

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ทักษะของลูกค้าต่อระบบบัตรคิวในกระบวนการบริการของธนาคารไทย โดยผู้ศึกษาได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในการศึกษาดังนี้

#### แนวคิด ทฤษฎี

##### ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย (2549: 167-168) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นแกนกลางของจิตวิทยาสังคมในยุคปัจจุบัน เพราะทัศนคติมีความสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมสังคม เป็นแรงบันดาลใจให้ผู้คนกระทำการต่าง ๆ เป็นสิ่งที่มีความคงทนถาวรแต่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ และเป็นสิ่งที่วัดได้โดยใช้เครื่องมือที่สร้างขึ้นอย่างเหมาะสม โดยมีความหมายและองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

##### ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติมีความหมายแตกต่างกันไปตามหลักและทฤษฎีที่นำมาใช้ โดยอ้างอิงแนวคิดของบุคคลต่าง ๆ ที่ได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

อัลพอร์ต (Allport, 1935 อ้างถึงใน จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย, 2549 : 168) ได้อธิบายแนวคิดที่ได้รับอิทธิพลมาจากทฤษฎีการเรียนรู้พฤติกรรม เน้นให้เห็นถึงประสบการณ์ก่อให้เกิดทัศนคติอย่างไร แสดงออกทางพฤติกรรมอย่างไรและให้นิยามโดยจำแนกรายละเอียดออกเป็น 5 ประการ คือ

- 1) เป็นความพร้อมทางจิตที่สร้างโดยได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ ซึ่งอาจแสดงออกให้เห็นได้ทางพฤติกรรม เช่น โกรธ รัก เกลียด ฯลฯ
- 2) เป็นความพร้อมที่จะตอบสนองตามทัศนคติที่เกิดขึ้น เช่น ชอบวิชาจิตวิทยา สังคมก็อยากจะเรียนวิชาจิตวิทยาสังคม
- 3) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นกลุ่มและจัดระเบียบไว้แล้วในตัวเอง คือเมื่อเกิดทัศนคติต่อสิ่งใดแล้วก็จะเกิดต่อเนื่องกันและมีพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กัน เช่น เมื่อโกรธก็จะแสดงอาการหน้าบึ้ง เป็นต้น
- 4) เป็นสิ่งที่เกิดจากประสบการณ์
- 5) เป็นพลังสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่แสดงออก

เคิร์ชและครัชฟิลด์ (Kerch and Crutchfield, 1948 : 52 อ้างถึงใน จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย, 2549 : 169) อธิบายแนวคิดที่เน้นการเรียนรู้ กล่าวว่า ทักษคติ หมายถึง ผลรวมของ กระบวนการที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจ อารมณ์ การรับรู้ และการตระหนักถึง ซึ่งกระบวนการนี้เป็นผล มาจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล โดยไม่เน้นถึงการแสดงออกของบุคคล (Over Behavior) นอกจากนี้ ทักษคติ เป็นระดับมากน้อยของความรู้สึกที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งผู้รับรู้สามารถบอก ความแตกต่างได้ว่า เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย โดยสรุปทักษะคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการตอบสนองจะแสดงออกในลักษณะต่าง ๆ

**ทักษะคติ** หรือมีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “เจตคติ” มีผู้ให้นิยามไว้ต่าง ๆ กันมากมาย มากกว่า 100 นิยาม ในที่นี้จะขอเลือกนำมากล่าวเพียง 3 นิยาม ที่ได้รับการยอมรับ ดังนี้

**นิยามที่ 1** ทักษคติ (Loudon and Della Bitta. 1993 : 423) หมายถึง ความรู้สึกนึก คิดของบุคคลที่มีต่อวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่ง ว่ามีลักษณะอย่างไร มีความรู้สึกทางบวกหรือทางลบ ชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบ หรือเห็นด้วยหรือคัดค้าน ซึ่งตามนิยามนี้ เป็นการมองทักษะคติในแง่ ความรู้สึก หรือปฏิกิริยาทำที่ที่มีต่อวัตถุ (object)

**นิยามที่ 2** ทักษคติ (Assael 1993:282) หมายถึง ความมีใจโน้มเอียงอันเกิดจากการ เรียนรู้ที่จะตอบสนองต่อวัตถุหรือระดับชั้นของวัตถุ ในลักษณะเห็นดีเห็นชอบหรือไม่ชอบอย่างใด อย่างหนึ่งอย่างสม่ำเสมอเช่น ทักษคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า ก็หมายถึงความโน้มเอียงของ ผู้บริโภคอันเกิดจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่จะประเมินตราสินค้าว่าชอบตรานั้น หรือไม่ชอบ ตรานั้นอย่างสม่ำเสมอคงเส้นคงวา

**นิยามที่ 3** ทักษคติ (Onkvisit and Shaw.1994:202) ให้คำนิยามเช่นเดียวกับนิยามที่ 2 แต่มาแยกเป็นข้อ ๆ ให้ชัดเจนว่าทักษะคติหมายถึง 1) ความรู้สึกนึกคิดที่ก่อขึ้นจากการเรียนรู้ 2) ความโน้มเอียงที่จะต้องสนองต่อ 3) วัตถุอย่างใดอย่างหนึ่ง 4) ในลักษณะที่มั่นคงสม่ำเสมอ และใน แนวทางเห็นชอบด้วยหรือไม่ชอบ

**ลักษณะสำคัญ 5 ประการของนิยามข้างต้น อธิบายได้ดังนี้**

1. ทักษคติเป็นความรู้สึกนึกคิดที่ก่อสร้างขึ้นจากการเรียนรู้ ไม่ใช่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นติด ตัวมาแต่กำเนิด แต่เป็นสิ่งที่บุคคลจะได้รับจากประสบการณ์ ซึ่งอาจเป็นประสบการณ์ตรง หรือ ประสบการณ์ทางอ้อมก็ได้

2. ทศนคติโดยตัวมันเองไม่ใช่พฤติกรรม (Not behavior per se) ดังนั้นจึงมีความเหมาะสมมากกว่าที่จะกล่าวว่า ทศนคติเป็นความโน้มเอียง หรือสภาพความพร้อมที่จะตอบสนองต่อวัตถุ เช่น ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะชอบ หรืออยากจะทำซื้อผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งโดยเฉพาะมากกว่าผลิตภัณฑ์อื่นเป็นต้น

3. ทศนคติจะแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับวัตถุเสมอ “วัตถุ” อาจเป็น บุคคลกลุ่มบุคคล สถาบัน ผลิตภัณฑ์ ปัญหาสังคม หรืออะไรก็ได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องที่สำคัญ เพราะว่าทศนคติจะไม่อาจเกิดขึ้นได้ด้วยตัวมันเอง

4. ทศนคติดีลักษณะค่อนข้างคงทนถาวร (Enduring) ไม่ใช่อยู่ในสภาพชั่วคราวชั่วข้ามทีจะเปลี่ยนแปลงได้ง่ายๆ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า ทศนคติเปลี่ยนแปลงไม่ได้ แท้จริงแล้วทศนคติเปลี่ยนแปลงได้เพียงแต่ว่ากระบวนการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นช้ามาก และมักจะเผชิญกับการต่อต้านค่อนข้างมาก และยิ่งบุคคลมีอายุมากขึ้น ทศนคติจะยิ่งมั่นคงมากขึ้น จนยากที่จะเปลี่ยนแปลงได้

5. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับวัตถุจะไม่เป็นกลาง (Not neutral) แต่จะแสดงทิศทางและความเข้มข้นของทศนคติในทางชอบหรือไม่ชอบอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ผู้บริโภคมีทศนคติชอบลักษณะของผลิตภัณฑ์นั้น และไม่ชอบลักษณะผลิตภัณฑ์นั้น เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นก็พอจะสรุปเป็นความคิดรวบยอดได้ว่า ทศนคติ ก็คือแนวทางที่เราคิดรู้สึก หรือมีท่าทีที่จะกระทำต่อบางสิ่งบางอย่างในสิ่งแวดล้อมรอบตัวเรา เช่น ทศนคติต่อร้านค้าปลีก ทศนคติต่อผลิตภัณฑ์ หรือทศนคติต่อรายการโทรทัศน์ เป็นต้น โดยทศนคติจะแสดงให้เห็นถึงทิศทางความรู้สึกต่อสิ่งเหล่านี้ว่าเรามีความรู้สึกอย่างไร ซึ่งอาจรู้สึกในทางบวกหรือทางลบ ชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดี พอใจหรือไม่พอใจ เป็นต้น

#### องค์ประกอบของทศนคติ

Henry Assael (1995) ได้เสนอแนวคิดว่าองค์ประกอบของทศนคติประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ

1. องค์ประกอบทางความคิด หรือการรับรู้ (Cognitive Component) เป็นความเชื่อ ความรู้หรือความเข้าใจ เกี่ยวกับสิ่งใด เช่น ตราสินค้า ซึ่งความเชื่อในวัตถุเดียวกันอาจจะแตกต่างกันได้ในแต่ละบุคคล

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) คือ ความรู้สึกโดยรวมในเรื่องของความชอบและ อารมณ์ที่มีต่อวัตถุนั้น ๆ เช่น อาจเกิดจากผลของการประเมินในคุณสมบัติหลาย ๆ คุณสมบัติของสินค้าก็ได้ เรื่องของความรู้สึกนั้นขึ้นอยู่กับบุคคลและสถานการณ์ด้วย

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavior Component) คือ แนวโน้มในการกระทำ หรือการแสดงออก ความโน้มเอียงที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ ความรู้สึก (การประเมินค่าตราสินค้า) ความรู้ความเชื่อในตราสินค้า ความโน้มเอียงที่จะเกิดพฤติกรรม (ความตั้งใจซื้อสินค้า)

ความรู้หรือความเชื่อนั้นมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อตราสินค้าและส่งผลต่อพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้น ซึ่งการเข้าใจในองค์ประกอบนี้สิ่งสำคัญต่อนักการตลาดเป็นอย่างยิ่ง เพราะจะเป็นสิ่งที่ช่วยบ่งชี้ในความสำเร็จของกลยุทธ์การตลาด

### ทฤษฎีแถวคอย (Queuing Theory)

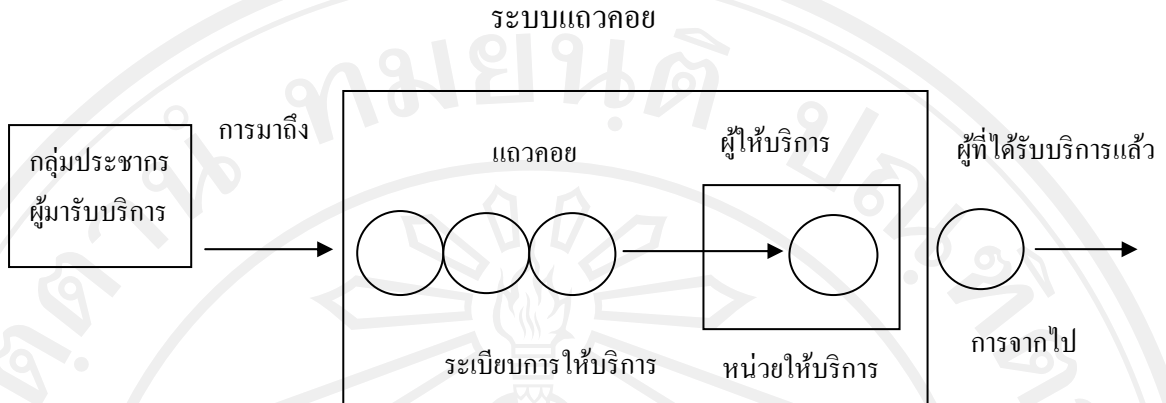
สุทธิมา ชำนาญเวช (2548: 294-306) ได้กล่าวถึง ระบบแถวคอยว่าในชีวิตประจำวันของคนเราในสังคมปัจจุบัน จะต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในระบบแถวคอยหรือระบบคิว (Queuing Theory) ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง เช่น รอรถประจำทาง รอซื้ออาหารรอจ่ายเงินในซูเปอร์มาร์เก็ต รอเบิกเงินที่ธนาคารหรือจากเครื่องจ่ายเงินอัตโนมัติ (ATM) ปัญหาแถวคอย จะเกิดขึ้นเมื่ออัตราความต้องการรับบริการมีมากกว่าความสามารถในการให้บริการ ดังนั้นการจัดให้มีจำนวนหน่วยให้บริการที่เพียงพอจึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง หากมีจำนวนหน่วยให้บริการน้อยเกินไปจะเกิดปัญหาแถวคอย ซึ่งนับเป็นการสูญเสียค่าใช้จ่ายอย่างหนึ่ง นอกจากนั้นยังอาจทำให้เสียลูกค้าด้วย ในทางตรงกันข้าม ถ้ากิจการจัดให้มีหน่วยบริการมากเกินไปก็จะทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเกินความจำเป็น กล่าวคือ หน่วยให้บริการมีเวลาว่างมากเกินไป ซึ่งอาจสรุปได้ว่า แถวคอยเกิดจากความไม่แน่นอนของอัตราการเข้ารับบริการ อัตราการให้บริการหรือความชำนาญของผู้ให้บริการ เวลาในการรับบริการ

### โครงสร้างระบบแถวคอย

ระบบแถวคอยต่างๆ ไปจะประกอบด้วยส่วนประกอบที่สำคัญ 3 ส่วนคือ

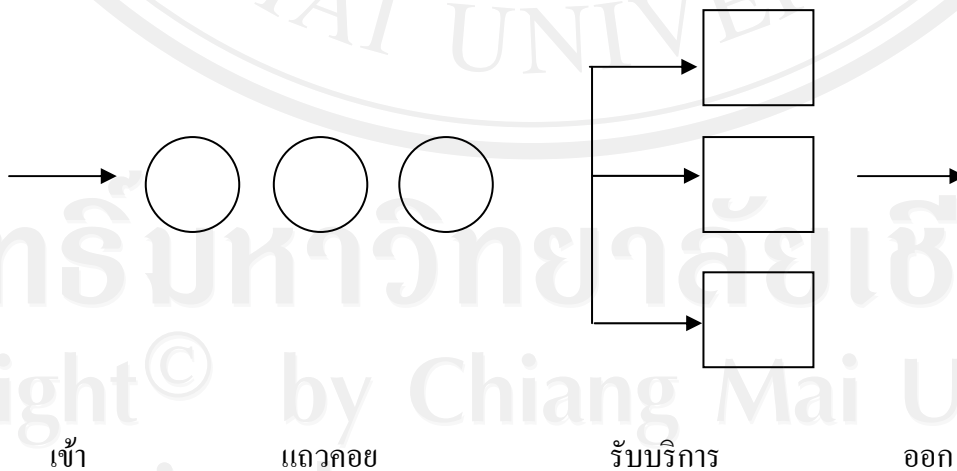
1. ลูกค้าหรือผู้รับบริการ
  2. แถวคอย
  3. หน่วยให้บริการหรือ ผู้ให้บริการ ซึ่งอาจมี 1 ช่องทาง หรือมากกว่า 1 ช่องทาง
- เมื่อนำปัจจัยทั้ง 3 รวมกัน สามารถเขียนโครงสร้างของระบบแถวคอยได้

ดังรูปต่อไปนี้



**รูปภาพ 1 โครงสร้างพื้นฐานระบบแถวคอย**

กระบวนการของการรอคอยต่างๆ ไป จะประกอบด้วยเห็นการณ์ของการมาถึง (Arrivals) ของผู้รับบริการ การเข้าแถวเพื่อรอรับบริการ การเข้ารับบริการและการจากไป กระบวนการจะเริ่มต้นจากการที่มีผู้รับบริการจากกลุ่มประชากรผู้มารับบริการ (Call Population) หรือที่เรียกว่า “ลูกค้า” เข้ามาในระบบแถวคอยเพื่อมารอรับบริการ ซึ่งถ้ามีหน่วยให้บริการ (Service mechanism) ว่าง ผู้ที่มารอรับบริการก็จะได้รับบริการทันทีจนเสร็จเรียบร้อยแล้ว จึงออกไปจากระบบแถวคอย แต่ถ้าส่วนบริการกำลังให้บริการลูกค้าคนอื่นอยู่ ผู้รับบริการที่เข้ามาใหม่ก็ต้องเข้าแถวคอย (Queue) เพื่อรอรับบริการ พวกที่อยู่ในแถวคอยจะได้รับบริการตามระเบียบของการให้บริการแถวคอย (Queue discipline) เมื่อรับบริการเสร็จแล้วจึงออกจากระบบแถวคอย



**รูปภาพ 2 โครงสร้างแถวคอยของระบบขนาคาร**



### บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

**ศิริรักษ์ แยมสุวรรณ (2551)** ได้ศึกษาเรื่องการจัดระบบคิวลูกค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ และลดระยะเวลาการรอคอย ของธนาคารยูโอบี สาขา A โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดระบบคิวลูกค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ และลดระยะเวลาการรอคอย ของธนาคารยูโอบี สาขา A โดยประชากรในการศึกษา คือ ลูกค้าธนาคารยูโอบี ที่มาใช้บริการ ณ สาขา A ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30-34 ปี มีความถี่ในการใช้บริการ ณ ธนาคารฯ 1-5 ครั้งต่อเดือน โดยบริการที่ใช้คือ การฝาก-ถอน ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ได้เน้นการศึกษาถึงการปฏิบัติงานจริงของธนาคารที่เริ่มให้บริการลูกค้าตั้งแต่เวลา 8.30 น. ถึง 15.30 น. โดยเริ่มจากการออกแบบสอบถามเพื่อหาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นโดยเครื่องมือที่ใช้ คือ ผังก้างปลาและแผนภูมิพาเรโต พบว่า ปัญหาของการเกิดเวลารอคอยที่นานของลูกค้าที่มาใช้บริการนั้น เนื่องจากเคาน์เตอร์ที่ให้บริการกับลูกค้าในปัจจุบันนั้นมีไม่เพียงพอ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้ทำการศึกษาวิธีการทำงานที่เกิดขึ้นและทำความเข้าใจถึงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่จะนำมาใช้ปรับปรุง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับบริการ โดยให้หลักการจัดการระบบแถวคอย และการจำลองสถานการณ์โดยใช้โปรแกรม Awesim 3.0 ในการประมวลผลของการทำงานเพื่อทดสอบความเป็นไปได้ก่อนการนำไปปรับปรุงใช้จริงวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบการจัดคิวของธนาคารในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและศึกษาลำดับขั้นตอนการทำงานที่ทำให้เกิด Bottle Neck ของกระบวนการทำงานในธนาคารพร้อมทั้งหาแนวทางแก้ไขปัญหาเพื่อลดระยะเวลาในการรอคอยของลูกค้าที่มาใช้บริการกับทางธนาคารจากการศึกษาพบว่า แนวทางที่นำมาใช้ในการปรับปรุงและแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น ทั้งสองแนวทาง คือ การเพิ่มพนักงานเพื่อให้บริการ และการจัดตารางพักของพนักงานนั้นสามารถที่จะลดระยะเวลาในการรอคอยของลูกค้าที่เกิดขึ้นได้ และช่วยให้บริการลูกค้าได้เต็มที่มีประสิทธิภาพ การใช้แนวทางทั้ง 2 แนวทางควบคู่กันจะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพราะจะทำให้การทำงานเป็นระบบและสามารถให้บริการได้เพิ่มมากขึ้น

**สมโภช ใจสาร (2551)** ได้ศึกษาทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อบริการ เคทีบีลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ วิธีการศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มลูกค้าที่มีบัญชีออมทรัพย์ธรรมดารายบุคคลรวมทั้งสิ้น 380 คน โดยแบ่งเป็น 190 ราย ที่เคยใช้บริการของเคทีบีลิสซิ่งและ 190 ราย ที่ไม่เคยใช้บริการของเคทีบีลิสซิ่ง วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอในรูปของตาราง ร้อยละค่าเฉลี่ย มีผลการศึกษาดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และใช้บริการฝาก – ถอน โอนเงิน กับธนาคารมากที่สุด รองลงมา คือ ชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆ และการทำสินเชื่อเงินกู้ยืมองค์ประกอบของทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบว่าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ให้บริการเช่าซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ผ่านธนาคารหรือเรียกว่าการให้บริการเคทีบีลิสซิ่ง ร้อยละ 87.9 โดยผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักว่ามีบริการให้มากที่สุด คือ รถจักรยานยนต์ รองลงมา คือ คอมพิวเตอร์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า แหล่งข้อมูลได้แก่พนักงานธนาคารแนะนำ ระดับความเข้าใจหลักเกณฑ์เงื่อนไขและวิธีการให้บริการของเคทีบีลิสซิ่งของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบเงื่อนไขและวิธีการให้บริการเคทีบีลิสซิ่งในเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องการใช้ระยะเวลาพิจารณาการอนุมัติการภายใน 1 วัน และวิธีการขั้นตอนการขอซื้อสินค้า ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีผู้ค้ำประกันในการซื้อสินค้า องค์ประกอบของทัศนคติด้านความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการเคทีบีลิสซิ่ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านบวกโดยมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ด้านสถานที่ให้บริการ และด้านการส่งเสริมทางการตลาดองค์ประกอบของทัศนคติด้านพฤติกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย การศึกษาระดับปริญญาตรี โดยส่วนใหญ่จะเช่าซื้อสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์มากที่สุด รองลงมา คือ รถจักรยานยนต์และโทรศัพท์มือถือ ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาในการใช้บริการเคทีบีลิสซิ่ง แต่ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ สินค้าบางรายการต้องไปปรับเอง ไม่จัดส่งถึงที่อยู่ของลูกค้า และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการเคทีบีลิสซิ่ง ส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากไม่ทราบเกี่ยวกับการบริการของเคทีบีลิสซิ่ง แนวโน้มโดยส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม คาดว่าจะใช้บริการเคทีบีลิสซิ่ง เนื่องจากเป็นลูกค้าของธนาคารอยู่แล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะแนะนำคนรู้จักให้มาใช้บริการเคทีบีลิสซิ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

**จกัญพันธ์ เจียมกัลชาญ (2552)** ได้ศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบแถวคอยในการให้บริการ กรณีศึกษาธนาคารออมสิน สาขาท่าศาลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบแถวคอยในการให้บริการ กรณีศึกษาธนาคารออมสิน สาขาท่าศาลา โดยประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ ลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาท่าศาลา โดยทำการสอบถามและทดสอบจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 1,061 ตัวอย่าง และจำนวนตัวอย่างรายการให้บริการ 700

ตัวอย่าง ซึ่งเป็นการศึกษารูปแบบและอัตราการมาของลูกค้า พบว่าเวลาเฉลี่ยที่ลูกค้าอยู่ในระบบของ ขั้นตอนการรับ-จ่ายเงินในชั่วโมงเร่งด่วนและชั่วโมงปกติเท่ากับ 24.4920 นาที และ 8.1720 นาที มี จำนวนหน่วยบริการ 3 หน่วยบริการ 3 แลวคอย จึงได้มุ่งเน้นการปรับปรุงประสิทธิภาพของ ขั้นตอนนี้ โดยการกำหนดรูปแบบระบบการให้บริการที่เหมาะสมภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดของ ธนาคาร ผลการวิจัยพบว่าช่วงเวลาในการเข้าสู่ระบบของลูกค้ามีการแจกแจงแบบปัวซอง และเวลา ให้บริการในขั้นตอนการรับ-จ่ายเงิน ขั้นตอนการออกใบเสร็จชำระเงินกู้ ขั้นตอนการออก ใบเสร็จชำระเงินฝากประเภทสคงเคราะห์ชีวิต ขั้นตอนการเบิกรางวัลสลากออมสิน และขั้นตอนการ เปิดบัญชีเงินฝาก มี การแจกแจงแบบเอ็กซ์โปเนนเชียล ช่วงเวลาเร่งด่วน คือ ตั้งแต่เวลา 8.30 น. ถึง 11.30 น.และตั้งแต่เวลา 13.31 ถึง 14.30 น. และช่วงเวลาคปกติ คือ ตั้งแต่เวลา 11.31 ถึง 13.30 น. และตั้งแต่เวลา 14.31 ถึง 15.30 น. ได้เสนอทางเลือก 3 ทางโดยวิเคราะห์เวลาเฉลี่ยที่ลูกค้าอยู่ใน ระบบ ดังนี้คือ

ทางเลือกที่ 1 การไม่กำหนดลำดับความสำคัญของลูกค้า กล่าวคือ การให้ความสำคัญ เท่ากันระหว่างกลุ่มลูกค้าทั่วไปและกลุ่มลูกค้ากองทุนหมู่บ้าน โดยมีจำนวนหน่วยบริการ 3 หน่วย บริการ 1 แลวคอย เวลาเฉลี่ยที่ลูกค้าอยู่ในระบบในชั่วโมงเร่งด่วนและชั่วโมงปกติเท่ากับ 9.2520 และ 3.9480 นาที/คน ตามลำดับ

ทางเลือกที่ 2 การกำหนดลำดับความสำคัญของลูกค้า กล่าวคือ การให้ความสำคัญ แก่ กลุ่มลูกค้าทั่วไป ซึ่งมารับบริการด้วยตัวเองก่อนกลุ่มลูกค้ากองทุนหมู่บ้าน โดยมี จำนวนหน่วยบริการ 3 หน่วยบริการ 1 แลวคอย เวลาเฉลี่ยที่ลูกค้าอยู่ในระบบในชั่วโมงเร่งด่วนและ ชั่วโมงปกติเท่ากับ 4.0380 นาที และ 3.0600 นาที

ทางเลือกที่ 3 การแบ่งหน่วยบริการตามกลุ่มลูกค้า ได้แก่ กลุ่มลูกค้าทั่วไป จำนวน หน่วยบริการ 1 แลวคอย เวลาเฉลี่ยที่ลูกค้าอยู่ในระบบในชั่วโมงปกติเท่ากับ 5.0640 นาที และกลุ่ม ลูกค้ากองทุนหมู่บ้าน จำนวนหน่วยบริการ 1 หน่วยบริการ 1 แลวคอย เวลาเฉลี่ยที่ลูกค้าอยู่ในระบบ ในชั่วโมงปกติเท่ากับ 7.6020 นาที ยกเว้นชั่วโมงเร่งด่วนเนื่องจากไม่มีตัวแบบที่เหมาะสมกับ คุณลักษณะของแลวคอยในปัจจุบัน

ผลจากการศึกษาดังกล่าวพบว่าหากลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขาท่าศาลาของกลุ่ม ลูกค้าทั่วไปและกลุ่มลูกค้ากองทุนหมู่บ้านมีพฤติกรรมมารับบริการแตกต่างกัน ทางเลือกที่ 2 เป็นทางเลือกที่มีประสิทธิภาพกว่ารูปแบบอื่น ทำให้จำนวนลูกค้าที่อยู่ในระบบลดลงจากเดิมใน ช่วงเวลาเร่งด่วนและช่วงเวลาคปกติร้อยละ 87.46 และ 74.57 ในทางกลับกัน หากพฤติกรรมของ ลูกค้าในการมารับบริการไม่มีความแตกต่าง ควรเลือกทางเลือกที่ 1 คือ ทำให้จำนวนลูกค้าที่อยู่ใน ระบบลดลงจากเดิมในช่วงเวลา เร่งด่วนและช่วงเวลาคปกติร้อยละ 62.20 และ 57.71