

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้มารับบริการด้านเงินฝากจากรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเซกา อำเภอเซกา จังหวัดหนองคาย ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. บริบทของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเซกา อำเภอเซกา จังหวัดหนองคาย
2. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
4. งานบริการด้านเงินฝากของธนาคาร
5. ทฤษฎีจิตวิทยาและการจูงใจ
 - 5.1 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์
 - 5.3 ทฤษฎี 3 ไอ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. บริบทของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในระดับชาติ

ประวัติ

เมื่อปี พ.ศ. 2490 รัฐบาลได้ตั้ง ธนาคารเพื่อการสหกรณ์ขึ้น เพื่อทำหน้าที่เป็นแหล่งเงิน ทุนอำนวยความสะดวก แก่สหกรณ์ทั้งหลาย ที่มีอยู่ในประเทศไทยขณะนั้น ธนาคารเพื่อการสหกรณ์ ดำเนินงานให้กู้เงินแก่สหกรณ์มาจนถึง พ.ศ. 2509 รัฐบาลจึงได้พิจารณาจัดตั้ง ธนาคารขึ้นใหม่ เพื่อทำหน้าที่แทน ธนาคารเพื่อการสหกรณ์ โดยมีเหตุผลดังนี้ ธนาคารเพื่อการสหกรณ์ ไม่มีอำนาจในการให้เงินกู้แก่เกษตรกร ที่ไม่ใช่สมาชิกสหกรณ์ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก ธนาคารเพื่อการสหกรณ์ ไม่ได้ทำหน้าที่ในการพิจารณาค่าของกู้ ธนาคารเพื่อการสหกรณ์ ไม่ได้ทำหน้าที่ให้สินเชื่อแบบกำกับแนะนำ และยังไม่มียุทธศาสตร์ใดทำหน้าที่นี้ได้ การดำเนินงานและองค์การของธนาคารเพื่อการสหกรณ์ยังไม่ได้รับ การรับรองจากต่างประเทศ จึงเป็นเหตุให้ กำลังเงินธนาคารไม่เพียงพอ ด้วยเหตุผลดังกล่าว รัฐบาลจึงได้จัดตั้ง ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์

การเกษตร (ช.ก.ส.) ขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2509 โดยให้เป็นสถาบันระดับชาติ มีฐานะเป็น รัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงการคลัง ทำหน้าที่อำนวยสินเชื่อ ให้แก่เกษตรกร อย่างกว้างขวาง ทั้งในด้าน เกษตรกร โดยตรงและสถาบันเกษตรกร

วัตถุประสงค์

ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ช.ก.ส.) มีวัตถุประสงค์ มุ่งให้ ความช่วยเหลือทางการเงิน เพื่อส่งเสริม อาชีพการเกษตรหรือการดำเนินงาน ของ เกษตรกร กลุ่ม เกษตรกร หรือสหกรณ์การเกษตร ตลอดจนส่งเสริมให้ เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือ สหกรณ์การเกษตร สามารถ ประกอบอาชีพอย่างอื่น ที่เกี่ยวเนื่องในการเกษตร เพื่อเพิ่ม รายได้ ให้แก่ครอบครัวเกษตรกร รวมทั้งให้ บริการรับฝากเงิน เช่นเดียวกับธนาคารพาณิชย์ทั่วไปอีกด้วย

วิสัยทัศน์

" เป็นธนาคารพัฒนาชนบทที่ทันสมัย มุ่งยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรและ ประชาชน "

พันธกิจ

เพื่อก้าวสู่การเป็นธนาคารพัฒนาชนบทเต็มรูปแบบ ช.ก.ส. ได้กำหนดพันธกิจสำคัญ ไว้ 5 ประการ คือ

1. พลิกโฉม ช.ก.ส. สู่การบริหารจัดการที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง
2. นำองค์กรไปสู่การเป็นสถาบันการเงินที่มีการเจริญเติบโต มั่นคง และยั่งยืน
3. การเสริมสร้างและสนับสนุนความเข้มแข็งลูกค้าและชุมชน
4. การสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของลูกค้าและประชาชนให้มีคุณภาพมาตรฐาน

5. การเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดอย่างเป็นระบบ

ค่านิยม

" เคียงคู่ รู้ค่าประชาชน "

หลักการบริหาร

กำหนดหลักการดำเนินงาน (SPARK) เพื่อช่วยสะท้อนความรับผิดชอบขององค์กร ที่มีต่อประชาชน สังคมและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย

1. ความยั่งยืน (Sustainability : S) ทั้งขององค์กร ช.ก.ส. ลูกค้าผู้ใช้บริการ สังคม และสิ่งแวดล้อม
2. การมีส่วนร่วม (Participation : P) ของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)
3. ความสำนึกในหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงาน (Accountability : A)
4. ความเคารพและให้เกียรติต่อตนเองและผู้อื่น (Respect : R)
5. การส่งเสริมและยกระดับความรู้ (Knowledge : K) ให้เป็นธนาคารแห่งการเรียนรู้

2. บริบทของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรอำเภอเสก้า จังหวัดหนองคาย

2.1 ประวัติความเป็นมา

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเสก้า อำเภอเสก้า จังหวัดหนองคาย เปิดดำเนินการมาตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2538 โดยให้บริการด้านการรับเงินฝาก ให้บริการธุรกรรมการเงินอื่นๆ และการให้สินเชื่อแก่เกษตรกร สถาบันเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กองทุนหมู่บ้าน เพื่อเป็นทุนในการประกอบอาชีพภาคการเกษตร นอกภาคการเกษตร และพัฒนาคุณภาพชีวิต ในเขตอำเภอเสก้า และอำเภอบึงโขงหลง จังหวัดหนองคาย

2.2 วิสัยทัศน์ขององค์กร (Vision)

เป็นธนาคารพัฒนาชนบทที่ทันสมัย มุ่งยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรและประชาชน

2.3 ภารกิจของส่วนงาน (Mission)

1. มุ่งเน้นพัฒนาทีมงานเพื่อสนับสนุนสินเชื่อรายกลุ่ม
2. สนับสนุนงานนโยบายรัฐ
3. พัฒนาและพัฒนากุณภาพชีวิตเกษตรกร
4. พัฒนาธุรกิจเพื่อสร้างผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

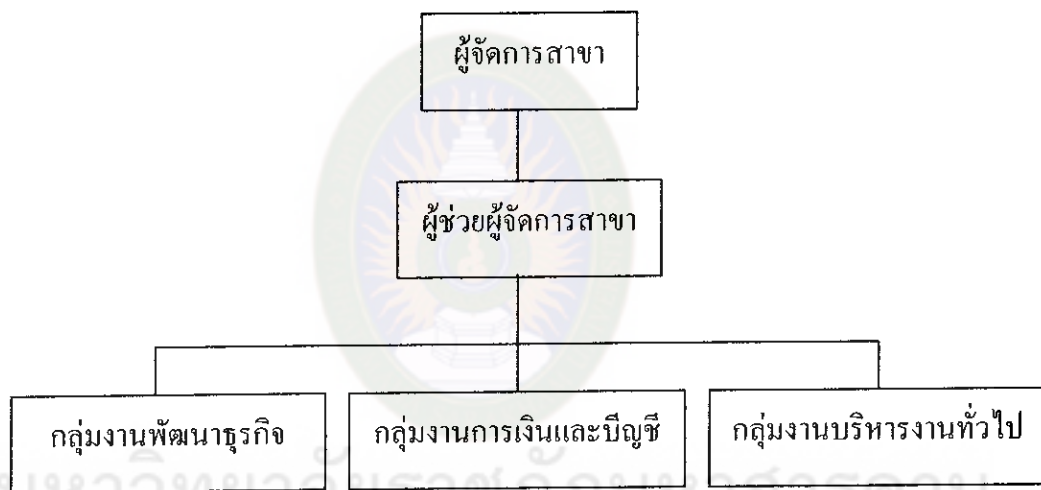
2.4 ผู้ที่เคยดำรงตำแหน่งผู้จัดการสาขา

- | | |
|--------------------------|------------------------------|
| 1. นายเสรีชัย สนวนทวิ | ตั้งแต่ พ.ศ. 2538 - 2541 |
| 2. นายนิคม จันทโร | ตั้งแต่ พ.ศ. 2542 - 2546 |
| 3. นายวิเทศ อรรถสาร | ตั้งแต่ พ.ศ. 2547 - 2548 |
| 4. นายชูชัย กาญจนสรรพกิจ | ตั้งแต่ พ.ศ. 2549 – ปัจจุบัน |

2.5 โครงสร้างของสาขา

1. ผู้จัดการสาขา
2. ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา
3. กลุ่มงานพัฒนาธุรกิจ
4. กลุ่มงานการเงินและบัญชี
5. กลุ่มงานบริหารงานทั่วไป

โครงสร้างการบริหารงานสาขาเซกา



แผนภูมิที่ 1 โครงสร้างการบริหารงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเซกา

ที่มา : ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเซกา (2549 : 4)

3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Satisfaction ได้มีผู้ให้ความหมายความพึงพอใจไว้แตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

สมชัย เลิศทิววงศ์ (2544 : 35) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ ความรู้สึกที่ดี ความรู้สึกรัก ชอบและสุขใจหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นๆ ซึ่งถ้าบุคคลมีความ

พึงพอใจต่อสิ่งใดแล้วก็จะีผลทำให้รู้สึกแรงกายและสติปัญญา เพื่อจะมอบให้แก่สิ่งนั้นๆ เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้ำที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของลูกค้ำ

รัตนา สวาสติพันธ์ (2539 : 6) ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจในงานเป็นผลของการจูงใจให้มนุษย์ทำงาน โดยออกมาในรูปของความพอใจให้เกิดความพึงพอใจในงานด้วยเงินและรางวัลตอบแทนด้วยกันทั้งนั้น ประสบผลสำเร็จในการทำงานเป็นที่ยอมรับ สามารถทำด้วยตนเอง และมีโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน นอกจากนี้ ถ้าหน่วยงานออกแบบงานให้ผู้ปฏิบัติเกิดความพอใจในงานแล้ว หน่วยงานก็จะมีทางหาความร่วมมือจากพนักงานได้มากขึ้น และผู้ปฏิบัติเต็มใจทำงานมากขึ้น

สตอาส และ เซเลส (Strauss and Sayless.1960 ; อ้างใน อัจฉนา โทบุญ. 2534 :13) มีความเห็นว่า ความพึงพอใจในงานเป็นความรู้สึกพอใจในงานที่ทำและเต็มใจที่จะปฏิบัติงานนั้นให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร บุคคลจะรู้สึกพอใจในงานที่ทำเมื่องานนั้นให้ผลประโยชน์ตอบแทน ทั้งทางวัตถุและจิตใจ และสามารถตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของบุคคลได้

วรูม (Vroom. 1967 ; อ้างใน เฉลา การค้ำ. 2540 : 5) ได้กล่าวถึง ทศนคติ (Attitude) และความพึงพอใจ ว่าสามารถที่จะใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้เป็นเรื่องของผลที่เกิดขึ้นกับบุคคล เนื่องจากงานที่เขาทำอยู่โดยทัศนคติที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจตามลำดับ

เดวิส (Davis. 1967 : 27-29) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมเกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์ คือ ความพยายามที่ขจัดความตึงเครียด หรือ ความกระวนกระวาย หรือ ภาวะไม่ได้คุณภาพในร่างกาย เมื่อมนุษย์สามารถขจัดสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวได้แล้ว มนุษย์ย่อมได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนต้องการ

กู๊ด (Good. 1973 ; อ้างใน อัจฉนา โทบุญ. 2534 :12) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง คุณภาพหรือระดับความพอใจ

โวลแมน (Wolman. 1973 ; อ้างใน อัจฉนา โทบุญ. 2534 :12) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ความต้องการ หรือแรงจูงใจ

สุริยะ วิริยะสวัสดิ์ (2530 :12) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจหลังการให้บริการของหน่วยงานของรัฐ หมายถึง ระดับผลที่ได้จากการพบปะสอดคล้องกับปัญหาที่มีหรือไม่ ส่งผลที่ดีและสร้างความภูมิใจเพียงใด

ฉวีวรรณ ต้นไทย (2533 : 66-69) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการไว้ว่า หมายถึง ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการที่ได้รับ ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

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

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

มลธิชา ดำรงเวชศักดิ์ (2544 :10) ได้กล่าวถึง คุณภาพการให้บริการว่า เป็นการรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขึ้น โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ โดยคุณภาพการบริการควรมีลักษณะดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) คือ ผู้ใช้บริการทุกคนสามารถเข้าใช้บริการได้
2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) คือ มีการอธิบายการใช้งานด้วยภาษาที่ผู้ใช้บริการเข้าใจง่าย
3. ความสามารถ (Competence) ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ต้องมีความรู้ความสามารถที่จะแก้ไขปัญหาเบื้องต้นให้แก่ผู้ใช้บริการได้
4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) ต้องมีมนุษยสัมพันธ์อันดี มีวิจาร์ณญาณและเต็มใจในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ
5. ความเชื่อถือ (Credibility) ต้องสร้างความมั่นใจและน่าเชื่อถือในบริการธนาคาร

6. ความไว้วางใจ (Reliability) ต้องทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจว่าบริการของธนาคารสามารถให้บริการที่ถูกต้อง สม่าเสมอ

7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) บริการธนาคารจะต้องทำงานให้รวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ หรือ พนักงานศูนย์สัมพันธ์สามารถให้บริการ หรือ แก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว

8. ความปลอดภัย (Security) จะต้องสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าว่า การทำรายการต่าง ๆ เป็นความลับและมีความปลอดภัย ปราศจากความเสี่ยง

9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ผู้ใช้บริการ ใช้งานได้ง่ายและมีความสวยงามน่าใช้ หรือ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เป็นต้น

10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding / Knowing Customer) ต้องเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ และสนใจที่จะตอบสนองความต้องการ

สุรศักดิ์ นาถวิทย์ (2544 : 10) ได้กล่าวถึงลักษณะของความพึงพอใจ ไว้ว่า ความพึงพอใจมีความสำคัญต่อการดำเนินงานให้มีความเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีลักษณะทั่วไปดังนี้

1. ความพึงพอใจ เป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด บุคคลจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมรอบตัวการตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นและสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์ การรับรู้ เรียนรู้ สิ่งที่จะได้รับการตอบสนองแตกต่างกันไปในสถานการณ์ การบริการก็เช่นเดียวกันบุคคลรับรู้หลายสิ่งหลายอย่างเกี่ยวกับการบริการไม่ว่าจะเป็นประเภทของการบริการหรือคุณภาพของการบริการ ซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับจากการสัมผัสบริการต่าง ๆ หากเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการ โดยสามารถทำให้ผู้รับบริการได้รับสิ่งที่คาดหวังก็ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและพึงพอใจ

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่าง ระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์บริการก่อนที่ลูกค้าจะมาใช้บริการใดก็ตาม มักจะมีมาตรฐานของการบริการนั้นไว้ในใจอยู่ก่อนแล้วซึ่ง มีแหล่งอ้างอิงมาจากคุณค่า หรือเจตนาที่ดีที่ยึดถือต่อบริการ ประสบการณ์ดั้งเดิมที่เคยใช้บริการ การบอกกล่าวเล่าขานของผู้อื่น การรับทราบข้อมูล การรับประกันบริการจากการโฆษณา การให้คำมั่นสัญญาของผู้ใช้บริการ เหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้รับบริการใช้เปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับ ในวงจรของการให้บริการตลอดช่วงเวลาของความจริงสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับรู้เกี่ยวกับการบริการก่อนที่ได้รับบริการคือคาดหวังในสิ่งที่ควร

จะได้รับนี้มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาของการเผชิญความจริงหรือการพบปะระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการเป็นอย่างมาก เพราะผู้รับบริการจะประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการที่เกิดขึ้น (Confirmation) กับความคาดหวังที่มีผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจต่อการบริการดังกล่าว แต่ถ้ายังไม่เป็นไปตามที่คาดหวังอาจจะสูงหรือต่ำกว่านับเป็นการยืนยันที่คลาดเคลื่อน (Disconfirmation) ความคาดหวังดังกล่าว ทั้งนี้ช่วงความแตกต่าง (Discrimination) ที่เกิดขึ้นจะชี้ให้เห็นระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจมากน้อยได้ ถ้าข้อยืนยันเบี่ยงเบนไปในทางบวกแสดงถึงความพอใจ ถ้าไปในทางลบแสดงถึงความไม่พอใจ

จากแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้สรุปเป็นแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ คือ ความพึงพอใจเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกและทัศนคติของบุคคลอันเนื่องมาจากสิ่งเร้าใจและสิ่งจูงใจ ซึ่งจะปรากฏออกทางพฤติกรรมและเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของบุคคล จะเห็นได้ว่าความพียงนั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับความรู้สึก อารมณ์และทัศนคติของแต่ละคนว่ามีระดับความพึงพอใจเกิดขึ้นเพียงใด เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการจากผู้ให้บริการ โดยเฉพาะในด้านจิตใจ สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ ดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า รู้จักลูกค้าและมีการติดต่อสื่อสารทำความเข้าใจที่ดีในการบริการ โดยใช้ความสามารถของผู้ให้บริการในการช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้า
2. การมีน้ำใจต่อลูกค้า และ การสร้างสัมพันธภาพอันดีระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า โดยมีจุดบริการให้คำแนะนำ หรือ ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์
3. การสร้างความเชื่อมั่นในตัวลูกค้าและการบริการ จะทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและเกิดความไว้วางใจในการใช้บริการ ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกปลอดภัยและการได้รับการตอบสนองก็จะเกิดความประทับใจในการบริการและมีการใช้บริการซ้ำอีก

องค์ประกอบที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระยะของการใช้บริการได้เป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ก่อนการให้บริการ องค์ประกอบที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการได้แก่ เจ้าหน้าที่และการต้อนรับ วิธีการบริการและความสะดวกรวดเร็ว ความสะอาดจากระบบของงาน ระยะเวลาดำเนินการ ข้อมูลที่ได้รับ ความสะอาดของอาคารสถานที่

ระยะที่ 2 ระหว่างการให้บริการ องค์ประกอบที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการได้แก่ ความรู้สึกปลอดภัยจากการรับบริการ ความสะดวกรวดเร็วที่ได้รับขณะรับบริการ คุณภาพการบริการ ความถูกต้อง

ระยะที่ 3 หลังการใช้บริการ องค์ประกอบที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ได้แก่ การสนองตอบความต้องการหรือการแก้ไขปัญหาและลดปัญหาให้แก่ผู้รับบริการจากเจ้าหน้าที่ การให้บริการอย่างทันเวลา ความเสมอภาคในการให้บริการ วิธีการบริการข้อมูลที่ได้รับหลังการใช้บริการ

3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

ศิริพร ตันติพุลวินัย (2538 : 5-8) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการไว้ว่า ความพึงพอใจผู้รับบริการเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้รับบริการต่อการให้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่สำคัญ ดังนี้

1. สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการยอมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเล ที่ตั้ง และการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ

2. การส่งเสริมแนะนำการบริการความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อถือก็จะมีความรู้สึกดีกับบริการดังกล่าวอันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมา

3. ผู้บริหารบริการและผู้ปฏิบัติการ ล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารบริการที่วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย เช่นเดียวกับผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงานบริการที่ตระหนักถึงลูกค้าเป็นสำคัญแสดงพฤติกรรมบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

4. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการเกี่ยวกับการออกแบบสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสรรการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้งานบริการ เช่น ถูกระดาษหิ้วใส่ของ ซองจดหมาย ฉลากสินค้า เป็นต้น

5. ขบวนการบริการ มีวิธีการนำเสนอในขบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าประสิทธิภาพของการจัดการระบบบริการส่งผลให้การปฏิบัติงาน

บริการแก่ลูกค้ามีความคล่องตัวและสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีคุณภาพ เช่น การนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาจัดระบบข้อมูลการสำรองห้องพักโรงแรม หรือสายการบินการใช้เครื่องฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติ การใช้ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติในการรับ โอนสาย ในการติดต่อองค์การต่าง ๆ เป็นต้น

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยได้ข้อสรุปแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ คือ ความพึงพอใจในการให้บริการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผันแปรได้ตามปัจจัยแวดล้อมที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับความคิดหวังของบุคคลในแต่ละสถานการณ์ ช่วงเวลาหนึ่งบุคคลอาจจะไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่ง เพราะไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง แต่ในช่วงหนึ่งหากสิ่งคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้องบุคคลก็สามารถเปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้น ได้อย่างทันทีทันใด แม้ว่าจะเป็นความรู้สึกที่สามารถแสดงออกในระดับมากน้อยได้ ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้

พิภพ อุดม (2537 : 62-65) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการไว้ว่า ผู้รับบริการย่อมมีความต้องการและคาดหวังในการไปรับบริการทุกครั้งเมื่อไปรับบริการเปรียบเทียบกับความเป็นจริง เปรียบเทียบกับความต้องการก่อนไปรับบริการ และแสดงออกมาเป็นระดับความพึงพอใจสามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

1. ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกยินดีมีความสุขของผู้รับบริการเมื่อได้รับบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าไปรับประทานอาหารเช้าที่ร้านอาหารมีชื่อแห่งหนึ่งและไม่ผิดหวังที่อาหารอร่อยและบริการรวดเร็ว หรือลูกค้าเดินทางด้วยรถไฟถึงจุดหมายปลายทางอย่างปลอดภัยและตรงตามกำหนดเวลา เป็นต้น

2. ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกปลาบปลื้มประทับใจของผู้รับบริการเมื่อได้รับการบริการเกินความคาดหมายที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าเติมน้ำมันรถที่สถานบริการน้ำมันแห่งหนึ่งพร้อมกับได้รับการตรวจเครื่องยนต์และเติมลมฟรี หรือลูกค้าไปซื้อของที่ห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งและได้รับรางวัลพิเศษโดยไม่คาดคิดมาก่อน เพราะเป็นลูกค้ารายที่กำหนดให้กับรางวัล

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

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยได้สรุปเป็นแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ คือ การให้บริการด้วยความยิ้มแย้มเอาใจเขามาใส่ใจเรา และเห็นใจต่อความลำบากของลูกค้า สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็วทันใจ การให้เกียรติลูกค้า การแสดงออกด้วยความเต็มใจมีจิตใจใฝ่บริการ มีความสุภาพอ่อนโยน อ่อนน้อมถ่อมตนก็จะเป็นการสร้างความประทับใจให้ลูกค้าอย่างมากเกิน กว่าความคาดหวังที่ลูกค้าจะได้รับ

วีระพงษ์ เถลิงจิระรัตน์ (2539 : 7 – 8) ได้ให้นิยามแห่งคำว่าบริการในหนังสือคุณภาพในงานบริการ (Quality in Services)ว่า คุณลักษณะ 7 ประการแห่งการบริการที่ดีโดยใช้ตัวอักษรย่ออธิบายลักษณะเด่นของการบริการ ไว้ดังนี้

S = Smiling + Sympathy คือ การยิ้มแย้ม เอาใจใส่เข้าอกเข้าใจ

E = Early Response คือ การตอบสนองต่อความประสงค์ของลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจโดยมิทันเอ่ยปากเรียกหา

R = Respectful คือ การแสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติลูกค้า

V = Voluntariness Manner คือ ลักษณะการให้บริการแบบสมัครใจและเต็มใจทำ

I = Image Enhancing คือ การแสดงออกซึ่งการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการและเสริมภาพพจน์ขององค์กร

C = Courtes คือ กริยาอ่อนโยน สุภาพ มีความอ่อนน้อมถ่อมตน

E = Enthusiasm คือ ความกระฉับกระเฉงและกระตือรือร้นขณะบริการและให้บริการมากกว่าที่คาดหวังเสมอสามารถตอบสนองลูกค้าได้เหนือกว่าความคาดหวัง

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>	<ul style="list-style-type: none"> - มีการประชุมผู้บริหารระดับสูงและหัวหน้างาน เพื่อแถลงนโยบายหรือวัตถุประสงค์ด้านบริการ - มีการออกนโยบายการให้บริการที่ชัดเจน - มีการกำหนดให้ ผู้บริหารระดับอาวุโสของแต่ละสาขางาน แถลงเป้าหมาย หรือ โครงการปรับปรุงมาตรฐานบริการในฝ่ายงานของตนประจำปี - มีการกำหนดคำขวัญประจำปีบริษัทหรือประจำปี ที่มีข้อความส่งเสริมการให้บริการ - มีการแถลงนโยบายหรือประกาศเป้าหมายด้านบริการที่เป็นเลิศอย่างชัดเจน จากผู้บริหารระดับสูง
<p>2. มีการศึกษาหาความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับศาสตร์แห่งการให้บริการ ตั้งแต่ในระดับกรรมการบริหารลงมา จนถึงระดับพนักงานผู้ให้บริการ</p> <p>Step # 2 : Intensive Study on Concept of Good Service</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้บริหารระดับวางแผนและกำหนดนโยบายและจัดทำกลยุทธ์ของบริษัทได้ศึกษาและเข้าใจ ทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งบริการ (Service Triangle) วงจรบริการ (Service Cycle) การวัดคุณภาพของบริการด้วยความพอใจของลูกค้า หรือ Moment of Truth ที่เกิด ณ จุดให้บริการหรือจุดสัมผัสบริการ(Service Interface)และเทคนิคต่าง ๆ ในกระบวนการพัฒนาคุณภาพบริการ - มีการแถลงหรือแจ้งแก่พนักงานทุกคนว่า “ทุกคนในองค์กรจะต้องค้นหาลูกค้าของตนเองให้พบ และต้องทราบว่า ตนเองก็เป็นลูกค้าของใครบางคนเช่นกัน” มีการสรรหาคำร่าอ้างอิงหรือ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ เรื่อง มาให้คำปรึกษา

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ขั้นตอนแห่งพัฒนาการ สู่ความเป็นเลิศในบริการ	รูปธรรมที่สัมผัสได้
<p>3. มีการวางแผนกลยุทธ์ด้านบริการ (Service Strategy) ที่ชัดเจนและสอดคล้อง กับ ลักษณะเฉพาะตัวขององค์กรเท่านั้น โดยผู้บริหารระดับสูง</p> <p>Step # 3 : Setting of Service Strategy</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีการมอบหมายให้ทีมงานวางแผนกลยุทธ์ประจำปีบริษัท ได้วางแผนกลยุทธ์ด้านงานบริการอย่างจริงจังและเป็นแผนชัดเจน แจกให้ แก่ผู้จัดการทุกฝ่ายรับทราบประชุมชี้แจง และ ถือปฏิบัติผู้บริหารระดับต่าง ๆ จะต้องนำเสนอ (Present) แผนงานในส่วนรับผิดชอบของตนที่จะตอบสนองแผนกลยุทธ์ด้านบริการของบริษัทนั้นได้ทุก ๆ หน่วยงานจะมีสำเนาแผนกลยุทธ์ด้านบริการอยู่ในที่ ๆ หาได้ง่าย พร้อมกับป้ายแสดงนโยบายด้านบริการ และ เป้าหมายประจำปี ตลอดจนคำขวัญด้านบริการอย่างชัดเจน
<p>4. มีการศึกษา วิเคราะห์และออกแบบระบบการบริหารงาน (Management System) ที่งานรับนโยบายด้านบริการ และเอื้ออำนวยให้แผนกลยุทธ์ด้านบริการที่กำหนดไว้แล้ว สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในเวลาที่กำหนด</p> <p>Step # 4 : Establishing of Service Supportive System</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีการศึกษาระบบการให้บริการในแต่ละวงจร - บริการใช้หลัก Motion and Time Study และ การทำ Standard Service Procedure ให้แก่ทุกๆ วงจรบริการ - ทำการวางผังหน่วยบริการใหม่ เพื่อให้คล่องตัวยิ่งขึ้น - การทำงานให้ง่ายขึ้น โดยเทคนิคที่เรียกว่า Work Simplification - การจัดทำสมุดคู่มือบริการ (Service Standard manual) แก่พนักงานระดับหัวหน้างานขึ้นไป เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้รวดเร็วยิ่งขึ้น
<p>5. มีโครงการรณรงค์การสร้างจิตสำนึกด้านบริการที่ดี และ การพัฒนาสมรรถนะของพนักงานทุกคนให้สูงขึ้นเพื่อรองรับโครงการ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การอบรมพนักงานทุกคนด้านการบริการที่ดี ใช้เวลา 3 – 6 ชั่วโมงต่อครั้ง - การจัดสัมมนากลุ่มให้พนักงานแต่ละคนจัดทำ Customer Report Card (CRC) เพื่อค้นหา

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ขั้นตอนแห่งพัฒนาการ สู่ความเป็นเลิศในบริการ	รูปธรรมที่สัมผัสได้
<p>พัฒนาระบบงานและเพิ่มคุณภาพงาน บริการที่จะจัดทำต่อไปได้</p> <p>Step # 5 : Service Consciousness Enhancement Activities</p>	<p>จุดอ่อนในด้านบริการของตน และนำไปช่วยวางแผน ปรับปรุงบริการต่อไปการจัดบรรยายพิเศษ ด้าน ประสบการณ์บริการดี</p> <p>- การจัดทัศนศึกษา ดูงานองค์กรตัวอย่างที่มี บริการที่ดี</p>
<p>6. การปรับปรุง ยกระดับ โครงสร้าง พื้นฐานที่เอื้ออำนวยต่อการให้บริการ ที่ดีต่อไป Step # 6 Improvement of Service Infrastructure</p>	<p>- การจัดนิทรรศการส่งเสริมงานบริการ - การประกวดผู้ให้บริการดีเด่นประจำเดือน - การให้ตำแหน่ง หรือ รางวัลพิเศษ แก่พนักงานที่ ลูกค้าคัดเลือกกว่าบริการดีเยี่ยม</p>
<p>7. การยกระดับมาตรฐานงานบริการ โดยเสริมทางด้านเทคนิค เทคโนโลยี และ เครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ต่าง ๆ ให้ทันสมัย</p> <p>Step # 7 Up-grading of Service Faction. Tools, Machinery & Equipment</p>	<p>- การปรับปรุงอาคาร สถานที่ทำงาน (ตกแต่ง ทาสี ซ่อมแซม ต่อเติม ประดับ) ให้สถานที่ ทำงานทุกแห่ง ทุกสาขา มีสี สัน สไตล์ และรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ - การจัดทำมาตรฐานเอกลักษณ์ของบริษัทในรูปแบบ คู่มือปฏิบัติ อาทิ มาตรฐานสีของเครื่องหมาย การค้า มาตรฐานป้ายชื่อนามบัตร ชุดปฏิบัติงาน รถยนต์/พาหนะ เอกสารที่ส่งออกสู่มวลชน ฯลฯ</p> <p>- การรณรงค์ด้านความสะอาด ความเรียบร้อย และ ปรับปรุงสิ่งแวดล้อมในการทำงานการใช้ระบบข้อมูล ทางการบริการยุคใหม่</p> <p>- การใช้คอมพิวเตอร์เข้าช่วยด้านข้อมูล และการให้บริการ ลูกค้า</p> <p>- การปรับปรุง/พัฒนาระบบสื่อสารให้ ทันสมัย และรองรับกับปริมาณการใช้งานจากลูกค้าได้ อาทิ</p>

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ขั้นตอนแห่งพัฒนาการ สู่ความเป็นเลิศในบริการ	รูปธรรมที่สัมผัสได้
<p>8. การรณรงค์สร้าง ปลูกฝัง และธำรงรักษา ซึ่งวัฒนธรรมทางด้านบริการที่ดีขององค์กร (Corporate Service Culture)</p> <p>Step # 8 : Establishing of Corporate Service Culture</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การเพิ่มหมายเลขโทรศัพท์ การติดตั้งเครื่องโทรสารกับทุกสาขา - การเพิ่มวิทยุมือถือให้กับพนักงานบริการนอกสถานที่การใช้ Office Automation ใหม่ ๆ ในหน่วยงานที่เน้นคุณภาพบริการ - การเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับลูกค้าให้มากแบบและสะดวกแก่ลูกค้าอย่างแท้จริง - การติดตั้งโทรศัพท์ ติดตามตัวให้พนักงานที่ไปบริการนอกสถานที่ - การกำหนดประโยคสุดท้ายในใบแจ้งงาน (Job Description) ของทุกคน ทุกตำแหน่งในองค์กร ให้ระบุไปถึงการให้บริการที่ดีเยี่ยมแก่ลูกค้า - การปลูกฝังด้วยคำขวัญ การอบรม การชี้ชวน แผ่นป้าย โปสเตอร์ ป้ายติดหน้าอกเสื้อ หรือ เครื่องหมายข้อความที่ติดอยู่กับปฏิทิน หรือเครื่องใช้สำนักงานต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานทุกคนได้ตระหนักอยู่ตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน - คณะทำงานจัดทำแผนกลยุทธ์ด้านบริการ - คณะทำงานรณรงค์สร้างเอกลักษณ์ และ เสริมภาพพจน์ขององค์กร
<p>9. การแต่งตั้งคณะกรรมการเฉพาะกิจ เพื่อเสริมการดำเนิน โครงการพัฒนา งานบริการ</p> <p>Step # 9 : Staffing for Service improvement Committee</p>	<ul style="list-style-type: none"> - คณะกรรมการตรวจสอบมาตรฐานงานบริการ (Service Quality Audit Committee) - คณะกรรมการประกวด โครงการบริการดีเด่น - คณะกรรมการคัดเลือกผู้ให้บริการดีเด่น - คณะทำงานปรับปรุงระบบงาน - คณะกรรมการประเมินผลการให้บริการ - การขุบเลิกแผนกบริการรับเรื่องร้องทุกข์จาก

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ขั้นตอนแห่งพัฒนาการ สู่ความเป็นเลิศในบริการ	รูปธรรมที่สัมผัสได้
<p>10. การปรับปรุง เปลี่ยนแปลงภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลาของลูกค้า</p> <p>Step # 10 : Systematic Organizational Development</p>	<p>ลูกค้า แต่ให้ทุก ๆ คนทำหน้าที่บริการลูกค้า และทุก ๆ คนต้องรับฟังเรื่องร้องทุกข์จากลูกค้าทุกรายที่ตนเองพบ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การจัดตั้งระบบแนะแนวลูกค้า(Customer Guidance System) เพื่อช่วยให้ลูกค้าที่มาติดต่อมีความมั่นใจ คล่องตัว ถูกต้อง แม่นยำ ไม่เสียเวลา เปล่าประโยชน์ ในการทำงานผิดขั้นตอน หรือรอคอยในจุดที่ไม่จำเป็น - มีกิจกรรมกลุ่มย่อย เช่น กลุ่มกิจวิชี เพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ - การออกแบบวางผังจุดให้บริการลูกค้าใหม่ เน้นประสิทธิภาพและความสะดวกสบาย และนำฟังพอใจแก่ลูกค้า
<p>11. การให้ความสำคัญกับลูกค้าเพิ่มขึ้นเป็นกรณีพิเศษ หรือ มีการแบ่งแยกลูกค้าออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ เพื่อการให้บริการที่เหมาะสมยิ่งขึ้น ช่วยลดเวลารอคอย เพิ่มความสะดวกสบายขณะรับบริการ</p> <p>Step # 11 Service Specialty for Specific Customer Program</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดช่องจ่ายเงินด่วนพิเศษ - จัดห้องรับรองแขกพิเศษของธนาคาร - จัดที่จอดรถเป็นพิเศษให้เพียงพอ และเฉพาะลูกค้า - การให้บริการลูกค้าพิเศษ เช่น ผู้สูงอายุ พระภิกษุ - จัดห้องน้ำสะอาดบริการลูกค้า - จัดเครื่องมืออำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าระดับสูง เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร Fax อื่น ๆ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ขั้นตอนแห่งพัฒนาการ สู่ความเป็นเลิศในบริการ	รูปธรรมที่สัมผัสได้
<p>12. การออกนโยบายและแผนงานด้านการบริหารบุคคล (ลูกค้าภายใน) ขององค์กรนั้น ๆ ที่เน้นด้านบริการ</p> <p>Step # 12 Focus on Internal Customer “The Employee”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีการสอบ/ทดสอบด้านความมั่นคงทางอารมณ์และความใจเย็นของพนักงานในการควบคุมอารมณ์ - มีการทบทวนแจ้งลักษณะงานของพนักงานแต่ละตำแหน่ง - มีการวัดผลงานด้านบริการเป็นรูปธรรม
<p>13. การจัดทำโครงการ หรือแผนงานต่าง ๆ ที่เน้นว่า ลูกค้าคือคนสำคัญ และเป็นเป้าหมายสูงสุดของกระบวนการให้บริการทั้งหลายในองค์กรนั้น ๆ</p> <p>Step # 13 Promotion Customer is The Focus of Our Business.’</p>	<ul style="list-style-type: none"> - โครงการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า - ตั้งผู้รับฟังความคิดเห็น พร้อมมีการตอบรับข้อเสนอแนะบนบอร์ดข้าง ๆ ตู้ - การสัมภาษณ์ลูกค้าที่กำลังจะเลิกใช้บริการ เพื่อขอทราบเหตุผลและปัญหา - การออกนโยบายรับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้า - การตั้งระบบแนะนำลูกค้า - การประชาสัมพันธ์ให้ลูกคามี Hot line เพื่อร้องเรียนบริการที่ไม่พอใจ
<p>14. มีการพัฒนาบริการหลังขายที่ดีเยี่ยม และมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ</p> <p>Step # 14 : Improvement of After sale Service (Both System and People)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - จัดให้มีแผนกบริการหลังขาย - มีรถบริการเคลื่อนที่ พร้อมอุปกรณ์เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า - มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน เฉพาะแต่ละตำแหน่ง - มีการอบรมและทดสอบอย่างเข้มงวด

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ขั้นตอนแห่งพัฒนาการ สู่ความเป็นเลิศในบริการ	รูปธรรมที่สัมผัสได้
15. การพัฒนาระบบบริการ เทคนิค วิธีการ และความชำนาญจนถึงระดับ สูงแล้วมีการจัดทำเป็นมาตรฐาน ปฏิบัติในระดับบริษัท Step # 15 : Standardisation of Service ice Procedure and Practice	<ul style="list-style-type: none"> - มีหน่วยงานรับผิดชอบ เรื่องการจัดทำมาตรฐานคุณภาพ บริการซึ่งจะต้องตรวจตรา ติดตาม ประเมินผล - มีคณะทำงาน/กรรมการ ที่ทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพ การบริการ (Service Quality Audit Committee) - มีคู่มือ นโยบาย ว่าด้วยการปฏิบัติต่อลูกค้า

ที่มา วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2539 : 126-138)

จากแนวคิด 15 ขั้นตอน แห่งพัฒนาการสู่บริการที่ผูกใจลูกค้าแล้ว พอสรุปเป็นแนวคิด
ของผู้วิจัยได้ ดังนี้ คือ

1. การประชุมผู้บริหารระดับสูงและผู้ปฏิบัติงานด้านบริการกำหนดนโยบาย
ด้านการบริการที่ชัดเจน
2. การศึกษาความเข้าใจเกี่ยวกับการให้บริการที่มีคุณภาพ
3. มีการวางแผนกลยุทธ์ด้านบริการ
4. การรณรงค์สร้างจิตสำนึกด้านการบริการที่ดีและการพัฒนาพนักงานให้มีจิตใจ
ใฝ่บริการเพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการที่ดี
5. การกำหนดระดับมาตรฐานการให้บริการและการยกระดับมาตรฐานให้บริการ
6. การจัดเครื่องมืออุปกรณ์การให้บริการให้ทันสมัยและเพียงพอต่อการให้บริการ
7. การรณรงค์ ปู่ลูกฝั่ง และการรักษาวัฒนธรรมบริการที่ดี
8. การให้ความสำคัญกับลูกค้าเพิ่มขึ้น โดยการจัดความเหมาะสมเพื่ออำนวยความสะดวก
สะดวกขณะรับบริการ
9. มีการบริการหลังขายที่ดี

4. งานบริการด้านเงินฝากของธนาคาร

ในส่วนนี้จะได้กล่าวถึงนโยบายด้านเงินฝาก ประเภทลูกค้า และประเภทเงินฝาก

1. นโยบายด้านเงินฝาก ธนาคารมีนโยบายที่จะพึ่งตนเองในด้านเงินทุนให้มากขึ้น โดยเน้นการระดมเงินฝากจากประชาชนทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จึงจำเป็นต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนการสร้างภาพพจน์ที่ดีขององค์กร เพราะฉะนั้นธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาต่าง ๆ จึงควรดำเนินการในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ คือ

1.1 การจัดสำนักงานที่ดีมีส่วนในการเพิ่มเงินฝากให้ธนาคาร แม้จะเป็นการยากที่จะวัดคุณค่าในเรื่องดังกล่าวก็ตาม ธนาคารจำนวนมากได้สร้างสำนักงานขึ้นใหม่หรือปรับปรุงสำนักงานเก่าให้ทันสมัย เพื่อดึงดูดความสนใจประชาชน และให้ผู้ฝากเกิดความไว้วางใจ ตลอดจนได้รับความสะดวกสบายยิ่งขึ้น เช่น ที่นั่งพักคอย เปลี่ยนเป็นเก้าอี้ที่นั่งสบาย และการตกแต่งภายในจัดให้สดใส น่าดูยิ่งกว่าเดิม เป็นต้น

1.2 ข้อควรปฏิบัติของพนักงานธนาคาร โดยทั่วไปประชาชนชอบทำธุรกิจกับสถาบันการเงินที่มีพนักงานเป็นกันเอง พนักงานธนาคารต้องปฏิบัติต่อผู้มาติดต่อฝากเงิน เสมือนญาติมิตร และปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ จึงจะเป็นที่พอใจแก่ผู้ฝากเงินเดิมและดึงดูดผู้ฝากใหม่ เพื่อส่งเสริมสัมพันธ์อันดีกับผู้ฝาก พนักงานธนาคารควรปฏิบัติดังนี้

1.3 ต้อนรับผู้ฝากหรือผู้มาติดต่อในธุรกรรมธนาคาร โดยทันทีด้วยความสุภาพ พยายามจดจำหน้าและชื่อผู้ฝากอย่างแม่นยำ ควรใช้คำแทนชื่อที่เหมาะสม เช่น ท่าน คุณ พี่ คุณน้า และถ้าสมควรให้เรียกขานชื่ออย่างเป็นทางการตลอดเวลาที่ต้อนรับผู้ฝากหรือผู้มาติดต่อ แต่ละราย พึงแสดงอาการยิ้มแย้ม

1.4 ชี้แจงระเบียบและให้บริการแก่ ผู้ฝากหรือผู้มาติดต่ออย่างแจ่มแจ้งเข้าใจร่วมกัน ทั้งรับฟังแง่คิดหรือความประสงค์หรือข้อข้องใจของผู้ฝาก และพยายามหาวิธีตอบ ชี้แจงให้เข้าใจโดยถูกต้อง

1.5 ปฏิบัติงานอย่างกระตือรือร้น รวดเร็ว หนักใจ หนักใจ ประณีต และด้วยความสุภาพ

1.6 สนใจใฝ่หาความรอบรู้อยู่เสมอ เพื่อช่วยพิจารณาปัญหาของผู้ฝาก และหาทางแก้ที่ดีที่สุดให้แก่ผู้ฝาก พร้อมทั้งพยายามอำนวยความสะดวกบริการทุกอย่างเท่าที่จะกระทำ

1.7 พนักงานธนาคารแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ไม่รุ่มร่าม หรือ ซอมซ่อ และไม่พึ่งแต่ด้วยของมีค่าให้มากนัก การรับใช้ผู้ฝากและผู้มาติดต่อด้วยการแสดงความจริงใจ เต็มใจ มีจิตใจให้บริการ และยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นการส่งเสริมสัมพันธ์กับผู้ฝากเก่า และ ผู้ที่จะเป็นผู้ฝากรายใหม่

1.8 พนักงานธนาคารควรเข้าร่วมในงานสังคม การฝึกอบรมโรงเรียน การประชุมงานทางศาสนา ตลอดจนกิจกรรมของท้องถิ่นตามสมควร และถ้าเข้าเป็นกรรมการของกิจกรรมหรือสถาบันในท้องถิ่นได้ด้วยก็ยิ่งดี เพื่อสร้างชื่อเสียงให้แก่ธนาคาร และสร้างความเชื่อถือในการแสวงหาผู้ฝากใหม่เพิ่มขึ้นเมื่อมีโอกาสได้ชี้แจงกิจการของธนาคารแก่หมู่ชนใดควรเล่าเรื่องบริการเงินกู้ของธนาคาร เช่น การออกไปสอบสวนเพื่อรับลูกค้ำถึงบ้านของลูกค้ำเอง การออกไปช่วยเหลือแนะนำลูกค้ำทำคำขอกู้ให้ถูกต้อง บริการเคลื่อนที่ออกไปจ่ายเงินกู้ให้แก่ลูกค้ำ และรับชำระหนี้เงินกู้จากลูกค้ำในท้องที่ เป็นต้น ทั้งนี้แม้เรื่องดังกล่าวไม่เกี่ยวกับบริการเงินฝากโดยตรง แต่ก็ก็เป็นทางหนึ่งที่จะชักจูงประชาชนให้มาฝากเงินกับธนาคารทางอ้อม

ข้อควรระวังของพนักงานธนาคาร

1. ต้อนรับผู้ฝากเงินหรือผู้มาติดต่อด้วยอาการบั่นปึง มินตึง เย็นชาหรือเสียไม่ได้หรือทะเลยมไม่สนใจต่อการแสดงแง่คิดหรือความประสงค์ หรือข้อข้องใจของผู้ฝากเงินหรือผู้มาติดต่อ
2. ใ้อี้ยี้ดยาด ไม่ฉับไว หรือ กระแทกกระทั้น ไม่สุภาพละเลยการฝึกฝนตนเองขาดความรู้ ชี้แจงไม่ชัดเจน หรือ คลาดเคลื่อนปฏิบัติงานผิดพลาด หรือบกพร่องเนื่อง ๆ
3. อาศัยหรือยอมให้ผู้อื่นอาศัยงานในหน้าที่แสวงหาผลประโยชน์ให้แก่ ตนหรือผู้อื่น

2. ประเภทลูกค้ำ

ลูกค้ำ คือ บุคคลที่มีบัญชีเงินฝากและหรือติดต่อประกอบธุรกิจกับ ธนาคาร ซึ่งตามกฎหมายแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ บุคคลธรรมดา และ ประเภทนิติบุคคล การประกอบธุรกิจต่าง ๆ ระหว่างลูกค้ำกับธนาคาร เช่น การฝากเงิน การกู้ยืมเงิน การค้ำประกัน ฯลฯ เหล่านี้จำเป็นต้องปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายจึงจะเป็นการสมบูรณ์

ลูกค้ำแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. บุคคลธรรมดา หมายถึง ประชาชนทั่วไป เช่น พ่อค้า คหบดี เจ้าของธุรกิจ ลูกจ้างพนักงานองค์การของรัฐ หรือข้าราชการ ลูกค้ำที่เป็นบุคคลธรรมดาที่ประกอบธุรกิจกับธนาคารต้องใช้ชื่อจริง ดังนั้น ถ้าเป็นผู้ที่ธนาคาร ไม่รู้จักตัวมาก่อนแล้ว ต้องขอคูบัตรประจำตัวประชาชน หรือ เอกสารอื่นใดที่ใช้ตรวจสอบได้

2. นิติบุคคล หมายถึง คณะบุคคลหรือกองทัพที่มิขึ้นได้ก็ด้วย อาศัยอำนาจแห่งบทบัญญัติของกฎหมาย เช่น กระทรวง ทบวง กรม ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล บริษัทจำกัด สมาคม มูลนิธิ ฯลฯ การทำนิติกรรมสัญญาจะต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์และข้อบังคับของนิติบุคคลนั้น ๆ

3. ประเภทเงินฝากในธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ธนาคารเปิดบริการรับฝากเงิน 3 ประเภท ได้แก่ เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ และเงินฝากกระแสรายวัน

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

เงินฝากออมทรัพย์แบ่งออกได้ ดังนี้

1.1 เงินฝากออมทรัพย์ใช้สมุดคู่ฝาก ธนาคารจะออกสมุดคู่ฝากให้เพื่อบันทึกรายการฝาก ถอน จำนวนดอกเบี้ย และยอดเงินคงเหลือของผู้ฝาก โดยมีลายมือชื่อของพนักงานธนาคารผู้ได้รับมอบอำนาจกำกับไว้ทุกประการและธนาคารจะมอบสมุดคู่ฝากให้ผู้ฝากถือไว้เป็นหลักฐาน

1.2 สลากออมทรัพย์ทวีสิน เป็นเงินฝากออมทรัพย์ประเภทมีรางวัล และได้ออกเบี้ยด้วย โดยเงินรางวัลไม่ต้องเสียภาษีเงินได้ภาษีบุคคลธรรมดา สลากออมทรัพย์ทวีสินมีลักษณะเป็นบัตรออมทรัพย์ ราคาหน่วยละ 500 บาท บัตรทุกฉบับมีสิทธิถูกรางวัล 12 ครั้ง โดยออกรางวัล ทุก 3 เดือน รวมปีละ 4 ครั้ง สลากออมทรัพย์ทวีสินสามารถโอนกรรมสิทธิ์ให้ผู้อื่นได้ ใช้เป็นหลักประกันเงินกู้ได้ และใช้เป็นหลักประกันตัวผู้ต้องหาได้ เมื่อครบกำหนด 3 ปี จะได้รับต้นทูลเงินพร้อมดอกเบี้ย

1.3 เงินฝากออมทรัพย์ทวีโชค เป็นเงินฝากออมทรัพย์ที่มีดอกเบี้ยและมีสิทธิร่วมจับสลากชิงโชคที่มีรางวัลเป็นสิ่งของต่าง ๆ เช่น รถยนต์ จักรยานยนต์ โทรทัศน์ เป็นต้น โดยคุณสมบัติของผู้ฝากเงินประเภทนี้ จะต้องเป็นบุคคลธรรมดาเท่านั้น 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 ผู้ฝากจะได้รับสิทธิชิงโชคจากบัตรรางวัล 1 บัตรต่อเงินฝากในบัญชี 2,000 บาท

2. เงินฝากประจำ เป็นเงินฝากที่ต้องการจ่ายคืนเมื่อสิ้นระยะเวลาที่กำหนดไว้ เช่น 3 เดือน 6 เดือน หรือ 12 เดือน เงินฝากประเภทนี้ธนาคารให้ดอกเบี้ยในอัตราสูงกว่าเงินฝากออมทรัพย์ จึงเหมาะสำหรับผู้ประสงค์จะออมเงินไว้ในระยะยาว เพื่อจะได้ดอกเบี้ยแน่นอนในอัตราที่สูง จำนวนเงินรับฝากแต่ละครั้งต่อไม่ต่ำกว่า 1,000 บาท และธนาคารจะจ่ายดอกเบี้ยเงินฝากประจำให้ไม่เกินอัตราที่ธนาคารกำหนดไว้ ถ้าผู้ฝากไม่ถอนเงินฝากประจำหลังครบกำหนดเป็นอันถือว่าผู้ฝากตกลงฝากต้นเงินจำนวนนั้นเป็นเงินฝากประจำต่อไปอีกเป็นคราว ๆ ตามระยะเวลาฝากที่กำหนดไว้เดิม นับจากวันสุดท้ายแห่งระยะเวลาฝากที่ครบกำหนดแล้ว ส่วนดอกเบี้ยของต้นเงินฝากที่ครบกำหนดแล้วนั้น ธนาคารจะได้ดำเนินการตามผู้ฝากได้แจ้งความจำนงไว้

3. เงินฝากกระแสรายวัน เป็นเงินฝากที่ธนาคารต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม หรือตามคำสั่งโดยใช้เช็ค และธนาคารจะไม่จ่ายดอกเบี้ยให้สำหรับเงินฝากประเภทนี้ (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร รายงานกิจการปีบัญชี. 2548 : 37-38)

5. ทฤษฎีจิตวิทยาและแรงจูงใจ

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาความพึงพอใจของผู้มารับบริการด้านเงินฝากจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเซกา อำเภอเซกา จังหวัดหนองคาย ครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมทฤษฎีต่าง ๆ ดังนี้

5.1 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow Hierarchy of Needs Theory)

มาสโลว์ (Maslow, 1954 ; อ้างใน เอกชัย กี่สุขพันธ์. 2538 :121) ได้กล่าวว่า มนุษย์มีความต้องการและความต้องการของมนุษย์ไม่มีที่สิ้นสุด ความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอื่นจะเข้ามาแทนที่ ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งจูงใจอีกต่อไป ส่วนความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะยังเป็นสิ่งจูงใจอยู่ และเมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนองต่อไปมาสโลว์ ได้ลำดับความต้องการของมนุษย์ จากระดับต่ำไประดับสูงได้ 5 ชั้น ดังนี้

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของชีวิต เช่น ความต้องการอาหาร อากาศ น้ำ ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ

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

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

ขั้นที่ 4 ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องในสังคม (Esteem Needs) เป็นความต้องการในเรื่องความรู้ ความสามารถ รวมทั้งได้รับการยกย่องสรรเสริญจากบุคคลอื่น เกี่ยวกับความมั่นใจในตนเอง

ขั้นที่ 5 ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในชีวิต (Self – Actualization Needs) เมื่อความต้องการพื้นฐานขั้นที่ 1 ถึงขั้นที่ 4 ได้รับการตอบสนองแล้ว ในขั้นนี้เป็น ความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ คืออยากให้เกิดความสำเร็จในทุกสิ่งทุกอย่างตามความต้องการของตน ดังแผนภูมิที่ 2



แผนภูมิที่ 2 ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์

ที่มา : สุเทพ สุขสว่าง 2538 : 10

มาสโลว์ มีข้อสังเกตเกี่ยวกับความต้องการของคนที่มีผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกมาว่าจะประกอบไปด้วยหลัก 2 ประการ คือ

1. หลักการแห่งความขาดตกบกพร่อง (The Deficit Principle) ความขาดตกบกพร่องในชีวิตประจำวันของคนที่ได้รับอยู่เสมอ จะทำให้ความต้องการที่เป็นความพอใจของคนไม่เป็น

ตัวใจให้เกิดพฤติกรรมในด้านนั้นอีกต่อไป คนเหล่านี้กลับจะเกิดความพึงพอใจในสภาพที่เป็นอยู่ ยอมรับและพอใจในความขาดแคลนต่าง ๆ ในชีวิตโดยถือเป็นเรื่องธรรมดา

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

จากทฤษฎีดังกล่าว ผู้วิจัยได้ข้อสรุปแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ คือ ความต้องการของมนุษย์มีลำดับชั้นความต้องการไม่เท่าเทียมกันขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของแต่ละคน จะเริ่มต้นจากความต้องการขั้นพื้นฐานคือ ความต้องการทางร่างกายซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยสี่ เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย เพื่อความอยู่รอดของชีวิต เมื่อได้รับสนองตอบความต้องการดังกล่าวแล้ว จึงจะมีความต้องการในลำดับขั้นต่อไปเพราะฉะนั้นการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เกิดความพึงพอใจนั้น จะต้องสนองตอบตามลำดับชั้นของความต้องการ เมื่อประยุกต์กับการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการ ผู้มาใช้บริการก็ย่อมมีความต้องการได้รับการยกย่องจากบุคคลอื่นว่าตนเองเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุดเมื่อมาใช้บริการ ซึ่งเป็นความต้องการได้รับการยกย่องสรรเสริญจากบุคคลอื่น

5.2 ทฤษฎี 3 ไอ (Theory of Triple)

วิระพงษ์ เถлимจิระรัตน์ (2544 : 56 – 57) ได้กล่าวถึง ทฤษฎี 3 ไอ แห่งการให้บริการที่ด้อยคุณภาพ คือปัจจัยแห่ง 3 ประการ ที่อยู่เบื้องหลังของความด้อยประสิทธิภาพและอ่อนคุณภาพของการบริการ ซึ่งจะให้อิทธิพลที่น่าสนใจไม่น้อยแก่การแก้ปัญหาด้านคุณภาพของการบริการ โดยต้องการจะแก้ไขที่ต้นเหตุทฤษฎี 3 ไอ กล่าวไว้ว่า สาเหตุสำคัญของการทำงานผิดพลาด หรือการให้ผลงานที่มีปัญหา และไม่ตรงตามเป้าหมายของพนักงานต่าง ๆ ในองค์กรนั้น มาจากสาเหตุสำคัญ 3 ปัจจัย ทางด้านจิตวิทยาและสภาพจิตใจของผู้ปฏิบัติงาน ได้แก่

1. ความไร้เดียงสา หรือรู้เท่าไม่ถึงการณ์ (Innocence) ของตัวผู้ให้บริการคนนั้น บางทีอาจเรียกว่า Lack of Skills หรือ ขาดทักษะที่เพียงพอในการปฏิบัติงานคือ ทำผิดไปเพราะความไม่รู้

2. ความละเลย หรือความมั่งง่าย (Ignorance) ของตัวบริการนั่นเองหมายความว่า รู้ทั้งรู้ว่าสิ่งนั้นไม่ควรทำเพราะอาจก่อปัญหาต่อไป แต่ความมั่งง่ายในตัวทำให้เขาทำไป ทั้ง ๆ

ที่รู้ ก็เลยเกิดปัญหาขึ้นมาจริง ๆ บางทีอาจเรียกอีกอย่างว่า Negligence ก็ได้ สำหรับบางกรณีที่เราจะระบุให้ต้องทำ แต่ละเลยไม่กระทำ ก็เข้าข่ายนี้เช่นกัน

3. ความจงใจกระทำ (Intention) อาจเรียกอีกอย่างหนึ่งได้ว่าเป็น Malicious Act คือ กระทำไปโดยความรู้และเข้าใจ แต่มีเจตนาารมณ์ บางอย่างแอบแฝงอยู่ให้กระทำ ทั้งนี้เพื่อผลประโยชน์แก่ตนเอง หรือเพื่อความสะใจบางอย่างของคนบางคน บางกลุ่มที่สั่งสมเอาความเก็บกดเอาไว้มาก ๆ ในองค์กร เมื่อได้โอกาสจึงกระทำการอันไม่สมควรลงไป บางทีอาจคุ้นกับคำว่า Moral Hazard ในงานบางอย่างก็ได้

จากการศึกษาทฤษฎี 3 ไร่แล้ว ผู้วิจัยได้แนวคิดในเรื่องการบริการที่ไร้คุณภาพว่า เกิดจากความไร้เดียงสาหรือผู้เท่าไม่ถึงการณ์ของผู้ให้บริการ คือ ขาดทักษะ การละเลยต่อหน้าที่การให้บริการ นอกจากนั้นยังเป็นการจงใจกระทำเพื่อความสะใจหรือเพื่อหวังผลประโยชน์บางอย่างที่แอบแฝงอาจเป็นผลประโยชน์ของตนเองหรือกลุ่มก็ได้ ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการให้บริการด้วยคุณภาพลง

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านเงินฝากจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร อำเภอเซกา จังหวัดหนองคาย มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

สุทธิ ปันมา (2535 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขากาฬสินธุ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขากาฬสินธุ์ โดยศึกษาจากลูกค้าที่มาใช้บริการช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2535 จำนวน 500 คน เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า

1. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขากาฬสินธุ์ อยู่ในระดับมากในความพึงพอใจรวมทุกด้าน ด้านพนักงาน และด้านการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ส่วนความพึงพอใจในด้านข้อมูลที่ได้รับจากบริการอยู่ในระดับปานกลาง

2. ลูกค้าที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร

กสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์ ในระดับที่ไม่แตกต่างกันในด้านความสะดวกที่ได้รับและด้านข้อมูลที่ได้รับจากบริการ

3. ลูกค้ำประกอบอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์ โดยรวมทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้ำที่ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม และประกอบ อาชีพประกอบธุรกิจ มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารมากกว่าลูกค้ำที่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

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

5. ลูกค้ำที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์ ในด้านสถานที่ประกอบการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลูกค้ำสถานที่ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม และประกอบอาชีพประกอบธุรกิจ มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารมากกว่าลูกค้ำที่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประกอบอาชีพอื่น ๆ

6. ลูกค้ำที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์ ในด้านระยะเวลาในการดำเนินการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลูกค้ำที่ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรมมีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารมากกว่าลูกค้ำที่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประกอบอาชีพอื่น ๆ

7. ลูกค้ำที่ประกอบอาชีพธุรกิจมีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารมากกว่าลูกค้ำที่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

จากผลการศึกษาของสุทธิ ปันมา ผู้วิจัยได้แนวคิดดังนี้ ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารจะมีระดับมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับ มีปัจจัย 5 ด้าน คือ

1. ด้านพฤติกรรมพนักงาน ด้านการต้อนรับ
2. ด้านสถานที่ให้บริการ
3. ด้านระยะเวลา

4. ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ

5. ด้านข้อมูลการให้บริการ

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

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

จากการศึกษางานวิจัยของ โชติช่วง ภิรมย์ ผู้วิจัยได้แนวคิดดังนี้ ความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคาร คือ

1. การพัฒนาระบบการให้บริการให้ผู้รับบริการได้รับความสะดวก รวดเร็ว ฉับไว ความเพียงพอของผู้ให้บริการ

2. พฤติกรรมของพนักงานมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ

ไมตรี วิไลกิจ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่องานด้านบริการของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ศึกษากรณี การให้บริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ สำนักงานใหญ่ ผลการศึกษวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้า ทั้ง 4 ด้าน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการในการรับบริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ สำหรับตัวแปรภูมิหลังของลูกค้า คือ เพศ และระยะเวลาการเป็นลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการ ส่วนอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ และจำนวนประเภทบัญชีเงินฝากไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการของส่วนบริการ

เช็ดเรียกเก็บ

จากการศึกษางานวิจัยของ ไมตรี วิไลกิจ ผู้วิจัยได้แนวคิดสรุปดังนี้ ความพึงพอใจของลูกค้าต่องานด้านบริการของธนาคาร ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจมากที่สุดคือ

1. ด้านพนักงานต้อนรับ
2. ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะอาดที่ลูกค้าได้รับ
3. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

ชิตพันธ์ ฉัตรเนตร (2540 :บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการดำเนินงานของธนาคารกรุงเทพ ฯ พาณิชการ จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาทรงวาด พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ และคุณลักษณะของผู้บริหารโดยรวมทั้งหมด ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน ทั้ง 3 ด้าน พบว่า คุณลักษณะผู้บริหารอยู่ในระดับพึงพอใจมาก รองลงมาคือ ด้านฝาก ถอน โอน และชำระเงินค่าสินค้าและบริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านสินเชื่อ อยู่ในระดับพอใจปานกลาง สำหรับทักษะต่าง ๆ ของลูกค้า ที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ ฯ พาณิชการ จำกัด (มหาชน) สาขาทรงวาดทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านฝาก ถอน โอน และชำระเงิน ควรให้มีการดำเนินการให้รวดเร็วกว่าเดิม พนักงานหน้าเคาน์เตอร์ควรมีมุขยิ้มที่ดีกว่าเดิม ควรจัดลำดับเข้าคิวให้เป็นระเบียบ และเพิ่มพนักงานให้มากกว่าเดิม ส่วนด้านสินเชื่อ ควรให้มีการชำระเงินกู้ ระบบออนไลน์ทุกสาขา การอนุมัติสินเชื่อควรจะรวดเร็วมากกว่าเดิม

จากการศึกษางานวิจัยของ ชิตพันธ์ ฉัตรเนตร ผู้วิจัยได้แนวคิดดังนี้คือ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ มีปัจจัยที่มีผลคือ

1. ระบบการให้บริการของธนาคาร
2. การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานผู้ให้บริการ
3. การจัดระบบการให้บริการ
4. ความรวดเร็วในการบริการและการเพิ่มเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ

พงษ์พัฒน์ ธีระกุล (2541: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเสถภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ด้านขั้นตอนการฝากเงิน ด้านขั้นตอนการถอนเงิน และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ อยู่ในระดับค่อนข้างดี ส่วนความพึงพอใจด้านเงื่อนไขการฝาก/ถอนเงิน ด้านผลตอบแทน และด้านสถานที่ อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงตามลำดับ

จากมากไปหาน้อย สำหรับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการทุกด้านของ ธ.ก.ส. ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง และเมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรภูมิหลังของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < .05$) ได้แก่ เพศ และการศึกษา โดยลูกค้าเพศชายจะมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าเพศหญิง ลูกค้าที่จบการศึกษาสูงกว่าประถมศึกษา จะมีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าที่จบระดับประถมศึกษา ส่วนตัวแปรภูมิหลังของของลูกค้าที่ไม่มี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < .05$) ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพหลัก รายได้ของครอบครัว เมื่อเปรียบเทียบกับรายจ่าย และ ประเภทของลูกค้าเงินฝาก

จากศึกษางานวิจัยของ พงษ์พัฒน์ ธีระกุล ผู้วิจัยได้แนวคิดดังนี้ ความพึงพอใจของ ลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝาก ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการ คือ

1. ด้านขั้นตอนการฝากเงินถอนเงิน
2. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
3. ด้านผลตอบแทน
4. ด้านสถานที่ให้บริการ

7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

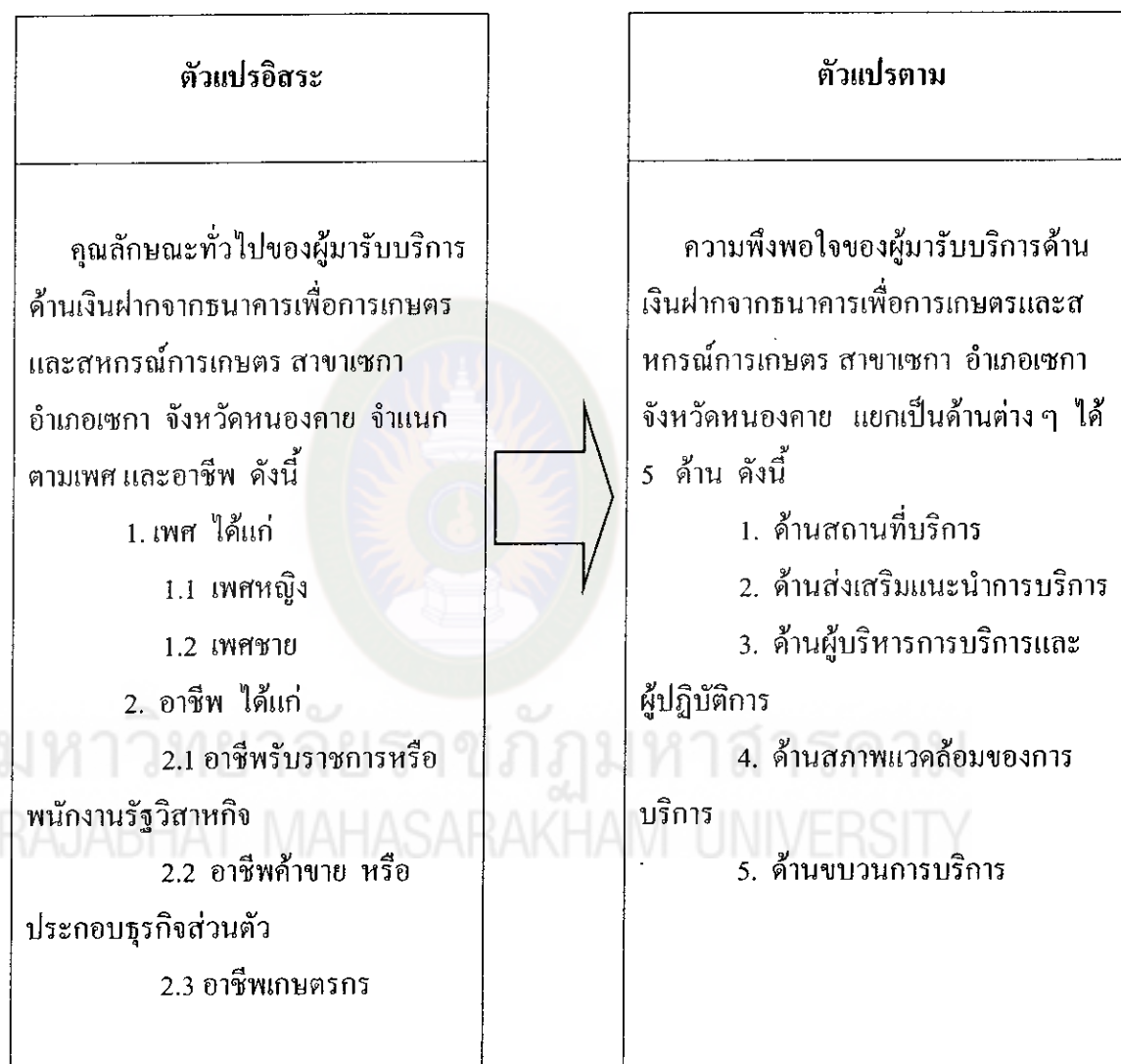
จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของ ผู้มารับบริการด้านเงินฝากจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเซกา อำเภอเซกา จังหวัดหนองคาย ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ ศิริพร ดันติพลวินัย มาสร้างเป็นกรอบแนวคิด และสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้ คือ

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศและอาชีพของลูกค้าผู้มารับบริการด้านเงินฝากจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเซกา อำเภอเซกา จังหวัดหนองคาย ดังนี้
 - 1.1 เพศ ได้แก่ เพศหญิง และเพศชาย
 - 1.2 อาชีพ ได้แก่ อาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพค้าขาย หรือประกอบอาชีพส่วนตัว และอาชีพเกษตรกร
2. ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้มารับบริการด้านเงินฝากจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเซกา อำเภอเซกา จังหวัดหนองคาย แยกเป็น 5 ด้าน คือ
 - 2.1 ด้านสถานที่บริการ
 - 2.2 ด้านส่งเสริมแนะนำการบริการ
 - 2.3 ด้านผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติการ

2.4 ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ

2.5 ด้านขบวนการบริการ

ดังนั้น ผู้ศึกษาได้สรุปเป็นแผนภูมิกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยได้ ดังนี้



แผนภูมิที่ 3 กรอบแนวความคิดในการวิจัย