

[หน้าแรก](#) [เกี่ยวกับ TCI](#) » [ฐานข้อมูล TCI](#) » [ค่า TJIF](#) [การประเมิน/อ่านวารสาร](#) » [งานวิจัยของ TCI](#) » [เกตเวย์คุณภาพวารสาร](#) » [กรอบความหลากหลาย](#) [FAQ](#)

### ผลการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI

โปรดระบุหมายเลข ISSN หรือชื่อของวารสารที่ต้องการทราบผลประเมิน :

ค้นหา

ลำดับ	ชื่อวารสาร	ISSN	เจ้าของ	จดอยู่ในวารสาร กลุ่มที่	สาขา
1	วารสารการบัญชีและการจัดการ	1906-7933	คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัย มหาสารคาม	1	มนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์

ผลลัพธ์ 1 ผล 2000

สงวนลิขสิทธิ์ © 2019 ศูนย์วิจัยและประเมินคุณภาพวารสารไทย (TCI) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail : [tcithai@gmail.com](mailto:tcithai@gmail.com)

# ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริการเป็นเลิศผ่าน การให้ความสำคัญกับลูกค้าของพนักงานธนาคารออมสิน ภาค 5

The Ability in Practice Under Core Values to Affect the Service Excellence

Through Customer Orientation of Employees in the Fifth Government Saving Bank

กฤติน โกสุวรรณ<sup>\*</sup> และ วิโรจน์ เจริญภัลกชณ์<sup>\*\*</sup>  
Krittin Kosuwan<sup>\*</sup> and Viroj Jadesadalug<sup>\*\*</sup>

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริการเป็นเลิศผ่านการให้ความสำคัญกับลูกค้าของพนักงานธนาคารออมสิน ภาค 5 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานธนาคารออมสินภาค 5 จำนวน 286 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสมพันธ์และวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายและแบบพหุคุณผลการวิจัยพบว่าความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กร การให้ความสำคัญกับลูกค้า และการบริการเป็นเลิศ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม อุทิศตนเพื่องค์กร เป็นหยาดในความถูก และสุ่มความเป็นเลิศในทุกด้านมีอิทธิพลทางบวกต่อการให้ความสำคัญกับลูกค้าและการบริการเป็นเลิศ การให้ความสำคัญกับลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการบริการเป็นเลิศ และการให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นตัวแปรกลางในอิทธิพลของ ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กร ที่มีต่อการบริการเป็นเลิศ โดยเป็นตัวแปรกลางแบบบางส่วนอย่างไรก็ตามผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดค่านิยมขององค์กร เพื่อให้พนักงานเข้าใจและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีความสุข ทำให้เกิดการให้ความสำคัญกับลูกค้าและส่งผลต่อการบริการเป็นเลิศขององค์กรต่อไป

คำสำคัญ : ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กร ให้ความสำคัญกับลูกค้าและการบริการเป็นเลิศ

\* นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชนมหาวิทยาลัยศิลปากร

\*\* Master Student, Master of Arts, Public and Private Management, Silpakorn University

\*\*\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

\*\*\*\* Assistant Professor, Faculty of Management Science, Silpakorn University

## Abstract

This research aimed to study the ability in practice under core values to affect the service excellence through customers orientation of employees in the fifth government saving bank. The random sample was 286 persons by using questionnaires. The statistical analysis consisted of percentage, average, mean, standard deviation, correlation coefficient, multiple regression, and simple linear regression analysis. The results showed that ability in practice under core values, customers orientation and service excellence in the concluded version was highly significant. The hypothesis result was found that the ability in practice under core values in case of social responsibility allegiance virtue and excellence created a positive effect on the customers orientation and service excellence. The customers orientation was the middle variation on the influence of the ability in practice under core values to affect the service excellence was partial mediator. However, this research could be used as the trend of core values of organization in order to make the understanding and happy working so that generated customers orientation and future reflected to service excellence.

Keywords : Ability in Practice under Core Values, Customers Orientation, Service Excellence

### 1. บทนำ

ปัจจุบันธนาคารมีการแข่งขันทั้งทางภาครัฐ และเอกชน การพัฒนาของการต้องการพัฒนาของเทคโนโลยี พัฒนาไปอย่างรวดเร็วและการแข่งขันในการบริการความพึงพอใจของผู้รับบริการจึงมีความสำคัญมากต่อองค์กร การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีนั้นเกิดจากพนักงาน ภายใต้องค์กรจากการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคนภายในองค์กร พนักงานทุกคนต้องเห็นถึงความสำคัญของการให้บริการ จึงจะทำให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขัน

ธนาคารออมสิน เป็นสถาบันการเงิน ของหน่วยงานรัฐบาล เป็นผู้ให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงิน มีสาขาอยู่ทั่วประเทศไทย ซึ่งมีหน้าที่ค่อยให้บริการกับผู้ใช้บริการ โดยมีผลิตภัณฑ์ทางด้านเงินฝาก และผลิตภัณฑ์ทางด้านเงินเชื่อ ในด้านการให้บริการพนักงานของธนาคารออมสิน มีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการพนักงานทุกคน จึงควรปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กร โดยองค์กรที่กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และทิศทางการดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องและเหมาะสมกับภารกิจ ของธนาคาร และเป็นไปตามแนวโน้มของผู้ถือหุ้นภาครัฐ ได้ดังนี้ วิสัยทัศน์ของธนาคารคือ เป็นผู้นำในการส่งเสริมการออม เพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนและ เสริมสร้างความสุขของประชาชน ในด้านพันธกิจ ประกอบด้วย ส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงิน, สนับสนุนการลงทุนและการพัฒนา, ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ให้บริการทางการเงินที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน, และ รับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน พร้อมค่านิยมขององค์กร (Core Value) ที่มีความเชื่อมโยงกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ของธนาคาร เพื่อถ่ายทอดสู่ขั้นตอนการนำไปปฏิบัติงานเป็นวัฒนธรรมขององค์กร ดังนี้ "SAVE" ประกอบด้วย รับผิดชอบต่อสังคม อุทิศตนเพื่อองค์กร ยึดหยัตในความถูกต้อง และสุ่มความเป็นเลิศในทุกด้าน ผู้มาใช้บริการจะเป็นเดเม่อน คนที่จะทอนภาพลักษณ์ที่ดีหรือไม่ดีกับองค์กรได้ โดยการปฏิบัติงานให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกันนั้น รวมต้นจากการปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กร เพื่อให้เกิดการบริการเป็นมาตรฐานเดียวกัน

หากพนักงานมีความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กรและให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างมีจรรยาบรรณ ให้เกิด การบริการเป็นเลิศ และทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการการทำงาน ดังนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กรและการให้ความสำคัญกับลูกค้าและการบริการเป็นเลิศซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กรกับ การให้ความสำคัญกับลูกค้า และการบริการเป็นเลิศมีความสัมพันธ์ และสามารถอธิบายถึงการบริการเป็นเลิศของพนักงานซึ่งผู้วิจัยสามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ของพนักงานธนาคารออมสิน เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขหรือเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และส่งผลในทางบวกต่อองค์กรในอนาคต

