

49 117913



การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ
ของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11



จันทนา สุทธิปาก

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของ นางสาวจันทนา สุทธิบาท แล้ว
เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.พรวิมล ศรีประเสริฐ)

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย)

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร)

กรรมการ
(ผู้ทรงคุณวุฒิ)

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรพร เณลิมชิด)

กรรมการ
(อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก)

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.อรัญ ชูยกระเดื่อง)

กรรมการ
(อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม)

RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยขอนแก่นได้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

.....
(อาจารย์วุฒิพล นัตถจรัสกุล)
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สนิท ดีเมืองซ้าย)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.
21 ก.พ. 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ชื่อเรื่อง : การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของ

พนักงานธนาคารออมสินภาค 11

ผู้วิจัย : จันทนา สุทธิบาท

ปริญญา : บช.ม. (บริหารธุรกิจ)

กรรมการที่ปรึกษา : ศศ.ดร.อัครพร เฉลิมจิต

ประธานกรรมการ

ศศ. วาที ร.ต.ดร.อรัญ ชูยกระเดื่อง กรรมการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2558

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน

2) คุณภาพการให้บริการ 3) การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 และ 4) ข้อเสนอแนะการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน และคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานของสาขานาการออมสินภาค 11 จำนวน 275 คน เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .920 การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย ผลการวิจัย พบว่า

1. การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11

โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 4.07$) ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.06$) ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.06$) และด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ ($\bar{X} = 4.00$) ตามลำดับ

2. คุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า ($\bar{X} = 4.22$) ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ ($\bar{X} = 4.22$) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ($\bar{X} = 4.19$) และด้านการรักษาภาพพจน์ ($\bar{X} = 4.19$) ตามลำดับ

3. การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 พบว่า การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($r_{xy} = 0.757$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตัวแปรอิสระมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .757 ($R = .757$) ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของตัวแปรตาม ได้ร้อยละ 57.30 ($R^2 = .573$) เขียนเป็นสมการถดถอยได้ ดังนี้

$$\text{สมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐานคือ } Y = 30.268 + .665 x$$

$$\text{สมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐานคือ } Z_y = .757 z$$

4. ข้อเสนอแนะการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานและคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 พบว่า ข้อเสนอแนะการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงาน ที่มีค่าความถี่มากที่สุด ได้แก่ ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า เช่น การให้บริการแก่ลูกค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย ข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่ต่ำสุด ได้แก่ ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ และข้อเสนอแนะคุณภาพการให้บริการที่มีค่าความถี่มากที่สุด ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา เช่น การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวันและเวลาในการให้บริการ ได้อย่างถูกต้องและชัดเจนและส่วนข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่ต่ำสุด ได้แก่ ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ

TITLE : Innovative Learning for Service Quality Improvement of Government Savings Bank Officers, Regional 11

AUTHOR : Chanthana Suthibark **DEGREE :** M.B.A. (Business Administration)

ADVISORS : Asst. Prof. De. Utcharaporn Chalerm Chit Major Advisor
Acting Sub. Lt. Asst. Prof. Dr. Aran Suikradueng Co-advisor

RAJABHAT MAHA SARAKHAM UNIVERSITY, 2015

ABSTRACT

The research aimed to 1) study innovative learning for work performance development, 2) investigate innovation in service quality improvement, 3) to analyze innovative learning of Government Savings Bank officers, Regional 11, for the service quality improvement, and to find useful suggestions for work performance of Government Savings Bank officers, Regional 11. The target population was 275 Government Savings Bank officers, Regional 11. The instrument was a questionnaire with a .920 reliability index. The statistics used were mean, standard deviation, and simple regression analysis. The research findings are as follows.

1. The overall innovative learning of the Government Savings Bank officers, Regional 11 was at a high level ($\bar{X} = 4.05$). Four high rated items of the innovative learning were service mind ($\bar{X} = 4.07$) self-development ($\bar{X} = 4.06$) information and communication technology skills ($\bar{X} = 4.06$) and achievement ($\bar{X} = 4.00$) respectively.

2. The overall service quality of the Government Savings Bank officers, Regional 11 was at a high level ($\bar{X} = 4.21$). Four high-rated items of the service quality were courteousness ($\bar{X} = 4.22$), service mind ($\bar{X} = 4.22$), fast service ($\bar{X} = 4.19$) and image maintenance ($\bar{X} = 4.19$) respectively.

3. The innovative learning of the Government Savings Bank officers, Regional 11 affected significantly the service quality at the .05 level. The index of innovative learning affecting the service quality of the Government Savings Bank officers, Regional 11 was quite

high ($r_{xy} = 0.757$). The percentage of the interpretation of all independent variables on the dependent variable was 57.30% ($R^2 = .573$). The regression equation was:

$$Y = 30.268 + .665 x$$

$$Z_y = .757 z$$

4. Regarding the frequency of suggestions, the most frequent suggestion is service mind, especially customer-based service. The least frequent suggestion for work performance is achievement-based service. The most frequent suggestion for the service quality is fast service with clear office hour instructions. Whereas, the least frequent suggestion for the service quality is courteous service.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ล่วงหน้าได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรพร เถлимชิต อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ ร้อยตรี ดร. อรัญ ชุยกะระเดื่อง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผู้ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ ให้คำปรึกษา ชี้แนะและตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่อง ตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง และขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย ซึ่งเป็นประธานกรรมการสอบ รองศาสตราจารย์ ดร.พรปวีณ์ ศรีประเสริฐ และกรรมการสอบ ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ รองศาสตราจารย์ ดร. เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร ที่ให้คำแนะนำและให้ข้อสังเกตเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ โดยผู้วิจัยได้นำคำแนะนำไปปรับปรุงแก้ไขวิทยานิพนธ์ จนเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ได้กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และให้คำแนะนำอย่างดียิ่งแก่ผู้วิจัยในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้และอบรมสั่งสอนลูกศิษย์ด้วยความรักและเมตตา

ขอขอบพระคุณ นิสิตปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ รุ่นที่ 14 ทุกท่าน ที่ได้ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือ ให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงตั้งแต่ต้นจนสำเร็จการศึกษา

ประโยชน์และคุณค่าจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบูชาพระคุณบิดา มารดา บุรพจารย์ ญาติพี่น้อง และผู้มีพระคุณทุกท่าน หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีข้อบกพร่อง ผู้วิจัยขอน้อมรับด้วยความเคารพ และหากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่นำไปศึกษาในโอกาสต่อไป ผู้วิจัยขอยกความดีทั้งหมดแก่ทุกท่านที่กล่าวมาด้วยความจริงใจ

จันทนา สุทธิบาท

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
บทคัดย่อ	ข
ABSTRACT	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญแผนภูมิ	ฎ
สารบัญตารางภาคผนวก	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	4
สมมติฐานการวิจัย	5
ขอบเขตการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน	10
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ	26
บริบทธนาคารออมสินภาค 11	50
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	70
กรอบแนวคิดการวิจัย	77
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	78
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	78
การเก็บรวบรวมข้อมูล	82
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	84
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	84

หัวเรื่อง	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	90
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	90
ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	91
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	92
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	107
สรุปผลการวิจัย	107
อภิปรายผล	708
ข้อเสนอแนะ	112
บรรณานุกรม	114
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	121
ภาคผนวก ข ค่า IOC และค่าอำนาจจำแนกรายชื่อของแบบสอบถาม	128
ภาคผนวก ค ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	137
ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์	140
ประวัติผู้วิจัย	146

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	หน่วยงานธนาคารออมสินภาค 11 67
2	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 79
3	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 92
4	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน ของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน 94
5	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน ของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ จำแนกรายข้อ 95
6	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน ของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า จำแนกรายข้อ 96
7	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน ของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ จำแนกรายข้อ 97
8	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน ของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จำแนกรายข้อ 98
9	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ออมสินภาค 11 โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน 99
10	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ออมสินภาค 11 ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา จำแนกรายข้อ 100
11	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ออมสินภาค 11 ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า จำแนกรายข้อ 101
12	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ออมสินภาค 11 ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ จำแนกรายข้อ 101

13	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ออมสินภาค 11 ด้านการรักษาภาพพจน์ จำแนกรายข้อ	102
14	ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับ ตัวแปรอิสระ	104
15	ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายเชิงเส้นตรง (Simple Linear Regression Analysis)	104
16	ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานและคุณภาพการ ให้บริการของพนักงานของสาขานาการออมสินภาค 11	105



สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่

หน้า

1	กรอบแนวคิดการวิจัย	77
---	--------------------------	----



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญตารางภาคผนวก

ตารางภาคผนวกที่

หน้า

- 1 ระดับคะแนนความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (IOC)
- 2 ระดับคะแนนค่าอำนาจจำแนกรายข้อ โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

โลกของยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่มีการเปลี่ยนแปลงในทุกด้านอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ กระบวนการทำงานขององค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนจากเดิมเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและสภาพสังคม ปัจจุบัน การใช้นวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในระบบบริหารจัดการก็มีส่วนช่วยให้การใช้ทรัพยากรการเรียนรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง (สังคม ภูมิพันธุ์. 2551 : 10) กระแสโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีต่าง ๆ ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างมหาศาลทางด้านเศรษฐกิจ เป็นผลให้องค์กรต่าง ๆ ต้องปฏิรูปตนเองเพื่อความอยู่รอด องค์กรที่เฉลียวฉลาดและสามารถเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็วจะกลายเป็นองค์กรผู้นำ องค์กรยุคนี้จึงต้องเรียนรู้และปรับตัวให้เข้ากับเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ให้เร็วยิ่งขึ้น ในอนาคตองค์กรแห่งการเรียนรู้เท่านั้นที่สามารถดำรงอยู่ได้ ส่วนองค์กรที่ไม่พัฒนาตนเองไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ อาจจะทำให้ประสบผลสำเร็จได้ยาก ทั้งนี้ก็เนื่องจากองค์กรนั้น ไม่สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ (ชนาคารอมสิน. 2557 : ออนไลน์)

การแข่งขันในปัจจุบันองค์กรหรือประเทศที่ประสบความสำเร็จในด้านธุรกิจต่างเป็นองค์กรหรือประเทศที่มีความสามารถทางนวัตกรรมสูง นั่นคือความสามารถในการที่จะใช้ความรู้และทักษะทางเทคโนโลยีและประสบการณ์ในการพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการใหม่หรือบริการใหม่ที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. 2547 : 7-8) และการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ได้อย่างไม่หยุดยั้ง สามารถประยุกต์ใช้ตอบสนองความต้องการและสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับลูกค้าได้รวดเร็วจนคู่แข่งตามไม่ทัน สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ โดยองค์กรหรือประเทศใดที่สามารถสร้างและพัฒนานวัตกรรมได้ก่อน ย่อมจะทำให้ก้าวไปสู่ความเป็นเลิศได้ (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. 2547 : 7-8)

คุณภาพการให้บริการเป็นกระบวนการที่ทำให้ฝ่ายบริหารของธนาคารอมสิน จำเป็นต้องหันมาให้ความสนใจเป็นพิเศษกับการบริการลูกค้ามากยิ่งขึ้น ปัจจัยที่สำคัญต่อธุรกิจในปัจจุบัน คือ คุณภาพการบริการที่ผู้ให้บริการส่งมอบความประทับใจของการบริการที่เป็น

เลิศแก่ลูกค้า (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2548 : 42) เพื่อสร้างผลลัพธ์จากการบริการที่ดีให้ลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจ และก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีแก่ลูกค้ารวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการสร้างฐานให้ลูกค้ามีความสัมพันธ์ระยะยาว และก่อให้เกิดความจงรักภักดีกับสินค้าหรือบริการตลอดไป การเสนองานบริการที่มีคุณภาพเป็นกลไกอย่างหนึ่งในการเพิ่มคุณค่าแก่งานบริการ องค์การบริการที่นำการจัดการคุณภาพโดยรวมมาใช้จะพยายามปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่องและใช้คุณภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการประเมินผลการปฏิบัติงาน ผู้บริหารทุกคนและพนักงานที่เกี่ยวข้องทุกระดับจะต้องมีความมุ่งมั่นในการเสนองานที่มีคุณภาพ มีการใช้เครื่องมือต่าง ๆ ในการแก้ปัญหาจนเกิดเป็นวัฒนธรรมขององค์กร ลูกค้าจะประเมินบริการที่ได้รับ ด้วยการวัดคุณภาพของบริการจากพนักงานที่เป็นตัวแทนองค์กรที่ให้บริการนั้น ๆ การวัดคุณภาพนี้เป็นหัวใจสำคัญที่จะเอาชนะคู่แข่ง และรักษาลูกค้าให้ใช้บริการกับองค์กรนาน ๆ ซึ่งได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านความน่าเชื่อถือและให้เกียรติลูกค้า ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ และด้านการรักษาภาพพจน์ (วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์, 2545 : 7) คุณภาพการให้บริการนี้มีความแตกต่างกันในหลายส่วนในหลายขั้นตอนของการผลิตบริการที่ผู้บริหารต้องควบคุมให้ดี ผู้ปฏิบัติงานบริการจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพเต็มความสามารถเพราะลูกค้าจะมองเห็นภาพพจน์ของธุรกิจได้อย่างดีจากการแสดงออกของบุคลากรในองค์การบริการนั้น (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2547 : 15)

การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงาน เป็นกระบวนการที่ทำให้คนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ความคิดใหม่ ๆ ในการเรียนรู้ได้จากการ ได้ยินการสัมผัส การอ่าน การใช้ และการผลิต การเรียนรู้ การจัดการความรู้และการใช้ประโยชน์จากความคิดใหม่ เพื่อให้เกิดผลดีทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการกำเนิดผลิตภัณฑ์ การบริการ กระบวนการผลิตใหม่ การปรับปรุงเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์และเกิดผลพวงทางเศรษฐกิจ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2557 : ออนไลน์) ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ ได้รังสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ออกมาในโลกอยู่ตลอดเวลาเราเรียกสิ่งใหม่ ๆ นี้ว่า นวัตกรรม นวัตกรรม การเรียนรู้ก็เช่นเดียวกัน จะเกิดขึ้นได้จะต้องอาศัย “วิถีคิด” ที่ออกนอกกรอบเดิมพอสมควร จะต้องพลิกกระบวนการทัศน์ ที่มีอยู่เดิมเกี่ยวกับการเรียนรู้เสียใหม่ การเรียนรู้ภายใต้กระบวนการทัศน์ใหม่นี้จะสร้างมุมมองที่ค่อนข้างเป็นองค์รวม (ประพนธ์ ผาสุกยัต, 2547 : 24) และนวัตกรรมเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจเป็นการเปลี่ยนแปลงทีละเล็กละน้อย (Incremental Innovation) หรืออาจเป็นการเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่

(Radical Innovation) กระบวนการนวัตกรรมเป็นกระบวนการที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและมีองค์ประกอบเกี่ยวข้องอยู่มากหลายองค์ประกอบซึ่งได้แก่ ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ และด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โรเจอร์ และคณะ (Roger and Other. 2002 : 516 - 519) กระบวนการดังกล่าวเกี่ยวข้องกับองค์ความรู้และการแพร่กระจายความรู้ที่มีศักยภาพทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี พร้อมกับการ “แปลง” ความรู้เหล่านี้ให้เป็นผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตใหม่ (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. 2547 : 9) นวัตกรรม จึงเป็นสิ่งที่เกิดจากความสามารภในการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะและประสบการณ์ และการจัดการมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตใหม่และบริการใหม่เพื่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพ (สุวิทย์ เมษินทรีย์. 2557)

ธนาคารออมสินเป็นธนาคารในประเทศไทย มีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจในทุก ๆ ด้านให้เติบโตต่อเนื่องเช่นเดียวกับธุรกิจอื่น ๆ ที่ต้องมีการแข่งขันและพัฒนารูปแบบการทำธุรกิจให้หลากหลายขึ้น ซึ่งในภาวะเศรษฐกิจมีการขยายตัวและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่นปัจจุบันภาวะการแข่งขันของธนาคาร ก็ขยายกว้างขึ้นตามไปด้วยซึ่งธนาคารจำเป็นต้องคิดค้นการให้บริการ และการทำธุรกิจ เพื่อสนองตอบต่อโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ภายใต้ขอบเขตของข้อกำหนดซึ่งไม่เปิดช่องทางให้มากนัก ธนาคารออมสิน มีความมุ่งมั่นนำเสนอบริการทางการเงินให้ครบวงจร เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและประชาชนทุกระดับในทุกชุมชน โดยยังรักษาจุดแข็งเดิมที่โดดเด่น เป็นธนาคารเพื่อการออมและเพื่อความมุ่งมั่นดังกล่าวสำเร็จผลได้อย่างเป็นรูปธรรมธนาคารจึงได้กำหนดเป็นนโยบายการดำเนินงานที่สำคัญในการให้ลูกค้าและประชาชนได้เข้าถึงบริการของธนาคารเพิ่มมากขึ้น คือ การส่งเสริมการออมและการสร้างวินัยทางการเงินและการเพิ่มขยายการให้บริการและธุรกรรมทางการเงินและด้วยตระหนักถึงความสะดวกรวดเร็วในการบริการแก่ลูกค้าเพื่อสร้างคุณภาพการบริการที่ส่งมอบความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า เพื่อสร้างผลลัพธ์การบริการที่ดีให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ และก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีแก่ลูกค้ารวมทั้งกระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่องตลอดจนการสร้างฐานให้ลูกค้ามีความสัมพันธ์ระยะยาว และก่อให้เกิดความจงรักภักดีกับสินค้าหรือบริการตลอดไป (ธนาคารออมสิน. 2557)

ธนาคารออมสินภาค 11 ครอบคลุมพื้นที่ 6 จังหวัด มี 73 สาขา ประกอบด้วย จังหวัดขอนแก่น มี 20 สาขา ภาพสินธุ์ มี 10 สาขาร้อยเอ็ด มี 14 สาขาจังหวัดชัยภูมิ มี 12 สาขา มหาสารคาม มี 9 สาขา และมุกดาหาร มี 8 สาขา จากปัญหาที่พบ ธนาคารออมสินยังไม่มีควม

พร้อมของบุคลากรที่มีคุณภาพทางด้านแนวความคิด มีความสามารถในการเรียนรู้เพื่อคิดค้นนวัตกรรมสินค้า บริการ และกระบวนการทำงานใหม่ ๆ ที่เป็นเครื่องมือช่วยในการปรับตัวกับสภาพการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและในการให้บริการด้านการกู้คืนเชื้อ บางครั้งเอกสารของลูกค้าไม่ครบ จึงทำให้การประเมินเกิดความล่าช้า และการยื่นขออนุมัติการกู้ หรือการมาติดต่อทำธุรกรรมต่าง ๆ กับธนาคาร ทำให้ผู้ที่มาใช้บริการบางคน ไม่กล้าที่จะมาติดต่อทำธุรกรรมกับธนาคาร การให้บริการเงินฝากลูกค้ากลุ่มรากหญ้าลูกค้าไม่เข้าใจเงื่อนไขในการฝากเงินแต่ละประเภท ในด้านการให้บริการที่จ่อครธนาคารมีสถานที่จ่อครไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า (นาฏศิลาปะ มากสี. 2557 : สัมภาษณ์)

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่องการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานธนาคารออมสินภาค 11 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 และเพื่อศึกษาการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ผลการศึกษาที่ได้สามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับธนาคารออมสินในการสร้างและพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้เกิดขึ้นกับบุคลากร ส่งเสริมให้บุคลากรมีการเรียนรู้นวัตกรรมในด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์และสามารถนำไปเป็นข้อสนเทศในการบริหารจัดการ การกำหนดกลยุทธ์ การกำหนดนโยบาย และการวางแผนการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพการให้บริการที่ดีเยี่ยมเพื่อให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานธนาคารออมสินภาค 11
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11
3. เพื่อศึกษาการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11
4. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานและคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11

สมมติฐานการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานมีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงาน
ธนาคารออมสินภาค 11

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงาน (Job Innovation learning)

ประกอบด้วย 1) ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ (Self-Destruction) 2) ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า (Customer Centric) 3) ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ (Result Oriented) และ 4) ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Literacy) (เสน่ห์ จูย์โต. 2548 : 1-13)

1.2 คุณภาพการให้บริการของพนักงาน ประกอบด้วย 1) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา 2) ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า 3) ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ และ 4) ด้านการรักษาภาพพจน์ (Image Enthusiasm) (วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. 2545 : 7)

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร (Population) ได้แก่ พนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ประกอบด้วย ผู้จัดการสาขา ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา พนักงานปฏิบัติการ ลูกจ้างปฏิบัติงานแทนพนักงานปฏิบัติการ 2-7 ในปี พ.ศ. 2557 จำนวน 870 คน (ธนาคารออมสิน. 2556 : 8)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ได้แก่ พนักงานของสาขาธนาคารออมสินภาค 11 ประกอบด้วย ผู้จัดการสาขา ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา พนักงานปฏิบัติการ ลูกจ้างปฏิบัติงานแทนพนักงานปฏิบัติการ 2-7 ในปี พ.ศ. 2557 จำนวน 275 คน โดยคำนวณจากสูตรของทาโร่ ยามานะ (Taro Yamane. 1973 : 727-728)

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตเนื้อหาของการวิจัยไว้ ดังนี้

3.1 ตัวแปิอิสระ

3.1.1 การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงาน ประกอบด้วย

- 1) ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ
- 2) ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า
- 3) ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ
- 4) ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

3.2 ตัวแปรตาม

3.2.1 คุณภาพการให้บริการของพนักงาน ประกอบด้วย

- 1) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา
- 2) ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า
- 3) ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ
- 4) ด้านการรักษาภาพพจน์

4. ขอบเขตด้านพื้นที่

ธนาคารออมสินภาค 11 ได้แก่ ธนาคารออมสินจังหวัดขอนแก่น จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดมุกดาหาร และจังหวัดกาฬสินธุ์

5. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยเริ่มทำการวิจัยกำหนดระยะเวลารวม 1 ปี โดยเริ่มต้นตั้งแต่ สิงหาคม พ.ศ. 2557 ไปจนถึง กรกฎาคม พ.ศ. 2558

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจความหมายของคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ให้คำนิยามศัพท์เฉพาะไว้ ดังนี้

การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงาน หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจในการปฏิบัติงาน โดยบุคลากรในองค์กรมีความรู้และเพิ่มขีดความสามารถ ในการทำงานโดยการพัฒนาความรู้ด้วยเทคโนโลยีต่าง ๆ และนำความรู้มาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อการสร้างสรรค์งานและการบรรลุเป้าหมายแห่งงานอย่างต่อเนื่อง

1. ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ หมายถึง การที่พนักงานมีความกระตือรือร้นในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการทำงาน ใส่ใจในการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชา เมื่อได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์พร้อมปฏิบัติตามวิธีทำงาน

ขององค์กรของเพื่อนร่วมงานเพื่อพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น และเน้นกับเรื่องบุคลิกภาพ และพร้อมพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองให้ดีขึ้นอยู่เสมอ

2. ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า หมายถึง ความตั้งใจในการให้บริการช่วยเหลือ ติดตาม เสมือนเป็นธุระของตนเอง เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้รับบริการหรือ ผู้มาติดต่อ ทั้งภายในและภายนอก ค้นหาและทำความเข้าใจกับความต้องการและความคาดหวังวิเคราะห์จุดแข็ง จุดที่ควรปรับปรุงในการให้บริการ

3. ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ หมายถึง ความมุ่งมั่นที่จะพยายามทำงานให้สำเร็จให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีแก่ธนาคาร วิเคราะห์การทำงาน การตัดสินใจดำเนินการใด ๆ และเลือกทางเลือกที่จะสร้างผลสำเร็จสูงสุดให้แก่องค์กร โดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ของตนเองหรือหน่วยงาน ซึ่งความสำเร็จในการทำงานอาจวัดได้จาก รายได้จากการให้บริการจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

4. ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมพื้นฐานทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน รวมทั้งติดตามเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ เพื่อนำมาพัฒนา ปรับปรุงและแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

1. การให้บริการอย่างทันเวลา หมายถึง การบริการจะต้องตรงเวลา มีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ซับซ้อนยุ่งยาก มีการประชาสัมพันธ์ วันเวลาได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน มีการประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการรับบริการจากธนาคารเป็นระบบ และรวดเร็ว ทันเวลาที่กำหนด

2. ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า หมายถึง การให้บริการลูกค้าด้วยความเคารพนับถือ ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงการให้เกียรติลูกค้า เช่น เจ้าหน้าที่ให้เกียรติแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเสมอ ที่ให้บริการลูกค้าทุกระดับอย่างเสมอภาค ด้วยความเอื้อเฟื้อและเอื้ออาทร ให้บริการด้วยด้วยคำพูดที่สุภาพ และความเชื่อถือต่อลูกค้าผู้มารับบริการ

3. ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ หมายถึง การให้บริการอย่างเต็มใจมิใช่ทำไปเพราะหน้าที่ เช่น พนักงานให้บริการด้วยความยินดีและเต็มใจ ให้บริการด้วยความจริงใจและเจ้าหน้าที่มีความตั้งใจในการให้บริการเพื่อมิให้เกิดความบกพร่องต่อลูกค้าผู้มารับบริการ มีการให้คำแนะนำ และแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ กระตือรือร้นที่จะให้บริการที่ดี

4. ด้านการรักษาภาพพจน์ หมายถึง การสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ธุรกิจหรือหน่วยงาน เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งเมื่อธุรกิจมีการแข่งขันก็จะมีการแข่งขันกันสร้างภาพลักษณ์ มีตั้งแต่ระดับสูงจนถึงระดับล่าง มีการสร้าง ภาพลักษณ์ขององค์กร โดยรวมซึ่งมีหลักการที่ควรคำนึงถึง ได้แก่ การเป็นที่ยอมรับ ความสอดคล้อง เหมาะสม และความเป็นไปได้

พนักงานธนาคารออมสิน หมายถึง พนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ธนาคารออมสิน ในพื้นที่ภาค 11 ผู้จัดการสาขา ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา พนักงานปฏิบัติการ ลูกจ้างปฏิบัติงานแทนพนักงานปฏิบัติการ 2-7

ธนาคารออมสิน หมายถึง ธนาคารออมสิน ภาค 11 จำนวน 72 สาขา ที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น มหาสารคาม กาฬสินธุ์ ร้อยเอ็ด ชัยภูมิ และมุกดาหาร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยในครั้งนี้ จะได้รับประโยชน์ ดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน ของธนาคารออมสินภาค 11 เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนา ปรับปรุงและวางแผนในการดำเนินงานด้านบุคลากรให้บุคลากรทำงานอย่างมีคุณภาพในการให้บริการเพิ่มมากขึ้น

2. ทำให้ทราบถึงคุณภาพการให้บริการของพนักงานของธนาคารออมสินภาค 11 เพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายการให้บริการของสาขาธนาคารออมสินภาค 11

3. ทำให้ทราบถึงการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 เพื่อเป็นข้อมูลในการ พัฒนา ปรับปรุงวิธีการบริการลูกค้า รวมถึงเพื่อเป็นแนวทางในการพิจารณาเปลี่ยนแปลง ปรับเปลี่ยนภายในองค์กรให้มีความเหมาะสมกับคุณสมบัติ และลักษณะความรู้ความสามารถของพนักงานของธนาคารออมสินภาค 11

4. เพื่อเป็นข้อมูลสารสนเทศสำหรับการพัฒนาคุณภาพการบริการลูกค้าของธนาคารออมสินภาค 11 และไว้เป็นฐานข้อมูลในการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการองค์กร และสารสนเทศสำหรับนักวิชาการ สำหรับการสืบค้นและต่อยอดการวิจัยที่สมบูรณ์ขึ้น

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีรายละเอียด ดังนี้

1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน
 - 1.1 ความหมายการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน
 - 1.2 ความสำคัญของการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน
 - 1.3 ประเภทของการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน
 - 1.4 หลักการของการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน
 - 1.5 แนวทางในการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน
 - 1.6 องค์ประกอบการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน
2. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ
 - 2.1 ความหมายของการบริการ
 - 2.2 คุณลักษณะของการบริการ
 - 2.3 ประเภทคุณภาพของงานบริการ
 - 2.4 ความหมายของคุณภาพการให้บริการ
 - 2.5 ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ
 - 2.6 ลักษณะของคุณภาพการให้บริการ
 - 2.7 องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ
3. บริบทธนาคารออมสินภาค 11
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 4.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 4.2 งานวิจัยต่างประเทศ
5. กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงาน

ในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ ล้วนจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด และความเจริญก้าวหน้าในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ประสิทธิภาพ (Effectiveness) ขององค์กรขึ้นอยู่กับความสามารถขององค์กรในการเรียนรู้ถึงสถานการณ์ แนวคิด เทคนิคการดำเนินงาน และเทคโนโลยีต่าง ๆ จากภายนอก เรียนรู้จากประสบการณ์จาก กันและกันภายในและภายนอกองค์กร นำมาพัฒนาคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม (Innovation) ต่อไป การพัฒนาองค์กรให้มีความสามารถในการสร้างนวัตกรรมได้นั้น ปัจจัย สำคัญที่สรรค์สร้างให้เกิดนวัตกรรม คือ คน ปัญญาความรู้ และทักษะความสามารถของ ทรัพยากรมนุษย์ เป็นหัวใจหลักของการสร้างประสิทธิภาพ (Efficiency) ของการทำงาน และ ขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคง ดังนั้น จึงต้องมี “การจัดการทรัพยากรมนุษย์” ให้ต้องคิด วิเคราะห์ และวางแผนโดยคาดคะเนถึงการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น เพื่อเตรียมความพร้อมให้ ทำทันที และตรงใจใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยผู้บริหารระดับสูงต้องมีความมุ่งมั่น ในการนำองค์กรไปสู่องค์กรสร้างนวัตกรรม สร้างบรรยากาศให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การ เปิดโอกาสให้ทุกคนในองค์กร ได้คิดสร้างสรรค์และนำเสนอแนวความคิด (Idea) ได้อย่าง อิสระ กล้าที่จะเสี่ยงนำเอาแนวความคิดดี ๆ ไปพัฒนา รวมทั้งการใช้รางวัลเป็นตัวกระตุ้นให้ บุคลากรขององค์กรได้คิดสร้างสรรค์งาน สภาพแวดล้อมที่สบาย ๆ ไม่เคร่งเครียด ไม่ถูกตี กรอบความคิด ก็มีมีส่วนช่วยให้เกิดแนวความคิดใหม่ ๆ ในทางตรงกันข้าม หากผู้บริหาร ระดับสูงไม่มีความมุ่งมั่น ไม่เปิดโอกาสให้ทุกคนในองค์กรสามารถคิดสร้างสรรค์และนำเสนอ แนวความคิดได้อย่างอิสระ และไม่กล้าเสี่ยงที่จะนำแนวความคิดดี ๆ ไปพัฒนา รวมทั้งไม่ใช้ รางวัลเป็นตัวกระตุ้น เหล่านี้ ล้วนเป็นปัญหาอุปสรรคที่ไม่อาจทำให้เกิดนวัตกรรมขึ้นใน องค์กร

ซึ่งองค์กรธุรกิจต่าง ๆ ก็ล้วนแล้วแต่ต้องการนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อที่จะรักษาส่วนแบ่ง ทางการตลาดและเพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ในอนาคต กลไกในการสร้างนวัตกรรมใหม่ให้ ประสบความสำเร็จในองค์กรนั้น สำคัญ คือ จะต้องมีการเชื่อมโยงทีมงาน และองค์ความรู้ต่าง ๆ ภายในและภายนอกองค์กรเข้าด้วยกัน กำหนดเป้าหมายและกระตุ้นให้แต่ละส่วนเกิดความ มุ่งมั่นที่จะทำงานในส่วนของตนอย่างสอดคล้องประสานกับทีมอื่น ๆ เพื่อเป้าหมายเดียวกัน และหน้าที่ในการสร้างและจัดการทีมแห่งการสร้างนวัตกรรมนี้ ย่อมต้องเป็นหน้าที่ของ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กร เช่นเดียวกัน นักออกแบบขององค์กรก็จะต้องเชื่อมโยงสัมพันธ์กับ ส่วนอื่น ๆ เพื่อการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในเบื้องต้น

นั้นปัจจัยสำคัญในการทำงานร่วมกับทีมอื่นคือ ต้องมีความเข้าใจในหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละส่วน มีความเข้าใจในกระบวนการทั้งหมดว่าดำเนินไปอย่างไร และใครอยู่ในขั้นตอนไหน รวมถึงต้องมีความสามารถในการรวมทีมต่าง ๆ เข้าด้วยกันตาม ความต้องการของงานที่มี (สนั่น เกชาวี. 2557 : ออนไลน์)

1. ความหมายการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน

จากการศึกษา ได้มีผู้ให้ความหมายของการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน ดังนี้

ชมพูนุท ดวงมาก (2547 : 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน หมายถึง กระบวนการต่าง ๆ ที่มุ่งสร้างความรู้ทั้งในระดับบุคคลกลุ่มและระบบขององค์กรเป็นการเพิ่มพูนความสามารถขององค์กร เพื่อทำให้เกิดการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ

ชูลิพร เอี่ยมอำนวยการ (2548 : 30) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน หมายถึง การที่องค์กรช่วยให้สมาชิกภายในองค์กรได้ขยายขีดความสามารถของตนให้ เป็นไปอย่างต่อเนื่องให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ในระดับที่สูง ให้โอกาสอย่างอิสระกับการแสดง ออกทางความคิด สนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้อย่างเป็นระบบต่อเนื่องและเป็นพลวัตร ไม่หยุดนิ่ง ทั้งในระดับบุคคล กลุ่มหรือทีม และองค์กร

สุทัศน์ พะสุรัมย์ (2548 : 28) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเนื่องมาจากการได้รับสิ่งเร้า และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมดังกล่าวควรมีลักษณะที่ถาวรพอสมควร ซึ่งก็คือ การได้รับประสบการณ์นั่นเอง

เสน่ห์ จุ้ยโต (2548 : 1) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเป็นสิ่งใหม่และองค์กรยอมรับเอาไปใช้

เกศรา รักชาติ (2549 : 24) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน หมายถึง องค์กรที่มุ่งพัฒนาและปรับปรุงขีดความสามารถ ศักยภาพของทั้งบุคลากรที่ปฏิบัติงานและองค์กร อย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะได้มาซึ่งผลลัพธ์ หรือ Result อย่างที่ใจสมาชิกทุกคนในองค์กรต้องการร่วมกันจริง ๆ

อรจิรัช ฒ ตะกั่วทุ่ง (2549 : 15) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน หมายถึง การที่บุคลากรแต่ละคน แต่ละกลุ่มทั่วทั้งองค์กรมีอิสระในการเรียนรู้ สร้างความรู้ที่หลากหลายร่วมกัน แบ่งปันความรู้ เพื่อเพิ่มพูนสมรรถนะ และศักยภาพที่จะก่อให้เกิดความก้าวหน้าในการดำเนินกิจการ ไปสู่เป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

รุจิรา เหลืองศักดิ์คาพิชญ์ (2550 : 45) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การเรียนรู้
นวัตกรรมในการทำงาน หมายถึง คุณภาพของทักษะความรู้ที่พนักงานมีจากการแบ่งปัน
ความคิดร่วมกัน มีความเชื่อความเข้าใจ ความคิดเห็นร่วมกัน ที่ต้องมีการสืบค้น ตรวจสอบและ
ขยายความคิด ความเชื่ออยู่เป็นนิจเพื่อเกื้อหนุนการปฏิบัติการขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ
ยิ่งขึ้น

สุวิทย์ เมษินทรีย์ (2557 : ออนไลน์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การเรียนรู้
นวัตกรรมในการทำงาน หมายถึง ความสามารถในการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ
และประสบการณ์ทางเทคโนโลยี หรือการจัดการมาพัฒนาให้เกิดการผลิต ผลิตภัณฑ์ใหม่
กระบวนการ การผลิตใหม่

Garvin. (2000 : 35) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงาน
หมายถึง ทักษะในการสร้าง สรรหา ถ่ายโอนความรู้ และสามารถปรับขยายพฤติกรรมที่สะท้อน
ถึงการหยั่งรู้และความรู้ใหม่ ๆ

Hoy and Miskel. (2001 : unpagged) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การเรียนรู้นวัตกรรม
ในการทำงาน หมายถึง การพัฒนาขยายขีดความสามารถของตนเองเพื่อการสร้างสรรค์งานและการ
บรรลุเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง สมาชิกในองค์กรได้เรียนรู้ถึงวิธีการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน
และองค์กรได้มีการขยายศักยภาพเพื่อการแก้ปัญหาและสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่อง

Roger (2002 : 516) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงาน
หมายถึง การมุ่งส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรมีความรู้และความเข้าใจ ในการปฏิบัติงาน โดย
ให้บุคลากรในองค์กรมีความรู้และเพิ่มขีดความสามารถในการทำงาน โดยการพัฒนาความรู้
ด้วยเทคโนโลยีต่าง ๆ

จากความหมายของ การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงาน ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น
สามารถสรุปได้ว่า การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงาน หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจในการ
ปฏิบัติงาน โดยบุคลากรในองค์กรมีความรู้และเพิ่มขีดความสามารถ ในการทำงานโดยการ
พัฒนาความรู้ด้วยเทคโนโลยีต่าง ๆ และนำความรู้มาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อการสร้างสรรค์
งานและการบรรลุเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

2. ความสำคัญของการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงาน

ในยุคปัจจุบันการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานมีความสำคัญมากที่สุดเพราะว่า
เป็นยุคของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ดังนั้น ในทุก
ระดับ (All Levels) ตั้งแต่ระดับประเทศ ระดับภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และธุรกิจเอกชน ระดับ

องค์กร ระดับแผนงานและระดับบุคคลและถ้าพิจารณาในระดับองค์กร พบว่า นวัตกรรมมีความสำคัญต่อองค์กร ดังนี้ (เสนห์ จุ้ยโต. 2548 : 8 – 12)

2.1 ผู้ความเป็นเลิศของบุคคล (Individual Excellence) นวัตกรรมด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมักเกิดจากปัจเจกบุคคลแต่ละคน (Individual) กล่าวคือ ถ้าได้มีการส่งเสริมการเรียนรู้และศึกษาอบรมให้คนมีกระบวนการคิดที่ถูกต้อง เป็นการคิดแบบวิจารณ์ญาณ (Critical Thinking) และการคิดแบบริเริ่มสร้างสรรค์ (Creative Thinking) ก็จะทำให้ได้นวัตกรรมใหม่ขึ้นได้ เมื่อใดก็ตามที่มีบุคคลที่เป็นนักคิดก็จะก่อให้เกิดนวัตกรรมและประดิษฐ์สิ่งใหม่เกิดขึ้นเสมอ

