

บทที่ 2

เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษา เรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบึงชี อยุธยา ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาความรู้ต่าง ๆ จากตำราและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังมีสาระสำคัญดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
 - 1.1 ประวัติความเป็นมาของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
 - 1.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
 - 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 2.5 ทฤษฎีการบริการ
3. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความรู้เกี่ยวกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

1.1 ประวัติความเป็นมาของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2488 มีสำนักงานแห่งแรกตั้งอยู่ ณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นเมืองหลวงเก่าของประเทศไทย และเริ่มเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2488 มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1,000,000 บาท ต่อจากนั้น ได้ก่อตั้งสำนักงานกรุงเทพฯ ขึ้นภายในปีเดียวกัน ณ มุมถนนราชวงศ์ และย้ายที่ทำการสำนักงานกรุงเทพฯ มาอยู่ถนนอนุวงศ์ และถนนลำพูนไชย ในปี พ.ศ. 2491 และ พ.ศ. 2493 ตามลำดับ

การดำเนินกิจการของธนาคารเจริญก้าวหน้าและมั่นคง ธนาคารได้รับพระบรมราชานุญาต รับพระราชทานตราครุฑมาประดิษฐาน ณ ธนาคารเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2513 ต่อในปีเดียวกันธนาคารได้ย้ายสำนักงานใหญ่มาอยู่ที่ถนนเพลินจิต เพื่อตอบสนองผู้ใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น ในวันที่ 26 กันยายน พ.ศ. 2520 ธนาคารได้จดทะเบียนเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

แห่งประเทศไทย และวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2536 ธนาคารได้จดทะเบียนการแปรสภาพธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด เป็นบริษัทมหาชน จำกัด ตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน พ.ศ. 2535 และเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 8,000 ล้านบาท โดยเรียกชำระแล้ว 4,000 ล้านบาท ต่อในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2539 ธนาคารได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้วจาก 4,000 ล้านบาท เป็น 5,000 ล้านบาท

เดือนธันวาคม พ.ศ. 2539 ธนาคารได้ย้ายที่ทำการสำนักงานใหญ่แห่งใหม่ ซึ่งเป็นที่ทำการสำนักงานใหญ่ในปัจจุบัน ตั้งอยู่ เลขที่ 1222 ถนนพระรามที่ 3 แขวงบางโพธิ์ เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 และเปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2540 และในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2541 ธนาคารได้เพิ่มทุนจาก 5,000 ล้านบาทเป็น 10,000 ล้านบาท วันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ. 2548 ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้วของธนาคารเพิ่มขึ้นเป็น 28,708,515,860 บาท

สัญลักษณ์ของธนาคารในอดีต มีที่มาจากจากตราสารสำคัญ ประจำจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อันเป็นแหล่งกำเนิดของธนาคาร เป็นรูปปราสาทสังข์มีลวดลายอันวิจิตรพร้อมทั้งมีอักษรชื่อธนาคารกำกับไว้ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ปัจจุบันธนาคารได้เปลี่ยนสัญลักษณ์เป็นรูปลายเส้นมองเห็นยอดปราสาท 3 ยอด และตอนบนเป็นลำแสงแสดงความรุ่งโรจน์สัญลักษณ์นี้เป็นสัญลักษณ์แห่งความพยายาม ในการรวบรวมสร้างสรรค์เพื่อสร้างสิ่งที่ดีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้นไปอีก พลังสร้างสรรค์ดังกล่าวคือพลังความคิด พลังความรู้ ความสามารถของคณะบุคคลที่ยึดแนวทางและเป้าหมายอันเดียวกัน และพร้อมที่จะร่วมมือร่วมใจดำเนินการพัฒนาธนาคารกรุงศรีอยุธยา ไปสู่ความก้าวหน้าอันงดงามอันมั่งคั่งด้วยคุณภาพบริการ ประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานตลอดจนความเชี่ยวชาญทางการธนาคารทุกด้าน

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่อันดับ 5 ของประเทศ โดยพิจารณาจากขนาดของสินทรัพย์ สินเชื่อ เงินฝาก และจำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์ไทย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) มีสาขาเปิดดำเนินการมากเป็นอันดับ 5 ของธนาคารพาณิชย์ไทยทั้งระบบ โดยมีสาขาเปิดดำเนินการทั่วประเทศ 580 สาขา ประกอบด้วย สาขาในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล 198 สาขา นอกจากนี้ในต่างประเทศ ธนาคารมีสาขาอยู่ 3 แห่ง คือ สาขาฮ่องกง สาขาเวียงจันทน์ และสาขาหมู่เกาะเคย์แมน

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบิ๊กซี อยุธยา เริ่มเปิดดำเนินการ เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2551 มีพนักงานปฏิบัติงานทั้งหมด 10 คน ตั้งอยู่ในอาคารห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี อยุธยา ชั้น 2 ถนนสายเอเชีย ตำบลบ้านกรด อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เวลาเปิดทำการ 10.30 น. ถึง 19.00 น. ทุกวันทำการ ตามโครงสร้างของสาขาบิ๊กซี อยุธยา ประกอบด้วย ผู้จัดการสาขา ผู้ช่วยพัฒนารุรกิจ ผู้ช่วยปฏิบัติการรุรกิจ สมุห์บัญชี พนักงานเปิดบัญชี พนักงานดูแลเรื่องสินเชื่อ และพนักงานบริการรุรกิจ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบิ๊กซี

อยุธยา ซึ่งให้บริการกับลูกค้าในย่านนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ และย่านธุรกิจโดยรอบของธนาคาร มีกลุ่มพ่อค้า ประชาชน ที่เข้ามาใช้บริการกับธนาคารในด้านของการเปิดบัญชีออมทรัพย์ เป็นส่วนใหญ่ และบริการอื่นๆ เช่น การเปิดบัญชีฝากประจำ การโอนเงิน การขอใช้บัตร เอทีเอ็ม เป็นต้น ซึ่งการให้บริการของธนาคารกรุงศรีฯ ที่จะทำให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนทั่วไปที่มาบริการเป็นส่วนใหญ่

1.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

การให้บริการแก่ลูกค้าของธนาคารฯ

ธนาคารกรุงศรีอยุธยาได้จัดบริการการเงินให้แก่ลูกค้าทั้งลูกค้ารายย่อย ลูกค้าประเภทธุรกิจ และลูกค้าทั่วไป เพื่ออำนวยความสะดวก และสนับสนุนธุรกิจของลูกค้าอย่างครบวงจร โดยผ่านเครือข่ายสาขาของธนาคารทั่วประเทศ ประเภทของการให้บริการได้แก่ 1) บริการรับฝากเงิน ทั้งประเภทเงินฝากกระแสราย เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ และบัญชีเงินฝากเงินตราต่างประเทศ 2) บริการด้านสินเชื่อ 3) บริการด้านการโอนเงิน และการรับชำระค่าสินค้าและบริการ 4) บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งด้านการให้บริการในประเทศ และด้านการค้าต่างประเทศ 5) บริการด้านปริวรรตเงินตราต่างประเทศ 6) บริการด้านวานิชธนกิจ 7) บริการด้านธุรกิจหลักทรัพย์ ทั้งการรับฝากทรัพย์สิน และเป็นผู้ดูแลผลประโยชน์รวมถึงการเป็นนายทะเบียนหลักทรัพย์ 8) บริการเกี่ยวกับการบริหารเงิน เช่น การจัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ การซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า และการซื้อขายพันธบัตรรัฐบาล และตั๋วเงินคลัง นอกจากนี้ธนาคารได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านต่าง ๆ ให้มีความทันสมัยสะดวกรวดเร็ว และปลอดภัยแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่จะมาใช้บริการของธนาคารได้อย่างครบวงจร เช่น บริการ 1572, กรุงศรีออนไลน์ (Krungsri online) เป็นต้น

วิสัยทัศน์ และพันธกิจ

“Conservative & progressive” ธนาคารกรุงศรีอยุธยามุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจให้กิจการมีมูลค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่อง ด้วยความรอบคอบระมัดระวัง เพื่อดำรงสถานะทางการเงินของธนาคารให้มีความมั่นคงในระยะยาว พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินและให้บริการที่มีความทันสมัยตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจแก่ลูกค้าโดยกระบวนการทางเทคโนโลยี เพิ่มศักยภาพทรัพยากรบุคคลให้มีความรอบรู้ เชี่ยวชาญในการบริหารและสอดคล้องกับสถานการณ์

จรรยาบรรณทางธุรกิจของธนาคาร

ธนาคารจะตั้งมั่นในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จอย่างมีคุณธรรมสอดคล้องกับกฎหมาย โดยมีจรรยาบรรณต่อผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholder) ดังต่อไปนี้

1. ให้ความสำคัญและเคารพต่อสิทธิของผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเสมอภาคในการตรวจสอบ

และให้ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานของธนาคารได้อย่างเต็มที่

2. บริหารด้วยความรู้ความสามารถที่ดีมีประสิทธิภาพ เพื่อให้กิจการของธนาคารมีความเจริญเติบโต ก่อให้เกิดผลตอบแทนที่เหมาะสมต่อผู้ถือหุ้น

3. ให้คำชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน และเอกสารเกี่ยวกับงบการเงินแก่ผู้ถือหุ้นอย่างถูกต้องโปร่งใส

4. จัดการประชุมผู้ถือหุ้น โดยแจ้งข้อมูลให้ทราบล่วงหน้าก่อนทุกครั้ง

5. ให้ความสำคัญต่อข้อเสนอแนะต่างๆ ของผู้ถือหุ้น และนำข้อเสนอแนะที่ดีไปปฏิบัติ

ให้บังเกิดผล

6. ดูแลป้องกันมิให้ทรัพย์สินใดๆ ของธนาคาร เสื่อมค่าผิดปกติหรือสูญหาย

7. ไม่เปิดเผยความลับของธนาคารและไม่นำข้อมูลความลับไปใช้เพื่อประโยชน์ของตนเอง หรือบุคคลอื่น โดยไม่ได้รับอนุญาตจากธนาคาร

จรรยาบรรณต่อลูกค้า

1. ตั้งมั่นอยู่ในความซื่อสัตย์ สุจริต และเที่ยงธรรมต่อลูกค้า

2. รักษาผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้าและไม่นำข้อมูลของลูกค้าไปแสวงหาผลประโยชน์

3. สนองความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและบริการที่ดีเลิศอย่างเสมอภาค

4. ให้ข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วนถูกต้อง เป็นธรรม ไม่บิดเบือนข้อเท็จจริงแก่ลูกค้า

5. เห็นคุณค่าและให้เกียรติลูกค้าอยู่เสมอ

6. รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ และพร้อมจะชี้แจงข้อมูลที่ถูกต้องตามสถานะแห่งตน

7. สนับสนุนและส่งเสริมให้ลูกค้ามีการกำกับดูแลกิจการที่ดี

จรรยาบรรณต่อพนักงาน

1. จัดให้มีสวัสดิการที่เหมาะสมแก่พนักงาน

2. ให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ ความรับผิดชอบ และผลการปฏิบัติงาน

ของพนักงานแต่ละคน

3. ให้ความเป็นธรรมและส่งเสริมสนับสนุนให้พนักงานมีความเจริญก้าวหน้า

4. จัดสถานที่ทำงานและสภาพการทำงานที่ถูกต้องสุขลักษณะ

5. ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ ความสามารถของพนักงานอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

6. ให้ความสำคัญต่อข้อเสนอแนะของพนักงาน และนำข้อเสนอแนะที่ดีไปปฏิบัติให้บังเกิดผล

7. เคารพในเกียรติ ศักดิ์ศรี และสิทธิส่วนบุคคล ตลอดจนเก็บรักษาประวัติข้อมูลส่วนตัวของพนักงาน โดยถือเป็นความลับ การเปิดเผยข้อมูลกระทำได้กรณีผู้มีสิทธิตามกฎหมายจำเป็นต้องรับทราบเท่านั้น

8. จัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ เอื้อต่อการทำงาน
อย่างมีประสิทธิภาพ

จรรยาบรรณต่อคู่ค้า (Supplier)

1. ให้ความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน
เพื่อผลักดันการดำเนินงานของธนาคารให้ประสบผลสำเร็จ

2. ตั้งมั่นอยู่ในความซื่อสัตย์ สุจริต และเที่ยงธรรมต่อคู่ค้า

3. รักษาผลประโยชน์สูงสุดของคู่ค้าและไม่นำข้อมูลของคู่ค้าไปแสวงหาผลประโยชน์

4. ให้ข้อมูลข่าวสารแก่คู่ค้าอย่างครบถ้วนถูกต้อง เป็นธรรม ไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง

5. เห็นคุณค่าและให้เกียรติคู่ค้า

6. รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ และชี้แจงข้อมูลที่ถูกต้องตามสถานะแห่งตน

7. ส่งเสริมการกระทำ หรือกิจกรรมใด ๆ อันนำมาซึ่งความเข้าใจอันดีระหว่างกัน

8. ให้ความร่วมมือดำเนินธุรกิจ ภายใต้กรอบของกฎหมาย ข้อกำหนดและระเบียบที่
เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

9. สนับสนุนและส่งเสริมให้คู่ค้ามีการกำกับดูแลกิจการที่ดี

จรรยาบรรณต่อสังคมและประเทศชาติ

1. ให้ความร่วมมือและสนับสนุนนโยบาย และกิจการงานต่างๆ ของทางภาครัฐราชการ
หรือภาคเอกชน ตามควรแก่กรณี

2. ดำเนินธุรกิจอยู่ภายในกรอบของกฎหมาย และหลักการของวิชาชีพ

3. ปฏิบัติหรือควบคุมให้มีการปฏิบัติอย่างเคร่งครัดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

4. ช่วยอนุรักษ์ และจรรโลงไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรมที่ดีของชาติ

5. หลีกเลี่ยงให้ความร่วมมือหรือสนับสนุนลูกค้าใดๆ ที่ทำธุรกิจอันไม่ชอบด้วย
กฎหมาย เป็นภัยต่อสังคมและความมั่นคงของประเทศชาติ

6. สนับสนุนกิจกรรมด้านการศึกษาและด้านกีฬา เพื่อให้เยาวชนของชาติมีการศึกษาที่
ดี และสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรง

7. หลีกเลี่ยงให้การสนับสนุนกิจการใดๆ ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

8. รับผิดชอบต่อคุณภาพชีวิต และสิทธิมนุษยชน

9. ปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมส่วนรวมให้เกิดขึ้นในธนาคาร
ทุกระดับอย่างต่อเนื่อง

หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ธนาคารตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพราะเป็นปัจจัยที่มี

ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน และเป็นพื้นฐานที่ส่งเสริมการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ และเพิ่มประสิทธิผล เสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า พนักงาน ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย และ สังคม โดยยึดหลักการสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ดี ดังนี้

1. การตระหนักในหน้าที่และความรับผิดชอบต่อการบริหารจัดการองค์กร (Accountability & responsibility) ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ระมัดระวัง ตามหลักการข้อพึงปฏิบัติที่ดี เพื่อผลประโยชน์สูงสุด
2. ความเสมอภาคและเป็นธรรม (Equitable treatment) การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน ตามสิทธิที่พึงมีพึงได้อย่างยุติธรรม
3. การดำเนินงานด้วยความโปร่งใส (Transparency) การบริหารจัดการสามารถตรวจสอบได้ รวมทั้งการเปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้อง โปร่งใส สอดคล้องกับเวลาและสถานการณ์
4. มีวิสัยทัศน์ (Vision) ในการบริหารโดยกำหนดทิศทางและเป้าหมายเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการและมีความมั่นคงในระยะยาว
5. จรรยาบรรณวิชาชีพ (Code of Ethics) ส่งเสริมจริยธรรมและจรรยาบรรณ ที่ดีในการประกอบธุรกิจ

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

จากการศึกษาความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค มีผู้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

ศุภร เสรีรัตน์ (2540 : 21) ได้ให้ความหมายของคำว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค” หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าหรือบริการ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องมีการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำต่างๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพอใจและความต้องการของบุคคล มีสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง โดยลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้ คือปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

ปริญ ฤกษ์ตานนท์ (2544 : 54-55) ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้ซื้อ (Consumer behavior definition & buyer behavior) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคลยา จาตุรงค์กุล (2545 : 6) ได้ให้ความหมายของคำว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค” ว่าเป็นกิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลกระทำเมื่อได้รับบริโภคหรือสินค้าบริการรวมไปถึงการ

ขจัดสินค้าหรือบริการหลังการบริโภคด้วย

อีเกิ้ล ค็อลแล็ต และแบล็คเวลล์ (Engle, Kollat & Blackwell. 1990 : 462-514) ได้สรุปว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

เลาดอนและบิตต้า (Loudon & Bitta. 1990 : 4) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและกิจกรรมทางกายภาพที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องเมื่อมีการประเมินการได้มา การใช้จ่ายหรือการจับจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการ

โซโลมอน (Solomon. 1996 : 5) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับ กระบวนการที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องในการเลือกซื้อสินค้ามาบริโภค เช่น ผลิตภัณฑ์ บริการ เพื่อสนองความต้องการ และความปรารถนาต่างๆ ให้ได้รับความพึงพอใจ

โฮเยอร์และแม็คอินนิส (Hoyer & Macinnis. 1997 : 3) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ผลสะท้อนของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทั้งหมดที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการได้รับมา (Acquisition) การบริโภค (Consumer) และการกำจัด (Disposition) ที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการ เวลา และความคิดที่ทำการตัดสินใจซื้อในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

โมเวนและไมเนอร์ (Mowen & Minor. 1998 : 5) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับหน่วยการซื้อและกระบวนการแลกเปลี่ยนที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการ รวมทั้ง ประสบการณ์และแนวคิด

เบลช์และเบลช์ (Belch & Belch. 1993 อ้างอิงใน คารา ทีปะปาล. 2541 : 49-50) ได้ให้ความหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค ไว้ว่า “กระบวนการและกิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในการเสาะแสวงหาการเลือก การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสนองความต้องการและความปรารถนาอยากได้ให้ได้รับความพอใจ”

สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าหรือบริการ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องมีการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำต่างๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพอใจและความต้องการของบุคคล มีสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

มีนักวิชาการมากมายทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่ให้แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ ได้แก่

เวปเบอร์ (Webber. 1966 : 340) นักวิชาการชาวเยอรมัน มีความเห็นว่าการให้บริการที่มี

ประสิทธิภาพเป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการมากที่สุด คือการให้บริการที่มีค่านึงถึงตัวบุคคล กล่าวคือ เป็นการบริการโดยปราศจากอารมณ์ โกรธ ความเครียด และไม่มีความชอบพอใครเป็นพิเศษโดยสิ่ง ที่สำคัญ คือทุกคนต้องได้รับการปฏิบัติอย่างตรงไปตรงมา อย่างเท่าเทียมกัน หากอยู่ในสภาพการณ์ เหมือนกัน

กรอนรอส (Gronros) (เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฎ์. 2553 : เว็บไซค์) กล่าวว่า บริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่อาจจับต้องได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุก กรณีที่เกิดขึ้น จากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการ และหรือลูกค้ากับบริษัทผลิต สินค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยผ่อนคลายปัญหาของลูกค้า

จิตตินันท์ เตชะคุปต์ (2540 : 7) กล่าวไว้ว่า การบริการไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็น กระบวนการหรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้บริโภค/ลูกค้า/ผู้รับบริการ) กับผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการ/พนักงานบริการ/ระบบการจัดการ บริการ) หรือในทางกลับกันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ในอันที่จะตอบสนองความต้องการ อย่างใดอย่างหนึ่งให้บรรลุผลสำเร็จ ความแตกต่างระหว่างสินค้าและการบริการ ต่างก็ก่อให้เกิด ประโยชน์และความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาซื้อ โดยที่ธุรกิจบริการมุ่งเน้นการกระทำที่ตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าอันนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้น ในขณะที่ธุรกิจทั่วไปมุ่งขาย สินค้าที่ลูกค้าชอบและทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้เป็นเจ้าของสินค้านั้น

เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฎ์ (2553 : เว็บไซค์) ได้ชี้ให้เห็นถึงการให้บริการที่สำคัญมี 5 ประการ คือ

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์ และบริการที่องค์กรจัดให้นั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลากรส่วนใหญ่หรือทั้งหมด ไม่ใช่เป็นการจัดการให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ นอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์ และบริการแล้วยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้นๆ อีกด้วย

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติ

3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้บริการแก่ผู้รับบริการทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกันไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่บุคคลใดหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งในลักษณะต่างจากกลุ่ม คนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด

4. หลักความประหยัดค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากเกินไปกว่าผลที่จะ ได้รับ

5. หลักความสบาย บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวก สบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างความยุ่งยากใจให้แก่ผู้บริการ

หรือผู้ใช้บริการมากจนเกินไป

ศุภชัย คามวัลย์ (2544 : 12-16) ได้เสนอหลักการให้บริการแบบครบวงจร หรือการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุกว่า จะต้องเป็นไปตามหลักการซึ่งอาจเรียกง่าย ๆ ว่าหลักแพคเกจเซอร์วิสคือการตอบสนองความต้องการจำเป็นของประชาชนเป็นเป้าหมายการบริการของรัฐ ในเชิงรับจะเน้นให้บริการตามระเบียบแบบแผน ดังนั้นเป้าหมายแรกของการจัดบริการแบบครบวงจรก็คือการมุ่งประโยชน์ประชาชนผู้รับบริการทั้งผู้ที่ติดต่อขอรับบริการ และผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับการบริการเป็นสำคัญ การพัฒนาการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจรหรือ แพคเกจเซอร์วิส เป็นการพัฒนาการให้บริการที่มีเป้าหมายที่จะให้ประชาชนได้รับการที่ควรจะได้รับการอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ มีความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ มุ่งที่จะให้บริการในเชิงส่งเสริมและสร้างทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการตลอดจนเป็นการให้บริการที่มีความถูกต้องชอบธรรมสามารถตรวจสอบได้และสร้างความเสมอภาคทั้งในการให้บริการและในการที่จะได้รับบริการจากรัฐ

ลักษณะของการบริการ

สมิต สัทมฤกร (2542 : 17-18) การบริการ เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคล และสิ่งที่บุคคลได้กระทำขึ้น การบริการเป็นความรับผิดชอบของทุกคน และสามารถแบ่งความรับผิดชอบกันไปในแต่ละด้าน โดยมีผู้บริหารสูงสุดเป็นผู้รับผิดชอบหมดทุกด้าน เราอาจแยกพิจารณาลักษณะของการบริการออกได้ดังนี้

1. เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อผู้อื่น พฤติกรรมโดยทั่วไปจะเห็นได้จากการกระทำ การบริการจะมีการแสดงออกในลักษณะของสีหน้า แววตา กิริยาท่าทาง คำพูดและน้ำเสียง การแสดงพฤติกรรมที่ปรากฏให้เห็นจะเกิดผลได้ทันที เกิดผลขึ้นได้ตลอดเวลาและแปรผลได้รวดเร็ว อันเป็นลักษณะเฉพาะของการบริการ

2. เป็นการกระทำที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจ การบริการจะเป็นเช่นไรขึ้นอยู่กับความคิดของผู้ให้บริการซึ่งจะแสดงออกถึงอารมณ์ ความรู้สึก ความเชื่อ ความปรารถนา และค่านิยม ถ้าสิ่งเหล่านี้สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจที่ดีก็ย่อมจะมีผลต่อการบริการที่ดีตามไปด้วย

3. เป็นสิ่งที่บุคคลได้กระทำขึ้นอันเชื่อมโยงถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการ การบริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคนเป็นผู้ให้บริการและต้องการคนเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบริการที่ดี เพราะกิจกรรมใด ๆ เกี่ยวกับการบริการคนจะต้องมีส่วนสัมพันธ์ในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการ ให้การสนับสนุนการปฏิบัติการ ทั้งในด้านงานภายนอกและด้านงานภายใน เพื่อสนับสนุนให้งานของฝ่ายต่าง ๆ บรรลุผลงาน งานสำนักงานเป็นส่วนสำคัญที่จะให้บริการด้านการ

ติดต่อสื่อสาร งานเอกสารโต้ตอบ การรับเรื่องและการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในและกับหน่วยงานภายนอก และเรื่องด้านธุรการทั่วไป ซึ่งเป็นการให้บริการแก่หน่วยงานทุกหน่วยงานในองค์กร

หลักการให้บริการแบบครบวงจร

ศุภชัย คามวัลย์ (2544 : 12-16) ได้เสนอหลักการให้บริการแบบครบวงจร หรือการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุกที่จะต้องเป็นไปตามหลักการซึ่งอาจเรียกง่าย ๆ ว่าหลัก Package service ยึดการตอบสนองความต้องการจำเป็นของประชาชนเป็นเป้าหมายการบริการของรัฐ ในเชิงรับจะเน้นให้บริการตามระเบียบแบบแผน และมีลักษณะที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการดังนี้

1. ข้าราชการมีทัศนคติว่า การให้บริการจะเริ่มต้นก็ต่อเมื่อมีผู้มาติดต่อขอรับบริการมากกว่าที่จะมองว่า คนมีหน้าที่ที่จะต้องจัดการบริการให้แก่ราษฎรตามสิทธิประโยชน์ที่เขาควรจะได้รับ

2. การกำหนดระเบียบปฏิบัติและการใช้ดุลพินิจของข้าราชการ มักเป็นไปเพื่อสงวนอำนาจในการใช้ดุลพินิจของหน่วยงาน หรือปกป้องตัวข้าราชการเอง มีลักษณะที่เน้นการควบคุมมากกว่าการส่งเสริม การติดต่อราชการจึงต้องใช้เอกสารหลักฐานต่าง ๆ เป็นจำนวนมากและต้องผ่านการตัดสินใจหลายขั้นตอน ซึ่งบางครั้งเกิดกว่าความจำเป็น

3. จากการศึกษาที่ข้าราชการมองว่าตนมีอำนาจในการใช้ดุลพินิจและมีกฎระเบียบเป็นเครื่องมือที่จะปกป้องการใช้ดุลพินิจของตน ทำให้ข้าราชการจำนวนไม่น้อยมีทัศนคติในลักษณะเจ้าขุนมูลนาย ในฐานะที่คนมีอำนาจที่จะบันดาลผลได้ผลเสียแก่ประชาชน การดำเนินความสัมพันธ์จึงเป็นไปในลักษณะที่ไม่เท่าเทียมกัน และนำไปสู่ปัญหาต่าง ๆ เช่น ความไม่เต็มใจจะให้บริการ รู้สึกไม่พอใจเมื่อราษฎรแสดงความเห็นโต้แย้ง เป็นต้น

ดังนั้น เป้าหมายแรกของการจัดบริการแบบครบวงจรก็คือ การมุ่งประโยชน์ประชาชน ผู้รับบริการทั้งผู้ที่มาติดต่อขอรับบริการและผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการเป็นสำคัญ ซึ่งมีลักษณะดังนี้ คือ

1. ข้าราชการจะต้องถือว่าการให้บริการเป็นภาระหน้าที่ที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องพยายามจัดบริการให้ครอบคลุมผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการทุกคน

2. การกำหนดระเบียบ วิธีปฏิบัติและการใช้ดุลพินิจจะร้องคำนึงถึงสิทธิประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นหลัก โดยพยายามให้ผู้รับบริการได้สิทธิประโยชน์ที่ควรจะได้รับอย่างสะดวกและรวดเร็ว

3. ข้าราชการจะต้องมองผู้รับบริการว่า มีฐานะและศักดิ์ศรีเท่าเทียมกันตน มีสิทธิที่จะรับรู้ให้ความเห็น หรือโต้แย้งด้วยเหตุผลได้อย่างเต็มที่

4. ความรวดเร็วในการให้บริการสังคมปัจจุบันเป็นสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันกับสังคมอื่น ๆ อยู่ตลอดเวลา ในขณะที่ปัญหาพื้นฐานของระบบราชการคือความล่าช้า ซึ่งในด้านหนึ่งเป็นความล่าช้าที่เกิดจากความจำเป็นตามลักษณะของการบริการข้าราชการ เพื่อประโยชน์ส่วนรวมแห่งรัฐ แต่ในหลายส่วนความล่าช้าของระบบราชการเป็นเรื่องที่สามารถแก้ไขได้ เช่นความล่าช้าที่เกิดจากการปิดภาระในการตัดสินใจ ความล่าช้าที่เกิดขึ้นเพราะขาดการพัฒนางานหรือนำเทคโนโลยีเหมาะสมมาใช้ เป็นต้น ปัญหาที่ตามมาก็คือ ระบบราชการถูกมองว่าเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาความเจริญก้าวหน้า และเป็นตัวถ่วงในระบบการแข่งขันเสรี ดังนั้น ระบบราชการจำเป็นที่จะต้องตั้งเป้าหมายในอันที่จะพัฒนาการให้บริการให้มีความรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งอาจจะกระทำได้ใน 3 ลักษณะคือ

4.1 การพัฒนาข้าราชการ ให้มีทัศนคติ มีความรู้ ความสามารถ เพื่อให้เกิดความชำนาญงาน มีความกระตือรือร้นและกล้าตัดสินใจในเรื่องที่อยู่ในอำนาจของตน

4.2 การกระจายอำนาจ หรือมอบอำนาจให้มากขึ้น และปรับปรุงระเบียบวิธีการทำให้ให้มีขั้นตอนและใช้เวลาในการให้บริการให้เหลือน้อยที่สุด

4.3 การพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่จะทำให้สามารถให้บริการได้เร็วขึ้น

5. การให้บริการจะต้องเสร็จสมบูรณ์ เป้าหมายของการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจร อีกประการหนึ่งก็คือความสำเร็จสมบูรณ์ของการให้บริการ ซึ่งหมายถึง การเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ที่ผู้รับบริการจะต้องได้รับ โดยที่ผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้งนัก ซึ่งลักษณะที่ดีของการให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์ก็คือ การบริการที่แล้วเสร็จในการติดต่อเพียงครั้งเดียวหรือไม่เกิน 2 ครั้ง

6. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ความกระตือรือร้นในการให้บริการเป็นเป้าหมายที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ในการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุก ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนบางส่วนยังมีความรู้สึกอีกประการหนึ่ง ในการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุก ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนบางส่วนยังมีความรู้สึกว่าการติดต่อขอรับบริการจากทางราชการเป็นเรื่องที่ยุ่งยากและเจ้าหน้าที่ไม่ค่อยเต็มใจที่จะให้บริการ ดังนั้น จึงมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการบริการของรัฐและต่อเจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการพยายามให้บริการด้วยความกระตือรือร้นแล้ว ก็จะทำให้ผู้มารับบริการเกิดทัศนคติที่ดี ยอมรับฟังเหตุผล คำแนะนำต่าง ๆ มากขึ้น และเต็มใจที่จะมารับบริการในเรื่องอื่น ๆ อีก นอกจากนี้ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การบริการนั้นเป็นไปอย่างรวดเร็ว และมีความสมบูรณ์ ซึ่งจะนำไปสู่ความเชื่อถือศรัทธาของประชาชนในที่สุด

7. การให้บริการด้วยความถูกต้องสามารถตรวจสอบได้ การพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจรนั้น ไม่เพียงแต่จะต้องให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์เท่านั้น แต่จะต้องมีความถูกต้องชอบธรรมทั้งในแง่ของนโยบายและระเบียบแบบแผนของทางราชการเป็นสำคัญ

8. ความสุภาพอ่อนน้อม เป้าหมายอีกประการหนึ่งของการพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจร คือเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อประชาชนผู้มาติดต่อขอรับบริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ซึ่งจะทำให้ผู้มารับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อข้าราชการและการติดต่อกับทางราชการ อันจะส่งผลให้การสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างกันเป็นไปได้ง่ายยิ่งขึ้น

9. ความเสมอภาค การให้บริการแบบครบวงจร จะต้องถือว่าข้าราชการมีหน้าที่ที่จะต้องให้บริการแก่ประชาชนโดยเสมอภาคกัน ซึ่งจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขดังนี้

9.1 การให้บริการจะต้องเป็นไปภายใต้ระเบียบแบบแผนเดียวกัน และได้รับผลที่สมบูรณ์ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าผู้รับบริการจะเป็นใครก็ตาม หรือเรียกว่า ความเสมอภาคในการให้บริการ

9.2 การให้บริการจะต้องคำนึงถึงความเสมอภาค ในโอกาสที่จะได้รับบริการด้วย ทั้งนี้เพราะประชาชนบางส่วนของประเทศ เป็นกลุ่มบุคคลที่มีข้อจำกัดในเรื่องความสามารถในการติดต่อขอรับบริการจากรัฐ เช่นมีรายได้น้อย ขาดความรู้ความเข้าใจ หรือข้อมูลข่าวสารไม่เพียงพออยู่ในพื้นที่ห่างไกลทุรกันดาร เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจร หรือ Package service เป็นการพัฒนาการให้บริการที่มีเป้าหมายที่จะให้ประชาชนได้รับบริการที่ควรจะได้รับอย่างครบถ้วน สมบูรณ์ มีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มุ่งที่จะให้บริการในเชิงส่งเสริมและสร้างทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดี ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ตลอดจนเป็นการให้บริการที่มีความถูกต้องชอบธรรมสามารถตรวจสอบได้และสร้างความเสมอภาคทั้งในการให้บริการและในการที่จะได้รับบริการจากรัฐ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

มิลเลท (Millet, 1954 : 397) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญของงานบริการคือ การสร้างความพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน โดยมีหลักหรือแนวทาง คือ 1) การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable service) หมายถึงความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในมุมมองของกฎหมาย ไม่มีการแย่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคล ที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน 2) การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely service) หมายถึงในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงต่อเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พอใจให้แก่ประชาชน 3) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการอย่างเหมาะสม ความเสมอภาคหรือการตรงต่อเวลา จะไม่มีความหมายเลยถ้ามีจำนวนการ

ให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ 4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้ 5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพหรือผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

โดยทั่วไปการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมักนิยมศึกษากันในสองมิติ คือ มิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job satisfaction) และความพึงพอใจในการรับบริการ (Service satisfaction) เพื่อจะประเมินประสิทธิภาพในการให้บริการ ซึ่งมีผู้กล่าวถึงแนวคิดนี้ไว้มากในลักษณะใกล้เคียงกันเช่น

โวลแมน (Wolman, 1973 : 384) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายของความต้องการ หรือแรงจูงใจของคนได้รับการตอบสนอง

กู๊ด (Good, 1973 : 320) อธิบายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง คุณภาพหรือระดับของความพึงพอใจเป็นผลมาจากความต้องการสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อกิจกรรมนั้น ๆ

วูม (Vroom, 1964 : 99) กล่าวว่า ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่ง ที่สามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติในด้านบวกจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

คอตเลอร์ (Kotler, 1994 : 45) กล่าวว่า ความพึงใจ คือความรู้สึกพึงพอใจหรือผิดหวัง อันเกิดจากการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับความคาดหวัง ถ้าการปฏิบัติงานไม่ถึงความคาดหวังของลูกค้าจะไม่พอใจ ถ้าการปฏิบัติงานเท่ากับความหมายของลูกค้าก็พอใจ ถ้าการปฏิบัติงานสูงเกินความคาดหวัง ลูกค้าก็จะพอใจ หรือปิติยินดีเป็นอย่างยิ่ง

