฐานการวิจัย
- 3.5 วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่มีรูปแบบการวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม แบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ที่ประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลกระบวนการทำงาน และ ข้อมูลบุคลิกภาพของพนักงาน ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ตามรายละเอียด ดังนี้

3.1.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) มีทั้งหมด 4 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง

ข้อมูลส่วนบุคคล ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ ดังนี้

1. เพศ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. อายุ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
3. สถานภาพ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
4. การศึกษา ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
5. รายได้ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
6. ความถี่ในการใช้บริการ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามเรียงอันดับ

(Ordinal Scale)

2. ข้อมูลกระบวนการทำงาน (PDCA)

ข้อมูลกระบวนการทำงาน ประกอบด้วย การวางแผนการปฏิบัติงาน การดำเนินการตามแผน การตรวจสอบประเมินผล การนำผลการประเมินมาปรับปรุง โดยมีระดับการวัดแบบ Interval

สำหรับการวัดระดับความคิดเห็นจะมีระดับการวัดดังนี้

- | | |
|-----------------------|------------------|
| 1. เห็นด้วยน้อยที่สุด | มีค่าคะแนนเป็น 1 |
| 2. เห็นด้วยน้อย | มีค่าคะแนนเป็น 2 |
| 3. เห็นด้วยปานกลาง | มีค่าคะแนนเป็น 3 |
| 4. เห็นด้วยมาก | มีค่าคะแนนเป็น 4 |
| 5. เห็นด้วยมากที่สุด | มีค่าคะแนนเป็น 5 |

สำหรับการวัดระดับความคิดเห็นเป็นช่วงคะแนนมีระดับการวัดดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 - 5.00	มากที่สุด
3.41 - 4.20	มาก
2.61 - 3.40	ปานกลาง
1.81 - 2.60	น้อย

3. ข้อมูลบุคลากรภาพของพนักงาน

ข้อมูลบุคลากรภาพของพนักงาน ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการ บริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ โดยมีระดับการวัดแบบ Interval สำหรับการวัดระดับความคิดเห็นจะมีระดับการวัดดังนี้

- | | |
|-----------------------|------------------|
| 1. เห็นด้วยน้อยที่สุด | มีค่าคะแนนเป็น 1 |
| 2. เห็นด้วยน้อย | มีค่าคะแนนเป็น 2 |
| 3. เห็นด้วยปานกลาง | มีค่าคะแนนเป็น 3 |
| 4. เห็นด้วยมาก | มีค่าคะแนนเป็น 4 |
| 5. เห็นด้วยมากที่สุด | มีค่าคะแนนเป็น 5 |

สำหรับการวัดระดับความคิดเห็นเป็นช่วงคะแนนมีระดับการวัดดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 - 5.00	มากที่สุด
3.41 - 4.20	มาก
2.61 - 3.40	ปานกลาง

1.81 – 2.60 น้อย

4. ข้อมูลความเชื่อมั่นในการใช้บริการ

ข้อมูลความเชื่อมั่นในการใช้บริการ ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเมตตาากรุณา ด้านความซื่อสัตย์ ด้านความไว้วางใจ โดยมีระดับการวัดแบบ Interval สำหรับ การวัดระดับความคิดเห็นจะมีระดับการวัดดังนี้

- | | |
|-----------------------|------------------|
| 1. เห็นด้วยน้อยที่สุด | มีค่าคะแนนเป็น 1 |
| 2. เห็นด้วยน้อย | มีค่าคะแนนเป็น 2 |
| 3. เห็นด้วยปานกลาง | มีค่าคะแนนเป็น 3 |
| 4. เห็นด้วยมาก | มีค่าคะแนนเป็น 4 |
| 5. เห็นด้วยมากที่สุด | มีค่าคะแนนเป็น 5 |

สำหรับการวัดระดับความคิดเห็นเป็นช่วงคะแนนมีระดับการวัดดังนี้

- | | |
|-------------|-----------|
| ค่าเฉลี่ย | ความหมาย |
| 4.21 - 5.00 | มากที่สุด |
| 3.41 - 4.20 | มาก |
| 2.61 – 3.40 | ปานกลาง |
| 1.81 – 2.60 | น้อย |

3.1.2 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test) และการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) ของแบบสอบถามแบบสอบถาม (Questionnaire)

1. การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test)

งานวิจัยนี้จะนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วมอบให้กับอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ ต่องานวิจัย

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test)

เมื่อผู้วิจัยได้แก้ไขแบบสอบถามตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิระบุเรียบร้อยแล้ว จะต้องนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) โดยทำการแจกกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสภาพ ความเป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่ ผู้ที่มาใช้บริการ จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือ โดยการ วิเคราะห์ประมวลหาค่าครอนบาร์คแอลฟา (Cronbach's Alpha Analysis Test) ซึ่งได้ค่าเท่ากับ 0.980

ตารางที่ 3.1: ค่าครอนบาร์คแอลฟา

ตัวแปร	ค่าครอนบาร์คแอลฟา
1. กระบวนการทำงาน	0.982
2. บุคลิกภาพของพนักงาน	0.949
3. ความเชื่อมั่น	0.927
รวม	2.858

หลังจากนั้นแบบสอบถามจะนำไปให้กลุ่มตัวอย่างได้ตอบตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ใน การศึกษาโดยจะทำการแจกในวันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2559

3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นผู้รับบริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทาง อินเทอร์เน็ต โดยจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจาก ผู้ที่ใช้บริการเป็นประจำ เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการ ที่ได้รับการให้ บริการอย่างต่อเนื่อง และเป็นลูกค้าของธนาคาร

ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มประชากรมีจำนวน 400 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับ ความคลาดเคลื่อน $+5%$ ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน (มาจากผู้รับบริการการชำระเงินแก่ คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต) และจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่เป็น ผู้ใช้บริการ ในวันที่ 8 เมษายน พ.ศ.2559 โดยจะสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยมีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับกระบวนการและขั้นตอนการเก็บข้อมูลมีดังนี้

3.3.1 ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่ใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทาง อินเทอร์เน็ต ที่จะทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

3.3.2 ผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย รวมทั้งหลักเกณฑ์ในการตอบ แบบสอบถามเพื่อให้ ของผู้รับบริการ มีความเข้าใจในข้อคำถาม และความต้องการของผู้วิจัย

3.3.3 ทำการแจกแบบสอบถามให้กับผู้รับบริการ โดยมีระยะเวลาในการทำแบบสอบถาม 1 วัน หลังจากนั้นจึงทำการเก็บแบบสอบถามคืน

3.3.4 นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

3.4 สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน และบุคลิกภาพของพนักงาน ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่ลูกค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการกำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ ความถี่ในการใช้บริการ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่ลูกค้า ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขต กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลของกระบวนการทำงาน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่ลูกค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขต กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 อิทธิพลของบุคลิกภาพของพนักงานขาย ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้ บริการ การชำระเงินแก่ลูกค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

การทดสอบสมมติฐานทั้ง 3 ข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3.5 วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลในส่วน ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และความถี่ในการใช้บริการ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ

3.5.2 สถิติเชิงอ้างอิง ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงอ้างอิง การวิเคราะห์เพื่อทดสอบความมีอิทธิพลหรือ การ ส่งผลต่อกันระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ด้านข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน และ บุคลิกภาพของ พนักงานขาย กับตัวแปรตาม คือ ความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่ลูกค้า ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งใช้ มาตรฐานวัดอันตรายภาคชั้น และเพื่อทดสอบถึงความแตกต่างที่ตัวแปรอิสระดังกล่าวแต่ละตัวมีต่อตัวแปร

ตาม ดั้งนั้นสถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์ T-test การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการ ทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของเซฟเฟ (Scheffe) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)



บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน และบุคลิกภาพของพนักงานที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลการวิจัยที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมติฐานทั้ง 3 ข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

4.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่ม 2 กลุ่มที่มีอิสระต่อกัน (Independent Sample t-Test) กรณีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่ม ตั้งแต่ 3 กลุ่ม ขึ้นไป จะใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และเมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเซฟเฟ (Scheffe)

4.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

4.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สมมติฐานทั้ง 3 ข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปในด้านเพศของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปในด้านเพศของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏผลดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1: ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้รับบริการ การชำระเงินแก่คู่ค้า ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
เพศชาย	161	40.25
เพศหญิง	239	59.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้รับบริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตเป็นเพศหญิง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.75 รองลงมา ได้แก่ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 40.25

4.1.2 ข้อมูลทั่วไปในด้านอายุของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปในด้านอายุของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ปรากฏผลดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2: ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละของอายุของผู้รับบริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

อายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30	80	20
31 - 40	147	36.75
มากกว่า 41	173	43.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้รับบริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด มีอายุมากกว่า 41 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.25 รองลงมา ได้แก่ อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.75 ส่วนอายุน้อยที่สุด ได้แก่ อายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 20

4.1.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามปรากฏผลดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3: ตารางแสดงจำนวนและค่าธรรมเนียมของสถานภาพของผู้รับบริการ การชำระเงินแก่คู่ค้า ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	187	46.75
สมรส	186	46.50
หย่าร้าง/หม้าย	27	6.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้รับบริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตที่ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมา ได้แก่ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 46.50 ส่วนสถานภาพที่น้อยที่สุด ได้แก่ สถานภาพหย่าร้าง/หม้าย คิดเป็นร้อยละ 6.75

4.1.4 ข้อมูลทั่วไปด้านระดับการศึกษาของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปด้านระดับการศึกษา ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏผลดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4: ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละของระดับการศึกษาของผู้รับบริการ การชำระเงิน แก่
 คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
อนุปริญญา	81	20.25
ปริญญาตรี	305	76.25
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	14	3.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้รับบริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ที่คัดเลือก
 ให้มาทำแบบสอบถาม มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.25 รองลงมา ได้แก่
 การศึกษาระดับอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 20.25 วนระดับการศึกษาที่น้อยที่สุด ได้แก่ การศึกษา
 ระดับปริญญาโท หรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 3.50

4.1.5 ข้อมูลทั่วไปด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ใน เขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขต
 กรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏผลดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5: ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้รับบริการ การชำระเงิน
 แก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000	107	26.75
30,001 - 40,000	121	30.25
40,001 - 50,000	39	9.75
มากกว่า 50,001	133	33.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้รับบริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ที่ตอบแบบสอบถาม มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,001 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมา ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า หรือเท่ากับ 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.75 ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่น้อยที่สุด ได้แก่ 40,001 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.75

4.1.6 ข้อมูลทั่วไปด้านความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทย แห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปด้านความถี่ในการใช้บริการต่อเดือนของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏผลดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6: ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละในด้านความถี่ในการใช้บริการในต่อเดือน ของผู้รับบริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความถี่ในการใช้บริการใน ต่อเดือน (ครั้ง)	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2	27	6.75
3 - 4	200	50
5 - 6	120	30
มากกว่า 7	53	13.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้รับบริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ที่คัดเลือกให้มาทำแบบสอบถาม มีความถี่ในการใช้บริการในต่อเดือนมากที่สุด 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา ได้แก่ มีความถี่ในการใช้บริการในต่อเดือน 5-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30 มีความถี่ในการใช้บริการในต่อเดือนมากกว่า 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.25 ส่วนความถี่ในการใช้บริการต่อเดือนที่น้อยที่สุด ได้แก่ 1-2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 6.75

4.1.7 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการทำงาน ด้านบุคลิกภาพของพนักงาน และด้านความเชื่อมั่นในการใช้บริการ รวมทั้งวิเคราะห์เป็นรายข้อดังนี้

ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการด้านกระบวนการทำงานที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ปรากฏผลดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการ ด้านกระบวนการทำงานที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

ระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการ ด้านกระบวนการทำงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การวางแผนการปฏิบัติงาน (PLAN)			
1.1 มีการวิเคราะห์แผนก่อนการดำเนินงานตาม โครง สร้างงาน	3.63	.483	มาก
1.2 มีการจัดทำปฏิทินปฏิบัติงานฝ่ายต่างๆ	3.60	.492	มาก
1.3 มีการกำหนดกฎเกณฑ์การตัดสินใจผลการ ดำเนินงาน ที่สอดคล้องกับมาตรฐานคุณภาพ	3.67	.473	มาก
1.4 มีการวางแผนในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล	3.63	.483	มาก
1.5 มีการกำหนดงบประมาณและการใช้ งบประมาณ อย่างมีประสิทธิภาพ	3.56	.497	มาก
รวม	3.61	.460	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการด้านกระบวนการทำงานที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่ลูกค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

ระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการ ด้านกระบวนการทำงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
2. การดำเนินการตามแผน (DO)			
2.1 มีการจัดการอบรมให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องแก่ ผู้ปฏิบัติงาน	3.70	.459	มาก
2.2 มีการพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนการสอนตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติงานประจำปี	3.66	.473	มาก
2.3 มีการดำเนินการตามที่กำหนดใน แผนปฏิบัติงาน	3.70	.461	มาก
2.4 มีการใช้ข้อมูลจริงเพื่อประเมิน และปรับปรุงงานอย่างเป็นระบบ	3.73	.445	มาก
2.5 มีการนิเทศระหว่างดำเนินการตามโครงการ หรือ การสอน	3.63	.484	มาก
รวม	3.68	.412	มาก
3. การตรวจสอบประเมินผล (CHECK)			
3.1 มีการตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ และประเมินผล	3.73	.445	มาก
3.2 มีการจัดระบบตรวจสอบและประเมินผล ที่มีประสิทธิภาพ	3.73	.445	มาก
3.3 มีการจัดสร้างและใช้เครื่องมือในการ ตรวจสอบประเมินผลตามมาตรฐานการ ประเมินคุณภาพภายใน	3.70	.461	มาก
3.4 มีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการ ประเมินผลตามแผน	3.70	.461	มาก
3.5 มีการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับ เป้าหมาย	3.73	.445	มาก
3.6 มีการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของการ ดำเนินงานทุกฝ่าย	3.70	.461	มาก
3.7 มีการกำกับตรวจติดตามผลการดำเนินงานตามแผนอย่างต่อเนื่อง	3.73	.445	มาก
รวม	3.71	.442	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการด้านกระบวนการทำงานที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่ลูกค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

ระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการ ด้านกระบวนการทำงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
4. การนำผลการประเมินมาปรับปรุง (ACTION)			
4.1 มีการตั้งคณะกรรมการแก้ไขปรับปรุง การดำเนินงาน	3.70	.461	มาก
4.2 มีการนำผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อนไปปรับปรุงแก้ไข	3.83	.458	มาก
4.3 มีการนำผลประเมินมาปรับปรุงแก้ไข อย่างต่อเนื่อง	3.90	.398	มาก
4.4 รายงานผลการปรับปรุงแก้ไขอย่างเป็น ระบบและต่อเนื่อง	3.90	.398	มาก
4.5 สรุปผลการแก้ไข ปรับปรุง และเผยแพร่ให้แก่สาธารณชนทราบ	3.90	.398	มาก
รวม	3.84	.379	มาก
กระบวนการทำงานรวม	3.71	.389	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการการชำระเงินแก่ลูกค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ด้านกระบวนการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.71) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = .389) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การนำผลการประเมินมาปรับปรุง มีคะแนนเฉลี่ย มากที่สุดโดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (\bar{X} = 3.84) รองลงมาคือ การตรวจสอบประเมินผล มีคะแนนเฉลี่ยที่ (\bar{X} = 3.71) การดำเนินการตามแผน มีคะแนนเฉลี่ยที่ (\bar{X} = 3.68) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การวางแผนการปฏิบัติงาน (\bar{X} = 3.61)

จากตารางนี้พบว่าองค์ประกอบของการวางแผนการปฏิบัติงาน มีการกระจายตัวของข้อมูล มากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = .460) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ การนำผลการประเมินมาปรับปรุง (S.D. = .389)

ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการด้านบุคลิกภาพของพนักงานที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ปรากฏผลดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการ ด้านบุคลิกภาพของพนักงานที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

ระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการ ด้านบุคลิกภาพของพนักงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)			
1.1 พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย	4.60	.491	มากที่สุด
1.2 พนักงานให้บริการด้วยความรับผิดชอบ และเต็มใจบริการ	4.73	.445	มากที่สุด
1.3 พนักงานให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ	4.73	.445	มากที่สุด
รวม	4.68	.431	มากที่สุด
2. ความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ (Reliability)			
2.1 พนักงานทำธุรกรรมของท่านโดยไม่มีข้อผิดพลาด	4.55	.564	มากที่สุด
2.2 พนักงานให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ได้ อย่างถูกต้อง	4.62	.485	มากที่สุด
2.3 พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามกำหนดเวลา ที่แจ้งท่านไว้	4.49	.501	มากที่สุด
2.4 เครื่องมือและอุปกรณ์อยู่ในสภาพพร้อมให้บริการตลอดเวลา	4.46	.499	มากที่สุด
รวม	4.53	.468	มากที่สุด
3. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)			
3.1 พนักงานมีความใส่ใจที่จะตอบปัญหาของท่าน	4.83	.376	มากที่สุด
3.2 พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาของท่านได้รวดเร็ว	4.79	.404	มากที่สุด

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.8 (ต่อ): ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการด้านบุคลิกภาพของพนักงานที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่ลูกค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

ระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการ ด้านบุคลิกภาพของพนักงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
3.3 พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร	4.86	.345	มากที่สุด
3.4 พนักงานให้บริการธุรกรรมต่างๆ ด้วยความรวดเร็ว	4.53	.566	มากที่สุด
รวม	4.75	.360	มากที่สุด
4. การให้ความมั่นใจ (Assurance)			
4.1 ท่านมั่นใจว่าพนักงานปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องไม่ผิดพลาด	4.65	.545	มากที่สุด
4.2 ท่านมั่นใจว่าธนาคารเป็นสถาบันการเงินที่มีมั่นคง	4.93	.251	มากที่สุด
4.3 ท่านมั่นใจว่าพนักงานให้คำแนะนำท่านถูกต้องเสมอ	4.72	.448	มากที่สุด
4.4 ท่านมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคาร	4.90	.300	มากที่สุด
รวม	4.80	.296	มากที่สุด
5. การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy)			
5.1 พนักงานให้ความสนใจและเอาใจใส่ท่านทุกครั้งที่มาใช้บริการ	4.80	.402	มากที่สุด
5.2 พนักงานแจ้งให้ท่านทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์ใหม่ของธนาคารเสมอ	4.49	.501	มากที่สุด
5.3 พนักงานสามารถจดจำชื่อของท่านได้ทุกครั้งที่มาใช้บริการ	4.62	.485	มากที่สุด
5.4 เวลาเปิดให้บริการของธนาคารเหมาะสมตรงกับความ ต้องการของท่าน	4.32	.835	มากที่สุด
รวม	4.55	.467	มากที่สุด
บุคลิกภาพของพนักงานรวม	4.66	.349	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทาง อินเทอร์เน็ต ด้านบุคลิกภาพของ พนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.66$) และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = .349) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การให้ความมั่นใจ มี คະแนนเฉลี่ยมากที่สุดโดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}= 4.80$) รองลงมาคือ การตอบสนองความต้องการ มีคะแนนเฉลี่ยที่ ($\bar{X}= 4.75$) ความเป็นรูปธรรมของบริการ มีคะแนนเฉลี่ยที่ ($\bar{X}= 4.68$) การเข้าใจการ รับรู้ ความต้องการของผู้รับบริการ มีคะแนนเฉลี่ยที่ ($\bar{X}= 4.55$) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความน่า เชื่อถือหรือความไว้วางใจ ($\bar{X}= 4.53$)

จากตารางนี้พบว่าองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ มีการกระจายตัว ของ ข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = .468) และข้อที่มี การกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ การให้ความมั่นใจ (S.D. = .296)

ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการด้านความเชื่อมั่นในการใช้บริการของ พนักงาน ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตธนาคาร พาณิश्य์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ปรากฏผลดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของ ผู้รับบริการ ด้านความเชื่อมั่นในการใช้บริการที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการ ชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทาง อินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิश्य์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขต กรุงเทพมหานคร

ระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการ ด้านความเชื่อมั่นในการใช้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
1. ความน่าเชื่อถือ			
1.1 ท่านคิดว่าธนาคารมีความน่าเชื่อถือทางด้าน ผลิตภัณฑ์	4.79	.406	มากที่สุด
1.2 ท่านคิดว่าธนาคารมีความน่าเชื่อถือในข้อมูล ผลิตภัณฑ์	4.79	.406	มากที่สุด
1.3 ท่านคิดว่าธนาคารมีความน่าเชื่อถือในด้านภาพลักษณ์ ขององค์กร	4.90	.304	มากที่สุด
รวม	4.82	.324	มากที่สุด
2. ความเมตตากรุณา			
2.1 มีความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า	4.80	.402	มากที่สุด

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.9 (ต่อ): ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการด้านความเชื่อมั่นในการใช้บริการที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่ลูกค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

ระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการด้านความเชื่อมั่นในการใช้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
2.2 มีความตั้งใจในการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์	4.76	.426	มากที่สุด
2.3 มีความจริงใจในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้า	4.83	.376	มากที่สุด
รวม	4.79	.383	มากที่สุด
3. ความซื่อสัตย์			
3.1 เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ เป็นอย่างดี	4.83	.374	มากที่สุด
3.2 เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้วยความสุจริต และโปร่งใส	4.83	.374	มากที่สุด
3.3 เจ้าหน้าที่ให้บริการมีการควบคุมการให้บริการให้เป็นไป ตามมาตรฐานอยู่เสมอ	4.76	.426	มากที่สุด
รวม	4.80	.373	มากที่สุด
4. ความไว้วางใจ			
4.1 สินค้าและบริการมีคุณภาพมากกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	4.55	.677	มากที่สุด
4.2 มีความซื่อตรงและซื่อสัตย์ในการให้บริการต่อลูกค้า	4.83	.374	มากที่สุด
4.3 ความสม่ำเสมอในการให้บริการ และสามารถพึ่งพาได้	4.83	.374	มากที่สุด
4.4 ความปลอดภัยทางการเงิน	4.97	.178	มากที่สุด
รวม	4.79	.339	มากที่สุด
ความเชื่อมั่นในการใช้บริการรวม	4.80	.293	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการการชำระเงินแก่ลูกค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ด้านความเชื่อมั่นในการใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.80) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = .293) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความน่าเชื่อถือ มีคะแนน

เฉลี่ย มากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (\bar{X} = 4.82) รองลงมาคือ ความซื่อสัตย์ มีคะแนนเฉลี่ยที่ (\bar{X} = 4.80) ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความเมตตากรุณา และความไว้วางใจ (\bar{X} = 4.79)

จากตารางนี้พบว่าองค์ประกอบของความเมตตากรุณา มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุด จากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = .383) และข้อที่มีการกระจายตัว ของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ความน่าเชื่อถือ (S.D. = .324)

4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมติฐานทั้ง 2 ข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

4.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่ม 2 กลุ่มที่มีอิสระต่อกัน (Independent Sample t-Test) กรณีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่ม ตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป จะใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และเมื่อพบความแตกต่างจะทำ การทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเซฟเฟ (Scheffe) ซึ่งแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.10: เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้ บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

เพศ	n	\bar{X}	t	Sig
ชาย	161	4.87	4.167	0.000*
หญิง	239	4.75		
รวม	400			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.10 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.11: ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขต กรุงเทพมหานคร

ความเชื่อมั่น	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	.412	.206	2.409	0.091
	ภายในกลุ่ม	397	33.989	.086		
	รวม	399	34.402			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขต กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.12: ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความเชื่อมั่น	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	1.260	0.630	7.550	0.001*
	ภายในกลุ่ม	397	33.141	0.083		
	รวม	399	34.402			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ใน

เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13: ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

สถานภาพ	\bar{X}	โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย
		4.77	4.85	4.66
โสด	4.77	-	0.084*	0.110
สมรส	4.85		-	0.195*
หย่าร้าง/หม้าย	4.66			-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพต่างๆ มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ คือ กลุ่มสถานภาพโสด มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทย แห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมากกว่ากลุ่มสถานภาพสมรส และกลุ่มสถานภาพสมรส มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทย แห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมากกว่ากลุ่ม หย่าร้าง/หม้าย

ตารางที่ 4.14: ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความเชื่อมั่น	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	1.053	0.526	6.267	0.002*
	ภายในกลุ่ม	397	33.349	0.084		
	รวม	399	34.402			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่น ในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15: ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

อาชีพ	\bar{X}	อนุประัญญา	ประัญญาตรี	ประัญญาโท
		4.71	4.83	4.69
อนุประัญญา	4.71	-	0.116*	0.026
ประัญญาตรี	4.83		-	0.142
ประัญญาโท	4.69			-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาต่างๆ มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริ การการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขต

กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ คือ กลุ่มการศึกษานู ปริญญา มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตธนาคาร พาณิชยไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมากกว่ากลุ่ม การศึกษา ปริญญาตรี

ตารางที่ 4.16: ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขต กรุงเทพมหานคร

ความเชื่อมั่น	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	9.381	3.127	49.491	0.000*
	ภายในกลุ่ม	369	25.021	0.063		
	รวม	399	34.402			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขต กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17: ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น ในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า	30,001 –	40,001 –	50,001 บาท
		30,000 บาท	40,000 บาท	50,000 บาท	ขึ้นไป
		4.86	4.58	4.79	4.95
ต่ำกว่า 30,000 บาท	4.86	-	0.282*	0.074	0.090
30,001 – 40,000 บาท	4.58		-	0.208*	0.372*
40,001 – 50,000 บาท	4.79			-	0.164*
50,001 บาทขึ้นไป	4.95				-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่างๆ มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขต กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ คือ กลุ่มรายได้ ต่ำกว่า 30,000 บาท มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมากกว่า รายได้ 30,001 – 40,000 บาท กลุ่มรายได้ 30,001 – 40,000 บาท มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้ บริการการชำระเงิน แก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขต กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม มากกว่า กลุ่มรายได้ 40,001 – 50,000 บาท และกลุ่มรายได้มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป และกลุ่มรายได้ 40,001 – 50,000 บาท มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการ ชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดย ภาพรวมมากกว่ากลุ่ม รายได้มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.18: ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านความถี่ในการใช้บริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความเชื่อมั่น	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	3.824	1.275		
					16.509	0.000*
	ภายในกลุ่ม	369	30.578	0.077		
	รวม	399	34.402			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านความถี่ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19: ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านความถี่ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความถี่	\bar{X}	1 – 2 ครั้ง	3 – 4 ครั้ง	5 – 6 ครั้ง	มากกว่า 7 ครั้ง
		4.88	4.71	4.89	4.93
1 – 2 ครั้ง	4.88	-	0.170*	0.011	0.058
3 – 4 ครั้ง	4.71		-	0.182*	0.229*
5 – 6 ครั้ง	4.89			-	0.046
มากกว่า 7 ครั้ง	4.93				-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านความถี่ต่างๆ มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ คือ ความถี่ 1 – 2 ครั้ง มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทย แห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมากกว่ากลุ่มความถี่ 3 – 4 ครั้ง กลุ่มความถี่ 3 – 4 ครั้ง มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทย แห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมากกว่ากลุ่มความถี่ 5 – 6 ครั้ง และกลุ่มความถี่มากกว่า 7 ครั้ง

4.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์ การถดถอย แบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งแสดงดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20: ค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการทำงานที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่าน ช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

independent variables	β	t	Sig (P-Value)
(constant)		30.154	0.000
กระบวนการทำงาน	2.529	11.165	0.000*

$R = 0.697$, $R^2 = 0.486$, $F\text{-Value} = 93.281$, * $P\text{-Value} < 0.05$

จากตารางที่ 4.20 สามารถอธิบายสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้ ดังนี้ จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยกระบวนการทำงานส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งแสดงดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21: ค่าอิทธิพลของปัจจัยบุคลิกภาพของพนักงานที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่าน ช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขต กรุงเทพมหานคร

independent variables	β	t	Sig (P-Value)
(constant)		13.144	0.000
บุคลิกภาพของพนักงาน	1.416	6.354	0.000*

$R = 0.855$, $R^2 = 0.730$, $F\text{-Value} = 213.464$, * $P\text{-Value} < 0.05$

จากตารางที่ 4.21 สามารถอธิบายสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้ดังนี้ จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยการบุคลิกภาพของพนักงาน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่องการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน และบุคลิกภาพของพนักงาน ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการ ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร มีบทสรุปที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 การอภิปรายผล
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยนำเสนอใน 2 ส่วนดังนี้

5.1.1 การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการวิเคราะห์พบว่า

5.1.1.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุมากกว่า 41 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,001 บาท และมีความถี่ในการใช้บริการ 3 – 4 ครั้งต่อเดือน

5.1.1.2 ระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ด้านกระบวนการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าการนำผลการประเมินมาปรับปรุง มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดโดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การตรวจสอบประเมินผล การดำเนิน การตามแผน ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การวางแผนการปฏิบัติงาน

5.1.1.3 ระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ด้านบุคลิกภาพของ พนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็น รายด้านพบว่าการให้ความมั่นใจ มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ การตอบสนองความต้องการ ความ เป็นรูปธรรมของบริการ การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ย น้อยที่สุดคือ ความน่าเชื่อถือ หรือความไว้วางใจ