2.2 ผู้ความเป็นเลิศของทีมงาน (Teamwork Excellence) ในการทำงานร่วมกันในองค์กร บริษัทหรือส่วนงานต่างๆพบว่าไม่ค่อยมีการพบปะพูดคุยและ “ปะทะสังสรรค์ทางความคิด” มุ่งเน้นการทำงานให้เสร็จตามหน้าที่ของตนเองเท่านั้น มีผลทำให้การทำงานขาดการประสานความร่วมมือและเกิดความล้มเหลวในส่วนงาน เพราะในความเป็นจริงแล้วงานบริหารและงานองค์กรต้องเกี่ยวข้องของสัมพันธ์กัน ยังมีการพูดคุยกันมากเท่าใดก็จะก่อให้เกิดการเรียนรู้มากขึ้นเท่านั้น การพัฒนาการเรียนรู้ด้วยกลุ่มและทีมงาน (Team Learning) จึงเป็นสิ่งสำคัญในหลาย ๆ เรื่องของวัฒนธรรมไม่สามารถบอกได้ว่าเป็นของใครแต่สามารถบอกได้ว่าเป็นของกลุ่มใด ทีมงานหรือแผนใด การส่งเสริมให้ทีมงานมีการคิดจึงเป็นสิ่งที่ต้องกระทำเพื่อให้เกิดความคิดใหม่ (Rethinking) ความคิดที่แตกต่าง (Differencing) เพื่อนำไปสู่วัฒนธรรมใหม่ในการทำงาน อาทิ การใช้กระบวนการกลุ่มหรือกลุ่มสัมพันธ์ (Group Dynamic) การใช้การระดมความคิด (Brain Storming) การกระจายอำนาจให้ทีมงาน (Empowerment) การรวมพลังสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการเอไอซี (Appreciation Influence Control) การใช้กลุ่มคุณภาพงาน(Q.C.C) การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) การออกแบบงาน (Job Design)

2.3 ผู้ความเป็นเลิศขององค์กร (Organization Excellence) ในทฤษฎีนวัตกรรมอธิบายว่าความเป็นเลิศขององค์กร สามารถเกิดขึ้นได้ทุก ๆ จุดขององค์กร ทั้งบุคคล (Individual) ทีมงาน (Teamwork) และทั้งองค์กร (Total Organization) การสร้างองค์กรที่ดีก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้เกิดนวัตกรรมขึ้น ทฤษฎีองค์กรสมัยใหม่ก่อให้เกิดนวัตกรรม ดังนี้

2.3.1 องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) เมื่อใดมีการเรียนรู้เมื่อนั้นย่อมมีนวัตกรรม

2.3.2 องค์การอัจฉริยะ (Intelligent Organization) เมื่อใดมีสติปัญญา
ความรู้เมื่อนั้นย่อมมีนวัตกรรม

2.3.3 องค์การเชิงกลยุทธ์ (Strategic Organization) เมื่อใดมีวิสัยทัศน์และ
กลยุทธ์เมื่อนั้นย่อมมีนวัตกรรม

2.3.4 องค์การ 3 ไอ (Triple I Organization) เมื่อใดมีข้อมูลข่าวสาร
สติปัญญาและความคิด เมื่อนั้นย่อมมีนวัตกรรม (Information Intelligence and Idea)

2.3.5 องค์การวิจัยและพัฒนา (R&D Organization) เมื่อใดมีวิจัยและพัฒนา
เมื่อนั้นย่อมมีนวัตกรรม

จากที่กล่าวมาสรุปได้ความสำคัญของการเรียนรู้วัตกรรมการทำงาน มี
ความสำคัญต่อองค์กรในด้านการส่งเสริมการเรียนรู้และศึกษาอบรมมีกระบวนการคิดผู้ความ
เป็นเลิศของบุคคล ความเป็นเลิศของทีมงาน ประสานความร่วมมือในการพัฒนาการเรียนรู้ด้วย
กลุ่มและทีมงาน เพื่อความเป็นเลิศขององค์กร สร้างองค์การที่ดีให้เกิดนวัตกรรมแห่งการ
เรียนรู้

3. ประเภทของการเรียนรู้วัตกรรมการทำงาน

การเรียนรู้วัตกรรมการทำงานแบ่งประเภทของออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้
(เสน่ห์ จุ้ยโต, 2548 : 1-13)

3.1 แบ่งตามลักษณะของการสร้างนวัตกรรม

3.1.1 นวัตกรรมส่วนเพิ่ม (Incremental Innovation) เป็นนวัตกรรมที่ใช้
ประโยชน์จากเทคโนโลยี หรือสิ่งเดิมที่มีอยู่แล้ว ซึ่งอาจเป็นการปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น
หรือปรับเทคโนโลยีหรือสิ่งที่มีเพื่อจุดมุ่งหมายอื่น

3.1.2 นวัตกรรมที่เพิ่งค้นพบ (Breakthrough Innovation) หรือนวัตกรรม
ที่สร้างความเปลี่ยนแปลงจากเดิม โดยสิ้นเชิงเป็นสิ่งที่ยังไม่เคยมีมาก่อนในโลก และไม่
เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีหรือวิธีการเดิมที่มีอยู่

นวัตกรรมที่เป็นส่วนเพิ่ม จะใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีหรือสิ่งที่มีอยู่
แล้วโดยมันอาจเป็นการทำให้สิ่งที่มีอยู่ดีขึ้น หรือเป็นการสร้างสิ่งใหม่ที่ดีกว่าเดิม หรือ
ปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีหรือสิ่งเดิมเพื่อจุดมุ่งหมายอื่น ส่วนนวัตกรรมที่เป็นการสร้างความ
เปลี่ยนแปลงโดยสิ้นเชิงนั้น เป็นสิ่งที่ไม่เคยมีมาก่อนในโลก โดยนวัตกรรมที่เป็นการสร้าง
ความเปลี่ยนแปลงโดยสิ้นเชิง จะถูกนำเข้ามาแทนที่เทคโนโลยีเดิม เมื่อเทียบกับนวัตกรรมที่
สร้างความเปลี่ยนแปลง

โดยสิ้นเชิงแล้วนวัตกรรมที่เป็นส่วนเพิ่มจะใช้เวลาสร้างน้อยกว่าและมีความเสี่ยงต่ำกว่า นวัตกรรมที่สร้างความเปลี่ยนแปลง โดยสิ้นเชิงและนวัตกรรมส่วนเพิ่มนั้นมักจะไปส่วนกัน โดยหลังจากที่นวัตกรรม ซึ่งสร้างความเปลี่ยนแปลง โดยสิ้นเชิงประสบความสำเร็จแล้ว ก็มักจะ เกิดนวัตกรรมส่วนเพิ่มตามมาในอีกช่วงเวลาหนึ่ง (ฉัญญา สินตระการผล. 2550 : 35-36)

3.2 แบ่งตามลักษณะการใช้นวัตกรรม

3.2.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ที่ผลิตขึ้นในเชิงพาณิชย์ที่ได้ให้ดีขึ้นหรือเป็นสิ่งใหม่ในตลาด นวัตกรรมนี้อาจจะเป็นของใหม่ ต่อโลกต่อประเทศหรือแม้แต่ต่อองค์กร นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นั้นยังสามารถถูกแบ่งออกเป็น ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) หรือสินค้าทั่วไป และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) หรือการบริการ โดย

3.2.2 นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) เป็นการเปลี่ยนแนวทาง หรือวิธีการผลิตสินค้า หรือบริการ ให้การให้บริการในรูปแบบที่แตกต่างออกไปจากเดิม เช่น การผลิตแบบทันเวลาพอดี หรือ Just In Time (JIT) การบริหารงานคุณภาพองค์กรรวมหรือ Total Quality Management (TQM) และการผลิตแบบกะทัดรัดหรือ Lean Production

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ประเภทของการเรียนรู้นวัตกรรมแบ่งตามลักษณะของการ สร้างนวัตกรรม คือ นวัตกรรมส่วนเพิ่ม เป็นนวัตกรรมที่ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี หรือสิ่ง เดิมที่มีอยู่แล้วปรับปรุงให้ดีขึ้นและตามลักษณะการใช้นวัตกรรม คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และ นวัตกรรมกระบวนการที่เป็นการเปลี่ยนแนวทางหรือวิธีการผลิตสินค้า หรือบริการ การ ให้บริการในรูปแบบที่แตกต่างออกไปจากเดิม

4. หลักการของการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงาน

หลักการของการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานที่เป็นแก่นสาระสำคัญ ดังนี้ (เสนห์ จุ้ยโต. 2548 : 13)

4.1 นวัตกรรมเป็นเรื่องความคิด ใครก็ตามที่จะสร้างนวัตกรรมต้องมุ่งสู่ การสร้างความคิดที่ถูกต้อง (Right Thinking) ให้เกิดขึ้น การคิดที่ผิด แม้จะปฏิบัติให้ดีเพียงใดก็ ยากที่จะถูกได้ เพราะมันเริ่มต้นที่ผิดแล้ว ในการทำงานปัจจุบันให้ใช้เวลาในการคิด ไตร่ตรอง วิเคราะห์ให้ถ้วนถี่ แล้วค่อยดำเนินการปฏิบัติ โอกาสที่จะผิดพลาดเป็นไปได้น้อย การคิด ปัจจุบันมุ่งสู่การคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Thinking) กลยุทธ์ธุรกิจ (Business Strategy) การ ดำเนินกลยุทธ์ (Strategy Implementation) และการประเมินกลยุทธ์ (Strategy Evaluation) ด้วย เทคนิคการประเมินแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard)

4.2 นวัตกรรมเป็นกุญแจสำคัญเพื่อสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขัน การสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันคือหัวใจสำคัญของธุรกิจ การแข่งขันนำมาซึ่งคุณภาพ และคุณภาพนำมาซึ่งมาตรฐาน มาตรฐานวันนี้ต้องดีกว่าเมื่อวานนี้ และต้องมุ่งสู่มาตรฐานสากล ตัวแปรที่สำคัญที่มีผลต่อนวัตกรรม คือ 3'C ได้แก่ การแข่งขัน (Competition) ลูกค้า (Customer) และการเปลี่ยนแปลง (Change)

4.3 ประสิทธิภาพของนวัตกรรมสามารถเพิ่มราคาได้ พลังแห่งสติปัญญา หรือภูมิปัญญา (Wisdom) จะนำมาซึ่งคุณค่า (Value Added) และราคาที่สูงขึ้น

4.4 ผู้บริหารสูงสุดต้องนำและมีความรับผิดชอบต่อนวัตกรรม ในองค์การธุรกิจผู้บริหารสูงสุด (Chief Executive Officer) ต้องเป็นผู้นำในการสร้างนวัตกรรม ดังนั้นจึงต้องกำหนดคุณสมบัติของผู้นำว่าต้องการเปลี่ยนแปลงต้องคิดริเริ่ม ต้องคิดสร้างสรรค์ และต้องมีภาวะผู้นำ (Leadership) โดยเป็นแบบอย่าง (Modeling) ของการสร้างนวัตกรรมที่ด้วย

4.5 ผู้บริหารสูงสุดต้องผูกพันและแพร่กระจายไปยังบุคคลอื่นเพื่อนวัตกรรม นอกจากจะคิดค้นให้มั่นนวัตกรรมแล้ว จำเป็นสร้างความผูกพันให้เกิดขึ้น (Right Commitment) และความเข้าใจที่ถูกต้อง (Right Understanding) ในทีมงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง กระบวนการมีส่วนร่วมในนวัตกรรมจึงมีความสำคัญที่จะต้องสร้างขึ้นให้ได้ ผู้บริหารสูงสุดต้องทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร กำกับตรวจสอบและเป็นผู้ประชาสัมพันธ์ให้นวัตกรรมเกิดขึ้นในทุกคนทุกฝ่ายและทั่วทั้งองค์การ ซึ่งเทคนิคที่คุ้นเคยกันจะเรียกว่าจุดประกาย

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า หลักการของการเรียนรู้นวัตกรรมได้แก่ การคิด ไตร่ตรอง วิเคราะห์ให้ถ่วงถี้ แล้วค่อยดำเนินการปฏิบัติการคิดเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันในเชิงคุณภาพและประสิทธิภาพของนวัตกรรมที่ผู้บริหารคิดค้นและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกำกับตรวจสอบและเป็นผู้ประชาสัมพันธ์ให้นวัตกรรมเกิดขึ้นในทุกคนทุกฝ่ายและทั่วทั้งองค์การ

5. แนวทางการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงาน

การเรียนรู้เชิงนวัตกรรมของพนักงานในองค์กรมีความสำคัญต่อการแข่งขันในโลกธุรกิจปัจจุบันเป็นอย่างมาก เนื่องจากนวัตกรรมเป็นจุดเริ่มต้นของการคิดสร้างสรรค์ซึ่งจะนำมาความรู้ใหม่ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการใหม่ ซึ่งการเรียนรู้เชิงนวัตกรรมของบุคคลในองค์กรจะเกิดขึ้นต้องอาศัยองค์ประกอบ ดังนี้ (ผู้จัดการรายสัปดาห์. 2557 : ออนไลน์)

5.1 การคิดนอกกรอบ (Think Out of the Box) เป็นการคิดในสิ่งต่างจากกรอบความคิดเดิม ๆ หรือลึกซึ้งกว่าเดิมได้อย่างรวดเร็ว สามารถนำความคิดไปปฏิบัติ ตลอดจน

สามารถแก้ไขปัญหาลเฉพาะหน้าที่ไม่เคยพบมาก่อนได้อย่างฉับพลัน ในโลกยุคปัจจุบันที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน ผู้บริหารในองค์กรจะต้องมีการพัฒนาวิธีคิดและการตัดสินใจเพื่อรองรับการเผชิญหน้ากับสภาวะการแข่งขันที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกวัน องค์กรที่ส่งเสริมให้คนในองค์กรคิดนอกกรอบได้เป็นการกระตุ้นให้บุคลากรเกิดการคิดสร้างสรรค์คิดค้นสิ่งใหม่ ๆ

5.2 ปลุกฝังแนวคิดทิศทางที่สอดคล้องกับกลยุทธ์หลักอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่แค่มาตรการชั่วคราว เป็นการกำหนดการคิดเชิงสร้างสรรค์และโครงการใหม่ ๆ ในการดำเนินงานขององค์กรให้กลายเป็น “กลยุทธ์หลัก” ที่บุคลากรทั้งองค์กรต้องนำไปปฏิบัติ จนกลายเป็นกิจวัตรและงานประจำส่วนหนึ่งในองค์กร

5.3 ผู้บริหารระดับสูงต้องผลักดันและสนับสนุนอย่างจริงจัง โดยต้องสนับสนุนลูกน้องในทุกด้าน ทั้งในเรื่องของเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยที่จะทำให้พนักงานได้สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ รวมถึงการให้ความสำคัญเป็นอิสระทางความคิด และอำนาจทดลองผิดลองถูกกับวิธีการหรือไอเดียใหม่ ๆ ที่พนักงานคิดค้นขึ้นมา และต้องสื่อสารอย่างชัดเจนกับพนักงานว่า หากเกิดความผิดพลาดในการคิดสิ่งใหม่ ๆ เหล่านั้น จะไม่เอาผิดหรือลงโทษ แต่จะนับเป็นการลงทุนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาต่อไป

5.4 ควรนำความคิดสร้างสรรค์ที่พัฒนามาปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม โดยเพิ่มแรงจูงใจในการนำไปปฏิบัติ และนำผลสัมฤทธิ์ที่ได้จากแนวคิดดังกล่าวไปเชื่อมโยงกับการประเมินผลและผลตอบแทนจากการทำงาน เพื่อให้พนักงานได้ตระหนักถึงผลประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น

5.5 ปลุกฝังเรื่องการพัฒนาวัฒนธรรมให้เป็นค่านิยมและความเชื่อในการทำงานไม่ควรใช้กฎเกณฑ์เข้ามาบังคับ จากผลการวิจัยทั่วไปพบว่า การใช้ความเชื่อร่วมและการผลักดันจากเพื่อนร่วมงานในองค์กรด้วยกัน จะมีประสิทธิผลสูงกว่าการบังคับ โดยใช้กฎระเบียบในการดำเนินงาน

5.6 สร้างค่านิยมในการแข่งขันด้านนวัตกรรมภายในองค์กร ทำลายแนวคิดแต่ไม่ใช่ความขัดแย้งหรือ โจมตีซึ่งกันและกัน ในหลายองค์กรมุ่งเน้นให้เกิดการแข่งขันระหว่างกลุ่มงาน แผนกงาน หรือแต่ละสายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดบรรยากาศของการส่งเสริมการพัฒนาสิ่งใหม่ให้เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน เช่น บริษัท Sony มีการแบ่งหน่วยธุรกิจและให้แต่ละหน่วยธุรกิจนั้นแข่งขันกันคิดค้น และพัฒนาสินค้าใหม่ขึ้นมาตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างไรก็ตาม ควรต้องควบคุมระดับการแข่งขันให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมไม่ควรแข่งขันกันมาก จนกลายเป็นความขัดแย้งและไม่ช่วยเหลือกัน จนกระทั่งเห็นว่า หน่วยงานอื่นใน

องค์กรเหมือนเป็นคู่แข่ง ไม่แลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ เทคโนโลยีซึ่งกันและกัน ทำให้การทำงานซ้ำซ้อน

5.7 เสาะหาและคัดเลือกบุคลากรที่เหมาะสม ควรต้องเป็นผู้ที่มีลักษณะไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ และพร้อมที่จะเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ (กรุงเทพธุรกิจปีชวีก. 2557 : ออนไลน์)

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า แนวทางในการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน เป็นการพัฒนาวิธีคิดและการตัดสินใจในการคิดนอกกรอบ ปลูกฝังแนวคิดทศทางที่สอดคล้องกับกลยุทธ์หลักได้แก่การคิดเชิงสร้างสรรค์และโครงการใหม่ ๆ ที่ผู้บริหารระดับสูงต้องผลักดันและสนับสนุนนำความคิดสร้างสรรค์ที่พัฒนามาปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ปลูกฝังเรื่องการพัฒนานวัตกรรมให้เป็นค่านิยมและความเชื่อในการทำงาน เป็นการสร้างค่านิยมในการแข่งขันด้านนวัตกรรมภายในองค์กร

6. องค์ประกอบการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน

การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน คือ การเรียนรู้ที่นำเอาความคิดการปฏิบัติหรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใครใช้มาก่อนมาพัฒนาดัดแปลงมาเพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงานให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ การที่พนักงานมีความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมสูงจะส่งผลให้ประสบความสำเร็จและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร องค์ประกอบของการเรียนรู้ด้านนวัตกรรมมีด้วยกัน 4 ด้าน ประกอบด้วย (เสน่ห์ จุ้ยโต. 2548 : 1-13)

6.1 การปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ

การปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ (Self-Destruction) มีความหมายใกล้เคียงกับการพัฒนาตน (Self-Development) และมักใช้แทนกันบ่อย ๆ ได้แก่ การปรับปรุงตน (Self-Improvement) การบริหารตน (Self-Management) และการปรับตน (Self-Modification) (เสน่ห์ จุ้ยโต. 2548 : 1-13)

6.1.1 ความหมายของการพัฒนาและปรับปรุงตนเอง การพัฒนาและปรับปรุงตนเอง หมายถึง การดำเนินการส่งเสริมให้ตนเองมีความรู้ ความสามารถ มีทักษะในการทำงานยิ่งขึ้นหรืออีกนัยหนึ่ง การพัฒนาตนเอง เป็นกระบวนการสร้าง การเปลี่ยนแปลงผู้ปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ เช่น ความรู้ ความสามารถ ทักษะ อุปนิสัย ทัศนคติและวิธีการในการทำงานอันจะนำไปสู่ประสิทธิภาพในการทำงาน

6.1.2 องค์ประกอบของการพัฒนาและปรับปรุงตนเอง การพัฒนาและปรับปรุงตนเองมีองค์ประกอบ ดังนี้

- 1) มีเจตคติ ซึ่งจะส่งผลให้แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ มีทั้งเจตคติในทางสร้างสรรค์และเจตคติในทางต่อต้านทำลาย
- 2) ความรู้ แบ่งเป็นความรู้ทางโลก ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับชีวิตการทำงานและความรู้ทางธรรมเกี่ยวกับด้านศีลธรรม
- 3) บุคลิกภาพ เป็นผลรวมของความประพฤติ ลักษณะท่าทาง ความคิดความเชื่อ การพูด การกระทำ ซึ่งเป็นแบบฉบับ ลักษณะประจำหรือเนื้อแท้ของบุคคลนั้นที่ผู้อื่นเข้าใจได้มองเห็นได้
- 4) มีทักษะ เป็นความเชี่ยวชาญ คล่องแคล่ว เนื่องจากการฝึกฝนมาอย่างจริงจัง เกิดความรู้ ความชำนาญ กระทำซ้ำจนไม่เกิดความผิดพลาด แบ่งเป็นทักษะทางเทคนิค ทักษะทางความคิด

6.1.3 ประโยชน์ของการพัฒนาและปรับปรุงตนเอง มีดังนี้

- 1) การพัฒนาตนเองช่วยทำให้ระบบและวิธีปฏิบัติงาน การติดต่อประสานงานดีขึ้น
- 2) การพัฒนาตนเองเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดการประหยัด ลดความสิ้นเปลืองของวัสดุในการปฏิบัติงาน
- 3) การพัฒนาตนเองช่วยลดระยะเวลาของการเรียนรู้ให้น้อยลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่เข้ามาทำงานใหม่หรือเข้ารับตำแหน่งใหม่
- 4) การพัฒนาตนเองเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระของผู้บังคับบัญชา หรือหัวหน้างานในการให้คำแนะนำหรือตอบคำถามแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา
- 5) การพัฒนาตนเองเป็นวิธีการอย่างหนึ่งที่จะช่วยกระตุ้นบุคลากรให้ปฏิบัติงาน เพื่อความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน
- 6) การพัฒนาตนเองยังช่วยให้บุคคล ๆ นั้น มีโอกาสได้รับความรู้ ความคิดใหม่ทำให้เป็นคนทันสมัย ทันต่อความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ

6.1.4 แนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงตนเอง การพัฒนาและการปรับปรุงตนเอง เป็นการปรับปรุงบุคลิกภาพโดยส่วนรวม โดยมีแนวทางในการปรับปรุง การศึกษาและประเมินตนเอง เป็นการทำความรู้จักตนเอง ซึ่งจะทำให้รู้จักส่วนดี และส่วนบกพร่องของตนเอง ถ้าเป็นส่วนดีก็จะรักษาเอาไว้และพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม ส่วนบกพร่องนั้น ถ้าสามารถ

แก้ไขได้ ก็ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นในการศึกษาและประเมินตนเองนั้น จะครอบคลุมสิ่งเหล่านี้ คือ ลักษณะที่ต้องศึกษาและประเมิน รูปร่างหน้าตาและสุขภาพ สติปัญญา คือ ความสามารถในการเรียนรู้และแก้ปัญหา ความรู้ทั่วไป เราควรพยายามสังเกต ว่าสามารถพูดคุยกับคนอื่น ได้ทุกเรื่อง หรือไม่เรื่องอะไรที่รู้ดีที่สุด เรื่องอะไรไม่รู้เลยความสามารถพิเศษ เป็นการสังเกตว่าตนเองมีความสามารถพิเศษด้านใดหรือทำอะไรได้เป็นพิเศษการแต่งกาย ควรสำรวจตนเองอยู่เสมอว่าตนเองแต่งกายอย่างไร เหมาะกับรูปร่างหรือไม่ทันสมัยหรือล้าสมัย การพูดจา การใช้ถ้อยคำ น้ำเสียง ชัดถ้อยชัดคำ กิริยาท่าทาง นิสัย ใจคอและบุคลิกภาพฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคม วิธีการที่ใช้ในการศึกษาและประเมินตนเอง มีดังนี้ การสังเกตตนเองให้ผู้อื่นวิจารณ์ หรือบอกจุดบอดที่เรามองไม่เห็น ใช้แบบการประเมินตนเอง เช่น แบบสอบถาม แบบวัดทางจิตวิทยา ยอมรับและตระหนักในความต้องการที่จะปรับปรุงตนเอง ผลจากการประเมินตนเองเราจะต้องยอมรับว่าเราบกพร่องจริงๆ และ มีความปรารถนาอย่างแท้จริงที่จะพัฒนาหรือ ปรับปรุงตนเอง โดยการศึกษาหาวิธีการที่ดีที่สุด เช่น ปรึกษาแพทย์ ผู้รู้หนังสือ หรือเข้ารับการอบรมพัฒนาบุคลิกภาพตามความเหมาะสม

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่าการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ หมายถึง การดำเนินการส่งเสริมให้ตนเองมีความรู้ ความสามารถ มีทักษะในการปฏิบัติงาน เมื่อได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์พร้อมปฏิบัติตามวิธีทำงานขององค์กรของเพื่อนร่วมงานเพื่อพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น และเน้นกับเรื่องบุคลิกภาพ และพร้อมพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองให้ดีขึ้นอยู่เสมอ

6.2 ความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า

ความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า (Customer Centric) คือ ความตั้งใจในการให้บริการช่วยเหลือ ติดตาม เสมือนเป็นธุระของตนเอง เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้รับบริการหรือ ผู้มาติดต่อ ทั้งภายในและภายนอก ค้นหาและทำความเข้าใจกับความต้องการและความคาดหวังวิเคราะห์จุดแข็ง จุดที่ควรปรับปรุงในการให้บริการ (เสน่ห์ จุ้ยโต. 2548 : 1-13)

การค้นหาและทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้าเริ่มจากการเก็บรวบรวมข้อเรียกร้องของลูกค้าเพื่อนำมาวิเคราะห์ และจัดการข้อมูล สำหรับนำไปวางแผนปรับปรุงกระบวนการ ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธี เช่น การใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การระดมสมองภายในองค์กร การสังเกตโดยตรงการรวบรวมข้อเรียกร้องของลูกค้า หรือใช้ข้อมูลการวิจัยตลาดเพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ข้อมูลความต้องการของลูกค้าออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

6.2.1 ความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic Requirements) คือ คุณลักษณะของสินค้าหรือบริการ โดยทั่วไปที่ลูกค้าไม่ให้ความสนใจมากนัก แต่ถ้าไม่มีจะทำให้ระดับความพึงพอใจของลูกค้าลดลงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากลูกค้าเข้าใจว่าเป็นสิ่งสมควรจะได้รับ

6.2.2 ความต้องการที่คาดหวัง (Expected Requirements) คือ คุณลักษณะของสินค้าหรือบริการให้มี ยิ่งมีมากเท่าไรทำให้ระดับความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มขึ้นเท่านั้น และในทางตรงกันข้าม ถ้าไม่มีก็จะทำให้ระดับความพึงพอใจลดลงเรื่อย ๆ

6.2.3 ความต้องการเหนือความคาดหมาย (Exciting Requirements) คือ คุณลักษณะของสินค้าหรือบริการที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกยินดี ตื่นเต้น และประหลาดใจ เป็นสิ่งที่ลูกค้ามักจะไม่สามารถระบุถึงได้เพราะอยู่นอกเหนือความคาดหมาย ดังนั้น ถ้าคุณลักษณะเหล่านี้ขาดหายไปจะไม่มีผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าในทางลบแต่อย่างใด แต่ถ้ามีจะทำให้ระดับความพึงพอใจลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า หมายถึง ความตั้งใจในการให้บริการช่วยเหลือ ติดตาม เสมือนเป็นธุระของตนเอง เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้รับบริการหรือ ผู้มาติดต่อ ทั้งภายในและภายนอก ค้นหาและทำความเข้าใจกับความต้องการและความคาดหวังวิเคราะห์จุดแข็ง จุดที่ควรปรับปรุงในการให้บริการ

6.3 ความใส่ใจในผลสำเร็จ (Result Oriented)

ความใส่ใจในผลสำเร็จ คือ ความมุ่งมั่นที่จะพยายามทำงานให้สำเร็จให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีแก่ธนาคาร วิเคราะห์ Cost/Benefit ของแต่ละทางในการตัดสินใจดำเนินการใด ๆ และเลือกทางเลือกที่จะสร้างผลสำเร็จสูงสุดให้แก่องค์กร โดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ของตนเองหรือหน่วยงาน ซึ่งความสำเร็จในการทำงานอาจวัดได้จาก รายได้จากการให้บริการจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กำไรสุทธิจากการดำเนินงาน เป็นต้น (เสน่ห์ จุ้ยโต. 2548 : 1-13)

6.3.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จในการทำงาน ได้ประยุกต์ตัวชี้วัดความสำเร็จในการทำงาน รายได้จากการให้บริการทั้งหมดต่อปี (Annual Revenue) การมีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น (ส่วนแบ่งตลาดเพิ่ม) (Increased Market Share) และกำไรสุทธิ (Net Profit) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) รายได้จากการให้บริการทั้งหมดต่อปี (Annual Revenue) รายได้ของสำนักงานบัญชี ประกอบไปด้วย รายได้ประจำ ได้แก่ ค่าบริการรับทำบัญชี ซึ่งค่าบริการทำบัญชีจะขึ้นอยู่กับปริมาณเอกสาร และความยากง่ายของแต่ละประเภทธุรกิจลูกค้า รายได้ผันแปร ได้แก่ บริการวางระบบบัญชี ซึ่งค่าบริการวางระบบบัญชีจะขึ้นอยู่กับปริมาณงาน ความ

ยากง่าย และเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติ บริการวางแผนภาษีอากรซึ่งค่าบริการวางแผนภาษีอากร จะขึ้นอยู่กับปริมาณของงาน ความซับซ้อน และเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติและ บริการจัดหาพนักงาน บัญชี ขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างสำนักงานบัญชีกับลูกค้า สรุปได้ว่า ถ้ารายได้ประจำและรายได้ผันแปรของสำนักงานบัญชีเพิ่มขึ้น ผลการดำเนินงานของธุรกิจก็น่าจะดีขึ้นการมีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น (ส่วนแบ่งตลาดเพิ่ม) (Increased Market Share) การที่มีลูกค้าเพิ่มขึ้นเท่ากับมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มนั่นเอง เป็นตัววัดความภักดีของลูกค้า มีมาตรการวัดหลายแบบขึ้นอยู่กับมุมมองที่แตกต่างกัน ซึ่งช่วยให้ธุรกิจเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้าในปัจจุบันและรูปแบบความสัมพันธ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ธุรกิจที่ถือว่าประสบความสำเร็จในการบริการลูกค้าสัมพันธ์ควรมี อัตราการได้มาซึ่งลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นทุกปี การที่ธุรกิจจะมีส่วนแบ่งที่เพิ่มขึ้นได้นั้น ธุรกิจจะต้องพยายามนำเสนอคุณค่าเพิ่มที่เหนือกว่าแก่ลูกค้าของตนซึ่งลูกค้าก็สามารถใช้บริการดังกล่าวจากธุรกิจรายใดก็ได้ แต่ทำไมต้องเลือกธุรกิจของเรานั้นก็หมายความว่า ธุรกิจสามารถให้ประโยชน์ที่เหนือกว่าพร้อม ๆ กับสามารถสร้างความประทับใจและมั่นใจให้กับลูกค้าได้

2) กำไรสุทธิ (Net profit) กำไรสุทธิเป็นจำนวนเงินรายได้หลังหักต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องแล้ว เป็นกำไรสุทธิ ซึ่งเมื่อธุรกิจประกอบกิจการ ไปครบรอบระยะเวลาบัญชีแล้ว จะสรุปผลการดำเนินงานได้ผลกำไรสุทธิออกมาโดยใช้ยอดรายได้หักด้วยต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและออกมาเป็นกำไรสุทธิ ถ้าธุรกิจสามารถทำกำไรสุทธิได้สูง แสดงให้เห็นว่าธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดี

6.3.2 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดผลสำเร็จในการดำเนินงาน ได้แก่ ต้นทุนในการดำเนินงาน (Implementation Cost) ระยะเวลาที่ให้บริการ (Service Timing) คุณภาพของการให้บริการ (Service Quality) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) ต้นทุนในการดำเนินงาน (Implementation Cost) ประสิทธิภาพการทำงานของธุรกิจจะดีหรือไม่ ต้นทุนในการดำเนินงานเป็นตัวหนึ่งที่สามารถบอกได้ เพราะถ้าการทำงานมีประสิทธิภาพ ต้นทุนในการดำเนินงานต้องต่ำ และผลกำไรก็ตามมา ซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องพยายามลดต้นทุนให้เหมาะสม แต่คุณภาพงานยังคงดีเยี่ยมเหมือนเดิมถ้าธุรกิจจะหวังผลในการลดต้นทุนอย่างแท้จริงแล้ว ธุรกิจมีความจำเป็นต้องให้ทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วมและมีภารกิจในการลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายขององค์กรรวมกัน

2) ระยะเวลาที่ให้บริการ (Service Timing) ผู้บริหารของธุรกิจจะต้องมีการวางแผนให้เหมาะสม เพื่อให้มีเวลาเพียงพอกับการตัดสินใจเรื่องราวต่าง ๆ ในการวางแผนกล

ยุทธ์โดยต้องสามารถพิจารณากิจกรรมต่าง ๆ ให้เหมาะสม เช่น อะไรเป็นเรื่องสำคัญที่สุดต้องพิจารณาก่อนอะไรเป็นเรื่องสำคัญรองลงมาก็พิจารณาทีหลัง อะไรเป็นเรื่องสำคัญน้อยก็ไม่ควรไปเสียเวลามากในการพิจารณา เมื่อธุรกิจมีการบริหารเวลาได้อย่างเหมาะสมย่อมทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพอย่างแน่นอน

3) คุณภาพของการให้บริการ (Service Quality) เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่บ่งบอกถึงประสิทธิภาพการทำงาน ซึ่งมีแนวคิดของการบริหารคุณภาพทั้งระบบ (Total Quality Management) หรือ TQM เป็นแนวคิดที่มุ่งให้พนักงานทุกคน ทุกแผนกทำงานของตนอย่างมีคุณภาพรับผิดชอบคุณภาพงานของตนเองโดยไม่ต้องรอการตรวจสอบคุณภาพจากคนอื่น และจึงส่งงานที่มีคุณภาพนั้นให้กับฝ่ายที่ต้องทำงานต่อเนื่องจากตน แนวคิด TQM นี้จะช่วยให้องค์กรบรรลุถึงคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่งได้

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ความใส่ใจในผลสำเร็จ หมายถึง ความมุ่งมั่นที่จะพยายามทำงานให้สำเร็จให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีแก่ธนาคาร วิเคราะห์การทำงาน การตัดสินใจ ดำเนินการใด ๆ และเลือกทางเลือกที่จะสร้างผลสำเร็จสูงสุดให้แก่องค์กร โดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ของตนเองหรือหน่วยงาน ซึ่งความสำเร็จในการทำงานอาจวัดได้จาก รายได้จาก การให้บริการจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

6.4 ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Literacy) ได้แก่ (วิทยา ด้านธำรงกุล และพิภพ อุดร. 2547 : 52-54)

6.4.1 ความหมายของทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ และสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมพื้นฐานทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน รวมทั้งติดตามเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงและแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ สารสนเทศที่ค้นหาได้อาจมีรูปแบบและวิธีการนำเสนอที่แตกต่างกัน เช่นอาจเป็นข้อความ ตัวเลข หรือตาราง สารสนเทศบางอย่างอาจเป็นภาพวาด ภาพถ่าย เสียง วิดีโอ ผู้ค้นคว้าจะต้องเรียนรู้ว่าจะใช้สารสนเทศนั้นอย่างไร รวมทั้งฝึกฝนการใช้ทรัพยากรสารสนเทศที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะให้เกิดทักษะความชำนาญ เช่น แผนที่ ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ สื่อมัลติมีเดีย

6.4.2 ความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจุบันนี้การแข่งขันในทางธุรกิจได้ทวีความรุนแรงขึ้นทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ ความได้เปรียบด้านวัตถุดิบ แรงงานและพลังงานได้ลดลงไป เพราะรูปแบบการขนส่งและการสื่อสารได้พัฒนาไป

อย่างรวดเร็ว สำหรับแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการลงทุนก็มีอยู่มาก ทำให้ต้นทุนไม่แตกต่างกัน เทคโนโลยีจึงเป็นตัวแปรสำคัญทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจอุตสาหกรรมซึ่งเทคโนโลยีที่ดีกว่าจะได้เปรียบในการแข่งขันทั้งในด้านการลดต้นทุนการผลิต การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และการผลิตสินค้าชนิดพิเศษ (สุบัญญัติ ไชยชาต, 2540 : 38-39) เทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่นำไปสู่การสร้างกระบวนการแปรรูปนวัตกรรม การตัดสินใจหรือแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้บริหารจะต้องพิจารณาเทคโนโลยีในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ จำนวนงบประมาณของภาครัฐในการสนับสนุนการวิจัยและการพัฒนาระดับการพัฒนาและระดับงานวิจัย ประเภทและผลกระทบของงานวิจัย การป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ และ สิทธิบัตร เป็นต้น จะเห็นว่าเทคโนโลยีได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดอนาคตและความอยู่รอดของธุรกิจ ความได้เปรียบทางเทคโนโลยีเพียงด้านเดียวโดยไม่สนใจปัจจัยอื่น ๆ ก็มิได้เป็นหลักประกันความสำเร็จให้แก่องค์กรและประเทศชาติ

6.4.3 ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบ และต้นทุนของวัตถุดิบ ได้แก่ เพื่อที่จะมีอำนาจในการต่อรองกับผู้จัดส่งวัตถุดิบนักกลยุทธ์จะต้องคาดการณ์ล่วงหน้าถึงการใช้วัตถุดิบ แหล่งของวัตถุดิบและต้นทุนของวัตถุดิบของบริษัท ไว้ความสามารถในการหาแหล่งสนับสนุนทางการเงินและต้นทุนของเงิน นักกลยุทธ์จะต้องทราบในเรื่องตลาดการเงิน เพื่อกำหนดว่าตลาดการเงินจะมีผลต่อการวางแผนกลยุทธ์อย่างไร ความสามารถในการจัดหาส่วนประกอบและต้นทุนของส่วนประกอบสินค้าบางชนิดอาจทำการผลิตขึ้นส่วนกันได้ความสามารถในการพิจารณาหาแรงงานที่ชำนาญและจ้าง ในอัตราที่เหมาะสม การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีมีผลต่อธุรกิจปัจจุบัน เช่น วิธีการผลิต กระบวนการ การให้บริการ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีเปิดโอกาสให้บริษัทมีการปรับปรุงกลยุทธ์ในการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

6.4.4 การค้นหาและเข้าถึงสารสนเทศ สารสนเทศอาจจะมีอยู่ในทรัพยากรสารสนเทศที่แตกต่างกันไป เช่นเป็นทรัพยากรตีพิมพ์ ได้แก่ หนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ หรือเป็นทรัพยากรไม่ตีพิมพ์เช่น วีดิโอ ซีดีรอม ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และอินเทอร์เน็ต ทรัพยากรสารสนเทศเหล่านี้มีวิธีการค้นหาและเข้าถึงแตกต่างกันไป จึงต้องเรียนรู้และฝึกฝนการใช้โปรแกรมและเครื่องมือในการสืบค้นสารสนเทศที่แตกต่างกันอีกทั้งต้องรู้ว่าจะได้สารสนเทศประเภทใดจากการใช้เครื่องมือเหล่านั้น เช่น การค้น โอเพกของห้องสมุดจะได้รายการบรรณานุกรม การค้นจากฐานข้อมูลออฟไลน์ในซีดีรอมหรือฐานข้อมูลออนไลน์จะได้สาระสังเขป หรืออาจเป็นเอกสารฉบับเต็ม (Full Text) ค้นจากเว็ควายเว็บ (www) ใน

อินเทอร์เน็ตจะได้ข่าวสาร บทความที่ทันสมัยเป็นต้นแหล่งสารสนเทศที่กล่าวนี้มีวิธีการเข้าถึงสารสนเทศที่แตกต่างกันในรายละเอียดเพื่อให้เกิดทักษะและสามารถเข้าถึงสารสนเทศที่มีอยู่อย่างหลากหลายได้โดยสะดวกและรวดเร็ว จึงต้องเรียนรู้และฝึกปฏิบัติ

6.4.5 การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม (วิทยา ด้านธำรงกุล และพิภพ อุดร.