โกศล น้อย่าง (2543 : 12) ให้ความเห็นว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึก หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่เป็นไปในทิศทางที่ดีและไม่ดี หรือในด้านบวกและในด้านลบ หรือไม่มีปฏิกิริยา คือเฉย ๆ ก็ได้ ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้น ถ้าตอบสนองได้ดีก็เป็นที่พอใจ และถ้าตอบสนองไม่ได้ก็เป็นในแง่ลบ ความพึงพอใจอาจเปลี่ยนแปลงได้ เมื่อเวลาและ/หรือสถานการณ์แวดล้อมอื่น ๆ เปลี่ยนแปลงไป

ทัศนีย์ สิงห์เจริญ (2543 : 19) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นปฏิกิริยาทางด้านความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งที่มากระตุ้นเป็นระดับความพอใจที่เป็นจริงอยู่ในขณะนั้น ซึ่งจะ

บอกให้ทราบถึงทิศทางว่าเป็นทัศนคติไปในทางบวกหรือทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิกิริยาคือเฉย ๆ ต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งที่มีมากระตุ้นนั้น และความพึงพอใจในการเรียนการสอน หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติในทางที่ดีของนักเรียนที่มีต่อการเรียนการสอน ความรู้สึกที่เกิดจากการได้รับการตอบสนองทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากปัจจัยหรือองค์ประกอบต่าง ๆ ในการเรียน ซึ่งทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในการเรียนการสอนจนประสบความสำเร็จในการเรียนได้

เบญจมาภรณ์ สมุดอินแก้ว (2543 : 23) ได้ให้ความเห็นว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั้น ถ้าผู้ใช้บริการได้รับการตอบสนองจากผู้ให้บริการอย่างเสมอภาค รวดเร็ว ทันต่อความต้องการและให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีวัสดุอุปกรณ์อย่างเพียงพอต่อการใช้งาน ผู้ใช้บริการก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการให้บริการ

พิศศักดิ์ กุสุโมทย์ (2543 : 26) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกและเจตคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อปัจจัย หรือองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น สภาพแวดล้อม ผลประโยชน์ ฯลฯ ซึ่งถ้าองค์ประกอบเหล่านี้สนองความต้องการของบุคคลได้อย่างเหมาะสมจะมีผลทำให้เกิดความพึงใจ

อรรพรรณ เมฆทัศน์ (2543 : 6) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันเป็นผลมาจากการได้รับการตอบสนองตามความต้องการของแต่ละบุคคล ทำให้เกิดความพึงพอใจ นอกจากนี้ ความพึงพอใจยังเกี่ยวเนื่องกับปัจจัยต่าง ๆ เพราะแต่ละบุคคลมีความพึงพอใจในสิ่งต่าง ๆ ไม่เหมือนกันและไม่เท่ากัน ดังนั้นความแตกต่างของแต่ละบุคคลก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ความพึงพอใจในสิ่งต่าง ๆ มีความแตกต่างกัน

ทัศนีย์ ศิลาวรรณโณ (2544 : 9) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลนั้นได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

สรุปได้ว่า ในธุรกิจบริการนั้น ความพึงพอใจ หมายถึง การที่พนักงานปฏิบัติงานและให้บริการตามขั้นตอนและกระบวนการการให้บริการแก่ลูกค้าผู้รับมาบริการด้วยความรู้สึกว่าคุณค่าเป็นบุคคลสำคัญและได้รับการตอบสนองตรงตามความต้องการและเกินความคาดหมายของลูกค้า การที่ลูกค้าเข้ามาในสถานที่ที่ให้บริการด้วยความรู้สึกด้านลบ การทำให้ลูกค้ากลับไปด้วยความรู้สึกด้านบวกได้นั้นถือว่าประสบความสำเร็จในการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

มาสโลว์ (กรชวัล หอมไกรลาศ. 2546 : 45-46 อ้างอิงจาก Maslow. 1954 ; Maslow's

Need Hierarchy) ได้ลำดับทฤษฎีความต้องการไว้ว่า ผู้ปฏิบัติงานจะถูกจูงใจหรือกระตุ้นให้ปฏิบัติงานเพื่อตอบสนองความต้องการบางอย่างอยู่ในทฤษฎีนี้ตั้งอยู่บนสมมติฐาน 3 ประการ คือ 1) มนุษย์ทุกคนมีความต้องการและความต้องการนี้จะมีที่สิ้นสุด 2) ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นแรงจูงใจสำหรับพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่มีอิทธิพลก่อให้เกิดพฤติกรรมที่แสดงออกมานั้นเป็นความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองเสร็จสิ้นไปแล้ว จะไม่เป็นตัวก่อให้เกิดพฤติกรรมต่อไป และ 3) ความต้องการของมนุษย์จะมีลักษณะเป็นลำดับขั้น จากต่ำไปหาสูงตามลำดับความต้องการในขณะที่ความต้องการขั้นต่อไปได้รับการตอบสนองบางส่วนแล้ว ความต้องการขั้นสูงถัดไปก็จะตามมาเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมต่อไป

ลำดับความต้องการของมนุษย์ มาสโลว์ ได้แบ่งไว้เป็น 5 ลำดับขั้นจากต่ำไปหาสูง ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกายเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อความอยู่รอดเช่นความต้องการเรื่องอาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค การพักผ่อน ที่พักอาศัย และความต้องการทางเพศ

2. ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย เป็นความต้องการที่จะได้รับความคุ้มครองภัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับร่างกาย และความมั่นคงในทางเศรษฐกิจ ความมั่นคงในหน้าที่การงาน สถานะทางสังคม

3. ความต้องการทางด้านสังคม เป็นความต้องการที่จะเข้าร่วมและได้รับการยอมรับในสังคมความเป็นมิตร และความรักจากเพื่อนร่วมงาน คนรอบข้าง

4. ความต้องการที่จะได้รับการยอมรับนับถือ โดยทุกคนในสังคมมีความต้องการและปรารถนาที่จะได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลอื่นซึ่งมี 2 ประเภทคือ

4.1 ความต้องการมีพลังเข้มแข็ง ความสำเร็จ ความเก่งกล้าสามารถ และความมีอิสระเสรี

4.2 ความต้องการมีเกียรติ มีชื่อเสียง มีฐานะที่ได้รับการยอมรับนับถือ ซึ่งคนอื่นให้ความเชื่อถือและเห็นความสำคัญ

5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต เป็นความต้องการของบุคคลถึงความสำเร็จในสิ่งต่าง ๆ ซึ่งถือว่าเป็นความสามารถในระดับที่มนุษย์ถึงกระทำได้ ความต้องการนี้จะเกิดขึ้นหลังความต้องการต่าง ๆ ที่ได้รับการตอบสนองแล้ว เป็นระดับความต้องการสูงสุด เป็นความต้องการบรรลุความหวังของตนและการได้ใช้ความสามารถทำในสิ่งที่ตนคิดริเริ่มอย่างเต็มที่

ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg's Two Factor Theory)

เฮร์เบิร์ก (กรชวลิต หอมไกรลาศ. 2546 : 47-47 อ้างอิงจาก Herzberg. 1959. : The

motivation to Work.) ได้เสนอทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอริเบิร์ก ซึ่งสรุปได้ว่ามีปัจจัยสำคัญ 2 ประการที่สัมพันธ์กับชอบหรือไม่ชอบในงานของแต่ละบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของมนุษย์ในองค์กรคือ

1. ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene of maintenance factor) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถสร้างแรงจูงใจได้ แต่จะเป็นปัจจัยที่จะนำไปสู่ความไม่พึงพอใจ ถ้าหากไม่มีสิ่งเหล่านี้ ดังนั้น เฮอริเบิร์กจึงเรียกว่าเป็นแต่เพียงปัจจัยที่ทำให้ความพึงพอใจคงสภาพเดิมเท่านั้น ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ 1) นโยบายและการบริหาร (Company policy & administration) 2) การควบคุมดูแล (Supervision) 3) ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (Relationship with supervisor) 4) สภาพการทำงาน (Working condition) 5) เงินเดือน (Salary) 6) ความสัมพันธ์กับผู้บริหารชั้นสูง (Relationship with peers) 7) ชีวิตส่วนตัว (Personal life) 8) ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา (Relationship with subordinate) 9) สถานภาพ (Status) และ 10) ความมั่นคง (Security)

2. ปัจจัยจูงใจ (Motivator factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานที่ปฏิบัติ ปัจจัยจูงใจนี้จะถูกใช้เพื่อการ สร้างแรงจูงใจให้มีมากขึ้น ซึ่งถ้ามีปัจจัยจูงใจมากเท่าใดความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานก็จะมากขึ้นเท่านั้น ปัจจัยจูงใจเหล่านี้ได้แก่ 1) ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) 2) การยอมรับนับถือ (Recognition) 3) ลักษณะของงาน (Work itself) 4) ความรับผิดชอบ (Responsibility) 5) ความก้าวหน้า (Advancement) และ 6) การเติบโตในหน้าที่การงาน (Growth)

จากทฤษฎีความพึงพอใจที่กล่าวมาแล้วข้างต้นล้วนเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารทั้งสิ้น เนื่องจากการที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ธนาคารก็ควรตระหนักถึงความต้องการของลูกค้าเสียก่อน ผู้วิจัยจึงตระหนักถึงข้อนี้และได้นำผลงานวิชาการที่เกี่ยวข้องที่สอดคล้อง พร้อมทั้งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการบริหารจัดการด้านการให้บริการของธนาคารต่อไป

2.5 ทฤษฎีการบริการ

กุลธน ธนาพงศธร (2538 : 5) (ศิริกัญญา กระจายศรี. 2549 : 40) ได้กล่าวถึงการกำหนดนโยบายและการวางแผนในการบริหาร ดังต่อไปนี้

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้ต้องตอบสนองความต้องการของบุคลากรส่วนใหญ่ หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ

2. หลักความสม่ำเสมอ การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มิใช่ทำตามความพอใจของผู้บริการหรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มารับบริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างชัดเจน

4. หลักความประหยัดค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ไปในการบริการ ต้องไม่มากเกินไปกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการต้องเป็นลักษณะที่ปฏิบัติได้ง่าย สะดวกสบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรน้อย ไม่สร้างความยุ่งยากแก่ผู้ให้ หรือรับบริการมากเกินไป

จากหลักการให้บริการทั้ง 5 ประการ หน่วยงานผู้ให้บริการจำเป็นต้องสร้างคุณภาพให้เกิดกับการบริการในลักษณะ 1) การเข้าถึงผู้รับบริการ (Access) ต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ผู้รับบริการ คือ ไม่ให้ผู้รับบริการคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมเพื่อแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า 2) การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย 3) ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในการทำงาน 4) ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเองและมีวิจรรณญาณ 5) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) องค์กรและบุคลากรต้องมีความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้กับผู้รับบริการ 6) ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้ต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง 7) การตอบสนอง (Responsiveness) พนักงานต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ผู้รับบริการอย่างรวดเร็วตามที่ผู้รับบริการต้องการ 8) ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยง และปัญหาต่างๆ 9) การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ผู้รับบริการได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าวได้ 10) การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Understanding/ knowing customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วันเพ็ญ เนียมหอม (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของพนักงานธนาคารออมสินภาค 4 ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในบริการในประเด็นต่าง ๆ อยู่ในระดับมากขึ้นทุกประเด็น เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการต่อการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของธนาคารออมสินภาค 4 พบว่าอายุ สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับเพศ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาที่ใช้บริการกับธนาคารที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับปัญหาของพนักงานที่พบจากการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ คือ ผู้ปฏิบัติไม่เข้าใจนโยบายการจัดการ รองลงมาคือการบริหารจัดการส่วนใหญ่ อยู่ที่ผู้บริหารเพียงคนเดียว สำหรับข้อเสนอแนะพบว่า พนักงานได้เสนอว่า ควรมีการจัดการแบบมีส่วนร่วม ไม่ใช่เป็นการรับฟังกันและกัน ควรมีการไตร่ตรองโดยไม่มีอคติเพื่อปรับปรุงแนวทางการบริหารงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน

สุมาลี พรรณนิยม (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า 1) พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าในเรื่องสาเหตุการใช้บริการ พบว่า ลูกค้าใช้บริการเนื่องจากสะดวก ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงานมากที่สุด จำนวนครั้งการมาใช้บริการ 1-2 ครั้ง / เดือนมากที่สุด ลูกค้ามาใช้บริการฝาก / ถอนมากที่สุด ระยะเวลาการเป็นลูกค้าตั้งแต่ 3-4 ปีมากที่สุด และช่วงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการมากที่สุดคือ 11.31 – 13.00 น. 2) ลูกค้าที่ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) 4 ด้าน ได้แก่ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการการให้บริการ ด้านเครื่องมือ / เครื่องใช้ และด้านอาคาร / สถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) ลูกค้าที่เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงสุดและรายได้แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารแตกต่างกัน 4) ลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้ แตกต่างก็มีพฤติกรรมการใช้บริการไม่แตกต่างกันและลูกค้าที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการในเรื่องระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน และมีพฤติกรรมการใช้บริการเรื่องจำนวนครั้งในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน 5) ลูกค้าที่มาใช้บริการมีพฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ สาเหตุการใช้บริการ จำนวนครั้งในการใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ช่วงเวลาที่ลูกค้าใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไม่แตกต่างกัน

ชลพรรณ นิยม (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ : ศึกษาเฉพาะลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการธนาคาร ส่วนใหญ่จะมาใช้บริการในช่วงพักเที่ยงเวลา 11.31-13.30 น. เหตุผลในการมาใช้บริการเพราะอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือใกล้บ้าน มาใช้บริการทางด้านฝาก-ถอน ของบริการเอทีเอ็ม ความถี่ในการมาใช้บริการ คือ 1-3 ครั้ง/เดือน เหตุผลในการมาใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ คือ มีความสะดวก และปัญหาที่พบมากที่สุด คือ เรื่องเอทีเอ็มเสียบ่อย ผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 5 บริการ ระดับความพึงพอใจปานกลาง หากมองแยกออกเป็นแต่ละด้านพบว่า ผู้ใช้บริการธนาคาร

อิเล็กทรอนิกส์ทางด้านประสิทธิภาพ มีระดับความพึงพอใจมาก ส่วนทางด้านความสะดวกและส่งเสริมการขาย มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพของบริการเอทีเอ็มมากที่สุด รองลงมาคือ บริการฝากเงินอัตโนมัติ และบริการบันทึกรายการอัตโนมัติ ด้านความสะดวกผู้ให้บริการมีความพึงพอใจบริการเอทีเอ็มมาก รองลงมาคือความพึงพอใจปานกลางคือบริการบันทึกรายการอัตโนมัติ และบริการบั่วหลวงโฟน ด้านส่งเสริมการขาย 5 บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจปานกลาง การเปรียบเทียบความพึงพอใจผู้ให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ใช้มีระดับความพึงพอใจต่อบริการเอทีเอ็มมากกว่าบริการอื่นๆ ทั้งทางด้านประสิทธิภาพ และความสะดวกในการใช้บริการ

อเนก สุภรณาเศรษฐ์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการฝาก – ถอนของลูกค้าธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ผลการศึกษา กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการฝาก – ถอนเงินธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่อยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ ดังนี้ ด้านการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ ส่วนด้านราคาค่าธรรมเนียม/อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านกระบวนการในการให้บริการกลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการฝาก – ถอนธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ที่มี เพศ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความพึงพอใจการใช้บริการฝาก – ถอนไม่แตกต่างกัน ส่วนด้าน อายุ มีความพึงพอใจการใช้บริการฝาก – ถอนแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยในด้านต่าง ๆ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการฝาก – ถอนของลูกค้าธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่แล้ว พบว่า ปัจจัยด้านการบริการ ด้านสถานที่ตั้ง ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านกระบวนการในการให้บริการ มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการฝาก – ถอนเงินของลูกค้าธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

ฉันทนา จารูร (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) สาขาवरจักร ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าของธนาคารที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการของธนาคารโดยรวมแตกต่างกัน และลูกค้าของธนาคารที่มี อาชีพ และประสบการณ์แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการของธนาคารโดยรวมไม่แตกต่างกัน

พฤษ์ สิงหวรกิจ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สังกัดเขตส่วนภูมิภาคเขต 24 ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

สังกัดส่วนภูมิภาคเขต 24 ด้านคุณภาพผู้ให้บริการ ด้านพฤติกรรมการให้บริการ ด้านการสร้างบรรยากาศงานบริการ และด้านการให้บริการทางโทรศัพท์อยู่ในระดับมาก ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำเดือน อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เขตส่วนภูมิภาคเขต 24 โดยภาพรวม และรายด้านทั้ง 4 ด้าน ไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้ำที่เข้ารับบริการจากธนาคารที่มีขนาดต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สังกัดเขตส่วนภูมิภาคเขต 24 โดยภาพรวม และเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยลูกค้ำธนาคารขนาดเล็กกว่ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการมากกว่าลูกค้ำธนาคารขนาดกลางและขนาดใหญ่

วิจิตร จิตรวสินกุล (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาดอนราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความพึงพอใจในระดับปานกลางทุกปัจจัย มีความพึงพอใจในระดับมากเพียง 2-3 ปัจจัยเท่านั้น และยังมีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืม และปัจจัยด้านกระบวนการ (ขั้นตอนการให้บริการ) คือ พนักงานที่ให้บริการ แสดงให้เห็นว่าอาจจะเกิดปัญหาต่อธุรกิจได้ในอนาคต

กัลยาณี ตปนิยากร (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบรบือ ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ำมีความพึงพอใจ ต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบรบือ โดยภาพรวม และรายด้าน 4 ด้าน อยู่ในระดับมากและมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

สุทธานี พรวัฒนานนท์ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาดอนห้วยแก้ว เชียงใหม่ โดยศึกษาไว้ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านบริการ ด้านเทคโนโลยี และด้านประชาสัมพันธ์ พบว่าลูกค้ำมีความพึงพอใจในภาพรวมต่อการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ลูกค้ำเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และการแจกของขวัญ หรือของที่ระลึกในเทศกาลสำคัญแตกต่างกันที่ระดับปานกลาง และลูกค้ำที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของธนาคารในด้านสถานที่ ด้านพนักงานแตกต่างกันในระดับน้อย ส่วนด้านเทคโนโลยีแตกต่างกันอย่างในระดับปานกลาง

ปราณี กิรติธร (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารทหารไทยโดยส่วนรวมและจำแนกตาม เพศ อาชีพ รายได้ และอายุ มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร

โดยรวมและเป็นรายด้าน 3 ด้าน คือ ด้านพนักงาน ด้านสถานที่ และด้านภาพพจน์อยู่ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในด้านบริการอยู่ในระดับปานกลางยกเว้นผู้ใช้บริการอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมและด้านสถานที่อยู่ในระดับปานกลางและผู้ใช้บริการที่มีรายได้เกิน 30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านสถานที่อยู่ในระดับปานกลาง และผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารทหารไทยเป็นรายชื่ออยู่ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านคือ พนักงานแต่งกายสุภาพ การกล่าวคำต้อนรับและทักทายแขก ความสะอาดของสถานที่ทำการและความสะดวกปลอดภัยในธนาคาร ส่วนรายชื่อที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความถูกต้องในการรับจ่ายเงิน ความรวดเร็วและความถูกต้องในการเปิดบัญชี บริการฝาก – ถอน ความรวดเร็วด้านสินเชื่อและสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้า

พิกุล ทองมา (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาซอยอุโมงค์ จังหวัดลำพูน ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนมาก ใช้บริการของธนาคารในระยะเวลา 4 ปี และยังใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ด้วย ลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมาก คือ ด้านอาคารสถานที่เป็นอันดับแรก ด้านเครื่องมือ / เครื่องใช้ ด้านพนักงาน และด้านการบริการ ตามลำดับ ในส่วนของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารใน 4 ด้าน ลูกค้าที่มีความพึงพอใจระดับมาก 3 ด้าน ของการให้บริการคือ ด้านเครื่องมือ/เครื่องใช้ ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านการบริการ สำหรับปัญหาอุปสรรคของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการมีดังนี้ พนักงานธนาคารไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าโดยการกล่าวคำทักทาย “สวัสดีครับ” หรือ “สวัสดีค่ะ” ธนาคารไม่มีการให้ของขวัญปีใหม่อย่างเพียงพอ ธนาคารไม่ได้จัดส่งตัวแทนเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งของลูกค้าและของชุมชน ธนาคารไม่ได้จัดพนักงานคอยแนะนำช่วยเหลืออธิบายการใช้บริการ และธนาคารไม่ได้จัดกิจกรรมอื่นๆ เช่น โทรทัศน์ หรือ หนังสือพิมพ์ให้อย่างเพียงพอเวลาคอยให้บริการ

อลงกรณ์ เสริมวิลาสกุล (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้า รับบริการจากธนาคารเฉลี่ย 1 – 2 ครั้งต่อเดือน บริการที่เข้ามาใช้บริการจากธนาคารส่วนใหญ่เป็นบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ สาเหตุที่ลูกค้ามาใช้บริการคือ ธนาคารมีความมั่นคง และลูกค้ามาใช้บริการด้วยเพื่อนแนะนำ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านราคา ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจพบว่า ลูกค้าเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และการบริการและด้านราคามากกว่าเพศชาย ลูกค้าที่มีอายุ

ต่างกันมีความพึงพอใจด้านสถานที่แตกต่างกัน

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้วิจัยได้แนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยว่า ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของลูกค้ามีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ และลูกค้าที่มาใช้บริการจะมีความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการการให้บริการ ด้านเครื่องมือ / เครื่องใช้ และด้านสภาพสิ่งแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวก