บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัย โดยมุ่งศึกษาความพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดชลบุรี ได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็นหัวข้อต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ความเป็นมาของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
2. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาในเขตจังหวัดชลบุรี
3. โครงสร้างองค์กรของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
4. ประเภทบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
6. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความเป็นมาของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

พระบิดาแห่งธนาคารไทย

พระเจ้าน้องยาเธอ กรมหมื่นมหิศรราชหฤทัย เสนาบดีกระทรวงพระคลังมหาสมบัติ พระบิดาแห่งการธนาคารไทย ผู้ทรงมีพระดำริริเริ่มตัดสินพระทัยตั้งธนาคารพาณิชย์ของชาวไทยขึ้นเป็นแห่งแรกของประเทศไทย ใน พ.ศ. 2449 (www.scb.co.th)

กรมหมื่นมหิศรราชหฤทัย ทรงมีพระนามเดิมว่า "พระองค์เจ้าไชยยันตมงคล" โอรสในพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ประสูติแต่เจ้าจอมมารดาห่วง เมื่อวันจันทร์ขึ้น 13 ค่ำ เดือน 3 พ.ศ. 2408 เมื่อทรงเจริญพรรษาได้เข้ารับราชการสนองพระเดชพระคุณเป็นราชองครักษ์ แล้วย้ายมารับราชการในกรมราชเลขานุการ ด้วยพระอุตสาหะวิริยะ จึงทรงดำรงตำแหน่งสูงขึ้นเรื่อยมาจนเป็นรองเสนาบดีและเสนาบดีกระทรวงวังตามลำดับ ด้วยพระปรีชาสามารถในกิจการทั้งปวง ใน พ.ศ. 2438 เมื่อทรงมีพระชนม์เพียง 30 พรรษา จึงได้เฉลิมพระยศเป็นพระองค์เจ้าต่างกรม มีพระนามตามจารึกในพระสุพรรณบัฏว่า "พระเจ้าน้องยาเธอกรมหมื่นมหิศรราชหฤทัย มุสิกนาม ทรงศักดินา 150,000" ในด้านการทหารนั้นทรงดำรงพระยศเป็นนายพันเอกราชองครักษ์ หลังจากได้รับการสถาปนาและทรงกรมแล้วก็ย้ายมาดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงพระคลัง

มหาสมบัติ และได้โดยเสด็จพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อครั้งเสด็จประพาสยุโรปครั้งแรก พ.ศ. 2440 ด้วยพระองค์หนึ่ง

ระหว่างทรงงานที่กระทรวงพระคลังมหาสมบัตินี้ ทรงปรับปรุงระบบหน่วยและมาตราเงินไทยจากเดิมมีหน่วยเป็นจำนวนมากให้เหลือเพียง 2 หน่วย เป็น "บาท" และ "สตางค์" ทำให้การจัดทำบัญชีงบดุลสามารถลงบันทึกหน่วยของเงินมาตราได้ง่ายขึ้น รวมทั้งจัดพิมพ์ธนบัตรขึ้นใช้งานสำคัญอีกอย่างหนึ่งได้แก่ ความพยายามที่จะให้มีธนาคารกลางของประเทศขึ้นเพื่อดูแลระบบการเงินของประเทศ แต่โดยที่ประเทศไทยยังขาดความพร้อมอยู่มาก จึงทรงหันไปตั้งธนาคารพาณิชย์ขึ้นทดลองดำเนินงาน โดยเรียกว่า "บุคคลภัย" ใน พ.ศ. 2447 (ร.ศ. 123) มีที่ทำการอยู่ที่ตึกแถวของพระคลังข้างที่ ณ ตำบลบ้านหม้อ เมื่อกิจการธนาคารพาณิชย์ที่ชื่อว่าบุคคลภัยดำเนินการได้ผลดี จึงทรงขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตตั้งเป็น "บริษัทแบงก์สยามกัมมาจล" เมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม ร.ศ. 125 และได้รับพระบรมราชานุญาตให้รับจดทะเบียนเป็นธนาคารได้เมื่อวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2469

บุคคลภัยได้ดำเนินกิจการเรื่อยมาจนวันที่ 30 มกราคม 2449 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้ตั้ง "บริษัท แบงก์สยามกัมมาจล ทุนจำกัด" นับเป็นธนาคารพาณิชย์แห่งแรกของคนไทย โดยได้รับพระราชทานตราอาร์มแผ่นดินให้เป็นตราประจำธนาคารด้วย ต่อมาในรับสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงยกเลิกตราอาร์มแผ่นดินเปลี่ยนเป็นตราครุฑ ธนาคารจึงเปลี่ยนจากตราอาร์มมาเป็นตราครุฑ โดยมีข้อความจารึกพิเศษว่า "ตั้งโดยพระบรมราชานุญาต" อยู่ในแถบแพรเป็นกรณีพิเศษตั้งแต่นั้นมา บริษัท แบงก์สยามกัมมาจล ทุนจำกัด ได้ดำเนินการด้วยความเจริญรุดหน้ามาเป็นลำดับ และกิจการขยายตัวอย่างรวดเร็ว

ในช่วงก่อนหน้าที่จะมีสงครามโลกครั้งที่ 2 ไม่นานนัก (พ.ศ. 2482) ได้มีการเปลี่ยนชื่อจาก "สยาม" มาเป็น "ไทย" ส่งผลให้ชื่อของสถาบัน องค์กรต่าง ๆ ที่เคยใช้คำว่า "สยาม" ต้องปรับเปลี่ยนมาใช้คำว่า "ไทย" แทน เพื่อความสอดคล้องและเหมาะสม บริษัทแบงก์สยามกัมมาจล ทุนจำกัด จึงเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น "ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด" เพื่อให้สอดคล้องกับภาพการณ์และยุคสมัย นับตั้งแต่วันที่ 27 มกราคม 2482 โดยมีสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์และกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ธนาคารไทยพาณิชย์ได้ดำเนินกิจการรุดหน้าไปด้วยดี และเป็นรากฐานให้กับระบบธนาคารไทย จนมีธนาคาร จนมีธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ เกิดขึ้นอีกมากมายหลายธนาคาร จวบจนกระทั่งปี 2541 ธนาคารไทยพาณิชย์ จึงได้ขยายงานรองรับความเจริญเติบโตโดยย้ายสำนักงานใหญ่จากตำบลตลาดน้อย มาอยู่ที่ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ซึ่งเป็นถนนสายธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ในขณะนั้น