## 2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กร ของพนักงานธนาคารออมสินภาค 5
2. เพื่อศึกษาการให้ความสำคัญกับลูกค้าของพนักงานธนาคารออมสินภาค 5
3. เพื่อศึกษาการบริการเป็นเลิศของพนักงานธนาคารออมสินภาค 5
4. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กรที่ส่งผลต่อการให้ความสำคัญกับลูกค้า ของพนักงานธนาคารออมสินภาค 5
5. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการให้ความสำคัญกับลูกค้าที่ส่งผลต่อการบริการเป็นเลิศของพนักงานธนาคารออมสิน ภาค 5
6. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กรส่งผลต่อการบริการเป็นเลิศของพนักงาน ธนาคารออมสินภาค 5
7. เพื่อศึกษาความเป็นตัวแปรทางของ การให้ความสำคัญกับลูกค้าระหว่างความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยม ขององค์กรและการบริการเป็นเลิศของพนักงานธนาคารออมสินภาค 5

## 3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานในการวิจัย

### 3.1 ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กร (Ability in working abide by core value)

3.1.1 ความรับผิดชอบต่อสังคม แนวคิดและทฤษฎี ความรับผิดชอบต่อสังคม วิภาคด้า วีระสัมฤทธิ์ (2553) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมคือการปฏิบัติตามโดยการหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม และช่วยเหลือแก่ไข ปัญหาทางสังคม เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางการค้าและ พฤติกรรมทางการกระทำที่แสดงให้เห็นว่ามีการให้บริการรับรู้ เช่นเมื่อ ผู้ที่มาใช้บริการได้รับการบริการด้วย การดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดีจะก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร

### 3.1.2 อุทิศตนเพื่ององค์กร (Allegiance) แนวคิดของพชรมน โนตรรไวยา (2552) ในเรื่องการอุทิศตน

เพื่ององค์กร เกิดจากทัศนคติของพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กร เมื่อพนักงานรู้สึกมีความสัมพันธ์ที่เหนี่ยวนำกับการเป็น สมาชิกที่ตั้งต้นขององค์กร โดยการแสดงออกให้เห็นถึง การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร พยายามเพื่อประโยชน์ของ องค์กร และดำรงค์การเป็นสมาชิกขององค์กร โดยที่พนักงานจะแสดงความสามารถในการปฏิบัติตามอุดมการณ์ที่ แสดงถึงความสามารถของรักภักดีต่อองค์กร ท่อนจึงจะส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน

3.1.3 ยืนหยัดในความถูกต้อง (Virtue) ตามแนวคิดของนสสพร ภูทองเงิน (2555) กล่าวว่า พนักงานหรือลูกจ้างจะต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณกลาง ของ ข้าราชการ อีกตัวจรรยาบรรณในวิชาชีพ โดยพนักงานจะต้องมีจรรยาบรรณต่อตนเองและเป็นแบบอย่างที่ดีเสียสละ และมีความก้าวหน้าทางจริยธรรม ซึ่งสัตย์ต่อตนเองและวิชาชีพ บริหารจัดการด้วยความซื่อสัตย์สุจริต รักษาความลับและผลประโยชน์ในทางที่ถูก ลงทะเบียนการตรวจสอบประโยชน์อันมีชื่อ บริการด้วยความเสมอภาค เพื่อให้ความสำคัญกับผู้มาใช้บริการเพื่อผลประโยชน์ของผู้มาใช้บริการไม่ใช้เพื่อของตนเอง มีใจ เป็นกลางไม่เลือกปฏิบัติตัวยอคติ ไม่เล่นพรครเด่นพวงฟึงรักษาความสามัคคี ปฏิบัติตัวเหตุผล พึงปฏิบัติต่อเพื่อนร่วมงาน ด้วยหลักการและเหตุผล

3.1.4 ความเป็นเลิศในทุกด้าน (Excellence) ตามแนวคิดของพินิต มีธีรศิริ (2558) กล่าวว่า การให้บริการ สู่ความเป็นเลิศในงานด้านบริการคุณภาพการให้บริการถือเป็นเรื่องสำคัญคุณภาพของการให้บริการหรือผลิตภัณฑ์ ต้องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในด้านสิ่งแวดล้อม พนักงานและสถานที่ ความไว้วางใจของลูกค้า ความน่าเชื่อถือที่พนักงานสามารถ ทำตามข้อตกลงที่ให้ไว้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของระยะเวลา และ สถานที่คุณภาพ ของงาน

จากแนวความคิดดังกล่าวผู้วิจัยได้นำมาสมัพسانใช้ในการวิจัยครั้งนี้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับค่านิยม องค์กรของธนาคารออมสิน ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาอีกด้วยจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรต้น คือ ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กร ผู้วิจัยศึกษามี 4 ตัวแปรย่อยคือ 1. ความรับผิดชอบต่อสังคม 2. อุทิศตนเพื่อ องค์กร 3. ยืนหยัดในความถูกต้อง 4. สู่ความเป็นเลิศในทุกด้าน

สมมติฐานที่ 1: ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กร มีอิทธิพลทางบวกต่อการให้ ความสำคัญกับลูกค้า

3.2 การให้ความสำคัญกับลูกค้า (Customer Orientation) ตามแนวคิดของเตือนใจ จันทร์หงษ์สรวง (2554) กล่าวว่า ลูกค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยมุ่งให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจ ตลอดจนรู้สึกชอบบริษัท คือ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวโดยการให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เพื่อให้ลูกค้าเกิดกระบวนการเรียนรู้ใหม่ องค์ประกอบทั่วไป คือ มีการปรับเปลี่ยนตลอดเวลาเพื่อตอบสนองลูกค้าและมีการจัดการปัญหาของข้อร้องเรียน โดยมี ประโยชน์คือ การมุ่งเน้นความสัมพันธ์กับลูกค้า การนำผลการบริการมาใช้ในการบริหารเพื่อปรับปรุงกระบวนการ ทำงาน การค้นหาลูกค้าใหม่โดยผ่านการทำงานที่รวดเร็วและถูกต้องสามารถตอบสนองสิ่งที่ลูกค้าต้องการ การรักษาลูกค้า ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการใหม่

สมมติฐานที่ 2: การให้ความสำคัญกับลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการให้บริการที่เป็นเลิศ

3.3 การบริการเป็นเลิศ (Service Excellent) อาจารย์ เจริญสว่าง (2555) กล่าวว่า การพัฒนาบุคลากรมี ความจำเป็นวิชาการบริการเพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของบุคคลหน่วยงาน องค์กร โดยการบริการที่ดีจะเกิดขึ้นจากตัวบุคคล โดยอาศัยทักษะและประสบการณ์ เพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจโดยประกอบด้วย ด้านจิตใจรักในงานบริการ ต้องมี การทุ่มเททั้งแรงกายและใจ ต้องมีความรู้ในงานด้านบริการ สามารถตอบคำถามได้แม่นยำ มีความซื่งสัมเกตเป็นลักษณะ เฉพาะตัวเป็นคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ ให้เกิดการบริการที่ดีขึ้น ต้องมีความกระตือรือร้น จนแสดงถึงจิตใจในการต้อนรับ