2547 : 52-54) กล่าวว่า เทคโนโลยีเป็นหัวใจหนึ่งที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

การเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อการวิเคราะห์ และแยกแยะลูกค้า เพื่อการสร้างจุดของการติดต่อกับลูกค้า และเพื่อการกระจายข้อมูลผ่านช่องทาง และทุกหน่วยงานในธุรกิจ นับเป็นความจำเป็นสำหรับ การเลือกใช้เทคโนโลยี และระบบที่เหมาะสม ทั้งระบบปฏิบัติการและระบบวิเคราะห์ เป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้การสร้างการเก็บข้อมูล การเตรียมและเข้าถึงข้อมูลลูกค้า เอื้ออำนวยต่อความสำเร็จ เพื่อให้การเลือกใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม ธุรกิจจัดทำแผนการจัดการข้อมูลลูกค้าขึ้นมาเสียก่อน เพื่อตอบคำถามว่าจะจัดเก็บข้อมูลลูกค้าจากไหน ต้องการข้อมูลลูกค้าให้อยู่ในลักษณะใด และจะกระจายข้อมูลลูกค้าในองค์กรอย่างไร ต้องตัดสินใจว่า ส่วนไหนที่จะพัฒนาเองภายใน ส่วนไหนจ้างให้หน่วยงานภายนอกทำคุณภาพของข้อมูลที่ต้องการจะอยู่ในระดับไหนทั้งความครอบคลุม ความเจาะจง ใครบ้างจะสามารถเรียกข้อมูลดูได้ และสิ่งสำคัญอีกประการ คือ การยอมรับของผู้ใช้ข้อมูลภายในธุรกิจเองจากความหมาย นวัตกรรมและความหมายของการเรียนรู้ข้างต้นนั้น

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมพื้นฐานทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน รวมทั้งติดตามเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ เพื่อนำมาพัฒนา ปรับปรุงและแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยศึกษาถึงการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงาน คือ การเรียนรู้ที่จะนำเอาความคิด การปฏิบัติ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยมีใครใช้มาก่อน หรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงมาจากของเดิมที่มีอยู่แล้ว ให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น ซึ่งประกอบด้วย ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จและ ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพนวัตกรรมถือเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการสร้างความรู้ความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาที่ยั่งยืน

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ

สิ่งสำคัญในการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขึ้น โดยการนำเสนอการให้บริการตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการจะทราบข้อมูลของการให้บริการจากประสบการณ์ในอดีต การพูดปากต่อปาก การโฆษณาของธุรกิจบริการ ผู้ใช้บริการจะพึงพอใจ ถ้าได้รับในสิ่งที่ต้องการ (What) เมื่อมีความต้องการ (When) ในที่ที่ต้องการ (Where) และในลักษณะที่ต้องการ (How) นักการตลาดต้องทำวิจัยเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของผู้ใช้บริการ วิธีการสร้างความแตกต่างของธุรกิจบริการ คือ การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพการบริการแก่ผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการจะเปรียบเทียบบริการที่รับรู้จากการบริการที่คาดหวัง ถ้าบริการที่รับรู้ต่ำกว่าบริการที่คาดหวังไว้ ผู้ใช้บริการจะไม่สนใจ ถ้าบริการที่รับรู้สูงกว่าความคาดหวัง ผู้ใช้บริการจะใช้บริการซ้ำ ซึ่งมีรายละเอียดที่จะทำการศึกษา ดังนี้ (วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ. 2552 : 116)

1. ความหมายของการบริการ

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เขียนไว้ มีผู้ให้ความหมายการบริการไว้หลากหลาย ดังนี้

วีรพงษ์ เกลิมวิระรัตน์ (2545 : 7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง สิ่งที่จับ สัมผัส แต่ต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้น (โดย/จากบริการ) และส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อให้สอยบริการนั้นๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการให้บริการนั้น

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2548 : 18) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

วิชัย ปิติเจริญธรรม (2548 : 162) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง การช่วยเหลือ เริ่มต้นช่วยเหลือผู้ร่วมงานของเราอย่างเต็มที่ เต็มใจแบบเอื้ออาทร ให้ก่อนเสมอ

อุทิศ ศิริวรรณ (2549 : 212) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง การกระทำหรือการปฏิบัติ ซึ่งฝ่ายหนึ่งนำเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณะหรือตัวตน จึงไม่มีการโอนกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าของในสิ่งใด

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2549 : 178) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ

หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ขึ้นอยู่กับความคาดหวังของลูกค้าเอง แม้ว่าลูกค้าจะไม่เคยรับบริการมาก่อน ต่อมาเมื่อธุรกิจเชิญชวนลูกค้าให้มารับบริการได้ ลูกค้าจะทบทวนการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการใหม่และทุกครั้งที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการและเกิดการทบทวนการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ไปเรื่อย ๆ การทบทวนการรับรู้คุณภาพของการบริการจะพัฒนาไปสู่การตั้งใจซื้อ (Intention) บริการของลูกค้าในอนาคตได้

จรียา เรือนแก้ว (2550 : 13) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าโดยการให้ความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้องแม่นยำ การแก้ไขปัญหาของลูกค้าอย่างถูกต้อง ในขณะที่ลูกค้ามาใช้บริการหรือภายหลังจากที่ลูกค้ามารับบริการแล้ว

Juran And Gyna. (1993 : 147) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง ระดับความสามารถของผลิตผลหรือบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้าที่มีคุณลักษณะได้มาตรฐานปราศจากข้อบกพร่อง (Zero Defect) และสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าถึงขั้นเป็นที่พึงพอใจ (Satisfaction) องค์ประกอบหลักที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้า ผู้รับบริการต่อการซึ่งเป็นหัวใจของคุณภาพบริการประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ๆ ส่วนแรกเป็นส่วนของผู้ให้บริการซึ่งสะท้อนถึงลักษณะการให้บริการ ได้แก่ ด้านระบบการให้บริการ (Service System) ด้านกระบวนการให้บริการ (Workflow Process) และด้านพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (Providers Behavior) ส่วนที่สอง เป็นส่วนของผู้รับบริการซึ่งเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ

Parasuraman, Zeithaml And Berry. (1998 : 12) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง การประเมินหรือแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการ ในลักษณะภาพรวม (Global Judgment) โดยเปรียบเทียบระหว่างบริการที่คาดหวัง (Expected Service) กับบริการตามการรับรู้ (Perceived Service) ดังนั้น การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอและเกินความคาดหวัง คือคุณภาพของการให้บริการ

จากที่กล่าวมาทั้งหมดสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยการให้ความสะดวก สบาย ความรวดเร็ว กระทำให้กับลูกค้าผู้รับบริการ ในด้านตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า ด้านให้บริการแบบสมัครใจและเต็มใจทำ ด้านการรักษาภาพพจน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอันนำมาซึ่งความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ

2. คุณลักษณะของการบริการ

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เขียนไว้ มีผู้ให้คุณลักษณะของการบริการไว้หลากหลาย ดังนี้

2.1 คุณลักษณะของการบริการที่ดี

คุณลักษณะของการบริการที่ดี ประกอบด้วย 6 หลักการ ดังนี้

(กุลธณ ธนาพงศ์ธร. 2549 : 102-103)

2.1.1 หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่จะจัดให้ นั้น ต้องตอบสนองความต้องการของบุคลากรส่วนใหญ่ หรือทั้งหมด

2.2.2 หลักความสม่ำเสมอ คือ การให้ประโยชน์และบริการนั้นต้องดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ มิใช่ทำตามความพึงพอใจของผู้บริหารระดับสูงขององค์กร

2.2.3 หลักความสนองความต้องการที่แท้จริงของบุคลากร คือ ประเภทของประโยชน์และบริการที่จัดให้ นั้น จะต้องตอบสนองตรงกับความต้องการที่แท้จริงของบุคลากร มิใช่ตรงกับความต้องการหรือความคิดเห็นของผู้บริหารระดับสูงขององค์กรเพียงบางคนเท่านั้น จึงควรสำรวจหาความต้องการของบุคลากรในองค์กรก่อน มิฉะนั้นประโยชน์และบริการที่จัดให้จะไม่คุ้มค่าแก่การดำเนินการ

2.2.4 หลักความเสมอภาค คือ ประโยชน์และบริการที่จัดขึ้นให้แก่บุคลากรขององค์กรต้องเท่าเทียมกัน โดยไม่เลือกปฏิบัติหรือให้สิทธิพิเศษแก่ผู้ใดหรือกลุ่มใด โดยเฉพาะ

2.2.5 หลักความประหยัด คือ องค์กรจะต้องใช้จ่ายเงินจำนวนหนึ่งเพื่อดำเนินการจัดประโยชน์และบริการ ดังนั้น องค์กรจะต้องคำนึงถึงความสามารถทางการเงินที่จะจ่ายและต้องมีลักษณะเป็นการเสริมสร้างความสามารถของบุคลากรในการช่วยตนเองได้ต่อไปในอนาคต

2.2.6 หลักความสะดวกในการปฏิบัติ คือ ประโยชน์และบริการใด ๆ ที่จัดให้มีขึ้นนั้นจะต้องสามารถนำไปปฏิบัติได้โดยง่าย สะดวก และสิ้นเปลืองทรัพยากรต่าง ๆ ไม่มากนัก อีกทั้งไม่เป็นการสร้างภาวะยุ่งยากให้แก่บุคลากรที่จะได้รับประโยชน์และบริการนั้น ๆ อีกด้วย

2.2 คุณลักษณะบุคลิกภาพของการบริการที่ดี

คุณลักษณะบุคลิกภาพของการบริการที่ดีควรมี 2 ประเด็นใหญ่ ๆ ดังต่อไปนี้

2.2.1 บุคลิกภาพและการปรากฏตัวของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ โดยแสดงออกในลักษณะต่าง ๆ คือ

1) รูปร่างหน้าตา สีหน้า และการแสดงออก นั้น เป็นลักษณะที่เจ้าหน้าที่บริการแสดงให้ปรากฏต่อหน้าผู้พบเห็นนอกจากรูปร่างหน้าตา

2) เสื้อผ้าเครื่องประดับ เจ้าหน้าที่ควรแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าปกติและเรียบร้อย ไม่ดูหยาบคายแค้น หากเป็นหญิงก็ควรแต่งตัวให้ดูเหมาะสมกับการปฏิบัติงานและดูแล้วสะอาดตา

3) การแต่งเนื้อแต่งตัว การแต่งหน้า แต่งเล็บ ทำผม และการประเทืองร่างกายควรแต่งหน้าเพียงบาง ๆ ใช้สีสันทันที่ไม่ฉูดฉาด ผมหงอกไม่รุงรัง ไม่เป็นทรงที่ดูสะดุดตา ทรมาณใจคนดู นอกจากนี้ก็ไม่ควรขโลมน้ำหอมเลียนฟุ้ง

2.2.2 การพูดจาตอบคำถาม ในกรณีการบริการเป็นลักษณะกึ่งอัตโนมัติ ซึ่งผู้รับบริการรู้หน้าที่และไม่ต้องการการซักถาม รวมทั้งผู้ให้บริการก็ไม่จำเป็นต้องซักถาม ความจำเป็นต้องพัฒนาการพูดจาและการตอบคำถามก็ไม่มี กรณีดังกล่าวนี้หาได้ยากมากและหากเป็นเช่นนั้นหน่วยงานบริการก็ควรหาเครื่องจักรมาแทนคนได้ แต่บริการเป็นเรื่องเลียงไม่ได้ในการพบปะ และการสื่อสารผู้รับบริการจะประทับใจในประเด็นต่อไปนี้ มีการยิ้มแย้มแจ่มใส และทักทาย มีการซักถามความต้องการการอธิบาย วิธีการพูดที่สุภาพ

2.3 คุณลักษณะของการบริการที่เป็นเลิศ

คุณลักษณะของการบริการที่เป็นเลิศ สามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ประการ ดังนี้ (วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. 2545 : 7)

2.3.1 การยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า (Smiling & Sympathy) คือ การยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความยุ่งยากลำบากของลูกค้า

2.3.2 การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Early Response) คือ การให้บริการตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจ โดยมีทันได้เอ่ยปากเรียกหา

2.3.3 การนับถือและให้เกียรติลูกค้า (Respectfulness) เป็นการให้ความนับถือและให้เกียรติลูกค้าโดยเสมอภาค

2.3.4 การให้บริการด้วยความเต็มใจ (Voluntariness Manner) คือ ลักษณะการให้บริการแบบสมัครใจ และเต็มใจทำ มิใช่ทำแบบเสียมิได้

2.3.5 การรักษาภาพพจน์ (Image Enhancing) คือ การแสดงออกซึ่งการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการและเสริมภาพพจน์ของธุรกิจ

2.3.6 กิริยาสุภาพอ่อน โขน (Courtesy) คือ การให้บริการด้วยความสุภาพอ่อน โขนมีมารยาท และอ่อนน้อมถ่อมตน

2.3.7 ความกระฉับกระเฉง (Enthusiasm) คือ การแสดงออกถึงความกระฉับกระเฉงและกระตือรือร้นขณะให้บริการ โดยจะให้ผู้รับบริการมากกว่าที่คาดหวังเสมอ

2.4 คุณลักษณะของการบริการของผู้รับบริการ

คุณลักษณะของการบริการ ควรคำนึงถึงความรู้สึกและความต้องการของผู้รับบริการเป็นหลัก ดังนี้ (Verma. 1999 : 45)

2.4.1 ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ คือ ความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับความต้องการของการรับบริการ

2.4.2 การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวก โดยคำนึงถึงลักษณะที่ตั้งการเดินทาง

2.4.3 ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ ได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้รับบริการยอมรับว่า ให้ความสะดวกและมีสิ่งอำนวยความสะดวก

2.4.4 ความสามารถของผู้รับบริการ ในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ

2.4.5 การยอมรับคุณภาพของบริการ ซึ่งในการนี้จะรวมถึง การยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย

2.5 หลักการของการบริการ

หลักการของการบริการ มี 5 ประการ ดังนี้ (Mill and John D. 1994 : 11-12)

2.5.1 การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) คือ ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2.5.2 การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) คือ ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพเลยถ้าไม่มีการตรงเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

2.5.3 การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือ การให้บริการสาธารณะต้องมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม

2.5.4 การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) คือ การยึดประโยชน์ของสาธารณะชนเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดตามความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

2.5.5 การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน

จากที่กล่าวมาทั้งหมดสรุปได้ว่า คุณลักษณะของการบริการ เป็นงานให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก ดังนั้น เมื่อผู้รับบริการได้รับการสนองตอบตรงตามความต้องการก็จะแสดงออกถึงความรู้สึกที่ดี แต่ในทางกลับกันถ้าไม่ได้รับความพอใจก็จะเกิดความรู้สึกในทางที่ไม่ดีต่อผู้บริการและองค์กรที่ให้บริการในทันทีเช่นกัน และจะส่งผลต่อคุณภาพของบริการ ดังนั้น การบริการจะต้องเอื้อให้เกิดความถูกต้องแม่นยำรวดเร็ว ทำให้ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย มีความชัดเจนของข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริการที่สื่อให้ผู้รับบริการได้รับทราบ มีการติดตามผลการปฏิบัติงานและมีการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการในด้านต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงบริการอย่างเหมาะสม

3. ประเภทคุณภาพของงานบริการ

ประเภทคุณภาพงานบริการจะมีความแตกต่างจากการผลิตสินค้าในหลายด้าน จะประกอบไปด้วยคุณสมบัติ 10 ด้าน คือ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2547 : 111)

3.1 ความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นความสม่ำเสมอของผลงานที่ส่งมอบให้กับ ลูกค้า การรักษาความสัตย์ และเป็นที่พึ่งพาของผู้ใช้บริการ เมื่อเกิดปัญหาขึ้นกับการดำเนินงาน

3.2 การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ของผู้ให้บริการได้อย่างทันที ถูกต้อง รวดเร็ว และด้วยความเต็มใจ ไม่ต้องให้ผู้ใช้บริการรอคอย ต่อว่า และเลิกใช้บริการ หรือหันไปใช้บริการของกลุ่มแข่งขันรายอื่น ๆ

3.3 ความสามารถ (Competence) ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ของบุคลากรที่พร้อมในการให้บริการแก่ผู้บริการ โดยพนักงานจะต้องมีความสามารถที่เหมาะสมและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริการว่า เขาจะได้รับบริการตามที่เขาต้องการและเป็นไปตามข้อกำหนด

3.4 การเข้าถึงได้ (Access) ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงบริการได้เมื่อต้องการ โดยไม่ต้องเสียเวลาค้นหาสถานที่ รอคอยการบริการ และมีขั้นตอนในการติดต่อที่ยาวนาน

3.5 ความสุภาพ (Courtesy) ไม่ได้หมายถึง การพูดจาที่สุภาพ และแต่งกาย

เรียบริ้อยเท่านั้น แต่จะครอบคลุมถึงการแสดงออกที่เหมาะสมกับกาลเทศะ ด้วยความเต็มใจ และจริงใจตลอดจนแสดงความสุภาพออกมาจากใจ จนผู้ใช้บริการสามารถสัมผัสได้จากความรู้สึกที่ดี

3.6 การติดต่อสื่อสาร (Communication) สร้างความเข้าใจให้กับผู้ใช้บริการและพยายามทำความเข้าใจผู้ใช้บริการ เพื่อที่จะสามารถให้บริการและแก้ไขปัญหาอย่างเหมาะสม

3.7 ความน่าเชื่อถือ (Creditability) ความเชื่อใจที่ผู้ใช้บริการต่อธุรกิจ ซึ่งจะพิจารณาจากชื่อเสียง ความซื่อสัตย์ และความโปร่งใสในการดำเนินงานของธุรกิจ

3.8 ความปลอดภัย (Security) จากการใช้บริการทั้งทางกายภาพ ความรู้สึกและข้อมูล โดยบุคคลากรมั่นใจได้ว่าเขาจะได้รับบริการที่ไม่ต้องเสี่ยงอันตราย ความผิดพลาดหรือความสูญเสียที่จะเกิดขึ้นกับตนเองและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนไม่ต้องกังวลว่าข้อมูลของตนจะถูกเผยแพร่สู่สาธารณชนโดยไม่ได้รับอนุญาตเสียก่อน

3.9 ความเข้าใจผู้ใช้บริการ (Understanding The Customer) เพื่อที่จะสามารถให้บริการที่สร้างความพอใจ (Satisfaction) และความชื่นชม (Appreciation) จากผู้ใช้บริการ ทำให้เขาผูกพัน ซื่อสัตย์ และกลับมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ

3.10 สามารถจับต้อง/รู้สึกได้ (Tangibles) ถึงความพร้อมและความใส่ใจในการให้บริการ เช่น เครื่องมือและอุปกรณ์ให้บริการ เครื่องแบบบุคลากรและความสะอาดของสถานที่

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพงานบริการมีความแตกต่างจากการผลิตสินค้าในด้านความน่าเชื่อถือ คือ การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ความสามารถ ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ของบุคลากร การเข้าถึงผู้ใช้บริการในการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการ ให้ผู้ใช้บริการเข้าใจและเกิดความพึงพอใจสูงสุด

4. ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพของการให้บริการที่ดีจำเป็นที่ผู้บริหารทุกระดับจะต้องมีหลักการหรือโครงสร้างการให้บริการที่ชัดเจน ซึ่งถือได้ว่าเป็นกรอบหรือแนวทางในการปฏิบัติงานของบุคลากรเพื่อให้บุคลากรทุกคนในองค์กรยึดถือและปฏิบัติตาม มีผู้ให้ความหมายคุณภาพการให้บริการนั้น ไว้หลายท่าน ดังนี้

วีรพงษ์ เกลิมจิรรัตน์ (2545 : 14-15) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความสอดคล้องกันของความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ หรือ

ระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ อันทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่เขาได้รับ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546 : 35) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การจะให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการมากที่สุด การให้บริการไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือเป็นการบริการที่ปราศจากอารมณ์ ไม่มีความชอบพอ สนใจเป็นพิเศษ ทุกคนได้รับแนวทางปฏิบัติเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 : 120) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง การบริการที่ดีเลิศ (Excellent Service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ (Customer Satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer Loyalty)

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547 : 21) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คุณภาพการให้บริการหมายถึง สาธารณะเป็นกระบวนการให้บริการซึ่งเป็นกระบวนการที่เคลื่อนไหวเป็นพลวัตร โดยระบบการให้บริการที่ดีจะเกิดขึ้นได้ เมื่อหน่วยงานที่รับผิดชอบใช้ทรัพยากรและผลิตการบริการได้เป็นไปตามแผนงานและการเข้าถึงการรับบริการ

ฉัตยาพร เสมอใจ (2548 : 10) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง กิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบหนึ่งเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค

วิชัย ปิติเจริญธรรม (2548 : 11) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง คุณภาพการให้บริการ เป็นมโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินของผู้รับบริการ โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (Expectation Service) กับการบริการที่รับรู้จริง (Perception service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการหรือสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง

จินตนา บุญงการ (2549 : 40) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง สิ่งที่จับสัมผัสและต้องได้ยากและเสื่อมสูญสภาพไปได้ง่าย บริการจะทำงานทันทีและส่งมอบให้ผู้ให้บริการรับบริการทันทีหรือเกือบจะทันทีมีลักษณะการบริการที่ดี มี 7 ประการดังนี้

S = Smiling & Sympathy : ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจ
ต่อความลำบากยุ่งยากของผู้รับบริการ

E = Earthy Response : ตอบสนองความประสงค์ต่อผู้รับบริการอย่าง
รวดเร็วทันใจ โดยไม่ต้องเอ่ยปากเรียกร้อง

R= Respectful : แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้รับบริการ

V= Voluntariness Manner : การให้บริการที่ทำอย่างสมัครใจ เต็มใจทำไม่ใช่
ทำงานอย่างเสียไม่ได้

I= Image Enhancing : การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการและภาพลักษณ์
ขององค์การด้วย

C= Courtesy : ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุขภาพ มีมารยาทดี

E= Enthusiasm : ความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้น ขณะบริการและการ
ให้บริการมากกว่าที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้และที่สำคัญ

Smith And Houston. (1982 : 89) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ
หมายถึง คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) เป็นความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง
(Expectation-WHAT THEY WANT) กับการรับรู้ (Perception-WHAT THEY GET)

Lewis And Bloom. (1983 : 125) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ
หมายถึงสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบ โดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้ใช้ บริการว่า
สอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (Belivering
Service Quality) จึงหมายถึง การตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้ใช้
บริการ

Crosby. (1988 : 15) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง เป็น
แนวคิดที่ถือหลักการการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่อง และตอบสนองตรงตาม
ความต้องการของผู้บริการ และสามารถที่จะทราบของความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ
ได้ด้วย

Gavin. (1988 : 104) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง
คุณภาพบริการมีความหมายแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับมุมมองของผู้ให้ความหมาย เช่น ถ้ายึดเอา
ลูกค้าเป็นหลัก คุณภาพการบริการ หมายถึงบริการที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด

Gillem. (1990 : 10) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง กระบวนการที่ไม่มีสิ้นสุดมุ่งสู่บริการที่เป็นเลิศซึ่งกระบวนการนี้รวมไปถึง ทักษะและ ค่านิยมของบุคลากรในองค์กรด้วย

Gronroos. (1996 : 114) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง บริการที่มีคุณภาพ คือ อะไร เนื่องจากคุณลักษณะของบริการไม่มีตัวตนและลูกค้าจะเกี่ยวข้องกับทั้งกระบวนการผลิต ซึ่งสัมพันธ์กับผู้ให้บริการและผลของบริการที่เกิดขึ้นในการประเมิน นั้นควรแบ่งแยกว่า เป็นคุณภาพของกระบวนการให้บริการหรือคุณภาพของผลลัพธ์จากบริการ ซึ่งการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการจะเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบกระบวนการ ให้บริการที่คาดหวังไว้กับที่ได้รับจริง

จากที่กล่าวมาทั้งหมดสรุปได้ว่า ความหมายของคุณภาพการให้บริการ หมายถึง การ ให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ ความสามารถในการตอบสนอง ความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความ แตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับ ความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อ ผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

5. ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ

ความสำคัญของคุณภาพในการบริการ สามารถพิจารณาได้ในเชิงคุณภาพและ เชิงปริมาณ ดังนี้ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2547 : 109)

5.1 เชิงคุณภาพ ความสำคัญในเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย

5.1.1 สร้างความพอใจและความจงรักภักดีให้ผู้ใช้บริการ การให้บริการ อย่างมีคุณภาพย่อมทำให้ผู้ใช้บริการติดใจและรู้สึกพอใจต้องการมาใช้บริการในครั้งต่อไป ไม่ ต้องการเปลี่ยนไปใช้กับธุรกิจบริการอื่นที่ไม่คุ้นเคย ในที่สุดย่อมแสดงความจงรักภักดี ซึ่งความ พื่อใจและความจงรักภักดีจากลูกค้าหาได้ยากเต็มทีในยุคที่มีบริการจากคู่แข่งให้เลือกมากมาย ซึ่งมีผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ นอกจากนี้การให้บริการที่ดีเลิศยังช่วยลดความ ไม่พอใจของ ผู้ใช้บริการด้วย เนื่องจากการลดความผิดพลาดของการให้บริการลง มีผลต่อการสร้าง ภาพลักษณ์ของธุรกิจการให้บริการที่มีคุณภาพย่อมทำให้ผู้ใช้บริการชื่นชมธุรกิจ และความชื่น ชมนั้นจะถูกถ่ายทอดไปยังผู้อื่น ทำให้ธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่ดี

5.1.2 มีอิทธิพลต่อขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการ คุณภาพการให้บริการมีผลอย่างมากในขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการเนื่องจากลูกค้าในปัจจุบันพิจารณาถึงความคุ้มค่าการให้บริการ สิ่งที่เป็นพื้นฐานในการบอกถึงความคุ้มค่า คือ คุณภาพในการบริการ

5.1.3 เป็นกลยุทธ์ถาวรแทนส่วนประสมทางการตลาดส่วนประสมทางการตลาดไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดล้วนไม่คงทน ธุรกิจอาจติดกลยุทธ์หรือพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดใหม่ ๆ มาสู่ตลาด ไม่นานนักคู่แข่งรายอื่นก็ลอกเลียนแบบได้ ไม่ว่าจะเป็นการออกบริการใหม่ การเพิ่มช่องทางจัดจำหน่าย การปรับรูปร่างราคา หรือการส่งเสริมการตลาดแบบแจกแถมหลักฐานอันหนึ่งที่ชัดเจนคือ ผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ ในธุรกิจหนึ่ง ๆ จะเหมือนกันหรือคล้ายกันมาก แยกความแตกต่างอย่างชัดเจนได้ยาก เช่น การบริการบัตรเครดิตของแต่ละธนาคาร บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่สิ่งที่จะช่วยให้ลูกค้าแยกความแตกต่างได้ คือ คุณภาพในการบริการซึ่งเกิดขึ้นจากบุคคลกรทุกคนที่มอบบริการผ่านกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพภายใต้การสนับสนุนจากเทคโนโลยีที่ทันสมัย

5.1.4 สร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืนและความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน ด้วยเหตุผลทั้งหมดดังกล่าวข้างต้น ทำให้การบริการที่มีคุณภาพเป็นการสร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืนให้ธุรกิจ ยากที่คู่แข่งจะลอกเลียนแบบได้ในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

5.2 เจริญปริมาณ ความสำคัญในเชิงปริมาณ ประกอบด้วย

5.2.1 ลดค่าใช้จ่ายในการแก้ไขข้อผิดพลาดการที่ธุรกิจต้องมาตามแก้ไขข้อผิดพลาดจากการให้บริการ ย่อมทำให้เสียค่าใช้จ่าย เสียเวลาเสียแรงงานบุคลากรที่ต้องมาตามแก้ไข และการสูญเสียผู้ใช้บริการ ดังนั้น การปรับปรุงธุรกิจเพื่อสร้างคุณภาพในการให้บริการย่อมช่วยลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการแก้ไข ข้อผิดพลาด ซึ่งมีการลงทุนที่ถูกกว่าแต่ได้ประโยชน์คุ้มค่ากว่า นอกจากนี้การติดตามแก้ไขข้อผิดพลาดอาจจะแก้ไขได้ไม่หมด หรืออาจแก้ไขได้ไม่ถึงรากเหง้าของปัญหา ซึ่งในที่สุดอาจจะเกิดขึ้นซ้ำได้ นอกจากนี้ การหาผู้ใช้บริการใหม่เพื่อชดเชยผู้ใช้บริการที่สูญเสียไปจะใช้จ่ายเงินมากกว่าการรักษาผู้ใช้บริการเก่าถึงร้อยละ 25

5.2.2 เพิ่มรายได้และส่วนแบ่งตลาดให้ธุรกิจ เมื่อผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในบริการที่จะได้รับแล้วว่าคุ้มค่า การเสนอขายบริการอย่างอื่นเพิ่มเติมที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ย่อมทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจได้ไม่ยาก ทำให้กิจการสามารถเพิ่มรายได้

จากฐานผู้ใช้ บริการปัจจุบันในขณะที่เดียวกันการเพิ่มรายได้และส่วนแบ่งตลาดจากลูกค้าใหม่ และจากผู้ใช้บริการปัจจุบันที่พอใจในบริการของธุรกิจยอมเป็นไปไม่ได้ไม่ยากนัก

จากที่กล่าวมาทั้งหมดสรุปได้ ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ คือ กระบวนการในการสร้างความพอใจและความจงรักภักดี ให้ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกพอใจและ ตัดสินใจใช้บริการต่อองค์กร

6. ลักษณะของคุณภาพการให้บริการ

คุณลักษณะที่กำหนดคุณภาพสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ แยกออกได้ 2 ลักษณะ ได้แก่ (ณัฐพันธ์ เจริญนันทและคณะ. 2545 : 27-30)

6.1 คุณภาพของสินค้า การประเมินคุณภาพของสินค้าต่าง ๆ จากการพิจารณา คุณสมบัติสำคัญ 8 ด้าน คือ (ณัฐพันธ์ เจริญนันท และคณะ. 2545 : 27-30)

6.1.1 สมรรถนะ (Performance) เป็นคุณสมบัติพื้นฐานในการดำเนินงานของ ผลิตภัณฑ์ (Primary Operating Characteristics) เช่น ฝากเงินธนาคารต้องมีดอกเบี้ย เป็นต้น

6.1.2 ลักษณะเฉพาะพิเศษ (Features) เป็นคุณสมบัติรองในการดำเนินงาน ของผลิตภัณฑ์ (Secondary Operating Characteristics) ที่เพิ่มขึ้นจากคุณสมบัติเบื้องต้นและ กระตุ้นให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น

6.1.3 ความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) ความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์จะสามารถ ทำงานได้ตามที่ผู้ใช้บริการต้องการ ภายใต้กรอบระยะเวลา และสถานการณ์ที่กำหนด

6.1.4 ความสอดคล้องตามที่กำหนด (Conformance) ผลิตภัณฑ์สามารถ ดำเนินงานได้ตามรายละเอียดที่ทางองค์กรแจ้งไว้ในข้อกำหนด (Specification) หรือที่เรียกว่า Spec

6.1.5 ความทนทาน (Durability) ครอบคลุมระยะเวลา และรูปแบบการใช้งาน ในสภาพต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ว่าเป็นไปตามกำหนด การกล่าวอ้าง และความคาดหวังเพียงใด

6.1.6 ความสามารถในการให้บริการ (Serviceability) ความเร็ว ความสะดวก และความสามารถในการเข้าถึง และใช้บริการภายหลังการขาย ซึ่งจะรวมถึง มารยาท บุคลิกภาพและความพร้อมจะให้บริการของบุคคลากร

6.1.7 ความสวยงาม (Aesthetics) รูปแบบการนำเสนอของผลิตภัณฑ์ เช่น ความสวยงาม ความดึงดูดใจ และความน่าใช้งานของผลิตภัณฑ์

6.1.8 การรับรู้คุณภาพ หรือชื่อเสียง (Perceived Quality หรือ Reputation)

เป็นการยอมรับในตราสินค้าที่ลูกค้ามีต่อสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งจะเกิดจากประสบการณ์
 กิตติศัพท์และการยอมรับในสังคม

6.2 คุณภาพของงานบริการ ประกอบด้วยคุณสมบัติสำคัญ 10 ด้าน คือ
 (ณัฐพันธ์ เสงรณ์นท์และคณะ. 2545 : 27-30)

6.2.1 ลักษณะของการบริการ (Appearance) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็น
 หรือจับต้องได้ในการให้บริการ

6.2.2 ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอ
 ผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่เป็นไปตามคำมั่นสัญญาได้อย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง

6.2.3 ความกระตือรือร้น (Responsiveness) หมายถึง การที่องค์การที่ให้บริการ
 แสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างเต็มที่
 ทันทีทันใด

6.2.4 สมรรถนะ (Competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการ
 ปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ

6.2.5 ความมีไมตรีจิต (Courtesy) หมายถึง มีอัธยาศัยอ่อนน้อม มีไมตรีจิตที่
 เป็นกันเอง รู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริงใจ มีน้ำใจ และมีความเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติการให้บริการ

6.2.6 ความน่าเชื่อถือ (Creditability) หมายถึง ความสามารถในการสร้าง
 ความเชื่อมั่นด้วยความซื่อตรงและสุจริตของผู้ให้บริการ

6.2.7 ความปลอดภัย (Security) หมายถึง สภาพที่บริการปราศจากอันตราย
 ความเสี่ยงภัยหรือปัญหา ต่าง ๆ

6.2.8 การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับบริการเป็นไปด้วยความ
 สะดวก ไม่ยุ่งยาก

6.2.9 การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้าง
 ความสัมพันธ์และการสื่อความหมาย

6.2.10 การเข้าใจลูกค้าหรือผู้รับบริการ (Understanding Of Customer) ในการ
 ค้นหาและทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ รวมทั้งการให้ความสนใจต่อ
 การตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การประเมินคุณภาพของ
 สินค้าต่าง ๆ

จากที่กล่าวมาทั้งหมดสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการในลักษณะคุณภาพ
 ผลิตภัณฑ์ ของสินค้าในด้านสมรรถนะในการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ ซึ่งความน่าเชื่อถือและ

ได้สอดคล้องตามที่กำหนดที่องค์กรได้แจ้งรายละเอียดไว้ มีความทนทานครอบคลุมถึงระยะเวลา รูปแบบการใช้งาน และความสามารถในการให้บริการ สะดวก รวดเร็ว รับรู้ มีคุณภาพ และชื่อเสียง

7. องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ

การให้บริการและคุณภาพการให้บริการ เป็นเรื่องของการรับรู้ของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของผู้ให้บริการ ซึ่งนอกจากจะมีมิติหรือครอบคลุมถึงเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความพร้อมในการให้บริการ การสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ความเป็นธรรมและอื่น ๆ ซึ่งรวมถึงการรักษาความลับสัญญาขององค์กรหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ให้บริการด้วย และโดยทั่วไปนั้น การรับรู้ในคุณภาพการให้บริการหรือคุณภาพของการบริการ จะผูกพันหรือยึดโยงกับความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อสองสิ่ง คือ การรับรู้และความคาดหวังที่มีต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Technical Quality Of Outcomes) ซึ่งเป็นเรื่องของผลงานหรือบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับ และคุณภาพของกระบวนการบริการ (Functional Quality Of Process) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ให้บริการในแต่ละสถานการณ์และพฤติกรรมบริการที่ผู้ให้บริการแสดงออกมา ซึ่งในกรณีดังกล่าว ผู้วิจัยได้ใช้มิติในการประเมินคุณภาพการให้บริการ 4 ด้าน ดังนี้ (วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. 2545 : 14-15)

7.1 ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา

การให้บริการอย่างตรงต่อเวลา คือ การบริการที่จะต้อง มีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ซับซ้อนยุ่งยาก มีการประชาสัมพันธ์ วันเวลาได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน มีการประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการรับบริการจากธนาคารเป็นระบบ และรวดเร็ว ทันเวลาที่กำหนด

7.1.1 ความหมายการให้บริการอย่างทันเวลา

ศรัญญา สงศรี (2551 : 65) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการอย่างทันเวลา หมายถึง ต้องมีความตั้งใจมุ่งมั่นในการเรียนรู้ และตั้งใจในการพัฒนาความสามารถทั้งในสายงานและนอกสายงาน เพื่อนำความรู้ ทักษะ และความสามารถที่เพิ่มพูนขึ้น มาใช้ในการให้คำแนะนำหรือปรึกษาแก่ผู้ร่วมงาน รวมทั้งวิเคราะห์ คิดออกแบบ และปรับปรุงการดำเนินงาน และการให้บริการที่รับผิดชอบรวมทั้งหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

จริยา บุญยะประภัสสร (2552 : 45) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการอย่างทันเวลา หมายถึง ความตั้งใจแน่วแน่ในการปฏิบัติงานและดำเนินการกิจที่รับผิดชอบให้สำเร็จบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด โดยการส่งมอบงานที่ได้มาตรฐานตามที่กำหนดตรงต่อเวลา

พร้อมทั้งสามารถวิเคราะห์แก้ไขปัญหาลดอุปสรรค รวมทั้งกำหนดพัฒนากลยุทธ์หรือนโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนาผลผลิต และผลลัพธ์อย่างสม่ำเสมอ

มหาวิทยาลัยศรีปทุม (2557 : ออนไลน์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า อย่างทันเวลา หมายถึง ได้กล่าวว่าการให้บริการที่ตรงเวลา หมายถึง สิ่งที่ผู้บริการต้องการเมื่อมารับบริการคือการให้บริการอย่างรวดเร็ว ตรงเวลา

7.1.2 ด้านกระบวนการให้บริการ

กระบวนการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการของธนาคาร มีการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ ดังนั้นกระบวนการในการให้บริการจะต้องเอื้อให้เกิดความถูกต้องแม่นยำ รวดเร็ว ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย มีความชัดเจนของข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริการที่สื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับทราบ มีการติดตามผลการปฏิบัติงาน และมีการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในด้านต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงบริการอย่างเหมาะสม ดังนี้

1) ความรวดเร็วในการให้บริการ สิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการเมื่อมารับบริการ คือ การได้รับบริการที่รวดเร็ว ตรงเวลา ดังนั้น องค์กรจึงควรคิดค้นวิธีการลดขั้นตอนในการทำงาน เพื่อสามารถให้บริการได้รวดเร็วที่สุด

แนวทางปฏิบัติ ลดขั้นตอนการให้บริการจัดให้มีผู้ให้บริการอย่างเพียงพอวางผังการไหลเวียนของงานให้ง่าย งานไหลเวียนเร็ว ไม่มีจุดที่เป็นคอขวด

2) ความถูกต้องแม่นยำ คือ การอำนวยความสะดวกและแก้ปัญหาให้แก่ผู้รับบริการ นอกจากจะต้องทำด้วยความรวดเร็วแล้วยังต้องมีความถูกต้อง แม่นยำไม่ผิดพลาด

แนวทางปฏิบัติ การปฏิบัติงานมีขั้นตอนเป็นข้อกำหนดที่ชัดเจน มีคู่มือประกอบว่าการทำงานแต่ละอย่างต้องใช้เอกสารอะไรบ้าง การดำเนินงานมีขั้นตอนเป็นลำดับอย่างไร มีกระบวนการกลั่นกรอง ตรวจสอบ เพื่อให้เกิดความถูกต้อง ใช้ระบบสารสนเทศช่วยจัดการข้อมูลและช่วยเตือนเมื่อถึงกำหนดเวลามีการบันทึกวันและเวลาการรับคำขอและรับเรื่องทุกขั้นตอน มีใบแสดงการรับคำขอให้กับผู้ยื่นคำขอและเวลาแล้วเสร็จ (วันรับผลการพิจารณา)

3) ความสามารถเข้าถึงได้ง่าย คือ ความสามารถเข้าถึงและผู้ใช้บริการได้ง่าย เป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ผู้รับบริการได้รับความสะดวกสบาย ดังนั้น จุดที่ให้บริการควรจะมีกระจายให้ทั่วถึงหรือให้ผู้รับบริการสามารถใช้บริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้

4) ความชัดเจนของข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริการ ณ จุดบริการ

ผู้รับบริการจำนวนมากมักจะไม่มีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการขององค์กร ตลอดจนไม่ทราบว่าจะต้องจัดเตรียมเอกสารหลักฐานอะไรบ้างในการติดต่อกับธนาคารในกรณีต่าง ๆ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลที่ชัดเจนจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้ผู้รับบริการได้รับความสะดวกมากขึ้น

แนวทางปฏิบัติ ดิดประกาศตามที่แตกต่างกัน เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้รับบริการหรือหมายเลขโทรศัพท์ในการติดต่อสอบถาม จัดทำป้ายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ ใช้สื่อต่าง ๆ เช่น ป้าย แผ่นพับ แถบบันทึกเสียงและรูปภาพในการประชาสัมพันธ์การให้บริการให้ทราบทั่วกัน จัดเตรียมแบบฟอร์มต่าง ๆ ไว้ให้พร้อมเพียง

5) การให้บริการตลอดเวลา คือ ควรจัดให้มีการบริการตลอดเวลาระหว่างการเปิดให้บริการ ไม่มีการหยุดพักเที่ยง เพื่อสามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง

6) จัดให้มีช่องทางการติดต่อที่สะดวกจัดให้มีช่องทางการติดต่อที่ผู้รับบริการสามารถติดต่อกับองค์กร ได้โดยง่าย เช่น Website ให้ข้อมูล E-mail เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้รับบริการสามารถติดต่อ ได้ตลอดเวลา กล่องรับเรื่องราวร้องทุกข์

7) การติดตามผล เมื่อให้บริการไปแล้ว ในกรณีที่ภารกิจยังไม่เสร็จสิ้น ควรที่จะติดตามผลเป็น ระยะ ๆ เพื่อแสดงถึงความเอาใจใส่ และให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ เป็นการสร้างความประทับใจอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ในการติดตามผลก็อาจทำให้ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินการต่อไปได้ ทำให้เกิดความรู้สึที่ดี ที่เจ้าหน้าที่ธนาคาร

7.1.3 การสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการในด้านต่าง ๆ

องค์กรควรทำการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่จะได้ทราบว่าจำเป็นต้องปรับปรุงการดำเนินงานในจุดใดบ้าง เพื่อให้มีการพัฒนาคุณภาพของบริการอย่างต่อเนื่อง

1) จัดทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการ

1.1) ประชาสัมพันธ์ให้ผู้รับบริการตอบแบบสอบถามในแบบสอบถามหรือทางอินเทอร์เน็ต และสร้างแรงจูงใจให้ตอบแบบสอบถาม เช่น มีรางวัลให้

1.2) นำข้อมูลที่ได้อภิเคราะห์ผลและสรุป

1.3) หาวิธีการปรับปรุงจุดที่ผู้รับบริการยังไม่ได้ได้รับความพึงพอใจ

1.4) จัดอันดับเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการดี เพื่อกระตุ้นให้เจ้าหน้าที่เอาใจใส่

บริการให้ได้ดีที่สุด

2) การจัดทำมาตรฐานการปฏิบัติงาน เมื่อดำเนินการปรับปรุงงานจนได้ผลลัพธ์สอดคล้องตามเป้าหมายให้เปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานก่อนและหลังการปรับปรุงงาน เช่น การเปรียบเทียบด้านระยะเวลา ด้านขั้นตอนการปฏิบัติงาน ด้านคุณภาพการให้บริการหรือด้านต้นทุนค่าใช้จ่าย โดยจะต้องสามารถชี้ให้เห็นได้ว่าการปรับปรุงงาน นั้นเกิดประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่า และเมื่อเชื่อมั่นได้ว่างานที่ได้ดำเนินการปรับปรุงแล้วเป็นสิ่งดีก็ให้กำหนดเป็นมาตรฐานที่เป็นลายลักษณ์อักษรและประกาศใช้ รวมทั้งต้องดำเนินการขยายผลไปยังกระบวนการอื่นที่มีลักษณะงานคล้ายคลึงกัน ทั้งนี้ จะต้องรักษาและปรับปรุงมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง

7.1.4 วิธีการกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงาน

1) การใช้ผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมา เป็นวิธีการที่อาศัยข้อมูลสถิติการปฏิบัติงานย้อนหลังในช่วงระยะเวลาหนึ่ง มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยแล้วกำหนดเป็นมาตรฐาน โดยอาจเพิ่มหรือลดให้ต่ำลงให้เหมาะสมกับสภาพหรือสถานการณ์ในช่วงเวลานั้น

2) การเปรียบเทียบกับผลการปฏิบัติงานของบุคคลอื่น เป็นวิธีการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานของบุคคลหนึ่งกับผลการปฏิบัติงานของบุคคลอื่น ๆ

3) การศึกษาจากการปฏิบัติงาน เป็นวิธีการที่อาศัยหลักเกณฑ์ทางวิทยาศาสตร์หรือการคำนวณมาช่วย เช่น การศึกษาการเคลื่อนไหวและเวลาในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้เพื่อหาเวลามาตรฐาน

4) มาตรฐานแบบอัตวิสัยเป็นวิธีการที่ผู้บริหาร/หัวหน้างานเฝ้าสังเกต การปฏิบัติงานของผู้ได้บังคับบัญชา แล้วนำมากำหนดเป็นมาตรฐาน

5) ศึกษาเปรียบเทียบผลการให้บริการขององค์กรอื่นที่สามารถให้บริการ ผู้ใช้บริการได้เร็วที่สุด ดีที่สุด ผู้รับบริการพึงพอใจต่อการบริการมาก แล้วนำมาเป็นต้นแบบในการศึกษาว่ามีกระบวนการปฏิบัติงานเป็นอย่างไร เพื่อจัดทำเป็นมาตรฐานต่อไป

6) ศึกษาการบริการของผู้อื่นที่ให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้วนำมาวิเคราะห์หาความแตกต่างหรือหาช่องว่างของการปฏิบัติงาน เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการจัดทำมาตรฐาน และการปรับปรุงบริการ

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า . การให้บริการอย่างทันเวลา มีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ซับซ้อนยุ่งยาก มีการประชาสัมพันธ์ วันเวลา ได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน มีการประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนการรับบริการอย่างเป็นระบบ และรวดเร็ว ทันเวลาที่กำหนด

7.2 ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้ำ

การนับถือและให้เกียรติลูกค้ำ (Respectfulness) เป็นการให้ความนับถือและให้เกียรติลูกค้ำโดยเสมอภาค

ความเท่าเทียมของมนุษย์ทุกคนในการได้รับสิทธิพื้นฐานตามหลักสิทธิมนุษยชน โดยผ่านการปฏิบัติต่อกันระหว่างมนุษย์ต่อมนุษย์ ด้วยความเคารพต่อสิทธิและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ในที่นี้จำแนกประเภทตามแนวคิดหลักสิทธิมนุษยชน และ แนวทางของสิทธิ เสรีภาพ และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ที่กำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยฉบับ ปีพุทธศักราช 2540 ดังนี้ (วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. 2545 :8)

หลักความเสมอภาคถือว่าเป็นหลักพื้นฐานของศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ ซึ่งมนุษย์ย่อมได้รับการรับรองและคุ้มครองจากกฎหมายอย่างเท่าเทียมกันในฐานะที่เป็นมนุษย์ โดยมีต้องคำนึงถึงคุณสมบัติอื่น ๆ อาทิ เชื้อชาติ ศาสนา ภาษา ถิ่นกำเนิด เป็นต้น และขณะเดียวกันก็ถือได้ว่าหลักความเสมอภาคนี้เป็นหลักที่ควบคุมมิให้รัฐใช้อำนาจของตนตามอำเภอใจ โดยการใช้อำนาจของรัฐแก่กลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่งรัฐต้องสามารถอธิบายได้ว่าเพราะเหตุใดรัฐจึงกระทำการอันก่อให้เกิดผลกระทบหรือเป็นการให้ประโยชน์แก่บุคคลใดบุคคลหนึ่งนั้น โดยเฉพาะ หากการให้เหตุผลไม่อาจรับฟังได้แสดงว่าการใช้อำนาจของรัฐนั้นเป็นไปตามอำเภอใจ ดังนั้น หลักความเสมอภาคจึงเป็นหลักสำคัญในการรับรองและคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชนและสามารถนำมาตรวจสอบการใช้อำนาจของรัฐไม่ว่าจะเป็นฝ่ายนิติบัญญัติ ฝ่ายบริหาร และฝ่ายตุลาการได้

7.2.1 หลักแห่งความเสมอภาคเป็นหลักเกณฑ์ที่ต้องปฏิบัติแก่บุคคลทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน แต่โดยการให้หลักความเสมอภาคที่มีความหลากหลายในการปฏิบัติเนื่องจากสาระสำคัญของข้อเท็จจริงที่แตกต่างกันไป ดังนั้น การปฏิบัติแก่บุคคลตามหลักความเสมอภาคย่อมแตกต่างกันไป ทั้งนี้ย่อมต้องเป็นความแตกต่างที่ยอมรับได้ ซึ่งหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติตามหลักความเสมอภาคเพื่อให้เกิดความยุติธรรม

7.2.2 ความผูกพันต่อหลักแห่งความเสมอภาคเป็นหลักซึ่งเกี่ยวข้องกับบุคคลในการที่จะได้รับผลปฏิบัติอย่างเสมอภาคจากรัฐ โดยองค์กรของรัฐเป็นผู้ถูกผูกพันที่จะต้องไม่กระทำการอันเป็นการขัดต่อหลักความเสมอภาค แต่หากมีการกระทำอันส่งผลกระทบต่อหลักความเสมอภาคแล้วผู้ได้รับการกระทบสิทธิย่อมมีสิทธิฟ้องร้องต่อหน่วยงานของรัฐเพื่อเยียวยาสิทธิได้ ดังนั้น ความผูกพันต่อหลักความเสมอภาคจึงมีผู้เกี่ยวข้อง คือ ผู้กล่าวอ้างให้ได้รับการปฏิบัติตามหลักความเสมอภาคอัน ได้แก่ ผู้ทรงสิทธิซึ่งเป็นบุคคลธรรมดา และนิติบุคคล และ

ผู้ผูกพันที่จะต้องปฏิบัติต่อบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลตามหลักความเสมอภาคอันได้แก่ องค์การของรัฐนั่นเอง

7.2.3 ความเท่าเทียมกันของโอกาสในการได้รับบริการสาธารณะของรัฐ และไม่ถูกกีดกันออกจากกิจกรรมต่าง ๆ ของสังคม เช่น โอกาสได้รับบริการเท่าเทียมกัน

7.2.4 ความเท่าเทียมกันทางสังคมของสมาชิกสหกรณ์ทุกคนสามารถได้รับบริการจากสหกรณ์เท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะเป็นหัวหน้างาน ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ

จากที่กล่าวมาทั้งหมดสรุปได้ว่า ความนับถือและให้เกียรติลูกค้า หมายถึง การให้บริการลูกค้าด้วยความเคารพนับถือ ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงการให้เกียรติลูกค้า เช่น เจ้าหน้าที่ให้เกียรติแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเสมอ ที่ให้บริการลูกค้าทุกระดับอย่างเสมอภาคด้วยความเอื้อเฟื้อและเอื้ออาทรให้บริการด้วยคำพูดที่สุภาพ และความเชื่อถือต่อลูกค้าผู้มารับบริการ

7.3 ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ

การให้บริการด้วยความเต็มใจ (Voluntariness Manner) คือ ลักษณะการให้บริการแบบสมัครใจ และเต็มใจทำการบริการด้วยหัวใจ

7.3.1 มนุษย์สัมพันธ์-หลักการบริการด้วยหัวใจ

มนุษย์สัมพันธ์ คือ ศาสตร์และศิลป์ในการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลเพื่อให้ได้มาซึ่งความรักใคร่ นับถือ ความจงรักภักดี และความร่วมมือ วิธีสร้างมนุษย์สัมพันธ์ มีดังนี้ (วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. 2545 : 7-15)

- 1) เข้าใจธรรมชาติของคน คนเรามากมีความรู้สึก ดังนี้
 - 1.1) รู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญ
 - 1.2) สนใจตนเองมากกว่าคนอื่น
 - 1.3) ต้องการความเจริญก้าวหน้า ความพิเศษ
 - 1.4) พุดมากกว่าฟัง บางครั้งถึงกับแย้งกันพูด ไม่มีคนฟัง
 - 1.5) ให้คำปรึกษามากกว่าที่จะขอคำแนะนำ
 - 1.6) ไม่ชอบการถูกควบคุม จุกจิก ฐู้จู้
 - 1.7) ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง
 - 1.8) อยากรู้ อยากรูเห็น
- 2) รู้จักเทคนิค และวิธีการสัมพันธ์กับคน
- 3) สร้างลักษณะของผู้มีมนุษย์สัมพันธ์ ที่ดี

7.3.2 แนวทางการสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ

- 1) ปรับปรุงและพัฒนาตนเอง
- 2) สายตา เวลา พูดกับใครต้องสบตา
- 3) ความรู้สึก ไม่ใช่เหม่อลอย
- 4) อารมณ์ ควรมียารมณ์ร่วมขณะสนทนา
- 5) ต้องมีศีลธรรม และคุณธรรม
- 6) ต้องมีมารยาท

7.3.3 ปรับปรุงและพัฒนาเทคนิคในการสนทนา

- 1) ด้วยการสร้างความอบอุ่น และมั่นใจให้คู่สนทนา
- 2) ใช้ภาษา และท่าทางที่เหมาะสม
- 3) ใช้น้ำเสียงที่น่าฟัง ทำให้ผู้ฟังรู้สึกดี เช่น น้ำเสียงในการรับสายโทรศัพท์
- 4) ใช้คำถามที่แสดงถึงความเอาใจใส่ และความเป็นเพื่อน
- 5) เมื่อปรับปรุงการพูดแล้วก็ต้องปรับปรุงการฟังด้วย

7.3.4 ปรับปรุงและพัฒนาการฟัง

- 1) ฟังด้วยความสนใจ
- 2) ฟังให้ได้สาระ และถามย้อนกลับได้

7.3.4 ผู้กมิตร วิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

- 1) มองคนในแง่ดี โดยไม่มีอคติและตัดสินบุคคลแก่ภายนอก
- 2) พร้อมที่จะช่วยเหลือ ไม่ใช่ว่ารอว่าลูกค้าจะทำได้ไหม แล้วหัวเราะเยาะ ว่า

ทำไมไม่อ่านป้ายหรือทำไมไม่ถาม เป็นต้น แบบนี้ต้องปรับปรุงเร่งด่วน ควรจะเข้าไปแสดง
ความช่วยเหลือโดยไม่ต้องรอให้ลูกค้าร้องขอ

- 3) มีน้ำใจและให้อภัย หากลูกค้าทำพลาดไป
- 4) ไม่นินทาลูกค้า
- 5) ไม่พูดลับหลัง (ในทางที่ไม่ดี) แต่จงพูดลับหลัง (ในทางที่ดี)

7.3.5 การปรากฏกายที่ดี

- 1) การยิ้มแย้มแจ่มใส ร่าเริง แต่ไม่เร็งรำเกินเหตุ
- 2) มีความกระตือรือร้น มีชีวิตชีวา ไม่ใช่ทำงานไปนั่งหาไป (บ่อย ๆ จะน่า
เกลียด) แสดงว่าไม่รู้จักรควบคุมตนเอง
- 3) มีความน่าเชื่อถือ

- 4) มีกิริยาท่าทางที่เหมาะสม
- 5) มีมารยาท รู้จักวางตัวในสังคม
- 6) สำรวมกาย วาจา ใจ

7.3.6 การแต่งกายดี

- 1) ถูกกาละ เทศะ และโอกาส สถานที่ และเวลา
- 2) สมวัย และสรีระ อย่างตามแฟชั่นมากนัก

จากที่กล่าวมาทั้งหมดสรุปได้ว่า การให้บริการด้วยความเต็มใจ คือการให้บริการอย่างเต็มใจมิใช่ทำไปเพราะหน้าที่ เช่น พนักงานที่ให้บริการด้วยความยินดีและเต็มใจให้บริการด้วยความจริงใจและเจ้าหน้าที่ที่มีความตั้งใจในการให้บริการเพื่อมิให้เกิดความบกพร่องต่อลูกค้าผู้มารับบริการ มีการให้คำแนะนำ และแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ กระตือรือร้นที่จะให้บริการที่ดีต่อลูกค้า

7.4 ด้านการรักษาภาพพจน์

Image เดิมภาษาไทยใช้คำว่าจินตนาการหรือ จินตนาภาพ ในขณะที่นักประชาสัมพันธ์และนักประชาสัมพันธ์โฆษณาใช้คำเรียกเป็นภาษาไทยอย่างแพร่หลายว่า “ภาพพจน์” ซึ่งเมื่อแปลเป็นภาษาอังกฤษ จะแปลได้ว่า “Figure Of Speech” หมายถึง การใช้ภาษาที่สามารถสร้างภาพได้ แต่ความหมายของ Image ไม่ใช่ Figure Of Speech แต่เป็นภาพที่เกิดจากการจินตนาการหรือการสร้างขึ้นในความคิดของบุคคลมากกว่า จนกระทั่งปี พ.ศ. 2519 พลตรีพระวรวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ในฐานะที่ปรึกษาคณะกรรมการบัญญัติศัพท์ภาษาไทย ได้ประธานความเห็นแก่คณะกรรมการบัญญัติศัพท์ และราชบัณฑิตยสถาน ว่า “ภาพลักษณ์” แทนคำว่า “ภาพพจน์” จะตรงตามความหมายของศัพท์ภาษาอังกฤษ “Image” มากกว่าซึ่งทางราชบัณฑิตยสถาน ได้ให้การยอมรับและเก็บคำว่า ภาพลักษณ์ลงในพจนานุกรมไทย โดยให้ความหมายว่า “ภาพที่เกิดจากความนึกคิดหรือคิดว่าควรเป็นเช่นนั้น” จึงทำให้ปัจจุบันใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” แทนที่คำว่า “ภาพพจน์” (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2544 : 81)

7.4.1 การเกิดภาพพจน์และองค์ประกอบองค์การ

การสร้างภาพพจน์องค์การ ชูธุรกิจว่าการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ธุรกิจหรือหน่วยงาน เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งเมื่อธุรกิจมีการแข่งขันก็จะมีการแข่งขันกันสร้างภาพลักษณ์ มีตั้งแต่ระดับสูงจนถึงระดับล่าง มีการสร้าง ภาพลักษณ์ขององค์กร โดยรวมซึ่งมีหลักการที่ควรคำนึงถึง ได้แก่ การเป็นที่ยอมรับ ความสอดคล้อง เหมาะสม ความเป็นไปได้

ความจริง กล่าวคือ เมื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงานแล้ว ต้องพิจารณาว่าภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้น เป็นที่ยอมรับของบุคคล องค์กรรวมหรือไม่ ต้องมีการหั่งเสียงและรับผลสะท้อนกลับอย่างใกล้ชิด ถ้ายังไม่เป็นที่ยอมรับก็จะต้องหาแนวทางและวิธีการ เพื่อปรับเปลี่ยนภาพพจน์ให้เป็นที่ยอมรับของมหาชนต่อไป ถึงแม้ว่าภาพพจน์ขององค์กร จะเป็นที่ยอมรับในระดับที่น่าพอใจแล้วก็ตาม ก็ต้องพิจารณาต่อไป ถึงความสอดคล้องเหมาะสมว่า ภาพลักษณ์ที่สร้างขึ้นนั้น นอกจากตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการแล้วต้องสอดคล้อง เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจขององค์กรด้วย โดยสะท้อนของการดำเนินธุรกิจขององค์กรที่เป็นจริง ทั้งในสภาพปัจจุบันหรือมีโอกาสเป็นไปได้จริงในอนาคต เนื่องจากการสร้างภาพพจน์ที่ไม่มีโอกาสเป็นไปได้ ย่อมเสียเวลาและเกิดผลเสียหายต่อองค์กร อย่างเล็งไม่ได้ และท้ายที่สุดต้องพิจารณาถึงความจริง ซึ่งเป็นเครื่องประกันว่า การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีย่อมมีความคงทนยาวนาน หากขาดความจริงแล้วเมื่อมีเหตุการณ์ทำให้ความจริงปรากฏ ก็จะนำมาซึ่งความเสื่อมเสียต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย และเวลาเพียงอย่างเดียวไม่อาจแก้ภาพลักษณ์ที่ไม่ดีได้

1) การสร้างภาพพจน์แก่ธุรกิจ หน่วยงานหรือองค์กรมีผลต่อความน่าเชื่อถือ และการให้ความไว้วางใจรวมถึงช่วยให้ธุรกิจ หน่วยงานหรือองค์กร มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และมีบุคคลต่าง ๆ มาติดต่อสัมพันธ์ ด้วยภาพพจน์ในทางที่ดีซึ่งเป็นที่ต้องการขององค์กร ทุกแห่งซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีนี้มีได้หลายลักษณะซึ่งพิจารณาจากความเหมาะสมเป็นสำคัญ เช่น

- 1.1) ผู้บริหารมีประวัติ มีชื่อเสียงผู้คนเลื่อมใส
- 1.2) องค์กรเก่าแก่แต่ทันสมัย
- 1.3) มีผลงานเชื่อถือได้
- 1.4) ชื่อเสียงดี ในวงการธุรกิจ
- 1.5) เป็นองค์กรที่เป็นสากล
- 1.6) ชื่อสตัย รับผิดชอบการให้บริการ
- 1.7) บริการรวดเร็ว ทันใจ เอาใจใส่ผู้ใช้บริการ
- 1.8) ติดอันดับ 1 ใน 10 ของประเทศ
- 1.9) ให้ความสำคัญใส่ดูแลผลประโยชน์ของผู้ใช้บริการ

2) องค์ประกอบภาพพจน์องค์กรมี ดังนี้

2.1) ผู้บริหาร (Executive) องค์กรจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับผู้บริหาร ซึ่งต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ มีวิสัยทัศน์ มีนโยบายธุรกิจที่ดี ชื่อสตัยสุจริต

2.2) พนักงาน (Employees) องค์กรจะดีควรมีพนักงานที่มีความสามารถ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีวิญญูณของการบริการ มีบุคลิกภาพที่ดี มีความรับผิดชอบ ต่องาน

2.3) สินค้า (Product) ควรเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีประโยชน์ตรงกับ ข้อความโฆษณาที่เผยแพร่ออกไป

2.4) การดำเนินงาน (Business Practice) ควรมีการคืนกำไรสู่สังคม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร

2.5) กิจกรรมสังคม (Social Activities) คือ การดูแลเอาใจใส่สังคม ร่วมกิจกรรมการกุศลหรือสร้างประโยชน์ให้กับสังคม

2.6) เครื่องมือ เครื่องใช้หรืออุปกรณ์ในสำนักงาน (Equipment And Stationneries) องค์กรต้องมีสิ่ง que แสดงสัญลักษณ์ของบริษัท เช่น เครื่องแบบพนักงาน อุปกรณ์ สำนักงาน วัสดุเครื่องใช้สำนักงาน วัสดุสิ้นเปลือง ฯลฯ

7.4.2 คุณลักษณะของภาพพจน์องค์กร

คุณลักษณะของภาพพจน์ที่ดีขององค์กรมีหลายประการ ดังนี้

1) องค์กรต้องเป็นองค์กรที่เจริญก้าวหน้าทันโลก ถ้าองค์กรใดมีความเจริญก้าวหน้าทันโลก ย่อมมีความคล่องตัวในการทำกิจกรรมให้ออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ ผลผลิตที่ออกมาย่อมมีประสิทธิภาพเกือหนุนสังคมให้ดีขึ้นไปด้วย

2) องค์กรต้องมีบริการและสัมพันธ์อันดีกับสมาชิกของสหกรณ์ในฐานะผู้ บริการต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับสมาชิก เพราะสมาชิกย่อมต้องการองค์กรที่มีสัมพันธ์ภาพกับ เขา เพื่อจะได้ทราบความต้องการของสมาชิกอย่างใกล้ชิด

3) องค์กรต้องมีระบบบริหารและฝ่ายจัดการที่สูงด้วยประสิทธิภาพ องค์กรที่มีระบบบริหารและฝ่ายจัดการที่สูงด้วยประสิทธิภาพ ย่อมสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่าง จำกัด ผลิตสินค้าหรือบริการที่มีประสิทธิภาพ แก่สังคม และองค์กรที่มีลักษณะดังกล่าว ย่อมมี แนวโน้มที่จะเจริญก้าวหน้าเป็นองค์กรที่มั่นคงในที่สุด

4) องค์กรต้องทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวมองค์กรที่ ประกอบกิจการ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของส่วนรวมเป็นสำคัญ ยอมเห็นัด เหน้อยและเสียสละ ย่อมได้รับการยกย่องหรือได้ภาพลักษณ์ที่ดีจากสังคมอย่างแน่นอน

5) องค์กรต้องปฏิบัติงานภายในกรอบกฎหมายของบ้านเมืองทั้งนี้กฎหมายบ้านเมืองบัญญัติขึ้นมา เพื่อรักษาประโยชน์ของคนส่วนรวมเป็นสำคัญถ้าองค์กรใดปฏิบัติตามกฎหมายบ้านเมือง ย่อมแสดงถึงความรับผิดชอบที่มีต่อสังคมและส่วนรวม

6) องค์กรต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมในลำดับสูง องค์กรใดที่ประกอบกิจกรรม โดยคำนึงถึงความก้าวหน้า ความมั่นคงและสวัสดิการของประชาชนส่วนรวมและพยายามเกื้อหนุนสังคมให้อยู่ในมาตรฐานที่ควรจะเป็น ย่อมเป็นองค์กรที่ได้รับความสนับสนุนความร่วมมือเป็นอย่างสูงจากสังคมเป็นการตอบแทน

การสร้างภาพพจน์ขององค์กร โดยรวม เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการสร้างความรู้สึกที่ดี ทั้งด้านบุคคล สถานที่และด้านนโยบายการดำเนินงาน ย่อมช่วยให้เกิดภาพลักษณ์อันงดงาม รวมทั้งได้รับการสนับสนุน ปกป้องเมื่อมีการให้ร้ายโจมตี ที่ไม่ถูกต้องเป็นธรรม ซึ่งภาพรวมขององค์กรนั้นประกอบด้วย

ด้านบุคลากรจะต้องสร้างความรู้สึกให้เป็นที่ยอมรับว่าเป็นบุคคลหรือคณะบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือยกย่อง ไม่มีข้อตำหนิใดๆ ทั้งในเรื่องบุคลิกภาพและกิริยามารยาท บุคลากรพูดจาสุภาพ นุ่มนวลเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถมีคุณภาพทำงานมีประสิทธิภาพ กระตือรือร้น รวดเร็ว ว่องไว

ด้านสถานที่ต้องสะอาด มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ทั้งด้วยการสัมผัสและการมอง ฉะนั้นการรักษาความสะอาดจึงเป็นสิ่งสำคัญ การลงทุนก็ไม่มาก แต่ให้ผลคุ้มค่าที่สุด จึงต้องมีการจัดสถานที่ ตลอดจนอุปกรณ์สำนักงานให้เป็นระเบียบเรียบร้อย มีป้ายบอกชื่อของหน่วยงาน ชื่อตำแหน่งหน้าห้อง ป้ายบอกเวลาเปิด-ปิด ทำการ รวมทั้งขั้นตอนวิธีติดต่อ งานแผนกต่าง ๆ ที่ชัดเจน

ด้านนโยบายการดำเนินงานต้องให้ความรู้สึกเชื่อมั่นได้ว่าชื่อสัตย์สุจริต โปร่งใสเป็นธรรมไม่คดโกงหรือเอาเปรียบลูกค้า และสังคม

จากที่กล่าวมาทั้งหมดสรุปได้ว่า การสร้างภาพพจน์ คือ การแสดงออกซึ่งการรักษาภาพพจน์และการส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีของธนาคาร เช่น เจ้าหน้าที่แต่งกายเหมาะสม ให้บริการด้วยความสุภาพ ยุติธรรมในการให้บริการ เพื่อเอื้อประโยชน์ในการให้บริการต่อลูกค้าผู้มารับบริการ

จากแนวคิดคุณภาพการให้บริการ ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยศึกษาถึง ด้านตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือและให้เกียรติลูกค้า ด้านให้บริการแบบสมัครใจและเต็มใจทำ ด้านการรักษา

ภาพพจน์ เนื่องจากการให้บริการ โดยอาศัยคนเป็นหลักแบบพบหน้า มีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการให้บริการเพื่อลูกค้าใจถูกค้ำหรือผู้รับบริการ ผู้ให้บริการของหน่วยงานหรือองค์กร จึงจำเป็นต้องรู้จักประยุกต์ความรู้จากแขนงวิชาต่าง ๆ มาใช้ในงานบริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ องค์กรควรมีการสร้างจุดเด่นและแก้ไขจุดอ่อนในการบริการขององค์กรเพื่อให้องค์กรมีความเข้มแข็ง

บริบทธนาคารออมสินภาค 11

ธนาคารออมสินดำเนินงานทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมบนพื้นฐานของปรัชญา กรอบวิสัยทัศน์และพันธกิจของธนาคาร และมุ่งมั่นที่จะเป็นสถาบันทางการเงินที่เชื่อมโยงสังคมไทยให้มีความมั่นคงภายใต้สภาพทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดีเพื่ออนาคตที่ยั่งยืน

1. ประวัติและความเป็นมาของธนาคารออมสิน

พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงเห็นคุณประโยชน์ของการออมทรัพย์ เพื่อให้ประชาชนรู้จักการประหยัดการเก็บออม มีสถานที่เก็บรักษาทรัพย์สินเงินทองของประชาชนให้ปลอดภัยจากโจรผู้ร้ายจึงได้ทรงจัดตั้งคลังออมสินขึ้น โดยสังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติดำเนินธุรกิจภายใต้พระราชบัญญัติคลังออมสิน พ.ศ. 2456 ต่อมาในปี พ.ศ. 2472 คลังออมสินได้อยู่ในความรับผิดชอบของกรมไปรษณีย์โทรเลข กิจการได้เริ่มแพร่หลายและเป็นที่นิยมของประชาชนมากขึ้น หลังจากสงครามครั้งที่ 2 ยุติลงรัฐบาลได้เห็นถึงคุณประโยชน์ของการออมทรัพย์และความสำคัญของคลังออมสินที่มีต่อการพัฒนาประเทศจึงได้ยกฐานะของคลังออมสินขึ้นเป็นองค์กรของรัฐบาลมีฐานะเป็นนิติบุคคลดำเนินธุรกิจภายใต้พระราชบัญญัติธนาคารออมสินพ.ศ. 2489 มีการบริหารงานโดยอิสระภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง เริ่มดำเนินธุรกิจในรูปแบบธนาคารออมสินตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2490 เป็นต้นมา ได้วิวัฒนาการมาจนถึงปัจจุบันนี้ พอแบ่งระยะแห่งการวิจัยได้เป็น 3 ระยะ คือ (ธนาคารออมสิน. 2549 : 1- 5)

ระยะที่ 1 คลังออมสิน สังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติกระทรวงพระคลังมหาสมบัติ พ.ศ. 2456 – 2471 เพื่อให้คลังออมสินได้เป็นประโยชน์แก่กุลเพื่อแผ่ไปถึงราษฎร โดยทั่วกัน พระองค์จึงได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ดำเนินการจัดตั้ง “คลังออมสิน” ขึ้นในสังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติ กระทรวงพระคลังมหาสมบัติและพระราชทานพระบรมราชานุญาต ประกาศใช้ “พระราชบัญญัติคลังออมสิน พ.ศ. 2456” ประกาศใช้ในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2456

ระยะที่ 2 กองคลังออมสิน สังกัดกรมไปรษณีย์โทรเลข พระทรวงพาณิชย์และ
คมนาคม พ.ศ. 2472 – 2489 ต่อมาในปี พ.ศ. 2472 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาล
ที่ 7 ทรงมีพระราชดำริเห็นควรโอนกิจการคลังออมสิน ไปอยู่ในความรับผิดชอบของกรม
ไปรษณีย์ โทรเลข กิจการได้เริ่มแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับของประชาชนอย่างกว้างขวาง ซึ่งนับ
ได้ว่ากิจการคลังออมสินในช่วงระยะนี้เติบโตขึ้นมาก จึงเรียกได้ว่าเป็น “ยุคแห่งความก้าวหน้า
ของการคลังออมสินแห่งประเทศไทย”

ระยะที่ 3 ธนาคารออมสิน สังกัดกระทรวงการคลัง พ.ศ. 2490 จนถึงปัจจุบันต่อมา
ภายหลังเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลง รัฐบาลได้เห็นถึงคุณประโยชน์ของการออมทรัพย์และ
ความสำคัญของคลังออมสินที่มีต่อการพัฒนาประเทศ จึงได้ยกฐานะของคลังออมสินขึ้นเป็น
องค์การของรัฐ มีฐานะเป็นนิติบุคคล ดำเนินธุรกิจภายใต้ “พระราชบัญญัติธนาคารออมสิน
พ.ศ. 2489” มีการบริหารงาน โดยอิสระ ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการ ซึ่งได้รับการ
แต่งตั้งจากรัฐมนตรีว่าการ กระทรวงการคลัง เริ่มดำเนินธุรกิจในรูปแบบธนาคารออมสินตั้งแต่วันที่
1 เมษายน 2490

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธนาคารออมสิน ได้เปลี่ยนแปลง ปรับปรุงพัฒนาระบบ
การดำเนินงานและการบริการ ใน ทุกด้านอย่างเป็นพลวัตร ธนาคารจึงได้ปรับตัวให้เข้ากับ
สถานการณ์ เพื่อรักษาฐานลูกค้ามากกว่า 26 ล้านบัญชี โดยระดมทรัพยากรในทุกด้าน
เตรียมการเพื่อปรับปรุง ภาพลักษณ์และรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยและครบวงจร ยิ่งขึ้น
เพื่อรองรับการให้บริการที่สอดคล้องต่อความ ต้องการและครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ และ
ทุกช่วงวัย ปัจจุบันธนาคาร ออมสินมีฐานะเป็นนิติบุคคล เป็นรัฐวิสาหกิจ ในรูปของสถาบัน
การเงินที่มีรัฐบาลเป็นประกันอยู่ภายใต้ การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง มีสาขา 995 สาขา
ทั่วประเทศ มีอายุครบ 99 ปี เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2555 ที่ผ่านมา