ต่อมาในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2518 ธนาคารไทยพาณิชย์ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเปลี่ยนชื่อให้สอดคล้องกับสถานภาพ โดยใช้ชื่อว่า "ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)" และ ใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า "Siam Commercial Bank Public Company Limited" ซึ่งเป็นชื่อที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ธนาคารไทยพาณิชย์ ยังคงดำเนินงานภายใต้ปณิธานอันแน่วแน่ด้วยคุณภาพควบคู่คุณธรรม และด้วยวิสัยทัศน์อันก้าวไกลในการปรับตัวเพื่อเตรียมพร้อมสู่ยุคเศรษฐกิจ และ นโยบายการก้าวสู่ระดับมาตรฐานสากล โครงการไทยพาณิชย์ ปาร์ค พลาซ่า จึงถือกำเนิดขึ้นพร้อมกับสำนักงานใหญ่แห่งใหม่ของธนาคารไทยพาณิชย์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในโครงการฯ ที่มีทั้งความสวยงามทันสมัยสมบูรณ์พร้อมด้วยเทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวก ตั้งอยู่บริเวณถนนรัชดาภิเษก ใกล้สี่แยกรัชโยธิน โดยเปิดอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2539

นับเป็นเวลาเกือบศตวรรษที่ผ่านมา ที่ธนาคารไทยพาณิชย์แห่งนี้ได้รับพระราชทานพระบรมราชานุญาตให้ตั้ง "บริษัท แบงก์สยามกัมมาจล ทุนจำกัด" นับเป็นธนาคารพาณิชย์แห่งแรกของคนไทยตราบจนปัจจุบัน ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มิได้มุ่งเพียงการดำเนินธุรกิจในฐานะที่เป็นธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งแรกเท่านั้น หากแต่ยังอุทิศตนเต็มความสามารถเพื่อสร้างความมั่นคงและความเจริญก้าวหน้าแก่ระบบการเงิน การธนาคาร และเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ดังปณิธานของธนาคาร 6 ประการ ที่ได้ยึดมั่นเสมอมาว่า

- มุ่งมั่นต่อการให้บริการที่เป็นเลิศ
- ยึดมั่นต่อการทำงานร่วมกัน
- เชื่อมั่นในคุณค่าของตน
- ตั้งมั่นต่อการบริหารด้วย คุณภาพและความชอบธรรม
- ยึดมั่นในความซื่อสัตย์ ซื่อตรง และมีวัฒนธรรมที่ดีงาม
- ถือมั่นต่อการมีส่วนร่วมในสังคมและประเทศชาติ

ด้วยมุ่งมั่นต่อการให้บริการที่เป็นเลิศ ธนาคารไทยพาณิชย์ได้พัฒนาการบริการด้วยจิตสำนึกในการให้บริการที่ดี และเข้าใจความต้องการของลูกค้า ด้วยการริเริ่มและคิดค้นปรับปรุงกิจการทั้งในด้านเงินฝาก ด้านสินเชื่อ รวมทั้งบริการทางการเงินทุกประเภท เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ได้แก่ บริการบัตรเครดิต บริการการค้าต่างประเทศ บริการเสริมพิเศษอื่น ๆ ครบวงจรและสมบูรณ์แบบ รวมทั้งบริการอิเล็คโทรนิคแบงก์กิ้ง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอย่างครบวงจร ธนาคารไทยพาณิชย์ได้นำเทคโนโลยีท์ ทันสมัย มาให้บริการลูกค้า เริ่มด้วยการนำระบบบริการเงินด่วน ATM เข้ามาใช้บริการเป็นธนาคารแรก การวางรากฐานระบบธนาคารอิเล็คโทรนิค

แบงก์กิ้งที่ลูกค้าสามารถใช้บริการต่าง ๆ ของธนาคารได้สะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนเวลาใด ธนาคารไทยพาณิชย์พัฒนาเครือข่ายการบริการครอบคลุมทั่วประเทศ รวมทั้งรองรับความต้องการของลูกค้าได้ทั่วโลก จากปณิธานที่มุ่งมั่นให้บริการที่เป็นเลิศ ธนาคารได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9002 ครอบคลุมธุรกิจบริการ ของธนาคารด้วยมาตรฐานสากลและเป็นที่ยอมรับ ด้วยการประกาศรางวัลเกียรติคุณ จากองค์กรและสถาบันต่าง ๆ เช่น รางวัลธนาคารพาณิชย์ที่ดีที่สุดของประเทศไทย (Best Commercial Bank of THAILAND) รางวัลธนาคารแห่งปี (Bank of The Year) รางวัลการบริหารองค์กรและคุณภาพ การให้บริการที่ประสบความสำเร็จมาอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นเครื่องประกันได้ถึงความพยายามที่ไม่เคย หยุดยั้ง

ธนาคารไทยพาณิชย์มุ่งมั่นต่อการส่งเสริมระบบ เศรษฐกิจของไทย ให้สอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจการคลังและสังคมของประเทศ ภาวะที่ประเทศขาดแคลนเงินออม ธนาคารได้เร่งระดมเงินออมและการสนับสนุนสินเชื่อ เพื่อให้ประชาชนมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง และความจำเป็นในการพัฒนาวงจรด้านธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจขนาดกลาง หรือธุรกิจขนาดย่อม ธนาคารมุ่งมั่นที่จะให้บริการที่มีคุณภาพให้แก่ธุรกิจที่เป็นพื้นฐานสำคัญของประเทศ ในด้านสังคมธนาคารได้เล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาของเด็กและเยาวชน การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมคุณภาพชีวิตในทุกด้าน