5.1.1.4 ระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ด้านความเชื่อมั่นใน การใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็น

รายด้านพบว่า ความน่าเชื่อถือ มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ความซื่อสัตย์ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความเมตตากรุณา และความไว้วางใจ

5.1.2 การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลของสมมติฐานทั้ง 3 ข้อ ดังนี้

5.1.2.1 สมมติฐานที่ 1 ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทย แห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ทดสอบคือ สถิติทดสอบที (Independent Sample t-Test) และการวิเคราะห์ ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และความถี่ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงิน แก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขต กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่ แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของ ผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัย สำคัญ ทางสถิติ 0.05

5.1.2.2 สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลของกระบวนการทำงาน ส่งผลต่อความเชื่อมั่น ในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทย แห่ง หนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ทดสอบคือ สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอย แบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สรุปได้ว่า กระบวนการทำงาน ส่งผลต่อความเชื่อมั่น ในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทย แห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.1.2.3 สมมติฐานที่ 3 อิทธิพลของบุคลิกภาพของพนักงานขาย ส่งผลต่อความ เชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคาร พาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ทดสอบคือ สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์การถด ถอย แบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สรุปได้ว่า บุคลิกภาพของพนักงานขาย ส่งผลต่อ ความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการ ธนาคาร พาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.2 การอภิปรายผล

การอภิปรายผลจะเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะอธิบายตามสมมติฐานดังนี้

5.2.1 สมมติฐานที่ 1 ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการ ใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศสถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และความถี่ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ผลการศึกษาครั้งนี้มีบางส่วนสอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2549) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคล หรือลักษณะด้าน ประชากรศาสตร์ที่ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาด ครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้อาชีพ โดยการศึกษาเหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด เนื่องจากลักษณะด้านประชากรศาสตร์ เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรที่มีส่วนในการกำหนดตลาดเป้าหมายทางการ ตลาดของกลุ่มผู้ประกอบการต่างๆ เป็นต้น ซึ่งข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จะสามารถเข้าถึง และมี ประสิทธิภาพต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัว แปรอื่น โดยตัวแปรด้าน ประชากรศาสตร์ จะสามารถตอบ สมองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีแตกต่างกัน ผู้ประกอบการ จึงใช้ประโยชน์ จากคุณสมบัติส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และอื่นๆ มาเป็นตัวแปรในการ ดำเนินการ ตลาดเพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงานทางด้าน การตลาดต่อไป และจะเป็น ประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป นอกจากนี้ผล การศึกษาครั้งนี้ยังมีบางส่วน สอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริภา รุ่งสว่าง (2555) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพบุคลากรมีผลต่อ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรเอกชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคล ด้าน เพศ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของ พนักงานที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ผลการศึกษาครั้งนี้มีบางส่วนไม่สอดคล้อง กับการศึกษาของ ชูติมา ดวงจันทร์ (2558) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการให้บริการ คุณภาพการบริการ และส่วนประสมการตลาด บริการ ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ไทย ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว เขตจตุจักร พบว่า ข้อมูลทั่วไปที่แตกต่างกันมีความ เชื่อมั่นต่อธนาคารพาณิชย์ไทยใน ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว เขตจตุจักร ไม่แตกต่างกัน

5.2.2 สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลของกระบวนการทำงาน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขต กรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของกระบวนการทำงาน ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขต กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ “วงจร Deming” ของ Deming (1950 อ้างใน วีรพล บดีรัฐ, 2543, หน้า 14) ที่กล่าวว่า กระบวนการทำงานนั้นต้องเน้นถึงความสัมพันธ์ 4 ฝ่าย ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ได้มาซึ่งคุณภาพประสิทธิผล และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ ได้แก่ ฝ่าย ออกแบบ ฝ่ายผลิต ฝ่ายขาย และฝ่ายวิจัย ความสัมพันธ์ของทั้ง 4 ฝ่ายนั้น จะต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับคุณภาพของสินค้าตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา โดยถือว่าคุณภาพจะต้องมาก่อนสิ่งใดโดยขั้นตอนแต่ละขั้นตอนของวงจร PDCA มีดังนี้ 1) วางแผน (Plan) หมายความว่ารวมถึงการกำหนดเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน วิธีการและขั้นตอนที่จำเป็นเพื่อให้การดำเนินงาน ซึ่งการวางแผนในบางด้านอาจจำเป็นต้องกำหนด เป็นมาตรฐาน ของวิธีการทำงานหรือเกณฑ์มาตรฐานต่างๆ ไปพร้อมกันด้วยข้อกำหนดที่เป็น มาตรฐานนี้จะช่วยให้การวางแผนมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพราะสามารถใช้เป็นกฎเกณฑ์ในการตรวจสอบได้ว่าการปฏิบัติงาน เป็นไปตามมาตรฐานที่ได้ระบุไว้ในแผนหรือไม่ (ปริทรรศน์ พันธุบรรยงก์, 2545) ถัดมาคือ 2) ปฏิบัติ (Do) หมายถึงการปฏิบัติให้เป็นไปตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้ก่อนหน้านี้ ซึ่งก่อนที่จะปฏิบัติงานใดๆ จำเป็นต้องที่ต้องศึกษาข้อมูลและเงื่อนไขต่างๆ ของสภาพงานที่เกี่ยวข้อง เสียก่อน ในกรณีที่เป็นการประจำที่เคยปฏิบัติอยู่แล้วหรือเป็นงานขนาดเล็กก็อาจใช้วิธีการเรียนรู้ ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองแต่ถ้าเป็นงานใหม่ที่ยังไม่เคยทำมาก่อน หรืองานขนาดใหญ่ที่จำเป็นต้องใช้ บุคลากรจำนวนมาก ก็อาจต้องจัดให้มีการฝึกอบรมให้พนักงานมีความเข้าใจเสียก่อน ก่อนที่จะปฏิบัติ จริตการปฏิบัติจะต้องดำเนินการไปตามแผน วิธีการและขั้นตอน ที่ได้กำหนดไว้และจะต้องเก็บรวบรวมและบันทึกข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานไว้ (วีรพล บดีรัฐ, 2543) 3) ตรวจสอบ (Check) เป็นกิจกรรมที่มีขึ้นเพื่อประเมินผลว่าได้มีการปฏิบัติงานตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้หรือไม่มีปัญหาเกิดขึ้นในระหว่าง การปฏิบัติงานหรือไม่ขั้นตอนนี้ถือมีความสำคัญเนื่องจากในการดำเนินงานใดๆ ก็ตาม มักจะเกิดปัญหาแทรกซ้อนตลอดเวลาที่ทำให้การดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนงานอยู่เสมอ ซึ่งอาจ เป็นอุปสรรคต่อประสิทธิภาพและคุณภาพของการทำงาน การติดตาม การตรวจสอบ และการประเมิน ปัญหา จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องกระทำควบคู่ไปกับการดำเนินงาน เพื่อจะได้ทราบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ในการปรับปรุงคุณภาพ ของการดำเนินงานต่อไปในการตรวจสอบ และการประเมินการปฏิบัติงาน จะต้องตรวจสอบด้วยการปฏิบัตินั้น เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้หรือไม่ทั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ ต่อการพัฒนาคุณภาพของงาน (Deming, 2004) และ 4) ปรับปรุงแก้ไข (Act) เป็นกิจกรรมที่มีขึ้น เพื่อ

แก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นหลังจากการตรวจสอบแล้ว การปรับปรุงอาจเป็นการแก้ไขแบบเร่งด่วน เฉพาะหน้า หรือการค้นหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเดิมขึ้นมาอีก การปรับปรุงนี้อาจนำไปสู่การกำหนดมาตรฐานของวิธีการทำงาน ที่แตกต่างจากไปจากเดิม เมื่อมีการดำเนินงานตามวงจร PDCA ในรอบใหม่ ข้อมูลที่ได้รับจากการปรับปรุงจะช่วยให้การวางแผนมีความสมบูรณ์และมีคุณภาพเพิ่มขึ้น (เสน่ห์ สุวิธรรมา, 2556) ทั้งนี้ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้บางส่วน สอดคล้องกับการศึกษาของ ชูติมา ดวงจันทร์ (2558) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการให้บริการ คุณภาพการบริการ และส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการธนาคาร พาณิชยไทย ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว เขตจตุจักร พบว่า ระดับความพึงพอใจของ กระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นต่อธนาคารพาณิชย์ไทยในห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว เขตจตุจักร

5.2.3 สมมติฐานที่ 3 อิทธิพลของบุคลิกภาพของพนักงานขาย ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่ลูกค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของบุคลิกภาพของพนักงานขาย ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่ลูกค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับ เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพความสัมพันธ์ที่เกิดจากคุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ของ Parasuraman (อ่างโน ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา, 2547) ได้อธิบายว่า ระดับของความสัมพันธ์ (Degree of Correlation) ระหว่างตัวแปรดังกล่าวสามารถประเมินได้จาก 1) ความไว้วางใจ หรือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำ การให้บริการตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า และการบริการมีความสม่ำเสมอ ซึ่งส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการ และสามารถให้ความไว้วางใจได้ 2) ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการให้บริการ มีความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า มีความซื่อสัตย์และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ ทำให้ลูกค้ารู้สึกมีความมั่นคงปลอดภัย 3) สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) เป็นลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงาน และวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่างๆ 4) ความใส่ใจ (Empathy) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก ติดต่อได้ง่าย มีความสามารถในการติดต่อสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจได้ มีความเห็นอกเห็นใจ และเข้าใจลูกค้า อย่างถ่องแท้ และ 5) การสนองตอบลูกค้า (Responsiveness) ความเต็มใจที่จะให้บริการในทันที และให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี นอกจากนี้ผลการศึกษาค้นคว้านี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ศิราภา รุ่งสว่าง (2555) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพบุคลากรมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพนักงานองค์กรเอกชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า การพัฒนาศักยภาพบุคลากรมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานทั้งด้านคุณภาพของงานด้านปริมาณของงาน ด้านเวลา และด้านค่าใช้จ่ายใน

การดำเนินงาน และการศึกษาของ วิชา อินทร์ทับทัน (2557) ศึกษาเรื่อง การเตรียมความพร้อมด้าน ภาษา ด้านบุคลิกภาพ และด้านบริการของพนักงานธนาคารระดับปฏิบัติ การที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารเพื่อก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในเขตปทุมวัน สาทร บางรัก กรุงเทพมหานคร พบว่า การเตรียมความพร้อมด้านบุคลิกภาพ มีผลต่อประสิทธิภาพในการ สื่อสารของพนักงานธนาคาร ระดับปฏิบัติการ ในการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และการเตรียมความพร้อมด้านบริการ มีผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารของพนักงานธนาคารระดับ ปฏิบัติการในการก้าวเข้าสู่ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน ในเขตปทุมวัน สาทร บางรัก กรุงเทพมหานคร

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไป ผู้ทำวิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.3.1 ควรมีการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน และบุคลิกภาพของพนักงาน ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่ลูกค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการ ธนาคารพาณิชย์ไทย ในจังหวัดอื่นๆ ตามหัวเมืองใหญ่ๆ เนื่องจากการใช้บริการ การชำระเงินแก่ลูกค้า ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ในประเทศไทยมีการแข่งขันของธนาคารพาณิชย์ที่มีการพัฒนาเพิ่มขึ้น และเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความครอบคลุมถึงความเชื่อมั่นในการใช้บริการของผู้รับบริการ ที่มีความแตกต่างกันแต่ละภูมิภาค

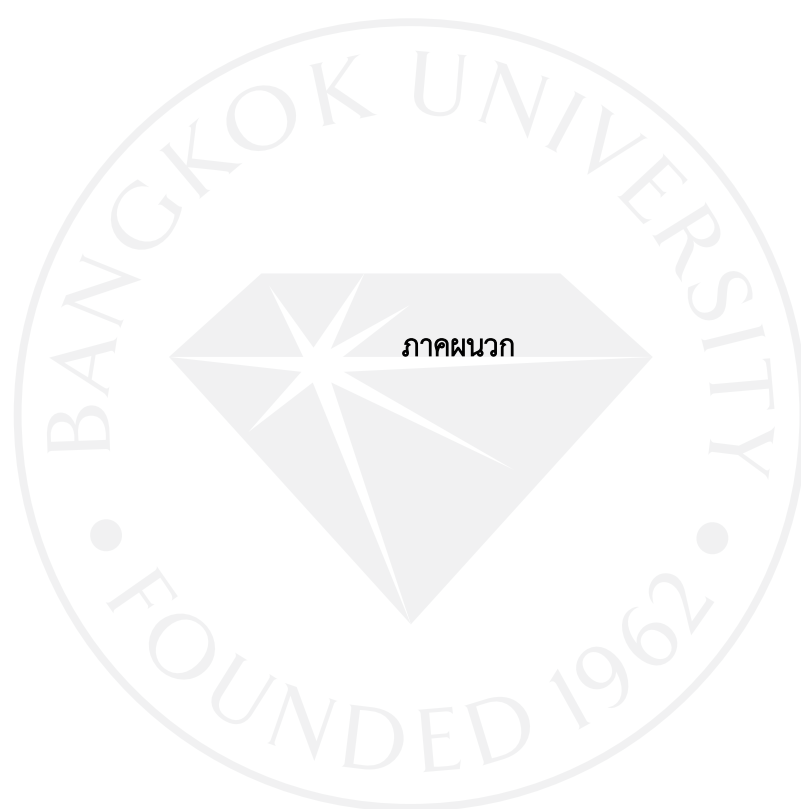
5.3.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินแก่ลูกค้าผ่านช่องทาง อินเทอร์เน็ต กับการใช้บริการที่สาขาของธนาคารพาณิชย์ของผู้รับบริการในเขตกรุงเทพมหานคร

5.3.3 ทั้งนี้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน และ บุคลิกภาพของพนักงาน ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่ลูกค้าผ่านช่องทาง อินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกรณี ตัวอย่างเท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างธนาคารพาณิชย์อื่นๆ รวมทั้ง หรือเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่าง เพื่อดูว่าผลการศึกษาที่ได้จะเหมือนหรือแตกต่างจากเดิมหรือไม่ อย่างไร

บรรณานุกรม

- กาญจวรรณ จารุพัฒนานุกุล. (2553). *การศึกษาความเชื่อมั่นบริการชำระสินค้าผ่านระบบ มือถือและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่จะก่อให้เกิดความเชื่อมั่น*. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชำนาญ ฉายวิจิต. (2554). *คุณสมบัติทั่วไปของพนักงานขาย*. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/chamnam2554/home/hnwy-thi-4-khunlaksna-laea-xokas-khwam-kawhna-khxng-phnakngan-khay>.
- ชุติมา ดวงจันทร์. (2558). *การศึกษากระบวนการให้บริการ คุณภาพการบริการและส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ไทย ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล พลาซ่าลาดพร้าว เขตจตุจักร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (2547). *การตลาดสำหรับการบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ธีรภาพ วัฒนวิจารณ์. (2545). *นิตยสารผู้จัดการ*. สืบค้นจาก <http://info.gotomanager.com/news/printnews.aspx?id=2456>.
- ปริทรรศน์ พันธุ์รียงค์. (2545). *แผนภูมิสุดยอดกลยุทธ์การจัดการ 100 management charts / Soichiro Nagashima*. กรุงเทพฯ: มณีสร.
- พิชัย ไชยสงคราม. (2554). *ความเป็นครู*. อุบลราชธานี: คณะครุศาสตร์สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- พริยา เชาวลิทวงศ์. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงาน: กรณีศึกษาบุคลากรฝ่ายช่างสายการบินแห่งหนึ่ง*. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รติวัลย์ วัฒนสิน. (2554). *การส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่: มุมมองของผู้บริโภคและผู้บริหาร*. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- วสันต์ ฤทธิมนตรี. (2557). *การพัฒนาบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับงานขายและงานบริการ*. สืบค้นจาก <http://www.trainingservice.co.th/>.
- วิจูรย์ สิมะโชคดี. (2545). *การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในผู้จัดการรายวัน*. กรุงเทพฯ: เนตรนิมิตการพิมพ์.

- วิชา อินทร์ทับพัน. (2557). *การเตรียมความพร้อมด้านภาษา ด้านบุคลิกภาพ และด้านบริการ ของ พนักงานธนาคารระดับปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารเพื่อ ก้าวเข้าสู่ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน ในเขตปทุมวัน สาทร บางรัก กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- วีระพล บดีรัฐ. (2543). *PDCA วงจรสู่ความสำเร็จ.* กรุงเทพฯ: ประชาชน จำกัด.
- ศิราภา รุ่งสว่าง. (2555). *การพัฒนาศักยภาพบุคลากรมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของ พนักงานองค์กรเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- เสนห์ สุวิธรรมา. (2556). *หลักการของวงจรคุณภาพ. สืบค้นจาก* <http://www.suphan.dusit.ac.th/ins/PDCA.pdf>.
- อัญชลี แจ่มเจริญ. (2545). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ.* กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏ สอนสุนันทา
- Adjei & Clarke. (2010). *Relationship marketing in A B2C context: The moderating role of personality traits.* Retrieved from https://www.researchgate.net/journal/0969-6989_Journal_of_Retailing_and_Consumer_Services.
- Costa & McCrae. (1992). *Five factor model of personality.* Retrieved from <http://www.sicotests.com/psyarticle.asp?id=80>.
- Kitchen, J., Li, T., & Graham. (1999). The Emergence of IMC: A Theoretical Perspective. *Journal of Advertising Research.* Retrieved from <https://ueaeprints.uea.ac.uk/39360/>.
- Morgan & Hunt. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing.* Retrieved from https://www.jstor.org/stable/1252308?seq=1#page_scan_tab_contents.
- Spechler, J. W. (1988). *When America does it right: Case studies in service quality, institute of industrial engineer.* GA: Norcross.
- Stern, P. C. (1997). Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior. *Journal of Social Issues, 56.*





แบบสอบถาม

การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน และบุคลิกภาพของพนักงาน ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ การชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทย แห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน และบุคลิกภาพของพนักงาน ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Supply Chain Online ของผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง

ทางผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากผู้รับบริการผู้ตอบแบบสอบถามในการให้ข้อมูลที่ ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด โดยที่ข้อมูลทั้งหมดของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับและเพื่อใช้ประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น

แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ตอน ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละ เวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ
 - 1.1 ชาย
 - 1.2 หญิง

2. อายุ
 - 2.1 ต่ำกว่า 30 ปี
 - 2.2 31-40 ปี
 - 2.3 41 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ
 - 3.1 โสด
 - 3.1 สมรส
 - 3.3 หย่าร้าง/ หม้าย

4. การศึกษา
 - 4.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย
 - 4.2 มัธยมศึกษาตอนปลาย
 - 4.3 อนุปริญญา
 - 4.4 ปริญญาตรี
 - 4.4 ปริญญาโท หรือสูงกว่า

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - 5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท
 - 5.2 30,001 - 40,000 บาท
 - 5.3 40,001 - 50,000 บาท
 - 5.4 50,001 บาทขึ้นไป

6. ความถี่ในการใช้บริการชำระเงินแก่คู่ค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต เฉลี่ยในระยะเวลา 1 เดือน
 - 7.1 1-2 ครั้ง
 - 7.2 3-4 ครั้ง
 - 7.3 5-6 ครั้ง
 - 7.4 มากกว่า 7 ครั้ง

ส่วนที่ 2 ศึกษากระบวนการทำงาน

คำชี้แจง กระบวนการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างน้อยเพียงใด โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง โดยเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ

5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง
2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

กระบวนการทำงาน (PDCA)	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. การวางแผนการปฏิบัติงาน (PLAN)					
1.1 มีการวิเคราะห์แผนก่อนการดำเนินงานตามโครงสร้างงาน					
1.2 มีการจัดทำปฏิทินปฏิบัติงานฝ่ายต่างๆ					
1.3 มีการกำหนดกฎเกณฑ์การตัดสินผลการดำเนินงานที่สอดคล้องกับมาตรฐานคุณภาพ					
1.4 มีการวางแผนในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล					
1.5 มีการกำหนดงบประมาณและการใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ					
2. การดำเนินการตามแผน (DO)					
2.1 มีการจัดการอบรมให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องแก่ผู้ปฏิบัติงาน					
2.2 มีการพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนการสอนตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติงานประจำปี					
2.3 มีการดำเนินการตามที่กำหนดในแผนปฏิบัติงาน					
2.4 มีการใช้ข้อมูลจริงเพื่อประเมินและปรับปรุงงานอย่างเป็นระบบ					

2.5 มีการนิเทศระหว่างการทำเนินการตาม โครงการหรือการสอน					
3. การตรวจสอบประเมินผล (CHECK)					
3.1 มีการตั้งคณะกรรมการการตรวจสอบ และประเมินผล					
3.2 มีการจัดระบบตรวจสอบและประเมิน ผลที่มีประสิทธิภาพ					
3.3 มีการจัดสร้างและใช้เครื่องมือในการ ตรวจสอบประเมินผลตามมาตรฐานการ ประเมินคุณภาพภายใน					
3.4 มีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการประเมิน ผลตามแผน					
3.5 มีการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับ เป้าหมาย					
3.6 มีการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของการ ดำเนินงานทุกฝ่าย					
3.7 มีการกำกับตรวจติดตามผลการ ดำเนินงานตามแผนอย่างต่อเนื่อง					
4. การนำผลการประเมินมาปรับปรุง (ACTION)					
4.1 มีการตั้งคณะกรรมการแก้ไขปรับปรุง การดำเนินงาน					
4.2 มีการนำผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อนไปปรับปรุงแก้ไข					
4.3 มีการนำผลประเมินมาปรับปรุงแก้ไข อย่างต่อเนื่อง					
4.4 รายงานผลการปรับปรุงแก้ไขอย่างเป็น ระบบและต่อเนื่อง					
4.5 สรุปผลการแก้ไข ปรับปรุงและเผยแพร่ ให้แก่สาธารณชนทราบ					

ส่วนที่ 3 บุคลิกภาพของพนักงาน

คำชี้แจง บุคลิกภาพของพนักงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างน้อยเพียงใด โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง โดยเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ

5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง
2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

บุคลิกภาพของพนักงาน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)					
1.1 พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย					
1.2 พนักงานให้บริการด้วยความรับผิดชอบ และเต็มใจบริการ					
1.3 พนักงานให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ และมีคุณภาพ					
2. ความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ (Reliability)					
2.1 พนักงานทำธุรกรรมของท่านโดยไม่มีข้อผิดพลาด					
2.2 พนักงานให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง					
2.3 พนักงานสามารถให้บริการได้ตรงตามกำหนดเวลาที่แจ้งท่านไว้					
2.4 เครื่องมือและอุปกรณ์อยู่ในสภาพพร้อมให้บริการตลอดเวลา					

3. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)					
3.1 พนักงานมีความใส่ใจที่จะตอบปัญหาของท่าน					
3.2 พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาของท่านได้รวดเร็ว					
3.3 พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร					
3.4 พนักงานให้บริการธุรกรรมต่างๆ ด้วยความรวดเร็ว					
4. การให้ความมั่นใจ (Assurance)					
4.1 ท่านมั่นใจว่าพนักงานปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องไม่ผิดพลาด					
4.2 ท่านมั่นใจว่าธนาคารเป็นสถาบันการเงินที่มีมั่นคง					
4.3 ท่านมั่นใจว่าพนักงานให้คำแนะนำท่านถูกต้องเสมอ					
4.4 ท่านมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคาร					
5. การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy)					
5.1 พนักงานให้ความสนใจและเอาใจใส่ท่านทุกครั้งที่มาใช้บริการ					
5.2 พนักงานแจ้งให้ท่านทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์ใหม่ของธนาคารเสมอ					
5.3 พนักงานสามารถจดจำชื่อของท่านได้ทุกครั้งที่มาใช้บริการ					
5.4 เวลาเปิดให้บริการของธนาคารเหมาะสมตรงกับความต้องการของท่าน					

ส่วนที่ 4 ความเชื่อมั่นในการใช้บริการ

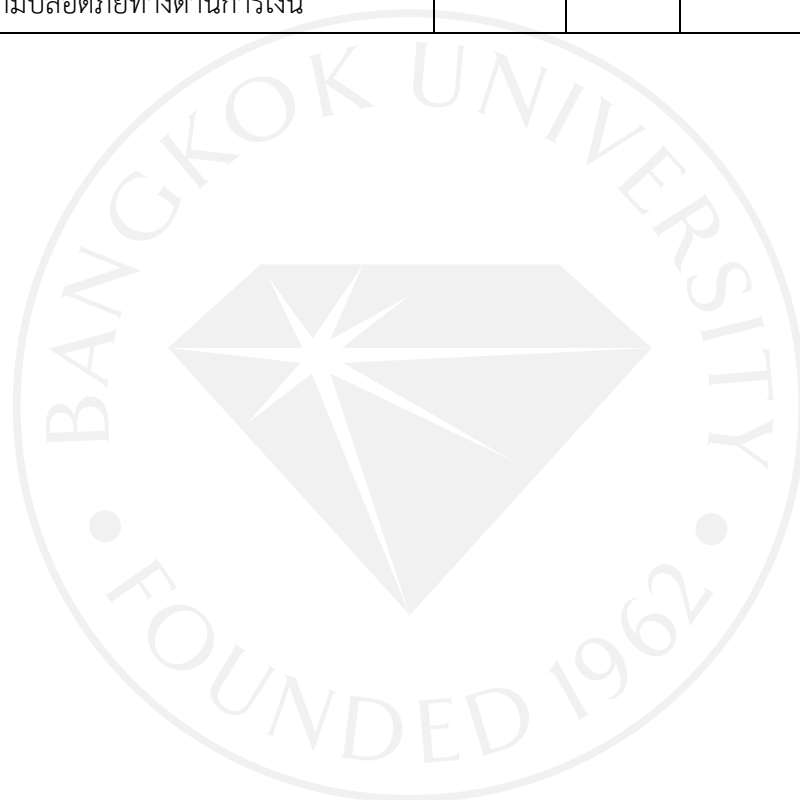
คำชี้แจง ความเชื่อมั่นในการใช้บริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการมากน้อยเพียงใด โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง โดยเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ

5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง

2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ความเชื่อมั่นในการใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ความน่าเชื่อถือ					
1.1 ท่านคิดว่าธนาคารมีความน่าเชื่อถือทางด้านผลิตภัณฑ์					
1.2 ท่านคิดว่าธนาคารมีความน่าเชื่อถือในข้อมูลผลิตภัณฑ์					
1.3 ท่านคิดว่าธนาคารมีความน่าเชื่อถือในด้านภาพลักษณ์ขององค์กร					
2. ความเมตตาากรุณา					
2.1 มีความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า					
2.2 มีความตั้งใจในการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์					
2.3 มีความจริงใจในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้า					
3. ความซื่อสัตย์					
3.1 เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่เป็นอย่างดี					
3.2 เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้วยความสุจริต และโปร่งใส					
3.3 เจ้าหน้าที่ให้บริการมีการควบคุมการให้บริการให้เป็นไปตามมาตรฐานอยู่เสมอ					

4. ความไว้วางใจ					
4.1 สินค้าและบริการมีคุณภาพมากกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง					
4.2 มีความซื่อตรงและซื่อสัตย์ในการให้บริการต่อลูกค้า					
4.3 ความสม่ำเสมอในการให้บริการและสามารถพึ่งพาได้					
4.4 ความปลอดภัยทางการเงิน					



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ- สกุล	ปัทมน โรจนกนันท์
อีเมล	pattamon.rotc@bumail.net
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ สาขาการสื่อสารแบบ รณต์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนหอวัง สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา โรงเรียนอุดมวิทยา
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ. 2555 สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อการเกษตร (ส.ป.ก.) พ.ศ. 2555-ปัจจุบัน ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 24 เดือน กันยายน พ.ศ. 2559

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ปัทมา ไรณภรณ์ อยู่บ้านเลขที่ 29/559 สีลมทองต.3
ซอย โคกกร. 2 ซอย 10 ถนน บอนตีสี่กึ่ง ตำบล/แขวง บางพูด
อำเภอ/เขต ปากเกร็ด จังหวัด นนทบุรี รหัสไปรษณีย์ 11220
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7570200779
ระดับปริญญา ตรี โท เอก
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา

คณะ บริหารธุรกิจ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร
10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้
สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ /
สารนิพนธ์หัวข้อ

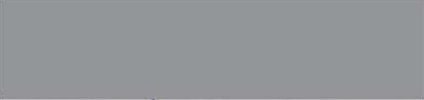
การศึกษาต่อมล ส่วนบุคคล กระบวนการทำงาน บุคลิกภาพของพนักงาน ที่มีผลต่อความ-
เชื่อมั่นในการให้บริการทางเงินแก่ลูกค้า สาขาของพนักงานเทอเวเนต ของผู้ให้บริการ ตามตลาดคณิษฐ์
ไทยแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร


ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า "วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์")


ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนด
ระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน
ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไข
อย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน


ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ
ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้
ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ
อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ... ...ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ช่างมน เรืองภักดิ์)

ลงชื่อ... ...ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์ อัญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ... ...พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กฤติกา ลีมลาวลัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ... ...พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร