

# ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการและผลการดำเนินงานของ ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

ดารากร ยักกะพันธ์<sup>1</sup>, มนต์รี วีรยางกูร<sup>2</sup>, วรพงศ์ ภูมิบ่อพลับ<sup>3</sup>

## บทคัดย่อ

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการและผลการดำเนินงานของธนาคาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมิติคุณภาพบริการด้านการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมิติคุณภาพบริการด้านเทคนิค ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย และศึกษาปัจจัยตัวแปรคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลจากสาขาของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย โดยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจงจาก 5 อันดับแรกของธนาคารพาณิชย์ที่มีผลการดำเนินงาน และจำนวนสาขามากที่สุด จากนั้นใช้สูตรคำนวณประชากรจำนวนแน่นอนของ Yamane ได้จำนวน 381 แห่ง อัตราการตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 52 วิเคราะห์สมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม AMOS ผลการวิเคราะห์ พบว่า โมเดลวิเคราะห์มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งให้เห็นว่า สมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเงื่อนไขในระดับการยอมรับทางสถิติ สรุปได้ว่าตัวแปรโมเดลแบบจำลองความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับ

---

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาเอก คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต  
E-mail: dr.darakorn@gmail.com

<sup>2</sup> ประธานกรรมการที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต  
จังหวัดภูเก็ต E-mail: dr.montri.br2@gmail.com

<sup>3</sup> กรรมการที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต  
E-mail: dr.worapong@hotmail.com

ผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ประกอบด้วย มิติคุณภาพ การบริการด้านการดำเนินงาน มิติคุณภาพการบริการด้านเทคนิค คุณภาพการบริการ และตัวแปรตามผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ตัวแปรมิติ คุณภาพการบริการด้านการดำเนินงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการให้บริการ และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความพึงพอใจของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ตัวแปรมิติคุณภาพการบริการด้านเทคนิค มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการให้บริการ และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความพึงพอใจของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ตัวแปรคุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ตัวแปรมิติคุณภาพการบริการด้านเทคนิค มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการและผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยสูงสุด ส่วนมิติคุณภาพการบริการด้านการดำเนินงานมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการและผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย รองลงมาผลการศึกษาที่ได้มีส่วนสอดคล้องกับ Akroush & Khatib (2009) ศึกษาเรื่องผลกระทบของมิติคุณภาพ บริการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศจอร์แดน พบว่า มิติคุณภาพการให้บริการ (ทำงานและเทคนิค) ประสิทธิภาพการทำงานของธนาคาร มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับผลการดำเนินงานทางการเงินและตัวชี้วัดของ ลูกค้าซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยครั้งนี้

**คำสำคัญ:** มิติคุณภาพบริการ คุณภาพบริการ ผลการดำเนินงาน

**ชื่อผู้ติดต่อบทความ:** ดารากร ยักกะพันธ์

**E-mail:** dr.darakorn@gmail.com

## Relationship between Commercial Banks of Thailand Services Quality and Performance

Darakorn Yakkaphan<sup>1</sup>, Montree Weerayangkul<sup>2</sup>, Woraphong Phoomiboplab<sup>3</sup>

### Abstract

The purpose of the research were to study the relationship between variables affecting functional service quality and the Commercial Thai Banks' performance. Specific factors influencing the technical service quality of the Commercial Banks of Thailand and variables influence of the factors influencing through the service quality of the Commercial Banks of Thailand were analyzed using data questionnaires. Samples were collected using specific methods from the top five ranked with the best performance and the largest number of branches. After that we used the exact demographic formula of Yamane have 381 branches. The responses were at 52 %, using the AMOS program to analyze the modeling of Structural Equation. Results revealed that the modeling equivalence was consistent with the empirical data which indicated that the Structural Equation Modeling and the Performance of the Commercial Banks of Thailand was consistent with the empirical data in the condition following of the statistical significance. Our results concluded that the relevant variables between the service

---

<sup>1</sup> D.B.A. (Management) Student, D.B.A. (Management), Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University, Phuket, 83000, Thailand. E-mail: dr.darakorn@gmail.com

<sup>2</sup> Chairman of the Advisory Board, D.B.A. (Management), Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University, Phuket, 83000, Thailand. E-mail: dr.montri.br2@gmail.com

<sup>3</sup> Advisory Board, D.B.A. (Management), Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University, Phuket, 83000, Thailand. E-mail: dr.worapong@hotmail.com

quality and the performance of the commercial banks of Thailand consisted of working service, technical service quality, service quality, which all affected the performance of Commercial Banks in Thailand. Work service quality most directly direct affected to the Banks' performance. Variables influencing technical service quality were direct and indirect service quality, and involved the relationship between the service quality and the performance of the Commercial Banks of Thailand. The Service quality variable most positively influenced the performance of the Commercial Banks of Thailand, and technical service quality variable had the highest influence on both the service quality and the performance of the Commercial Banks in Thailand. In contrast, the working service quality affected both the service quality and the performance of the Commercial Banks in Thailand respectively. The results are consistent with Mamoun N. Akroush Fahed S. Khatib (2009). They studied the impact of service quality dimensions on performance in an empirical investigation of Jordan's commercial banks. Their research findings indicated that service the service quality dimensions (functional and technical) both positively and significantly affected banks performance, and assessments based on financial performance and customer indicators are consistent with this research.

**Keywords:** Dimension of Service Quality, Service Quality, Performance

**Corresponding Author:** darakorn Yakkapan

**E-mail:** dr.darakorn@gmail.com

## บทนำ

ยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) คือ การแผ่ขยายของสินค้า บริการ บุคลากร และค่านิยมไปสู่จุดต่างๆ ของโลก กระบวนการของโลกโลกาภิวัตน์นำไปสู่ปรากฏการณ์ของโลกไร้พรมแดน (Borderless World) ตัวขับเคลื่อนที่สำคัญ (Core Driver) ที่มีส่วนในการกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของโลกาภิวัตน์ก็คือ เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในความสามารถเปรียบเทียบในเชิงการแข่งขัน (Comparative Advantage) (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์, 2555) จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อห้องค์การธุรกิจทั่วไปประสบปัญหาการแข่งขันที่ยากลำบาก และมีความรุนแรงมากขึ้น ดังนั้น การที่องค์กรธุรกิจใดจะสามารถดำรงธุรกิจต่อไปได้ในระยะยาวจำเป็นต้องสร้างความสามารถเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืนให้เกิดขึ้นภายในองค์กรธุรกิจนั้น (Mintzberg, 1994) ซึ่งสอดคล้องกับ Morris and Karatko (2002) ที่กล่าวไว้ในงานวิจัยซึ่งเกี่ยวกับแนวทางการคงอยู่ขององค์กรธุรกิจในระยะยาว จะต้องหาข้อได้เปรียบในเชิงแข่งขันอย่างยั่งยืน (Sustainable Competitive Advantage)

ประเทศในอาเซียนรวมตัวเป็น ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asian Economics Community: AEC) การรวมตัว 10 ประเทศ โดยมีไทย พม่า ลาว เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ กัมพูชา และบรูไน เพื่อที่จะให้มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกัน จะมีรูปแบบคล้ายๆ กลุ่ม Euro Zone จะทำให้มีผลประโยชน์อำนาจต่อรองต่างๆ กับคู่ค้าได้มากขึ้นและการนำเข้า ส่งออกของชาติในอาเซียนก็จะเสรี ยกเว้นสินค้าบางชนิดที่ แต่ละประเทศอาจจะขอไว้ไม่ลดภาษีนำเข้า ซึ่งเรียกว่าสินค้าอ่อนไหว (ทีมเศรษฐกิจไทยรัฐ, 2556)

การเปิดเสรีภาคการเงินและเงินทุนเคลื่อนย้ายทำให้นักลงทุนต่างประเทศให้ความสนใจมากเพราะเป็นโอกาสที่จะเข้ามาทำกำไรในตลาดเงิน และตลาดทุนในภูมิภาคอาเซียนได้อย่างเสรีมากขึ้น ทำให้ระบบการเงินไทยต้องเตรียมความพร้อมรับมือ ขณะเดียวกันเพื่อรองรับการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนที่จะเชื่อมต่อกตลาดและฐานการผลิตเป็นหนึ่งเดียว ระบบการเงินไทยจำเป็นต้องเร่งเตรียมการที่จะทำหน้าที่เป็นถนน เป็นสะพาน และเป็นสาธารณูปโภคเพื่ออำนวยความสะดวกทางการเงิน ในด้านการค้า การลงทุน และการย้ายฐานการผลิตของไทยด้วยเมื่อการแข่งขันสูงขึ้น

สถาบันการเงินต่างๆ ในระบบต่างต้องปรับตัวมากขึ้นและเร็วขึ้น เพื่อให้สามารถฉกฉวยโอกาสในการได้ลูกค้ารายใหม่และบริการที่ให้ออกดีกว่า ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าพึงพอใจในบริการมากกว่าเป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้า แต่ยังมีหลายสถาบันการเงินพยายามดึงดูดลูกค้ารายใหม่ด้วยแข่งขันด้านราคา (Price) เช่น การยกเว้นค่าธรรมเนียมการถอนเงิน การโอนเงิน เป็นต้น ซึ่งธนาคารเหล่านั้นต้องยอมจ่ายค่าธรรมเนียมให้กับธนาคารเจ้าของตู้เอทีเอ็มแทนธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ของไทยพยายามหาวิธีการทั้งทางคู่แข่งด้วยวิธีการต่างๆ ภายใต้ต้นทุนที่จำกัด กลยุทธ์ขององค์กรแห่งนวัตกรรม องค์กรแห่งความคิดสร้างสรรค์ องค์กรที่มีความคิดริเริ่มคิดชอบต่อสังคม องค์กรที่มุ่งเน้นการบริการเป็นเลิศ องค์กรแห่งการสร้างความสุข องค์กรแห่งการสร้างความรู้ความผูกพัน หรือองค์กรที่มุ่งสู่การแข่งขัน กลยุทธ์ใดที่องค์กรจะเลือกใช้เพื่อประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาผลงานของนักวิชาการหลายท่านเกี่ยวกับคุณภาพการบริการขององค์กร พบว่า ลูกค้าซึ่งอยู่ในฐานะผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบริการกำหนดคุณภาพบริการรวม 5 ปัจจัย เพื่อกำหนดและประเมินคุณภาพการบริการที่ตนได้รับ ประกอบด้วย ความเชื่อถือได้ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การเอาใจใส่ (Empathy) ความมั่นใจ (Assurance) และการสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility) (Parasuraman, 1985) ซึ่งเป็นมิติคุณภาพการให้บริการด้านการดำเนินงาน (Functional Quality) เพียงด้านเดียว แต่ในปัจจุบันยุคพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีระบบการสื่อสารมีความทันสมัยมากขึ้น ลูกค้าหันมาใช้โทรศัพท์มือถือ (Smart Phone) ในการทำธุรกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นธุรกรรมทางการเงินหรือการซื้อสินค้า ประกอบกับโปรแกรมในโทรศัพท์ที่มีความทันสมัยมากขึ้น ผู้วิจัยพบว่ายังมีงานวิจัยด้านบริการอยู่น้อยมากที่ศึกษาถึงมิติคุณภาพการบริการด้านเทคนิค (Technical Service Quality) ซึ่งประกอบด้วยตู้บริการเงินสดอัตโนมัติ (Automatic teller machine: ATM) ธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) ศูนย์บริการลูกค้า (Call Center Services) และระบบคิว (Queue Systems) (Sangeetha, 2012) ซึ่งดูเหมือนว่าจะมีความสำคัญมากในยุคปัจจุบัน อาจจะเป็นเพราะว่าในอดีตความทันสมัยด้านระบบอินเทอร์เน็ตยังช้ามากเมื่อเทียบกับ

ระบบ 3G (Third Generation) และ 4G (Forth Generation) ในปัจจุบันทำให้ในอดีตยังไม่มีผู้วิจัยคุณภาพบริการด้านเทคนิคมากนัก

ผลการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึงตัวแปรใหม่ๆ ของคุณภาพบริการ (Service Quality: SQ) กว่าที่ผ่านมาในอดีต ซึ่งเป็นประโยชน์ที่ธนาคารพาณิชย์ของไทยสามารถนำไปใช้เป็นกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับธนาคารต่างประเทศได้อีกทั้งยังสามารถนำไปปรับใช้กับอุตสาหกรรมด้านอื่นๆ ได้โดยเฉพาะธุรกิจบริการ เช่น ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร ธุรกิจห้างสรรพสินค้า เป็นต้น โดยเฉพาะมิติคุณภาพบริการด้านเทคนิคที่ธุรกิจบริการต้องปรับตัวเพื่อรองรับเทคโนโลยีการโอนเงิน การจ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคาร เพื่อตอบสนองลูกค้าที่มาใช้บริการในองค์กร

## วัตถุประสงค์

การศึกษความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการและผลการดำเนินงานของธนาคารมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมิติคุณภาพบริการด้านการทำงาน of ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด ได้แก่ ความเป็นรูปธรรม ความเชื่อมั่นไว้วางใจ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และการเข้าใจรู้จักลูกค้า

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมิติคุณภาพบริการด้านเทคนิคของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยประกอบด้วย 6 ตัวชี้วัด ได้แก่ เครื่องฝากถอนเงินสด ธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต บริการเครื่องรับบัตร ศูนย์บริการลูกค้า และระบบคิว

3. เพื่อศึกษาปัจจัยตัวแปรคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด ได้แก่ ด้านรูปแบบการให้บริการ ด้านอัตราค่าบริการของธนาคาร ด้านพนักงานธนาคาร ด้านศูนย์บริการแบบสาขาของธนาคาร และด้านความพึงพอใจโดยรวม มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด ได้แก่ ผลการดำเนินงานทางการเงิน ผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ทางการเงิน และผลการดำเนินงานด้านลูกค้า

## การทบทวนวรรณกรรม และกรอบแนวคิด และสมมติฐานการวิจัย

### การทบทวนวรรณกรรม

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือประโยชน์เชิงนามธรรม ซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้นๆ อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้ (Kotler, 2000) Parasuraman, Berry and Zeithaml (1993) เสนอว่า คุณภาพขึ้นอยู่กับความรู้สึกของผู้บริโภค (Consumer Perception) ซึ่งหมายถึงคุณภาพการบริการในด้านของผู้บริโภคเกิดจากการเปรียบเทียบความคาดหวังในบริการ และสิ่งที่ผู้รับบริการคิดว่าได้รับจากการบริการนั้น บริการจะมีคุณภาพเมื่อผู้รับบริการได้รับสิ่งที่คาดหวังไว้ Gronroos (1990) กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพบริการประกอบไปด้วย 2 ลักษณะ คือ ลักษณะทางด้านเทคนิคหรือผลที่ได้และลักษณะตามหน้าที่หรือความสัมพันธ์ของกระบวนการ โดยที่คุณภาพด้านเทคนิคเป็นการพิจารณาเกี่ยวกับผู้ให้บริการจะใช้เทคนิคอะไรที่จะทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดความพอใจตามความต้องการพื้นฐาน Kang and James (2004) ได้ศึกษาถึงมิติคุณภาพการให้บริการ โดยการตรวจสอบโมเดลคุณภาพบริการของ Gronroos ซึ่งได้เสนอว่าคุณภาพการให้บริการประกอบด้วยสามมิติ คือ คุณภาพบริการด้านการทำงาน คุณภาพบริการด้านเทคนิค และคุณภาพบริการด้านภาพลักษณ์เป็นตัวกรองในคุณภาพการให้บริการ Akroush & Khatib (2009) ศึกษาเรื่องผลกระทบของมิติคุณภาพบริการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศจอร์แดนพบว่า มิติคุณภาพการให้บริการ (ทำงานและเทคนิค) ประสิทธิภาพการทำงานของธนาคารมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญประเมินตามผลการดำเนินงานทางการเงินและตัวชี้วัดของลูกค้าและ Sangeetha (2012) ได้พัฒนามาตรวัดคุณภาพบริการสำหรับการเชื่อมต่อเทคโนโลยีในธนาคารพาณิชย์ เพื่อพัฒนาระดับคุณภาพการให้บริการ โดยการระบุขนาดที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผ่านการเชื่อมต่อเทคโนโลยีต่างๆ ในธุรกิจธนาคาร โดยมุ่งศึกษาช่องทางบริการอิเล็กทรอนิกส์-อินเทอร์เน็ต และช่องทางธนาคารทางโทรศัพท์ พยายามที่จะทำการสำรวจอิทธิพลของการเชื่อมต่อเทคโนโลยีต่างๆ ในด้านคุณภาพการให้บริการของธนาคาร เช่น ตู้เอทีเอ็มธนาคารทางโทรศัพท์

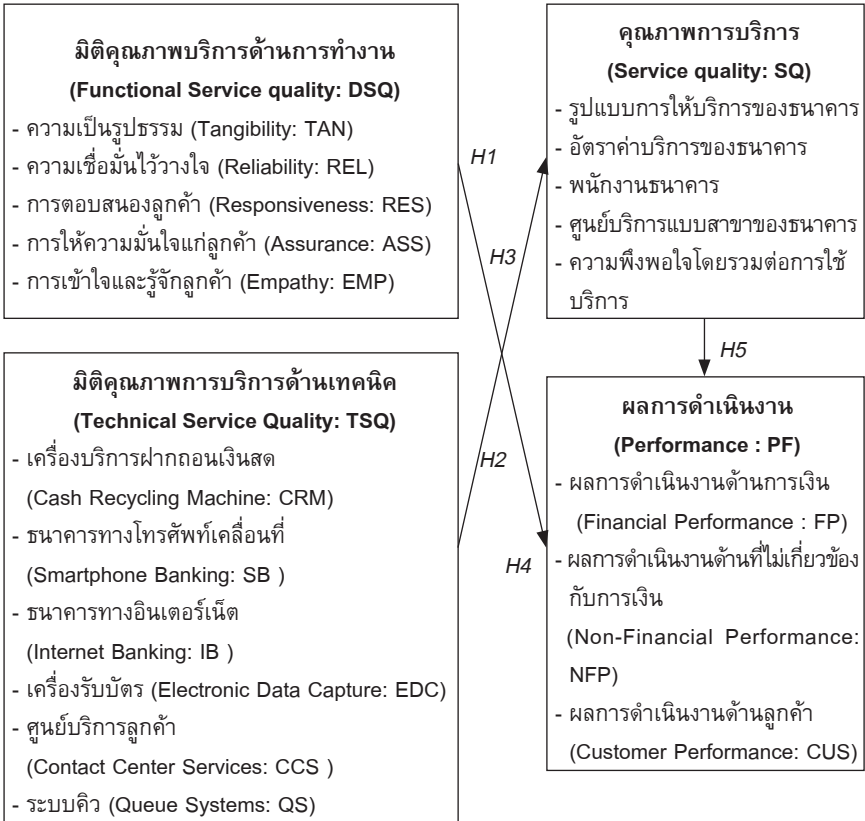


ศูนย์บริการ ระบบคิว ในสาขาอื่นๆ ที่ลูกค้าใช้ในการรวมกัน เพื่อวัดเทคโนโลยี การติดต่อคุณภาพการให้บริการ (TISQ) การศึกษา พบว่า เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพช สำหรับคุณภาพการให้บริการในธนาคาร สามารถเขียนเป็นโครงสร้างแนวความคิดได้ 7 ปัจจัยประกอบด้วย (1) คุณภาพการให้บริการตู้เอทีเอ็ม (2) คุณภาพการให้บริการด้านการธนาคารทางโทรศัพท์ (3) คุณภาพบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (4) คุณภาพ ศูนย์บริการ (5) คุณภาพการให้บริการระบบคิวและมีตัวแปรแฝง 2 ตัวปัจจัย คือ (1) คุณภาพการให้บริการผลิตภัณฑ์หลัก และคุณภาพราคา

### กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Framework) ได้ถูกพัฒนาขึ้นมาจากการทบทวนวรรณกรรมและนำไปผ่านการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face Validity) ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญเชิงโมเดลลิสเรล จำนวน 1 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ จำนวน 1 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการจำนวน 1 ท่าน ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ด้านความตรงเชิงเนื้อหา ที่เกี่ยวกับความสอดคล้องของคำถามกับคำนิยามเชิงปฏิบัติการ ความครอบคลุมและความชัดเจนของแบบสอบถาม ความถูกต้องและความเหมาะสมของการใช้ภาษา และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ กรอบความคิดในการวิจัยมีตัวแปรต่างๆ ประกอบด้วย (1) ตัวแปรอิสระ คือ มิติคุณภาพบริการด้านการทำงาน (Dimension of Service Quality: DSQ) ประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด ได้แก่ ความเป็นรูปธรรม (Tangibility: TAN) ความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Reliability: REL) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness: RES) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance: ASS) และการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy: EMP) มิติคุณภาพบริการด้านเทคนิค (Dimension of Technical Service Quality: DTS) ประกอบด้วย 6 ตัวชี้วัด ได้แก่ เครื่องฝากถอนเงินสด (Cash Recycling Machine: CRM) ธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Smartphone Banking: SB) ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (Internet Banking: IB) บริการเครื่องรับบัตร (Electronic Data Capture: EDC) ศูนย์บริการลูกค้า (Contact Center Services: CCS) และระบบคิว (Queue Systems: QS) ตัวแปรขึ้นกลาง คือ คุณภาพ

การบริการ (Service Quality: SQ) (2) ตัวแปรชั้นกลาง คือ คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ อัตราค่าบริการของธนาคาร พนักงานธนาคาร ศูนย์บริการแบบสาขาของธนาคาร และด้านความพึงพอใจโดยรวม (3) ตัวแปรตาม คือ ผลการดำเนินงาน (Performance: PF) ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด ได้แก่ ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance: FP) ผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ทางการเงิน (Non-Financial Performance: NFP) และผลการดำเนินงานด้านลูกค้า (Customer Performance: CUS) ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### สมมติฐานการวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ทั้งหมด 5 สมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ( $H^1$ ): มิตติคุณภาพบริการด้านการดำเนินงานมีความสัมพันธ์ทางตรงกับคุณภาพบริการ

สมมติฐานที่ 2 ( $H^2$ ): มิตติคุณภาพบริการด้านเทคนิคมีความสัมพันธ์ทางตรงกับคุณภาพบริการ

สมมติฐานที่ 3 ( $H^3$ ): มิตติคุณภาพบริการด้านการดำเนินงานมีความสัมพันธ์ทางอ้อมกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 4 ( $H^4$ ): มิตติคุณภาพบริการด้านเทคนิคมีความสัมพันธ์ทางอ้อมกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 5 ( $H^5$ ): คุณภาพบริการมีความสัมพันธ์ทางตรงกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากร กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่จะศึกษาในครั้งนี้ คือ ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา และธนาคารกรุงไทย จากธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 15 แห่ง สาเหตุที่ผู้วิจัยเลือกกลุ่มประชากรดังกล่าวเนื่องมาจากเป็นธนาคารพาณิชย์ทั้ง 5 แห่งเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีผลการดำเนินงานที่ดี มีจำนวนสาขามากที่สุด 5 อันดับแรก จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและมีสาขากระจายตัวทุกในพื้นที่ของประเทศไทย ดังนั้น ผู้วิจัยพิจารณาเห็นว่าเหมาะสมที่จะเป็นตัวแทนธนาคารพาณิชย์ของประเทศไทย และสามารถใช้เป็นประชากรในการทำวิจัยครั้งนี้ได้โดยให้ผู้บริหารระดับผู้จัดการสาขาเป็นตัวแทนในการตอบแบบสอบถาม

## เทคนิคการสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากธนาคารพาณิชย์ทั้ง 5 แห่ง มีจำนวนสาขากระจายตัวทุกภาคของประเทศไทย จำนวน 5,262 สาขา ผู้วิจัยได้ใช้สูตรประชากรมีจำนวนแน่นอน (Finite population) ของ Yamane (1973) (อ้างถึงในกัลยา วาณิชย์บัญชา, 2546) สรุปจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดไม่ต่ำกว่า 372 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามออนไลน์ส่งถึงผู้จัดการธนาคารจำนวน 735 คน ตอบกลับมา 381 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ซึ่งจำนวนประชากรที่ได้รับการคัดเลือก ใกล้เคียงกับจำนวนประชากรของนักวิจัยคนอื่นที่ได้ศึกษาก่อนหน้านี้ ของ Akroush & Khatib (2009) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่องผลกระทบของมิติคุณภาพการบริการต่อผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศจอร์แดน ใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์ผู้จัดการสาขาจำนวน 390 ตัวอย่าง

## การเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีวิเคราะห์ การแปลผล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสร้างขึ้นเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจากผู้จัดการสาขาธนาคารพาณิชย์ไม่ต่ำกว่า 381 สาขาทั่วประเทศ โดยมี 3 ส่วนหลัก คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Response Question) แบบให้เลือกตอบหลายข้อ (Multiple Choice) แต่ละข้อคำถามมีระดับการวัดข้อมูลประเภทต่างๆ ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้บริการที่มีมิติคุณภาพด้านการทำงาน และมีมิติคุณภาพด้านเทคนิคเป็น และคุณภาพบริการแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) และส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการผลการดำเนินงานเป็นแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 โดยศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการและโครงสร้างของตัวแปรที่ต้องการศึกษา

ขั้นตอนที่ 2 สร้างข้อคำถามตามนิยามเชิงปฏิบัติการ ในกรณีตัวแปรที่มีผู้พัฒนาเครื่องมือวัดและทดลองใช้มาแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อความในเครื่องมือนั้นมาปรับปรุงแก้ไข

ให้เหมาะสมกับบริบทและกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษา โดยการทำความเข้าใจเนื้อหาของแบบสอบถามเดิมซึ่งเป็นภาษาต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ) (Akroush & Khatib, 2009) จากนั้นจึงแปลเนื้อหาข้อความของแบบสอบถามให้เป็นภาษาไทย และดำเนินการปรับเนื้อหาของคำถามให้เหมาะสมกับการทดสอบตัวแปรของงานวิจัยนี้ หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นมา พร้อมทั้งแบบสอบถามฉบับเดิมที่เป็นภาษาต่างประเทศเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมเพื่อขอคำแนะนำ รวมถึงการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาของข้อความเดิมกับคำถามที่พัฒนาขึ้นมา หลังจากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับร่าง

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสอบถามฉบับร่าง พร้อมทั้งรายละเอียดเกี่ยวกับเค้าโครงคุษฎีนิพนธ์ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face Validity) ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญเชิงโมเดลสมการโครงสร้าง จำนวน 1 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์จำนวน 1 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการจำนวน 1 ท่าน ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ด้านความตรงเชิงเนื้อหาที่เกี่ยวกับความสอดคล้องของคำถามกับคำนิยามเชิงปฏิบัติการ ความครอบคลุมและความชัดเจนของแบบสอบถาม ความถูกต้องและความเหมาะสมของการใช้ภาษา และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่น ๆ ซึ่งผลการพิจารณาผู้วิจัยคัดเลือกคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 60 % ขึ้นไป หรือมีค่าความสอดคล้องระหว่าง 0.6 - 1.0 และผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขข้อกำหนดที่ไม่เหมาะสมตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยดำเนินการตามลำดับ 3 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาจะใช้ร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นร้อยละ (Percentage)

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์หาค่าสถิติโดยใช้ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลผลแบบสอบถามส่วนนี้ มีเกณฑ์คะแนนตามวิธีการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542)

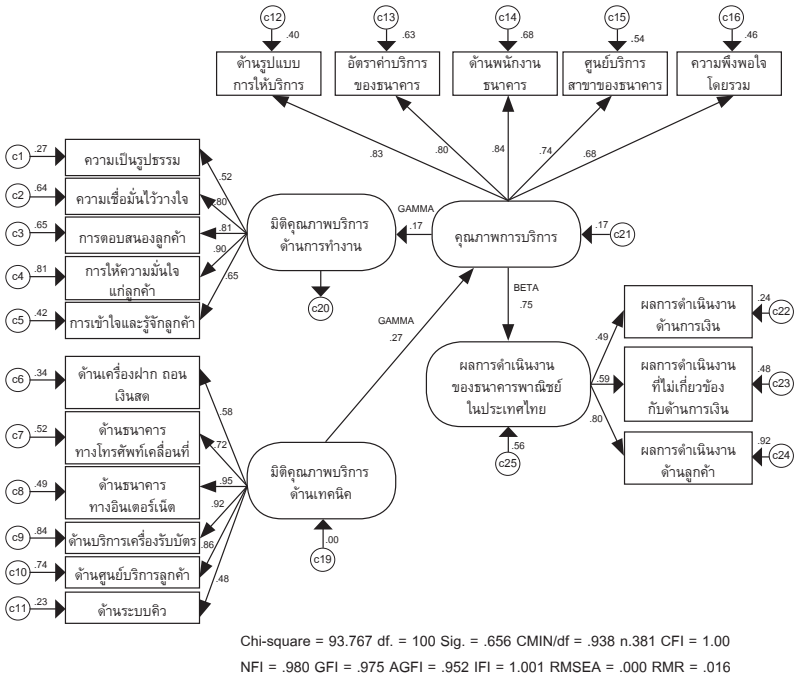
ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ จะนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อโดยใช้ค่าสถิติต่างๆ ในการวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมเอมอส (AMOS) เป็นผลของการสังเคราะห์วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำคัญ 3 วิธี การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis: PA) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structure Equation Modeling: SEM) โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยมีหลักการที่สำคัญในการวิเคราะห์คือ การเปรียบเทียบเมทริกซ์ความแปรปรวน ความแปรปรวนร่วมที่ได้จากข้อมูลเชิงประจักษ์กับเมทริกซ์ที่ได้จากค่าประมาณที่คำนวณได้ เพื่อใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลการวิจัยที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542)

## ผลการวิจัยและอภิปรายผล

### ผลการวิจัย

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า โมเดลสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ที่สอดคล้องกับตามแนวคิดของ Hair et al. (1998; 2006) และ Bollen (1989) แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า Chi-Square = 93.767 df = 100 Sig. = 0.656 > 0.05 และ CMIN/df. = 0.938 < 3.0 ผลการวิเคราะห์จากการปรับโมเดล พบว่า ตัวนี้ จำนวน 7 ตัวมีความสอดคล้องและค่าสถิติเหล่านี้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ซึ่งให้เห็นว่าสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเงื่อนไขในระดับการยอมรับทางสถิติ จึงกล่าวสรุปได้ว่าตัวแปรในโมเดลแบบจำลองความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ประกอบด้วยมิติคุณภาพการบริการด้านการดำเนินงาน มิติคุณภาพการบริการด้าน

การเทคนิค คุณภาพการบริการและตัวแปรตามผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยนั้นมีความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์การกำหนดค่าซึ่งแสดงว่าโมเดลในการวัดนี้มีความเที่ยงตรง หรือ OK Fit Confirm ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 สมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย หลังปรับโมเดล

ผลการวิเคราะห์ทดสอบสมการเชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุแบบจำลองความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐาน ซึ่งเป็นค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่จะบ่งบอกอิทธิพลของตัวแปร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 ดังแสดงในตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** สรุปผลอิทธิพลสมการเชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุแบบจำลองความสัมพันธ์ของ  
คุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

ตัวแปร	อิทธิพล	คุณภาพบริการ	ผลการดำเนินงาน
มิติคุณภาพการบริการ ด้านการทำงาน	อิทธิพลทางตรง	0.17***	-
	อิทธิพลทางอ้อม	-	0.13***
	อิทธิพลโดยรวม	0.17***	0.13***
มิติคุณภาพการบริการ ด้านเทคนิค	อิทธิพลทางตรง	0.27***	-
	อิทธิพลทางอ้อม	-	0.20***
	อิทธิพลโดยรวม	0.27***	0.20***
คุณภาพบริการ	อิทธิพลทางตรง	-	0.75***
	อิทธิพลทางอ้อม	-	-
	อิทธิพลโดยรวม	-	0.75***
$R^2$		0.17***	0.56***

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

จากตารางที่ 1 สามารถนำมาสรุปผลการทดสอบตามสมมติฐานการวิจัยดังนี้

1. ตัวแปรมิติคุณภาพการบริการด้านการทำงาน ประกอบด้วย 5 ตัวแปรแฝง ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีค่าอำนาจสัมพันธ์ที่ถดถอยระหว่าง 0.52 - 0.90 โดยผลการทดสอบ พบว่า มิติคุณภาพการบริการด้านการทำงานมีอิทธิพลต่อการอธิบายแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย โดยมีอิทธิพลทางตรงจำนวน 1 ด้าน และมีอิทธิพลทางอ้อม 1 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1.1 สมมติฐานที่ 1 คือ มิติคุณภาพบริการด้านการทำงานมีความสัมพันธ์ทางตรงกับคุณภาพบริการ ผลการวิเคราะห์ทดสอบสมการเชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุพบว่า มิติคุณภาพการบริการด้านการทำงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพ



การให้บริการมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.17 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.06 มีค่า t-value เท่ากับ 3.314 และ ค่า Sig. = 0.000 < 0.001 โดยมีทัศนคติคุณภาพการบริการด้านการดำเนินงานสามารถอธิบายอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการในสมการโครงสร้างความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยได้ร้อยละ 17 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 ดังนั้น ยอมรับสมมติฐานที่ 1

1.2 สมมติฐานที่ 3 คือ มีทัศนคติภาพบริการด้านการดำเนินงานมีความสัมพันธ์ทางอ้อมกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ทดสอบสมการเชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุ พบว่า มีทัศนคติภาพการบริการด้านการดำเนินงานมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย โดยผ่านมาจากด้านคุณภาพการให้บริการมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐานรวม เท่ากับ 0.13 ( $0.17 \times 0.75$ ) ดังนั้น ยอมรับสมมติฐานที่ 3

2. ตัวแปรทัศนคติภาพการบริการด้านเทคนิค ประกอบด้วย 6 ตัวแปรแฝง ได้แก่ ด้านเครื่องฝากถอนเงินสด ด้านธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านธนาคารทางอินเทอร์เน็ตด้านบริการเครื่องรับบัตร ด้านศูนย์บริการลูกค้า และด้านระบบคิว มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.48–0.95 โดยผลการทดสอบ พบว่า มีทัศนคติภาพการบริการด้านเทคนิคมีอิทธิพลต่อการอธิบายแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย โดยมีอิทธิพลทางตรง จำนวน 1 ด้าน และมีอิทธิพลทางอ้อม 1 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

2.1 สมมติฐานที่ 2 คือ มีทัศนคติภาพบริการด้านเทคนิคมีความสัมพันธ์ทางตรงกับคุณภาพบริการ ผลการวิเคราะห์ทดสอบสมการเชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุ พบว่า มีทัศนคติภาพการบริการด้านเทคนิคมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.27 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 มีค่า t-value เท่ากับ 3.973 และค่า Sig. = 0.000 < 0.001 โดยมีทัศนคติภาพการบริการด้านการดำเนินงานสามารถอธิบายอิทธิพล

ต่อคุณภาพการให้บริการในสมการโครงสร้างความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยได้ร้อยละ 17 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 ดังนั้น ยอมรับสมมติฐานที่ 2

2.2 สมมติฐานที่ 4 คือ มิตินคุณภาพบริการด้านเทคนิคมีความสัมพันธ์ทางอ้อมกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย บริการ ผลการวิเคราะห์ทดสอบสมการเชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุ พบว่า มิตินคุณภาพการบริการด้านการเทคนิคมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยโดยผ่านมาจากด้านคุณภาพการให้บริการมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.20 ( $0.27 \times 0.75$ ) ดังนั้น ยอมรับสมมติฐานที่ 4

3. ตัวแปรคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย 5 ตัวแปรแฝง ได้แก่ ด้านรูปแบบการให้บริการ ด้านอัตราค่าบริการของธนาคาร ด้านพนักงานธนาคาร ด้านศูนย์บริการแบบสาขาของธนาคาร และด้านความพึงพอใจโดยรวม มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.68 - 0.84 โดยผลการทดสอบ พบว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการอธิบายแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย โดยมีอิทธิพลทางตรงจำนวน 1 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

3.1 สมมติฐานที่ 5 คือ คุณภาพบริการมีความสัมพันธ์ทางตรงกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ทดสอบสมการเชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุ พบว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.75 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.07 มีค่า t-value เท่ากับ 10.78 และ ค่า Sig. = 0.000 < 0.001 โดยคุณภาพการบริการสามารถอธิบายอิทธิพลต่อผลการดำเนินการในสมการโครงสร้างความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยได้ร้อยละ 56 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 ดังนั้น ยอมรับสมมติฐานที่ 5 จากผลการทดสอบสมมติฐานทั้งหมดสามารถสรุปเป็นตารางได้ดังตารางที่ 2

## ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ข้อสมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1	มิติคูณภาพบริการด้านการทำงานมีความสัมพันธ์ทางตรงกับคุณภาพบริการของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย	สนับสนุนสมมติฐาน
2	มิติคูณภาพบริการด้านเทคนิคมีความสัมพันธ์ทางตรงกับคุณภาพบริการของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย	สนับสนุนสมมติฐาน
3	มิติคูณภาพบริการด้านการทำงานมีความสัมพันธ์ทางอ้อมกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย	สนับสนุนสมมติฐาน
4	มิติคูณภาพบริการด้านเทคนิคมีความสัมพันธ์ทางอ้อมกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย	สนับสนุนสมมติฐาน
5	คุณภาพบริการมีความสัมพันธ์ทางตรงกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย	สนับสนุนสมมติฐาน

## อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้พัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบจำลองความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยจากโมเดลของ Akroush & Khatib (2009) ร่วมกับโมเดลของนักวิชาการคนอื่น ๆ อาทิ Gronroos (1984), Kang and James (2004) และ Sangeetha (2012) ซึ่งมีจุดเด่นที่แตกต่างกันโดยพัฒนาเป็นโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบจำลองความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ผลจากการวิจัยพบว่าโมเดลวิเคราะห์มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ชี้ให้เห็นว่าสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเงื่อนไขในระดับการยอมรับทางสถิติ

## สรุปผลการวิจัย

จึงกล่าวสรุปได้ว่าตัวแปรในโมเดลแบบจำลองความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ประกอบด้วย มิติคุณภาพการบริการด้านการดำเนินงาน มิติคุณภาพการบริการด้านการเทคนิค คุณภาพการบริการและตัวแปรตามผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ตัวแปรมิติคุณภาพการบริการด้านการดำเนินงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการให้บริการ และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ตัวแปรมิติคุณภาพการบริการด้านการเทคนิคมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการให้บริการ และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ตัวแปรคุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ผลการวิจัยยัง พบว่า ตัวแปรมิติคุณภาพการบริการด้านการเทคนิคมีอิทธิพลต่อต่อคุณภาพการให้บริการและผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย รองลงมา ซึ่งข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการนำผลการวิจัยไปใช้สร้างองค์ความรู้ใหม่ กล่าวคือ จากแนวคิดดั้งเดิมของนักวิชาการหลายท่าน อาทิเช่น Gronroos, (1990), Berry & Parasuraman (1990) ศึกษาถึงมิติคุณภาพการบริการด้านการดำเนินงาน ประกอบด้วย 5 ตัวแปรแฝง ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีความสัมพันธ์กับคุณภาพบริการ แต่จากข้อค้นพบครั้งนี้ พบว่า ถึงแม้มิติคุณภาพการบริการด้านการดำเนินงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณภาพการให้บริการ แต่ก็มีอิทธิพลน้อยกว่ามิติคุณภาพการบริการด้านการเทคนิคต่อคุณภาพการให้บริการ

ผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า มิติคุณภาพการบริการด้านการเทคนิค อาทิเช่น ด้านเครื่องฝากถอนเงินสด ด้านธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านธนาคารทางอินเทอร์เน็ตด้านบริการเครื่องรับบัตร ด้านศูนย์บริการลูกค้า และด้านระบบคิว

มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการและผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยสูงที่สุดในยุคปัจจุบัน ดังนั้น องค์กรธุรกิจในปัจจุบันอาจจะต้องนำผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้มาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อตอบโจทย์เป้าหมายที่วางไว้นั้นก็คือ ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นด้านการเงิน ด้านที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเงินหรือด้านลูกค้าก็ตาม จากผลการศึกษา พบว่า การบริการที่ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยให้ความสำคัญกับมิติคุณภาพการบริการด้านการเทคนิคมาเป็นอันดับหนึ่งนั้นแสดงให้เห็นว่ามิติคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธนาคารไม่ว่าจะเป็นด้านการเงิน ด้านที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเงิน และด้านลูกค้ามากที่สุด ซึ่งจะแตกต่างกับในอดีตที่มีการเน้นมิติคุณภาพการบริการด้านการดำเนินงานเป็นสำคัญ ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้อาจจะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารองค์กรธุรกิจอื่นๆ นอกเหนือจากธนาคารพาณิชย์ เพื่อใช้เป็นแนวทางวางแผนกลยุทธ์องค์กรเพื่อให้ได้ผลการดำเนินงานของธุรกิจที่ดีต่อไป

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการสอบถามความคิดเห็นจากผู้บริหารสาขาของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งอาจจะมึมุมมองความคิดที่แตกต่างจากลูกค้าผู้ใช้บริการของธนาคารในบางแง่มุม ในส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้แบบสอบถามแบบส่งทางอีเมล ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละภาคของประเทศไทยไม่สม่ำเสมอเพราะมีข้อจำกัดเรื่องเวลาของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อจำกัดของการวิจัยในครั้งนี้

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำมาเป็นแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจการใช้บริการของลูกค้า เช่น แปรนตัสสินค้า ความจงรักภักดีของลูกค้า และอาจจะใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ อาทิ การสนทนากลุ่ม (Focus Group) หรือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

เป็นต้น เพื่อให้ได้ปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ที่กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

2. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาความสัมพันธ์ของ มิติคุณภาพการบริการ ด้านการทำงาน มิติคุณภาพการบริการด้านการเทคนิคกับผลการดำเนินงานในธุรกิจ การให้บริการอื่นๆ อาทิเช่น ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจโรงแรม เป็นต้น เพื่อนำผลที่ค้นพบ ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางด้านการตลาดต่อไป

3. การวิจัยครั้งนี้มีหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) เป็นระดับองค์กรธุรกิจ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้จัดการสาขาครั้งต่อไปนักวิจัยควรใช้ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นลูกค้าที่ใช้บริการ เนื่องจากมุมมองจากลูกค้าอาจจะขัดแย้งกับความคิดเห็น ของผู้บริหารธนาคาร เพราะลูกค้าที่ใช้บริการอาจจะไม่คำนึงถึงผลการดำเนินงาน ของธนาคาร แต่มุมมองของผู้บริหารธนาคารต้องมองควบคู่ทั้งสองตัวแปร คือ คุณภาพ การบริการที่ดีที่สุดควบคู่ไปกับผลการดำเนินงานของธนาคารที่ดีที่สุดด้วย

## กิตติกรรมประกาศ

ดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งของคณะกรรมการ ที่ปรึกษาดุษฎีนิพนธ์ ซึ่งประกอบด้วย ดร.มนตรี วีรยางกูร ผู้ทรงคุณวุฒิประจำ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตเป็นประธานกรรมการอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.วรวงศ์ ภูมิบ่อพลับ เป็นกรรมการอาจารย์ที่ปรึกษา คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ ดร.วิญญู วีรยางกูร และ ดร.ศิริวิทย์ ศิริวิรัช ที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา แนะนำและตรวจแก้ไขงานดุษฎีนิพนธ์ ด้วยความใส่ใจอย่างยิ่งตลอดมา ขอขอบพระคุณ ดร.วิญญู วีรยางกูร ประธานหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการที่ให้การสนับสนุนในการศึกษา ด้วยดีเสมอมา ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิกรุณาสละเวลาอันมีค่าประเมินความเที่ยงตรง เชิงเนื้อหาของแบบสอบถามการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย ดร.พิพัฒน์พงศ์ โปษยานนท์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นารี วีรกิจ และ ดร.ณัฐวุฒิ บุญศรี ขอขอบพระคุณผู้บริหาร สาขานาครกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา และธนาคารกรุงไทยที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามความสัมพันธ์

ระหว่างคุณภาพบริการและผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย  
ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

## เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล  
ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร
- ทีมเศรษฐกิจไทยรัฐ. (2556, 12 สิงหาคม). ระบบการเงินที่จะเปลี่ยนแปลงเมื่อเปิด  
AEC ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. Available: <http://www.thai-aec.com/111> [ 2556, 12 สิงหาคม]
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). โมเดลลิสเรล: สถิติวิเคราะห์สำหรับงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 3).  
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์, 2555. ระเบียบโลกใหม่. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง.
- Bollen, K.A. (1989). **Structural equation modeling with latent variable**. New York: Wiley.
- Kang, G.D. and James, J. (2004), Service quality dimensions: an examination of Gronroos's service quality model. **Managing Service Quality**, Vol. 14 no. 4, pp. 266-277.
- Gronroos, C. (1984): "A Service Quality Model and Its Marketing Implications." **European Journal of Marketing** 18, no. 4, 36-44.
- Gronroos, C. (1990). Service management and marketing: **Managing the moments of truth service competition**. Lexington, MA: Lexington Books.
- Hair, J. F., Jr., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). **Multivariate data analysis (5<sup>th</sup> ed.)**. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). **Multivariate data analysis (6<sup>th</sup> ed.)**. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

- Sangeetha, J. (2012). Development of a Service Quality Scale for Multiple Technology Interfaces in Commercial Banking, **Journal of Internet Banking and Commerce**, vol. 17, no. 3, 1-13.
- Akroush, M. N., & Khatib, F. S. (2009). The impact of service quality dimensions on performance: An empirical investigation of Jordan's commercial banks. **Journal of Accounting, Business & Management**, 16(1), 22-24.
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management**. New Jersey: Prentic-hall. 222
- Minzberg. H. (1994). **The Rise and Fall of Strategic Planning**. New York: The Free Press.
- Morris, M. H., & Kuratko, D. F. (2002). **Corporate Entrepreneurship**. Orlando, Florida: Harcourt College Publishers.
- Parasuraman, Zeithaml and Berry, (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, **Journal of Marketing**, pp. 41-50.
- Parasuraman, Berry and Zeithaml, (1993). More on Improving Service Quality Measurement, **Journal of Retailing**, pp. 141-147.
- Zeithaml, Parasuraman and Berry, (1990). **Delivering Quality Service - Balancing Customer Perceptions and Expectations** (New York: The Free Press).



## ประวัติแนบท้ายบทความ



**Name and Surname:** Darakorn Yakkapan  
**Highest Education:** Master of Science  
**University or Agency:** Prince of Songkla University Hatyai  
**Field of Expertise:** Agribusiness  
**Address:** 63/318 M.4 Vichit Moug Phuket 83000