จากปณิธานและความมุ่งมั่นที่ดำเนินมากว่าหนึ่งศตวรรษ ด้วยการพัฒนาที่ไม่หยุดยั้งตามพันธกิจของธนาคาร วันนี้ธนาคารไทยพาณิชย์ไม่เป็นเพียงสถาบันการเงินที่อยู่คู่กับสังคมไทย เป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศเท่านั้น ธนาคารไทยพาณิชย์ยังมีวิสัยทัศน์ที่จะเป็นธนาคารที่ดีเลิศของคนไทย ควบคู่ไปกับภารกิจในการมุ่งสร้างคุณค่าบริการเพื่อลูกค้า สร้างผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น เสริมความมั่นคงให้พนักงาน และสืบสานคุณค่าสู่สังคมตลอดไป

บุคคลัภย์ (book club)

บุคคลัภย์เปิดดำเนินการในวันที่ 4 ตุลาคม พ.ศ. 2447 โดยมีพระสรรพการหิรัญกิจเป็นผู้จัดการ ประกอบด้วยพนักงานจำนวน 18 คน มีคอมปราโดเป็นชาวจีน 4 คน ส่วนการดำเนินงานนั้นแม้ว่าจะกำหนดไว้ในหนังสือบริคณฑ์สนธิหรือที่เรียกว่า "หนังสือแจ้งความเรื่องตั้งบุคคลัภย์" ว่าเป็นกิจการห้องสมุด มีหนังสือประเภทต่าง ๆ ไว้บริการให้สมาชิกอ่านและยืมได้ก็ตาม แต่การดำเนินธุรกิจที่แท้จริงเป็นการดำเนินธุรกิจธนาคารพาณิชย์ ซึ่งต่อมาพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวให้ออกประกาศพระราชทานอำนาจพิเศษให้ "บริษัทแบงก์สยามกัมมาจลทุนจำกัด" ประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ได้ ซึ่งต่อมาธนาคารแห่งนี้ได้กลายเป็น "ต้นแบบธนาคารไทย" ที่มั่นคงมาจนทุกวันนี้

แบงก์สยามกัมมาจล ทุนจำกัด

แบงก์สยามกัมมาจล ทุนจำกัด เปิดดำเนินการในอาคารที่ทำการของบุคคลภัย์เดิม ที่ตำบลบ้านหม้อ ในปี พ.ศ. 2449 โดยมีพระสรรพการหิรัญกิจเป็นผู้จัดการฝ่ายในประเทศและนายเอฟ คิ เลียน ตัวแทนผู้ถือหุ้นชาวต่างประเทศสัญชาติเยอรมันเป็นผู้จัดการฝ่ายต่างประเทศ ในการเปิดดำเนินกิจการธนาคารขึ้นนี้ คณะผู้จัดตั้งได้ขอพระราชทานตราอาร์มแผ่นดินมาเป็นตราประจำธนาคารตั้งแต่ต้น

หลังจากที่แบงก์สยามกัมมาจล เปิดดำเนินการเป็นธนาคารพาณิชย์แห่งแรกและสามารถดำเนินงานได้ราบรื่น ก็เป็นตัวอย่างให้บรรดาผู้มีฐานะและพ่อค้าชาวจีนในกรุงเทพฯ พากันยื่นขออนุญาตเปิดธนาคารพาณิชย์ขึ้นอีกหลายแห่ง ได้แก่ บริษัท แบงก์ยู่เส็งเฮง พ.ศ. 2450 บริษัท บางกอกซิตี้แบงก์ จำกัด พ.ศ. 2452 บริษัท แบงก์มณฑล จำกัด เป็นต้น

การที่แบงก์สยามกัมมาจล ยังคงเปิดดำเนินการในอาคารเดิมของบุคคลภัย์ ในขณะที่มีปริมาณธุรกิจสูงขึ้นทั้งมีพนักงานเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก จึงทำให้จำเป็นต้องแสวงหาที่ทำการใหม่ หลังจากที่ซื้อที่ดินย่านตลาดน้อย ติดกับตำบลสำเพ็ง ย่านธุรกิจที่สำคัญและสร้างสำนักงานชั่วคราวขึ้น เมื่อได้ย้ายเข้าไปทำงานในสำนักงานแห่งใหม่จนแล้วเสร็จ แบงก์สยามกัมมาจลจึงย้ายขึ้นไปทำการในตัวตึกสำนักงานตลาดน้อย ใน พ.ศ. 2453 และได้เปิดบริการด้านต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ได้แก่ เงินฝากสงวนทรัพย์ หรือเงินฝากออมทรัพย์ขึ้นดำเนินการเป็นครั้งแรกในประเทศไทย เพื่อช่วยให้ประชาชนรู้จักออมทรัพย์ซึ่งมีที่เก็บที่ปลอดภัยและได้รับผลตอบแทนตามสมควรขึ้น นอกจากนี้ยังได้ริเริ่มนำบริการเงินฝากประจำ เงินฝากเผื่อเรียก (deposit at call) และการให้กู้เบิกเกินบัญชีขึ้นอีกเช่นกัน แต่อย่างไรก็ดีในช่วงแห่งการขยายตัวในด้านการให้บริการเพิ่มขึ้น ณ ที่ทำการชั่วคราวแห่งใหม่นี้ ผู้ถือหุ้นชาวต่างประเทศได้ขอถอนหุ้นทั้งหมด และผู้จัดการฝ่ายต่างประเทศก็ขอลาออก ดังนั้น แบงก์สยามกัมมาจลจึงไม่มีผู้ถือหุ้นสำคัญเป็นชาวต่างประเทศมาตั้งแต่ครั้งนั้น

จนกระทั่งใน พ.ศ. 2482 ภาวะตึงเครียดของการสะสมกำลังอาวุธในทวีปยุโรปก็ระเบิดขึ้นเป็นสงครามโลกครั้งที่ 2 ก็พอดีกับรัฐบาลประเทศไทยเห็นควรเปลี่ยนชื่อประเทศไทยให้สอดคล้องกับชื่อของชนชาติ จาก "สยาม" เป็น "ไทย" แล้ว แบงก์สยามกัมมาจลจึงเปลี่ยนชื่อมาเป็น "ธนาคารไทยพาณิชย์" เพื่อสนองนโยบายของรัฐบาลในวันที่ 27 มกราคม พ.ศ.2482

ธนาคารไทยพาณิชย์

หลังจากเปลี่ยนชื่อเป็น "ธนาคารไทยพาณิชย์" ได้เพียง 2 ปี สงครามมหาเอเชียบูรพาก็เกิดขึ้นโดยกองทัพญี่ปุ่นได้ยาตราเข้าสู่ประเทศไทยในคืนวันที่ 7 ธันวาคม 2484 เพื่อขอเดินทัพ

ผ่านไปยังแหลมมลายูและประเทศพม่า รัฐบาลไทยจำต้องให้ความร่วมมือและในที่สุดได้ประกาศสงครามกับสัมพันธมิตรในเดือนมกราคม พ.ศ. 2485 ด้วยสภาพการณ์ที่กล่าว การค้าต่างประเทศของไทยจึงทำได้กับเฉพาะประเทศญี่ปุ่น และดินแดนในอาณัติของประเทศญี่ปุ่นเท่านั้น

ผลของการสงคราม นอกจากจะทำให้ธุรกิจต่าง ๆ มีความเสี่ยงสูงขึ้น ธุรกิจนานาชนิดต้องหยุดชะงักลงโดยไม่ทราบว่าจะได้เริ่มดำเนินธุรกิจอีกเมื่อใด อันเป็นสภาพที่ไม่เอื้ออำนวยแก่ธุรกิจธนาคารพาณิชย์แต่อย่างใดนั้น สำหรับธนาคารไทยพาณิชย์ซึ่งมีผู้จัดการเป็นชาวอเมริกันซึ่งกลายเป็นชาติศัตรูไปแล้วชั่วข้ามคืน ตำแหน่งจึงต้องว่างลงโดยทันที เพื่อมิให้เกิดความเสียหายธนาคารได้แต่งตั้งให้อดีตผู้อำนวยการสำนักงานธนาคารชาติไทย นายเล้ง ศรีสมวงศ์ เข้าดำรงตำแหน่งผู้จัดการแทน การดำเนินธุรกิจของธนาคารในระยะนี้จึงเป็นไปด้วยความระมัดระวัง และพยายามสร้างรากฐานของธนาคารให้มั่นคงเป็นสำคัญ แต่แม้เช่นนั้นธนาคารก็ยังสามารถขยายสาขาออกไปยังภูมิภาคได้อีก 1 แห่ง ที่จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งมีธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าพืชไร่จำนวนมาก ทั้งเป็นที่ต้องการในฐานะสินค้าสำคัญใน พ.ศ.2 485 จนต่อมาใน พ.ศ. 2487 เมื่อนายเล้ง ศรีสมวงศ์ ได้รับพระราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงการคลัง ธนาคารจึงได้แต่งตั้งให้นายอาภรณ์ กฤษณามระ เป็นผู้จัดการคนต่อมา และหลังจากนั้นธนาคารก็แต่งตั้งชาวไทยที่มีความสามารถมาดำรงตำแหน่งนี้ตลอดมา นอกจากนี้ผลของสงครามครั้งนี้ยังทำให้สาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่เป็นคู่สงครามของประเทศญี่ปุ่นต้องปิดกิจการลง การที่บริการของธนาคารพาณิชย์เกิดขาดหายไปอย่างกะทันหันทำให้เกิดช่องว่างขึ้น จึงมีการตั้งธนาคารของชาวไทยขึ้นดำเนินงานแทนหลายธนาคาร ได้แก่ ธนาคารมณฑล จำกัด (พ.ศ. 2485) ธนาคารกรุงเทพฯ พาณิชย์การ จำกัด (พ.ศ. 2487) ธนาคารแห่งกรุงศรีอยุธยา จำกัด (พ.ศ. 2488) และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (พ.ศ. 2488) แม้ว่าธนาคารเหล่านี้ จะได้รับพนักงานของธนาคารที่ปิดลงเนื่องจากสงครามเข้าไปเป็นพนักงานของธนาคารแห่งใหม่ก็ตาม แต่ธนาคารเหล่านั้นก็ยังขาดประสบการณ์อีกมากและมีความเสี่ยงในการให้สินเชื่อทางการค้าสูงมาก เนื่องจากเป็นระยะเวลาแห่งสงคราม ดังนั้น ธนาคารไทยพาณิชย์ซึ่งเป็นธนาคารที่มีความรู้ตลอดจนประสบการณ์ด้านการค้าระหว่างประเทศมาแต่เริ่มตั้งธนาคารขึ้นใน พ.ศ. 2449 เป็นต้นมา จึงได้เข้ารับภาระอำนวยความสะดวกทั้งในด้านที่เป็นแหล่งเงินทุน และการเป็นตัวกลางด้านการเงินระหว่างประเทศให้กับพ่อค้า จนตลอดระยะเวลาของสงครามโลกครั้งที่ 2

ภายหลังสงครามสงบลงใน พ.ศ. 2489 แล้ว ความต้องการสินค้าทางการเกษตรยังคงมีอยู่สูงมาก จึงเป็นผลทำให้สินค้าทางการเกษตรของไทย มีราคาสูงขึ้นในตลาดโลก การส่งสินค้าออกก็เริ่มเฟื่องฟูขึ้น มีการตั้งบริษัทสั่งสินค้าเข้าและส่งสินค้าออกเกิดขึ้นอย่างมากมาย ประกอบกับประเทศไทยมีการควบคุมการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ โดยธนาคารแห่งประเทศไทยที่เปิด

ดำเนินการใน พ.ศ. 2485 เป็นผู้ควบคุม ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์ทั้งปวงจึงมีรายได้จากการเรียกเก็บค่าบริการในการค้ำประกัน ให้กับบริษัทผู้ส่งสินค้าออกในการยื่นขออนุญาตส่งสินค้าออกเป็นจำนวนมาก เมื่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศเริ่มฟื้นตัวขึ้นกลับสู่สภาพปกติ และเริ่มขยายตัวเจริญขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาวะของสงครามในประเทศเกาหลี ระหว่าง พ.ศ. 2492-2494 ที่ทำให้สินค้าออกของประเทศไทย ทั้งข้าว ยางพารา ดีบุก อันเป็นสินค้ายุทธปัจจัยมีราคาสูงและเป็นที่ต้องการมาก จึงทำให้ภาวะเศรษฐกิจของประเทศฟื้นตัวได้รวดเร็วเงินทุนสำรองของประเทศมีจำนวนสูงขึ้น ค่าของเงินบาทมีความมั่นคงในระดับดี การค้าระหว่างประเทศจึงขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีธนาคารพาณิชย์ของไทยได้รับอนุญาตให้เปิดดำเนินการขึ้นอีกดังเช่น ธนาคารแหลมทอง (พ.ศ. 2491) สหธนาคารกรุงเทพ (พ.ศ. 2492) ธนาคารไทยทนุ (พ.ศ. 2492) ธนาคารเกษตร (พ.ศ. 2493) ธนาคารศรีนคร (พ.ศ. 2493) ธนาคารทหารไทย (พ.ศ. 2500) ในขณะที่ธนาคารพาณิชย์ของไทยกำลังก่อตั้งขึ้นอย่างมากมายนี้ ธนาคารไทยพาณิชย์ได้ขยายสาขาออกไปอีก 6 สาขา ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

หลังจากประเทศไทยได้นำเอาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติมาเป็นแผนนำในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศมาตั้งแต่ พ.ศ. 2504 เป็นต้นมา ความต้องการเงินทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศก็เกิดขึ้นอย่างรุนแรง ธนาคารไทยพาณิชย์ซึ่งมีฐานะการดำเนินงานที่มั่นคงและมีสาขาเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว ภาวะที่กล่าวทำให้ธนาคารมีบทบาทในฐานะเป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญของประเทศมากขึ้น การขยายตัวของธุรกิจทุกด้านที่ดำเนินงานอยู่ ทำให้ธนาคารประสบปัญหาความคับแคบของสถานที่ทำงานอีกครั้งหนึ่ง เมื่อธนาคารได้จัดซื้อที่ดินย่านตำบลประตูน้ำ ซึ่งมีแนวโน้มจะเป็นศูนย์กลางธุรกิจขึ้นมาในเวลาไม่ช้านัก และสร้างอาคารสำนักงานใหญ่เสร็จแล้ว จึงได้ย้ายที่ทำการจากตำบลตลาดน้อยมายังอาคารสำนักงานใหญ่ ประตูน้ำ ใน พ.ศ. 2514

ต่อมาในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2518 ธนาคารไทยพาณิชย์ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเปลี่ยนชื่อให้สอดคล้องกับสถานภาพ โดยใช้ชื่อว่า "ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า "Siam Commercial Bank Public Company Limited" ซึ่งเป็นชื่อที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ธนาคารไทยพาณิชย์ ยังคงดำเนินงานภายใต้ปณิธานอันแน่วแน่ด้วยคุณภาพควบคู่คุณธรรม และด้วยวิสัยทัศน์อันก้าวไกลในการปรับตัวเพื่อเตรียมพร้อมสู่ยุคเศรษฐกิจ และนโยบายการก้าวสู่ระดับมาตรฐานสากล ธนาคารไทยพาณิชย์จึงได้สร้างสำนักงานใหญ่ที่ทันสมัยสมบูรณ์พร้อมด้วยเทคโนโลยี บริเวณถนนรัชดาภิเษก ใกล้สี่แยกรัชโยธิน โดยเปิดอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2539

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาในเขตจังหวัดชลบุรี

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) มีสาขาในเขตจังหวัดชลบุรี รวมทั้งสิ้น 13 สาขาเต็มรูปแบบ และ 6 สาขาย่อย ดังรายชื่อสาขาดังต่อไปนี้ (www.scb.co.th/organize/branch)

สาขาเต็มรูปแบบ

1. สาขาชลบุรี
2. สาขาพนัสนิคม
3. สาขาถนนพระยาสัจจา (ชลบุรี)
4. สาขาบางปลาสร้อย (ชลบุรี)
5. สาขาศรีราชา
6. สาขาบางแสน
7. สาขาบ้านบึง
8. สาขาแหลมฉบัง
9. สาขาบางพระ
10. สาขานาเกลือ
11. สาขาพัทยา
12. สาขาพัทยาสาย 2
13. สาขาจอมเทียน

สาขาย่อย

1. สาขาย่อยสาครพิทักษ์
2. สาขาย่อยพานทอง
3. สาขาย่อยนิคมอุตสาหกรรมสหพัฒนพิบูล (ชลบุรี)
4. สาขาย่อยสัตหีบ
5. สาขาย่อยบ้านอำเภอ (สัตหีบ)
6. สาขาย่อยนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร

โครงสร้างองค์กรของสาขาธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน)

โครงสร้างองค์กรของสาขาธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ประกอบด้วย