2. ประวัติความเป็นมาของการให้บริการธนาคารออมสิน

การคลังออมสินรับโอนจากกรมไปรษณีย์โทรเลข มาดำเนินธุรกิจในรูปของ
ธนาคารออมสิน ภายใต้พระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พ.ศ. 2489 คณะกรรมการของธนาคาร
ได้มุ่งให้ความสำคัญ ในการจัดทำพระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง และระเบียบปฏิบัติในการรับ
ฝากเงินเพื่อขยายขอบเขตการประกอบธุรกิจและบริการ ให้เต็มรูปแบบธนาคารออมสินเพื่อทำหน้าที่
เป็นสถาบันระดมเงินออมเช่นเดียวกับธนาคารออมสินในประเทศทางแถบยุโรปตลอดจนการ
จัดองค์การบริหาร และวางระบบงานด้านต่าง ๆ พอสรุปได้ดังนี้ (ธนาคารออมสิน. 2553 :
10 - 13)

2.1 ธุรกิจและบริการ

ได้มีการขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นจากเดิมอีกหลายประเภท โดยปี พ.ศ. 2492 ได้มีการออกกฎกระทรวงฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2492) ว่าด้วยการประกอบกิจการอันเป็นงานธนาคารออมสิน ตามกฎกระทรวงฉบับนี้ธนาคารออมสินได้ประกอบธุรกิจด้านการธนาคารเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2492 ซึ่งกำหนดงานด้านการธนาคารไว้ 4 ประเภท ได้แก่

- 1) การรับฝากเงินกระแสรายวัน
- 2) การรับฝากเงินประจำปี
- 3) การออกตั๋วแลกเงินชนิดรื้อมาใช้เงินเมื่อทวงถามและสั่งจ่าย ณ สำนักงานใหญ่ สาขา หรือตัวแทนของธนาคาร
- 4) การออกซื้อขายหรือเก็บเงินตามมาตรฐานเปลี่ยนมือ

นอกจากนี้ธนาคารออมสินก็เพิ่มบริการสินเชื่อบุคคลเพื่อสนองความต้องการแก่ประชาชน ได้แก่ ให้ผู้ฝากกู้ยืมโดยใช้บัญชีเงินฝากประจำ 12 เดือน ค่าประกันบริการให้กู้ยืมแบบเบิกเงินบัญชีโดยมีเงินฝากประจำ 12 เดือน ค่าประกัน ในปี พ.ศ. 2522 “สินเชื่อสวัสดิการ” ซึ่งเป็นการให้กู้ยืมแก่ข้าราชการพนักงานองค์การของรัฐผู้มีรายได้น้อย เพื่อช่วยบรรเทาความเดือดร้อนในภาวะที่ค่าครองชีพสูงขึ้น ซึ่งได้เริ่มให้บริการเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2523 และ “สินเชื่อออมสินสงเคราะห์” เป็นการช่วยเหลือผู้ที่ประสบภัยจากภาวะน้ำท่วมในเขตกรุงเทพฯ นำเงินไปซ่อมแซมบ้านเรือนที่ได้รับความเสียหายในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2526 จนถึงปัจจุบัน ธนาคารออมสินได้ประกอบธุรกิจประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้

2.1.1 การรับฝากเงิน

- 1) ประเภทกระแสรายวัน
- 2) ประเภทเพื่อเรียก
- 3) ประเภทเพื่อเรียกพิเศษ
- 4) ประเภทประจำ 99 วัน
- 5) ประเภทประจำ 66 วัน
- 6) ประเภทประจำรายเดือน
- 7) ประเภทประจำ 3 เดือน
- 8) ประเภทประจำ 5 เดือน
- 9) ประเภทประจำ 6 เดือน
- 10) ประเภทประจำ 8 เดือน
- 11) ประเภทประจำ 12 เดือน
- 12) ประเภทประจำ 24 เดือน

- 13) ประเภทประจำ 36 เดือน
 - 14) ประเภทสงเคราะห์ทวีคูณ
 - 15) ประเภทเคหะสงเคราะห์
- 2.1.2 บริการด้านบัญชีเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต
 - 2.1.3 สลากออมสิน/พันธบัตร
 - 2.1.4 บริการด้านสินเชื่อ
 - 1) สินเชื่อเคหะ
 - 2) สินเชื่อเพื่อธุรกิจ SMSs
 - 3) สินเชื่อเพื่อชีวิตสุขสันต์
 - 4) สินเชื่อเพื่อการศึกษา
 - 2.1.5 บริการด้านอื่น
 - 1) บริการทางการเงินผ่านตู้ ATM
 - 2) บริการชำระเงินออนไลน์
 - 3) บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
 - 4) บริการโอนเงินต่างประเทศ
 - 5) บริการโอนเงินค่านระหว่างประเทศ

2.2 โครงการให้กู้ยืมเงินประเภทเคหะสงเคราะห์

ธนาคารออมสินยังมีโครงการให้กู้ยืมเงินประเภทเคหะสงเคราะห์ข้าราชการ และให้ความร่วมมือกับการประสานงานภาคและการประสานครหลวงในให้การกู้ยืมเงินแก่ประชาชนเพื่อติดตั้งน้ำประปา นอกจากนี้ ธนาคารออมสินยังได้จัดบริการเพื่ออำนวยความสะดวกด้านอื่น ๆ ให้แก่ผู้ฝากอีกด้วย ได้แก่ (ธนาคารออมสิน. 2553 : 10 - 13)

2.2.1 บริการฝาก – ถอนเงินต่างสำนักงานได้ทุกสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียง

2.2.2 บริการรับฝากเงินเป็นกลุ่ม โดยส่งพนักงานออกไปให้บริการรับฝากเงินตามสถานที่ราชการ บริษัทห้างร้าน โรงงาน ฯลฯ ที่ได้แจ้งความประสงค์ที่จะให้ธนาคารเข้าไปรับฝากเงิน

2.2.3 บริการจ่ายเงินเดือนแทนให้ส่วนราชการ

2.2.4 การรับบำนาญแทน ซึ่งเป็นบริการที่จัดให้แก่ข้าราชการบำนาญ โดยเฉพาะเพื่อลดภาระในการที่จะเดินทางไปปรับเงินด้วยตนเอง โดยธนาคารจะนำเงินบำนาญ เข้าบัญชีเงินฝากของแต่ละคนให้ตามประเภทของเงินฝาก ตามที่ได้ตกลงไว้ล่วงหน้า

2.2.5 บริการรับชำระเงินค่าสาธารณูปโภค และรับชำระเงินภาษี เช่น ค่า น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ และภาษีรถยนต์ เป็นต้น

2.3 การลงทุนและการแสวงหาผลประโยชน์

การลงทุนและการแสวงหาผลประโยชน์ ก่อนที่จะเปลี่ยนฐานะมาเป็นธนาคาร ออมสิน การจัดหาผลประโยชน์จากเงินทุนของคลังออมสินอยู่ในวงจำกัด เพียงเพื่อให้มีรายได้ มาจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินฝากและเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน การหาผลประโยชน์ในประเทศ เป็นจำนวนมาก การลงทุนของธนาคารออมสิน จึงได้เปลี่ยนแปลงมาลงทุนในหลักทรัพย์ของ รัฐบาลเพื่อเป็นการสนับสนุนทางการเงินให้แก่รัฐบาล และส่งเสริมกิจการด้านสาธารณูปโภค โดยให้กู้ยืมแก่องค์กรและรัฐวิสาหกิจและได้ขยายบริการให้กู้ยืมแก่เอกชนในระยะต่อมา โดย จำแนกประเภทการลงทุน ได้ดังนี้ (ธนาคารออมสิน. 2553 : 15)

2.3.1 การลงทุนในหลักทรัพย์รัฐบาลในระยะแรก ๆ ของธนาคารออมสินได้ ลงทุนด้วยการซื้อพันธบัตรเงินกู้ของรัฐบาล ซึ่งรัฐบาลได้เริ่มออกจำหน่ายพันธบัตรเงินกู้เป็น ครั้งแรก ในปี พ.ศ. 2483 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อระดมเงินมาใช้ในกิจการเฉพาะอย่าง

2.3.2 การให้กู้ยืมแก่ส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 ซึ่ง เป็นระยะที่รัฐบาลเริ่มใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ธนาคารออมสินได้จัดสรร เงินทุนให้แก่องค์กรและรัฐวิสาหกิจกู้ยืม โดยมีกระทรวงการคลังเป็นผู้ค้ำประกัน เพื่อ ส่งเสริมกิจการด้านการอุตสาหกรรมและการสาธารณูปโภคที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของ ประชาชน

2.3.3 การให้กู้ยืมแก่เอกชน เพื่อบริการแก่ผู้ฝากที่มีความจำเป็นต้องการใช้เงิน ในระยะสั้นมากกว่าจะเป็นการลงทุนเพื่อหารายได้ ในระยะแรก ๆ ธนาคารออมสินให้กู้ยืมแก่ผู้ ฝากของธนาคาร โดยมีสลากออมสินพิเศษ กรมธรรม์ประเภทสงเคราะห์ชีวิต และการศึกษาค้ำ ประกัน นอกจากนี้ได้ให้กู้ยืมเพื่อส่งเสริมการศึกษาสำหรับปลูกสร้างและซ่อมแซมอาคารเรียน และขยายบริการให้กู้ยืมแก่ผู้ฝากเงินประเภทเคหะสงเคราะห์เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนที่อยู่ อาศัยเป็นของตนเอง

3. ทิศทางและนโยบายการดำเนินงาน

ทิศทางและนโยบายการดำเนินงานในปี 2555 – 2559

ในปี 2556 ธนาคารได้ทบทวนวิสัยทัศน์และทิศทางการดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องกับภารกิจและเป็นไปตามแนวนโยบายผู้ถือหุ้นภาครัฐ (Statement of Direction : SOD) ซึ่งเป็นแนวทางที่ภาครัฐมีต่อธนาคารออมสิน คือ มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ชุมชน และเศรษฐกิจฐานรากและส่งเสริมการออมของประชาชน โดยมีการบริหารจัดการซึ่งสนับสนุนโดยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ โดยธนาคารได้กำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจสำหรับแผนวิสาหกิจปี 2555 – 2559 ดังนี้ (ธนาคารออมสิน. 2557 : 60)

3.1 วิสัยทัศน์

“เป็นสถาบันการเงินที่มั่นคงเพื่อการออม และเป็นผู้นำในการสนับสนุนเศรษฐกิจฐานรากและลูกค้ารายย่อย ด้วยการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและธรรมาภิบาล”

3.2 พันธกิจ

- 3.2.1 เป็นสถาบันเพื่อการออม
- 3.2.2 เป็นสถาบันเพื่อการลงทุนและการพัฒนา
- 3.2.3 เป็นสถาบันเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก
- 3.2.4 เป็นสถาบันที่รับผิดชอบต่อสังคม

3.3 ค่านิยม

- 3.3.1 มุ่งมั่นในวิสัยทัศน์ (Vision Focus)
- 3.3.2 รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social Responsibility)
- 3.3.3 ยึดมั่นในคุณธรรม (Integrity)
- 3.3.4 เชี่ยวชาญงานบริการ (Professionalism)

4. นโยบายและกรอบทิศทางการดำเนินงานในปี พ.ศ. 2555 – 2559

ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน ได้กล่าวถึงการกำหนดนโยบายและกรอบทิศทางการดำเนินงานใน พ.ศ. 2555 – 2559 ที่ต้องคำนึงถึงแนวนโยบายผู้ถือหุ้นภาครัฐ (SOD) ของกระทรวงการคลังที่มีต่อธนาคารออมสินและนโยบายภาครัฐที่สำคัญ โดยเฉพาะนโยบายของรัฐบาลชุดใหม่ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อธนาคารออมสิน อาทิ พักหนี้ผู้ที่มีหนี้ต่ำกว่า 5 แสนบาทอย่างน้อย 3 ปี และปรับโครงสร้างหนี้ผู้ที่มีหนี้เกิน 5 แสนบาท แต่ไม่เกิน 1 ล้านบาท กองทุนตั้งตัวได้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักศึกษา/อาจารย์ และกลุ่มประชาชน โดยจัดบงให้กองทุนเริ่มต้นที่ 1 พันล้านบาท เพิ่มเงินกองทุนหมู่บ้าน หมู่บ้านละ 1 ล้านบาท สานต่อโครงการ

กองทุน SML กองทุนละ 3 – 5 แสนบาท ลงทุนโครงการ Megaproject สร้างเขื่อนกั้นน้ำ
รถไฟฟ้า รถไฟรางคู่ เชื่อมต่อและรถไฟความเร็วสูง เป็นต้น

มีการกำหนดให้ธนาคารรักษาสัดส่วนสินเชื่อก่อนเงินลงทุน ร้อยละ 80 : ร้อยละ 20 มีสัดส่วนของสินเชื่อบริหารย่อยไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 90 รักษาฐานลูกค้าเดิมที่เป็นเด็กและเยาวชน พร้อมทั้งขยาย กลุ่มเป้าหมายให้ครบทุกช่วงอายุ โดยมุ่งเน้นการขายแบบตรงข้ามและมีการเติบโตในด้านสินเชื่อก่อนและเงินฝากอย่างต่อเนื่อง โดยในปีพ.ศ. 2556 ประมาณการว่า เงินฝากจะเติบโตเป็น 1,668,100 ล้านบาท สินเชื่อก่อนจะเติบโตเป็น 1,577,700 ล้านบาท นอกจากนี้ยังเน้นย้ำให้ผู้บริหารได้ตระหนักถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธนาคารออมสิน ในด้านต่าง ๆ อาทิ การมีบทบาทสำคัญในด้านการส่งเสริมการออมของประเทศ ด้วยผลิตภัณฑ์เงินฝากที่แตกต่างจากคู่แข่ง ส่งผลให้มีฐานลูกค้าเงินฝากเป็นจำนวนมาก ในขณะที่ยังมีสัดส่วนของเงินฝากเพื่อเรียกและกระแสรายวันที่ต่ำเมื่อเทียบกับธนาคารพาณิชย์ รวมทั้งมีรายได้จากค่าธรรมเนียมและค่าบริการที่ต่ำกว่าธนาคารพาณิชย์ ส่วนในเรื่องของการพัฒนาบุคลากรก็ต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงและเมื่อพิจารณาในเรื่องของโอกาสของธนาคารแล้ว จะเห็นได้ว่า มีหลายปัจจัยที่มีผลต่อธนาคาร เช่น พ.ร.บ. คุ้มครองเงินฝากที่จะลดวงเงินคุ้มครองเหลือ 1 ล้านบาท ต่อบัญชี ในวันที่ 11 สิงหาคมของปี 2555 นโยบายภาครัฐที่เน้นการช่วยเหลือประชาชนในระบบฐานรากมากขึ้น รวมทั้งยกระดับกองทุนหมู่บ้านเป็นสถาบันการเงินชุมชน (ธนาคารออมสิน. 2557 : 65)

5. ภาพรวมธนาคารออมสินภาค 11

ธนาคารออมสินภาคในประเทศไทยมีจำนวน 18 แห่ง ซึ่งถือเป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ธนาคารออมสินสาขาต่าง ๆ สามารถปฏิบัติงานและดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีบริบทและภารกิจที่สำคัญ คือ ธนาคารออมสินได้จัดทำแผนเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน (พ.ศ. 2548 - 2552) โดยให้สอดคล้องกับกรอบนโยบายและยุทธศาสตร์การดำเนินงานของธนาคาร พ.ศ. 2548-2552 ที่กำหนดขึ้นจากนโยบายของกระทรวงการคลัง โดยเน้นการให้บริการแก่ประชาชนทุกระดับของประเทศอย่างทั่วถึง ในลักษณะการไม่แสวงหาผลกำไร แต่ให้ดำเนินการเพื่อสร้างโอกาสสร้างรายได้ สร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนและสร้างทักษะให้กับประชาชน โดยมุ่งไปสู่การเป็นธนาคารเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน (Community Bank) รวมทั้งเร่งขยายธุรกรรมการให้บริการทางการเงินในระบบแก่ประชาชน ที่เดือดร้อน ซึ่งจะทำให้การใช้เงินนอกระบบหมดไปจากประเทศ อันจะส่งผลต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนแก่เศรษฐกิจของประเทศในระยะยาว การดำเนินงานตามแผนงานดังกล่าว

จะส่งผลให้ธนาคารสามารถขยายธุรกรรมและบริการทางการเงินต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในเชิงพาณิชย์ มีรายได้จากการดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้นและมีการบริหารจัดการสินทรัพย์และเงินทุนของธนาคาร ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นธนาคารมีการจัดทำแผนวิสาหกิจธนาคารออมสิน พ.ศ. 2549-2552 ที่สอดคล้องกับแผนการบริหารราชการแผ่นดิน โดยมีวิสัยทัศน์ที่จะมุ่งสู่การเป็น “สถาบันที่มั่นคงของประเทศเพื่อการออม การลงทุน การสร้างเศรษฐกิจชุมชน การพัฒนาประเทศ และการบริการทางการเงินที่ครบวงจร แก่ประชาชนทุกระดับทั่วประเทศ” ธนาคารจึงกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญ 5 ประการ ดังนี้ (ธนาคารออมสิน. 2556 : 7)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงิน

เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนในประเทศมีค่านิยมและพฤติกรรมทางการเงินที่เหมาะสมตั้งแต่เยาว์วัย ซึ่งจะส่งผลให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี และปริมาณเงินออมที่เพียงพอต่อความต้องการในการพัฒนาประเทศ วัตถุประสงค์ก็คือ เด็ก เยาวชน และประชาชนมีจิตสำนึกตระหนักถึงความสำคัญและประโยชน์ของการออม นำไปสู่การมีวินัยทางการเงิน การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและธนาคารมีระดับเงินออมเพียงพอกับความต้องการเงินให้สินเชื่อและเงินลงทุนของธนาคาร โดยการปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝาก และดำเนินโครงการหรือจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เช่น ปรับปรุงหรือออกผลิตภัณฑ์เงินฝากที่มีเงื่อนไขจูงใจให้ประชาชนมีความต้องการออมเงินในระยะยาว โดยมีผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าในแต่ละช่วงวัย จัดรายการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์เงินออมของธนาคารอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เงินฝากระยะยาวออกพันธบัตรออมสินระยะยาว เพื่อสร้างทางเลือกในการลงทุนแก่ประชาชน เป็นต้น

และประชาสัมพันธ์รณรงค์ส่งเสริมการออม เพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกและวินัยทางการเงินในระยะยาวเช่น จัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และกิจกรรม เพื่อรณรงค์ให้เยาวชนและประชาชนทั่วไปตระหนักถึงความสำคัญและประโยชน์ของการออม ขยายการเปิดดำเนินการธนาคาร โรงเรียน โดยให้ความรู้และเป็นพี่เลี้ยงแก่ครูและนักเรียนในการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด จัดกิจกรรมสโมสรรเยาวชน และกิจกรรมส่งเสริมสัมพันธ์กับโรงเรียนอย่างต่อเนื่อง โครงการบัญชีแรก (First Account) โดยเปิดบัญชีเงินฝากสำหรับเด็กที่เกิดตรงกับวันสถาปนาธนาคารออมสินจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการออมทรัพย์ในวาระต่าง ๆ เช่น วันสถาปนาธนาคารออมสิน วันเด็ก และวันออมแห่งชาติ โดยให้ทั้งความรู้และสร้างสรรค์จิตสำนึกให้ตระหนักถึงความสำคัญของการออมส่งเสริมการรวมตัวของกลุ่มออมทรัพย์ในระดับท้องถิ่นให้

มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น โดยเข้าไปให้ความรู้กับท้องถิ่นในด้านการบริหารจัดการ และสนับสนุนปัจจัยพื้นฐานในการตั้งกลุ่มออมทรัพย์ต่าง ๆ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก

เพื่อร่วมแก้ไขความยากจนและปัญหาหนี้สินของประชาชน ร่วมสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน สามารถพัฒนาองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของท้องถิ่น ยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชนและวิสาหกิจชุมชน วัตถุประสงค์คือ

1. ประชาชนระดับฐานรากได้รับโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบ องค์ความรู้สามารถสร้างอาชีพ สร้างรายได้ ลดรายจ่ายดอกเบี้ยนอกระบบ สามารถใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์และทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
2. ชุมชนได้รับการพัฒนาและยกระดับให้เข้มแข็ง มีพลังในการต่อสู้ความยากจน สามารถช่วยเหลือและพึ่งพาตนเองได้ โดยใช้วิธีการ ร่วมแก้ไขปัญหาคความยากจนเชิงรุกในคราวานแก่นัง โดยให้บริการคำแนะนำและเงินทุนในการประกอบอาชีพ เพื่อเพิ่มรายได้แก่ประชาชนระดับฐานราก ในโครงการต่าง ๆ เช่น สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน (รวมสินเชื่อฉับพลันและแผงลอย) สินเชื่อโครงการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน สินเชื่อเพื่อประกอบการรายใหม่สินเชื่อปรับโครงสร้างหนี้ภาคประชาชน โครงการ 1 ตำบล 10 ผู้ประกอบการ และวิธีร่วมพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง โดยการส่งเสริมให้มีการใช้้องค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นควบคู่กับการพัฒนาความสามารถในด้านบริหารจัดการ เพื่อแก้ไขปัญหามุมชนโดยสนับสนุนสินเชื่อเพื่อเป็นทุนสำหรับวิสาหกิจชุมชน และดำเนินโครงการต่าง ๆ เช่น สินเชื่อวิสาหกิจชุมชน โครงการสินเชื่อ SML โครงการ 1 สาขา 1 ผลิตภัณฑ์ โครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ ส่งเสริมการตลาดสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยใช้พื้นที่สาขาในการวางจำหน่ายและช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าและส่งเสริมการจัดตั้งร้านค้าปลีกรายย่อย ทั้งในลักษณะเป็นร้านค้าชุมชนและร้านค้าปลีกผู้ประกอบการรายย่อยทั่วไป โดยร่วมกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ให้ความรู้เชิงบริหารจัดการและเชิงแข่งขันแก่ผู้ประกอบการตลอดจนร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนในการให้ความรู้การบริหารจัดการ และสนับสนุนสินเชื่อแก่ผู้ประกอบการรายย่อย เป็นต้น
3. ยกระดับกองทุนหมู่บ้านที่มีความพร้อมให้เป็นธนาคารหมู่บ้าน เพื่อให้โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนอย่างยั่งยืน และพัฒนาระบบการเงินที่สนับสนุนเศรษฐกิจฐานรากโดยยกระดับกองทุนหมู่บ้านที่มีความพร้อมให้เป็นธนาคารหมู่บ้าน ในการบริหารจัดการ

และสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองระดับดีเยี่ยม (AAA) และระดับดี (AA)

4. สนับสนุนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดและจังหวัด โดยการสนับสนุนการลงทุนเพื่อการพัฒนา 19 กลุ่ม จังหวัดตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ เช่นอุตสาหกรรมอาหาร แฟชั่น ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ ซอฟต์แวร์ การท่องเที่ยว พลังงาน ทดแทนสุขภาพ การบริการการศึกษา การสร้างสรรค์และออกแบบ เป็นต้น และการบริหารกองทุนและสนับสนุนเงินให้สินเชื่อพัฒนาโครงสร้างปัจจัยพื้นฐานแก่ชุมชนบ้านเมืองในภูมิภาคท้องถิ่นยุทธศาสตร์ที่ 3 : การพัฒนาคนและสังคมให้มีคุณภาพเพื่อส่งเสริมและสร้างโอกาสให้ประชาชนในประเทศมีความรู้ สร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต อันจะนำไปสู่การเป็นสังคมแห่งภูมิปัญญาที่ขับเคลื่อนด้วยฐานความรู้และพร้อมที่จะแข่งขันในเวทีระดับโลก พัฒนาคคนให้เป็นทรัพยากรที่มีคุณภาพ มีศักยภาพในการทำงาน มีความรู้ มีความสุขภาพแข็งแรง มีความมั่นคงในชีวิต จิตใจ และทรัพย์สินประชาชนมีโอกาสเข้าถึงแหล่งความรู้และสนับสนุนให้มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต ประชาชนได้รับการพัฒนาศักยภาพและทักษะวิชาชีพ เพื่อเตรียมความพร้อมในการประกอบอาชีพ ดังนี้

4.1 สร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งความรู้แก่ประชาชน สนับสนุน การสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต จัดมุมเรียนรู้ที่สาขาเพื่อให้ประชาชนทั่วไปและลูกค้าของธนาคาร ได้มีโอกาสในการเข้าถึงแหล่งความรู้ทั้งด้านข่าวสารและวิชาการต่างๆ ร่วมกับประชาชนในชุมชนจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ชุมชนเพื่อเป็นแหล่งข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ที่ประชาชนในพื้นที่สามารถมาใช้บริการค้นคว้าหาความรู้ รวมถึงเป็นแหล่งกระจายข้อมูลข่าวสารของธนาคาร ในชุมชนให้ทุนการศึกษาแก่บุคคลภายนอก เพื่อเป็นพนักงานของธนาคารในอนาคต สนับสนุนเงินทุนเพื่องานวิจัยผลิตภัณฑ์พื้นบ้านให้มีการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น หรืองานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมใหม่ในท้องถิ่นให้ทุนการศึกษาแก่นักศึกษาคณะครูอาจารย์ประชาชน สมาชิกสหฯ สมาชิกสินเชื่อพัฒนากลุ่มอาชีพ และลูกค้าตาม โครงการปรับหนี้สินภาคประชาชน จัดตั้งกองทุนเพื่อการขยายโอกาสทางการศึกษาให้แก่เยาวชน เพื่อเทิดพระเกียรติสมเด็จพระบรมราชินีนาถ ในวาระครบรอบ 72 พรรษา

4.2 พัฒนาศักยภาพ เพื่อเตรียมความพร้อม และทักษะการประกอบอาชีพแก่ประชาชน รับนักศึกษาฝึกงานในช่วงปิดภาคการศึกษาเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้จากการทำงานในสถานที่ประกอบการจริงให้แก่นักศึกษา การฝึกอบรมพัฒนาอาชีพให้แก่ผู้จัด

ทะเบียนคนจน โดยมุ่งเน้นการแสวงหาความรู้ในการประกอบอาชีพ เพื่อสร้างอาชีพให้กับประชาชนที่ยังไม่มีอาชีพและต้องการประกอบอาชีพเสริม ร่วมมือกับหน่วยงานราชการในการฝึกอบรม เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการแก่กลุ่มองค์กรชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : การเพิ่มและขยายการให้บริการและธุรกรรมทางการเงิน

เพื่อขยายการสนับสนุนเงินทุนเพื่อการอุปโภคบริโภคภายในประเทศ

การพัฒนาวิสาหกิจของขนาดกลางและขนาดย่อม การพัฒนาการลงทุนในระบบโลจิสติกส์ และโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ การพัฒนาตลาดเงินและตลาดทุนให้มีความเข้มแข็ง และขยายการให้บริการทางการเงินผ่านช่องทางให้บริการที่ทันสมัย สามารถให้บริการที่ประทับใจแก่ลูกค้า ก่อให้เกิดความผูกพันและการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ประชาชนทั่วไปมีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการอุปโภคบริโภค เพิ่มเงินให้สินเชื่อแก่ประชาชนและผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั่วไป เพื่อใช้ในการอุปโภคบริโภค การประกอบอาชีพและการลงทุนเพิ่มเงินให้สินเชื่อแก่ภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชนรายใหญ่ เพื่อเป็นเงินทุนในการดำเนินธุรกิจและโครงสร้างสำคัญๆ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ เพิ่มการลงทุนในตราสารหนี้และตราสารทุนระยะยาว เพื่อเป็นแหล่งระดมเงินทุนที่สำคัญสำหรับภาครัฐและภาคเอกชนในการลงทุนและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เพิ่มบริการทางการเงินที่ครบวงจร สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าเพิ่มช่องทางให้บริการลูกค้าที่มีความหลากหลาย มีความทันสมัยและสะดวกในการติดต่อเพื่อทำธุรกรรมของลูกค้า เพิ่มฐานลูกค้าใหม่และลูกค้าเดิมที่มีความภักดี (Loyalty) ต่อธนาคาร ได้แก่

1. ขยายฐานลูกค้าสินเชื่ออุปโภคบริโภค เช่น สินเชื่อเคหะ สินเชื่อสวัสดิการ สินเชื่อไททอง สินเชื่อชีวิตสุขสันต์ สินเชื่อพัฒนากลุ่มอาชีพ สินเชื่อเช่าซื้อผ่อนส่งของธนาคารอิสลาม เป็นต้น ให้ครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่มอาชีพ ตลอดจนขยายสินเชื่อเพิ่มแก่กลุ่มลูกค้าเดิมโดยพิจารณาประเภทสินเชื่อที่ลูกค้าต้องการจากฐานข้อมูลที่มี
2. สนับสนุนเงินลงทุนเพื่อส่งเสริมการผลิต การลงทุน และการค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศให้แก่ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มธุรกิจการค้าและธุรกิจเอกชนรายใหญ่
3. สนับสนุนเงินทุนเพื่อพัฒนาโครงสร้างปัจจัยพื้นฐานและระบบการขนส่ง (Logistics) ที่สำคัญภายในประเทศ
4. เพิ่มบทบาทในตลาดตราสารหนี้ โดยการขยายการลงทุนในตลาดพันธบัตรภายในประเทศและตลาดพันธบัตรเอเชีย (Asian Bond) ขยายการทำธุรกรรมตราสารประเภท

ใหม่ ๆ เช่น ธุรกิจเกี่ยวกับตราสารอนุพันธ์ เป็นต้น และการขยายการให้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ ๆ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าธนาคารทุกระดับ เช่น การเป็นที่ปรึกษาการลงทุนการค้าหลักทรัพย์ การจัดจำหน่ายหลักทรัพย์ การจัดการกองทุนรวม การจัดการกองทุนส่วนบุคคลรวมถึงการเป็นที่ปรึกษาทางการเงินให้กับจังหวัดและท้องถิ่นต่าง ๆ ทั่วประเทศในธุรกิจทางการเงินใหม่ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อ การพัฒนาท้องถิ่นและชุมชนต่าง ๆ ทั่วประเทศ

5. สนับสนุนตลาดทุนให้มีความเข้มแข็ง โดยการลงทุนในตราสารทุนที่มีปัจจัยพื้นฐานและแนวโน้มผลตอบแทนดี และมีความเสี่ยงต่ำ และลงทุน/ร่วมทุนในธุรกิจ SMEs เพื่อพัฒนาธุรกิจ SMEs ในตลาดหลักทรัพย์ให้เติบโตขึ้น

6. พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยการออกผลิตภัณฑ์/บริการทางการเงินตามกฎกระทรวงฉบับใหม่ เช่น การซื้อขายล่วงหน้าบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การค้าประกัน การอาวัล บริการบัตรเครดิต และการเป็นที่ปรึกษาทางการเงิน เป็นต้น และการพัฒนาการให้บริการทางการเงินที่สร้างรายได้ค่าธรรมเนียมเช่น ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ บริการรับชำระค่าสินค้าและบริการ การให้บริการเช็คและแลกตัวเงิน เป็นต้น

7. พัฒนาช่องทางการให้บริการลูกค้าที่ทันสมัย และสะดวกสบายเพื่อให้สามารถขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ โดยการปรับปรุงสำนักงานสาขาและหน่วยให้บริการรวมทั้งสถาปัตยกรรมของสาขาให้มีเอกลักษณ์ เป็นฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กร (Corporate Identity) เพิ่มช่องทางการให้บริการแก่ลูกค้าในรูปแบบเคลื่อนที่ (Mobile) ในพื้นที่ห่างไกลที่ไม่มีสถาบันการเงินให้บริการ หรือในสถานที่ที่ต้องการขยายฐานลูกค้า ขยายการเปิดสาขาย่อยในสถานที่ ที่มีสาธารณชนทำธุรกรรมย่อยทางการเงินจำนวนมาก เช่น ศูนย์การค้า ตลาดสดสถานีขนส่งมวลชน เป็นต้น และติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์สำหรับให้ลูกค้าบริการตนเอง (Self Service) เพิ่มเติมในสาขาที่มีลูกค้าใช้บริการมาก

8. ดำเนินมาตรการเชิงรุกในการรักษาฐานลูกค้าเดิมและสร้างฐานลูกค้าใหม่ โดยการพัฒนาระบบการบริการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) สำหรับบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิม และเสนอผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง ให้สอดคล้องกับวงจรการดำเนินชีวิตของลูกค้าตลอดปี เช่น กิจกรรมการตลาดของสินค้าต้อนรับเปิดเทอม สินค้าเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : การเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถทางการแข่งขัน

เพื่อให้ธนาคารเข้าสู่ระบบการบริหารกิจการที่มีประสิทธิภาพ มีความสามารถในการแข่งขัน มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้ เสริมสร้างความเชื่อมั่นและความเชื่อถือของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ในกลไกการดำเนินงานของธนาคาร ดังนี้

1. ระบบบริหารจัดการภายในมีประสิทธิภาพได้มาตรฐานสากล และเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล สามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของธนาคารและสามารถแข่งขันได้
2. ธนาคารมีบุคลากรเพียงพอ ทั้งปริมาณและคุณภาพ สามารถรองรับภารกิจในการให้บริการลูกค้า และแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่นได้
3. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของธนาคาร ทั้งระบบบริการลูกค้า และระบบข้อมูลเพื่อสนับสนุนการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพ
4. ปรับปรุงบูรณาการให้การบริหารความเสี่ยง การควบคุมและการตรวจสอบภายใน มีความเชื่อมโยงกับการปฏิบัติงานทั่วทั้งองค์กร
5. ส่งเสริมประสิทธิภาพในการวิจัยและพัฒนาองค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการปรับปรุงประสิทธิภาพระบบการวางแผน และการบริหารจัดการภายในเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน บริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลของธนาคารให้เพียงพอทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของธนาคาร ทั้งในระบบบริการลูกค้าและระบบข้อมูลเพื่อสนับสนุนการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพ ปรับปรุงและบูรณาการให้การบริหารความเสี่ยง การควบคุมและการตรวจสอบภายใน มีความเชื่อมโยงกับการปฏิบัติงานทั่วทั้งองค์กร ส่งเสริมประสิทธิภาพในการวิจัยและพัฒนาองค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ในรอบปี 2550 ที่ผ่านมา ธนาคารออมสินมีความก้าวหน้าในการดำเนินงานหลายด้าน ดังนี้ (ธนาคารออมสิน. 2556 : 44 - 47)

1. การขยายเครือข่ายการให้บริการ ธนาคารได้เปิดให้บริการสาขาเต็มรูปแบบ 3 แห่งสาขาย่อย 1 แห่งหน่วยให้บริการ 8 แห่ง และหน่วยให้บริการ ณ ที่ว่าการอำเภออีก 33 แห่งติดตั้งเครื่อง ATM จำนวน 124 เครื่อง และเปิดธนาคาร โรงเรียน 46 แห่ง ส่งผลให้ ณ สิ้นปี 2550 ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศ 597 แห่ง ในจำนวนนี้เป็นธนาคารชุมชน 8 แห่ง สาขาย่อย 2 แห่งและสาขาที่ให้บริการรับฝากเงินตามหลักศาสนาอิสลาม 343 แห่ง หน่วยให้บริการ 18 แห่ง หน่วยให้บริการ ณ ที่ว่าการอำเภอ 187 แห่ง เรือให้บริการเคลื่อนที่ 2 ลำ รถให้บริการ

เคลื่อนที่ 20 คัน เครื่อง ATM จำนวน 1,005 เครื่อง และธนาคาร โรงเรียนจำนวน 214 แห่ง นอกจากนี้เพื่อให้ลูกค้าของธนาคารได้รับความสะดวกมากขึ้น ธนาคารจึงได้เพิ่มช่องทางการให้บริการทางการเงินเคลื่อนที่ GSB Express โดยใช้รถจักรยานยนต์ 6 คัน ให้บริการแก่ลูกค้ารายใหญ่และกลุ่มธุรกิจในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลในรูปแบบของ Motorcycle Banking

2. การพัฒนาธุรกิจและบริการ ในปี 2550 ธนาคารได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า อาทิ ด้านเงินฝาก โดยออกผลิตภัณฑ์เงินฝากแบบมีบำนาญของลูกค้าจ้างภาครัฐที่เกษียณอายุปี 2550 โดยร่วมกับ บมจ.ทิพย์ประกันภัยและ บมจ.พรูเด็นเชียลประกันชีวิต (ประเทศไทย) ในการให้บริการประกันสุขภาพและประกันชีวิต ชดเชยรายวันเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสลากออมสินพิเศษผ่านทาง SMS และเปลี่ยนวันออกรางวัลสลากออมสินพิเศษเป็นทุกวันที่ 16 ของเดือน ด้านสินเชื่อ ได้ออกแคมเปญสินเชื่อเคหะ ห้าห้าห้า สินเชื่อเพื่อช่วยเหลือสถานประกอบการในเขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ สินเชื่อแก้วิสาหกิจชุมชนที่ต้องการเงินทุนสำหรับใช้ในการปรับปรุง ขยาย หรือเป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการสินเชื่อสำหรับครูที่ได้รับเงินวิทยฐานะ สินเชื่อเพื่อแก้ไขหนี้สินแก่ข้าราชการพลเรือน สินเชื่อผู้ประกอบการรายใหม่ (ธุรกิจแฟรนไชส์) และสินเชื่อรายย่อยเอกชนประสงค์ ด้านบริการทางการเงิน ได้ขยายขอบเขตการให้บริการรับชำระค่าสาธารณูปโภคขยายประเภทการให้บริการทางโทรศัพท์เปิดให้บริการทางการเงินรูปแบบใหม่ อาทิ บริการเงินส่วนบุคคล (Premier Banking) ด้วยบริการแบบ One Stop Service และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องและบริการธุรกรรมต่างประเทศ ได้แก่ การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การโอนเงินระหว่างประเทศการเรียกเก็บตราสารต่างประเทศ การรับฝากเงินสกุลต่างประเทศ และ การให้บริการเพื่อการนำเข้าและส่งออก

3. การดำเนินงานเพื่อสังคมและชุมชน ธนาคารได้จัดให้มีรถเคลื่อนที่จำนวน 10 คัน ออกให้บริการทางการเงินในพื้นที่ที่ไม่มีธนาคารตั้งอยู่ เพื่อให้ประชาชนในระดับฐานรากได้มีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนอย่างสะดวกและรวดเร็ว จัดให้มีการจำหน่ายลองกองจาก 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้กับเกษตรกรชาวสวนลองกองในพื้นที่ ณ สำนักงานใหญ่ภาค เขตและสาขาของธนาคาร พักชำระหนี้ผู้ประสบอุทกภัยเป็นเวลา 1 ปี เปิดศูนย์เรียนรู้ชุมชนจำนวน 43 แห่ง และมุมเรียนรู้ที่สาขาจำนวน 143 แห่ง ทั่วประเทศ นอกจากนี้ธนาคาร ได้ดำเนินงานเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง อาทิ การจัดฝึกอบรมพัฒนาอาชีพสนับสนุนการเปิดสถาบันการเงินชุมชน ส่งเสริมกิจกรรมการออมในสถาบัน

การศึกษา รวมถึงการจัดโครงการพิเศษเพื่อส่งเสริมปลูกฝังคุณธรรมและจริยธรรมให้กับเด็กและเยาวชน เป็นต้น

4. การบริหารทรัพยากรบุคคล ในปี 2550 ธนาคารได้จัดทำโครงการวางแผนอัตรากำลัง ปี 2550-2554 จัดทำระบบ Super e-Recruitment ในลักษณะ Web Based พัฒนาศักยภาพพนักงานตาม Core Competency ปรับปรุงระบบการประเมินผลที่มุ่งเน้นผลงาน (Performance Management System) มีการกำหนดตัวชี้วัด (KPIs) เป็นรายบุคคล และอยู่ระหว่างการศึกษานำระบบการจ่ายค่าตอบแทนตามผลงานมาใช้ พัฒนาและเปิดโลกทัศน์ของบุคลากรทุกระดับ โดยส่งเสริมการเรียนรู้ทั้งการอบรม ศึกษา ดูงานทั้งในต่างประเทศ และการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยการใช้ระบบ e-Learning จัดให้มีห้อง Sound Lab ห้อง Multimedia Lab และห้องศูนย์เรียนรู้ตลอดจนการ Train the Trainer สำหรับผู้บริหารและพนักงานที่มีศักยภาพในการสอนงาน ดำเนินโครงการรางวัลจริยธรรมและจรรยาบรรณดีเด่น เป็นแบบของธนาคารในด้านคุณธรรมและจริยธรรมที่มีความรับผิดชอบต่อตนเองต่องาน และสังคม นอกจากนี้ธนาคารยังอยู่ระหว่างการศึกษารับปรุงโครงสร้างเงินเดือนให้สอดคล้องกับค่าจ้าง และสามารถแข่งขันกับอัตราค่าจ้างในตลาดการบริหารจัดการและพัฒนาองค์กร มีการพัฒนาการบริหารจัดการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ (Economic Value Management: EVM) ต่อเนื่องจากปี 2549 โดยเชื่อมโยงแนวคิดกับกระบวนการดำเนินธุรกิจระบบ (Balanced Score Card : BSC) และการวัดค่าผลงาน (Economic Profit : EP) ทั้งระดับธนาคารและระดับศูนย์ EVM โดยมอบหมายบริษัท Gallup Organization ให้ดำเนินการสำรวจและวัดผลระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าที่ต่อธนาคารและนำผลการวิจัยมาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของธนาคารดำเนินโครงการ GSB-QWL (Quality of Working Life) ด้วยการจัดกิจกรรม 5ส ต่อเนื่อง เพื่อยกระดับชีวิตพนักงาน พัฒนาระบบ Credit Scoring Model เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวัดระดับความเสี่ยงของลูกค้าสินเชื่อรายย่อย ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อและทดสอบภาวะวิกฤตความเสี่ยงด้านเครดิต (Credit Stress Test) อย่างต่อเนื่อง จัดทำแผนต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity: BCP) และแผนกู้ระบบงานเพื่อรองรับเหตุฉุกเฉิน (Disaster Recovery Plan: DRP) สำหรับการบริหารสภาพคล่องตัวการให้บริการที่สาขา และการให้บริการถอนเงินสดที่เครื่อง ATM รวมถึงอยู่ระหว่างพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและปรับปรุงกระบวนการการทำงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Process Improvement) เพื่อให้เป็นระบบและมาตรฐานสากลยิ่งขึ้นการปรับปรุงประสิทธิภาพระบบเครือข่ายสื่อสารหลักของธนาคารให้มีความปลอดภัยและความเร็วเพียงพอต่อการรองรับความต้องการทางด้านธุรกิจใน

อนาคต ดำเนินโครงการ Core Banking System ซึ่งจะใช้งานได้ในปี 2553 การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนงานการเงินส่วนบุคคล งานวิจัย งานพัฒนาผลิตภัณฑ์ งาน (Fund Transfer Pricing : FTP, Asset and Liability Management : ALM) และงานบริหารความเสี่ยง โดยในรอบ ปี 2550 จากโฆษณาชุด “น้องฮ้องเต้” รางวัลสถานประกอบการกิจการดีเด่นด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานระดับประเทศประจำปี 2550 และรางวัลชมเชยด้านการดำเนินการเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมดีเด่น ในการมอบรางวัลรัฐวิสาหกิจดีเด่น (SOE Award) ครั้งที่ 3 ประจำปี 2550

ในปี 2551 ธนาคารได้จัดแผนวิสาหกิจฉบับที่ 8 พ.ศ. 2551-2555 เพื่อใช้เป็นแผนแม่บทในการดำเนินงานของธนาคาร โดยมีวิสัยทัศน์ที่จะมุ่งสู่การเป็นสถาบันการเงินที่มั่นคงเพื่อการออมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเฉพาะเศรษฐกิจฐานราก โดยนโยบายและแนวทาง การดำเนินงานปี 2551 ประกอบด้วย 4 นโยบายหลัก ได้แก่ (ธนาคารออมสิน. 2550 : 16-19)

1. นโยบายการเพื่อประสิทธิภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยพัฒนาระบบเทคโนโลยีทั้งระบบการบริการลูกค้า ข้อมูล และระบบการบริหารงานภายใน และบริหารอัตราค่าจ้าง รวมถึงพัฒนาระบบประเมินผล และพัฒนาสมรรถนะบุคลากรตาม Competencies Based พร้อมทั้งปรับปรุงกระบวนการ ธุรกิจหลักและกระบวนการภายในให้มีมาตรฐาน รวดเร็วให้เชื่อมโยงกับระบบ (EVM) เพื่อมูลค่าเพิ่ม นอกจากนี้ ยังจัดให้มีระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี และระบบการบริหารความเสี่ยงที่เป็นมาตรฐานสากล ตลอดจนบริหารและควบคุมหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ของธนาคาร ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

2. การเพิ่มขยายธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลาย โดยมุ่งเน้นการรักษาส่วนแบ่งตลาดทั้งด้านเงินฝาก สินเชื่อ และการลงทุน ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม โดยขยายช่องทางบริการใหม่ ๆ การเพิ่มพันธมิตรในทางธุรกิจ สร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ขยายการลงทุนในตราสารหนี้และตราสารทุน ขยายขอบเขตธุรกิจการให้บริการธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายเพื่อเพิ่มรายได้ที่มีไร้ดอกเบี้ยและปรับปรุงการให้บริการเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจยิ่งขึ้น

3. การส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงิน มุ่งเน้นการส่งเสริมให้เด็กเยาวชนและประชาชนมีจิตสำนึกและตระหนักถึงความสำคัญและประโยชน์ของกรออม เพื่อนำไปสู่การมีวินัยทางการเงิน และการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยขยายการเปิดธนาคาร โรงเรียน การจัดกิจกรรมส่งเสริมสัมพันธ์ภาพกับ โรงเรียนและนักเรียนอย่างต่อเนื่อง การมอบ

ทุนการศึกษาสำหรับเยาวชนที่รักการออม รวมถึงเพิ่มช่องทางในการรับฝากเงินที่หลากหลายรูปแบบให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกลที่ไม่มีสถาบันการเงินให้บริการ

4. การส่งเสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจและสังคมในระดับฐานรากตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มุ่งเน้นการพัฒนาและยกระดับคุณภาพชีวิตแก่ประชาชนและชุมชนในระดับ ฐานราก ให้เข้มแข็ง โดยการสนับสนุนเงินทุนฝึกอบรมพัฒนาอาชีพที่เหมาะสมกับศักยภาพ ในท้องถิ่นเพิ่มทักษะด้านการบริหารจัดการ ปลูกฝังการดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงพร้อมให้การส่งเสริมการตลาดของชุมชน สนับสนุนให้มีระบบบัญชีและระบบการบริหารการเงิน ที่เป็นมาตรฐานเพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางทางการเงินของท้องถิ่นที่ให้บริการทางการเงินเชื่อมโยงกับระบบงานของธนาคาร ธนารักษ์และเผยแพร่วิธีแบบอย่างการดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงผ่านสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะการให้ทุนการศึกษาแก่เด็กและเยาวชนในท้องถิ่น เพื่อให้กลับมาพัฒนาชุมชนของตนให้มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ในปี 2551 ธนาคารจะได้ดำเนินโครงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์และนำธนาคารออมสินไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน จำนวน 9 โครงการ ได้แก่ โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากร โครงการพัฒนาช่องทางการขายและบริการ โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โครงการพัฒนาระบบ Fund Transfer Pricing, Asset Liability Management and Risk Based Pricing โครงการพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยง โครงการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบงานภายใน โครงการพัฒนาระบบ Information Technology โครงการปรับปรุงฐานข้อมูลลูกค้า และโครงการพัฒนากลยุทธ์ลูกค้า

5. การส่งเสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจและสังคมในระดับฐานรากตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มุ่งเน้นการพัฒนาและยกระดับคุณภาพชีวิตแก่ประชาชนและชุมชนในระดับฐานรากให้เข้มแข็ง โดยการสนับสนุนเงินทุนฝึกอบรมพัฒนาอาชีพที่เหมาะสมกับศักยภาพในท้องถิ่นเพิ่มทักษะด้านการบริหารจัดการ ปลูกฝังการดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงพร้อมให้การส่งเสริมการตลาดของชุมชน สนับสนุนให้มีระบบบัญชีและระบบการบริหารการเงิน ที่เป็นมาตรฐานเพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางทางการเงินของท้องถิ่นที่ให้บริการทางการเงินเชื่อมโยงกับระบบงานของธนาคาร ธนารักษ์และเผยแพร่วิธีแบบอย่างการดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะการให้ทุนการศึกษาแก่เด็กและเยาวชนในท้องถิ่น เพื่อให้กลับมาพัฒนาชุมชนของตนให้มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ในปี 2551 ธนาคารจะได้ดำเนิน โครงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์และนำธนาคารออมสินไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน จำนวน 9 โครงการ ได้แก่ โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากร โครงการพัฒนาช่องทางการขายและบริการ โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โครงการพัฒนาระบบ Fund Transfer Pricing, Asset Liability Management and Risk Based Pricing โครงการพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยง โครงการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบงาน ภายในโครงการพัฒนาระบบ Information Technology โครงการปรับปรุงฐานข้อมูลลูกค้า และโครงการพัฒนากลยุทธ์ลูกค้า (ธนาคาร ออมสิน. 2550 : 19)

ตารางที่ 1 หน่วยงานธนาคารออมสินภาค 11

ลำดับ	หน่วยงาน ธนาคารออมสินภาค 11	ประชากร บุคลากร/คน
	เขตมหาสารคาม	
1	มหาสารคาม	17
2	โกสุมพิสัย	12
3	บรบือ	13
4	วาปีปทุม	11
5	พยัคฆภูมิพิสัย	12
6	เขียงยืน	11
7	ท่าขอนยาง	10
8	นาเชือก	11
9	เสริมไทยคอมเพล็กซ์	14
	เขตชัยภูมิ	
10	ชัยภูมิ	16
11	ภูเขียว	12
12	จัตุรัส	13
13	แก้งคร้อ	9
14	เกษตรสมบูรณ์	11
15	หนองบัวแดง	11

ลำดับ	หน่วยงาน ธนาคารออมสินภาค 11	ประชากร บุคลากร/คน
16	ห้าแยกโนนไฮ	11
17	คอนสวรรค์	10
18	หนองบัวระเหว	10
19	เทพสถิต	10
20	บำเหน็จณรงค์	9
21	บ้านเขว้า	10
	เขตร้อยเอ็ด	14
22	ร้อยเอ็ด	12
23	สุวรรณภูมิ	12
24	โพนทอง	11
25	เกษตรวิสัย	12
26	เสลภูมิ	12
27	จตุรพักตรพิมาน	9
28	พนมไพร	10
29	อาจสามารถ	10
30	เทวภิบาล	10
31	ปทุมรัตน์	10
32	ข่อยโพธิ์ชัย	10
33	หนองพอก	11
34	สี่แยกโรงพยาบาลร้อยเอ็ด	22
35	โรบินสัน ร้อยเอ็ด	14
	เขตขอนแก่น 1	
36	ขอนแก่น(งานสินเชื่อ) (งานเงินฝาก)	16
37	บ้านไผ่	17
38	น้ำพอง	14
39	มะลิวัลย์	14
40	กระนวน	12

ลำดับ	หน่วยงาน ธนาคารออมสินภาค 11	ประชากร บุคลากร/คน
41	ศรีจันทร์	14
42	ศูนย์ราชการ	14
43	อุบลรัตน์	11
44	เขื่อนทรืลขอนแก่น	14
45	ย่อยมหาวิทยาลัยขอนแก่น	13
46	ประตุน้ำขอนแก่น	14
47	เขาสวนกวาง	10
เขตขอนแก่น 2		
48	พล	15
49	ชุมแพ	12
50	มัญจาคีรี	11
51	ภูเวียง	15
52	ภูผาม่าน	10
53	หนองสองห้อง	11
54	สีชมพู	11
55	หนองเรือ	10
เขตกาฬสินธุ์		
56	กาฬสินธุ์	14
57	สมเด็จ	12
58	กมลาไสย	12
59	ถีนานนท์	12
60	ยางตลาด	11
61	เทสโก้โลตัสกาฬสินธุ์	14
62	คำม่วง	11
63	ท่าคันโท	10
64	หนองกุงศรี	10
65	สหัสขันธ์	11

ลำดับ	หน่วยงาน ธนาคารออมสินภาค 11	ประชากร บุคลากร/คน
	เขตมุกดาหาร	
66	มุกดาหาร	17
67	กุฉินารายณ์	10
68	เขาวง	11
69	ดอนตาล	10
70	คำชะอี	10
71	ตลาดพรเพชร	11
72	นิคมคำสร้อย	9
73	บึงโขงมุกดาหาร	14
	รวม	870

ที่มา : ธนาคารออมสิน. (2556 : 8)

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า การเป็นธนาคารเพื่อประชาชนของธนาคารออมสิน ตามแผนยุทธศาสตร์ของธนาคารนั้น จะต้องสามารถดำเนินการให้บริการลูกค้าได้ทุกระดับ ทุกอาชีพ ในด้านต่าง ๆ คือ ด้านการส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงิน ด้านการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก ด้านการพัฒนาคนและสังคมให้มีคุณภาพ ด้านการเพิ่มและขยายการให้บริการและธุรกรรมทางการเงินและด้านการเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถทางการแข่งขัน ซึ่งยุทธศาสตร์ที่กำหนดขึ้นเหล่านี้ นอกจากจะช่วยให้ธนาคารออมสินเกิดภาพลักษณ์ที่ดีในการให้บริการแล้วยังจะช่วยให้ธนาคารออมสินสามารถก้าวเข้าสู่การแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่น ๆ ของประเทศได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับการวิจัยเรื่องการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน ที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 สามารถสร้างความชัดเจนและเพิ่มคุณค่าให้กับผลงานวิจัย กรอบแนวคิด และสมมติฐานการวิจัย รวมทั้งการอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. งานวิจัยในประเทศ

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมงานวิจัยในประเทศที่มีความเกี่ยวข้องและใกล้เคียงกับการวิจัย ดังนี้

รังสิตรา สังข์อร่าม (2550 : 71) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารัชโยธิน ผลการศึกษา พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารัชโยธินตามหน่วยงานที่ให้บริการ ด้านความไว้วางใจได้ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับสูง ส่วนด้านความสุภาพ/อหยาบคายไม่ตรี ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง และด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม อยู่ในระดับสูงที่สุด

การเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)สาขารัชโยธิน ตามหน่วยงานที่ให้บริการ พบว่า ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงบริการด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านความน่าเชื่อถือ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนด้านความไว้วางใจได้ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสุภาพ/อหยาบคายไม่ตรี ด้านความปลอดภัย ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง และด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

บุปผา เกติยวทอง (2551 : 52) ได้ศึกษาเรื่องการเรียนรู้เชิงนวัตกรรมของพนักงานธนาคารออมสินภาค 8 ผลการศึกษา พบว่า พนักงานมีการปฏิบัติเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงนวัตกรรม โดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการคิดนอกกรอบ ด้านการเปิดใจรับฟังความคิดเห็นของคนอื่นด้านกล้าลองผิดลองถูก ด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง พนักงานที่มีลักษณะงานที่ปฏิบัติ และประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีการปฏิบัติ เกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงนวัตกรรม โดยรวมและเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้าน ไม่แตกต่างกัน แต่พนักงานที่มีเพศต่างกัน มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงนวัตกรรม โดยรวมแตกต่างกัน พนักงานที่มีอายุต่างกัน มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงนวัตกรรม ด้านการคิดนอกกรอบแตกต่าง และพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงนวัตกรรม ด้านการเปิดใจรับฟังความคิดเห็นของคนอื่นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อารยา ปาละคะ (2551 : 47) ได้ศึกษาเรื่องศักยภาพทางนวัตกรรมของธนาคารออมสินในเขตจังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษา พบว่า พนักงานออมสินในเขตจังหวัดอุดรธานี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพทางนวัตกรรมของธนาคารออมสิน โดยรวมและเป็นรายด้าน

อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ศักยภาพในการเรียนรู้ศักยภาพในการวิจัยและพัฒนา ศักยภาพในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ ศักยภาพในการบริการศักยภาพทางการตลาด ศักยภาพขององค์กร ศักยภาพในการกำหนดกลยุทธ์ พนักงานออมสินในเขตจังหวัดอุดรธานี ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพทางนวัตกรรมของธนาคาร โดยรวมไม่แตกต่างกัน โดยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพทางนวัตกรรมของธนาคารเป็นรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

พนักงานที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพทางนวัตกรรมของธนาคารด้านการเรียนรู้แตกต่างกัน โดยพนักงานที่มีอายุสูงกว่า 45 ปี และอายุ 25 ปี หรือน้อยกว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพด้านนวัตกรรม โดยรวมมากกว่าพนักงานที่มีอายุ 26 – 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพทางนวัตกรรม โดยรวมมากกว่าพนักงานที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พนักงานที่มีตำแหน่งต่างกัน และระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพทางนวัตกรรมของธนาคาร โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่าง

กนิษฐา วิสม (2552 : 104) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินเขตเพชรบุรี ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการ ด้านความมั่นใจในการให้บริการ และด้านทีมงาน นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการในระดับเห็นด้วย โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านลักษณะภายนอก ด้านอัตราค่าบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์

คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน เขตเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามปัจจัยด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคาร พบว่า ปัจจัยที่ผู้ให้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ปัจจัยด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นลูกค้าของธนาคารซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่สำคัญ คือ การสร้างความเชื่อมั่นในความสามารถในการให้บริการแก่ผู้ให้บริการให้ผู้บริหารใส่ใจกับคุณภาพการให้บริการมากขึ้นอบรมให้พนักงานรู้จักใช้เทคโนโลยี และพัฒนาทักษะในการให้บริการ

จุฑามาศ จันทร์เปล่ง (2553 : 82) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของนวัตกรรมในการทำงานที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีบริษัทในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ด้านเวลา ด้านงานคุณภาพของงาน และด้านปริมาณงาน นักบัญชีบริษัทในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีนวัตกรรมในการทำงานด้านการคิดสร้างสรรค์แตกต่างกัน ที่มีจำนวนครั้งในการเข้ารับการฝึกอบรมต่อปีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีนวัตกรรมในการทำงานด้านการคิดสร้างสรรค์ และด้านการนำไปปฏิบัติแตกต่างกัน ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพด้านปริมาณงาน แตกต่างกัน นักบัญชีบริษัทในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการบัญชีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการทำงานด้านเวลา ด้านคุณภาพของงาน และด้านปริมาณงาน แตกต่างกัน

ศรชัย จันโทวงษ์ (2553 : 90) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขากันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารโดยภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจมากต่อคุณภาพการให้บริการ โดยเฉพาะด้านบุคลากรมีคุณภาพในระดับมากที่สุด รองลงมาในระดับมาก ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีและการอำนวยความสะดวก ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานประกอบการ ด้านบริการเงินฝาก และสินเชื่อ และด้านข้อมูลข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร โดยรวมและด้านบุคลากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านการบริการเงินฝากและสินเชื่อ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเทคโนโลยีและการอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านสถานประกอบการ ด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีสถานภาพสมรสต่างกั นมีรายได้ต่างกัน และมีประเภทของสินเชื่อต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารรายด้านไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีประเภทเงินฝากต่างกันมีความคิดเห็นคุณภาพการ

ให้บริการ โดยรวม ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานประกอบการ ด้านเทคโนโลยีและการอำนวยความสะดวก ด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านบริการเงินฝากและสินเชื่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ณัฐกรณ์ อัจฉริยวงศ์เมธี (2554 : 47) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้า มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีคุณภาพการให้บริการของธนาคาร โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า ด้านการตอบสนอง ต่อความประสงค์จากลูกค้า ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า ด้านการให้บริการแบบสมัครใจ และเต็มใจทำ ด้านการรักษาภาพพจน์ ด้านกิริยาสุภาพอ่อน โยน และด้านความกระฉับกระเฉงลูกค้า ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีคุณภาพการให้บริการของธนาคาร โดยรวม ด้านการยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า ด้านการตอบสนองต่อความประสงค์จากลูกค้า ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า ด้านการให้บริการแบบสมัครใจและเต็มใจทำ ด้านการรักษาภาพพจน์ด้านกิริยาสุภาพอ่อน โยน และด้านความกระฉับกระเฉง ไม่แตกต่างกัน

ลูกค้าที่มีอายุมากกว่า 45 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ด้านการยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า มากกว่า อายุ 26 – 35 ปี ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีคุณภาพการให้บริการของธนาคาร โดยรวม ด้านการยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า และด้านการให้บริการด้วยความเต็มใจ แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีคุณภาพการให้บริการของธนาคาร โดยรวม ด้านการยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า ด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ด้านการให้บริการด้วยความเต็มใจ แตกต่างกันลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ด้านการยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า ด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าด้านความกระฉับกระเฉง แตกต่างกัน

2. งานวิจัยต่างประเทศ

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องการวิจัย ผู้วิจัย ได้ทำการศึกษาและรวบรวมงานวิจัยต่างประเทศที่มีความเกี่ยวข้องและใกล้เคียงกับการวิจัย ดังนี้

Brady and Robertson (2001 : 53 - 60) ได้ศึกษาเรื่องความเห็นของคนส่วนใหญ่ ที่มีต่อบทบาทดั้งเดิมของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจ

ผลการศึกษา พบว่า ตัวแปรที่ใช้ได้แก่ความพึงพอใจ คุณภาพการบริการ และพฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจของลูกค้า โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นลูกค้าร้านอาหารเร่งด่วน (Fast food) ในอเมริกา จำนวน 309 คน และในประเทศแถบละตินอเมริกา ได้แก่ ประเทศเอกวาดอร์ จำนวน 116 คน แนวคิดที่ใช้ในการศึกษาเป็นแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า คุณภาพการบริการ และพฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจของลูกค้า จากการศึกษา พบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของการบริการกับความพึงพอใจ แม้ว่าจะมีความแตกต่างกันทางด้านวัฒนธรรมและนำไปสู่พฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจของลูกค้า โดยมีความสอดคล้องกันจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม โดยผู้วิจัยได้แนะนำให้ผู้ประกอบการมุ่งเน้นด้านคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นมูลเหตุของการพัฒนาความพึงพอใจและมีผลกระทบอย่างมากต่อพฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจที่มีต่อความประทับใจของลูกค้า

Forsythe. (2005) ได้ศึกษาเรื่องบทบาทของคุณภาพการบริการในฐานะปัจจัยของความพึงพอใจของลูกค้าในการก่อสร้างที่อยู่อาศัย ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพการบริการมีความสำคัญต่อลูกค้าโดยไม่เรียงลำดับคือคุณภาพการบริการที่แตกต่าง หรือราคาและการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง รวมทั้งการคาดหวังก่อนซื้อด้วย การสนองกลับจะถูกผลักดันจากภายนอกต่อการเกิดการบริการระหว่างที่มีการก่อสร้าง แบบจำลองได้มีการพัฒนาเพื่อให้สรุปรูปแบบของการเกิดการบริการและความสำคัญของอัตราระหว่างเหตุที่เป็นบวกกับลบ ซึ่งได้ผลสรุปเพิ่มเติมอีกว่าผลิตภัณฑ์ที่เสร็จสมบูรณ์แล้วได้ก่อให้เกิดผลกระทบที่เพิ่มมากขึ้นต่อการรับรู้คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้า

Hou. (2005) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของผู้ค้าปลีกเครื่องแต่งกายทางอินเทอร์เน็ต และผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า ความเชื่อถือและความจงรักภักดีของลูกค้า ผลการศึกษา พบว่า การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดในอินเทอร์เน็ตและการเรียนรู้ที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงภาพของธุรกิจค้าปลีกเป็นอย่างมาก ลูกค้ามีความโน้มเอียงที่จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงและให้ความใส่ใจต่อผลกำไรที่ตนควรจะได้รับจากรูปแบบการบริการทางอินเทอร์เน็ต ผลิตภัณฑ์ด้านเครื่องแต่งกายเป็นประเภทของสินค้าที่สำคัญในการค้าปลีกในโลกอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีความสำคัญที่ผู้เรียนรู้อินเทอร์เน็ตและผู้สอนอินเทอร์เน็ตต้องเข้าใจว่าปัจจัยใดของคุณภาพการบริการที่ลูกค้าจะมองเห็นได้ก่อนและการมองเห็นและทำความเข้าใจในคุณภาพการบริการเป็นอย่างไรต่อความพึงพอใจ ความเชื่อใจและความจงรักภักดีของลูกค้า เพื่อที่จะสามารถสังเกตเห็น

ความสัมพันธ์อันซับซ้อนระหว่างคุณภาพการบริการของคนในสมัยก่อน คุณภาพการบริการ และทัศนคติและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้า

Kim. (2005) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการด้านความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการใหม่ของสนามกอล์ฟเอกชนในประเทศเกาหลี ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยของอายุ และระดับการศึกษา มีผลกระทบต่อความต้องการระดับคุณภาพบริการที่แตกต่างกัน 2) กลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ คือ ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานการให้บริการที่มีความสามารถ รองลงมาคือ ความไว้วางใจ การเอาใจใส่ต่อลูกค้า และการตอบสนองด้วยความเต็มใจ 3) ส่วนกลยุทธ์สำคัญที่ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกคือ ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานบริการ และการตอบสนองด้วยความเต็มใจ

Leiponen. (2008 : 1371-1394) ได้ศึกษาทักษะและขีดความสามารถในด้านนวัตกรรม พบว่า มีการทดสอบระหว่างทักษะต่าง ๆ ของลูกจ้างและการเคลื่อนไหวด้านนวัตกรรมของบริษัทเป็นสิ่งที่อ้างเหตุผลว่า ถ้าปราศจากทักษะที่เพียงพอ บริษัทจะได้ประโยชน์น้อยจากนวัตกรรมเพราะว่าเราไม่มีความรู้เรเริ่มเป็นองค์ประกอบในความรู้ความสามารถหรือขีดความสามารถในการซึมซับ ผลลัพธ์จากบัญชีรายชื่อของบริษัทผู้ผลิตได้ให้การสนับสนุนสำหรับข้อสมมติฐานที่ว่าทักษะด้านช่างที่สูงต้องมีองค์ประกอบ โดยความร่วมมือของฝ่ายวิจัยและพัฒนา และผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมด้านกระบวนการ ทนด้านทรัพยากรมนุษย์ สามารถมองเห็นในฐานะปัจจัยที่เป็นไปได้ในนวัตกรรมที่ทำให้เกิดผลกำไร นโยบายที่เกี่ยวข้องเสนอแนะว่าการลงทุนในทักษะต่าง ๆ ช่วยขยายกลุ่มของบริษัทต่าง ๆ ในทางเศรษฐศาสตร์ซึ่งมีแนวโน้ม ที่จะประสบความสำเร็จในด้านนวัตกรรม

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่าการศึกษากับ ปัจจัยการเรียนรู้ นวัตกรรมในการทำงาน พบว่า พนักงานมีการปฏิบัติเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงนวัตกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมากได้แก่ กล่าวถึงผลทดลองถูก ด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีนวัตกรรมในการทำงานด้านการคิดสร้างสรรค์ และด้านการนำไปปฏิบัติแตกต่างกัน ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ศักยภาพทางนวัตกรรมของธนาคาร โดยรวมไม่แตกต่างกัน โดยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพทางนวัตกรรมของธนาคารเป็นรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 และจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ ด้านการให้บริการสามารถจำแนกเหตุปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านระบบการให้บริการ และ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ดังนั้น การที่องค์กรจะสร้างความพึงพอใจเพื่อผูกมัดใจแก่ลูกค้าให้มาใช้บริการ องค์กรจะต้องพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่าง มี

มาตรฐาน และต่อเนื่องทั้งด้านระบบการให้บริการ และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานและเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ และกลับมาใช้บริการอีก

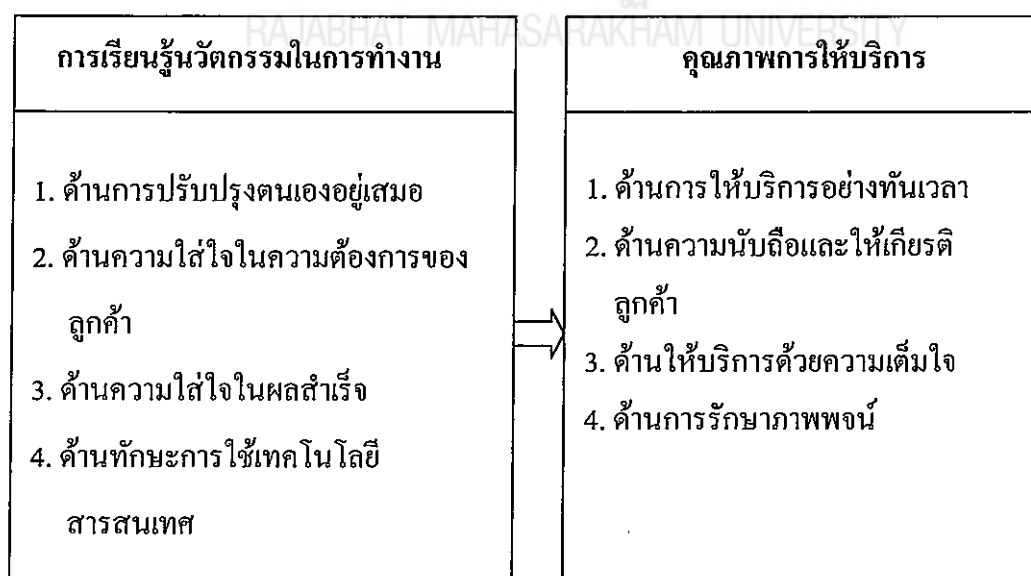
กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านตัวแปรตัวแปรอิสระ คือ การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน ประกอบด้วย ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ และ ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (เสนห์ จูย์โต. 2548 : 1-13) และตัวแปรตาม คือ คุณภาพการให้บริการของพนักงาน ประกอบด้วย ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ และ ด้านการรักษาภาพพจน์ (วีรพงษ์ เถลิงจิระรัตน์. 2545 : 7)

เพื่อให้สามารถมองเห็นภาพรวมได้อย่างเป็นระบบ ผู้วิจัยขอทำการสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานและคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 และเพื่อศึกษาการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานของสาขาธนาคารออมสินภาค 11 จำนวน 870 คน (ธนาคารออมสิน. 2556 : 8)
2. กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานของสาขาธนาคารออมสินภาค 11 จำนวน 275 คน โดยคำนวณจากสูตรของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane. 1973 : 727-728)

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ N แทน ขนาดของประชากรทั้งหมด

n แทน ขนาดของตัวอย่าง

e แทน ความคลาดเคลื่อนกำหนด เท่ากับ .05

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{870}{1 + [870 (0.05)^2]}$$

$$n = 274.01$$

$$n = 275 \text{ คน}$$

3. การสุ่มตัวอย่างจากประชากร

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

3.1 แบ่งกลุ่มตามสัดส่วนของสาขาธนาคารออมสินภาค 11 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ลำดับ	หน่วยงาน ธนาคารออมสินภาค 11	ประชากร (บุคลากร/คน)	กลุ่มตัวอย่าง (บุคลากร/คน)
1	มหาสารคาม	17	5
2	โกสุมพิสัย	12	4
3	บรบือ	13	4
4	วาปีปทุม	11	4
5	พยัคฆภูมิพิสัย	12	4
6	เขียงยืน	11	4
7	ท่าขอนยาง	10	3
8	นาเชือก	11	4
9	เสริมไทยคอมเพล็กซ์	14	4
10	ชัยภูมิ	16	5
11	ภูเขียว	12	4
12	จัตุรัส	13	4
13	แก้งคร้อ	9	3
14	เกษตรสมบูรณ์	11	4
15	หนองบัวแดง	11	4
16	ห้วยแอ่งโนนไฮ	11	4
17	คอนสวรรค์	10	3
18	หนองบัวระเหว	10	3
19	เทพสถิต	10	3
20	บ้านหันจันทรวงศ์	9	3
21	บ้านเขว้า	10	3
22	ร้อยเอ็ด	17	5

ลำดับ	หน่วยงาน ธนาคารออมสินภาค 11	ประชากร (บุคลากร/คน)	กลุ่มตัวอย่าง (บุคลากร/คน)
23	สุวรรณภูมิ	12	4
24	โพนทอง	12	4
25	เกษตรวิสัย	11	4
26	เสลภูมิ	12	4
27	จตุรพักตรพิมาน	12	4
28	พนมไพร	9	3
29	อาจสามารถ	10	3
30	เทวภิบาล	10	3
31	ปทุมรัตน์	10	3
32	ข่อยโพธิ์ชัย	10	3
33	หนองพอก	10	3
34	สี่แยกโรงพยาบาลร้อยเอ็ด	11	4
35	โรบินสัน ร้อยเอ็ด	14	4
36	ขอนแก่น(งานสินเชื่อ) (งานเงินฝาก)	16	5
37	บ้านไผ่	17	5
38	น้ำพอง	14	4
39	มะลิวัลย์	14	4
40	กระนวน	12	4
41	ศรีจันทร์	14	4
42	ศูนย์ราชการ	14	4
43	อุบลรัตน์	11	4
44	เซ็นทรัลขอนแก่น	14	4
45	ย่อยมหาวิทยาลัยขอนแก่น	13	4
46	ประตูน้ำขอนแก่น	14	4
47	เขาสวนกวาง	10	3
48	พล	15	5
49	ชุมแพ	12	4

ลำดับ	หน่วยงาน ธนาคารออมสินภาค 11	ประชากร (บุคลากร/คน)	กลุ่มตัวอย่าง (บุคลากร/คน)
50	มัญจาคีรี	11	4
51	ภูเวียง	15	5
52	ภูพาน	10	3
53	หนองสองห้อง	11	4
54	สีชมพู	11	4
55	หนองเรือ	10	3
56	กาฬสินธุ์	14	4
57	สมเด็จ	12	4
58	กมลาไสย	12	4
59	ถิ่นานนท์	12	4
60	ยางตลาด	11	4
61	เทสโก้โลตัสกาฬสินธุ์	14	4
62	คำม่วง	11	4
63	ท่าคันโท	10	3
64	หนองกุงศรี	10	3
65	สหัสขันธ์	11	3
66	ภูผินารายณ์	10	3
67	เขาวง	11	3
68	มุกดาหาร	17	5
69	ดอนตาล	10	3
70	คำชะอี	10	3
71	ตลาดพรเพชร	11	3
72	นิคมคำสร้อย	9	3
73	บึงขี้มุกดาหาร	14	4
รวม		870	275

ที่มา : ธนาคารออมสิน. (2556 : 8)

3.2 การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับสลาก โดยการกำหนดหมายเลขกำกับรายชื่อประชากรแต่ละกลุ่มใส่ลงไปในกลุ่ม แล้วจึงหยิบออกมาทีละแผ่น เมื่อจับได้ชื่อใดก็เขียนไว้แล้วนำกลับไปในกลุ่มเขาให้กลับไป เพื่อให้แต่ละชื่อมีโอกาสถูกเลือกเท่า ๆ กัน เมื่อครบตามจำนวนสัดส่วนในหนึ่งตำแหน่ง ก็ จะทำการจับสลากของแต่ละตำแหน่งไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะได้ครบจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม 5 ระดับ ดังนี้

1. ลักษณะของแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการบูรณาการจากแนวคิด ทฤษฎีและ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน มีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ ประสบการณ์ในการทำงาน และเงินเดือนที่ ได้รับในปัจจุบัน ลักษณะเป็นแบบตรวจเช็ครายการ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงาน ธนาคารออมสินภาค 11 ประกอบด้วย ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ ด้านความใส่ใจในความ ต้องการของลูกค้า ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ และด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคาร ออมสินภาค 11 ประกอบด้วย ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านความนับถือและให้เกียรติ ลูกค้า ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ และ ด้านการรักษาภาพพจน์ ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานและคุณภาพการ ให้บริการของพนักงานของสาขาธนาคารออมสินภาค 11

2. ขั้นตอนการสร้างและการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีลำดับขั้นตอน ดังนี้

2.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ขั้นตอนกรรมในการทำงานและคุณภาพการให้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดและสร้างแบบสอบถาม

2.2 กำหนดขอบเขตและเนื้อหาในการตั้งคำถาม เพื่อให้สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิด เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษา และครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย

2.4 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แนะนำแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย

2.4.1 ดร. กมลทิพย์ ตรีเดช วุฒิศึกศึกษา บธ.ค. (บริหารธุรกิจ) ตำแหน่ง อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้าน โครงสร้างและเนื้อหา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุม และความถูกต้องของแบบสอบถาม

2.4.2 อรณัฐ คำสิงห์ วุฒิศึกศึกษา อ.ม. (ภาษาไทย) ตำแหน่ง ครูวิทยฐานะชำนาญพิเศษ (คส. 3) โรงเรียนโนนแดงวิทยา อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านการใช้ภาษาการวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมของข้อความที่ใช้

2.4.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยโท ดร. ณัฐภูชัย จันทชุม วุฒิศึกศึกษา คอ.ค. (วิจัยและพัฒนาหลักสูตร) ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านสถิติ เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบเครื่องมือ

2.5 ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถามแต่ละข้อ แล้วนำมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์ของการวิจัยด้วยค่า IOC (Index Of Congruence)

2.6 วิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์ของการวิจัยด้วยค่า IOC ซึ่งข้อคำถามต้องมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 - 1.00 ขึ้นไปจึงใช้ได้

2.7 นำแบบสอบถามมาทำการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อขอคำแนะนำเพิ่มเติม

2.8 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับพนักงานของสาขาธนาคารออมสินภาค 11 จำนวน 40 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง

2.9 นำแบบสอบถามที่ไปทดลองใช้แล้วมาตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม
ดังนี้

2.9.1 หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discrimination Power) โดยเทคนิค Item-Total Correlation พิจารณาข้อที่มีคุณภาพผ่านเกณฑ์ คือ คัดเลือกข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป ซึ่งการเรียนรู้วัตรกรรมในการทำงานของพนักงานของสาขานาการออมสินภาค 11 มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .2216-.8556 และคุณภาพการให้บริการของพนักงาน มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .2676-.6976 ดังภาคผนวก ข

2.9.2 นำข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกผ่านเกณฑ์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งงานวิจัยนี้มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .920 ดัง ภาคผนวก ค

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ในการออกหนังสือถึงธนาคารออมสินภาค 11 ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล พนักงานธนาคารออมสินภาค 11
2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีผู้ช่วยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 คน ในการแจกแบบสอบถามให้กับพนักงานธนาคารออมสินภาค 11
3. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูล
4. นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากได้ข้อมูลครบถ้วนและสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย ดังนี้

1. การจัดทำข้อมูล

ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ได้แก่ ความผิดพลาด ข้อมูลไม่สมบูรณ์ เช่น การกรอกข้อมูลไม่ครบถ้วน

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้ ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานของสาขาธนาคารออมสินภาค 11 โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

2.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยเทียบกับเกณฑ์ จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 โดยใช้เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 118)

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.51-5.00	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
3.51-4.50	ระดับความคิดเห็นมาก
2.51-3.50	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
1.51-2.50	ระดับความคิดเห็นน้อย
1.00-1.50	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยเทียบกับเกณฑ์ จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยใช้เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 118)

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.51-5.00	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
3.51-4.50	ระดับความคิดเห็นมาก
2.51-3.50	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
1.51-2.50	ระดับความคิดเห็นน้อย
1.00-1.50	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

2.4 วิเคราะห์การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย (Simple Linear Regression Analysis)

2.5 แจกแจงความถี่ข้อเสนอแนะการเรียนรู้วัฏกรรมในการทำงานและ
คุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี ดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี ดังนี้

1.1 วิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง
ระหว่างข้อคำถามของแบบสอบถามกับนิยามศัพท์ (Index Of Congruence : IOC) โดยใช้สูตร
ดังนี้ (สมนึก กัททิษฐี. 2546 : 221)

สูตรหาค่าเฉลี่ยดัชนีความสอดคล้อง

$$IOC = \frac{\sum_{i=1} R_i}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์

R_i แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถาม
แต่ละข้อ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

1.2 อำนาจจำแนกรายข้อ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างคะแนน
รายข้อกับคะแนนรวมรายด้าน (Item-Total Correlation) โดยใช้สูตร ดังนี้
(ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. 2548 : 81)

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ r_{xy} แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับ
คะแนนรวม

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละข้อ

$\sum y$ แทน ผลรวมของคะแนนรวม

$\sum x^2$	แทน ผลรวมทั้งหมดของกำลังสองของคะแนน
$\sum y^2$	แทน ผลรวมทั้งหมดของกำลังสองของคะแนนรวม
$\sum xy$	แทน ผลรวมทั้งหมดของผลคูณระหว่างคะแนนแต่ละข้อ กับคะแนนรวมแต่ละคู่
N	แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม

1.3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค โดยใช้สูตร ดังนี้ (สมนึก ภัททิยธนี. 2546 : 226-227)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right]$$

เมื่อ α	แทน ค่าสัมประสิทธิ์ ความเชื่อมั่น
n	แทน จำนวนข้อของเครื่องมือวัดทั้งฉบับ
S_i^2	แทน ความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
S^2	แทน ความแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ

2. สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย

2.1 ร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตร ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 96)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ P	แทน ค่าร้อยละ
f	แทน ค่าความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นร้อยละ
n	แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

2.2 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) โดยใช้สูตร ดังนี้ (สมนึก ภัททิยธนี. 2546 : 238)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{X}	แทน ค่าเฉลี่ย
$\sum x$	แทน ผลรวมทั้งหมดของคะแนน

n แทน จำนวนคนทั้งหมด

2.3 หาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้สูตร ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 87-88)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

X แทน คะแนนแต่ละตัว

n แทน จำนวนสมาชิกในแต่ละกลุ่ม

$\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนยกกำลังสองทั้งหมด

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Linear Regression Analysis) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการเรียนรู้วัดกรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 (สรชัย พิศาลบุตร. 2551 : 155)

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y = a + b_1 x_1$$

Y คือ คุณภาพการให้บริการของพนักงานของสาขาธนาคารออมสิน

ภาค 11

a คือ ค่าคงที่ (Constant Term) ของสมการถดถอย ในรูปของกลุ่ม

ตัวอย่าง

b_1 คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Coefficient) ของตัวแปรอิสระ หรือค่าอิทธิพล หรือค่าน้ำหนักของแต่ละตัวแปรว่าสามารถอธิบายผลการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรตามได้มากน้อยเพียงใด

x_1 คือ ค่าของตัวแปรอิสระที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างในรูปคะแนนดิบเปลี่ยนสมการในรูปแบบคะแนนดิบเป็นสมการในรูปแบบมาตรฐาน ดังนี้

$$z = \beta_1 z_1$$

เมื่อ Z = ค่าของตัวแปรตามที่ได้มาจากการพยากรณ์ในรูปแบบของคะแนนมาตรฐานเมื่อทราบค่าคะแนนมาตรฐานของตัวแปรอิสระ (การเรียนรู้ในวัฏกรรมในการทำงานของพนักงาน)

Z_1 คือ คะแนนมาตรฐานของตัวแปรอิสระ

ถ้า R^2 เข้าใกล้ 1.00 แสดงว่า สมการเส้นถดถอย มีความเหมาะสมมากหรือมากที่สุดแต่ ถ้า R^2 เข้าใกล้ .000 แสดงว่า สมการเส้นถดถอย มีความเหมาะสมน้อยหรือน้อยที่สุด



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอผลการวิจัยเรื่อง การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานออมสินภาค 11 ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเป็นที่เข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)
- S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- X แทน การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงาน
- Y แทน คุณภาพการให้บริการของพนักงาน
- n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
- b แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปของคะแนนดิบ
- SE_b แทน ค่าประมาณความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอย (The Standard Error of Estimate)
- β แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปของคะแนนมาตรฐาน หากพบว่า β มีค่ามากจะแสดงว่ามีความสัมพันธ์มาก
- SE_{est} แทน ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสมการถดถอย
- t แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าพารามิเตอร์ของสมการถดถอยแต่ละค่าที่อยู่ในสมการ
- r แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Coefficients of Correlation)
- * แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

- R^2 แทน ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Coefficient of Determination) เป็นค่าที่แสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตาม ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการพยากรณ์
- Sig แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
- a แทน ค่าคงที่ของสมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ

ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานออมสินภาค 11 ซึ่งลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ประสบการณ์ในการทำงาน และเงินเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน โดยนำเสนอในรูปตารางวิเคราะห์ การหาค่าสถิติพื้นฐาน ความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ประกอบด้วย ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ และด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยนำเสนอในรูปตารางวิเคราะห์การหาค่าสถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานออมสินภาค 11 ประกอบด้วย ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ และด้านการรักษาภาพพจน์ โดยนำเสนอในรูปตารางวิเคราะห์การหาค่าสถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่ายเชิงเส้นตรง

ตอนที่ 5 แจกแจงความถี่ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงาน และคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ครอบคลุม ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ประสบการณ์ในการทำงาน และเงินเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน ซึ่งนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวน และร้อยละ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	76	27.64
หญิง	199	72.36
รวม	275	100.00
2. อายุ		
น้อยกว่า 25 ปี	28	10.18
25-35 ปี	127	46.18
36-45 ปี	71	25.82
มากกว่า 45 ปี	49	17.82
รวม	275	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	5	1.82
ปริญญาตรี	179	65.09
ปริญญาโท	77	28.00
สูงกว่าปริญญาโท	14	5.09
รวม	275	100.00
4. สถานภาพ		
โสด	96	34.91
สมรส	141	51.27
หม้าย/หย่าร้าง	38	13.82
รวม	275	100.00
5. ประสบการณ์ในการทำงาน		
น้อยกว่า 5 ปี	56	20.36
5-10 ปี	88	32.00

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
11-15 ปี	83	30.18
มากกว่า 15 ปี	48	17.46
รวม	275	100.00
6. เงินเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน		
น้อยกว่า 15,000 บาท	12	4.37
15,000-20,000 บาท	69	25.09
20,001-30,000 บาท	116	42.18
มากกว่า 30,000 บาท	78	28.36
รวม	275	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 72.36 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 27.64

อายุส่วนใหญ่อยู่ในระหว่าง 25-35 ปี จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 46.18 รองลงมา คืออายุ 36-45 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็น ร้อยละ 25.82 อายุสูงกว่า 45 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 17.82 และอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 10.18

การศึกษาปริญญาตรี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 65 .09 รองลงมา คือ ปริญญาโท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 สูงกว่าปริญญาโท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.09 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.82

สถานภาพสมรส จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 51.27 รองลงมา คือ โสด จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 34.91 และหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 13.82

ประสบการณ์ในการทำงาน 5-10 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมา คือ อยู่ระหว่าง 11-15 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 30.18 น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 20.36 และมากกว่า 15 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 17.46

เงินเดือนที่ได้รับในปัจจุบันอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 42.18 รองลงมา คือ อยู่ระหว่าง มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 28.36 อยู่ระหว่าง 15,000-20,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 25.09 และน้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.37

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงาน

ธนาคารออมสินภาค 11

2.1 ผลการวิเคราะห์โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ประกอบด้วย ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ และด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาคำนวณ โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน ดังตารางที่ 4 ถึง 8

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ	4.06	0.64	มาก
2. ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า	4.07	0.67	มาก
3. ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ	4.00	0.65	มาก
4. ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.06	0.61	มาก
รวม	4.05	0.57	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมาได้แก่ ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.06$) ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.067$) และด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ ($\bar{X} = 4.00$) ตามลำดับ

2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายด้านเกี่ยวกับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ จำแนกรายข้อ

ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านกระตือรือร้นในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมส่วนตัวและการทำงาน เมื่อได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์	4.07	0.84	มาก
2. ท่านพร้อมปฏิบัติตามวิธีทำงานของเพื่อนร่วมงานเมื่อเห็นว่าสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว	4.08	0.83	มาก
3. ท่านให้ความสำคัญกับเรื่องบุคลิกภาพ และพร้อมพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองให้ดีขึ้นอยู่เสมอ	4.06	0.84	มาก
4. ท่านให้ความสนใจในการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชา เพื่อพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น	3.98	0.89	มาก
5. ท่านพร้อมที่จะปรับปรุงตนเองอยู่เสมอเมื่อมีผู้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของท่าน	4.13	0.78	มาก
รวม	4.06	0.64	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ท่านพร้อมที่จะปรับปรุงตนเองอยู่เสมอเมื่อมีผู้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของท่าน ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมาได้แก่ ท่านพร้อมปฏิบัติตามวิธีทำงานของเพื่อนร่วมงานเมื่อเห็นว่าสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.08$) ท่านกระตือรือร้นในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมส่วนตัวและการทำงาน เมื่อได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ($\bar{X} = 4.07$) ท่านให้ความสำคัญ

กับเรื่องบุคลิกภาพ และพร้อมพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองให้ดีขึ้นอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.06$) และ ท่านให้ความใส่ใจในการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชา เพื่อพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น ($\bar{X} = 3.98$) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า จำแนกรายข้อ

ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านใส่ใจในความต้องการของลูกค้า พร้อมช่วยเหลือและติดตาม เสมือนเป็นความต้องการของตนเอง	4.06	0.86	มาก
2. ท่านนำคำแนะนำของลูกค้าไปวิเคราะห์และวางแผนปรับปรุงกระบวนการให้บริการ	3.91	0.90	มาก
3. ท่านมีการสื่อสารถึงความพึงพอใจในการให้บริการกับลูกค้า เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้มาเป็นแนวทางการให้บริการลูกค้า	4.06	0.84	มาก
4. ท่านได้ทำความเข้าใจถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าเพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดที่ควรปรับปรุงในการให้บริการ	4.07	0.85	มาก
5. ท่านให้บริการแก่ลูกค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย	4.24	0.82	มาก
รวม	4.07	0.67	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ท่านให้บริการแก่ลูกค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย ($\bar{X} = 4.24$) รองลงมาได้แก่ ท่านได้ทำความเข้าใจถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าเพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดที่ควรปรับปรุงในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.07$) ท่านใส่ใจในความ

ต้องการของลูกค้า พร้อมช่วยเหลือและติดตาม เสมือนเป็นความต้องการของตนเอง ($\bar{X} = 4.06$) ท่านมีการสื่อสารถึงความพึงพอใจในการให้บริการกับลูกค้าเพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้มาเป็นแนวทางในการให้บริการลูกค้า ($\bar{X} = 4.06$) และท่านนำคำแนะนำของลูกค้าไปวิเคราะห์และวางแผนปรับปรุงกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 3.91$) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ จำแนกรายข้อ

ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านมีความมุ่งมั่นและพยายามทำงานให้สำเร็จเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีแก่หน่วยงาน	4.00	0.97	มาก
2. ท่านมีการวิเคราะห์ถึงต้นทุน กำไร ในหลาย ๆ ทางเลือก เพื่อประโยชน์สูงสุดของหน่วยงาน	4.29	0.81	มาก
3. ท่านตัดสินใจก่อนดำเนินการใด ๆ โดยเลือกทางเลือกที่สามารถสร้างผลสำเร็จสูงสุดให้แก่หน่วยงาน	3.93	0.91	มาก
4. ท่านปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จส่งผลให้หน่วยงานประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย	3.84	0.89	มาก
5. ท่านมีความมุ่งมั่นปรับปรุงวิธีปฏิบัติงานเพื่อความสำเร็จของหน่วยงานและเพื่อลดการผิดพลาดของงาน	3.95	0.79	มาก
รวม	4.00	0.65	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ท่านมีการวิเคราะห์ถึงต้นทุน กำไร ในหลาย ๆ ทางเลือกเพื่อประโยชน์สูงสุดของหน่วยงาน ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมา ได้แก่ ท่านนำคำแนะนำของลูกค้าไปวิเคราะห์และวางแผนปรับปรุงกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.00$) ท่านมีความมุ่งมั่นปรับปรุงวิธีปฏิบัติงานเพื่อความสำเร็จของหน่วยงานและเพื่อลดการผิดพลาดของงาน ($\bar{X} = 3.95$) ท่านตัดสินใจก่อน

ดำเนินการใด ๆ โดยเลือกทางเลือกที่สามารถสร้างผลสำเร็จสูงสุดให้แก่หน่วยงาน ($\bar{X} = 3.93$) และท่านปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จส่งผลให้หน่วยงานประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย ($\bar{X} = 3.84$) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จำแนกรายข้อ

ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์พื้นฐานทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน	4.08	0.85	มาก
2. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ ในโปรแกรมการทำงานของหน่วยงานเป็นอย่างดี และใช้งาน ได้จนเกิดความชำนาญ	3.70	0.89	มาก
3. ท่านมีความเข้าใจ และสามารถถ่ายทอดให้เพื่อนร่วมงานได้ เมื่อธนาคารได้ให้การอบรมทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.12	0.86	มาก
4. ท่านมีการติดตามเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ เพิ่มเติม เพื่อนำมาพัฒนา ปรับปรุงตนเอง	4.23	0.74	มาก
5. ท่านแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงาน โดยคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.16	0.78	มาก
รวม	4.06	0.61	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ท่านมีการติดตามเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ เพิ่มเติมเพื่อนำมาพัฒนา ปรับปรุงตนเอง ($\bar{X} = 4.23$) รองลงมา ท่านแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงาน โดยคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้อง

กับตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.16$) ท่านมีความเข้าใจและสามารถถ่ายทอดให้เพื่อนร่วมงานได้ เมื่อธนาคารได้ให้การอบรมทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.12$) ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์พื้นฐานทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ($\bar{X} = 4.08$) และท่านมีความรู้ ความเข้าใจ ในโปรแกรมการทำงานของหน่วยงานเป็นอย่างดี และใช้งานได้จนเกิดความชำนาญ ($\bar{X} = 3.70$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานออมสินภาค 11

3.1 ผลการวิเคราะห์โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานออมสินภาค 11 ประกอบด้วย ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ และ ด้านการรักษาภาพพจน์ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาคำนวณโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน ดังตารางที่ 9 ถึง 13

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานออมสินภาค 11 โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

คุณภาพการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	4.19	0.59	มาก
2. ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า	4.22	0.60	มาก
3. ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ	4.22	0.59	มาก
4. ด้านการรักษาภาพพจน์	4.19	0.55	มาก
รวม	4.21	0.50	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า คุณภาพการให้บริการของพนักงานออมสินภาค 11 โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า ($\bar{X} = 4.22$) รองลงมาได้แก่ ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ ($\bar{X} = 4.22$) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ($\bar{X} = 4.19$) และด้านการรักษาภาพพจน์ ($\bar{X} = 4.19$) ตามลำดับ

3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายด้านเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน
ออมสินภาค 11

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน
ออมสินภาค 11 ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา จำแนกรายข้อ

ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ตรงกับเวลาที่กำหนด	4.21	0.68	มาก
2. พนักงานมีการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอย่างทันท่วงที	4.08	0.82	มาก
3. พนักงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวันและเวลาในการ ให้บริการได้อย่างถูกต้องและชัดเจน	4.29	0.70	มาก
4. พนักงานส่งมอบงานที่ได้มาตรฐานตามกำหนด	4.21	0.78	มาก
5. พนักงานตรงต่อเวลาที่นัดหมายกับลูกค้าเสมอ	4.17	0.74	มาก
รวม	4.19	0.59	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า คุณภาพการให้บริการของพนักงานออมสินภาค 11 ด้านการ
ให้บริการอย่างทันเวลา โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) และเมื่อพิจารณารายข้อ
พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงาน
ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวันและเวลาในการให้บริการได้อย่างถูกต้องและชัดเจน ($\bar{X} = 4.29$)
รองลงมาได้แก่ พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ตรงกับเวลาที่กำหนด ($\bar{X} = 4.21$) พนักงาน
ส่งมอบงานที่ได้มาตรฐานตามกำหนด ($\bar{X} = 4.21$) พนักงานตรงต่อเวลาที่นัดหมายกับลูกค้า
เสมอ ($\bar{X} = 4.17$) และพนักงานมีการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอย่างทันท่วงที ($\bar{X} = 4.08$)
ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ออมสินภาค 11 ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า จำแนกรายข้อ

ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. พนักงานให้บริการลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน	4.21	0.75	มาก
2. พนักงานให้เกียรติแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเสมอ	4.20	0.70	มาก
3. พนักงานให้บริการต่อลูกค้าด้วยความเอื้อเฟื้อและ เอื้ออาทร	4.23	0.70	มาก
4. พนักงานให้บริการด้วยความเชื่อถือต่อลูกค้าผู้มาใช้ บริการ	4.25	0.69	มาก
5. พนักงานให้บริการด้วยคำพูดที่สุภาพตลอดเวลา	4.21	0.73	มาก
รวม	4.22	0.60	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า คุณภาพการให้บริการของพนักงานออมสินภาค 11 ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานให้บริการด้วยความเชื่อถือต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ ($\bar{X} = 4.25$) รองลงมาได้แก่ พนักงานให้บริการต่อลูกค้าด้วยความเอื้อเฟื้อและเอื้ออาทร ($\bar{X} = 4.23$) พนักงานให้บริการลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน ($\bar{X} = 4.21$) พนักงานให้บริการด้วยคำพูดที่สุภาพตลอดเวลา ($\bar{X} = 4.21$) และพนักงานให้เกียรติแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเสมอ ($\bar{X} = 4.20$) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ออมสินภาค 11 ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ จำแนกรายข้อ

ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. พนักงานให้บริการด้วยความยินดีและเต็มใจ	4.19	0.74	มาก
2. พนักงานให้บริการด้วยความจริงใจ โดยไม่หวัง ผลตอบแทน	4.25	0.65	มาก

ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
3. พนักงานให้คำแนะนำ และแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ	4.30	0.70	มาก
4. พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า	4.25	0.69	มาก
5. พนักงานมีความตั้งใจในการให้บริการเพื่อมิให้เกิดความบกพร่องต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ	4.11	0.81	มาก
รวม	4.22	0.59	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่า คุณภาพการให้บริการของพนักงานออมสินภาค 11 ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$) และเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานให้คำแนะนำ และแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมาได้แก่ พนักงานให้บริการด้วยความจริงใจ โดยไม่หวังผลตอบแทน ($\bar{X} = 4.25$) พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า ($\bar{X} = 4.25$) พนักงานให้บริการด้วยความยินดีและเต็มใจ ($\bar{X} = 4.19$) และพนักงานมีความตั้งใจในการให้บริการเพื่อมิให้เกิดความบกพร่องต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ ($\bar{X} = 4.11$) ตามลำดับ

RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานออมสินภาค 11 ด้านการรักษาภาพพจน์ จำแนกรายข้อ

ด้านการรักษาภาพพจน์	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. พนักงานแต่งกายเหมาะสมกับการให้บริการ	4.36	0.79	มาก
2. พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพเสมอ	4.18	0.78	มาก
3. พนักงานมีความรู้ความสามารถในงานที่ให้บริการเสมอ	4.15	0.81	มาก
4. พนักงานมีความยุติธรรมในการให้บริการ	4.20	0.80	มาก
5. พนักงานเอื้อประโยชน์ในการให้บริการต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ	4.04	0.83	มาก
รวม	4.19	0.55	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่า คุณภาพการให้บริการของพนักงานออมสินภาค 11 ด้านการ รักษาภาพพจน์ โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ใน ระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานแต่งกาย เหมาะสมกับการให้บริการ ($\bar{X} = 4.36$) รองลงมาได้แก่ พนักงานมีความยุติธรรมในการ ให้บริการ ($\bar{X} = 4.20$) พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพเสมอ ($\bar{X} = 4.18$) พนักงานมีความรู้ ความสามารถในงานที่ให้บริการเสมอ ($\bar{X} = 4.15$) และพนักงานเอื้อประโยชน์ในการ ให้บริการต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ ($\bar{X} = 4.4$) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ ของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11

4.1 ความสัมพันธ์ของการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการ ให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคาร ออมสินภาค 11 (Y) มีความสัมพันธ์กับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงานธนาคาร ออมสินภาค 11 ทั้ง 4 ด้านประกอบด้วย ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ ด้านความใส่ใจใน ความต้องการของลูกค้า ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ และด้านทักษะการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปร ตามและระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรอิสระด้วยวิธี Pearson's Product Moment Correlation (r) หากระดับความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีค่าเป็นบวก (+) หมายความว่า ข้อมูล 2 ชุด เปลี่ยนแปลงตามกัน กล่าวคือ ถ้าค่าของตัวแปรตัวหนึ่งสูง ค่าของตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะสูงด้วย และถ้าค่าของตัวแปรตัวหนึ่งต่ำ ค่าของตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะต่ำด้วย

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีค่าเป็นลบ (-) หมายความว่า ข้อมูล 2 ชุด เปลี่ยนแปลงในทางตรงกันข้ามหรือกลับกัน กล่าวคือ ถ้าค่าของตัวแปรตัวหนึ่งสูง ค่าของตัว แปรอีกตัวหนึ่งจะกลับเป็นต่ำ และถ้าค่าของตัวแปรตัวหนึ่งต่ำ ค่าของตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะกลับ เป็นสูง ค่าระดับความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น จากค่า Correlation Coefficient (r) มีเกณฑ์การวัดระดับ ความสัมพันธ์ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรอิสระ

ตัวแปร	X	Y
X	1	
Y	.757*	1

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 14 พบว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ .757 จึงนำไปดำเนินการวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่ายต่อไป

5.2 ผลการวิเคราะห์การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11

การวิเคราะห์สมการความถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายเชิงเส้นตรง (Simple Linear Regression Analysis)

ตัวแปรอิสระ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig
	b	SE _b	Beta	t	
ค่าคงที่ (a)	30.268	2.844		10.643	.000*
1. ด้านการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน (X)	.665	.035	.757	19.130	.000*
a = 30.268 R = .757		R ² = .573		F = 365.957	
n = 275 SE _{est} = 6.563		Sig = .000*			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์สมการความถดถอยอย่างง่ายเชิงเส้นตรง โดยพิจารณาผลของตัวแปรอิสระทุกตัวที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ พบว่า

1. การเรียนรู้วัตรกรรมในการทำงาน ตัวแปร มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 เท่ากับ .757 ($R = .757$) ซึ่งแสดงว่า ตัวแปรอิสระ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. การเรียนรู้วัตรกรรมในการทำงาน ตัวแปรอิสระมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือการผันแปรต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 เท่ากับ .573 ($R^2 = .573$) ซึ่งแสดงว่า ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ได้ร้อยละ 57.30 มีความคาดเคลื่อนมาตรฐานของสมการถดถอยในการพยากรณ์ เท่ากับ 6.563 ($SE_{est} = 6.563$)

3. สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ

$$\text{แทนค่าในสูตร } Y = 30.268 + .665 x$$

$$\text{แทนค่าในสูตร } Z_y = .757z$$

5. ข้อเสนอแนะการเรียนรู้วัตรกรรมในการทำงานและคุณภาพการให้บริการของพนักงานของสาขาธนาคารออมสินภาค 11

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามและแจกแจงความถี่ ดังนี้

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะการเรียนรู้วัตรกรรมในการทำงานและคุณภาพการให้บริการของพนักงานของสาขาธนาคารออมสินภาค 11

การเรียนรู้วัตรกรรม การในการทำงาน	ข้อเสนอแนะ	ความถี่
1. ด้านการปรับปรุง ตนเองอยู่เสมอ	1. พนักงานควรให้ความใส่ใจในการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชา เพื่อพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น	12
	2. พนักงานควรให้ความสำคัญกับเรื่องบุคลิกภาพ และควรมีความพร้อมที่จะพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองให้ดีขึ้น	9
2. ด้านความใส่ใจใน ความต้องการของลูกค้า	1. พนักงานควรวิเคราะห์จุดแข็ง และวางแผนเพื่อปรับปรุงกระบวนการในการบริการ	17
	2. พนักงานควรเอาใจใส่ความต้องการของลูกค้า และควรมีความพร้อมที่จะช่วยเหลือและติดตาม เสมือนเป็นความต้องการของตนเอง	7

การเรียนรู้วัฒนธรรม การทำงาน	ข้อเสนอแนะ	ความถี่
3. ด้านความใส่ใจใน ผลสำเร็จ	1. พนักงานควรที่จะสร้างผลสำเร็จสูงสุดให้แก่หน่วยงานให้ ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย	7
	2. พนักงานควรมีความมุ่งมั่นและควรมีความพยายามที่จะทำงาน ให้สำเร็จเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีแก่หน่วยงาน	8
4. ด้านทักษะการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ	1. พนักงานควรมีความรู้ ความเข้าใจ ในโปรแกรมการทำงานของ หน่วยงานเป็นอย่างดี และควรใช้งานได้จนเกิดความชำนาญ	9
	2. พนักงานควรมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์พื้นฐานทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน	7
5. ด้านการให้บริการ อย่างทันเวลา	1. พนักงานควรส่งมอบงานที่ได้มาตรฐานตามกำหนด	11
	2. พนักงานควรมีการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอย่างทันท่วงที	6
6. ด้านความนับถือ และให้เกียรติลูกค้า	1. พนักงานควรให้บริการลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน	9
	2. พนักงานควรให้บริการด้วยคำพูดที่สุภาพตลอดเวลา	5
7. ด้านให้บริการด้วย ความเต็มใจ	1. พนักงานควรมีความตั้งใจในการให้บริการเพื่อมิให้เกิดความ บกพร่องต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ	7
	2. พนักงานควรให้บริการด้วยความจริงใจ โดยไม่หวัง ผลตอบแทน	5
8. ด้านการรักษา ภาพพจน์	1. พนักงานควรเอื้อประโยชน์ในการให้บริการต่อลูกค้าผู้มาใช้ บริการ	9
	2. พนักงานควรให้บริการด้วยความสุภาพเสมอ	4

จากตารางที่ 16 พบว่า ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน และ
คุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ด้านการเรียนรู้วัฒนธรรมในการ
ทำงาน ที่มีค่าความถี่สูงสุด ได้แก่ ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า (ความถี่ 24)
รองลงมา ได้แก่ ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ (ความถี่ 21) ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยี
สารสนเทศ (ความถี่ 16) และข้อเสนอแนะที่มีความถี่ต่ำสุด ได้แก่ ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ
(ความถี่ 15) ข้อเสนอแนะคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11
ข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่สูงสุด ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (ความถี่ 17) รองลงมา
ได้แก่ ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า (ความถี่ 14) ด้านการรักษาภาพพจน์ (ความถี่ 13)
และส่วนข้อเสนอแนะ ที่มีค่าความถี่ต่ำสุดได้แก่ ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ (ความถี่ 12)

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ผู้วิจัยนำเสนอสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามลำดับ ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงาน ของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.06$) ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.06$) และด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ ($\bar{X} = 4.00$) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า ($\bar{X} = 4.22$) รองลงมา ได้แก่ ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ ($\bar{X} = 4.22$) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ($\bar{X} = 4.19$) และด้านการรักษาภาพพจน์ ($\bar{X} = 4.19$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 พบว่า การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .757 ($R = .757$) ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถผันแปรต่อตัวแปรตาม

หรือมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ เท่ากับ .573 ($R^2 = .573$) หรือ ร้อยละ 57.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีความคาดเคลื่อนมาตรฐานของสมการถดถอยในการพยากรณ์ เท่ากับ 6.563 ($SE_{est} = 6.563$) และมีค่าคงที่ของสมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ เท่ากับ 30.268 สร้างสมการถดถอยได้ ดังนี้

สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 30.268 + .665x$$

$$Z_y = .757z$$

ปัจจัยการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ผลการแจกแจงความถี่ข้อเสนอแนะการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน และคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ข้อเสนอแนะการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน ของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ที่มีค่าความถี่สูงสุด ได้แก่ ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า (ความถี่ 24) ส่วนข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่ต่ำสุด ได้แก่ ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ (ความถี่ 15) และข้อเสนอแนะคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่สูงสุด ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (ความถี่ 17) และส่วนข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่ต่ำสุด ได้แก่ ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ (ความถี่ 12)

อภิปรายผล

ผลการวิจัยที่พบในครั้งนี้ มีประเด็นที่สำคัญสามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปรายเหตุผลได้ว่า

การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ พนักงานมีความพร้อมที่จะปฏิบัติตามวิธีทำงานของเพื่อนร่วมงานเมื่อเห็นว่าสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว มีความกระตือรือร้นในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมส่วนตัวและการทำงาน เมื่อได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ด้านความใส่ใจในความต้องการ

ของลูกค้า ให้บริการแก่ลูกค้า ได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย มีการสื่อสารถึงความพึงพอใจในการให้บริการกับลูกค้าเพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้มาเป็นแนวทางการให้บริการลูกค้า ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ มีการวิเคราะห์ถึงต้นทุน กำไร ในหลาย ๆ ทางเลือกเพื่อประโยชน์สูงสุดของหน่วยงาน พนักงานปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จส่งผลให้หน่วยงานประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ พนักงานมีความเข้าใจ และสามารถถ่ายทอดให้เพื่อนร่วมงานได้ เมื่อธนาคารได้ให้การอบรมทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีการติดตามเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ เพิ่มเติมเพื่อนำมาพัฒนา ปรับปรุงตนเอง

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Leiponen. 2008 : 1371-1394) ได้ศึกษาทักษะและขีดความสามารถในด้านนวัตกรรม พบว่า มีการทดสอบระหว่างทักษะต่าง ๆ ของลูกจ้างและการเคลื่อนไหวด้านนวัตกรรมของบริษัทเป็นสิ่งที่อ้างเหตุผลว่า ถ้าปราศจากทักษะที่เพียงพอ บริษัทจะได้ประโยชน์น้อยกว่านวัตกรรมเพราะว่าเขา ไม่มีความรู้แรกเริ่มเป็นองค์ประกอบในความรู้ความสามารถหรือขีดความสามารถในการซึมซับ ผลลัพธ์จากบัญชีรายชื่อของบริษัทผู้ผลิตได้ให้การสนับสนุนสำหรับข้อสมมติฐานที่ว่าทักษะด้านช่างที่สูงต้องมีองค์ประกอบโดยความร่วมมือของฝ่ายวิจัยและพัฒนา และผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมด้านกระบวนการ ทุนด้านทรัพยากรมนุษย์ สามารถมองเห็นในฐานะปัจจัยที่เป็นไปได้ในนวัตกรรมที่ทำให้เกิดผลกำไร นโยบายที่เกี่ยวข้องเสนอแนะว่าการลงทุนในทักษะต่าง ๆ ช่วยขยายกลุ่มของบริษัทต่าง ๆ ในทางเศรษฐศาสตร์ซึ่งมีแนวโน้ม ที่จะประสบความสำเร็จในด้านนวัตกรรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อารยา ปาละคะ. 2551 : 47) ได้ศึกษาเรื่องศักยภาพทางนวัตกรรมของธนาคารออมสินในเขตจังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษา พบว่า พนักงานออมสินในเขตจังหวัดอุดรธานี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพทางนวัตกรรมของธนาคารออมสิน โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ศักยภาพในการเรียนรู้ศักยภาพในการวิจัยและพัฒนา ศักยภาพในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ ศักยภาพในการบริการศักยภาพทางการตลาด ศักยภาพขององค์กร ศักยภาพในการกำหนดกลยุทธ์ พนักงานออมสินในเขตจังหวัดอุดรธานี ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพทางนวัตกรรมของธนาคาร โดยรวมไม่แตกต่างกัน โดยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพทางนวัตกรรมของธนาคารเป็นรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

2. คุณภาพการให้บริการของพนักงานออมสินภาค 11 โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า ด้านให้บริการด้วยความ

เต็มใจ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา และด้านการรักษาภาพพจน์ ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายเหตุผลได้ว่า

คุณภาพการให้บริการของพนักงานออมสินภาค 11 ด้านการรักษาภาพพจน์ พนักงานมีความยุติธรรม ให้บริการด้วยความสุภาพเสมอ ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการที่ดีต่อลูกค้า ให้คำแนะนำ และแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า พนักงานให้บริการด้วยความเชื่อถือต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ ให้บริการต่อลูกค้าด้วยความเอื้อเฟื้อและเอื้ออาทร และด้านการให้บริการอย่างทันเวลา มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวันและเวลาในการให้บริการได้อย่างถูกต้องและชัดเจน และให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ตรงกับเวลาที่กำหนด

สอดคล้องกับงานวิจัยของ (รังสิตรา สังข์อร่าม. 2550 : 71) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารัชโยธิน ผลการศึกษา พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารัชโยธินตามหน่วยงานที่ให้บริการ ด้านความไว้วางใจได้ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับสูง ส่วนด้านความสุภาพ/ อหิยาศัยไมตรี ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง และด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม อยู่ในระดับสูงที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศรชัย จันโทวงษ์. 2553 : 90) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขากันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารโดยภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจมากต่อคุณภาพการให้บริการ โดยเฉพาะด้านบุคลากรมีคุณภาพในระดับมากที่สุด รองลงมาในระดับมาก ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีและการอำนวยความสะดวก ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานประกอบการ ด้านบริการเงินฝากและสินเชื่อ และด้านข้อมูลข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

3. การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 พบว่า

การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 พนักงานมีการสื่อสารถึงความพึงพอใจในการให้บริการกับลูกค้าเพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้มาเป็นแนวทางการให้บริการลูกค้า มีการนำคำแนะนำของลูกค้าไปวิเคราะห์และวางแผนปรับปรุงกระบวนการให้บริการ พนักงานมีการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานโดยคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พนักงานมีการปรับปรุงตนเองอยู่

เสมอเมื่อมีผู้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานสามารถแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานโดยคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำงานตรงต่อเวลาที่นัดหมายกับลูกค้า ให้เกียรติแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่เสมอ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ (กนิษฐา วิสม. 2552 : 104) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินเขตเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการ ด้านความมั่นใจในการให้บริการ และด้านทีมงาน นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการในระดับเห็นด้วย โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านลักษณะภายนอก ด้านอัตราค่าบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (บุปผา เกลียวทอง. 2551 : 52) ได้ศึกษาเรื่องการเรียนรู้เชิงนวัตกรรมของพนักงานธนาคารออมสินภาค 8 ผลการศึกษา พบว่า พนักงานมีการปฏิบัติเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงนวัตกรรม โดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการคิดนอกกรอบ ด้านการเปิดใจรับฟังความคิดเห็นของคนอื่น ด้านกล้าลองผิดลองถูก ด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง พนักงานที่มีลักษณะงานที่ปฏิบัติ และประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงนวัตกรรม โดยรวมและเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้าน ไม่แตกต่างกัน แต่พนักงานที่มีเพศต่างกัน มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงนวัตกรรม โดยรวมแตกต่างกัน พนักงานที่มีอายุต่างกัน มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงนวัตกรรม ด้านการคิดนอกกรอบแตกต่างกัน และพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงนวัตกรรม ด้านการเปิดใจรับฟังความคิดเห็นของคนอื่นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงนวัตกรรมในการทำงาน และคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 พบว่า

ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ พนักงานควรให้ความสนใจในการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชา เพื่อพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า ควรทำความเข้าใจถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าเพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดที่ควรปรับปรุงในการให้บริการ ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ พนักงานควรที่จะสร้างผลสำเร็จสูงสุดให้แก่หน่วยงาน และด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ พนักงานควรมีความรู้ ความเข้าใจ ในโปรแกรมการทำงานของหน่วยงานเป็นอย่างดี และควรใช้งาน ได้จนเกิด

ความชำนาญ พนักงานควรมีความตั้งใจในการให้บริการเพื่อมิให้เกิดความบกพร่องต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ ควรให้บริการด้วยความสุภาพเสมอ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ณัฐกรณ์ อัจฉริยวงศ์เมธี. 2554 : 47) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสว่างแดนดิน จังหวัด สกลนคร ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้า มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีคุณภาพการให้บริการของ ธนาคารโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า ด้านการตอบสนอง ต่อความประสงค์จากลูกค้า ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า ด้านการ ให้บริการแบบสมัครใจ และเต็มใจทำ ด้านการรักษาภาพพจน์ ด้านกิริยาสุภาพอ่อนโยน และ ด้านความกระฉับกระเฉงลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีคุณภาพการ ให้บริการของธนาคารโดยรวม ด้านการยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า ด้านการตอบสนองต่อความ ประสงค์จากลูกค้า ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า ด้านการให้บริการแบบสมัครใจและ เต็มใจทำ ด้านการรักษาภาพพจน์ด้านกิริยาสุภาพอ่อนโยน และด้านความกระฉับกระเฉง ไม่ แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของฟอร์ไซท์ (Forsythe. 2005 : On-line) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทของคุณภาพการบริการในฐานะปัจจัยของความพึงพอใจของลูกค้าในการก่อสร้างที่อยู่ อาศัย ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพการบริการมีความสำคัญต่อลูกค้าโดยไม่เรียงลำดับคือ คุณภาพการบริการที่แตกต่าง หรือราคาและการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง รวมทั้งการ คาดหวังก่อนซื้อด้วยการสนองกลับจะถูกผลักดันจากภายนอกต่อการเกิดการบริการระหว่างที่ มีการก่อสร้าง แบบจำลอง ได้มีการพัฒนาเพื่อให้สรุปรูปแบบของการเกิดการบริการและ ความสำคัญของอัตราระหว่างเหตุที่เป็นบวกกับลบ ซึ่งได้ผลสรุปเพิ่มเติมอีกว่าผลิตภัณฑ์ที่เสร็จ สมบูรณ์แล้วได้ก่อให้เกิดผลกระทบที่เพิ่มมากขึ้นต่อการรับรู้คุณภาพการบริการและความพึง พอใจของลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของ พนักงานธนาคารออมสินภาค 11 มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

เพื่อประโยชน์สำหรับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 และผู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย ดังนี้

1.1 ด้านการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงาน

การวิเคราะห์การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน ภาค 11 จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.1.1 ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ พนักงานควรปรับปรุงตนเองอยู่เสมอเมื่อมีผู้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงาน

1.1.2 ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า พนักงานควรทำความเข้าใจถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าเพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดที่ควรปรับปรุงในการให้บริการ

1.1.3 ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ พนักงานควรปฏิบัติตามที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จส่งผลให้หน่วยงานประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

1.1.4 ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ พนักงานควรแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานโดยคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 คุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11

จากการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.2.1 ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา พนักงานควรตรงต่อเวลาที่นัดหมายกับลูกค้าเสมอ

1.2.2 ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า พนักงานควรให้เกียรติแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเสมอ

1.2.3 ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ พนักงานควรให้บริการด้วยความยินดีและเต็มใจ

1.2.4 ด้านการรักษาภาพพจน์ พนักงานควรมีความรู้ ความสามารถในงานที่ให้บริการเสมอ

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธนาคารออมสินภาค 11

2.2 ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11

บรรณานุกรม

- กนิษฐา วิสุม. (2552). ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินเขตเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- กรุงเทพธุรกิจปีชวติ. (2550). [ออนไลน์]. คัดลอกกรอบ. [สืบค้นเมื่อวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2557]. <http://www.bangkokbizweek.com/20070902/bschool/index.php?news=column_24575375.html>.
- เกียรติจิกร โหมมานะสิน. (2550). เภษณ์ร่างวัลคุณภาพแห่งชาติเพื่อองค์กรที่เป็นลิส. กรุงเทพฯ : อินโนกราฟฟิกส์.
- กุลชน หนาพงศ์ธร. (2549). การบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.
- เกศรา รักชาติ. (2549). องค์กรแห่งการตื่นรู้. กรุงเทพฯ : เนชั่นมัลติมีเดีย กรุ๊ป.
- จริยา บุญยะประภัสสร. (2552). การพัฒนาองค์กร. กรุงเทพฯ : ศูนย์พัฒนาทุนมนุษย์.
- จริยา เรือนแก้ว. (2550). นวัตกรรมบริการลูกค้า. กรุงเทพฯ : เนรมิตการพิมพ์.
- จินตนา บุญบงการ. (2549). จริยธรรมทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- จุฑามาศ จันทร์เปล่ง. (2553). ผลกระทบของนวัตกรรมในการทำงานที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีบริษัทในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2548). การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2548). การใช้ SPSS เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชมพูนุช ดวงมาก. (2547). การศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับองค์กรแห่งการเรียนรู้ของพนักงานบริษัท ทศท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ศูนย์บริการโทรศัพท์นครหลวง. วิทยานิพนธ์ วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชวลีพร เอี่ยมอานวย. (2548). การศึกษาความคิดเห็นของพนักงานต่อศักยภาพการพัฒนาไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของบริษัททำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

- ณัฐยา สิ้นตระการผล. (2550). กลยุทธ์คุ้มครองการค้าต่อรอง. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ณัฐกรณ์ อัจฉริยวงศ์เมธี. (2554). คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์และคณะ. (2545). TQM กลยุทธ์การสร้างองค์การคุณภาพ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- ทิพาวดี เมฆสุวรรณค์. (2544). กล้าคิด กล้าทำ กล้านำ กล้าเปลี่ยน. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ธนาคารออมสิน. (2554). [ออนไลน์]. เกี่ยวกับธนาคาร. [สืบค้นเมื่อวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2557]. <http://www.gsb.or.th/about/index.php>.
- ธนาคารออมสิน. (2555). 100 ปี ธนาคารออมสิน. กรุงเทพฯ : ธนาคารออมสิน.
- _____. (2553). [ออนไลน์]. ประวัติและความเป็นมา. [สืบค้นเมื่อวันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2557]. www.gsb.or.th.
- _____. (2557). [ออนไลน์]. “การแข่งขันทางธุรกิจ,” รายงานประจำปี 2556. [สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2557]. www.gsb.or.th.
- _____. (2556). คู่มือจริยธรรม และจรรยาบรรณของธนาคารออมสิน. กรุงเทพฯ : ธนาคารออมสิน.
- นันทนา วงศ์ทิม. (2545). ความต้องการพัฒนาบุคลากรของครูในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์ การบริหารการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นาฏศิลป์ ปะ มากสี. (2557). สัมภาษณ์. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ 5 ธนาคารออม สาขา แขวงจังหวัดกาฬสินธุ์. เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2547). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- _____. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บุปผา เกลียวทอง. (2551). การเรียนรู้เชิงนวัตกรรมของพนักงานธนาคารออมสินภาค 8. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ประนอม บุญนิธิประเสริฐ. (2540). การพัฒนาประสิทธิภาพชีวิตและสังคม. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมอาชีพ.
- ประพนธ์ ผาสุกยี่ด. (2547). การจัดการความรู้ : ฉบับมือใหม่หัดขับ. กรุงเทพฯ : ไยใหม่.

- ผู้จัดการรายสัปดาห์. (2548). [ออนไลน์]. เกาะแก่ง '25/7' Innovation ทูลดมหายใจเข้าออก
 คือนวัตกรรม. [สืบค้นเมื่อ วันที่ 7 มีนาคม พ.ศ. 2557]. [http://www.manager.co.th/mgr
 Weekly/ViewNews.aspx? NewsID=9470000097](http://www.manager.co.th/mgrWeekly/ViewNews.aspx?NewsID=9470000097)>.
- พัชรภรณ์ เกษะประกอ. (2550). การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์. กรุงเทพฯ :
 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มหาวิทยาลัยมหิดล. (2555). คู่มือ-เทคนิคการให้บริการด้วยใจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มหาวิทยาลัยศรีปทุม. (2554). [ออนไลน์]. มาตรฐานการให้บริการ. [สืบค้นเมื่อวันที่ 28 มีนาคม
 พ. ศ. 2557]. [www.spu.ac. th/affair/files/2012/01/Services_guide.pdf](http://www.spu.ac.th/affair/files/2012/01/Services_guide.pdf).
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2548). การจัดและดำเนินงานการสหกรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 3.
 กรุงเทพฯ : ชวนพิมพ์.
- บุพาวรรณ วรรณวานิชย์. ตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : มูลนิธิศาสตราจารย์ศิลป์ พีระศรีอนุสรณ์,
 2549.
- รังสิตรา สังข์อร่าม. (2550). คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
 สาขาชัยโยธิน. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏ
 วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- รุจิรา เหลืองศักดิ์พิชญ์. (2550). ผลกระทบของการมุ่งเน้นความสัมพันธ์ การเรียนรู้ของ
 องค์กร และนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจสิ่งทอใน
 ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิชัย ปิติเจริญธรรม. (2548). การบริการด้วยหัวใจ. กรุงเทพฯ : บุกส์แเบงก์.
- วิทยา คำนธำรงกุล และพิภพ อุดร. (2547). ซีอาร์เอ็ม หยีนหยางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2.
 กรุงเทพฯ : วงกลม.
- วินัย เพชรช่วย. (2549). [ออนไลน์]. การพัฒนาตน ปรับปรุงตน. [สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มีนาคม
 พ.ศ. 2557]. www.novabizz.com/NovaAce/Learning/Self_Development.htm.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2544). การประชาสัมพันธ์ การสร้างลักษณะเพื่อการประชาสัมพันธ์.
 พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2545). คุณภาพในการให้บริการ (Quality in Service). พิมพ์ครั้งที่ 2.
 กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2547). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

- ศรัณยู หมั่นทรัพย์. (มปป). [ออนไลน์]. ความเสมอภาค. [สืบค้นเมื่อวันที่ 25 เมษายน พ. ศ. 2557]. www.kpi.ac.th > หน้าหลัก > ความรู้สู่ประชาชน.
- ศรชัย จันโทวงษ์. (2553). คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขากันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ศรชัย จันโทวงษ์. (2553). คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขากันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ศรัณยูฯ สงศรี. (2551). คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริพร วิษณุหมิมาชัย. (มปป). การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพและคุณค่าในงานบริการ. [สืบค้นเมื่อวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2557]. mkpayap.payap.ac.th/mksite/satisfy_siriporn.doc.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2547). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : เลิฟแอนด์ลิฟ.
- สังคม ภูมิพันธุ์. (2551). สื่อประสมโปรแกรม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สวัสดิการกรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2548). คู่มือประกอบอาชีพ เล่มที่ 7 ธุรกิจ SME s ON AIR. กรุงเทพฯ : ซี พี บู้ค สแตนดาร์ด.
- สมเดช โรจน์คุรีเสถียร. (2547). การบัญชีธุรกิจ. กรุงเทพฯ : ชรรมนิติ.
- สมนึก กัททิตยธนี. (2544). การวัดผลการศึกษา. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- _____. (2546). สถิติพื้นฐานเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สมิต สัจฉกร. (2543). การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สายธาร.
- สนั่น เกชาจารี. (2552). [ออนไลน์]. การสร้างนวัตกรรมใหม่ โดยอาศัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์. [สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2557]. www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1534.
- สุบัญญัติ ไชยชาญ. (2546). การบริหารการขาย. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : พี เอส ลิฟวิ่ง.
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2548). [ออนไลน์]. **Integrated Innovation**. [สืบค้นเมื่อวันที่ 13 มิถุนายน พ. ศ. 2548]. <http://www.tiger.co.th/intergrated.phd>.

- สุทัศน์ พะสุรัมย์. (2548). สภาพและความต้องการองค์การการเรียนรู้ ของพนักงานบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ : กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน).
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2548). [ออนไลน์]. หลักสูตรการจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร. [สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2557]. http://www.nia.or.th/imes/imes_information.htm.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2547). นวัตกรรม : กุญแจสู่ความสำเร็จของประเทศไทยในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ.
- เสน่ห์ จุ้ยโต. (2548). การบริหารนวัตกรรมแนวใหม่. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อรจรรย์ ณ ตะกั่วทุ่ง. (2549). องค์การเอื้อการเรียนรู้. กรุงเทพฯ : ชรรรมสภา.
- อุทิศ ศิริวรรณ. (2549). คุณภาพการให้บริการและการบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ : รวมสาส์น.
- อารยา ปาละคะ. (2551). ศักยภาพทางนวัตกรรมของธนาคารออมสินในเขตจังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อำนาจ วัดจินดา. (2550). องค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization). [สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2557]. <http://planning.excise.go.th/knowledge/hr-learn.doc>.
- Brady, Michael K. and Robertson, Christopher J. (2001). "Searching for a consensus on the antecedent role of service quality and satisfaction : an exploratory cross – national study," **Journal of Business Research**. 53 – 60 ; 8 February .
- Crosby. (1988). **The Eternally Successful Organization**. New York : McGraw-Hill.
- Gavin, J. H., & Mason, R. O. (1988). "The Virtuous Organization: The Value Of Happiness In The Workplace," **Organization Dynamics**, 33(1) : 370 – 392 ; June.
- Garvin, DA. (2000). "Building a learning Organization." **Havard Business Review**. 73(4) : 78 – 91 ; July – August.
- Gillen, G., & Burkhardt, A. (1990). **Stroke Rehabilitation: A Functional Approach**. St. Louis : Mosby.

- Gronroos, C. (1996). **Service Management And Marketing: Customer Management In Service Competition.** Helsinki : Swedish School Of Economics.
- Forsythe, Perry. (2005). [On-line]. **The Role of Service Quality as a Determinant of Customer Satisfaction in Residential Construction.** July 20, 2014.
<http://wwwlib.umi.com/dissertations/fullcit/f307985>.
- Juran, J. M. and F. M. Gryna. (1993). **Quality Planning And Analysis.** Singapore : McGraw-Hill.
- Mill, D. John. (1994). **Management In The Public Service.** New York : MCGRAW-Hill.
- Hoy, W. and C. Miskel. (2001). **Educational Administration : Theory, Research and Practice.** New York : McGraw – Hill.
- Kotler, P. (2009). **Marketing Management.** New Jersey : Prentice-Hall.
- Hou, Yonghai. (2014). [On-line]. **Service Quality of Online Apparel Retailers and Its Impact on Customer Satisfaction, Customer Trust and Customer Loyalty** July 20. <http://wwwlib.umi.com/dissertations/fullcit/3206302>.
- Kim, Hyun – Duck. (2005). [On-line]. **The Relationship Between Service Quality, Customer Satisfaction, and Repurchase Intention in Korean Private Golf Courses.** July 20. <http://wwwlib.umi.com/dissertations/fullcit/3206456>.
- Leiponen, Aija. (2008). “Control of Intellectual Assets in Client Relationships : Implications For Innovation,” **Strategic Management Journal.** 29(13) : 1371-94 ; December.
- Lewis, and Bloom, Benjamin S. (1983). **Human Characteristics and School Learning.** New York : Mc Grew – Hill Book.
- Sauer, Phillip S. (2011). “Channeling the Innovation Stream : A Decision Framework For Selecting Emerging Technologies,” **Dissertation Abstracts International.** 71(10) : unpagged ; April.
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml And L.L. Berry. (1998). “A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research,” **Journal Of Marketing.** 12(25) : 125-136 ; January.

Roger J. Calantone, S. Tamer Cavusgil, Yushan Zhao. (2002). "Learning orientation, firm innovation capability and firm performance," *Industrial Marketing Management*. 31 : 515 – 524.

Verma, B.M. (1986). **Delivery Of Public Services in Asian Countries : Cases In Development Administration**. New York : January.

Yamane, T. (1973). **Statistic : An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper And Row.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงาน

ธนาคารออมสินภาค 11

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัย โดยผู้วิจัยจะขอความร่วมมือจากท่าน ได้โปรดกรุณาตอบแบบสอบถามที่ตรงกับความเป็นจริง ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์และมีคุณค่าอย่างสูงยิ่ง ต่อการวิจัยในครั้งนี้ แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ ประสบการณ์ในการทำงาน และเงินเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน ลักษณะเป็นแบบตรวจเช็ครายการ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11 ใน 4 ด้าน คือ ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ และด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานออมสินภาค 11 ใน 4 ด้าน คือ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ และด้านการรักษาภาพพจน์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานและคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11

จันทนา สุทธิบาท

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารออมสินภาค 11

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อความที่ท่านคิดว่าเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() น้อยกว่า 25 ปี

() 25-35 ปี

() 36-45 ปี

() มากกว่า 45 ปี

3. การศึกษา

() ต่ำกว่าปริญญาตรี

() ปริญญาตรี

() ปริญญาโท

() สูงกว่าปริญญาโท

4. สถานภาพ

() โสด

() สมรส

() หม้าย/หย่าร้าง

5. ประสบการณ์ในการทำงาน

() น้อยกว่า 5 ปี

() 5-10 ปี

() 11-15 ปี

() มากกว่า 15 ปี

6. เงินเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน

() น้อยกว่า 15,000 บาท

() 15,000-20,000 บาท

() 20,001-30,000 บาท

() มากกว่า 30,000 บาท

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานของพนักงาน

ธนาคารออมสินภาค 11

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในตารางช่องคะแนน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ขอให้ท่านเลือกเพียงหมายเลขเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ โดยแต่ละหมายเลขมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก
3	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อย
1	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นการน้อยที่สุด

คำตอบของท่าน ไม่มีถูกหรือผิด โปรดตอบให้ครบทุกข้อและขอให้ท่านตอบตามที่ท่านเห็นว่าเป็นจริงมากที่สุด คำตอบของท่าน ไม่มีผลต่อท่านแต่อย่างใด

ลำดับ	การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1. ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ						
1.	ท่านกระตือรือร้นในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมส่วนตัวและการทำงาน เมื่อ ได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์					
2.	ท่านพร้อมปฏิบัติตามวิธีทำงานของเพื่อนร่วมงานเมื่อเห็นว่าสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว					
3.	ท่านให้ความสำคัญกับเรื่องบุคลิกภาพ และพร้อมพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองให้ดีขึ้นอยู่เสมอ					
4.	ท่านให้ความสนใจในการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชา เพื่อพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น					
5.	ท่านพร้อมที่จะปรับปรุงตนเองอยู่เสมอเมื่อมีผู้แสดงความความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของท่าน					
2. ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า						
1.	ท่านใส่ใจในความต้องการของลูกค้า พร้อมช่วยเหลือและติดตามเสมือนเป็นความต้องการของตนเอง					
2.	ท่านนำคำแนะนำของลูกค้าไปวิเคราะห์และวางแผนปรับปรุง					

	กระบวนการให้บริการ					
3.	ท่านมีการสื่อสารถึงความพึงพอใจในการให้บริการกับลูกค้าเพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้มาเป็นแนวทางการให้บริการลูกค้า					
4.	ท่านได้ทำความเข้าใจถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าเพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดที่ควรปรับปรุงในการให้บริการ					
5.	ท่านให้บริการแก่ลูกค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย					
3. ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ						
1.	ท่านมีความมุ่งมั่นและพยายามทำงานให้สำเร็จเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีแก่หน่วยงาน					
2.	ท่านมีการวิเคราะห์ถึงต้นทุน ค่าไร ในหลาย ๆ ทางเลือกเพื่อประโยชน์สูงสุดของหน่วยงาน					
3.	ท่านตัดสินใจก่อนดำเนินการใด ๆ โดยเลือกทางเลือกที่สามารถสร้างผลสำเร็จสูงสุดให้แก่หน่วยงาน					
4.	ท่านปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จส่งผลให้หน่วยงานประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย					
5.	ท่านมีความมุ่งมั่นปรับปรุงวิธีปฏิบัติงานเพื่อความสำเร็จของหน่วยงาน และเพื่อลดการผิดพลาดของงาน					
4. ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ						
1.	ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์พื้นฐานทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน					
2.	ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ ในโปรแกรมการทำงานของหน่วยงานเป็นอย่างดี และใช้งาน ได้จนเกิดความชำนาญ					
3.	ท่านมีความเข้าใจและสามารถถ่ายทอดให้เพื่อนร่วมงานได้ เมื่อธนาคารได้ให้การอบรมทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ					
4.	ท่านมีการติดตามเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ เพิ่มเติมเพื่อนำมาพัฒนา ปรับปรุงตนเอง					
5.	ท่านแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงาน โดยคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ					

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ธนาคารออมสิน


ภาค 11

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในตารางช่องคะแนนที่ตรงกับระดับความคิดเห็นมากที่สุด ขอให้ท่านเลือกเพียงหมายเลขเดียวเท่านั้น ในแต่ละข้อ โดยแต่ละหมายเลขมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก
3	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อย
1	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

คำตอบของท่านไม่มีถูกหรือผิด โปรดตอบให้ครบทุกข้อและขอให้ท่านตอบตามที่ท่านเห็นว่าเป็นจริงมากที่สุด คำตอบของท่าน ไม่มีผลต่อท่านแต่อย่างใด

ลำดับ	คุณภาพการให้บริการของพนักงาน	ระดับ ความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1. ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา						
1.	พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ตรงกับเวลาที่กำหนด					
2.	พนักงานมีการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอย่างทันท่วงที					
3.	พนักงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัน และเวลาในการให้บริการได้อย่างถูกต้อง และชัดเจน					
4.	พนักงานส่งมอบงานที่ได้มาตรฐานตามกำหนด					
5.	พนักงานตรงต่อเวลาที่นัดหมายกับลูกค้าเสมอ					
2. ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า						
1.	พนักงานให้บริการลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน					
2.	พนักงานให้เกียรติแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเสมอ					
3.	พนักงานให้บริการต่อลูกค้าด้วยความเอื้อเฟื้อและเอื้ออาทร					
4.	พนักงานให้บริการด้วยความเชื่อถือต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ					
5.	พนักงานให้บริการด้วยคำพูดที่สุภาพตลอดเวลา					



ภาคผนวก ข

ค่า IOC และค่าอำนาจจำแนกรายชื่อของแบบสอบถาม
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางภาคผนวกที่ 1 ระดับคะแนนความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (IOC)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนนความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน						
1. ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ						
1.1 ท่านกระตือรือร้นในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมส่วนตัวและการทำงาน เมื่อได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
1.2 ท่านพร้อมปฏิบัติตามวิธีทำงานของเพื่อนร่วมงานเมื่อเห็นว่าสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
1.3 ท่านให้ความสำคัญกับเรื่องบุคลิกภาพ และพร้อมพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองให้ดีขึ้นอยู่เสมอ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
1.4 ท่านให้ความสนใจในการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชา เพื่อพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
1.5 ท่านพร้อมที่จะปรับปรุงตนเองอยู่เสมอเมื่อมีผู้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของท่าน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2. ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า						
2.1 ท่านใส่ใจในความต้องการของลูกค้า พร้อมช่วยเหลือและติดตามเสมือนเป็นความต้องการของตนเอง	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2.2 ท่านนำคำแนะนำของลูกค้าไปวิเคราะห์และวางแผนปรับปรุงกระบวนการให้บริการ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2.3 ท่านมีการสื่อสารถึงความพึงพอใจใน						

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนน ความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
	การให้บริการกับลูกค้าเพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้มาเป็นแนวทางการให้บริการลูกค้า	+1	+1			
2.4 ท่านได้ทำความเข้าใจถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าเพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดที่ควรปรับปรุงในการให้บริการ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2.5 ท่านให้บริการแก่ลูกค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3. ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ						
3.1 ท่านมีความมุ่งมั่นและพยายามทำงานให้สำเร็จเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีแก่หน่วยงาน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3.2 ท่านมีการวิเคราะห์ถึงต้นทุน กำไร ในหลาย ๆ ทางเลือกเพื่อประโยชน์สูงสุดของหน่วยงาน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3.3 ท่านตัดสินใจก่อนดำเนินการใด ๆ โดยเลือกทางเลือกที่สามารถสร้างผลสำเร็จสูงสุดให้แก่หน่วยงาน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3.4 ท่านปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จส่งผลให้หน่วยงานประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3.5 ท่านมีความมุ่งมั่นปรับปรุงวิธีปฏิบัติงานเพื่อความสำเร็จของหน่วยงานและเพื่อลดการผิดพลาดของงาน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
4. ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ						
4.1 ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์พื้นฐานทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน	+1	+0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนน ความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
4.2 ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ ใน โปรแกรมการทำงานของหน่วยงานเป็น อย่างดี และใช้งาน ได้จนเกิดความชำนาญ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
4.3 ท่านมีความเข้าใจและสามารถ ถ่ายทอดให้เพื่อนร่วมงานได้ เมื่อธนาคาร ได้ให้การอบรมทักษะการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
4.4 ท่านมีการติดตามเทคโนโลยี สารสนเทศใหม่ ๆ เพิ่มเติมเพื่อนำมา พัฒนา ปรับปรุงตนเอง	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
4.5 ท่านแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงาน โดยคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับตนเองได้ อย่างมีประสิทธิภาพ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

คุณภาพการให้บริการของพนักงาน

1. ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา						
1.1 พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ตรงกับเวลาที่กำหนด	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
1.2 พนักงานมีการแก้ปัญหาให้กับลูกค้า อย่างทันท่วงที	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
1.3 พนักงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัน และเวลาในการให้บริการได้ อย่างถูกต้อง และชัดเจน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
1.4 พนักงานส่งมอบงานที่ได้มาตรฐาน ตามกำหนด	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
1.5 พนักงานตรงต่อเวลาที่นัดหมายกับ ลูกค้าเสมอ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2. ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า						
2.1 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกระดับ						

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนน ความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
อย่างเท่าเทียมกัน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2.2 พนักงานให้เกียรติแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเสมอ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2.3 พนักงานให้บริการต่อลูกค้าด้วยความเอื้อเฟื้อและเอื้ออาทร	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2.4 พนักงานให้บริการด้วยความเชื่อถือต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2.5 พนักงานให้บริการด้วยคำพูดที่สุภาพตลอดเวลา	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3. ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ						
3.1 พนักงานให้บริการด้วยความยินดีและเต็มใจ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3.2 พนักงานให้บริการด้วยความจริงใจโดยไม่หวังผลตอบแทน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3.3 พนักงานให้คำแนะนำ และแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3.4 พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการที่ดีต่อลูกค้า	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3.5 พนักงานมีความตั้งใจในการให้บริการเพื่อมิให้เกิดความบกพร่องต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
4. ด้านการรักษาภาพพจน์						
4.1 พนักงานแต่งกายเหมาะสมกับการให้บริการ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
4.2 พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพเสมอ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
4.3 พนักงานมีความรู้ความสามารถในงานที่ให้บริการเสมอ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนน ความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
4.4 พนักงานมีความยุติธรรมในการให้บริการ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
4.5 พนักงานเอื้อประโยชน์ในการให้บริการต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

ตารางภาคผนวกที่ 2 ระดับคะแนนค่าอำนาจจำแนกรายข้อ โดยใช้เทคนิค Item-total

Correlation

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ
การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงาน	
1. ด้านการปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ	.2159-.4280
1.1 ท่านกระตือรือร้นในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมส่วนตัวและการทำงาน เมื่อได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์	.2879
1.2 ท่านพร้อมปฏิบัติตามวิธีทำงานของเพื่อนร่วมงานเมื่อเห็นว่าสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว	.4280
1.3 ท่านให้ความสำคัญกับเรื่องบุคลิกภาพ และพร้อมพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองให้ดีขึ้นอยู่เสมอ	.3299
1.4 ท่านให้ความสนใจในการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชา เพื่อพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น	.3704
1.5 ท่านพร้อมที่จะปรับปรุงตนเองอยู่เสมอเมื่อมีผู้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของท่าน	.2159
2. ด้านความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า	.3299-.6071
2.1 ท่านใส่ใจในความต้องการของลูกค้า พร้อมช่วยเหลือและติดตาม เสมือนเป็นความต้องการของตนเอง	.3659
2.2 ท่านนำคำแนะนำของลูกค้าไปวิเคราะห์และวางแผน	

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าอำนาจจำแนก รายข้อ
ปรับปรุงกระบวนการให้บริการ	.3299
2.3 ท่านมีการสื่อสารถึงความพึงพอใจในการให้บริการกับลูกค้าเพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้มาเป็นแนวทางการให้บริการลูกค้า	.5310
2.4 ท่านได้ทำความเข้าใจถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าเพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดที่ควรปรับปรุงในการให้บริการ	.6071
2.5 ท่านให้บริการแก่ลูกค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย	.3889
3. ด้านความใส่ใจในผลสำเร็จ	.3659-.5509
3.1 ท่านมีความมุ่งมั่นและพยายามทำงานให้สำเร็จเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีแก่หน่วยงาน	.5509
3.2 ท่านมีการวิเคราะห์ถึงต้นทุน ค่าไร ในหลาย ๆ ทางเลือกเพื่อประโยชน์สูงสุดของหน่วยงาน	.4849
3.3 ท่านตัดสินใจก่อนดำเนินการใด ๆ โดยเลือกทางเลือกที่สามารถสร้างผลสำเร็จสูงสุดให้แก่หน่วยงาน	.5295
3.4 ท่านปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จส่งผลให้หน่วยงานประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย	.3659
3.5 ท่านมีความมุ่งมั่นปรับปรุงวิธีปฏิบัติงานเพื่อความสำเร็จของหน่วยงานและเพื่อลดการผิดพลาดของงาน	.4984
4. ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	.3432-.5272
4.1 ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์พื้นฐานทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน	.5272
4.2 ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ ในโปรแกรมการทำงานของหน่วยงานเป็นอย่างดี และใช้งานได้จนเกิดความชำนาญ	.4980
4.3 ท่านมีความเข้าใจและสามารถถ่ายทอดให้เพื่อนร่วมงานได้ เมื่อธนาคารได้ให้การอบรมทักษะการใช้เทคโนโลยี	

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าอำนาจจำแนก รายข้อ
สารสนเทศ	.3432
4.4 ท่านมีการติดตามเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ เพิ่มเติม เพื่อนำมาพัฒนา ปรับปรุงตนเอง	.5061
4.5 ท่านแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงาน โดยคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	.4925
คุณภาพการให้บริการของพนักงาน	
1. ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	.3344-.5934
1.1 พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ตรงกับเวลาที่กำหนด	.5904
1.2 พนักงานมีการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอย่างทันท่วงที	.3983
1.3 พนักงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัน และเวลาในการให้บริการ ได้อย่างถูกต้อง และชัดเจน	.5934
1.4 พนักงานส่งมอบงานที่ได้มาตรฐานตามกำหนด	.4128
1.5 พนักงานตรงต่อเวลาที่นัดหมายกับลูกค้าเสมอ	.3344
2. ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า	.3795-.5804
2.1 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน	.4858
2.2 พนักงานให้เกียรติแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเสมอ	.3795
2.3 พนักงานให้บริการต่อลูกค้าด้วยความเอื้อเฟื้อและเอื้ออาทร	.4956
2.4 พนักงานให้บริการด้วยความเชื่อถือต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ	.5804
2.5 พนักงานให้บริการด้วยคำพูดที่สุภาพตลอดเวลา	.4727
3. ด้านให้บริการด้วยความเต็มใจ	.3057-.6976
3.1 พนักงานให้บริการด้วยความยินดีและเต็มใจ	.5495
3.2 พนักงานให้บริการด้วยความจริงใจ โดยไม่หวังผลตอบแทน	.6976
3.3 พนักงานให้คำแนะนำ และแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าด้วย	

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าอำนาจจำแนก รายข้อ
ความเต็มใจ	.3626
3.4 พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการที่ดีต่อลูกค้า	.3928
3.5 พนักงานมีความตั้งใจในการให้บริการเพื่อมิให้เกิด ความ	.3057
บกพร่องต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ	
4. ด้านการรักษาภาพพจน์	.2676-.6254
4.1 พนักงานแต่งกายเหมาะสมกับการให้บริการ	.5769
4.2 พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพเสมอ	.6254
4.3 พนักงานมีความรู้ ความสามารถในงานที่ให้บริการ เสมอ	.5603
4.4 พนักงานมีความยุติธรรมในการให้บริการ	.4673
4.5 พนักงานเอื้อประโยชน์ในการให้บริการต่อลูกค้าผู้มาใช้ บริการ	.2676



ภาคผนวก ค

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

คะแนนค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
X1	146.1000	336.6564	.2879	.9205
X2	146.4000	331.9385	.4280	.9190
X3	146.1000	335.2205	.3299	.9200
X4	146.5500	333.8436	.3704	.9196
X5	146.6500	339.1564	.2159	.9212
X6	146.5500	333.9974	.3659	.9196
X7	146.1000	335.2205	.3299	.9200
X8	146.6500	328.4897	.5310	.9178
X9	146.6750	325.8660	.6071	.9170
X10	146.6500	333.2590	.3889	.9194
X11	146.3500	327.7718	.5509	.9176
X12	146.4750	329.9481	.4849	.9183
X13	146.6500	328.5410	.5295	.9178
X14	146.5500	333.9974	.3659	.9196
X15	146.4000	329.5795	.4984	.9182
X16	146.5500	328.5615	.5272	.9179
X17	146.6750	329.5071	.4980	.9182
X18	146.2500	334.8077	.3432	.9199
X19	146.4000	329.3231	.5061	.9181

X20	146.4750	329.6917	.4925	.9183
X21	146.5500	326.4590	.5904	.9172
X22	146.4750	332.8712	.3983	.9193
X23	146.5500	326.3564	.5934	.9171
X24	146.6750	332.3788	.4128	.9191
X25	146.6500	335.1051	.3344	.9200
X26	146.6750	329.9173	.4858	.9183
X27	146.6750	333.5071	.3795	.9195
X28	146.5750	328.9686	.4956	.9182
X29	146.6500	326.8487	.5804	.9173
X30	146.6500	330.4385	.4727	.9185
X31	146.7000	327.7026	.5495	.9176
X32	146.7000	322.7795	.6976	.9160
X33	146.9500	335.2795	.3626	.9196
X34	147.0000	333.1282	.3928	.9193
X35	146.9750	336.0250	.3057	.9203
X36	146.5000	329.1795	.5769	.9175
X37	146.6500	325.3615	.6254	.9168
X38	146.7000	327.3436	.5603	.9175
X39	146.7000	330.4718	.4673	.9185
X40	146.4750	337.3327	.2676	.9207

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 40.0

N of Items = 40

Alpha = .9205



ภาคผนวก ง

หนังสือขอความอนุเคราะห์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โทร. ๓๐๐

ที่ บว.ว ๐๐๑๐/๒๕๕๘

วันที่ ๒๐ มกราคม ๒๕๕๘

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยโท ดร.ณัฐชัย จันทร์ชุม

ด้วย นางสาวจันทนา สุทธิบาท รหัสประจำตัว ๕๔๘๑๔๐๒๔๐๓๐๑ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค ๑๑” เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาการวิจัย

- เพื่อ ตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา ภาษา
- ตรวจสอบด้านการวัดและประเมินผล
- ตรวจสอบด้านสถิติ การวิจัย
- อื่นๆ ระบุ.....

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

RAJABHAT MAHARAKHAM UNIVERSITY

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไทวรรณ)

กณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ บว. ว ๐๐๑๐/๒๕๕๘



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑

๒๐ มกราคม ๒๕๕๘

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน

ด้วย นางสาวจันทนา สุทธิบาท รหัสประจำตัว ๕๔๘๑๔๐๒๔๐๓๐๑ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค ๑๑” เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาการวิจัย

- เพื่อ ตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา ภาษา
 ตรวจสอบด้านการวัดและประเมินผล
 ตรวจสอบด้านสถิติ การวิจัย
 อื่นๆ ระบุ.....

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ โพรวรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๑๒ - ๕๔๓๘



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โทร. ๓๐๐

ที่ บว. ๖๐๐๗๐/๒๕๕๘

วันที่ ๒๐ มกราคม ๒๕๕๘

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.กมลทิพย์ ศรีเดช

ด้วย นางสาวจันทนา สุทธิบาท รหัสประจำตัว ๕๕๘๑๔๐๒๔๐๓๐๑ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค ๑๑” เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาการวิจัย.

- เพื่อ ตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา ภาษา
- ตรวจสอบด้านการวัดและประเมินผล
- ตรวจสอบด้านสถิติ การวิจัย
- อื่นๆ ระบุ.....

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรสวรรค์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ บว. ๖๐๖๕/๒๕๕๘

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ข.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑

๒๐ มกราคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าทดลองใช้เครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย
เรียน

ด้วย นางสาวจันทนา สุทธิบาท รหัสประจำตัว ๕๕๘๑๔๐๒๔๐๓๐๑ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การเรียนรู้วัฒนธรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค ๑๑” เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าทดลองใช้เครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยกับประชากร และกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานธนาคารออมสินสาขาในภาค ๑๑ เพื่อนำข้อมูลไปทำการวิจัยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไชรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๖๒ - ๕๕๓๘



ที่ บว. ๐๐๖๘/๒๕๕๘

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑

๒๐ มกราคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการธนาคารออมสินภาค ๑๑

ด้วย นางสาวจันทนา สุทธิบาท รหัสประจำตัว ๕๔๘๑๔๐๒๔๐๓๐๑ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การเรียนรู้นวัตกรรมในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินภาค ๑๑” เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงขออนุญาตให้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยกับประชากร และกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานธนาคารออมสินสาขาในภาค ๑๑ จำนวน ๑,๐๐๒ คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน ๒๘๖ คน เพื่อนำข้อมูลไปทำการวิจัยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไชรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐-๔๓๗๒-๕๔๓๘

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวจันทนา สุทธิบาท
วันเกิด	18 มีนาคม 2529
ที่อยู่ปัจจุบัน	13 หมู่ที่ 12 ตำบล เสือโก้ อำเภอลำปำ จังหวัดมหาสารคาม 44120
สถานที่ทำงาน	ธนาคารออมสิน สาขาเขาวง
ตำแหน่ง	เจ้าหน้าที่บัญชี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2552	บริหารธุรกิจบัณฑิต การเงิน บธ.บ. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยขอนแก่น
พ.ศ. 2558	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม