

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมรัตต์ จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้ศึกษาได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังมีรายละเอียดเรียงลำดับดังนี้

1. เอกสารที่เกี่ยวข้อง
  - 1.1 ความหมายแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ
  - 1.2 การบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 1. เอกสารที่เกี่ยวข้อง

##### 1.1 ความหมายแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 1.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2493:664) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง เหมาะใจ พอใจ ชอบใจ

สมชัย เลิศทิววงศ์ (2541 : 35) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือความรู้สึกที่ดี ความรู้สึกรัก ชอบและสุขใจหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ ซึ่งถ้าบุคคลมีความพึงพอใจต่อสิ่งใดแล้ว ก็จะมีผลทำให้ภูติศแรงกายและสติปัญญา เพื่อจะมอบให้แก่สิ่งนั้นๆ เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของลูกค้า ความคาดหวังของลูกค้า (Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ

วูม (Vroom. 1967 อ้างถึงใน เฉลา การค้า. 2540 : 5) ได้กล่าวถึง ทัศนคติ (Attitude ) และความพึงพอใจ (Satisfaction) ว่าสามารถที่จะใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้เป็นเรื่องของผลเกิดขึ้นกับบุคคล เนื่องจากงานที่เขาทำอยู่โดยทัศนคติที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิดความพอใจ และความไม่พอใจตามลำดับ

เดวิส (Davis.1967 อ้างถึงใน หทัยกาญจน์ คงดั่ง. 2544 :19) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมเกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์ คือ ความพยายามที่ขจัดความตึงเครียด หรือ ความกระวนกระวาย หรือ ภาวะไม่ได้ดุลยภาพในร่างกาย เมื่อมนุษย์สามารถจัดสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวได้แล้ว มนุษย์ย่อมได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนต้องการ

มอร์ส (Morse. 1953 อ้างถึงใน รัตนา สวาสดิพันธ์ 2539 :12) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจในงาน หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดของผู้ทำงาน ให้น้อยลงได้ ซึ่งถ้ามีความตึงเครียดมากก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจงานได้ และความตึงเครียดนี้มีผลมาจากความต้องการของมนุษย์ ถ้ามนุษย์มีความต้องการก็จะเกิดปฏิกิริยา เรียกร้อง แต่เมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนอง ความตึงเครียดก็จะลดน้อยลง หรือหมดไปก็จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในงานได้

สตาส และเซลส์ (Strauss and Sayless.1960 อ้างถึงใน กมล รักสวน. 2523 : 8) มีความเห็นว่า ความพึงพอใจในงานเป็นความรู้สึกพอใจในงานที่ทำและเต็มใจที่จะปฏิบัติงานนั้นให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์การ บุคคลจะรู้สึกพอใจในงานที่ทำเมื่องานนั้นให้ผลประโยชน์ตอบแทน ทั้งทางวัตถุและจิตใจ และสามารถตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของบุคคลได้

รัตนา สวาสดิพันธ์ (2539 : 6) ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจในงานเป็นผลของการจูงใจให้มนุษย์ทำงาน โดยออกมาในรูปของความพอใจให้เกิดความพึงพอใจในงาน ด้วยเงิน และรางวัลตอบแทนด้วยกันทั้งนั้น ประสบผลสำเร็จในการทำงานเป็นที่ยอมรับ สามารถทำด้วยตนเอง และมีโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน นอกจากนี้ ถ้าหน่วยงานออกแบบงานให้ผู้ปฏิบัติเกิดความพอใจในงานแล้ว หน่วยงานก็จะมีทางหาความร่วมมือจากพนักงานได้มากขึ้น และผู้ปฏิบัติเต็มใจทำงานมากขึ้น

คอตเลอร์ (Kotler .1997 อ้างถึงใน พีระพงศ์ พิสิฐวุฒินันท์. 2544 :14-16) ได้กล่าวว่า ความพอใจ คือ ความรู้สึกยินดีหรือผิดหวังของบุคคล ที่มีผลจากการเปรียบเทียบคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เขาได้รับ กับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เขาคาดหวังไว้ และความพอใจพื้นฐาน 6 ประการ ได้แก่

1. ความพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ แบ่งเป็น การใช้เวลารอคอย การได้รับการดูแลบริการเมื่อมีความต้องการบริการนั้น และความสะดวกสบาย
2. ความพอใจต่อการประสานงานของการบริการ แบ่งเป็น ลูกค้าได้รับบริการทุกประเภทตามความต้องการ ความสนใจที่มาต่อลูกค้าและการติดตามผลของการให้บริการ

3. ความพอใจต่อการต้อนรับและการเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ ได้แก่ ท่าทาง และการแสดงออกภายนอก อัจฉริยะที่ดี

3.1 ความพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับ

3.2 ความพอใจต่อคุณภาพของการบริการ

3.3 ความพอใจต่อค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ

การประเมินความพอใจ จากความหมายของความสนใจ เห็นได้อย่างชัดเจนว่า ความพอใจของลูกค้าขึ้นอยู่กับสิ่งที่เขาได้รับความคาดหวังของเขา ถ้าสิ่งที่เขาได้รับไม่ถึงกับ ความคาดหวังที่ตั้งไว้ ลูกค้าย่อมไม่พอใจ (Dissatisfaction) ถ้าสิ่งที่เขาได้รับมา มีเท่ากับ ความคาดหวังของเขา ลูกค้าย่อมพอใจ (Satisfaction) ถ้าสิ่งที่เขาได้รับมีมากกว่า ความคาดหวังของเขามาก ๆ ลูกค้าย่อมพอใจอย่างมาก หรือ ดีใจ (Highly Satisfaction or Delighted)

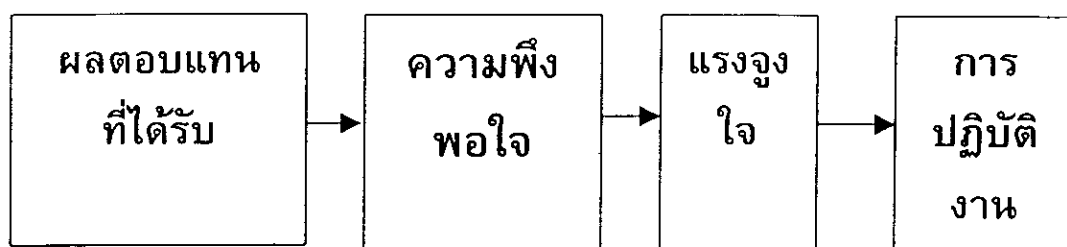
ปัจจัยที่ทำให้พอใจและไม่พอใจของ เฮอร์ซเบิร์ก (Herzberg) ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าพอใจ เรียกว่า Satisfied และ ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าไม่พอใจ เรียกว่า Dissatisfied โดยการหลีกเลี่ยงปัจจัยที่ทำให้ไม่พอใจนั้นไม่เพียงพอ ธุรกิจจะต้องแสวงหาปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าของตนพอใจด้วย คอตเลอร์ (Kotler 1997 อ้างถึงใน พีระพงศ์ พิสิษฐุณินันท์. 2544 :16)

จากแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้สรุปเป็นแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ คือ ความพึงพอใจ เป็นทัศนคติหรือความรู้สึกที่ดีที่ผู้รับบริการแสดงออกถึงความพึงพอใจในทางบวกเมื่อได้รับผลประโยชน์ตอบแทนทั้งทางด้านวัตถุและจิตใจ หรือการ แสดงออกในทางลบเมื่อไม่พอใจ สิ่งเหล่านี้เกิดจากสิ่งเร้าเป็นตัวกระตุ้นภายใน ซึ่งจะมีผลกระทบต่อ การให้บริการ

ความพอใจ คือ ความรู้สึกด้านบวกของอารมณ์เป็นความสุขที่ได้รับจากการบริการทั้งด้านความสะอาด การให้การต้อนรับ การจัดสถานที่ให้บริการที่ดี การบริการที่ เสมอภาค ถูกต้อง รวดเร็ว และผลิตภัณฑ์บริการที่ดี คุณภาพการบริการที่ดี ที่ได้รับมากกว่าความคาดหวัง หรือเรียกว่า "บริการเหนือความคาดหมาย"

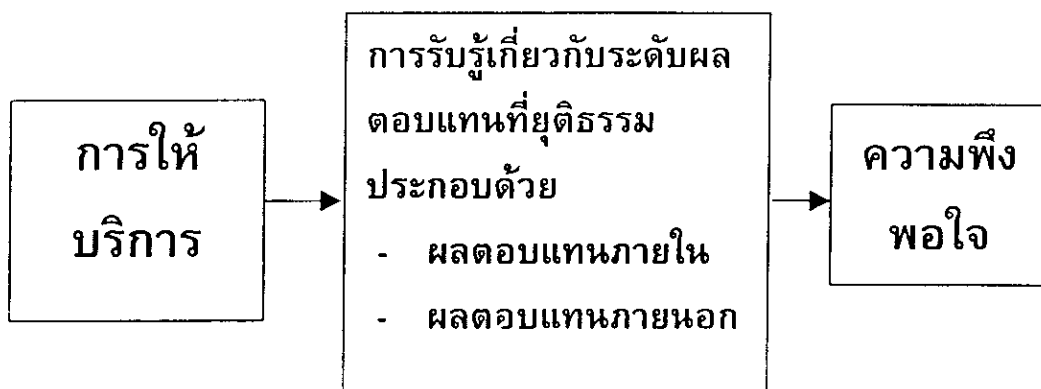
#### 1.1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ

เดวิส (Davis. 1951 อ้างถึงใน สมยศ นาวิการ 2521 :39) เชื่อว่าความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานเป็นอย่างมาก ถ้าบุคคลมีความพึงพอใจในงานอยู่ในระดับสูง ย่อมนำไปสู่การปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ตามแนวความคิดนี้ผู้บริหารส่วนใหญ่มุ่งที่จะปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยจัดหาลักษณะประกอบต่าง ๆ เช่น สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ผลประโยชน์ตอบแทนที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานพึงพอใจในการปฏิบัติงาน และเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดี แนวความคิดดังกล่าวนี้ แสดงให้เห็นได้ใน แผนภูมิที่ 1



แผนภูมิที่ 1 แสดงความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงาน  
ที่มา : เดวิส (Davis, 1951 อ้างถึงใน สมยศ นาวิการ . 2521:39)

ส่วนอีกแนวความคิดหนึ่ง เป็นผลมาจากการศึกษาวิจัย โดยใช้ความคิดแรกเป็นแนวทางและพบว่า ความพึงพอใจไม่ได้มีอิทธิพลโดยตรงต่อการปฏิบัติงาน ซึ่ง ลอเลอร์ (Lawler, 1979 อ้างถึงใน สมยศ นาวิการ, 2521: 80) พบว่าความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานอยู่ในระดับต่ำ คือ ผู้ปฏิบัติงานที่ดี จะมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ปฏิบัติงานที่ไม่ดีเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ลอเลอร์พบว่าระหว่าง การปฏิบัติงานกับความพึงพอใจในงานนั้นมีผลตอบแทนเป็นตัวแปรคั่นอยู่ระหว่างกลางตามแผนภูมิที่ 2



แผนภูมิที่ 2 แสดงการปฏิบัติงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ  
ที่มา : ลอเลอร์ (Lawler 1979 อ้างอิงใน สมยศ นาวิการ, 2521:80)

จากแนวความคิดนี้ ผู้วิจัยสรุปว่า ความพึงพอใจเป็นผลมาจากการกำหนดผลตอบแทนที่ได้รับจริงกับการรับรู้เกี่ยวกับความยุติธรรมของผลตอบแทนนั้น สำหรับผลตอบแทนในการวิจัยครั้งนี้ จะมีอยู่ 2 ชนิด คือ ผลตอบแทนภายนอกเป็นสิ่งที่เห็นเป็นรูปธรรม เช่น ในรูปตัวเงินที่เป็นผลตอบแทนที่เป็นดอกเบี้ยเมื่อมาฝากเงินกับธนาคาร หรือ การได้รับการประกันชีวิต ข้อเสนอประโยชน์เพิ่มเติมที่ธนาคารเสนอให้แก่ลูกค้าผู้มาใช้บริการ

คือ ส่วนผลตอบแทนภายใน หมายถึง สิ่งที่สนองตอบลูกค้าจนเกิดความพึงพอใจในการมาใช้บริการได้รับการดูแลต้อนรับ ให้ความเป็นธรรม ถูกต้อง รวดเร็ว เสมอภาคในการให้บริการ

### 1.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

ความพึงพอใจในการทำงานเป็นความรู้สึกของคนที่มีต่องานที่ทำอยู่ เป็นผลมาจากแรงหรืออิทธิพลของบุคคลอื่นที่ร่วมงานด้วยกัน ซึ่งแสดงออกโดยการกระทำ ได้แก่ จากผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชาและผู้ร่วมงานแมคเกรเกอร์ (Mc Gregor. : 286) ดังนั้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน จึงเป็นสิ่งที่ผู้บริหารต้องคำนึงถึงและกำหนดขึ้นให้เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อให้การบริหารงานดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพนอกจากนั้น ปัจจัยเหล่านี้ยังสามารถใช้ป็นสิ่งจูงใจให้บุคลากรในหน่วยงานเกิดแรงจูงใจในการทำงานและใช้เสริมสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานได้

พงษ์พัฒน์ ชีระกุล (2541 :11-12) ได้แบ่งประเภทของสิ่งจูงใจไว้เป็น 2 ประเภท คือ

1. สิ่งจูงใจที่เป็นเงิน (Financial Incentive) สิ่งจูงใจประเภทนี้มีลักษณะที่เห็นได้ง่ายและมีอิทธิพลโดยตรงต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งสิ่งจูงใจที่เป็นเงินนี้ยังจำแนกออกเป็น 2 ชนิด คือ

1.1 สิ่งจูงใจทางตรง (Direct Incentive) ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจที่มีผลโดยตรงต่อผลผลิตของการปฏิบัติงาน เช่น การจ่ายค่าจ้างให้สูงขึ้นในกรณีที่มีผลการปฏิบัติงานสูงกว่าระดับมาตรฐานที่กำหนดไว้ อันเป็นวิธีจูงใจตามแนวคิดที่ว่า Plus Pay performance

1.2 สิ่งจูงใจทางอ้อม (Indirect Incentive) ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจในทางสนับสนุนส่งเสริมให้พนักงานในหน่วยงานปฏิบัติงานให้ดีขึ้น มีกำลังใจรักงานมากขึ้น ลักษณะของการใช้เงินเป็นสิ่งจูงใจในทางอ้อมนั้น ส่วนมากได้แก่ ประโยชน์เกื้อกูล (Fringe Benefit) ต่าง ๆ

2. สิ่งจูงใจที่ไม่ใช่เงิน (Nonfinancial Incentive) สิ่งจูงใจประเภทนี้ส่วนใหญ่ มักเป็นเรื่องที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการทางจิตใจ เช่น การยกย่องชมเชย (Recognition) การยอมรับว่าบุคคลนั้นเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ (Belonging) โอกาสหน้าในการปฏิบัติงานเท่าเทียมกัน (Equal Opportunity) ความมั่นคงในงาน (Security of Work) เป็นต้น

สมชัย เลิศทิววงศ์ (2544 : 34 - 35) ได้อธิบายถึง ความพึงพอใจในบริการ (Satisfactory Service) หรือ ความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ให้พิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ

1. ความสามารถในการจัดบริการให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้รับบริการ (Ample Service)
2. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างยุติธรรม โดยลักษณะการจัดให้ นั้นจะต้องเป็นไปอย่างเสมอภาคและเสมอหน้า (Equitable Service) แก่ผู้รับบริการ
3. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) โดยไม่มีการหยุดชะงักหรือติดขัดในการให้บริการนั้น ๆ
4. ความสามารถในการจัดบริการอย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely Service) ตามลักษณะของความจำเป็นรีบด่วนในการบริการและความต้องการของบุคคลในบริการนั้น ๆ
5. ความสามารถในการพัฒนาบริการที่จัดให้ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ให้มีความเจริญก้าวหน้า (Progressive Service) ตามลักษณะของการบริการนั้น

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยได้สรุปเป็นแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ว่า การให้บริการที่สร้างความพึงพอใจนั้น คือ การให้บริการที่เพียงพอ การมีสิ่งจูงใจทั้งทางตรงและทางอ้อม การให้ความเสมอภาค ต่อเนื่อง รวดเร็วทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ และเต็มเปี่ยมไปด้วยปริมาณและคุณภาพการบริการ

มลธิชา ดำรงเวชศักดิ์ (2544 :10) ได้กล่าวถึง คุณภาพการให้บริการว่า เป็นการรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งชั้น โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ถูกคาดหวังไว้ โดยคุณภาพการบริการควรมีลักษณะดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) คือ ผู้ใช้บริการทุกคนสามารถเข้าใช้บริการได้
2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) คือ มีการอธิบายการใช้งานด้วยภาษาที่ผู้บริการเข้าใจง่าย
3. ความสามารถ (Competence) ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ต้องมีความรู้ความสามารถที่จะแก้ไขปัญหาเบื้องต้นให้แก่ผู้บริการได้
4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) ต้องมีมนุษยสัมพันธ์อันดี มีวิจรรย์ญาณและเต็มใจในการให้บริการแก่ ผู้บริการ
5. ความเชื่อถือ (Credibility) ต้องสร้างความมั่นใจและน่าเชื่อถือในบริการธนาคาร
6. ความไว้วางใจ (Reliability) ต้องทำให้ผู้บริการเกิดความไว้วางใจว่าบริการของธนาคารสามารถให้บริการที่ถูกต้อง สม่าเสมอ
7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) บริการธนาคารจะต้องทำงานให้รวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ หรือ พนักงานศูนย์สัมพันธ์สามารถให้บริการ หรือ แก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว



8. ความปลอดภัย (Security) จะต้องสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าว่า การทำรายการต่าง ๆ เป็นความลับและมีความปลอดภัย ปราศจากความเสียหาย
9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ผู้ใช้บริการ ใช้งานได้ง่ายและมีความสวยงามน่าใช้ หรือใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เป็นต้น
10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า ( Understanding / Knowing Customer ) ต้องเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ และสนใจที่จะตอบสนองความต้องการจากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยได้สรุปเป็นแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ คือ การรักษาระดับคุณภาพการบริการนั้นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงในการให้บริการ
1. การเข้าถึงลูกค้า รู้จักลูกค้าและมีการติดต่อสื่อสารทำความเข้าใจที่ดีในการบริการโดยใช้ความสามารถของผู้ให้บริการในการช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้า
  2. การมีน้ำใจต่อลูกค้า และ การสร้างสัมพันธภาพอันดีระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้าโดยมีจุดบริการให้คำแนะนำ หรือ ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์
  3. การสร้างความเชื่อมั่นในตัวลูกค้าและการบริการจะทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและเกิดความไว้วางใจในการใช้บริการ ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกปลอดภัย และการได้รับการตอบสนองก็จะเกิดความประทับใจในบริการและมีการใช้บริการซ้ำอีก
- รัตน สวาสดิพันธ์ (2539: 14) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่เขาได้ทำการศึกษาวิจัยในปี พ.ศ.2539 ไว้ 9 องค์ประกอบ ดังนี้
1. ตั๋วงาน (Work) ได้แก่ ความน่าสนใจในตั๋วงาน ความแปลกของงาน โอกาสเรียนรู้หรือศึกษางาน ปริมาณงาน โอกาสที่จะทำงานนั้นสำเร็จ การควบคุมการทำงานและวิธีการทำงาน
  2. เงินเดือน (Pay) ได้แก่ จำนวนเงินที่ได้รับ ความยุติธรรมและความทัดเทียมกันของรายได้ และ วิธีการจ่ายเงินเดือนขององค์กร
  3. การเลื่อนตำแหน่ง (Promotion) ได้แก่ โอกาสในการเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น ความยุติธรรมการเลื่อนตำแหน่งขององค์กร และ หลักในการพิจารณาเลื่อนตำแหน่ง
  4. การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) ได้แก่ การได้รับการยกย่องชมเชย ในผลสำเร็จของงาน การกล่าววิจารณ์การทำงาน และความเชื่อถือในผลการทำงาน
  5. ผลประโยชน์เกื้อกูล (Benefits) ได้แก่ บำเหน็จบำนาญตอบแทน การให้สวัสดิการรักษายาบาล การให้วันหยุด และการได้รับค่าใช้จ่ายระหว่างลาพักผ่อน
  6. สภาพการทำงาน(Working Conditions) ได้แก่ ชั่วโมงการทำงานเวลาพัก เครื่องมือเครื่องใช้ในการทำงาน อุณหภูมิ การถ่ายเทอากาศ ทำเลที่ตั้ง และรูปแบบการก่อสร้างอาคารสถานที่ทำงาน

7. การนิเทศงาน (Supervision) ได้แก่ การได้รับการเอาใจใส่ดูแลช่วยเหลือ แนะนำจากผู้บังคับบัญชาาระดับสูงขึ้นไปด้วยความมีเทคนิค และกลวิธีที่ดี ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และความมีทักษะในการนิเทศงานของผู้บริหาร

8. เพื่อร่วมงาน (Co-workers) ได้แก่ ความรู้ ความสามารถ การให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และความมีมิตรภาพอันดีต่อกันของเพื่อนร่วมงาน

9. องค์กรและการบริหารงาน (Company and Management) ได้แก่ ความเอาใจใส่บุคลากรในองค์กร เงินเดือน และนโยบายในการบริหารงานองค์กร

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยได้สรุปเป็นแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ คือ ความพึงพอใจในการให้บริการ คือ พอใจด้านสถานที่บริการ ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ที่เกี่ยวเนื่องในบริการ สภาพและ สิ่งแวดล้อมในสำนักงานที่ให้บริการ ทีมงาน ระบบงาน โครงสร้างการบริหาร ปัจจัยดังกล่าว จะส่งผลต่อการปฏิบัติงานให้บริการของพนักงานที่จะสร้างความพึงพอใจในบริการให้ลูกค้า

พงษ์พัฒน์ วีระกุล (2541:14-15) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เอื้ออำนวยต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานไว้ 9 ประการ ดังนี้ คือ

1. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) อันได้แก่ ความมั่นคงในการทำงาน การได้รับความเป็นธรรมจากผู้บังคับบัญชา

2. โอกาสก้าวหน้าในการทำงาน (Opportunity for Advancement) ได้แก่ การมีโอกาสได้เลื่อนตำแหน่งงานที่สูงขึ้น

3. สถานที่ทำงานและการบริหาร (Company and Management) ได้แก่ ความพอใจที่มีต่อสถานที่ทำงาน ชื่อเสียงของสถาบันและการดำเนินงานของสถาบัน

4. รายได้ (Wages) ได้แก่ จำนวนรายได้ประจำ และรายได้ที่จ่ายตอบแทนพิเศษที่หน่วยงานให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน

5. การนิเทศงาน (Supervision) การนิเทศมีความสำคัญที่จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจต่องานได้ การนิเทศงานที่ไม่ดีอาจเป็นสาเหตุ ที่ทำให้เกิดการย้ายงาน

6. ลักษณะทางสังคม (Social Aspects of the Job) ถ้าปฏิบัติงานทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข ก็จะเกิดความพอใจในงานนั้น

7. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน

8. สภาพการทำงาน (Working Condition) ได้แก่ แสง เสียง อากาศ ชั่วโมงการทำงาน

9. ผลประโยชน์ที่เกี่ยวเนื่องต่าง ๆ (Benefits) ได้แก่ เงินบำเหน็จตอบแทนเมื่อออกจากงาน การบริการและการรักษาพยาบาล สวัสดิการ ที่อยู่อาศัย วันหยุด ฯลฯ



จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยได้สรุปเป็นแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ คือ ความมั่นคงปลอดภัยในสถานที่ให้บริการจะสร้างความเชื่อถือไว้วางใจแก่ ลูกค้าผู้มาใช้บริการ และได้รับการต้อนรับติดต่อสื่อสารที่ดีเกิดความเข้าใจ การจัดสถานที่บรรยากาศการให้บริการที่ดี มีผลประโยชน์ตอบแทนทั้งทางตรงและทางอ้อมจะทำให้เกิดความพอใจในบริการนั้น ๆ

#### 1.1.4 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

พงษ์พัฒน์ ชีระกุล (2541:16) ได้กล่าวว่า การบริการ (Service) เป็นอะไรก็ได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่คอยอำนวยความสะดวกให้ความพึงพอใจกับคน (Human) ซึ่งอยู่ในลักษณะของลูกค้าหรือ ผู้ใช้บริการ (Consumers) ที่มีความต้องการ (Needs) จะใช้บริการนั้น ๆ

เทพศักดิ์ บุญยรัตนพันธ์ (2536 : 8-11) ได้กล่าวว่า การบริการในฐานะที่เป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่มีอำนาจกระทำเพื่อตอบสนองความต้องการให้เกิดความพอใจจากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่าเป็นการพิจารณาระบบการให้บริการว่าประกอบไปด้วย 2 ฝ่าย คือ ผู้ให้บริการ (Providers) และผู้รับบริการ (Recipients) โดยฝ่ายแรกถือปฏิบัติเป็นหน้าที่ที่ต้องให้บริการเพื่อฝ่ายหลังเกิดความพึงพอใจ

เป้าหมายของการให้บริการสาธารณะ คือ การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน โดยเขาเห็นว่าเป้าหมายนี้เป็นค่านิยมแรกที่ผู้ปฏิบัติงานจะต้องยึดถือไว้อยู่เสมอพร้อมๆ กันไปกับจะต้องยึดหลักการของการให้บริการสาธารณะอีก 5 ประการ คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน
2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) คือ ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ จะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือ การกให้บริการสาธารณะ ต้องมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) คือ การยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดตามความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน

รัตนา สวาสดิพันธ์ (2539 :7) ให้ความหมายของการให้บริการว่า การบริการ หมายถึง งานทุกประเภทที่ดำเนินขึ้นแล้ว ไม่สามารถสัมผัสได้ ด้วยประสาททั้งห้า คือ ตา หู จมูก ลิ้น สัมผัสได้ด้วย “ใจ”ซึ่งผลออกมาในลักษณะของความพึงพอใจ ความประทับใจ

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539 : 7 – 8) ได้ให้นิยามแห่งคำว่าบริการในหนังสือ คุณภาพในงานบริการ (Quality in Services)ว่า คุณลักษณะ 7 ประการแห่งการบริการที่ดี นั้น มีดังนี้

