

คุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
ศึกษารณณี บริษัท ซูเปอร์ริช อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็กซ์เชนจ์ จำกัด (1965)
Service Quality of International Money Exchange Business: A case study of Super Rich
International Exchange (1965) CO., LTD.

นวนันย์ ธวัชวงศ์เดชากุล¹

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทิชา หาสนธิ²

เพ็ญพิภักตร์ สว่าง³

¹นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

²ผศ.ดร., อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

³นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จำแนกตามคุณลักษณะของผู้ใช้บริการจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประชากรที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 คน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการในเขตปทุมวัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านพนักงานที่ให้บริการ จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จำแนกตามประชากรศาสตร์ พบว่าตัวแปร เพศแตกต่างกัน จะแสดงความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ไม่แตกต่างกัน แต่ตัวแปรอายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุดและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแสดงความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ / ธุรกิจเงินตราต่างประเทศ / ผู้ใช้บริการ

Abstract

This Research aims to studied and compare customer opinion on Service Quality of International Money Exchange Business that was classified with The Demographic Characteristics are sex, ages, education, career and income per month. The sampling in this study for there are 400 peoples. Data collective with questionnaire paper and statistic for

analysis consist of Frequency, Mean, Standard Deviation, t-test and One - Way ANOVA with statistic significant at 0.05. The research result showed that the customer who live in Phatumwan District area were opinion on Service Quality of International Money Exchange Business in the holistic are high level consist of Place, process and personal were compared the opinion on Service Quality of International Money Exchange Business that classified with Demographic Characteristics found that sex factor are different are rely on them opinion as well. In the other hand, the differently of ages, career, education and income per month factors has the opinion on Service Quality of International Money Exchange Business are different with statistic significant at 0.05.

Keywords: Service Quality / International Money Exchange Business / Customer

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศได้มีการพัฒนารูปแบบให้มีความทันสมัยมากขึ้น เนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ปัจจัยทางสังคม ข้อกำหนดของรัฐ เทคโนโลยี และคู่แข่งเปลี่ยนแปลงไป จึงทำให้ การค้าและการบริการเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการบริการให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย การที่ธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศจะประสบความสำเร็จได้ ผู้บริหารต้องมีคุณสมบัติที่เหมาะสม มีโครงสร้างทางการเงินที่มั่นคง มีสิ่งอำนวยความสะดวก นโยบายและวิธีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ มีความเชื่อมั่น และผู้บริโภคมีความพึงพอใจกับการบริการ เป็นสิ่งที่บอกให้ทราบว่าตลาดได้รับความสำเร็จ ตลาดเงินตราต่างประเทศ คือ ตลาดที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินต่าง ๆ โดยราคาของเงินตราต่างประเทศสกุลหนึ่งเมื่อเทียบกับอีกสกุลหนึ่ง จะเรียกว่า "อัตราแลกเปลี่ยน" (Foreign Exchange Rates) เช่น อัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาท เทียบกับเงินดอลลาร์ สรอ. หรืออัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทและเงินหยวน เป็นต้น ซึ่งอัตราแลกเปลี่ยนจะเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปตามอุปสงค์และอุปทานของเงินตราต่างประเทศในแต่ละช่วงเวลา ปัจจัยสำคัญที่กำหนดอัตราแลกเปลี่ยน ได้แก่ มูลค่าการค้าและกระแสเงินลงทุนระหว่างประเทศ รวมทั้งการคาดการณ์ของผู้เล่นต่าง ๆ ในตลาดอีกด้วยประเทศไทยได้เปลี่ยนมาใช้ระบบอัตราแลกเปลี่ยนลอยตัวแบบมีการจัดการ (Managed Float) ตั้งแต่วันที่ 2 กรกฎาคม 2540 เป็นต้นมา โดย ธปท. มีแนวทางการบริหารจัดการอัตราแลกเปลี่ยนเพื่อดูแลเสถียรภาพ โดยไม่ได้กำหนดเป้าหมายว่าอัตราแลกเปลี่ยนควรจะอยู่ ณ ค่าใดค่าหนึ่งโดยเฉพาะ แต่จะคอยติดตามและดูแลให้อัตราแลกเปลี่ยนเคลื่อนไหวสอดคล้องกับพื้นฐานทางเศรษฐกิจ และไม่ผันผวนมากเกินไป จนเป็นอุปสรรคต่อการปรับตัวของภาคเศรษฐกิจ และก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบที่รุนแรงต่อระบบเศรษฐกิจการเงิน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558)

การทำธุรกรรมระหว่างประเทศหากมีเงินตราต่างประเทศสกุลเดียวก็ย่อมไม่มีความจำเป็นต้องมีตลาดแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ แต่ในความเป็นจริงการทำธุรกรรมระหว่างประเทศจะต้องเกี่ยวข้องกับเงินตราต่างประเทศตั้งแต่ 2 สกุลขึ้นไป จุดมุ่งหมายของตลาดแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ก็คือการโอนอำนาจซื้อจากเงินตราสกุลหนึ่งไปยังเงินตราอีกสกุลหนึ่ง หรือเป็นการแลกเปลี่ยนหรือทำการซื้อขายเงินตราต่างประเทศสกุลหนึ่งไปยังเงินตราต่างประเทศอีกสกุลหนึ่ง ต่อมาธุรกิจการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มีการแข่งขันสูง จึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อสอดรับกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้สามารถอยู่รอดและดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืน

ในนโยบายรัฐบาลชุดปัจจุบันได้มีแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้มแข็ง สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเพิ่มองค์ความรู้ในด้านการปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และพัฒนาการบริหารจัดการภายในองค์กร ปรับโครงสร้างกลไกการสนับสนุนและการขับเคลื่อนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นระบบ และมีเอกภาพที่ชัดเจนทั้งในด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและบริการทางการเงินและการลงทุนสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ การตลาดและโอกาสในการลงทุนในต่างประเทศ นั้น (คำแถลงการณ์นโยบาย พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี, 2557)

จากนโยบายของรัฐบาลดังกล่าวข้างต้น จึงจัดทำวิจัยขึ้นเพื่อศึกษาถึง คุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ศึกษากรณี บริษัทซูเปอร์ริช อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (1965) อีกทั้งในการปฏิบัติการให้บริการต่างๆ ของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศยังประสบปัญหาและอุปสรรค ไม่ว่าจะเรื่อง วิธีการดำเนินการ บุคลากรที่ให้บริการ และสถานที่ให้บริการ สาขาต่างๆ ทำให้การบริการยังไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร และด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของบริษัท พร้อมทั้งทราบข้อบกพร่อง และสามารถนำความคิดเห็นที่ได้มาวางแผน ปรับปรุงรูปแบบการให้บริการตลอดจนระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองผู้ใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้จะได้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ศึกษากรณี บริษัทซูเปอร์ริช อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็กซ์เชนจ์ จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ศึกษากรณี บริษัทซูเปอร์ริช อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็กซ์เชนจ์ จำกัด จำแนกตามคุณลักษณะของผู้ใช้บริการ

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษา คุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ศึกษากรณี บริษัทซูเปอร์ริช อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (1965) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามให้ผู้ให้บริการแสดงความคิดเห็น โดย

ผู้ศึกษามุ่งศึกษาตัวแปรดังนี้

1.1) ตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้มารับบริการที่ธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) อาชีพ และ 5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2) ตัวแปรตาม คือ คุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ 3 ด้าน คือ 1) ด้านสถานที่ 2) ด้านกระบวนการให้บริการ 3) ด้านพนักงานให้บริการ

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่ ประชากรที่ใช้บริการบริษัท ซุปเปอร์ริช อินเทอร์เน็ต เนชั่น เอ็กซ์เชนจ์ (1965) จำกัด ในเขตปทุมวัน จำนวน 400 คน โดยการกำหนดจำนวนตัวอย่างที่ในวิจัย มาจากสูตรของการคำนวณขนาดตัวอย่าง (SampleSize) ในกรณีไม่ทราบค่าประชากร

3. ด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ทำการวิจัยและเก็บข้อมูลระหว่าง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 ถึง เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2560

การทบทวนวรรณกรรม

นโยบายการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ (คำแถลงการณ์นโยบาย พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี, 2557) การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศความไม่สงบทางการเมืองที่ดำเนินมานานกว่า 6 เดือนจนถึงกลางปี มีผลให้เศรษฐกิจจะชะลอตัวลงอย่างมาก แม้คณะรักษาความสงบแห่งชาติได้ดำเนินการกระตุ้นเศรษฐกิจจนเริ่มฟื้นตัวแล้ว แต่ก็ยังไม่อาจขยายตัวเต็มตามศักยภาพ นอกจากนี้ระบบเศรษฐกิจของไทยยังมีจุดอ่อนที่จะต้องแก้ไขปรับปรุงหลายเรื่อง เพื่อที่จะสร้างพื้นฐานเศรษฐกิจให้สามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องและมั่นคง ตั้งแต่การจัดเก็บภาษีซึ่งยังไม่เพียงพอต่อการบริหารและพัฒนาประเทศอย่างเต็มศักยภาพ ปัญหาหนี้ภาครัฐ การใช้พลังงานอย่างฟุ่มเฟือย ตลอดจนปัญหาการใช้หนี้ในภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรม ซึ่งขาดแคลนเป็นประจำในฤดูแล้ง ในขณะที่มีน้ำท่วมบ่อยครั้งในฤดูฝน ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ รัฐบาลจะดำเนินนโยบายเศรษฐกิจเป็น 3 ระยะ คือ ระยะเร่งด่วนที่ต้องดำเนินการทันที ระยะต่อไปที่ต้องแก้ไขปัญหาค่าใช้จ่ายพื้นฐานที่ค้างคาอยู่และระยะยาวที่ต้องวางรากฐานเพื่อความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้ให้คำจำกัดความว่า หมายถึง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา องค์ประกอบเหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมนำมาใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่จะสามารถช่วยกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งทำให้ง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรทางด้านอื่นๆ ตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญ ประกอบด้วย

1. เพศ (gender) ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงแนวโน้ม มีความต้องการที่จะส่งผลและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

2. อายุ (age) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกันคนที่อายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าความบันเทิง

3. การศึกษา (education) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกันคนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษาต่ำ

มักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

4. รายได้ (income) เป็นสิ่งที่กำหนดความรู้สึกนึกคิด และความต้องการเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และ พฤติกรรมต่าง ๆ ของคน

5. อาชีพ (occupation) มักมีอิทธิพลต่อการบริโภคของผู้บริโภค อาชีพที่แตกต่าง ๆ มีผลต่อแนวคิด อุดมการณ์ ค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น คนที่มีอาชีพรับราชการจะคำนึงถึงเรื่องของสวัสดิการ ศักดิ์ศรี และ เกียรติภูมิของความเป็นข้าราชการ ซึ่งต่างจากคนที่ทำงานธุรกิจเอกชนที่คำนึงถึงรายได้และการมีศักดิ์ศรีด้วย เงินทองที่สามารถซื้อสิ่งของที่ตนเองต้องการได้ เพื่อรักษาสถานภาพทางสังคม

คุณภาพ (quality) หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้ารับรู้ (Gronroos, 1990) คุณภาพบริการ (service quality) เป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากงานบริการมีความไม่แน่นอนในการผลิตงานมาให้ได้มาตรฐาน ทั้งนี้เพราะงานบริการส่วนมากเป็นสิ่งที่จับต้องได้ยาก ไม่สามารถจัดเก็บไว้ได้ ต้องทำการผลิตขณะที่ ผู้รับบริการมารับบริการ ดังนั้นในขณะที่ผู้รับบริการมาใช้บริการและมีการส่งมอบบริการนั้นจะทำให้เกิด ข้อผิดพลาด และทำให้ผู้รับบริการเกิดความไม่พอใจ ผู้ให้บริการจึงต้องทำการศึกษาถึงสาเหตุที่ทำให้การส่งมอบบริการไม่มีคุณภาพ (ทวิศักดิ์ เทพพิทักษ์, 2550, 206)

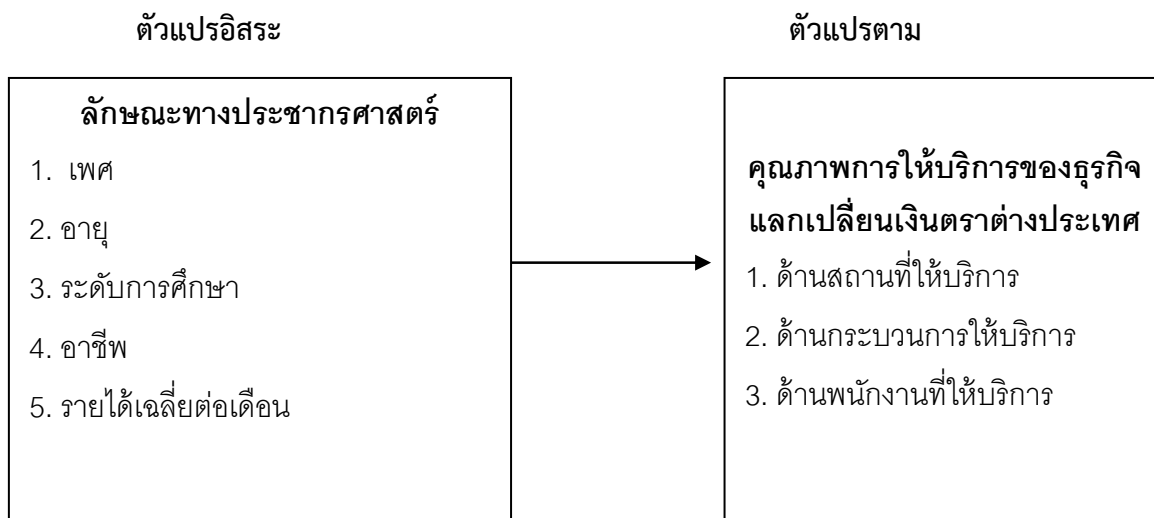
พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ให้ความหมายของการบริการว่า หมายถึง การปฏิบัติรับ ใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ

วีรพงษ์ (2539) ให้ความหมายของบริการ คือ พฤติกรรม กิจกรรม การกระทำ ที่บุคคลหนึ่งทำให้ หรือส่งมอบอีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบอันนั้น

ไพโรพนา (2544) กล่าวว่า การบริการ คือ กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใด อย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข และความ สะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะของตัวเอง ไม่สามารถจับ ต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปธรรมและไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจ ไมตรี เปี่ยมด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความสะดวก รวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค ขณะที่ พงษ์เทพ สันติพันธ์ (2546) รายงานว่า หลักของ การให้บริการนั้นต้องสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ ได้ แต่ขณะเดียวกันก็ต้องดำเนินการ ไปโดยอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเท่าเทียมกันทุกคน ทั้งยังให้ความ สะดวกสบายไม่สิ้นเปลืองทรัพยากร และไม่ สร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้ใช้บริการมากจนเกินไป โดยการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อ ผู้รับบริการมากที่สุด คือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ไม่มีความชอบพอ

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้น พบว่า จากนโยบายของรัฐบาลในเรื่องของการเพิ่มขีด ความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้มแข็ง สามารถแข่งขันได้อย่างมี ประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการจะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ให้มีประสิทธิภาพให้มากขึ้น ดังนั้น จาก การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ การรับรู้คุณภาพการให้บริการ คุณภาพการให้บริการ จะสามารถนำไป กำหนดขอบเขตในการสร้างแบบสอบถามที่แสดงให้คุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตรา ต่างประเทศ สำหรับการวิจัยในครั้งนี้

กรอบแนวคิดของการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ส่วนมากเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61.75) มีอายุระหว่าง 31-35 ปี (ร้อยละ 28.75) มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 49) ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

คุณภาพการให้บริการของของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ศึกษารณิ บริษัท ซุปเปอร์ริช อินเตอร์เนชั่นเนล เอ็กซ์เชนจ์ จำกัด (1965)

พบว่าผู้ใช้บริการในเขตปทุมวัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ศึกษารณิ บริษัท ซุปเปอร์ริช อินเตอร์เนชั่นเนล เอ็กซ์เชนจ์ จำกัด (1965) มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก โดยมีคุณภาพด้านกระบวนการให้บริการสูงสุด รองลงมาคือ ด้านสถานที่ที่ให้บริการ และด้านพนักงานที่ให้บริการตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษา เรื่อง คุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ศึกษารณิ บริษัท ซุปเปอร์ริช อินเตอร์เนชั่นเนล เอ็กซ์เชนจ์ จำกัด (1965) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ศึกษารณิ บริษัท ซุปเปอร์ริช อินเตอร์เนชั่นเนล เอ็กซ์เชนจ์ จำกัด

(1965) มีคุณภาพในการให้บริการโดยเฉพาะด้านพนักงานที่ให้บริการ ด้านกระบวนการในการให้บริการ และด้านสถานที่ที่ให้บริการตามลำดับ พบว่า

คุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ศึกษากรณ์ บริษัท ซุปเปอร์ริช อินเทอร์เน็ต เนชั่นเนล เอ็กซ์เชนจ์ จำกัด (1965)

1. ด้านสถานที่ที่ให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า มีคุณภาพในการให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการเกี่ยวกับสถานที่ที่ได้แก่ ความมีมาตรฐานเดียวกันในการจัดแต่งบริษัท มีที่ตั้งทำเลเหมาะสมสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ อุณหภูมิภายในบริษัทเหมาะสมเย็นสบาย ภูมิทัศน์ในการตกแต่งน่าอยู่ สะอาด มีสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้มารับบริการ มีการประชาสัมพันธ์บอกขั้นตอนการให้บริการและป้ายแนะนำ ประกาศอัตราแลกเปลี่ยนสามารถมองเห็นชัดเจน ส่วนประเด็นที่ไม่น่าพอใจจะได้แก่ มีความสวยงามและเป็นระเบียบเรียบร้อย โดยในส่วนนี้อาจจะเป็นเพราะพื้นที่ในการจัดตั้งที่จำกัด แต่ในภาพรวมออกมาอยู่ในระดับมากเป็นเครื่องบ่งชี้ว่า บริษัท ซุปเปอร์ริช อินเทอร์เน็ต เนชั่นเนล เอ็กซ์เชนจ์ จำกัด (1965) มีคุณภาพในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

2. ด้านกระบวนการให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า มีคุณภาพในการให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการ ได้แก่ พนักงานสามารถตอบคำถามหรือให้คำแนะนำเบื้องต้นได้ มีป้ายประชาสัมพันธ์ ประกาศ แนะนำ บริการต่างๆ อย่างเพียงพอ มีการจัดเรียงลำดับการเข้าติดต่อรับบริการ ก่อน – หลัง มีการจัดเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มารับบริการอย่างเพียงพอ มีป้ายบอกจุดให้ผู้มารับบริการเห็นอย่างเด่นชัด กระบวนการให้บริการต่าง ๆ มีขั้นตอนที่สะดวกรวดเร็ว ในข้อมีการบริการเป็นไปตามกำหนดระยะเวลา เป็นข้อที่มีค่าน้อยกว่าประเด็นอื่นๆ อาจจะเพราะเจ้าหน้าที่มีไม่เพียงพอกับจำนวนผู้มาใช้บริการ หรือปริมาณงานที่มากเกินไป ทำให้ผู้มาใช้บริการต้องใช้ระยะเวลานาน ซึ่งเป็นจุดที่บริษัทจะต้องพัฒนาต่อไป

3. ด้านพนักงานที่ให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า มีคุณภาพในการให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการเกี่ยวกับพนักงานที่ให้บริการได้แก่ พนักงานพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลา พนักงานทุกคนช่วยเหลือและให้บริการด้วยความเต็มใจ พนักงานสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วแม้ว่างานกำลังยุ่ง พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อยเหมาะสมกับงานบริการ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน พนักงานให้ความสนใจ และบริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน พนักงานที่ให้บริการเพียงพอกับจำนวนผู้มาใช้บริการ พนักงานมีความเข้าใจในความต้องการแต่ละอย่างของท่าน มีเพียงด้านพนักงานมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับบริการที่นำเสนอรวมถึงความรู้อื่นๆ เพื่อตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน มีค่าน้อยกว่าประเด็นอื่นๆ จากผลการวิจัยจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญาเนตร วังศา (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสำนักงานการขนส่งทางน้ำที่ 3 สาขาประจวบคีรีขันธ์ พบว่า คุณภาพการให้บริการของสำนักงานการขนส่งทางน้ำที่ 3 สาขาประจวบคีรีขันธ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านสถานที่ที่อยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก ด้านสถานที่ที่ให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เหตุผลการศึกษาเป็นเช่นนี้ อาจจะเนื่องมาจากผู้มาใช้บริการที่เป็นทั้งเพศชายและเพศหญิง มีทัศนคติที่เหมือนกันในการมารับบริการ เพราะทุกคนจะได้รับบริการทั้งด้านสถานที่ที่ให้บริการ ด้านกระบวนการที่ให้บริการ และด้านพนักงานที่ให้บริการ ที่เหมือนกันไม่มีการแบ่งชนชั้น ซึ่งอาจจะมีแนวทางในการบริการจัดการตามนโยบายของรัฐในการสร้างองค์กรให้บริการที่

ประทับใจ โดยการนำหลักการบริหารจัดการที่ดีมาเป็นแนวทางในการบริหารองค์กร ทุกคนจะได้รับบริการที่เสมอภาคและรวดเร็ว ทั้งเพศชายและเพศหญิงต่างก็ประทับใจในการบริการ ผลออกมาจึงไม่มีความแตกต่างระหว่างปัจจัยดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยสิทธิ์ เลหาวัฒนภิญโญ (2549) ที่ศึกษาเรื่องประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลเมืองเพชรบุรี อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี พบว่าประชาชนที่มีเพศต่างกันมีทัศนะต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลเมืองเพชรบุรี อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการบริหารจัดการที่ดี ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ด้านการพัฒนาระบบการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการที่มีอายุและอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ด้านกระบวนการให้บริการไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ผู้ใช้บริการที่มีอายุและอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ด้านสถานที่ให้บริการและด้านพนักงานที่ให้บริการ แตกต่างกันอาจจะเป็นเพราะว่ามุมมองของแต่ละวัยและอาชีพแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญาเนตร์ วงศา (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการของสำนักงานการขนส่งทางน้ำที่ 3 สาขาประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานขนส่งทางน้ำที่ 3 สาขาประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสถานที่ที่ให้บริการไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ด้านพนักงานที่ให้บริการ แตกต่างกัน อาจจะเป็นระดับการศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการแสดงความคิดเห็นการที่จะแสดงทัศนคติต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งต้องมียุทธศาสตร์ประกอบมาจากการรับรู้ โดยเฉพาะการรับรู้ผ่านทางกระบวนการศึกษา ประสบการณ์จากการเรียนรู้ มีผลต่อการแสดงความคิดเห็นที่ออกมามีความแตกต่างกัน บางคนต้องการให้ความสำคัญ และความคาดหวังในการรับบริการจากพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญาเนตร์ วงศา (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสำนักงานการขนส่งทางน้ำที่ 3 สาขาประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ประชาชนที่มีการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานขนส่งทางน้ำที่ 3 สาขาประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ด้านพนักงานที่ให้บริการไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ด้านสถานที่ที่ให้บริการและด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันอาจจะเป็นเพราะว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อการใช้บริการแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย เรื่อง คุณภาพการให้บริการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ศึกษากรณี บริษัทซูเปอร์ริช อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็กซ์เชนจ์ จำกัด (1965) ผู้วิจัยได้นำข้อมูลการวิจัยครั้งนี้มาเป็นพื้นฐานและสังเคราะห์ เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงการให้บริการของบริษัทให้สามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากขึ้น สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ด้านสถานที่ ทางบริษัทควรปรับปรุง ให้มีจัดแต่งสถานที่ให้สวยงามเป็นระเบียบอีกทั้ง มีป้ายประชาสัมพันธ์บอกขั้นตอนการให้บริการและป้ายแนะนำแก่ผู้มาใช้บริการ

2. ด้านกระบวนการให้บริการ ควรมีการปรับปรุงในเรื่องของระยะเวลาในการให้บริการให้เป็นไปตามกำหนดระยะเวลา

3. ด้านพนักงานที่ให้บริการ ควรมีการปรับปรุงในเรื่องของการเพิ่มความรู้ความเข้าใจ ความสามารถเกี่ยวกับบริการที่นำเสนอรวมถึงความรู้อื่น ๆ เพื่อตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ควรศึกษาด้านความคาดหวังและการรับรู้จริงของผู้ใช้บริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนา และรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้มาก หรืออาจจะศึกษาถึงความต้องการของผู้ใช้บริการต่องานบริการหรือประสิทธิผลการดำเนินงานของบริษัท เป็นต้น

รายการอ้างอิง

- ประยุทธ์ จันทร์โอชา. (2557). คำแถลงการณ์นโยบาย พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี, 2557
- พงษ์เทพ สันติพันธ์. (2546). ความพึงพอใจของลูกค้าจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อ อ่างน้ำพร้อม ที่ดิน ของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย สาขา การตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ไพโรพนา ศรีเสน. (2544). ความคาดหวังของผู้รับบริการต่อคุณภาพบริการในงานผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลศิริราช คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล . วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหา บัณฑิต สาขาพัฒนสังคม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. (2539). คุณภาพในงานบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 2). สมาคมส่งเสริม เทคโนโลยี (ไทย - ญี่ปุ่น). กรุงเทพมหานคร : ประชาชน
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์ พับลิเคชั่นส์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: วิสิตย์พัฒนา, 2538
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและ ไซเท็กซ์.