

# ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงาน ของสาขานาครอ姆สินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

## Relationships between Contemporary Service Standard Orientation and Performance of Branch of Government Savings Bank in the Northeast

นัทธวัฒน์ ธรรมศาสตร์<sup>\*</sup> สุมิตรา จิราภูตินันท์<sup>2</sup> และพีรวัฒน์ ไชยล้อม<sup>3</sup>

Nutthawat Tanasatchawat\* Sumittra Jirawuttinunt<sup>2</sup> and Peerawat Chailom<sup>3</sup>

Received: May 16,2018, Revised: October 10,2018, Accepted : October 17,2018

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย กับผลการดำเนินงานของสาขานาครอ姆สินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้จัดการสาขาธนาคาร คอมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 130 คน โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคุณ และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคุณ ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้น มาตรฐานการบริการร่วมสมัยโดยรวม ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านการสร้างความเข้าใจ และด้านการบริหาร ความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้จัดการสาขาธนาคาร คอมสิน ควรให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริการมากยิ่งขึ้น โดยการมุ่งเน้นพัฒนาฐานแบบมาตรฐานการให้บริการที่มี ความเป็นมืออาชีพ และการพัฒนาศักยภาพในการให้บริการอย่างเป็นรูปธรรมและมีมาตรฐานมากขึ้น เพื่อให้ลูกค้า เกิดความพึงพอใจสูงสุดและองค์กรสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

**คำสำคัญ :** มาตรฐานการบริการร่วมสมัย ผลการดำเนินงาน ธนาคาร ครอบสิน

\* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

\* Master Student, Master of Business Administration, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

<sup>2</sup> Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

<sup>3</sup> อาจารย์ คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

<sup>3</sup> Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

## Abstract

The purpose of this study is to test the relationships between contemporary service standards and the performance of different government savings bank branches in the Northeast region.

The questionnaires were used for collecting data from 130 branch managers of the government savings bank. The data were analyzed by multiple correlation analysis and multiple regression analysis.

The results showed that the overall contemporary service standard orientation, the contemporary service standard orientation in the dimensions of modern technology, understanding, and customer relationship management positively related and affected on the overall performance. In this way, therefore, branch managers of the government saving bank should emphasize on the service standards for increasing professionalism and service capacity. The improvements will maximize consumer satisfaction and contribute to the sustainable growth of the organization.

**Keywords :** Contemporary Service Standard, Performance, Government Saving Bank

### 1. บทนำ

ในภาวะเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีการพัฒนาและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้การดำเนินธุรกิจมีความซับซ้อนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจสินค้าและบริการที่มีความหลากหลายทั้งในด้าน ของคุณภาพและราคา ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคเกิดขึ้นอยู่ตลอดมา การดำเนินธุรกิจปรับเปลี่ยนจากการแข่งขัน ด้านราคามาให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น การบริการจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ธุรกิจ นำมาใช้ในการแข่งขัน โดยหวังที่จะทำให้ลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดี การกลับมาใช้บริการซ้ำและเกิดความจงรักภักดีมากขึ้น ซึ่งในอีกมุมมองหนึ่งหากลูกค้าเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อตัวสินค้าหรือบริการจะส่งผลอย่างรุนแรงต่อตัวองค์กร ด้านการปฏิเสธ จากตัวสินค้าและบริการขององค์กร การบอกรถอย่างไร ทำให้ลูกค้าหันไปสนใจสินค้าอื่น ที่สามารถตอบ ความพึงพอใจได้มากกว่าสินค้าเดิม ทั้งนี้ยังรวมถึงพฤติกรรมการให้บริการไม่ว่าจะเป็นสีหน้า ทางาน บุคลิกภาพที่ แสดงออกในขณะให้บริการล้วนเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเช่นกัน (สอน ภูเก้าล้าน, 2557: 8) ดังนั้น มาตรฐานบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญและเป็นทบทวนสำหรับธุรกิจแบบๆทุกธุรกิจ ในปัจจุบันและอดีตที่ผ่านมา การบริการเป็นเสมือนหน้าตาขององค์กรที่สร้างความประทับใจแรกพบของลูกค้าที่ได้รับการบริการครั้งแรกเป็นอย่างดี ปัจจุบันธุรกิจเพิ่มคุณค่าโดยนำมาตรฐานการบริการใหม่ๆ มากกว่าดับคักษะภาพการบริการของธุรกิจ การให้บริการที่ ครบวงจร เพื่อให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจอื่นได้ และรองใจลูกค้าในระยะยาว (พิสิทธิ์ พิพัฒโนica กุล, 2560: เว็บไซต์) การกำหนดขั้นตอน แนวทาง และกระบวนการทำงานในองค์กรจะเป็นส่วนช่วยให้การบริการมีความชัดเจน และเป็นมาตรฐานมากขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่มีมาตรฐานกำหนดในตัวอยู่แล้วขึ้นอยู่กับผู้บริหาร จะสามารถนำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับองค์กร บุคลากร และสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากเพียงใด ซึ่งจะเป็นส่วนช่วยให้องค์กรสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ ทำให้มีผลการดำเนินงานที่ดีและสามารถประสบ ความสำเร็จทั้งในปัจจุบันและอนาคต (สมชาย ติ กิจวรรณ, 2556: 37)

ธนาคารออมสิน (Government Savings Bank) เป็นสถาบันการเงินในรูปแบบรัฐวิสาหกิจที่อยู่ภายใต้ การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง หน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ออมกับผู้ต้องการใช้เงิน โดยให้บริการผ่านทาง

ธุกรรมทางการเงิน การลงทุน เงินฝาก เงินกู้ และอื่นๆ ปัจจุบันการแข่งขันของสถาบันการเงินที่สูงไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละสถาบัน มาตรฐานการบริการ พฤติกรรมการให้บริการที่แตกต่างกันทำให้สถาบันการเงินจึงต้องปรับเปลี่ยนการให้บริการที่เน้นลูกค้ามาบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้ามากขึ้นตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไป เพื่อเพิ่มศักยภาพให้องค์กร และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งในปัจจุบันและอนาคต ทั้งนี้ธนาคารออมสิน จึงต้องมีการบริหารมาตรฐานการบริการร่วมสมัยโดยอาศัยผู้จัดการ และพนักงานทุกคนในสาขาเป็นกลไกในการบริการให้เกิดประสิทธิภาพและเป็นไปตามมาตรฐานที่องค์กรได้กำหนดไว้ ซึ่งจะส่งผลต่อการดำเนินงาน ทั้งในปัจจุบันและอนาคต (ธนาคารออมสิน, 2559: เว็บไซต์)

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย (Contemporary Service Standard Orientation) เป็นการให้ความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริการที่เข้ากับบุคลิกสมัยทำให้บุคลากรทุกคนทราบถึงบทบาทหน้าที่ วิธีการปฏิบัติต่อลูกค้าที่สอดคล้องกับนโยบายขององค์กร รวมทั้งพัฒนาระบบข้อมูลความประพฤติของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (พิสิทธิ พิพัฒโนภาคุล, 2557: เว็บไซต์) ในทุกส่วนกิจกรรมขององค์กร ผู้จัดการซึ่งเป็นผู้ที่ดูแลมาตรฐาน และการปฏิบัติงาน การทำงานที่ต่าง ๆ ของบุคลากรอย่างใกล้ชิด ย่อมทราบถึงการให้ความสำคัญกับมาตรฐาน การปฏิบัติงาน ที่นำมาใช้ในการทำงานหรือการบริหารงาน เช่น การให้บริการลูกค้า การพูดคุยกับลูกค้า การใช้เทคโนโลยีในองค์กร และในส่วนอื่นที่มีผลผลกระทบต่องาน โดยข้อมูลที่ได้ผ่านมาจากบุคลากรจะระดับปฏิบัติงาน ระดับกลางจนมาถึงผู้จัดการย่อมมีแนวโน้มของความถูกต้อง ความซัดเจนสูง และมีความน่าเชื่อถือได้ (ธนาควรออมสิน, 2559: เว็บไซต์) ซึ่งมาตรฐานการบริการร่วมสมัย สามารถวัดได้จากการทำงานขององค์กร ประกอบด้วย 1) เทคโนโลยีที่ทันสมัย (Modern Technology) 2) การสร้างบุคลิกภาพที่ดี (Good Personality) 3) การสร้างความเข้าใจ (Understanding) และ 4) การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship) (พิสิทธิ พิพัฒโนภาคุล, 2557: 90) การมีมาตรฐานในการบริการเป็นส่วนช่วยสร้างคุณภาพงานบริการให้เหนือกว่าคู่แข่ง โดยอาศัยความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และการปฏิบัติงานที่ดี เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กิตตญาณ นิรัญญาณบูรณ์, 2556: 60) ดังนั้น ผู้จัดการต้องให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริการร่วมสมัย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริการที่ สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เป็นปัจจุบัน ทำให้สามารถเพิ่มลูกค้า เพิ่มยอดขาย เพิ่มยอดเงินฝาก และอื่นๆ ที่จะส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรให้ประสบความสำเร็จได้

ผลการดำเนินงาน (Performance) เป็นผลลัพธ์ที่มาจากการดำเนินงานขององค์กรที่สำเร็จบรรลุตามเป้าหมาย และแผนงานที่ได้มีการกำหนดไว้แล้ว ทั้งในด้านของตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงินที่บ่งบอกถึงแนวทางในบริหารการทำงานขององค์กร ซึ่งวัดได้จากปริมาณและคุณภาพของผลการดำเนินงาน โดยการใช้ทรัพยากรอย่างเต็มศักยภาพและสามารถวัดผลลัพธ์ของงานหรือความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร ผลการดำเนินงานที่นำมาใช้วัดองค์กรนั้น มีองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ 1) ด้านการเงิน (Financial Perspective) 2) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) 3) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และ 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective) (นิรนิต เทียมทัน, 2555: 273-285) องค์กรที่ต้องการความสำเร็จจะต้องมีการวางแผน มีกระบวนการการทำงาน มีการบริหารงานที่เป็นมาตรฐานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่แข็งแยกระดับ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับสถาบันอื่น ๆ ได้ ซึ่งการได้มาซึ่งความสำเร็จนั้นองค์กรจะต้องมีการจัดการเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการร่วมสมัยเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งในปัจจุบันและอนาคต (พิสิทธิ พิพัฒโนภาคุล, 2557: เว็บไซต์)

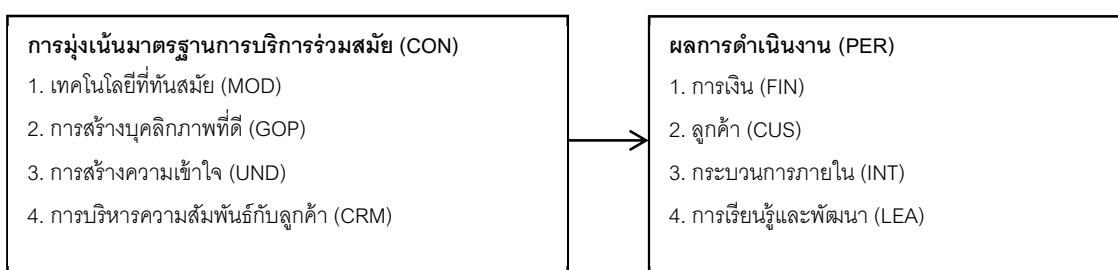
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐาน การบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์

เพื่อทดสอบว่าการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของสาขานาครออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือไม่ อย่างไร ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถใช้เป็นแนวทางการบริหารงาน พัฒนาและวางแผนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อเป็นข้อมูลและข้อเสนอแนะ สำหรับการให้ความสำคัญในการบริการงานขององค์กร สามารถช่วยในการตัดสินใจของผู้จัดการสาขาบริหารงานได้อย่างมีระบบ มีแบบแผน สร้างผลให้องค์กรประสบความสำเร็จบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้และเติบโตได้อย่างมั่นคงทุกมิติ

## 2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยได้ถูกกำหนดเป็นตัวแปรอิสระและมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

### รูปภาพประกอบ 1 โมเดลของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการและผลการดำเนินงาน



#### 2.1 การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย (Contemporary Service Standard Orientation)

การให้ความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริการในการปฏิบัติงานบริการของพนักงาน ที่มีรูปแบบและเป็นมาตรฐานเดียวกัน ทำให้พนักงานทราบถึงวิธีการปฏิบัติงานบริการในแต่ละสถานการณ์ บุคลากรทุกคนเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ วิธีปฏิบัติ รวมถึงพฤติกรรมการบริการที่ควรปฏิบัติต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่เข้ากับบุคลิกภาพและเป็นปัจจุบัน ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจประกอบด้วย (พิสิทธิ์ พิพัฒน์ไกคากุล, 2557: 90)

2.1.1 ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (Modern Technology) หมายถึง กระบวนการในการนำสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยมาปรับใช้ในองค์กร เพื่อแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า ให้ทันท่วงทีหรือขยายลดระยะเวลาและอำนวยความสะดวกให้แก่องค์กร ในการหากิจกรรมต่างๆ ให้มีความรวดเร็วและคล่องตัวมากยิ่งขึ้น

2.1.2 ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี (Good Personality) หมายถึง กระบวนการในการสร้างคุณลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์การบริการขององค์กร โดยการแสดงออกผ่านพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานที่สามารถปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมที่เผชิญอยู่ให้มีคุณลักษณะที่ดี นำไปสู่ถือและเป็นที่ยอมรับ

2.1.3 ด้านการสร้างความเข้าใจ (Understanding) หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารที่น่าเชื่อถือจากตัวองค์กรหรือพนักงานไปยังผู้ใช้บริการ โดยการมุ่งเน้นให้พนักงานและผู้ใช้บริการเข้าใจถึงเนื้อหาหรือข้อมูลร่วมกันอย่างถูกต้องและสอดคล้องกับสถานการณ์

2.1.4 ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) หมายถึงกระบวนการหรือกิจกรรมใหม่ๆ ที่องค์กรนำมาพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยการสร้างความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการให้กับลูกค้า ได้อย่างต่อเนื่อง การรักษาลูกค้าทั้งรายเก่าและรายใหม่ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในสินค้า และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่องค์กรในระยะยาว

## 2.2 ผลการดำเนินงาน (Performance)

ผลการดำเนินงาน (Performance) หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมและการปฏิบัติงาน โดยมีการวัดหรือประเมินผลเบริยบเทียบกับจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายเพื่อให้เกิดผลตามจุดมุ่งหมาย และวัดถูกระยะที่ ที่วางแผนไว้ ประกอบไปด้วย (นิรภัต เทียมทัน, 2555: 273-285)

2.2.1 ด้านการเงิน (Financial Perspectives) หมายถึง ผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องกับการเงิน โดยวิธีการดำเนินงานและการบริหารขององค์กรมีส่วนช่วยในการปรับปรุงองค์กรให้ดีขึ้น ได้แก่ การลดลงหนี้เพิ่มเติบโตของต้นทุน การเพิ่มเงินทุน ของกำไร และการตรวจสอบประสิทธิภาพทางการเงิน

2.2.2 ด้านลูกค้า (Customer Perspectives) หมายถึง ผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ในด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในด้านการรักษาลูกค้ารายเดิม การแสวงหาลูกค้ารายใหม่ และการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเนื่องจากลูกค้ามีอิทธิพลที่สูงผลกระทบโดยตรงต่อความสำเร็จในการบริหารงานขององค์กร

2.2.3 ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspectives) หมายถึง ผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการดำเนินงานภายในขององค์กร ที่ช่วยให้องค์กรสามารถนำข้อมูลต่าง ๆ มาช่วยในการสร้างคุณค่าเพื่อเดิมคงและรักษาลูกค้าไว้ โดยการพัฒนาทางด้านการดำเนินงานที่รวดเร็ว กระบวนการที่มีคุณภาพ รวมไปถึงการบริหารงานที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ

2.2.4 ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspectives) หมายถึง ผลลัพธ์ในการดำเนินงาน ที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการที่นำมาแก้ไขปัญหาและพัฒนาองค์กรในเรื่องของวิธีการ แนวคิด หรือรูปแบบใหม่ๆ ได้แก่ การฝึกอบรมพนักงาน การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดี การปรับปรุงระบบการปฏิบัติงาน และการวัดขั้นตอนการทำงานที่มีคุณภาพ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง อัญชลี สุวัฒน์โนดม (2557: บทคัดย่อ) พบว่า กลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ ด้านบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้ และพัฒนา การแสดงออกหรือการสื่อสารของผู้ให้บริการที่ดีเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วงศานา คำหา (2557: บทคัดย่อ) พบว่า กลยุทธ์การบริหารการบริการสมัยใหม่ ด้านการพัฒนางานด้านบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ด้านการเงิน ด้านลูกค้า และด้านกระบวนการ การภายใน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตราภรณ์ ทับทม (2558: บทคัดย่อ) พบว่า มาตรฐานการบริการที่ดี ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านกระบวนการภายในและด้านการเรียนรู้และพัฒนา การกำหนดกลยุทธ์โดยนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการบริการลูกค้าให้มีความเหมาะสมสมจ�นะ ไปสู่การบริการแก่ลูกค้าที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จะเห็นได้ว่าการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน จึงตั้งเป็นสมมุติฐาน ได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 : การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความสัมพันธ์และผลกระทบบวกกับผลการดำเนินงาน

สมมุติฐานที่ 2 : การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี มีความสัมพันธ์ และผลกระทบกับผลการดำเนินงาน

สมมุติฐานที่ 3 : การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างความเข้าใจ มีความสัมพันธ์ และผลกระทบกับผลการดำเนินงาน

สมมุติฐานที่ 4 : การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงาน

### 3. วิธีการดำเนินการวิจัย

#### 3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Population Simple) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 251 คน (ธนาคารออมสิน, 2560: เว็บไซต์) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม ผู้จัดการได้ดำเนินการสัมภาษณ์แบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยสัมภาษณ์กับผู้จัดการ 1 เมษาคม 2561 จำนวน 251 ฉบับ และขอความร่วมมือจากหน่วยงานในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามเป็นระยะเวลา 15 วัน นับจากได้รับแบบสอบถาม

เมื่อครบกำหนด ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับทั้ง 130 ฉบับ ซึ่งมี แบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์จำนวน 130 ฉบับ คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 51.8 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวน แบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day (2004) ได้เสนอว่า การสัมภาษณ์แบบสอบถามต้อง มีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้ว่ามีจำนวนเพียงพอที่จะนำไปวิเคราะห์ ข้อมูลต่อไป

#### 3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 4 ด้าน ดังนี้  
1) ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมการให้ความสำคัญกับการลดขั้นตอนการทำงาน ลดความผิดพลาดที่เกิดจากงาน และการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้า เพื่อไม่ให้เกิดการร้าวไหลของข้อมูล 2) ด้านการสร้างบุคลิกภาพ ที่ดี จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมการสื่อสารข้อมูลไปยังลูกค้าให้ถูกต้องและสอดคล้องกับสถานการณ์ และ 3) ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมการให้ความสำคัญกับการติดตามความต้องการของลูกค้า การมุ่งเน้น เสนอแนะสินค้าและบริการให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ผลการดำเนินงาน ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการเงิน จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุม การเพิ่มขึ้นของรายได้ กำไร ลูกค้า ล้วนแบ่งทางการตลาด และการลดลงของค่าใช้จ่าย 2) ด้านลูกค้า จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมการรักษาลูกค้ารายเดิม การแสวงหาลูกค้ารายใหม่ และความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพ ของสินค้า ความสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกๆ ด้าน ด้วยการให้สิทธิพิเศษต่างๆ อย่างครบถ้วน 3) ด้านกระบวนการภายใน จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมการใช้เทคโนโลยีใหม่ มาพัฒนาศักยภาพการทำงาน การปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานและการกำหนดนโยบายส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติงานเป็นทีม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และคุณภาพของงาน และ 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมการฝึกอบรมความรู้ ความเชี่ยวชาญ แก่พนักงาน ความสามารถในการหมุนเวียนงานของพนักงาน ฝึกทักษะให้เป็นนักบริการแบบมืออาชีพ

### 3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน และหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item total Correlation การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.427 – 0.657 และผลการดำเนินงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.510 – 0.972 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.4 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ และการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability test) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Alpha coefficient) ตามวิธีของครอนบัค (Cronbach) ซึ่งการมุ่งเน้น มาตรฐานการบริการร่วมสมัย มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า อยู่ระหว่าง 0.792 – 0.894 และผลการดำเนินงาน มีค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟ่า อยู่ระหว่าง 0.901 – 0.922 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally & Bernstein (1994) ได้นำเสนอว่า เกณฑ์การพิจารณา ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมืออยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ความมากกว่า 0.70 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

### 3.4 สถิติที่ใช้การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การทดสอบโดยพหุคูณเพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบ ของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขาวิชาการสอนสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$PER = \beta_0 + \beta_1 MOD + \beta_2 GOP + \beta_3 UND + \beta_4 CRM + \varepsilon$$

เมื่อ	PER	แทน	ผลการดำเนินงาน โดยรวม
	MOD	แทน	การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย
	GOP	แทน	การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี
	UND	แทน	การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างความเข้าใจ
	CRM	แทน	การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

## 4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปราชย

ตาราง 1 การวิเคราะห์สถิติสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานโดยรวม ของสาขาวิชาการสอนสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	PER	MOD	GOP	UND	CRM	VIF <sub>s</sub>
<b>X</b>	4.44	4.66	4.73	4.68	4.63	
S.D.	0.45	0.41	0.41	0.43	0.44	
PER	-	0.658*	0.672*	0.739*	0.713*	
MOD		-	0.712*	0.637*	0.585*	2.135
GOP			-	0.777*	0.666*	3.165
UND				-	0.799*	3.958
CRM					-	2.846

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดปัญหา Multicollinearity ดังนี้ ผู้วิจัยทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การบุกรุกมีค่าตั้งแต่ 2.135 – 3.958 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระ มีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การลดถอยกับผลการดำเนินงานของสาขานาคาออมสิน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การบุกรุก ร่วมมือ	ผลการดำเนินงานโดยรวม			t	p-value		
	สัมประสิทธิ์ การลดถอย	ความคลาดเคลื่อน					
		มาตราฐาน					
ค่าคงที่ (a)	0.074	0.314	-0.235	0.815			
ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD)	0.276	0.087	3.179*	0.002			
ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี (GOP)	0.087	0.107	0.808	0.421			
ด้านการสร้างความเข้าใจ (UND)	0.320	0.115	2.797*	0.006			
ด้านการบริหารความสัมพันธ์	0.285	0.095	3.001*	0.003			
กับลูกค้า (CRM)							
F = 72.412 p = < 0.0001 Adj R <sup>2</sup> = 0.623							

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า การบุกรุกมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน 1) ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน เนื่องจากการให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีใหม่ๆ มาเป็นมาตรฐานที่ใช้ร่วมกับการบริการ จะช่วยให้องค์กรสามารถลดขั้นตอนในการทำงาน การให้บริการมีความรวดเร็วมากขึ้น การเพิ่มช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้สามารถติดต่อกับลูกค้าได้อย่างทันท่วงที แม้ลูกค้าไม่ได้เข้ามาใช้บริการ ทำให้การดำเนินงานมีความกระชับมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาบุคลากรให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ผลลัพธ์ที่ได้จะมีส่วนช่วยในการวางแผนการพัฒนาเพื่อเปลี่ยนแปลง เพิ่มกระบวนการที่มีประสิทธิภาพสำหรับธุรกิจให้บริการ และเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับการบริการที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของจิตราภรณ์ ทับทม (2558: บทคัดย่อ) พบว่า มาตรฐานการบริการที่ดีจะมีส่วนช่วยในการวางแผนการพัฒนาเพื่อเปลี่ยนแปลง เพิ่มกระบวนการที่มีประสิทธิภาพสำหรับธุรกิจให้บริการ และเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับการบริการที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของจิตราภรณ์ ทับทม (2557: บทคัดย่อ) พบว่า วิธีการหรือแนวคิดการให้บริการใหม่ๆ และการจัดระบบเทคโนโลยีการบริการให้มีประสิทธิภาพ จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจได้ ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน และมีความเป็นมืออาชีพในด้านการให้บริการ เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดกับธุรกิจต่อไป 2) ด้านการสร้างความเข้าใจ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน เนื่องจาก การพัฒนาการสื่อสารและการนำเสนอข้อมูลไปยังลูกค้าให้มีความถูกต้อง เป็นที่น่าเชื่อถือ เป็นไปตามความจริงและสามารถตรวจสอบได้ ทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจข้อมูลไปในทิศทางเดียวกัน กับสิ่งที่องค์กรต้องการที่จะสื่อสาร และสามารถลดข้อผิดพลาดที่เกิดจากการสื่อสาร ระหว่างพนักงานกับลูกค้าหรือจากองค์กรไปยังลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของพัฒนภูมิ แสนศักดิ์ (2559 : บทคัดย่อ) พบว่า การสนับสนุนให้พนักงาน มีจิตสำนึกในการบริการที่ดี และการสื่อสารที่มีความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สามารถสร้างความ

ได้เปรียบทางด้านการบริการให้เหนือกว่าคู่แข่ง และสามารถลดขั้นตอนการสื่อสารที่ผิดพลาดลง ก่อให้เกิดผลกระทบ ดำเนินงานที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรได้ 3) ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน เนื่องจาก ธนาคารให้ความสำคัญกับการแสวงหาลูกค้ารายใหม่ และยังคงให้ความสำคัญกับลูกค้ารายเดิมควบคู่กันไป มีการดำเนินงานติดตามลูกค้าอย่างใกล้ชิด โดยการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า และการมอบสิทธิประโยชน์ต่างๆ ทางด้านการเงิน การให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า การอำนวยความสะดวกสบายเมื่อลูกค้ามาใช้บริการ จะทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกได้รับความสำคัญ จากองค์กร สงผลให้เกิดการติดตามสินค้าและบริการจากองค์กร และสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความจริงจังรักภักดีต่อองค์กรในที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hayajneh et al. (2012: abstract) พบว่า คุณภาพการให้บริการจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า และจะส่งผลกระทบต่อความจริงจังรักภักดี ความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ การบริการที่รวดเร็ว และความปลอดภัยของข้อมูล ดังนั้น บริษัท นำที่ยว่าจะต้องมีการให้บริการที่รวดเร็วสมดسانกับการให้ข้อมูลที่เป็นจริงและมีความน่าเชื่อถือ จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจและเกิดความจริงจังรักภักดีในที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Petrovic and Markovic (2012: 29-39) พบว่า องค์ประกอบสำคัญที่สุดสำหรับคุณภาพการบริการ คือการมุ่งเน้นให้พนักงานมีความพึงพอใจในการทำงาน ความพึงพอใจที่องค์กรมอบให้พนักงานเหล่านั้นจะมีแรงกระตุ้นที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพัฒนาตัวเองไปสู่การให้บริการอย่างมีอาชีพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Javadien et al. (2008: abstract) พบว่า ความจริงจังรักภักดีของลูกค้าอธิบายได้จากคุณภาพการให้บริการที่ได้รับ และความพึงพอใจของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้า ซึ่งการได้รับบริการที่รวดเร็วจะส่งผลต่อการแนะนำหรือบอกต่อไปยังลูกค้ารายอื่น และการกลับมาใช้บริการซ้ำ

## 5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

### 5.1 ข้อเสนอสำหรับการทำวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้นี้ ผู้ที่สนใจสามารถนำไปศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบุ่งเบนมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานในกลุ่มตัวอย่างอื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจการบริการ อย่างการศึกษาในครั้นี้เป็นธุรกิจอื่นๆ เช่น ธุรกิจสปา ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจเอกสารขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น เพื่อดูว่าความบุ่นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยสามารถใช้ได้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการทุกด้านธุรกิจ นอกจากนี้อาจเป็นความจำเพาะของลูกค้าแต่ละกลุ่มตัวอย่างอื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจการบริการ ที่เกี่ยวข้องกับบริการที่จับต้องไม่ได้ เป็นธุรกิจที่จับต้องได้อย่างธุรกิจการผลิต เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ เพื่อดูว่าความบุ่นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยสามารถใช้ได้กับทุกด้านธุรกิจไม่จำกัดธุรกิจบริการ หรือธุรกิจผลิต

### 5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้นี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ โดยนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจทางด้านการเงินและธุรกิจการให้บริการ ซึ่งสามารถนำข้อมูลการบุ่นเบนมาตรฐานการบริการในด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ไปประยุกต์ใช้กีกวันกับการทำงานให้มีความรวดเร็ว กระชับมากยิ่งขึ้น ด้านการสร้างความเข้าใจ โดยการพัฒนาการสื่อสารให้มีความครบถ้วนของข้อมูล เป็นที่น่าเชื่อถือและมีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน และด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ผ่านการติดตามความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่องและมอบสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสมแก่ลูกค้า นำไปปรับใช้กับการวางแผนหรือกระบวนการทำงานให้มีมาตรฐานที่ชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น จึงก่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

ดังนั้น ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน จึงควรให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย และองค์กรควรมีการจัดการเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการให้มากยิ่งขึ้น โดยการมุ่งเน้นพัฒนา รูปแบบมาตรฐานการให้บริการที่มีความเป็นมืออาชีพ และการพัฒนาศักยภาพในการให้บริการอย่างเป็นรูปธรรมและ มีมาตรฐานมากขึ้น เช่น การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการให้บริการ ทำให้การดำเนินงานมีความกระชับ สะดวก รวดเร็ว สามารถลดขั้นตอนในการทำงานที่เกี่ยวข้องได้ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดและองค์กรสามารถเติบโต ต่อไปได้อย่างยั่งยืน

## เอกสารอ้างอิง

- กตัญญู หรัญญอมบูรณ์. (2556). การจัดการการบริการ. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- จิตรภรณ์ ทับทม. (2558). ผลกระทบของมาตรฐานการบริการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย.
- วิทยานิพจน์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ชิดชัย อนุฤทธิ์. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการบริการกับประสิทธิภาพการทำงานของผู้บริหาร แผนกต้อนรับส่วนหน้าธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพจน์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัย มหาสารคาม.
- ธนาคารออมสิน. (2559). ประวัติธนาคารออมสิน. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2560, จาก <http://www.gsb.or.th/home1.aspx>
- ธนาคารออมสิน. (2560). สาขาธนาคารออมสิน. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2560, จาก <https://www.gsb.or.th/about-us/contact/Branches.aspx>
- นิรmit เทียมพัน. (2555). Balanced scorecard และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน ดิสทริบิวเตอร์.
- พัฒนกุมิ แสนศักดิ์. (2559). ผลกระทบของกลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พิสิทธิ์ พิพัฒโนภาคกุล. (2557). มาตรฐานการบริการ. ค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2561 จาก <http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/214-service-standard.html>
- พิสิทธิ์ พิพัฒโนภาคกุล. (2560). การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า. ค้นเมื่อ 22 กรกฎาคม 2560, จาก <http://www.impressionconsult.com/web/index.php/premium-article/1072-reach-your-customers-by-service-design.html>
- พิสิทธิ์ พิพัฒโนภาคกุล. (2557). บริการที่เป็นเลิศ : รหัสบริการ. กรุงเทพฯ: ดิจิมเพรสชั่น คอนเนคเต้นท์.
- วรรณคณา คาดษา. (2557). ผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารการบริการสมัยใหม่ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของ ธุรกิจสปาในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- สมชาย กิตยารยะ. (2556). ศิลปะการพูดเพื่อสร้างความร่วงเวย. กรุงเทพฯ: พิพิลเมดี้.
- ไสวณ ภูเก้าล้วน. (2557). การบริหารทรัพยากรัฐมนตรี. กรุงเทพฯ: แปลน พร็อฟ ทูตต์.
- ขัญชาติ สุวรรณโนดม. (2557). ผลกระทบของมาตรฐานการบริการที่มีต่อความจำจังหวัดค้าตีของลูกค้าชั้นนำที่ยว  
จังหวัดศรีสะเกษ. วิทยานิพจน์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2004). *Marketing research* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Black, K. (2006). *Business statistics: for contemporary decision making*. John Wiley & Sons.
- Hayajneh, O. M. R., Alsayreh, M. N., Rumman, M. A. R. A., & Nsour, M. Al. (2012). Dimensions of The Quality of Service in The Jordanian Tourism Companies and Their Relations to Customer Satisfaction. *European Scientific.*, 8(1).
- Javadein, S. R. S., Khanlari, A., & Estiri, M. (2008). Customer Loyalty in The Sport Services Industry: The Role of Service Quality, Customer Satisfaction, Commitment and Trust,. *International Journal of Human Sciences.*, 5(2).
- Petrovic, M. D., & Markovic, J. (2012). Researching Connection between Service Orientation and Work Satisfaction: A Study of Hotel Employees. *Turiza*, 16(1), 29–39.
- Nunnally, J. C., & Ira, H. B. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychological theory*. New York, NY: MacGraw-Hill.