- |                          |   |
|--------------------------|---|
| S = Smiling & Sympathy   | - ยิ้มแย้มและเอาใจเขาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจ ต่อความลำบากยุ่งยากของลูกค้า         |
| E = Early Response       | - ตอบสนองต่อความประสงค์จากลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจ โดยมีทันได้เอ่ยปากเรียกหา     |
| R = Respectful           | - แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติลูกค้า  |
| V = Voluntariness manner | - ลักษณะการให้บริการเป็นแบบสมัครใจและเต็มใจทำมิใช่ทำแบบเสียมิได้                |
| I = Image Enhancing      | - แสดงออกซึ่งการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการ และเสริมภาพพจน์ขององค์กรด้วย        |
| C = Courtesy             | - กิริยาอาการอ่อนโยน สุภาพและมีมารยาทดี อ่อนน้อมถ่อมตน                          |
| E = Enthusiasm           | - มีความกระฉับกระเฉง และกระตือรือร้น ขณะบริการ จะให้บริการมากกว่าที่คาดหวังเสมอ |

แนวคิด 15 ขั้นตอน แห่งพัฒนาการสู่บริการที่ผูกใจลูกค้า คือ ตามตาราง ที่ 1

ตารางที่ 1 แสดง 15 ขั้นตอน แห่งพัฒนาการสู่บริการที่ผูกใจลูกค้า

ขั้นตอนแห่งพัฒนาการ สู่ความเป็นเลิศในบริการ	รูปธรรมที่สัมผัสได้
<p>1. เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารระดับสูง มีเจตนาอันแรงกล้า (Strong Ambition) ที่จะให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้าในธุรกิจของตน</p> <p>Step # 1 : Top Management has Strong Ambition on Service Excellency</p>	<p>1. มีการประชุมผู้บริหารระดับสูงและหัวหน้างาน เพื่อแถลงนโยบายหรือวัตถุประสงค์ด้านบริการ</p> <p>2. มีการออกนโยบายการให้บริการที่ชัดเจน</p> <p>3. มีการกำหนดให้ ผู้บริหารระดับอาวุโสของแต่ละสายงาน แถลงเป้าหมาย หรือ โครงการปรับปรุงมาตรฐานบริการในฝ่ายงานของตนประจำปี</p> <p>มีการกำหนดค่าขวัญประจำปีบริษัทหรือประจำปี ที่มีข้อความส่งเสริมการให้บริการ</p> <p>มีการแถลงนโยบายหรือประกาศเป้าหมายด้านบริการที่เป็นเลิศอย่างชัดเจน จากผู้บริหารระดับสูง</p>
<p>2. มีการศึกษาหาความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับศาสตร์แห่งการให้บริการ ตั้งแต่ในระดับกรรมการบริหารลงมา จนถึงระดับพนักงานผู้ให้บริการ</p> <p>Step # 2 : Intensive Study on Concept of Good Service</p>	<p>- ผู้บริหารระดับวางแผนและกำหนดนโยบายและจัดทำกลยุทธ์ของบริษัทได้ศึกษาและเข้าใจ ทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งบริการ (Service Triangle) วงจรบริการ (Service Cycle) การวัดคุณภาพของบริการด้วยความพอใจของลูกค้าหรือ Moment of Truth ที่เกิด ณ จุดให้บริการหรือจุดสัมผัสบริการ (Service Interface) และเทคนิค ต่าง ๆ ในกระบวนการพัฒนาคุณภาพบริการ</p> <p>- มีการแถลงหรือแจ้งแก่พนักงานทุกคนว่า “ทุกคนในองค์กรจะต้องค้นหาลูกค้าของตนเองให้พบ และต้องทราบว่า ตนเองก็เป็นลูกค้าของใครบางคนเช่นกัน” มีการสรรหาคำร่าอย่างอึ้งหรือ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ เรื่อง มาให้คำปรึกษา</p>

ขั้นตอนแห่งพัฒนาการ สู่ความเป็นเลิศในบริการ	รูปธรรมที่สัมผัสได้
<p>3. มีการวางแผนกลยุทธ์ด้านบริการ (Service Strategy) ที่ชัดเจนและสอดคล้อง กับ ลักษณะเฉพาะตัวขององค์การเท่านั้น โดยผู้บริหารระดับสูง</p> <p>Step # 3 : Setting of Service Strategy</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการมอบหมายให้ทีมงานวางแผนกลยุทธ์ประจำบริษัทได้วางแผนกลยุทธ์ด้านงานบริการอย่างจริงจังและเป็นแผนชัดเจน แจกให้แก่ผู้จัดการทุกฝ่ายรับทราบประชุมชี้แจงและถือปฏิบัติผู้บริหารระดับต่าง ๆ จะต้องนำเสนอ (Present) แผนงานในส่วนรับผิดชอบของตนที่จะตอบสนองแผนกลยุทธ์ด้านบริการของบริษัทนั้นได้ทุก ๆ หน่วยงานจะมีสำเนาแผนกลยุทธ์ด้านบริการอยู่ที่ ๆ หาได้ง่าย พร้อมกับป้ายแสดงนโยบายด้านบริการ และเป้าหมายประจำปี ตลอดจนคำขวัญด้านบริการอย่างชัดเจน</li> </ul>
<p>4. มีการศึกษา วิเคราะห์และออกแบบระบบการบริหารงาน (Management System) ที่ขนานรับนโยบายด้านบริการ และเอื้ออำนวยให้แผนกลยุทธ์ด้านบริการที่กำหนดไว้แล้ว สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในเวลาที่กำหนด</p> <p>Step # 4 : Establishing of Service Supportive System</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการศึกษาระบบการให้บริการในแต่ละวงจร</li> <li>- บริการใช้หลัก Motion and Time Study และการทำ Standard Service Procedure ให้แก่ทุก ๆ วงจรบริการ</li> <li>- ทำการวางแผนหน่วยบริการใหม่ เพื่อให้คล่องตัวยิ่งขึ้น</li> <li>- การทำงานให้ง่ายขึ้น โดยเทคนิคที่เรียกว่า Work Simplification</li> <li>- การจัดทำสมุดคู่มือบริการ (Service Standard manual) แก่พนักงานระดับหัวหน้างานขึ้นไป เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้รวดเร็วยิ่งขึ้น</li> </ul>
<p>5. มีโครงการรณรงค์การสร้างจิตสำนึกด้านบริการที่ดี และการพัฒนาสมรรถนะของพนักงานทุกคนให้สูงขึ้น เพื่อรองรับโครงการพัฒนาระบบงานและเพิ่มคุณภาพงานบริการที่จะจัดทำต่อไปได้</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การอบรมพนักงานทุกคนด้านการบริการที่ดี ใช้เวลา 3 – 6 ชั่วโมงต่อครั้ง</li> <li>- การจัดสัมมนากลุ่มให้พนักงานแต่ละคนจัดทำ Customer Report Card (CRC) เพื่อค้นหาจุดอ่อนในด้านบริการของตน และนำไปช่วย</li> </ul>

ขั้นตอนแห่งพัฒนาการ สู่ความเป็นเลิศในบริการ	รูปธรรมที่สัมผัสได้
Step # 5 : Service Consciousness Enhancement Activities	วางแผนปรับปรุงบริการต่อไปการจัดบรรยายพิเศษ ด้านประสบการณ์บริการที่ดี - การจัดทัศนศึกษา ดูงานองค์การตัวอย่างที่มี บริการที่ดี
6. การปรับปรุง ยกระดับโครงสร้าง พื้นฐานที่เอื้ออำนวยต่อการให้ บริการที่ดีต่อไป Step # 6 Improvement of Service Infrastructure	- การจัดนิทรรศการส่งเสริมงานบริการ - การประกวดผู้ให้บริการดีเด่นประจำเดือน - การให้ตำแหน่ง หรือ รางวัลพิเศษ แก่พนักงานที่ ลูกค้าคัดเลือกกว่าบริการดีเยี่ยม
7. การยกระดับมาตรฐานงาน บริการ โดยเสริมทางด้านเทคนิค เทคโนโลยีและ เครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ต่าง ๆ ให้ทันสมัย Step # 7 Up-grading of Service Faction. Tools, Machinery & Equipment	- การปรับปรุงอาคาร สถานที่ทำงาน (ตกแต่ง ทาสี ซ่อมแซม ต่อเติม ประดับ) ให้สถานที่ ทำงานทุกแห่ง ทุกสาขา มีสีสันทัน สดใส และรูปแบบ ที่เป็นเอกลักษณ์ สวยสง่างาม - การจัดทำมาตรฐานเอกลักษณ์ของบริษัทในรูปคู่มือปฏิบัติ อาทิ มาตรฐานสีของเครื่องหมายการค้า มาตรฐานป้ายชื่อนามบัตร ชุดปฏิบัติงานรถยนต์/ พาหนะ เอกสารที่ส่งออกสู่มวลชน ฯลฯ - การรณรงค์ด้านความสะอาด ความเรียบร้อยและ ปรับปรุงสิ่งแวดล้อมในการทำงานการใช้ระบบข้อมูล ทางการบริการยุคใหม่ - การใช้คอมพิวเตอร์เข้าช่วยด้านข้อมูล และการ ให้บริการลูกค้า - การปรับปรุง/พัฒนาระบบสื่อสารให้ ทันสมัยและ รองรับกับปริมาณการใช้งานจากลูกค้าได้ อาทิ การ เพิ่มหมายเลขโทรศัพท์ การติดตั้งเครื่องโทรสารกับ ทุกสาขา การเพิ่มวิทยุมือถือให้กับพนักงานบริการ นอกสถานที่การใช้ Office Automation ใหม่ ๆ ใน หน่วยงานที่เน้นคุณภาพบริการการเพิ่มช่องทาง

ขั้นตอนแห่งพัฒนาการ สู่ความเป็นเลิศในบริการ	รูปธรรมที่สัมผัสได้
<p>8. การรณรงค์สร้าง ปลุกฝัง และ ธำรงรักษา ซึ่งวัฒนธรรมทางด้าน บริการที่ดีขององค์กร (Corporate Service Culture ) Step # 8 : Establishing of Corporate Service Culture</p>	<p>การสื่อสารกับลูกค้าให้มากแบบ และสะดวกสบาย แก่ลูกค้าอย่างแท้จริง การติดตั้งโทรศัพท์ ติดตามตัวให้พนักงานที่ไป บริการนอกสถานที่ การกำหนดประโยคสุดท้ายในใบแจ้งงาน (Job Discription) ของทุกคน ทุกตำแหน่งในองค์กร ให้ ระบุไปถึงการให้บริการที่ดีเยี่ยมแก่ลูกค้า</p> <p>การปลุกฝังด้วยคำขวัญ การอบรม การชี้ชวน แผ่น ป้าย โปสเตอร์ ป้ายติดหน้าอกเสื้อ หรือ เครื่อง หมายข้อความที่ติดอยู่กับปฏิทิน หรือเครื่องใช้ สำนักงานต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานทุกคนได้ตระหนัก อยู่ตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน</p> <p>คณะกรรมการจัดทำแผนกลยุทธ์ด้านบริการ คณะกรรมการรณรงค์สร้างเอกลักษณ์ และ เสริมภาพ พจน์ขององค์กร</p>
<p>9. การแต่งตั้งคณะกรรมการเฉพาะ กิจ เพื่อเสริมการดำเนินโครงการ พัฒนางานบริการ Step # 9 : Staffing for Service improvement Committee</p>	<p>คณะกรรมการตรวจสอบมาตรฐานงานบริการ (Service Quality Audit Committee) คณะกรรมการประกวดโครงการบริการดีเด่น คณะกรรมการคัดเลือกผู้ให้บริการดีเด่น คณะกรรมการปรับปรุงระบบงาน คณะกรรมการประเมินผลการให้บริการ การยุบเลิกแผนกบริการรับเรื่องร้องทุกข์จาก ลูกค้า แต่ให้ทุก ๆ คนทำหน้าที่บริการลูกค้า และ ทุก ๆ คนต้องรับฟังเรื่องร้องทุกข์จากลูกค้า ทุกรายที่ตนเองพบ การจัดตั้งระบบแนะแนวลูกค้า (Customer Guidance System) เพื่อช่วยให้ลูกค้าที่มาติดต่อมี ความมั่นใจ คล่องตัว ถูกต้อง แม่นยำ ไม่เสียเวลา</p>



ขั้นตอนแห่งพัฒนาการ สู่ความเป็นเลิศในบริการ	รูปธรรมที่สัมผัสได้
<p>10. การปรับปรุง เปลี่ยนแปลงภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลาของลูกค้า</p> <p>Step # 10 : Systematic Organizational Development</p>	<p>เปล่าประโยชน์ ในการทำงานผิดขั้นตอน หรือรอคอยในจุดที่ไม่จำเป็น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีกิจกรรมกลุ่มย่อย เช่น กลุ่มคิวซี เพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ</li> <li>- การออกแบบวางผังจุดให้บริการลูกค้าใหม่ เน้นประสิทธิภาพและความสะดวกสบาย และนำพึงพอใจแก่ลูกค้า</li> <li>- การจัดช่องจ่ายเงินด่วนพิเศษ</li> </ul>
<p>11. การให้ความสำคัญกับลูกค้า เพิ่มขึ้นเป็นกรณีพิเศษ หรือ มีการแบ่งแยกลูกค้าออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ เพื่อการให้บริการที่เหมาะสมยิ่งขึ้น ช่วยลดเวลารอคอย เพิ่มความสะดวกสบายขณะรับบริการ</p> <p>Step # 11 Service Specialty for Specific Customer Program</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดห้องรับรองแขกพิเศษของธนาคาร</li> <li>- จัดที่จอดรถเป็นพิเศษให้เพียงพอ และเฉพาะลูกค้า</li> <li>- การให้บริการลูกค้าพิเศษ เช่น ผู้สูงอายุ พระภิกษุ</li> <li>- จัดห้องน้ำสะอาดบริการลูกค้า</li> <li>- จัดเครื่องมืออำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าระดับสูง เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร Fax อื่น ๆ</li> <li>- มีการสอบ/ทดสอบด้านความมั่นคงทางอารมณ์ และความใจเย็นของพนักงานในการควบคุมอารมณ์</li> </ul>
<p>12. การออกนโยบายและแผนงานด้านการบริหารบุคคล (ลูกค้าภายใน) ขององค์กรนั้น ๆ ที่เน้นด้านบริการ</p> <p>Step # 12 Focus on Internal Customer "The Employee"</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการทบทวนแจ้งลักษณะงานของพนักงานแต่ละตำแหน่ง</li> <li>- มีการวัดผลงานด้านบริการเป็นรูปธรรม</li> </ul>
<p>13. การจัดทำโครงการ หรือแผนงานต่าง ๆ ที่เห็นว่า ลูกค้าคือคนสำคัญ และเป็นเป้าหมายสูงสุดของ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โครงการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า</li> <li>- ตั้งตู้รับฟังความคิดเห็น พร้อมมีการตอบรับข้อเสนอแนะบนบอร์ดข้าง ๆ ตู้นั้น</li> </ul>

ขั้นตอนแห่งพัฒนาการ สู่ความเป็นเลิศในบริการ	รูปธรรมที่สัมผัสได้
กระบวนการให้บริการทั้งหลายใน องค์กรนั้น ๆ Step # 13 Promotion Customer is The Focus of Our Business.'	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การสัมภาษณ์ลูกค้าที่กำลังจะเลิกใช้บริการ เพื่อ ขอทราบเหตุผลและปัญหา</li> <li>- การออกนโยบายรับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้า</li> <li>- การตั้งระบบแนะนำลูกค้า</li> <li>- การประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ามี Hot line เพื่อร้อง เรียนบริการที่ไม่พอใจ</li> </ul>
14. มีการพัฒนาบริการหลังขายที่ ดีเยี่ยมและมีการปรับปรุงให้ทันสมัย อยู่เสมอ Step # 14 : Improvement of After sale Service (Both System and People)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดให้มีแผนกบริการหลังขาย</li> <li>- มีรถบริการเคลื่อนที่ พร้อมอุปกรณ์เพื่อสร้าง ความ มั่นใจให้ลูกค้า</li> <li>- มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน เฉพาะแต่ละ ตำแหน่ง</li> <li>- มีการอบรมและทดสอบอย่างเข้มงวด</li> </ul>
15. การพัฒนาระบบบริการ เทคนิค วิธีการ และความชำนาญ จนถึงระดับสูงแล้วมีการจัดทำเป็น มาตรฐานปฏิบัติในระดับบริษัท Step # 15 : Standardisation of Service ice Procedure and Practice	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีหน่วยงานรับผิดชอบ เรื่องการจัดทำมาตรฐาน คุณภาพบริการซึ่งจะต้องตรวจตรา ติดตาม ประเมินผล</li> <li>- มีคณะทำงาน/กรรมการ ที่ทำหน้าที่ตรวจสอบ คุณภาพการบริการ (Service Quality Audit Committee)</li> <li>- มีคู่มือ นโยบาย ว่าด้วยการปฏิบัติต่อลูกค้า</li> </ul>

ที่มา วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539 : 126-138)

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยได้สรุปเป็นแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ คือ การให้บริการด้วยความยิ้มแย้มเอาใจเขามาใส่ใจเรา และเห็นใจต่อความลำบากของลูกค้า สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็วทันใจ การให้เกียรติลูกค้า การแสดงออกด้วยความเต็มใจมีจิตใจใฝ่บริการ มีความสุภาพอ่อนโยน อ่อนน้อมถ่อมตนก็จะเป็นการสร้างความประทับใจให้ลูกค้าอย่างมากเกิน กว่าความคาดหวังที่ลูกค้าจะได้รับ

จากแนวคิด 15 ขั้นตอน แห่งพัฒนาการสู่บริการที่ลูกค้ารักแล้ว พอสรุปเป็นแนวคิดของผู้วิจัยได้ ดังนี้ คือ

1. การประชุมผู้บริหารระดับสูงและผู้ปฏิบัติงานด้านบริการกำหนดนโยบายด้านการบริการที่ชัดเจน
2. การศึกษาความเข้าใจเกี่ยวกับการให้บริการที่มีคุณภาพ
3. มีการวางแผนกลยุทธ์ด้านบริการ
4. การรณรงค์สร้างจิตสำนึกด้านการบริการที่ดีและการพัฒนาพนักงานให้มีจิตใจใฝ่บริการเพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการที่ดี
5. การกำหนดระดับมาตรฐานการให้บริการและการยกระดับมาตรฐานให้บริการ
6. การจัดเครื่องมืออุปกรณ์การให้บริการให้ทันสมัยและเพียงพอต่อการให้บริการ
7. การรณรงค์ ปลุกฝัง และการรักษาวัฒนธรรมบริการที่ดี
8. การให้ความสำคัญกับลูกค้าเพิ่มขึ้น โดยการจัดความเหมาะสมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่รับบริการ

### 9. มีการบริการหลังขายที่ดี

#### 1.1.5 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการเป็นสิ่งที่ทุกองค์กรปรารถนาเป็นอย่างยิ่งที่จะให้เกิดอยู่ตลอดเวลา เพราะเป็นสิ่งที่จะทำให้สนับสนุนงานการพัฒนางานด้านบริการขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าผู้มาใช้บริการจะมีมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับสิ่งจูงใจที่องค์กรจะพึงให้เกิดขึ้น การศึกษาระบวนการและทฤษฎีในการสร้างแรงจูงใจ จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการกระตุ้นให้ผู้มาใช้บริการเกิดความศรัทธาและเต็มใจต่อการรับบริการ จนเกิดความพึงพอใจต่อองค์กร

ฉะนั้นแนวความคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแรงจูงใจหรือแรงกระตุ้น เพื่อสนองตอบความต้องการของมนุษย์ ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ทำการศึกษาค้นคว้าและตั้งเป็นทฤษฎีไว้หลายทฤษฎี แต่จะนำมากล่าวในบางทฤษฎีที่สำคัญและเกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

#### 1.1.6 ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการจูงใจ

ในยุคของการบริหารเชิงวิทยาศาสตร์ (Scientific Management) วิศวกรชาวอเมริกัน คือ Frederick W. Taylor ได้เสนอหลักการบริหารเชิงวิทยาศาสตร์ ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับการจูงใจในการปฏิบัติงานมากที่สุดทีเดียวไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการกำหนดเวลากับความสามารถในการทำงาน การจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายชิ้นของงาน การให้โบนัสกับ

ผู้ปฏิบัติงาน เป็นต้น การจูงใจตามวิธีการทางวิทยาศาสตร์ของ Taylor ใช้ได้ผลในระยะสั้นเท่านั้น เนื่องจากมนุษย์มีชีวิตจิตใจ ดังนั้นการปฏิบัติต่อลูกน้องเสมือนเครื่องจักร จึงไม่อาจจะใช้ได้ในระยะยาว

อับราฮัมส์ มาสโลว์ (Abraham Maslow) จึงได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับพื้นฐานความต้องการของมนุษย์ มีลำดับชั้นความต้องการ (Hierarchy of Needs Theory) 5 ชั้น ดังนี้



แผนภูมิที่ 3 ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์  
ที่มา : เอกชัย กี่สุขพันธ์ (2538 : 120)

ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของ อับราฮัมส์ มาสโลว์ (Abraham Maslow)

มาสโลว์ (Maslow.1954 อ้างถึงใน เอกชัย กี่สุขพันธ์. 2538 :121) ได้กล่าวว่า มนุษย์มีความต้องการและความต้องการของมนุษย์ไม่มีที่สิ้นสุด ความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอื่นจะเข้ามาแทนที่ ความต้องการที่ได้รับการตอบสนอง และจะไม่เป็นสิ่งที่จูงใจอีกต่อไป ส่วนความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะยังเป็นสิ่งที่จูงใจอยู่ และ เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนองต่อไป

มาสโลว์ (Maslow) ได้ลำดับความต้องการของมนุษย์ จากระดับต่ำไประดับสูงได้ 5 ชั้น (Hierarchy of Needs Theory) ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Need) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของชีวิต เช่น ความต้องการอาหาร อากาศ น้ำ ที่อยู่ อาศัย ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ

2. ความต้องการทางด้านความมั่นคงปลอดภัย (Safety Need) ได้แก่ เมื่อได้รับการตอบสนองทางร่างกายแล้ว ขั้นต่อไปคือ ความต้องการความปลอดภัยต่าง ๆ ได้แก่ ความมั่นคงในชีวิต ไม่ว่าจะเป็นอาชีพ หรือ การทำงาน เป็นความต้องการทุกอย่างที่จะทำให้เกิดความปลอดภัยในชีวิตที่เกิดขึ้นกับร่างกาย ความมั่นคงในทางเศรษฐกิจ

3. ความต้องการทางด้านสังคม (Social Need) เป็นความต้องการขั้นที่ 3 เมื่อความต้องการในขั้นที่ 1 และ 2 ได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์จะมีความต้องการสังคม ต้องการเพื่อน ต้องการความรัก ความเป็นมิตรจากบุคคลอื่น ๆ

4. ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องในสังคม (Esteem Need) เป็นความต้องการในเรื่องความรู้ ความสามารถ รวมทั้งได้รับการยกย่องสรรเสริญจากบุคคลอื่น เกี่ยวกับความมั่นใจในตนเอง

5. ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในชีวิต (Self – Actualization) เมื่อความต้องการพื้นฐานขั้นที่ 1 ถึงขั้นที่ 4 ได้รับการตอบสนองแล้วในขั้นนี้เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ คืออยากให้เกิดความสำเร็จในทุกสิ่งทุกอย่างตามความต้องการของตน

มาสโลว์มีข้อสังเกตเกี่ยวกับความต้องการของคนที่มีผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกมาว่าจะประกอบไปด้วยหลัก 2 ประการ คือ

1. หลักการแห่งความขาดตกบกพร่อง (The Deficit Principle) ความขาดตกบกพร่องในชีวิตประจำวันของคนที่ได้รับอยู่เสมอ จะทำให้ความต้องการที่เป็นความพอใจของคนไม่เป็นตัวจริงใจให้เกิดพฤติกรรมในด้านนั้นอีกต่อไป คนเหล่านี้กลับจะเกิดความพึงพอใจในสภาพที่เป็นอยู่ ยอมรับและพอใจในความขาดแคลนต่าง ๆ ในชีวิตโดยถือเป็นเรื่องธรรมดา

2. หลักการแห่งความก้าวหน้า (The Progression Principle) กล่าวคือ ลำดับขั้นความต้องการทั้ง 5 ระดับ จะเป็นไปตามลำดับที่กำหนดไว้จากระดับต่ำไปหาระดับสูง และความต้องการของคนในแต่ละระดับจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ ความต้องการของระดับต่ำกว่าได้รับการตอบสนองจนเกิดความพึงพอใจ

จากทฤษฎีดังกล่าว ผู้วิจัยได้ข้อสรุปแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ คือ ความต้องการของมนุษย์มีลำดับขั้นความต้องการไม่เท่าเทียมกันขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของแต่ละคน จะเริ่มต้นจากความต้องการขั้นพื้นฐานคือ ความต้องการทางร่างกายซึ่งเกี่ยวข้องกับ ปัจจัยสี่ เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย เพื่อความอยู่รอดของชีวิต เมื่อได้รับสนองตอบความต้องการดังกล่าวแล้ว จึงจะมีความต้องการในลำดับขั้นต่อไป เพราะฉะนั้นการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เกิดความพึงพอใจนั้น จะต้องสนองตอบตามลำดับขั้นของความต้องการและเมื่อได้รับการสนองตอบสิ่งที่ตนเองต้องการแล้วก็ไม่สามารถจูงใจในสิ่งเหล่านั้นได้อีก ก็จะต้องสร้างแรงจูงใจในลำดับขั้นของความต้องการในขั้นต่อไป เมื่อประยุกต์กับการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการ ผู้มาใช้บริการก็ย่อมมีความต้องการตามลำดับขั้นความต้องการเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วก็จะมีความต้องการในลำดับต่อไป

### 1.1.7 ทฤษฎีการจูงใจของเฮอริชเบอร์ก (Herzberg)

ในปี ค.ศ.1959 เฟรดเดอริก เฮอริชเบอร์ก (Frederick Herzberg) ได้รวมความคิดของเทลเลอร์ (Taylor) และ ของมาสโลว์ (Maslow) นำเสนอความคิดที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการจูงใจมากที่สุด ผลงานของเฮอริชเบอร์ก ชื่อว่า ทฤษฎีสององค์ประกอบของเฮอริชเบอร์ก หรือ เรียกว่า ทฤษฎีสองปัจจัย (Motivation Hygiene Theory) โดยมีสมมติฐานของทฤษฎี (เอกชัย กี่สุขพันธ์. 2538 : 121-123 ) กล่าวไว้ดังนี้

1. สิ่งจูงใจสองแบบ คือ แบบที่หนึ่งเป็นผลให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน แบบที่สอง คือ การป้องกันการเกิดความไม่พึงพอใจในการทำงาน ซึ่งเรียกแบบที่หนึ่งว่าปัจจัยจูงใจ (Motivators Factor) และแบบที่สองเป็นปัจจัยที่ไม่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ เรียกว่า ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factor)
  2. สิ่งจูงใจ (Motivators) องค์ประกอบที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน ได้แก่
    - 2.1 ลักษณะงาน (Job Itself)
    - 2.2 ความก้าวหน้า (Advancement)
    - 2.3 การยอมรับ (Recognition)
    - 2.4 ความรับผิดชอบ (Responsibility)
    - 2.5 สัมฤทธิ์ผลของงาน (Achievement)
  3. ปัจจัยค้ำจุน (Hygienes) องค์ประกอบที่จะสามารถป้องกันการเกิดความไม่พึงพอใจในการทำงาน ได้แก่
    - 3.1 สภาพการทำงาน (Working Conditions)
    - 3.2 นโยบายบริษัท (Company Policies)



- 3.3 ความมั่นคง (Job Security)
- 3.4 ผลตอบแทน (Pay and Benefits)
- 3.5 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Relations)
- 3.6 การนิเทศงาน (Supervision)
- 3.7 สถานภาพตำแหน่ง (Status)

นอกจากนั้น ปัจจัยภายนอกของบุคคล หมายถึง ปัจจัยทางองค์การที่จะช่วยรักษาพฤติกรรมที่พึงประสงค์ไว้ได้ โดยมีข้อสมมติว่าจะมีผลกระทบต่อสมาชิกในองค์การทุกคนเหมือนกันทั้งหมด แนวความคิดนี้ไม่คำนึงถึงความแตกต่างของบุคคลในการตอบสนองต่อปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ แนวความคิดที่สำคัญ ได้แก่

1. ทฤษฎีปัจจัยสองประการ ของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg) ได้ทำการศึกษาปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อแรงจูงใจของคนในองค์การ และแบ่งปัจจัยออกเป็น 2 ประการ คือ

1.1 ปัจจัยสร้างแรงจูงใจ ซึ่งคือ เป็นตัวกระตุ้นแรงจูงใจเป็นปัจจัยเกี่ยวกับงาน ซึ่งเป็นสาเหตุแห่งความพอใจในการทำงาน ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน การยอมรับความรับผิดชอบ โอกาสก้าวหน้า และลักษณะงานที่ทำ ถ้ามีปัจจัยเหล่านี้คนงานก็จะเกิดความพอใจในการทำงานและเกิดแรงจูงใจ เพราะสามารถสนองความต้องการความสำเร็จในชีวิตได้ แต่ถ้าไม่มีปัจจัยเหล่านี้ ความพอใจในการทำงานและแรงจูงใจก็ไม่เกิดขึ้น

1.2 ปัจจัยรักษาสุขลักษณะจิต (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของงาน ซึ่งมักจะเป็นสาเหตุแห่งความไม่พอใจในการทำงาน ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ นโยบายและการบริหารขององค์การ การควบคุมบังคับบัญชา เงินเดือน สภาพการทำงาน และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ถ้าปัจจัยเหล่านี้ขาดไปจะทำให้เกิดความไม่พอใจในการทำงาน แต่ถ้ามีอยู่ก็สามารถช่วยป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พอใจในการทำงาน แต่ก็ได้ไม่ได้เพิ่มความพอใจในการทำงานหรือเพิ่มแรงจูงใจได้เลย ที่เรียกว่าปัจจัยสุขลักษณะจิตก็เพราะที่ช่วยป้องกันความรู้สึกเบื่อหน่ายงานได้

จากแนวคิดข้างต้นจะเห็นว่าการไม่มีความพอใจในการทำงาน ไม่ได้หมายความว่ามีความพอใจในการทำงาน แต่เป็นเพียงความรู้สึกเฉย ๆ ไม่มีอะไรเกิดขึ้น สภาพการทำงานที่ดีและนโยบายขององค์การที่สมเหตุสมผลไม่ใช่พลังที่จะกระตุ้นแรงจูงใจให้สูงได้ แต่มักจะเป็นสิ่งที่ต้องมาก่อนการสร้างแรงจูงใจเสมอคนที่ไม่มี ความไม่พอใจในการทำงานย่อมถูกจูงใจได้ง่ายกว่าคนที่มีความไม่พอใจในการทำงานเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว

1. แนวความคิดเกี่ยวกับการเสริมพลัง (Reinforcement) เป็นแนวความคิดที่เน้นการให้รางวัลและการเสริมพลังเพื่อการจูงใจ โดยมีความเห็นวามมนุษย์จะกระทำการใด ๆ ที่รู้ว่าจะได้รับรางวัลตอบแทน บี. เอฟ. สกินเนอร์ (B.F. Skinner) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรางวัลกับการทำงานเพื่อหาทางทำให้วิธีการให้รางวัลได้ผล โดยพิจารณาถึงส่วนประกอบ 3 ประการ คือ

1.1 สิ่งเร้า หมายถึง สิ่งแวดล้อมหรือภาวะของพฤติกรรมที่เกิดขึ้น

1.2 การตอบสนองสิ่งเร้า หมายถึง พฤติกรรม หรือ การทำงาน

1.3 ตัวเสริมพลัง หมายถึง รางวัลตอบแทนทางบวก ซึ่งจะให้ได้ก็ต่อเมื่อมีพฤติกรรม หรือ การทำงานดีและเหมาะสม

จากทฤษฎีดังกล่าว ผู้วิจัยได้สรุปเป็นแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ คือ ปัจจัยที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ คือ ความมุ่งมั่นในความสำเร็จในสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการ ในความมั่นคงปลอดภัย ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ดี มีความรับผิดชอบต่อการให้บริการและการได้รับผลตอบแทนที่เป็นสิ่งจูงใจและแรงกระตุ้นจากการบริการที่ตีจนสนองตอบความพึงพอใจ

#### 1.1.8 ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)

วิกเตอร์ วูม (Victor Vroom 1964 อ้างถึงใน อวยชัย ชะบา และคณะ. 2538 : 391) ได้ศึกษาปัจจัยแห่งพฤติกรรมอันเกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ซึ่งมีผลกระทบต่อจูงใจในการทำงาน แนวความคิดที่สำคัญ ได้แก่

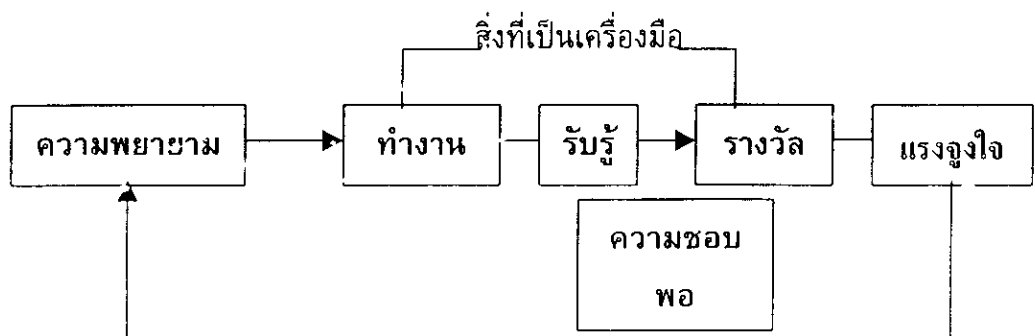
1) แนวความคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง (Expectancy) แนวความคิดนี้เป็นแนวความคิดที่พิจารณาจากผลกระทบที่ปฏิสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของบุคคลกับปัจจัยทางองค์การที่มีผลกระทบต่อจูงใจ ซึ่ง วูม(Vroom) และนักวิชาการอื่น ๆ อีกหลายท่านได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานกับรางวัลตอบแทน โดยคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 ประการดังนี้

1. ความคาดหวัง (Expectancy) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพยายามในการทำงานกับผลงานที่เกิดขึ้น คือ การที่บุคคลประเมินความเป็นไปได้ว่าถ้ามีความพยายามเพิ่มขึ้น หรือทำงานหนักขึ้น จะนำไปสู่ผลงานที่เกิดขึ้น นั่นก็คือ การประเมินความสามารถในการทำงานของคน ถ้าบุคคลมีความคาดหวังเช่นนี้ก็จะมีความพยายามเพิ่มขึ้น

2. สิ่งที่เป็นเครื่องมือ (Instrumentality) คือ การรับรู้และหวังว่าผลงานที่เกิดขึ้นจากการมีความพยายามเพิ่มขึ้นจะนำไปสู่รางวัลตอบแทนที่ต้องการถ้าบุคคลใดคิดว่าเมื่อทำงานได้ผลดีแล้วจะไม่ได้ได้รับความสนใจและรางวัลตอบแทน บุคคลนั้นก็จะไม่เลือกทำงานหนัก องค์ประกอบนี้ จึงแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างผลการทำงานกับรางวัลตอบแทน

3. ความชอบพอ (Valence) เป็นความต้องการภายในของบุคคล คือการตีคุณค่านิยมต่อรางวัลหรือผลได้หรืออาจเรียกว่าเป็นความชอบพอในรางวัลตอบแทนก็ได้ ความชอบพอนี้ไม่ได้เกิดจากรางวัลที่ได้ แต่เกิดจากปัจจัยภายในบุคคล จึงมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล คนบางคนชอบทำงานบางอย่างเพราะได้เงินเดือนดี เพราะตีคุณค่าของรางวัลตอบแทนที่เป็นเงินเอาไว้มาก บางคนชอบทำงานเพราะเป็นงานที่ท้าทาย มีความรับผิดชอบสูง เพราะมีค่านิยมสูงเกี่ยวกับรางวัลตอบแทนที่เป็นความสำเร็จ เป็นต้น

องค์ประกอบทั้งสามประการนี้ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการจูงใจโดยต้องสัมพันธ์ต่อเนื่องกันเป็นกระบวนการ คือ การจูงใจในการทำงานนั้นเริ่มขึ้นจากการที่บุคคลมีความคาดหวังในการทํางานของตน นั่นก็คือรู้ว่าความสามารถของตนจะนำไปสู่ผลงานที่ดี และรู้ว่าอะไรคือรางวัลตอบแทนสำหรับผลงานที่ดีนั้น เมื่อรับรู้ว่าจะได้รับรางวัลนั้นแล้วจะต้องมีความชอบพอในรางวัลนั้นด้วย เมื่อองค์ประกอบทั้งสามประการเป็นไปอย่างสอดคล้องกันดังนี้แล้ว ก็จะเกิดแรงจูงใจในการทำงานซึ่งจะไปกระตุ้นความพยายามให้สูงขึ้นอีก การจูงใจการทำงานเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องไม่มีที่สิ้นสุด ดังแผนภูมิที่ 4



แผนภูมิที่ 4 : แสดงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของแนวความคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง

ที่มา อวยชัย ชบา และ คณะ. 2528 : 391 การบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

2) แนวความคิดด้านความเสมอภาค (Equity) เป็นแนวความคิดของ สเตซี เจ. อัดัมส์ (Stacy J. Adams) ซึ่งเน้นปัจจัยสำคัญสองประการ คือ ปัจจัยนำเข้าและปัจจัยนำออกในการให้รางวัลตอบแทน

ปัจจัยนำเข้า หมายถึง คุณสมบัติของบุคลากรที่มีสำหรับการทำงาน เช่น ระดับการศึกษา ทักษะ ความอาวุโส ความพยายามที่ทุ่มเทให้กับงาน เป็นต้น ปัจจัยนำเข้านี้เป็นสิ่งกำหนดความรู้สึกของบุคลากรว่าตนเองควรจะได้รับรางวัลตอบแทนอย่างไร

ปัจจัยนำออก หมายถึง ผลได้หรือรางวัลตอบแทนที่บุคลากรได้รับ เช่น เงินเดือน รายได้อื่น ๆ การยอมรับ การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น

จากแนวคิดทฤษฎีดังกล่าว ผู้วิจัยได้สรุปแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ คือ ความคาดหวังว่าเมื่อมาใช้บริการโดยได้รับแรงจูงใจจากรางวัลซึ่งเป็นผลตอบแทนในการมาใช้บริการก็จะเป็นตัวกระตุ้นจูงใจให้เกิดความพยายามสูงขึ้น

#### 1.1.9 ทฤษฎีระบบ (System Theory)

ชมรมพัฒนาสังคม (2534 : 49) ได้อธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีระบบไว้ว่าแนวคิดเป็นเทคนิควิชาการได้จำแนกสังคมออกเป็น ส่วน ๆ หรือ เป็นระบบย่อยและในแต่ละระบบย่อยต่างก็มีบทบาทหน้าที่ของตนเอง ซึ่งจะต้องมี ปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ถ้าระบบย่อยส่วนใดส่วนหนึ่งมีการเปลี่ยนแปลงหรือถูกระบบย่อยส่วนอื่น ๆ จะมีผลจากการถูกระบบนั้นด้วย ซึ่งจะต้องมีการปรับตัว เพื่อให้ระบบนั้นอยู่รอดและเกิดความสมดุลย์

เหตุที่ทฤษฎีระบบ ได้ถูกจัดอยู่ในสำนักโครงสร้างหน้าที่ เนื่องด้วยทฤษฎีนี้มองสังคมเป็นระบบและระบบย่อยแต่ละส่วนมีหน้าที่ มีการปฏิสัมพันธ์ต่อกัน เพื่อนำไปสู่ความสมดุลย์ (Balance) ของระบบในที่สุด

สรุปจากทฤษฎีระบบ ผู้วิจัยได้แนวคิดดังนี้ การมีบทบาทหน้าที่ของแต่ละคนคือ ผู้ให้บริการและผู้มารับบริการซึ่งจะต้องมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ถ้าทุกคนทุกฝ่ายในระบบย่อยต่างมีความรับผิดชอบและมีการปรับตัวให้เกิดความสมดุลย์แล้วก็จะทำให้โครงสร้างหน้าที่ในการให้บริการทั้งระบบเกิดความสมดุลย์เช่นกันแล้วการให้บริการก็จะเกิดความพึงพอใจต่อทุกฝ่าย

#### 1.1.10 ทฤษฎีการจูงใจในผลสัมฤทธิ์ของแม็คเคลแลนด์ (McClelland's Achievement Motivation Theory)

ในตอนปลายปี ค.ศ. 1940 นักจิตวิทยาชื่อ เดวิด แม็คเคลแลนด์ (David I McClelland et.al. อ้างถึงในสุรพงษ์ เลิศรัตนยพงษ์. 2544 : 16) ได้ทำการทดลองเพื่อหาทางวัดความต้องการต่าง ๆ ของคน โดยใช้เครื่องมือที่เรียกว่า The Mactic Appreciation Test หรือ เรียกชื่อย่อว่า TAT วิธีให้คนดูภาพถ่ายแล้วเขียนแสดงทัศนะว่าเขามองเห็นอย่างไรต่อภาพถ่ายนั้น เครื่องมือของแม็คเคลแลนด์บางที่เรียกว่า Projective Test

แมคเคิลแลนด์ ได้แบ่งผลการศึกษาข้อมูลที่ได้จากการทดสอบออกเป็น 3 เรื่อง แต่แต่ละเรื่องจะมีลักษณะตรงกันเกี่ยวกับความต้องการของคน ซึ่งมีความต้องการอยู่ 3 ประการ คือ

1. ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement : nAch) เป็นความต้องการที่ทำบางอย่างให้ดีขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น ต้องการที่จะแก้ปัญหาต่าง ๆ และต้องการสิ่งย้อนกลับที่ได้จากผลงาน

2. ความต้องการผูกพัน (Need for Affiliation : nAff ) เป็นความต้องการที่จะสร้างความเป็นมิตรและสัมพันธภาพที่อบอุ่นกับบุคคลอื่น

3. ความต้องการมีอำนาจ (Need for Power : nPower ) ได้แก่ ความต้องการที่จะควบคุมผู้อื่น การให้คุณให้โทษแก่ผู้อื่น และการมีหน้าที่รับผิดชอบในบุคคลอื่น พื้นฐานทฤษฎี แมคเคิลแลนด์ จะขึ้นอยู่กับเวลาและเหตุผลของประสบการณ์ในชีวิตของบุคคล คนจะถูกกระตุ้นด้วยความต้องการต่าง ๆ และแต่ละความต้องการจะมีเหตุผลต่อความพอใจในการปฏิบัติงานของเขา ทฤษฎีนี้จะช่วยให้ผู้บริหารมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการของคนและคนอื่นเป็นอย่างดี สามารถสร้างงานและปรับสภาพแวดล้อมในการทำงานให้สนองความต้องการทั้งสามด้านของบุคคลได้อย่างเหมาะสม

นักวิชาการบางท่านให้ความเห็นเกี่ยวกับทฤษฎีของ แมคเคิลแลนด์ ว่า ทฤษฎีนี้ช่วยอธิบายความต้องการของคนได้ 2 ประการ คือ

1. ความต้องการ nAch : nAff และ nPower เป็นองค์ประกอบของความต้องการที่มีลักษณะเหมือนกันและคล้ายๆ กับลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารเข้าใจบุคคลในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น การยึดถือทฤษฎีเป็นหลักในการปฏิบัติจะให้ประโยชน์กับผู้บริหารมาก และหากความต้องการแต่ละด้านได้รับการตอบสนองอย่างตรงเป้าหมาย ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

2. ถ้าความต้องการดังกล่าวได้รับความสนใจและเอาใจใส่จากผู้บริหารอย่างจริงจังก็อาจทำให้คนในองค์กรสามารถกำหนดขอบเขตความต้องการของคนในอันที่จะทำงานในรูปแบบต่าง ๆ ให้สำเร็จได้

จากผลการศึกษาของแมคเคิลแลนด์ สรุปได้ว่า ความสำเร็จของงานจะอยู่ในเรื่องของ การกระตุ้นความต้องการ nAch เป็นสำคัญ บุคคลเมื่อได้รับการตอบสนองด้าน nAch สามารถทำงานได้สำเร็จจะช่วยให้เกิดความงานบริหารของผู้บริหารได้ผลสำเร็จไปด้วย

### 1.1.11 ทฤษฎี 3 ไอ (Theory of Triple) แห่งการให้บริการที่

ด้วยคุณภาพ

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539 : 56 – 57) ได้กล่าวถึง ทฤษฎี 3 ไอ (Theory of Triple) แห่งการให้บริการที่ด้วยคุณภาพในหนังสือ คุณภาพในงานบริการ ดังนี้ ปัจจัยแห่ง 3 ประการ ที่อยู่เบื้องหลังของความด้อยประสิทธิภาพและอ่อนคุณภาพของการบริการ ซึ่งจะให้ข้อคิดที่น่าสนใจไม่น้อยแก่การแก้ปัญหาด้านคุณภาพของบริการ โดยต้องการจะแก้ไขที่ต้นเหตุ

ทฤษฎี 3 ไอ กล่าวไว้ว่า สาเหตุสำคัญของการทำงานผิดพลาด หรือการให้ผลงานที่มีปัญหา และไม่ตรงตามเป้าหมายของพนักงานต่าง ๆ ในองค์กรนั้น มาจากสาเหตุสำคัญ 3 ปัจจัย ทางด้านจิตวิทยาและสภาพจิตใจของผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งได้แก่

1. Innocence คือ ความไร้เดียงสา หรือ รู้เท่าไม่ถึงการณ์ของตัวผู้ให้บริการคนนั้น บางที่อาจเรียกว่า Lack of Skills หรือ ขาดทักษะที่เพียงพอในการปฏิบัติงานคือทำผิดไปเพราะความไม่รู้

2. Ignorance คือ ความละเลย หรือ ความมั่งง่ายของตัวบริการนั่นเอง หมายความว่า รู้ทั้งรู้ว่าสิ่งนั้นไม่ควรทำเพราะอาจก่อปัญหาต่อไป แต่ความมั่งง่ายในตัวทำให้เขาทำไปทั้ง ๆ ที่รู้ ก็เลยเกิดปัญหาขึ้นมาจริง ๆ บางที่อาจเรียกอีกอย่างว่า Negligence ก็ได้ สำหรับบางกรณีที่เขาระบุให้ต้องทำ แต่ละเลยไม่กระทำ ก็เข้าข่ายนี้เช่นกัน

3. Intention คือ ความจงใจกระทำ อาจเรียกอีกอย่างหนึ่งได้ว่าเป็น Malicious Act คือ กระทำไปโดยความรู้และเข้าใจ แต่มีเจตนาหมายบางอย่างแอบแฝงอยู่ให้กระทำ ทั้งนี้เพื่อผลประโยชน์แก่ตนเอง หรือเพื่อความสะใจบางอย่างของคนบางคน บางกลุ่มที่สั่งสมเอาความแค้นเคืองไว้มาก ๆ ในองค์กร เมื่อได้โอกาสจึงกระทำการอันไม่สมควรลงไป บางที่อาจค้นกับคำว่า Moral Hazard ในงานบางอย่างก็ได้

จากการศึกษาทฤษฎี 3 ไอแล้ว ผู้วิจัยได้แนวคิดในเรื่องการบริการที่ไร้คุณภาพว่า เกิดจากความไร้เดียงสาหรือรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของผู้ให้บริการ คือ ขาดทักษะ การละเลยต่อหน้าที่การให้บริการ นอกจากนั้นยังเป็นการจงใจกระทำเพื่อความสะใจหรือเพื่อหวังผลอะไรบางอย่างที่แอบแฝงอาจเป็นผลประโยชน์ของตนเองหรือกลุ่มก็ได้ ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการให้บริการด้วยคุณภาพลง

### 1.2 การบริการของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ในส่วนนี้จะได้อธิบายถึงนโยบายเงินฝาก ประเภทลูกค้า และประเภทเงินฝาก

1.2.1 นโยบายด้านเงินฝากธนาคาร มีนโยบายที่จะพึ่งตนเองในด้านเงินทุนให้มากขึ้น โดยเน้นการระดมเงินฝากจากประชาชนทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จึงจำเป็นต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนการสร้างภาพพจน์ที่



ดีขององค์กร เพราะฉะนั้นธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาต่าง ๆ จึงควรดำเนินการในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ คือ

1) การจัดสำนักงานที่ดีมีส่วนในการเพิ่มเงินฝากให้ธนาคาร แม้จะเป็นการยากที่จะวัดคุณค่าในเรื่องดังกล่าวก็ตาม ธนาคารจำนวนมากได้สร้างสำนักงานขึ้นใหม่หรือปรับปรุงสำนักงานเก่าให้ทันสมัยเพื่อดึงดูดความสนใจประชาชน และให้ผู้ฝากเกิดความไว้วางใจ ตลอดจนได้รับความสะดวกสบายยิ่งขึ้น เช่น ที่นั่งพักคอย เปลี่ยนเป็นเก้าอี้ที่นุ่มสบาย และการตกแต่งภายในจัดให้สดใส น่าดูยิ่งกว่าเดิม เป็นต้น

2) ข้อควรปฏิบัติของพนักงานธนาคาร โดยทั่วไปประชาชนชอบทำธุรกิจกับสถาบันการเงินที่มีพนักงานเป็นกันเอง พนักงานธนาคารต้องปฏิบัติต่อผู้มาติดต่อฝากเงินเสมือนดุจญาติมิตร และปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ จึงจะเป็นที่พอใจแก่ผู้ฝากเงินเดิมและดึงดูดผู้ฝากใหม่ เพื่อส่งเสริมสัมพันธ์อันดีกับผู้ฝาก พนักงานธนาคารควรปฏิบัติดังนี้

3) ต้อนรับผู้ฝากหรือผู้มาติดต่อในธุรกรรมธนาคาร โดยทันทีด้วยความสุภาพ พยายามจดจำหน้าและชื่อผู้ฝากอย่างแม่นยำ ควรใช้คำแทนชื่อที่เหมาะสม เช่น ท่าน คุณ พี่ คุณน้า และถ้าสมควรให้เรียนขานชื่ออย่างเป็นทางการตลอดเวลาที่ต้อนรับผู้ฝากหรือผู้มาติดต่อแต่ละราย พึงแสดงอาการยิ้มแย้ม

4) ชี้แจงระเบียบและให้บริการแก่ผู้ฝากหรือผู้มาติดต่ออย่างแจ่มแจ้งเข้าใจร่วมกัน ทั้งรับฟังแง่คิดหรือความประสงค์หรือข้อขัดข้องใจของผู้ฝากและพยายามหาวิธีตอบ ชี้แจงให้เข้าใจโดยถูกต้อง

5) ปฏิบัติงานอย่างกระตือรือร้น รวดเร็ว ฉับไว แม่นยำ ประณีต และด้วยความสุภาพ

6) สนใจใฝ่หาความรอบรู้อยู่เสมอ เพื่อช่วยพิจารณาปัญหาของผู้ฝาก และหาทางแก้ที่ดีที่สุดให้แก่ผู้ฝาก พร้อมทั้งพยายามอำนวยความสะดวกบริการทุกอย่างเท่าที่จะกระทำได้

7) พนักงานธนาคารแต่งกายสุภาพเรียบร้อยไม่รุ่มร่าม หรือ ซอมซ่อ และไม่พึงแต่งด้วยของมีค่าให้มากนัก การรับใช้ผู้ฝากและผู้มาติดต่อด้วยการแสดงความจริงใจ เต็มใจ มีจิตใจใฝ่บริการ และยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นการส่งเสริมสัมพันธ์กับผู้ฝากเก่าและ ผู้ที่จะเป็นผู้ฝากรายใหม่

8) พนักงานธนาคารควรเข้าร่วมในงานสังคม การฝึกอบรมโรงเรียนการประชุม งานทางศาสนา ตลอดจนกิจกรรมของท้องถิ่นตามสมควร และถ้าเข้าเป็นกรรมการของกิจกรรมหรือสถาบันในท้องถิ่นได้ด้วยก็ยิ่งดี เพื่อสร้างชื่อเสียงให้แก่ธนาคาร และสร้างความเชื่อถือในการแสวงหาผู้ฝากใหม่เพิ่มขึ้น

เมื่อมีโอกาสได้ชี้แจงกิจการของธนาคารแก่หมู่ชนใดควรเล่าเรื่องบริการเงินกู้ของธนาคาร เช่น การออกไปสอบสวนเพื่อรับลูกค้าถึงบ้านของลูกค้าเอง การออกไปช่วยเหลือแนะนำลูกค้าทำคำขอกู้ให้ถูกต้อง บริการเคลื่อนที่ออกไปจ่ายเงินกู้ให้แก่ลูกค้า และรับชำระหนี้เงินกู้จากลูกค้าในท้องที่ เป็นต้น ทั้งนี้แม้เรื่องดังกล่าวไม่เกี่ยวกับบริการเงินฝากโดยตรง แต่ก็ยังเป็นทางหนึ่งที่จะชักจูงประชาชนให้มาฝากเงินกับธนาคารทางอ้อม

#### 1.2.2 ข้อควรระวังของพนักงานธนาคาร

(1) ดอนรับผู้ฝากเงินหรือผู้มาติดต่อด้วยอาการบั่นปึง มีนตึง เย็นชา หรือเสียไม่ได้ หรือละเลยไม่สนใจต่อการแสดงแง่คิดหรือความประสงค์ หรือข้อข้องใจของผู้ฝากเงินหรือผู้มาติดต่อ

(2) ใ้อเอ้ ยึดยาด ไม่นับไว หรือ กระแทกกระทั้น ไม่สุภาพละเลยการฝึกฝนตนเอง ขาดความรู้ ชี้แจงไม่ชัดเจน หรือ คลาดเคลื่อนปฏิบัติงานผิดพลาด หรือบกพร่องเนื่อง ๆ

(3) อาศัยหรือยอมให้ผู้อื่นอาศัยงานในหน้าที่แสวงหาผลประโยชน์ให้แก่ ตนหรือผู้อื่น

#### 1.2.3 ประเภทลูกค้ากฎหมาย

**Rajabha** ลูกค้ำหือบุคคลที่มีบัญชีเงินฝากและหรือติดต่อประกอบธุรกิจกับธนาคาร ซึ่งตามกฎหมายแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ บุคคลธรรมดาและประเภทนิติบุคคล การประกอบธุรกิจต่าง ๆ ระหว่างลูกค้ำกับธนาคาร เช่น การฝากเงิน การกู้ยืมเงิน การค้ำประกัน ฯลฯ เหล่านี้จำเป็นจะต้องปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายจึงจะเป็นการสมบูรณ์

ลูกค้ำแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) บุคคลธรรมดา หมายถึง ประชาชนทั่วไป เช่น พ่อค้ำ คหบดี เจ้าของธุรกิจ ลูกจ้างพนักงานองค์การของรัฐ หรือข้าราชการ ลูกค้ำที่เป็นบุคคลธรรมดาที่ประกอบธุรกิจกับธนาคารต้องใช้ชื่อจริง ดังนั้น ถ้าเป็นผู้ที่ธนาคารไม่รู้จักตัวมาก่อนแล้ว ต้องขอตัวบัตรประจำตัวประชาชน หรือ เอกสารอื่นใดที่ใช้ตรวจสอบได้

2) นิติบุคคล หมายถึง คณะบุคคลหรือกองทัพสินที่มีขึ้นได้ก็ด้วยอาศัยอำนาจแห่งบทบัญญัติของกฎหมาย เช่น กระทรวง ทบวง กรม ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล บริษัทจำกัด สมาคม มูลนิธิ ฯลฯ การทำนิติกรรมสัญญาจะต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์และข้อบังคับของนิติบุคคลนั้น ๆ

#### 1.2.4 ประเภทเงินฝากในธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ธนาคารเปิดบริการรับฝากเงิน 3 ประเภท ได้แก่ เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ และเงินฝากกระแสรายวัน

1. เงินฝากออมทรัพย์ เป็นเงินฝากประจำจ่ายคืนเมื่อทวงถาม โดยไม่ใช่เช็ค ในการถอนเหมาะสำหรับข้าราชการ พนักงานและลูกจ้างองค์การ บริษัท ห้างร้าน เกษตรกร และประชาชนทั่วไป ซึ่งจะออมเงินรายได้ไว้คราวละเล็กน้อย เพื่อสะสมไว้เสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินของตน การฝากเงินประเภทเงินฝากออมทรัพย์ครั้งแรกต้องฝากไม่ต่ำกว่า 50 บาท และครั้งต่อไปจะฝากจำนวนเท่าใดก็ได้ การฝากและถอนต้องใช้แบบพิมพ์ตามที่ธนาคารกำหนดยื่นพร้อมสมุดคู่ฝาก (ถ้ามี)

#### 1. เงินฝากออมทรัพย์แบ่งออกได้ ดังนี้

เงินฝากออมทรัพย์ใช้สมุดคู่ฝาก ธนาคารจะออกสมุดคู่ฝากให้เพื่อบันทึกรายการฝาก ถอน จำนวนดอกเบี้ย และยอดเงินคงเหลือของผู้ฝาก โดยมีลายมือชื่อของพนักงานธนาคารผู้ได้รับมอบอำนาจกำกับไว้ทุกประการและธนาคารจะมอบสมุดคู่ฝากให้ผู้ฝากถือไว้เป็นหลักฐาน

1) เงินฝากออมทรัพย์ไม่ใช่สมุดคู่ฝาก ถ้าผู้ฝากไม่ต้องการใช้สมุดคู่ฝาก เพราะไม่ต้องการให้ผู้อื่นรู้สถานะแห่งบัญชีของตน หรือ เพราะเหตุอื่นใดก็ตามก็อาจเลือกใช้เงินฝากชนิดไม่ใช่สมุดคู่ฝาก ซึ่งธนาคารจะมอบสมุดใบส่งเงินฝากและสมุดใบถอนเงินฝากให้ผู้ฝาก มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

2) **Rajabha** เงินฝากออมทรัพย์ทวีสิน เป็นเงินฝากออมทรัพย์ประเภทมีรางวัล และได้ดอกเบี้ยด้วย โดยเงินรางวัลไม่ต้องเสียภาษีเงินได้ภาษีบุคคลธรรมดาเงินฝากออมทรัพย์ทวีสินมีลักษณะเป็นบัตรออมทรัพย์ ราคาหน่วยละ 500 บาท บัตรทุกฉบับมีสิทธิ์ถูกรางวัล 12 ครั้ง โดยออกรางวัล ทุก 3 เดือน รวมปีละ 4 ครั้ง บัตรออมทรัพย์ทวีสินสามารถโอนกรรมสิทธิ์ให้ผู้อื่นได้ ใช้เป็นหลักประกันเงินกู้ได้ และใช้เป็นหลักประกันตัวผู้ต้องหาได้ เมื่อครบกำหนด 3 ปี จะได้รับต้นทุนเงินพร้อมดอกเบี้ย

3) เงินฝากออมทรัพย์ทวีโชค เป็นเงินฝากออมทรัพย์ที่มีดอกเบี้ยและมีสิทธิ์ร่วมจับฉลากชิงโชคที่มีรางวัลเป็นสิ่งของต่างๆ เช่น รถยนต์ จักรยานยนต์ โทรทัศน์ เป็นต้น โดยคุณสมบัติของผู้ฝากเงินประเภทนี้จะต้องเป็นบุคคลธรรมดาเท่านั้น ซึ่งหมายถึงประชาชนทั่วไป เช่น เกษตรกร พ่อค้า คหบดี เจ้าของธุรกิจ ลูกจ้าง ข้าราชการ พนักงานองค์การของรัฐ ยกเว้น พนักงาน ธ.ก.ส. เปิดบัญชีเงินฝากครั้งแรกเพียง ตั้งแต่ 50 บาท ขึ้นไป แล้วสะสมให้ได้ครบ 2,000 บาท และ ฝากต่อไปเป็นเวลาอย่างน้อย 3 เดือน ก่อนจับรางวัล ผู้ฝากจะได้รับสิทธิ์ลุ้นโชคจากบัตรรางวัล 1 บัตรต่อเงินฝากในบัญชี 2,000 บาท

2. เงินฝากประจำ เป็นเงินฝากที่ต้องการจ่ายคืนเมื่อสิ้นระยะเวลาที่กำหนดไว้ เช่น 3 เดือน 6 เดือน หรือ 12 เดือน เงินฝากประเภทนี้ธนาคารให้ดอกเบี้ยในอัตราสูงกว่าเงินฝากออมทรัพย์ จึงเหมาะสำหรับผู้ประสงค์จะออมเงินไว้ในระยะยาว เพื่อจะได้ดอกเบี้ย

แน่นอนในอัตราที่สูง จำนวนเงินรับฝากแต่ละครั้งต่อไม่ต่ำกว่า 1,000 บาท และธนาคารจะจ่ายดอกเบี้ยเงินฝากประจำให้ไม่เกินอัตราที่ธนาคารกำหนดไว้ ถ้าผู้ฝากไม่ถอนเงินฝากประจำหลังครบกำหนด เป็นอันถือว่าผู้ฝากตกลงฝากต้นเงินจำนวนนั้นเป็นเงินฝากประจำต่อไปอีกเป็นคราว ๆ ตามระยะเวลาฝากที่กำหนดไว้เดิม นับจากวันสุดท้ายแห่งระยะเวลาฝากที่ครบกำหนดแล้ว ส่วนดอกเบี้ยของต้นเงินฝากที่ครบกำหนดแล้วนั้น ธนาคารจะได้ดำเนินการตามผู้ฝากได้แจ้งความจำนงไว้

เงินฝากประเภทนี้ มี 2 ชนิด คือ

1) เงินฝากประจำใช้ในใบรับฝากเงินฝาก คือ เงินฝากที่ธนาคารออกใบรับเงินฝากให้ผู้ฝากไว้เป็นหลักฐานในการฝากเงินครั้งหนึ่งๆ ใบรับฝากดังกล่าวเป็นตราสารชนิดเปลี่ยนมือไม่ได้

2) เงินฝากประจำใช้สมุดคู่ฝาก คือ เงินฝากที่ธนาคารออกสมุดคู่ฝากให้ผู้ฝากไว้เป็นหลักฐานในการฝากเงินสำหรับเงินฝากประจำที่โอนจากเงินฝากตามส่วนเงินกู้ซึ่งลูกค้าไม่มาติดต่อและไม่มีตัวตน ธนาคารจะโอนบัญชีดังกล่าวนี้ไปเข้าบัญชีเงินฝากประจำลูกค้าขาดการติดต่อ และไม่คิดดอกเบี้ยให้

3. เงินฝากกระแสรายวัน เป็นเงินฝากที่ธนาคารต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม หรือตามคำสั่งโดยใช้เช็ค และธนาคารจะไม่จ่ายดอกเบี้ยให้สำหรับเงินฝากประเภทนี้

ที่มา : ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร : วารสารราย 4 เดือน เมษายน - กรกฎาคม 2543:37-38

## 2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุทธิ บันมา (2535 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์ โดยศึกษาจากลูกค้าที่มาใช้บริการช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2535 จำนวน 500 คน เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามผลการศึกษาพบว่า

1. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์ อยู่ในระดับมากในความพึงพอใจรวมทุกด้าน ด้านพนักงาน และด้านการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับและด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ส่วนความพึงพอใจในด้านข้อมูลที่ได้รับจากบริการอยู่ในระดับปานกลาง

2. ลูกค้ำที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์ ในระดับที่ไม่แตกต่างกันในด้านความสะดวกที่ได้รับและด้านข้อมูลที่ได้รับจากบริการ

3. ลูกค้ำประกอบอาชีพต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์ โดยรวมทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้ำที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และประกอบอาชีพ ประกอบธุรกิจ มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารมากกว่าลูกค้ำที่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4. ลูกค้ำที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์ ในด้านพนักงานและการต้อนรับแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้ำที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารมากกว่าลูกค้ำที่ประกอบอาชีพธุรกิจประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประกอบอาชีพอื่น ๆ

5. ลูกค้ำที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์ ในด้านสถานที่ประกอบการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้ำสถานที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และประกอบอาชีพประกอบธุรกิจ มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารมากกว่าลูกค้ำที่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประกอบอาชีพอื่น ๆ

6. ลูกค้ำที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์ ในด้านระยะเวลาในการดำเนินการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้ำที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมมีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารมากกว่าลูกค้ำที่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประกอบอาชีพอื่น ๆ

7. ลูกค้ำที่ประกอบอาชีพธุรกิจมีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารมากกว่าลูกค้ำที่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

จากผลการศึกษาของสุทธิ บันมา ผู้วิจัยได้แนวคิดดังนี้ ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารจะมีระดับมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับ มีปัจจัย 5 ด้าน คือ

1. ด้านพฤติกรรมพนักงาน ด้านการต้อนรับ
2. ด้านสถานที่ให้บริการ
3. ด้านระยะเวลา
4. ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ
5. ด้านข้อมูลการให้บริการ

สุพงษ์ เล็กครัญญพงษ์ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของระดับการศึกษาและระยะเวลาการเป็นสมาชิกองค์กรที่ให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุนแก่เกษตรกร กับความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์กร : กรณีศึกษา อำเภอปทุมรัตต์ จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 50 ปีขึ้นไป การศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือนจำนวน 4 – 6 คน เฉลี่ย 5.07 คน ระยะเวลาการเข้าสังกัดองค์กรมีความใกล้เคียงกันระหว่าง 5 – 8 ปี กับ 9 ปีขึ้นไป เฉลี่ย 8.52 ปี การขอรับบริการเฉลี่ย 7.85 ครั้งต่อปี ด้านการใช้บริการมากที่สุดมี 2 ด้านใกล้เคียงกัน คือ ด้านการกู้เงิน และด้านการซื้อสินค้า สาเหตุหลักที่เข้าองค์กรเพราะต้องการกู้เงิน
2. ระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานขององค์กรที่ตนสังกัด เป็นดังนี้
  - 2.1 สมาชิกสหกรณ์การเกษตรปทุมรัตต์ จำกัด มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานขององค์กรที่ตนสังกัดในด้านการให้บริการธุรกิจ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านระยะเวลาการให้บริการ และด้านการช่วยเหลืออื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับด้านสถานที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจในภาพรวมทุกด้าน อยู่ในระดับปานกลาง
  - 2.2 ลูกค้านาคาร์เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอำเภอปทุมรัตต์ มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานขององค์กรที่ตนสังกัดในด้านการให้บริการธุรกิจ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านระยะเวลาการให้บริการ และด้านสถานที่อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับด้านการช่วยเหลืออื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับน้อย ส่วนความพึงพอใจในภาพรวมทุกด้าน อยู่ในระดับปานกลาง
  - 2.3 สมาชิกกลุ่มเกษตรกรในอำเภอปทุมรัตต์ มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานขององค์กรที่ตนสังกัดในทุกด้านที่ให้บริการอยู่ในระดับน้อย ส่วนความพึงพอใจในภาพรวมทุกด้าน อยู่ในระดับน้อย
3. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองจากค่าสถิติ Cramer's V ได้ค่าเท่ากับ .271 ซึ่งเป็นค่าที่บ่งบอกระดับความสัมพันธ์ของทั้งสองตัวแปรว่าอยู่ในระดับที่ไม่สูงนักเช่นเดียวกัน และระยะเวลาของการเข้าสังกัดองค์กรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 โดยความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองจากค่าสถิติ Cramer's V ได้ค่าเท่ากับ .266 ซึ่งไม่สูงมากนัก



จากการศึกษางานวิจัยของสุรพงษ์ เล็กศรัณยพงษ์ ผู้วิจัยได้แนวคิดดังนี้ ปัจจัยที่ผลต่อความพึงพอใจในองค์กร คือ

1. ระยะเวลาในการเข้าถึงองค์กร
2. ระดับการศึกษา
3. ด้านสถานที่ให้บริการ
4. ด้านพฤติกรรมพนักงานในการต้อนรับ
5. ด้านระยะเวลาในการให้บริการ

นิพนธ์ คำพา. 2518 : บทคัดย่อ. อ้างอิงในกรณีการ จันทรแก้ว. 2538:33 ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัญหาในการบริหารราชการส่วนภูมิภาค ศึกษาเฉพาะกรณีประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ประชาชนระดับอำเภอ พบว่า ปัญหาอุปสรรคที่ทำให้การบริการแก่ประชาชนในระดับอำเภอไม่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ อัตรากำลังเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ ทำให้ทัศนคติที่ไม่ดีในการทำงานของข้าราชการ วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ไม่เพียงพอ จำนวนประชากรในเขตการปกครองมีมากเกินไป และการปฏิบัติงานของนายอำเภอที่ไม่สนใจในเรื่องการให้บริการประชาชนเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยเสนอแนะให้มีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ เปลี่ยนแปลงทัศนคติในการทำงานของข้าราชการ การเพิ่มวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ และให้นายอำเภอสนใจเกี่ยวกับการบริการในระดับอำเภอมากขึ้น

จากการศึกษางานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยได้แนวคิดว่าการให้บริการที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพนั้น นอกจากจะต้องมีอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ให้บริการ ปัจจัยที่มีผลคือ

1. ด้านเครื่องมืออุปกรณ์เครื่องใช้ในการบริการให้เพียงพอ

อัญชลี เหล่าธิติพงศ์ (2524 : บทคัดย่อ อ้างอิงใน พงษ์พัฒน์ ชีระกุล. 2541 :18) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการของศูนย์บริการสาธารณสุขในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการบริการของศูนย์บริการสาธารณสุข ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รู้จักศูนย์บริการสาธารณสุข เนื่องจากศูนย์บริการสาธารณสุข อยู่ใกล้บ้านจึงสะดวก ประหยัดเวลา อีกทั้งค่าบริการสาธารณสุข ไม่แพง ส่วนความคิดเห็นต่อการปฏิบัติของแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่ มีมนุษยสัมพันธ์ ให้คำแนะนำและอธิบายข้อสงสัยให้ทราบเสมอ

จากการศึกษางานวิจัยของดังกล่าว ผู้วิจัยได้แนวคิดว่า สถานที่ให้บริการมีทำเลที่ตั้งใกล้ผู้มารับบริการ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการ

สุริยะ วิริยะสวัสดิ์ (2530 : บทคัดย่อ อ้างอิงใน พงษ์พัฒน์ ชีระกุล. 2541 : 18) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมในการบริการของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารราชการกับปัจจัยสภาพแวดล้อมในเขตเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์ พบว่าพฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารมีลักษณะไม่คำนึงถึงตัวบุคคลสูง ส่วนปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลกำหนดพฤติกรรมการให้บริการ คือ อายุ ทัศนคติ และสถานภาพทางสังคมของประชาชน นอกจากนั้นแล้วยังมีการให้บริการแบบไม่คำนึงถึงตัวบุคคลมากเกินไปก็ยิ่งทำให้ประชาชนเกิดความพอใจมากเท่านั้น

จากการศึกษางานวิจัยของดังกล่าว ผู้วิจัยได้แนวคิดที่ว่า ปัจจัยที่มีผล คือ

1. ด้านสภาพแวดล้อมหรือทำเลที่ตั้งสำนักงาน
2. ด้านเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการที่ให้การบริการด้วยความเสมอภาค

ชิตพันธ์ ฉัตรเนตร (2540 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทัศนคติและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการดำเนินงานของธนาคารกรุงเทพ ฯ พาณิชการ จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาทรวงวัด พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ และคุณลักษณะของผู้บริหารโดยรวมทั้งหมด ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแต่ละด้านทั้ง 3 ด้าน พบว่า คุณลักษณะผู้บริหารอยู่ในระดับพึงพอใจมาก รองลงมาคือด้านฝาก ถอน โอน และชำระเงินค่าสินค้าและบริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ด้านสินเชื่อ อยู่ในระดับพอใจปานกลาง สำหรับทัศนคติต่าง ๆ ของลูกค้า ที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ ฯ พาณิชการ จำกัด (มหาชน) สาขาทรวงวัดทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านฝาก ถอน โอน และชำระเงิน ควรให้มีการดำเนินการให้รวดเร็วกว่าเดิม พนักงานหน้าเคาน์เตอร์ควรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกว่าเดิม ควรจัดลำดับเข้าคิวให้เป็นระเบียบ และเพิ่มพนักงานให้มากกว่าเดิม ส่วนด้านสินเชื่อ ควรให้มีการชำระเงินกู้ ระบบออนไลน์ทุกสาขา การอนุมัติสินเชื่อควรจะรวดเร็วมากกว่าเดิม

จากการศึกษางานวิจัยของ ชิตพันธ์ ฉัตรเนตร ผู้วิจัยได้แนวคิดดังนี้คือ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ มีปัจจัยที่มีผลคือ ระบบการให้บริการของธนาคาร การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานผู้ให้บริการ การจัดระบบการให้บริการ ความรวดเร็วในการบริการและการเพิ่มเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ

พงษ์พัฒน์ ชีระกุล (2541: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ด้านขั้นตอนการฝากเงิน ด้านขั้นตอนการถอนเงิน และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ อยู่ในระดับค่อนข้างดี ส่วนความพึงพอใจด้านเงื่อนไขการฝาก/ถอนเงิน ด้านผลตอบแทน และด้านสถานที่ อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย สำหรับความพึงพอใจของลูกค้าต่อ

การให้บริการทุกด้านของ ธ.ก.ส.ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง และเมื่อทดสอบสมมติฐานพบว่า ตัวแปรภูมิหลังของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $P < .05$ ) ได้แก่ เพศ และการศึกษา โดยลูกค้าเพศชายจะมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าเพศหญิง ลูกค้าที่จบการศึกษาสูงกว่าประถมศึกษาจะมีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าที่จบระดับประถมศึกษา ส่วนตัวแปรภูมิหลังของของลูกค้าที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $P < .05$ ) ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพหลัก รายได้ของครอบครัว เมื่อเปรียบเทียบกับรายจ่าย และ ประเภทของลูกค้าเงินฝาก

จากศึกษางานวิจัยของ พงษ์พัฒน์ ชีระกุล ผู้วิจัยได้แนวคิดดังนี้ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝาก ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการ คือ ด้านขั้นตอนการฝากเงินถอนเงิน ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านผลตอบแทน ด้านสถานที่ให้บริการ

โชติช่วง ภิรมย์ (2537: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าสินเชื่อต่อบริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ที่สำนักงานใหญ่และสาขา ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และ องค์ประกอบแต่ละด้านของความพึงพอใจในบริการเรียงลำดับจากด้านที่พอใจมากที่สุด ไปถึงด้านที่พอใจน้อยที่สุด ดังนี้คือ การพัฒนาบริการสินเชื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวก ความเป็นธรรมในบริการสินเชื่อ พฤติกรรมพนักงาน นโยบาย สินเชื่อ ความรวดเร็วฉับไวในการบริการสินเชื่อ และความเพียงพอของสินเชื่อและจำนวนพนักงานผู้ให้บริการสินเชื่อ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภูมิหลัง กับความพึงพอใจในบริการสินเชื่อ พบว่า สถานที่ใช้บริการสินเชื่อ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ วัตถุประสงค์ การกู้ และประสบการณ์การกู้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในบริการสินเชื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ภูมิฐานะของลูกค้าและอาชีพของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในบริการสินเชื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ลูกค้าที่มีภูมิฐานะในต่างจังหวัดจะมีความพึงพอใจในบริการสินเชื่อสูงกว่าลูกค้าที่มีภูมิฐานะในกรุงเทพมหานคร และลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ มีความพึงพอใจในบริการสินเชื่อสูงกว่า ลูกค้าที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ

จากการศึกษางานวิจัยของ โชติช่วง ภิรมย์ ผู้วิจัยได้แนวคิดดังนี้ความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคาร คือ

1. การพัฒนาระบบการให้บริการให้ผู้รับบริการได้รับความสะดวก รวดเร็ว ฉับไว ความเพียงพอของผู้ให้บริการ
2. พฤติกรรมของพนักงานมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ

ไมตรี วิไลกิจ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อ งานด้านบริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ศึกษากรณี การให้บริการของส่วน บริการเช็คเรียกเก็บ สำนักงานใหญ่ ผลการศึกษามีดังนี้ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้า ทั้ง 4 ด้าน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ในการรับบริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ ด้านความสะอาดที่ได้รับ และด้านข้อมูลที่ได้รับ จากการบริการ สำหรับตัวแปรภูมิหลังของลูกค้า คือ เพศ และระยะเวลาการเป็นลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการ ส่วนอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ สมรส อาชีพ รายได้ และจำนวนประเภทบัญชีเงินฝากไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ในการรับบริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ

จากการศึกษางานวิจัยของ ไมตรี วิไลกิจ ผู้วิจัยได้แนวคิดสรุปดังนี้ ความพึงพอใจของลูกค้าต่องานด้านบริการของธนาคาร ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจมากคือ ด้านพนักงานต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะอาดที่ลูกค้าได้รับ

### 3. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

สรุปจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวมาแล้วทั้งหมด พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า คือ ระดับการศึกษาของผู้มาใช้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการมีเพียงพอมีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย ด้านระบบการให้บริการ คือมีการจัดระบบการให้บริการที่เสมอภาคและเป็นธรรม ถูกต้อง สะดวก รวดเร็วในการให้บริการ มีการจัดขั้นตอนอย่างเป็นระบบ ด้านผลตอบแทนลูกค้าที่สร้างความเป็นธรรมและความพึงพอใจ ด้านพนักงานผู้ให้บริการต้องเพียงพอต่องานบริการ ด้านพฤติกรรมพนักงานต้อนรับจะต้องเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า ด้านความช่วยเหลือลูกค้าและการให้ข้อมูลข้อชี้แจงที่ถูกต้องต่อผู้มารับบริการและด้านเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการที่เพียงพอ เช่น ระบบเทคโนโลยี และอุปกรณ์ต่าง ๆ

จากงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ข้อสรุปเป็นแนวคิดเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมรัตต์ จังหวัดร้อยเอ็ด ดังนี้ คือ

1. ระดับการศึกษา
2. ด้านสถานที่ให้บริการ
3. ด้านระบบการให้บริการ
4. ด้านระยะเวลาให้บริการ
5. ด้านผลตอบแทน
6. ด้านพฤติกรรมพนักงาน
7. ด้านข้อมูลการให้บริการ

### 8. ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์

จากการที่ผู้วิจัยได้รับคำแนะนำความคิดเห็นจากผู้ชำนาญงานด้านการบริหารงานธนาคารทั้ง 3 ท่าน และคณะอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ได้ให้ความเห็นว่า ปัจจัยที่น่าจะมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคาร อีก 4 ตัวแปร คือ

1. จำนวนครั้งในการติดต่อธนาคารในรอบปี
2. ประเภทของการใช้บริการ
3. จำนวนเงินที่ฝากธนาคาร
4. จำนวนเงินที่กู้จากธนาคาร

### 3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมรัตต์ ผู้ศึกษาได้พบว่ามีหลายปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าผู้มาใช้บริการและมีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกันไปตามลำดับความสำคัญของปัจจัย สรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมรัตต์ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ จำนวน 12 ตัวแปร คือ

- 1.1 ระดับการศึกษา ( $X_1$ )
- 1.2 จำนวนครั้งในการติดต่อธนาคารในรอบปี ( $X_2$ )
- 1.3 ประเภทของการใช้บริการ ( $X_3$ )
- 1.4 จำนวนเงินที่ฝากธนาคาร ( $X_4$ )
- 1.5 จำนวนเงินที่กู้ธนาคาร ( $X_5$ )
- 1.6 ด้านสถานที่ให้บริการ ( $X_6$ )
- 1.7 ด้านระบบการให้บริการ ( $X_7$ )
- 1.8 ด้านระยะเวลาให้บริการ ( $X_8$ )
- 1.9 ด้านผลตอบแทน ( $X_9$ )
- 1.10 ด้านพฤติกรรมพนักงาน ( $X_{10}$ )
- 1.11 ด้านข้อมูลการให้บริการ ( $X_{11}$ )
- 1.12 ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ( $X_{12}$ )

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคาร

จากการกำหนดตัวแปรดังกล่าวสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ ดังนี้