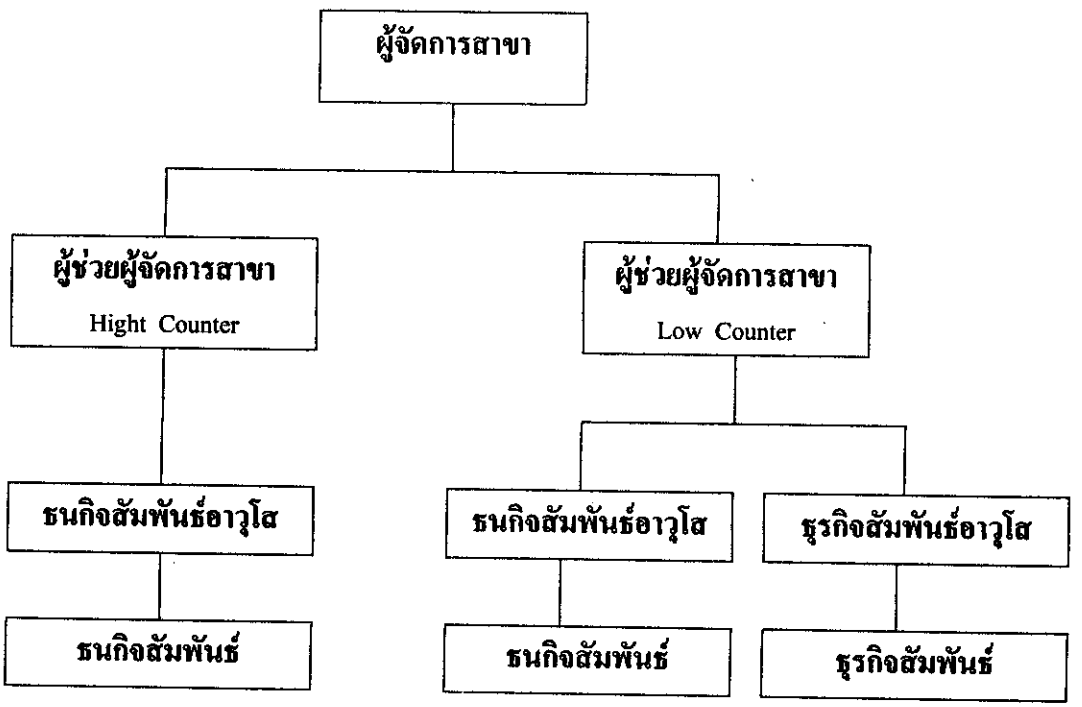
1. ผู้จัดการสาขา มีหน้าที่ควบคุมดูแล และบริหารงานของสาขาให้บรรลุตามเป้าหมาย ตลอดจนรับมอบอำนาจในการลงนามกระทำธุรกรรมต่าง ๆ แทนธนาคาร

2. ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา แบ่งแยกตามหน้าที่เป็น 2 ด้าน ได้แก่ ผู้ช่วยผู้จัดการสาขาด้านเคานท์เตอร์ให้บริการธุรกรรมทางการเงิน (high counter) ลักษณะงาน เป็นการให้บริการทางด้านรายการฝาก, ถอน, โอนทุกประเภท, รายการรับชำระสาธารณูปโภค, รายการรับชำระเงินกู้ และบริการด้านเช็คธนาคาร, เช็คของขวัญ เป็นต้น และผู้ช่วยผู้จัดการสาขาด้านเคานท์เตอร์ให้บริการขายผลิตภัณฑ์ของธนาคาร (low counter) ลักษณะงาน เป็นการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ได้แก่ เปิดบัญชีทุกประเภท, เปลี่ยนสมุดคู่ฝาก, บัตรธนาคารทุกประเภท, บัตรเครดิต, บริการเงินโอนในประเทศ, บริการการลงทุน, สินเชื่อบุคคล ตลอดจนหนังสือรับรองและค้ำประกัน เป็นต้น

3. พนักงานระดับปฏิบัติงาน แบ่งเป็น 2 ระดับ ได้แก่

3.1 พนักงานธนกิจสัมพันธ์อาวุโส คือ พนักงานปฏิบัติงานทางด้านเงินฝากอาวุโส และ พนักงานธุรกิจสัมพันธ์อาวุโส คือ พนักงานปฏิบัติงานทางด้านสินเชื่ออาวุโส

3.2 พนักงานธนกิจสัมพันธ์ คือ พนักงานปฏิบัติงานทางด้านเงินฝาก และพนักงานธุรกิจสัมพันธ์ คือ พนักงานปฏิบัติงานทางด้านสินเชื่อ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ครงสร้างองค์กรของสาขา

จากโครงสร้างของธนาคารดังกล่าว สามารถจำแนกการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดชลบุรี ได้ดังนี้

ประเภทบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ธนาคารแบ่งการบริการต่าง ๆ โดยมีลักษณะการประกอบการของธนาคาร มีดังนี้

ลักษณะของเงินฝาก

1. บัญชีเดินสะพัด (current account)

1.1 บัญชีเดินสะพัด เป็นบัญชีเงินฝากประเภทที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม ผู้ฝากจะฝากหรือถอนเงินเมื่อใดก็ได้ ในระหว่างเวลาทำการของธนาคาร

1.2 การฝากเงิน จะฝากด้วยเงินสด หรือเช็ค หรือตั๋วแลกเงินก็ได้ โดยใช้ใบนำฝาก (Pay-in) ที่ธนาคารจัดเตรียมให้

1.3 การถอนเงิน หรือสั่งจ่ายเงินใช้เช็คที่ธนาคารมอบให้ผู้ฝากอาจถอนเงินเกินกว่าที่ฝากไว้ก็ได้ เมื่อได้รับอนุมัติจากธนาคาร

2. บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ (saving account)

2.1 บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ เป็นเงินฝากประเภทที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถามอีกประเภทหนึ่งผู้ฝากจะฝากหรือถอนเงินเมื่อใดก็ได้ ในระหว่างเวลาทำการของธนาคาร ธนาคารมอบสมุดคู่ฝาก (pass book) ให้ลูกค้าเก็บรักษา การฝากและการถอนทุกรายการจะต้องนำสมุดคู่ฝากมาให้ธนาคารบันทึกรายการทุกครั้ง

2.2 การฝากเงิน จะฝากด้วยเงินสดหรือเช็คหรือตั๋วแลกเงินก็ได้ โดยใช้ใบนำฝากของธนาคาร ผู้ฝากสามารถนำสมุดคู่ฝากไปติดต่อขอฝากเงิน ได้ทุกสำนักงานทั่วประเทศ

2.3 การถอนเงิน ผู้ฝากจะต้องมาถอนที่สำนักงานหรือสาขาที่มีบัญชีอยู่ด้วยตนเอง หรือมอบฉันทะให้ผู้อื่นถอนเงินแทนก็ได้ โดยใช้ใบถอนเงินของธนาคาร และนำสมุดคู่ฝากมาบันทึกรายการด้วย แต่จะถอนเกินกว่ายอดเงินคงเหลือในบัญชีไม่ได้

2.4 ธนาคารจ่ายดอกเบี้ยให้ตามประกาศของธนาคารพาณิชย์ โดยคำนวณจากยอดเงินฝากคงเหลือประจำวัน และจะนำเข้าบัญชีให้ปีละ 2 ครั้ง ในเดือนมิถุนายนและเดือนธันวาคม กรณีผู้ฝากเป็นนิติบุคคล ธนาคารจะหักภาษีดอกเบี้ยเงินฝาก ณ ที่จ่าย และนำส่งกรมสรรพากรตามประมวลรัษฎากร

2.5 สมุดคู่ฝากชำรุดหรือสูญหาย ผู้ฝากจะต้องแจ้งให้ธนาคารทราบ กรณีสูญหายต้องมีสำเนาบันทึกแจ้งความจากสถานีตำรวจมาแสดง เพื่อให้ธนาคารออกสมุดคู่ฝากเล่มใหม่แทน

2.5.1 กรณีลูกค้ามีความประสงค์ใช้เลขที่บัญชีเดิม ให้ระบุเลขที่สมุดคู่ฝากเล่มเก่าที่สูญหายและเลขที่สมุดคู่ฝากเล่มใหม่ พร้อมทั้งวันที่รับสมุดคู่ฝากเล่มใหม่ในสำเนาบันทึกแจ้งความที่ลูกค้านำมาเป็นหลักฐาน และจัดเก็บสำเนาบันทึกแจ้งความไว้ในแฟ้มเรียงตามลำดับวันที่ ห้ามทำลาย

2.5.2 กรณีลูกค้ามีความประสงค์ขอปิดเลขที่บัญชีเดิมเพื่อเปิดเลขที่บัญชีใหม่ ให้ระบุข้อความในใบคำขอเปิดบัญชีใหม่ว่า "เปิดบัญชีแทนบัญชีเดิมเนื่องจากสมุดคู่ฝากสูญหาย" และให้ปฏิบัติตามข้อ 2.5.1

2.6 สมุดคู่ฝากจะโอนเปลี่ยนมือ แก้ไข หรือฉีกแผ่นใดแผ่นหนึ่งออกไม่ได้

3. บัญชีเงินฝากประจำ (fixed deposit)

3.1 บัญชีเงินฝากประจำ เป็นเงินฝากประเภทมีกำหนดเวลาการถอนที่แน่นอน ระยะเวลาการฝากต้องไม่น้อยกว่า 3 เดือน เมื่อผู้ฝากถอนเงินเมื่อฝากครบกำหนด จะได้รับดอกเบี้ยตามอัตราที่ธนาคารกำหนด ณ วันฝาก กรณีผู้ฝากมีความจำเป็นต้องถอนก่อนครบกำหนด 3 เดือน ธนาคารไม่จ่ายดอกเบี้ย แต่ถ้าถอนหลังจากฝากเกิน 3 เดือนแล้ว ธนาคารจะจ่ายดอกเบี้ยให้ในอัตราดอกเบี้นเงินฝากออมทรัพย์ของธนาคารและธนาคารจะต้องหักภาษีดอกเบี้ยเงินฝาก ณ ที่จ่าย และนำส่งกรมสรรพกรตามประมวลรัษฎากร

3.2 เอกสารที่ธนาคารออกให้แก่ผู้ฝากมี 2 แบบ แล้วแต่ผู้ฝากจะเลือก ทั้ง 2 แบบ จะโอนเปลี่ยนมือไม่ได้ คือ

3.2.1 ใบรับฝาก ออกให้แก่ผู้ฝากตามรายการที่ฝากรายการละ 1 ฉบับ

3.2.2 สมุดคู่ฝาก ออกให้แก่ผู้ฝากสำหรับการฝากที่มีกำหนดเวลาเท่ากันทุกรายการห้ามทำลาย

(2) กรณีลูกค้ามีความประสงค์ขอปิดเลขที่บัญชีเดิมเพื่อเปิดเลขที่บัญชีใหม่ ให้ระบุข้อความในใบคำขอเปิดบัญชีใหม่ว่า "เปิดบัญชีแทนบัญชีเดิมเนื่องจากใบรับฝากหรือสมุดคู่ฝากสูญหาย" และให้ปฏิบัติตามข้อ 3.2.3(1)

3.3 การฝากเงิน จะฝากด้วยเงินสดหรือเช็ค หรือตั๋วแลกเงินก็ได้ การฝากด้วยเช็คหรือตั๋วแลกเงิน ถ้าเรียกเก็บเงินไม่ได้ ถือว่ารายการฝากนั้นยกเลิก ผู้ฝากสามารถติดต่อขอฝากเงินเข้าบัญชีได้ทุกสำนักงานทั่วประเทศ

3.4 การถอนเงิน ผู้ฝากจะต้องมาถอนเงินที่สำนักงานหรือสาขาที่มีบัญชีอยู่ด้วยตนเอง หรือจะมอบฉันทะให้บุคคลอื่นมารับเงินแทน โดยทำหนังสือถึงธนาคาร

ในส่วนของสินเชื่อมี 4 ประเภทซึ่งประกอบไปด้วย

1. สินเชื่อในประเทศ หมายถึง การให้วงเงินเบิกเกินบัญชี การให้กู้ยืมการรับซื้อลดตั๋วเงิน การออกหนังสือสัญญาค้ำประกัน การรับรองหรือการอาวัลตั๋วเงิน การออกเลตเตอร์ออฟ

เครดิต การรับแพ็คกิ้งเครดิต การอนุมัติร้านค้าที่รับบัตรเครดิตของธนาคารวงเงินให้ใช้บัตรเครดิตของธนาคาร

2. สินเชื่อต่างประเทศ หมายถึง Letter of Credit, Trust Receipt, Shipping Guarantee หรือการค้ำประกันอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินเชื่อต่างประเทศ Packing Credit, Bill Receivable, Bill For Collection, Exchange Contract และ Offshore Loan

3. สินเชื่อชั่วคราว หมายถึง สินเชื่อในประเทศและสินเชื่อต่างประเทศระยะสั้นที่อนุมัติเป็นครั้งคราวโดยไม่มีการตั้งวงเงินถาวร

4. อำนาจอนุมัติสินเชื่อ หมายถึง อำนาจในการอนุมัติ หรือต่ออายุ หรือระงับสินเชื่อ อำนาจที่จะอนุมัติ หรือระงับสินเชื่อเป็นครั้งคราว หรือการเกินวงเงินสินเชื่อเป็นครั้งคราวอำนาจในการ เปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่งเกี่ยวกับหลักประกันผู้จำนอง ลูกหนี้ ผู้ค้ำประกัน หรือการเปลี่ยนแปลง เงื่อนไขใด ๆ ของสินเชื่อ