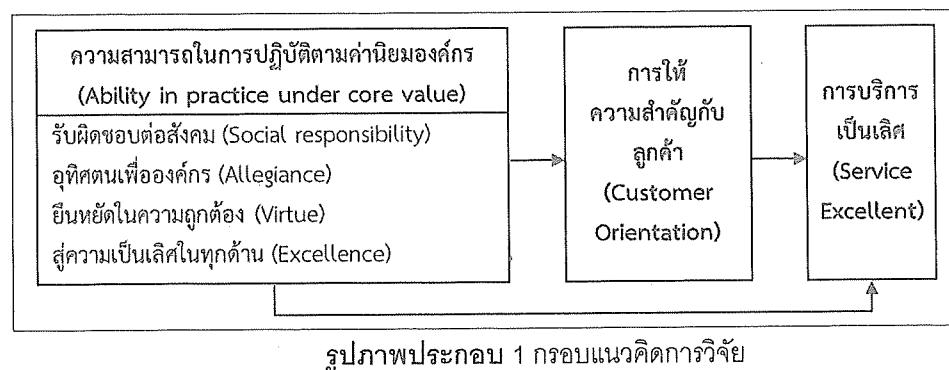
ต้องมีกริยาจากสุภาพ เป็นการแสดงออกจากความคิดความรู้สึกและส่งผลให้เกิดบุคลิกภาพที่ดี ต้องมีความคิดวิเคราะห์สร้างสรรค์ "ไม่ควรยึดติดกับประสบการการทำงานที่มีอยู่ ต้องสามารถควบคุมอารมณ์ได้เนื่องจากการบริการต้องพบปะผู้คนหลายชนชั้น มีทัศนคติต่อการบริการที่ดีความรู้สึกของงานที่ทำ และมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้ที่มาปรับปรุงการ

สมมติฐานที่ 3: ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กร มีอิทธิพลทางบวกต่อการให้บริการที่เป็นเลิศ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยพบว่า วรรณชัย ธุรณะ ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานผ่านการปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กรแบบ BEST ของพนักงานบริษัทไทยรวมสิ่งพัฒนาคุณภาพงาน จำกัด พนักงานปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร ผลงานต่อการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิผล และแนวคิดของرونอลด์ เอส สวิฟท์ (Ronald S. Swift) กล่าวถึงการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ผู้วิจัยเห็นว่าประเด็นเนี้ม์ความน่าสนใจในการศึกษาจึงได้กำหนด

สมมติฐานที่ 4: การให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นตัวแปรกลาง ระหว่างความตั้งใจของความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรและส่งผลต่อการให้บริการที่เป็นเลิศ

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมของค์กร การให้ความสำคัญกับลูกค้า และ การบริการเป็นเลิศ ผู้วิจัยจึงกำหนดแนวคิดดังรูปภาพประกอบที่ 1



#### 4. วิธีการดำเนินการวิจัย

#### 4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ พนักงานคอมสินภาค 5 ประกอบด้วยเขตナンทบูรี เขตธนบุรี 2 เขตคลองปูม 1 เขตคลองปูม 2 เขตสุพรรณบุรี เขตกาญจนบุรี มีประมาณ 1002 คน กลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิชนิดที่ เป็นสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) การวิจัยในครั้งนี้ใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane (ประสมัย พสุนทร์, 2553 : อ้างอิงมาจาก Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคาดเดาลี่อัน เท่ากับ 5  $\sqrt{\frac{N-n}{N}} \times 1.96 = \sqrt{\frac{1002-286}{1002}} \times 1.96 = 0.47$  ทั้งนี้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 286 คน

#### 4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ(Quantitative research) ซึ่งทางผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของพนักงานธนาคารออมสิน ส่วนที่ 2 ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กร ส่วนที่ 3 การให้ความสำคัญกับลูกค้า ส่วนที่ 4 การบริการเป็นเลิศ ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะทั่วไป

#### 4.3 ການອົດຮວມສອບເຄື່ອງມືອທີ່ໃຊ້ໃນການວິຈັດ

4.3.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ  
การณ์ความสอดคล้อง ความครอบคลุมของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย นิยามศัพท์เฉพาะของ  
ภาษาสมของข้อคำถาม เลือกนำผลที่ได้มาคำนวณเพื่อหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยกำหนดเกณฑ์  
0.5 ถือว่าข้อคำถามนี้เป็นตัวแทนของพฤติกรรมที่ต้องการวัดได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจะคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า  
0.5 ขึ้นไป หากข้อคำถามไม่มีค่าไม่ถึงเกณฑ์ 0.5 แต่จำเป็นต้องใช้ข้อคำถามนั้นเพื่อให้ครอบคลุมสิ่งที่  
ข้อคำถามนั้นไม่ปูรับปูรุ่งแก้ไขอีกด้วย ตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ จากแบบสอบถามโดยได้ค่า IOC  
(ประสารพชัย พสุวนิท, 2555)

4.3.2 การวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้กำหนดให้มีการทดสอบความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปูนแก้ไขไปทดสอบความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบความเชื่อมั่น กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย จำนวน 30 คนแล้วนำไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ( $\alpha = 0.05$ ) ระดับความถูกต้อง (Validity) และระดับนัยสำคัญที่ 0.5 หรือความเชื่อมั่นทางสถิติที่ 95% โดยใช้ค่าความถูกต้อง ( $\alpha$ - Coefficient) ของครอนบาก (Cronbach) (บุญชุม ศรีสะอด, 2545) โดยผลการทดสอบค่าความสัมประสิทธิ์แอลfa ( $\alpha$ - Coefficient) ของครอนบาก (Cronbach) (บุญชุม ศรีสะอด, 2545) โดยผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของคำถามแต่ละด้านพบว่าค่าของ Cronbach Alpha มีค่าอยู่ในช่วง 0.783-0.829 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นควรอยู่ในระดับที่มากกว่า 0.6 ดังนั้นแบบสอบถามจึงดัดอยู่ในเกณฑ์ความเชื่อมั่นสูงและสามารถนำไปใช้ในการทดสอบได้ (Nunnally, 1967) แสดงข้อมูลดังตารางที่ 1

#### 4.3.3 การตัววิจสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง

### ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์แอลfa

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading)	ค่าสัมประสิทธิ์แอลfa (Cronbach's Alpha)
1. ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมของคุณ		
1.1 ความรับผิดชอบต่อสังคม	0.615-0.857	0.820
1.2 การอุทิศตนเพื่อองค์กร	0.461-0.887	0.796
1.3 ยึดหยั่งในความถูกต้อง	0.514-0.849	0.783
1.4 ความเป็นเลิศในทุกด้าน	0.553-0.798	0.801
2. การให้ความสำคัญกับลูกค้า	0.563-0.870	0.829
3. การบริการเป็นเลิศ	0.525-0.869	0.861

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยสถิติค่าความถี่ จำนวนช่องลดลง เฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระโดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน หลังจากนั้นวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรตัวแปรที่วิเคราะห์ความถูกต้องโดยใช้เทคนิคการถอดแยกพหุคุณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้เทคนิควิธีนำเข้า (Enter)

### 5. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิป্রายผล

จากการศึกษาพบว่า พนักงานธนาคาร omnichannel 5 จำนวน 286 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 248 คน มีอายุเฉลี่ย 30-39 ปี จำนวน 143 คน ระดับการศึกษาพบว่า มีการศึกษาระดับป्रอญญาตรี จำนวน 190 คน ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 238 คน ระดับตำแหน่งส่วนใหญ่พบว่า เป็นลูกจ้างปฏิบัติงาน จำนวน 134 คน และ มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 15,000-20,000 บาทความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมของคุณอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.40$  และ  $S.D. = 0.59$ ) หากพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งอยู่ระหว่าง 4.24-4.52 โดยสามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุดได้ดังนี้ ด้านอุทิศตนให้องค์กร ( $\bar{X} = 4.52$  และ  $S.D. = 0.59$ ) รองลงมาคือด้านยึดหยั่งในความถูกต้อง ( $\bar{X} = 4.51$  และ  $S.D. = 0.55$ ) ด้านสุ��ำเป็นเลิศในทุกด้าน ( $\bar{X} = 4.35$  และ  $S.D. = 0.60$ ) การให้ความสำคัญกับลูกค้า ( $\bar{X} = 4.39$  และ  $S.D. = 0.57$ ) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ( $\bar{X} = 4.24$  และ  $S.D. = 0.65$ ) และค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุดคือ การบริการเป็นเลิศ ( $\bar{X} = 4.05$  และ  $S.D. = 0.56$ )

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการวิเคราะห์สัมพันธ์

ตัวแปร	ความสามารถในการปฏิบัติตามค่าเฉลี่ยขององค์กร				CO	SE	VIF
	S	A	V	E			
ค่าเฉลี่ย(mean)	4.24	4.52	4.51	4.35	4.39	4.05	
ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.)	0.65	0.59	0.55	0.60	0.57	0.56	
ความรับผิดชอบต่อสังคม(S)							2.362
อุทิศตนเพื่องค์กร(A)	0.670*						2.515
ยึดหยัดในความถูกต้อง(V)	0.609*	0.663*					
สُตความเป็นเลิศในทุกด้าน(E)	0.965*	0.728*	0.706*				
การให้ความสำคัญกับลูกค้า(CO)	0.575*	0.856*	0.706*	0.665*			
การบริการเป็นเลิศ(SE)	0.566*	0.642*	0.421*	0.598*	0.669*		

จากตารางที่ 2 พบร่วมค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ระหว่าง 0.421-0.965 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง พบร่วมค่าความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ ค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าระหว่าง 2.362-2.515 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า “ไม่พบปัญหาสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) (Belsley, 1991, อ้างถึงใน สรุคชัย กิติยานันท์, 2552)

ตารางที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์ความถูกต้องแบบพหุคูณ

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	
	การให้ความสำคัญกับลูกค้า (CO)	การบริการเป็นเลิศ (SE)
<b>ความสามารถในการปฏิบัติตามค่าเฉลี่ย</b>		
ขององค์กร (SAVE)		
ความรับผิดชอบต่อสังคม(S)	0.765***(0.050)	0.684***(0.046)
อุทิศตนเพื่องค์กร(A)	0.730***(0.049)	0.665***(0.036)
ยึดหยัดในความถูกต้อง(V)	0.549***(0.033)	0.545***(0.057)
สُตความเป็นเลิศในทุกด้าน(E)	0.684***(0.046)	0.624***(0.044)
การให้ความสำคัญกับลูกค้า(CO)		0.549***(0.035)
การบริการเป็นเลิศ(SE)		
Adjusted R <sup>2</sup>	0.447	0.441
		0.497

หมายเหตุ\*\*\* p<0.001,(ตัวเลขในตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์เกิดโดยและค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน)

จากตาราง 3 การวิเคราะห์ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรส่งผลต่อการให้ความสำคัญกับลูกค้าด้วยการวิเคราะห์การทดสอบเชิงพหุคูณ โดยใช้เทคนิควิธีน้ำเข้า โดยพบว่า ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กร มีอิทธิพลทางบวกกับการให้ความสำคัญกับลูกค้าโดยมีค่าพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 44 เมื่อผู้วิจัยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสมัยพันธ์เป็นรายด้านพบข้อมูลดังต่อไปนี้ ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีอิทธิพลทางบวกกับการให้ความสำคัญกับลูกค้า ( $\beta = 0.76, p < 0.05$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน 1.1 ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรด้านอุทิศตนเพื่องค์กร มีอิทธิพลทางบวกกับการให้ความสำคัญกับลูกค้า ( $\beta = 0.73, p < 0.05$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน 1.2 ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรด้านยืนหยัดในความถูกต้องมีอิทธิพลทางบวกกับการให้ความสำคัญกับลูกค้า ( $\beta = 0.54, p < 0.05$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน 1.3 ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีอิทธิพลทางบวกกับการให้ความสำคัญกับลูกค้า ( $\beta = 0.68, p < 0.05$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน 1.4 การให้ความสำคัญกับลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการบริการเป็นเลิศ ( $\beta = 0.54, p < 0.05$ ) โดยมีค่าพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 49 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน 2 ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรมีอิทธิพลทางบวกกับการให้บริการเป็นเลิศโดยมีค่าพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 44 เมื่อผู้วิจัยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสมัยพันธ์เป็นรายด้านพบข้อมูลดังต่อไปนี้ ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีอิทธิพลทางบวกกับการให้บริการเป็นเลิศ ( $\beta = 0.68, p < 0.05$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน 3.1 ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรด้านอุทิศตนเพื่องค์กร มีอิทธิพลทางบวกกับการให้บริการเป็นเลิศ ( $\beta = 0.66, p < 0.05$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน 3.2 ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรด้านยืนหยัดในความถูกต้องมีอิทธิพลทางบวกกับการให้บริการเป็นเลิศ ( $\beta = 0.54, p < 0.05$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน 3.3 ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรด้านสุ่มความเป็นเลิศในทุกด้านมีอิทธิพลทางบวกกับการให้บริการเป็นเลิศ ( $\beta = 0.62, p < 0.05$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน 3.4 การวิเคราะห์การให้ความสำคัญกับลูกค้าซึ่งเป็นตัวแปรกลาง โดยใช้การวิเคราะห์ความถูกต้องแบบพหุคูณ โดยปฏิบัติตามสถิติของ Baron และ Kenny(1986) คือ การให้ความสำคัญกับลูกค้าทำให้ความสามารถในการปฏิบัติงานตามค่านิยมองค์กรมีอิทธิพลทางบวกกับการบริการที่เป็นเลิศ มีค่าอันตรายสำคัญพิจารณาค่าประสิทธิ์สหสมัยพันธ์ซึ่งเท่ากับ ( $\beta = 0.18, p < 0.05$ ) โดยมีค่าพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 40 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน 4 จึงสรุปได้ว่า การให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นตัวแปรกลางโดยสมบูรณ์ (Fully Mediator)

## 5. การอภิปรายผล

จากการวิจัยศึกษาความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริการเป็นเลิศผ่านการให้ความสำคัญกับลูกค้าของพนักงานธนาคารออมสินภาค 5 ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคม อุทิศตนเพื่องค์กร ยืนหยัดในความถูกต้อง และสุ่มความเป็นเลิศในทุกด้าน โดยภาพรวมมีระดับความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งด้านอุทิศตนเพื่องค์กร มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านยืนหยัดในความถูกต้อง ด้านสุ่มความเป็นเลิศในทุกด้าน ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือด้านความรับผิดชอบต่อสังคม โดยภาพรวมพนักงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

สมมติฐานที่ 1 ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อการให้ความสำคัญกับลูกค้า การหาค่าสัมประสิทธิ์ได้ถอยพหุคูณของความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อ

ความสำคัญกับลูกค้าโดยมีค่าความสามารถในการพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 44 แสดงให้เห็นว่า พนักงานมีความสามารถในการปฏิบัติตามค่าaniyimขององค์กร ในทั้ง 4 ด้านค่าaniyimที่องค์กรกำหนดไว้ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคม ที่่องค์กร ยืนหยัดในความถูกต้อง และ สุภาพเป็นเลิศในทุกด้าน เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน เพื่อให้มี การรับรู้และเข้าใจในการปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน การที่พนักงาน สามารถค่าaniyimขององค์กรได้จะส่งผลต่อทั้งในทางการปฏิบัติงานของพนักงานและภาพลักษณ์ต่อองค์กรในภาพรวม เพื่อให้ภาพลักษณ์ที่ดี เนื่องจาก ค่าaniyimแต่ละด้านมุ่งให้พนักงานใส่ใจ และปฏิบัติต่ำความถูกต้อง ทำให้การบริการของ หนึ่อกว่าความคาดหมาย ที่ผู้มาใช้บริการจะได้รับการบริการที่ จะมีการพัฒนาอยู่เสมอ เนื่องจากพนักงานมี มาตรฐาน เช่น ความรับผิดชอบในงาน ทำให้ผู้มาใช้บริการพึงพอใจและได้รับการบริการที่ เป็นเลิศ

ความสามารถในการปฏิบัติตามค่าaniyimขององค์กรด้านรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อการให้ คัญกับลูกค้า ผลการทดสอบพบว่า ความสามารถในการปฏิบัติตามค่าaniyimขององค์กรด้านรับผิดชอบต่อสังคม ทางบวกต่อการให้ความสำคัญกับลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความสามารถใน กรณีได้ร้อยละ 44 ( $\beta = 0.76, p < 0.05$ ) แสดงให้เห็นว่า พนักงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม จะช่วยเหลือสังคม มะม่อบสิ่งที่ดีให้กับผู้มาใช้บริการ โดยปฏิบัติงานจากความรู้สึกภายใน เพราะเห็นว่าผู้ที่มาใช้บริการมีความสำคัญ รายได้ พนักงานพร้อมที่จะปฏิบัติงานเพื่อตอบแทนสังคม ทำให้ส่งผลต่อภาพลักษณ์ต่อองค์กร และผู้ที่เข้ามาใช้ นิ่งความสนใจของพนักงานที่ให้ความสำคัญกับลูกค้า ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ พักรธ์ศุภวงศ์ ศรีสวัสดิ์ ลงการวิจัยพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านบุคลากร ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของพนักงานบุคคลภายนอกว่า ผิดชอบของพนักงานที่มีต่อลูกค้า ทำให้มีความเชื่อมั่นในการบริการและการปฏิบัติงานด้วยความเชี่ยวชาญและ ภาระของพนักงาน เนื่องจากพนักงานมีความรับผิดชอบต่อสังคมและต้องการตอบแทนสังคม ส่งผลให้ ระดีหรือร้านในการทำงาน และได้ใน การที่รับผิดชอบโดยให้ความสำคัญกับผู้ที่มาใช้บริการ

ความสามารถในการปฏิบัติตามค่าaniyimขององค์กรด้านอุทิศตนเพื่องค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อการให้ คัญกับลูกค้า ผลการทดสอบพบว่า ความสามารถในการปฏิบัติตามค่าaniyimขององค์กรด้านอุทิศตนเพื่องค์กร ทางบวกต่อการให้ความสำคัญกับลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความสามารถใน กรณีได้ร้อยละ 44 ( $\beta = 0.73, p < 0.05$ ) แสดงให้เห็นว่า เมื่อพนักงานอุทิศตนเพื่องค์กรแล้ว ก็จะเกิด ฉีดอิริร้นต่องานและหน้าที่ รวมไปถึงยังรู้สึกว่างานที่กำลังปฏิบัตินั้นมีความสำคัญต่อองค์กร ทำให้พนักงานทุ่มเท ที่ปฏิบัติ และพนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้า นอกจากพนักงานจะต้องปฏิบัติงานตามหน้าที่แล้ว พนักงานยัง เกาะให้บริการทำให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการรับรู้ถึงความรู้สึกของพนักงานได้ก็จะช่วยเสริมให้การปฏิบัติงานมี ภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นผลดีต่อองค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พชรมน โนดร์ไวยศย (2552) ผลการวิจัย ว่าอุทิศตนเพื่องค์กร ทำให้พนักงานมีความจริงรักภักดีต่อองค์กร ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน ภกงานปฏิบัติงานด้วยความทุ่มเทให้กับงานที่ได้รับมอบหมาย เนื่องจากความผูกพันต่อองค์กรส่งผลให้พนักงาน ภกงานปฏิบัติงาน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานปฏิบัติการทำให้พนักงานให้ความสำคัญ ได้รับมอบหมาย

ความสามารถในการปฏิบัติตามค่าaniyimขององค์กรด้านยืนหยัดในความถูกต้อง มีอิทธิพลทางบวกต่อการให้ คัญกับลูกค้า ผลการทดสอบพบว่า ความสามารถในการปฏิบัติตามค่าaniyimขององค์กรด้านยืนหยัดในความถูกต้อง

มีอิทธิพลทางบวกต่อการให้ความสำคัญกับลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความสามารถใน การพยากรณ์ได้ร้อยละ 44 ( $\beta = 0.54, p < 0.05$ ) แสดงให้เห็นว่า การที่พนักงานยืนหยัดในความถูกต้องแล้วกอนอกหนึ่ง จากการวัดภาวะเบี่ยงของธนาคาร พนักงานจะต้องรับผิดชอบต่อการกระทำ คำพูดและการตัดสินใจ และการวัดษา ข้อมูลกับผู้ที่มาใช้บริการ ใส่ใจในการแก้ปัญหาของผู้มาใช้บริการ ทำให้ขยายเติบโตในปฏิบัติงานให้กระบวนการในการทำงาน มีความนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ดีและทำให้ผู้ที่มาใช้บริการไว้วางใจมากขึ้นรวมไปถึงคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญโดยไม่ เสื่อมเสียผลประโยชน์ส่วนตน สงผลให้พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้า เพราะพนักงานจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของ ผู้มาใช้บริการเป็นลำดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพร ภูทองเงิน (2555) พบว่าการปฏิบัติงานของพนักงานต่อ ทุกคนอย่างเท่าเทียมโดยมีการวางแผนตัวเป็นกลาง ปฏิบัติงานโดยยึดความยุติธรรมและความถูกต้องเที่ยงธรรมไม่มีคติต่อ ทุกคน จากการปฏิบัติงานที่ยึดในหลักพறหมวิหาร 4 สงผลให้บุคลากรมีความเมตตา โดยจะแสดงออกถึงความรัก ความปรารถนาดีมีไมตรีจิต มีความคิดช่วยเหลือทุกคนโดยได้รับประโยชน์และความสุขทั่วทั้ง

ความสามารถในการปฏิบัติตามค่า尼ยมขององค์กรด้านสุ่มความเป็นเลิศในทุกด้านมีอิทธิพลทางบวกต่อการให้ ความสำคัญกับลูกค้า ผลการทดสอบพบว่า ความสามารถในการปฏิบัติตามค่า尼ยมขององค์กรด้านสุ่มความเป็นเลิศในทุก ด้านมีอิทธิพลทางบวกต่อการให้ความสำคัญกับลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความสามารถใน การพยากรณ์ได้ร้อยละ 44 ( $\beta = 0.68, p < 0.05$ ) แสดงให้เห็นว่า พนักงานสามารถปฏิบัติตามค่า尼ยมขององค์กรในด้านสุ่ ความเป็นเลิศในทุกด้าน ทำให้พนักงานมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอในด้านการทำงานเป็นทีม และการบริการที่รวดเร็ว รวมไปถึงพยายามหาความต้องการของผู้มาใช้บริการแล้ว และการที่พนักงานยังมีความใส่ใจกับลูกค้าจากการเห็น ลูกค้าเป็นสำคัญ นอกจากพนักงานจะมีความสามารถในด้านการทำงานที่ดีแล้ว พนักงานยังใส่ใจในงานที่กำลังปฏิบัติ ผู้ที่มาใช้บริการก็จะรับรู้จากความรู้สึกภายใน นอกจากทำงานได้รวดเร็วแล้วยัง เต็มใจในการให้บริการอีกด้วย ซึ่งสอดคล้อง กับงานวิจัยของ พนิด มีรัตน์ (2558) พบว่า แนวทางการพัฒนาสุ่มความเป็นเลิศในการติดตั้งแท็บรายการต์ ตีกาวรู้จักและ เข้าใจลูกค้า เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสะดวกสบาย หรือเกิดความพึงพอใจจากการผลของ การกระทำนั้น

สมมติฐานที่ 2 การให้ความสำคัญกับลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการให้บริการที่เป็นเลิศ การหาค่าสัมประสิทธิ์ ทดสอบพหุคุณของการให้ความสำคัญกับลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการให้บริการที่เป็นเลิศโดยมีค่าความสามารถใน การพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 49 แสดงให้เห็นว่า พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้า เพราะพนักงานทุ่มเทให้การปฏิบัติงาน อย่างมากเนื่องมาจากพนักงานมีความรู้สึกเต็มใจในการให้บริการ ทำให้สงผลให้ ผู้ที่มาใช้บริการรับรู้ได้ถึงความการใจ ใส่ของพนักงานที่มาจากความรู้สึกภายในที่ปฏิบัติงานอย่างไร สงผลให้เกิดการบริการเป็นเลิศซึ่ง การที่พนักงานปฏิบัติงาน จากความรู้สึกที่ดีในการทำงานจะทำให้เพื่อนร่วมงานมีความสุข และจะทำให้เกิดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี และเมื่อ มีพนักงานใหม่ที่เข้ามาในองค์กรจะถูกวัดนิรบุรุษขององค์กรทำให้พนักงานที่เข้ามาใหม่ ใส่ใจและตั้งใจในการทำงานสงผล ต่อการบริการเป็นเลิศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพัชร์ ชุมกรรษาย (2558) ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นตัว แบ่งกลุ่มในความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะงานและคุณภาพการให้บริการ

สมมติฐานที่ 3 ความสามารถในการปฏิบัติตามค่า尼ยมขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อการให้บริการที่เป็นเลิศ การหาค่าสัมประสิทธิ์ทดสอบพหุคุณของความสามารถในการปฏิบัติตามค่าNiยมขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อการ ให้บริการที่เป็นเลิศโดยมีค่าความสามารถในการพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 44 แสดงให้เห็นว่า ค่าNiยมขององค์กรของธนาคาร

คอมสินที่กำหนดได้เป็นแนวทางให้พนักงานปฏิบัติตามนั้นมีอิทธิพลทางต่อการบริการเป็นเลิศ เนื่องจากการที่พนักงานปฏิบัติตามได้ตามแนวทางที่ธนาคารได้กำหนดได้ทำให้พนักงานปฏิบัติตามได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการทำงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรนั้นเป็นการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งการทำงานที่สอดคล้องกับค่านิยมจะส่งผลต่อพฤติกรรมในการทำงานที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธรรมรัตน์ อุญพrho (2556) พบว่า ค่านิยมในการทำงาน มีความสัมพันธ์อย่างมากกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ผลให้พนักงานที่ปฏิบัติตามค่านิยมจะทำให้มีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน รวมถึงระบุว่า ภาวะผู้นำ ความมุ่งมั่นในเป้าหมายของงาน และผลของการปฏิบัติตามค่านิยมสามารถทำให้พฤติกรรมการทำงานร่วมกันในองค์กรมีประสิทธิภาพในการทำงาน

ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อ การให้บริการเป็นเลิศ ผลการทดสอบพบว่า ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อการให้บริการเป็นเลิศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความสามารถในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 44 ( $\beta = 0.68, p < 0.05$ ) แสดงให้เห็นว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีผลต่อการบริการเป็นเลิศ มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้สินค้าและบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณษา กัญจนมุสิก(2554) พบว่า การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ส่งผลต่อความรู้สึกและการเลือกใช้สินค้าและบริการ ทำให้ผู้มาใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กรด้านอุทิศตนเพื่องค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อการให้บริการเป็นเลิศ ผลการทดสอบพบว่า ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กรด้านอุทิศตนเพื่องค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อการให้บริการเป็นเลิศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความสามารถในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 44 ( $\beta = 0.66, p < 0.05$ ) แสดงให้เห็นว่า พนักงานมีความผูกพันต่องค์กรและภารกิจในหน่วยงาน ส่งผลให้มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน ทำให้การบริการสามารถสร้างความสุขให้กับผู้ที่มาใช้บริการและสามารถสร้างแรงจูงใจให้กับเพื่อนร่วมงาน

ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กรด้านยืนหยัดในความถูกต้องมีอิทธิพลทางบวกต่อ การให้บริการเป็นเลิศ ผลการทดสอบพบว่า ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กรด้านยืนหยัดในความถูกต้อง มีอิทธิพลทางบวกต่อการให้บริการเป็นเลิศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความสามารถในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 44 ( $\beta = 0.54, p < 0.05$ ) แสดงให้เห็นว่า พนักงานปฏิบัติตามด้วยความเชื่อถัดย และมีความน่าเชื่อถือโดยมีจิตสำนึกของการให้บริการ ทำให้พนักงานปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด ทำให้สามารถให้ข้อมูลกับผู้ที่มาใช้บริการ "ได้อย่างถูกต้อง และได้รับคำชมจากผู้ที่มาใช้บริการเสมอ ทำให้พนักงานคนอื่นสามารถนำไปเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติงานได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาจารย์รัตน์ เลิศไฝรอด(2554) พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจกับการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ที่สามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบ และให้บริการด้วยความเสมอภาค ทำให้ประชาชนเห็นว่า การปฏิบัติงานมีคุณภาพ และเต็มใจในการให้บริการ

ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กรด้านสุ่มความเป็นเลิศในทุกด้านมีอิทธิพลทางบวกต่อ การให้บริการเป็นเลิศ ผลการทดสอบพบว่า ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กรด้านสุ่มความเป็นเลิศในทุกด้านมีอิทธิพลทางบวกต่อการให้บริการเป็นเลิศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความสามารถในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 44 ( $\beta = 0.62, p < 0.05$ ) แสดงให้เห็นว่า พนักงานปรับปรุงและพัฒนาตนเอง ในสินค้าและบริการ

ที่มาใหม่ ทำให้สามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องกับผู้ที่มาใช้บริการได้ ทำให้ได้รับความไว้วางใจและน่าเชื่อถือ ทำให้สามารถปฏิบัติงานได้เกินกว่าเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิสาหกรรมดังท่อง (2555) พบว่า การที่เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานโดยบริการด้วยความเสมอภาค พึงร่วมช่วยเหลืออำนวยความสะดวก ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทำให้ผู้ที่มาใช้บริการสามารถได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง 服务水平บริการที่มีเป็นหน้ายิ่มเย้ม แจ่มใส และมีวิชาสุภาพ ทำให้ผู้ที่มาใช้บริการพึงพอใจ โดยเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ยอมรับและพร้อมจะพัฒนาภาพคุณภาพรวม การให้บริการ

สมมติฐานที่ 4 การให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นตัวแปรกลางระหว่างความสัมพันธ์ของความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรและส่งผลต่อการให้บริการที่เป็นเลิศ การหาค่าสัมประสิทธิ์โดยพนักงาน เป็นตัวแปรกลางระหว่างความสัมพันธ์ของความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรและส่งผลต่อการให้บริการที่เป็นเลิศโดยมีค่าความสามารถในการพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 40 แสดงให้เห็นว่า พนักงานมีความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรทำให้พนักงานปฏิบัติงานไปในพื้นที่ทางเดียวกัน และลดความขัดแย้งในการปฏิบัติทำให้พนักงานมีความสุขในการปฏิบัติงาน งานรวมไปถึงความสามารถในการปฏิบัติงานเป็นทีมทำให้มีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น ซึ่งมีอิทธิพลทางบวกต่อการบริการเป็นเลิศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรตน์ชัย ธรรมรงค์ (2557) พบว่า การที่พนักงานปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร และร่วมมือกับองค์กรทำให้เกิดความสามัคคีในการทำงานเป็นทีม ทำให้การทำงานมีประสิทธิผล ทำงานได้สำเร็จตรงตามเวลา การยอมรับวัฒนธรรมองค์กรจะทำให้เกิดการยอมรับสิ่งใหม่ในการทำงาน และทำให้เกิดประสิทธิผลในการทำงาน ในขณะเดียวกัน การให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นตัวแปรกลาง แสดงให้เห็นว่าหากพนักงานความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรแล้ว จะส่งผลให้การบริการของมาเป็นเลิศ และการที่พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้าจะทำให้ช่วยเสริมการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากพนักงานมีใจรักในการบริการลูกค้า ส่งผลให้ปฏิบัติงานโดยใส่ใจในความต้องการของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พชรารถ งามวิจิตรนันท์ (2554) พบว่า การเพิ่มคุณภาพการบริการทำให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานเนื่องจาก พนักงานมีความใส่ใจและตอบสนองลูกค้าได้อย่างตรงจุด รวมไปถึงการบริการที่เป็นมิตรที่ผู้เข้ามาใช้บริการจะรู้สึกได้จากการปฏิบัติงานของพนักงาน เป็นส่วนประกอบสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

#### 6. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์จากการวิจัย

## 6.1 ประโยชน์เชิงการจัดการ

6.1.1 จากการศึกษาพบว่า ความสามารถในการปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรทุกด้าน ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้นองค์กรควรมีการจัดกิจกรรมการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับพนักงานเนื่องจากพนักงานอาจยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้พนักงานเข้าใจและทราบถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะส่งผลดีต่องค์กร

6.1.2 จากการศึกษาพบว่าพนักงานของธนาคารยอมสินส่วนมากได้คุณิตนเพื่อองค์กร ดังนี้  
ให้การสนับสนุนให้พนักงานคุณิตนเพื่อองค์กรต่อไป เนื่องจาก การที่พนักงานคุณิตนให้องค์กรจะส่งผลต่อการทำงานด้วยความทุ่มเทให้กับงานและทำเพื่อผลประโยชน์ขององค์กร

6.1.3 จากการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการให้ความสำคัญกับลูกค้าของพนักงานธนาคาร omnichannel สินส่วนมากให้ความสำคัญกับลูกค้า องค์กรควรมีการส่งเสริมการให้ความสำคัญกับลูกค้า และปลูกฝังให้พนักงานถึงความสำคัญของผู้ใช้บริการที่มีความสำคัญต่องค์กร

6.1.4 จากการศึกษาพบว่าพนักงานมีความต้องการในการพัฒนาความสามารถในแต่ละด้านแตกต่างกัน องค์กรควรมีการสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพให้พนักงานมีความสามารถเพิ่มขึ้นในด้านที่พนักงานพึงพอใจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการทำงานที่จะส่งผลต่อการบริการที่มีประสิทธิภาพ

6.1.5 องค์กรควรสนับสนุนแนวทางในการปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงความถูกต้อง พร้อมที่จะเสียสละความสุขส่วนตน เพื่อยืดผลประโยชน์ของผู้ที่มาใช้บริการเป็นสำคัญ

## 6.2 ประโยชน์เชิงทฤษฎี

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถในการปฏิบัติตามค่าณิยมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริการเป็นเลิศผ่านการให้ความสำคัญกับลูกค้า จึงพบว่า ตัวแปรแพร่กระจายรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยได้จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี จนเกิดเป็นทฤษฎีเกี่ยวกับการปฏิบัติตามค่าณิยมองค์กรสมพسانกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับลูกค้า จนกลายมาเป็น ความสามารถในการปฏิบัติตามค่าณิยมองค์กร การให้ความสำคัญกับลูกค้า และ การบริการเป็นเลิศ โดยใช้การทดสอบตัวแปรกลางตามแนวคิดของ Baron และ Kenny(1986) ด้วยการเก็บข้อมูลจากพนักงานธนาคาร omnichannel 5 ถ้าพนักงานสามารถปฏิบัติตามค่าณิยมองค์กร และ มีการให้ความสำคัญกับลูกค้า ยอมทำให้การบริการเป็นเลิศ และทำให้ได้ผลการปฏิบัติงานตามนโยบายและอยู่ในทิศทางที่องค์กรกำหนดเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

## 6.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

6.3.1 ควรศึกษาขอบเขตในการตัดสินใจของพนักงาน นอกเหนือการจากต้อนรับและบริการที่ดีแล้ว ลิ่งที่ผู้เข้ามาใช้บริการต้องการ คือความรวดเร็วในการบริการ โดยการตัดสินใจของพนักงานบางครั้งจะต้องผ่านผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจก่อน ซึ่งทำให้การปฏิบัติงานบางส่วนอาจใช้เวลามาก

6.3.2 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่ได้ข้อมูลจากการปฏิบัติงานของพนักงาน แต่เพื่อข้อมูลที่ละเอียดมากขึ้น ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพจากผู้ที่มาใช้บริการ เพื่อเป็นการศึกษาข้อมูลในเชิงลึก

6.3.3 ในการศึกษาครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาส่วนหนึ่งขององค์กร ผู้วิจัยเห็นว่าการปฏิบัติตามค่าณิยมองค์กรนั้นส่งผลให้การบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น จึงเห็นว่าควรมีการศึกษาการสนับสนุนจากองค์กรในการปฏิบัติตามค่าณิยม และขยายขอบเขตของการศึกษาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร

## 7. สรุปผลการวิจัย

ความสามารถในการปฏิบัติตามค่าณิยมองค์กร การให้ความสำคัญกับลูกค้า และการบริการเป็นเลิศโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความสามารถในการปฏิบัติตามค่าณิยมองค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม อุทิศตนเพื่อองค์กร ยืนหยัดในความถูกต้อง และสุ่มความเป็นเลิศในทุกด้าน มีอิทธิพลทางบวกต่อการให้ความสำคัญกับลูกค้า และการบริการเป็นเลิศ และการให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นตัวแปรกลางมีอิทธิพลระหว่างความสามารถในการปฏิบัติตามค่าณิยมองค์กร และส่งผลต่อการบริการเป็นเลิศ โดยการทดสอบแสดงให้เห็นว่า การให้ความสามารถในการปฏิบัติตามค่าณิยมองค์กร และส่งผลต่อการบริการเป็นเลิศ โดยการทดสอบแสดงให้เห็นว่า การให้ความสำคัญกับลูกค้า องค์กรควรส่งเสริมการให้ความสำคัญกับลูกค้า และปลูกฝังให้พนักงานถึงความสำคัญของผู้ใช้บริการที่มีความสำคัญต่องค์กร

ความสำคัญกับลูกค้าเป็นตัวแปรกลางที่มีความสำคัญระหว่างความสามารถในการปฏิบัติตามค่าเปี่ยมขององค์กร และ การบริการเป็นเลิศ อย่างไรก็ตามผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดค่าเปี่ยมขององค์กรเพื่อให้ พนักงานสามารถปฏิบัติตามทำให้ช่วยเสริมพัฒนาระบบการให้ความสำคัญกับลูกค้า และส่งผลต่อการบริการเป็นเลิศ ของพนักงานเพื่อการบริการที่ดีขององค์กรต่อไป

กิตติกรรมประการ ขอขอบคุณพนักงานธนาคารออมสินภาค 5 ที่ได้สละเวลาในการทำแบบสอบถามเพื่อให้ ข้อมูลในการทำการวิจัย

### เอกสารอ้างอิง

- ณัฐพร ภูทองเงิน. (2555). การบริหารงานบุคคลกรุํของผู้บริหารสถานศึกษาตามหลักพร้อมวิชาฯ ในกลุ่มสถานศึกษาเขต พื้นที่ ๑-๔ สร้างสรรค์งานแข็งเพื่อก้าวสู่มาตรฐานเดียวกัน ที่ก้าวไปก้าวหน้า ๒๕๕๕. ๑.
- วิทยานิพนธ์หลักสูตรพุทธศาสนาศตวรรษใหม่ที่ต้องการให้ความรู้แก่เยาวชนในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- เตือนใจ จันทร์หน่องสรวง. (2554). การศึกษาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีผลต่อความจริงรักภักดีของ ผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายเอไอเอส ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัย กรุงเทพ.
- ธรรมรัตน์ อุ่นพร. (2556). ค่านิยมในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของเจเนอเรชั่นต่างๆ. วารสารบริหารธุรกิจ. 138, 42-62.
- บุญชุม ศรีสะคาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : สุริวิสาสันน.
- ประสพชัย พสุนทร. (2553). สถิติธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : ห้อป.
- พักรัตน์คุภางค์ ศรีสวัสดิ์. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม CSR กับภาพลักษณ์ขององค์กร เครือข่ายเมืองไทย (SCG). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี.
- พชรมน ໂหดรำໄວศยะ. (2552). การศึกษาความผูกพันและความจริงรักภักดีต่อองค์กรที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน ของพนักงานระดับปฏิบัติการ บริษัท สนพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พักรัตน์คุภางค์ ศรีสวัสดิ์. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม CSR กับภาพลักษณ์ขององค์กร เครือข่ายเมืองไทย (SCG). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี.
- พัชราภรณ์ งามวิจิตรนันท์. (2554). แนวทางในการพัฒนาระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด เพชรบุรี ศ.เจริญยนต์. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาจัดการภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พินิต มีธีรศิริ. (2558). แนวทางการพัฒนาการให้บริการสู่ความเป็นเลิศในการติดตั้งแก๊สรถยนต์ LPG ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี. วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 2, 23-34.
- วรพัชร์ ชุมวรรณา. (2558). อิทธิพลของคุณลักษณะงานที่มีต่อคุณภาพการให้บริการผ่านการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญของ เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดกรุงเทพ. Veridian E-Journal, Slipakorn University, 2, 1001-1008.

สามารถในการปฏิบัติตามค่ามีมขององค์กรที่ส่งผลต่อการบริการเป็นเส้นทางการให้ความสำคัญกับลูกค้าฯ / กตติน โภสุวรรณ และคณะ

- ธุระเพง. (2557). ผลกระทบของการสนับสนุนจากองค์กรที่มีต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานผ่านกระบวนการปฏิบัติตาม  
วัฒนธรรมองค์กรแบบ BEST ของพนักงานบริษัทไทยรวมสินพัฒนาอุสาหกรรม จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กาญจนมุติก. (2554). การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและ  
บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วงศ์สัมฤทธิ์. (2553). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ที่มีผลต่อความจริงรักภักดีของลูกค้าของ บริษัท  
แอคడิวนซ์ อินฟิร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการตลาด  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ.
- มดทอง. (2555). การพัฒนาพฤติกรรมการบริการเจ้าหน้าที่ผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบุรีรัมย์. *Journal of Nurses' Association of Thailand, North-Eastern Division*, 2, 140-146.
- กิติยานันท์. (2552). ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต.  
สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- เจริญสว่าง. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการดำเนินงานกับการบริการที่เป็นเลิศของสำนักงานบัญชี  
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เนน เลิศไฝรอด. (2554). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการสาธารณสุขตามหลักสาธารณสุขรวม ขององค์กร  
บริหารส่วนตำบลหนองกรด จังหวัดนครสวรรค์. วิทยานิพนธ์พุทธศาสนามหาบัณฑิต.
- สาขาวิชาการรัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
2. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological  
research : Conceptual ,strategic, statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Ialug, V. (2009). Building innovative creation efficiency of furniture business in Thailand: and empirical  
research of its antecedents and consequences. *International Journal of Strategic Management*, 3,  
36-58.