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

การดำเนินชีวิตของคนเราในชีวิตประจำวันล้วนมีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่งแทบทั้งสิ้น เนื่องจากคนเราอยู่คนเดียวไม่ได้จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยคนอื่นในสังคมด้วย การที่คนเรากระทำสิ่งหนึ่งหรือปฏิบัติตนต่อผู้อื่นด้วยความเต็มใจที่จะช่วยเหลือหรืออำนวยความสะดวกเพียงเพื่อจะทำให้บุคคลนั้นรู้สึกพึงพอใจเรียกได้ว่าเป็นการบริการ (service) ได้มีผู้ให้ความหมายของการบริการ ไว้หลายประการ ดังนี้

สมชาย กิจยรรยง (2536, หน้า 42-43) ได้ให้ความหมายว่า การบริการ เป็นกระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น ในอันที่จะทำให้ผู้อื่นได้รับความสุข หรือความสบาย

การบริการมีความแตกต่างจากสินค้าที่มีรูปร่าง โดยการบริการมีลักษณะที่สำคัญเช่น จับต้องไม่ได้ ไม่เป็นเนื้อเดียวกัน เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง ผู้รับบริการมีส่วนร่วมในกระบวนการเก็บในคลังสินค้าไม่ได้ และเปลี่ยนเจ้าของไม่ได้ เป็นต้น

จากความหมายที่กล่าวมาพอสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคลากรหรือองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นและก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการกระทำที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่แสดงเจตจำนงให้ได้ตรงกับสิ่งที่บุคคลนั้นคาดหวังไว้พร้อมทั้งทำให้บุคคลดังกล่าวเกิดความรู้สึกที่ดี และประทับใจต่อสิ่งที่ได้รับในเวลาเดียวกัน ใน

ความหมายนี้จะครอบคลุมการบริการทุกด้านไม่ว่าการบริการนั้น จะเป็นการบริการทั่วไปหรือการบริการเชิงพาณิชย์

ความสำคัญของการบริการต่อผู้รับบริการ

ผู้บริโภคสมัยใหม่มีความต้องการใช้บริการต่าง ๆ หลากหลายมากขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต้องรีบเร่งและแข่งขันตลอดเวลา ทั้งในด้านการดำรงชีวิตและการงานอาชีพ ทำให้จำเป็นต้องพึ่งพาผู้อื่นช่วยเหลือจัดการเรื่องต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างผาสุข กล่าวคือ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2539, หน้า 9)

1. ช่วยตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล การบริการที่พบเห็นขณะนี้มีอยู่มากมายในรูปแบบของการจัดการเชิงพาณิชย์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ธุรกิจบริการในปัจจุบันจึงมีหลากหลายประเภท ซึ่งสามารถให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคทั้งทางร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญาและจิตใจ ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องศึกษามาตรฐานของธุรกิจบริการแต่ละประเภท และเปรียบเทียบดูคุณภาพการบริการที่ตรงกับความต้องการให้มากที่สุดเพื่อให้ได้รับบริการที่ตนเองพอใจตามอัตภาพของแต่ละบุคคล

2. เสริมสร้างคุณภาพชีวิต เมื่อลูกค้าได้รับบริการที่ตรงกับความคาดหวังก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการบริการนั้น ซึ่งประสิทธิภาพของการให้บริการที่มีคุณภาพย่อมทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจและมีความสุข ทั้งนี้การให้บริการที่เป็นที่ต้องการของผู้ใช้บริการจะต้องไม่ยุ่งยาก อำนวยความสะดวกสบาย และสนองตอบสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการได้อย่างแท้จริง

แนวความคิดทฤษฎีการบริการ

มิลเลท (*Millet, 1954, pp. 397-400*) ได้ชี้ให้เห็นว่า คุณค่าประการแรกของการบริหารงานรัฐกิจทั้งหมด คือ การปฏิบัติงานด้วยการให้บริการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจกับผู้รับบริการ ซึ่งมีลักษณะที่สำคัญ 5 ประการ คือ

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน หรืออย่างยุติธรรม (equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่า คนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (timely service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องรวดเร็วทันต่อเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลย ถ้าไม่รวดเร็วทันต่อเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (ample service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีจำนวนการให้บริการและสถานที่การให้บริการอย่างเหมาะสม (the right quantity at the right geographical location) มิลเลท เห็นว่าความเท่าเทียมกัน หรือความรวดเร็วทันต่อเวลาจะไม่มีความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งให้บริการสร้างความยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (continuous service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (progressive service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

เวเบอร์ (Weber, 1966, p. 340) ได้ชี้ให้เห็นว่า การให้บริการที่มีประสิทธิภาพและประโยชน์ต่อสาธารณะชนมากที่สุด คือ การให้โดยไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือที่เรียกว่า sine learnt studio กล่าวคือ การให้บริการที่ไม่ใช้อารมณ์ และไม่มีความชอบพอใครเป็นพิเศษ แต่ทุกคนจะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์ที่อยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

จากแนวคิดทฤษฎีการบริการของ มิลเลท (Millet, 1954, pp. 397-400) ผู้วิจัยจะนำมาใช้เป็นกรอบความคิดในการวิจัยครั้งนี้ มีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านการให้บริการอย่างยุติธรรม หรือ เท่าเทียมกัน (equitable service) คือ ลักษณะการจัดให้นั้น จะต้องเป็นไปอย่างเสมอภาค และเสมอหน้าแก่ผู้รับบริการ เช่น การให้บริการแก่ลูกค้าตามลำดับการมา ก่อน-หลัง พนักงานเอาใจใส่ในการให้บริการต่อลูกค้าทุกระดับสาขาอาชีพ หรือไม่เลือกบริการลูกค้าเป็นพิเศษเฉพาะกลุ่ม หรือเฉพาะคน หากธนาคารสามารถจัดการให้บริการแก่ลูกค้าทุกรายได้อย่างยุติธรรม หรือ เท่าเทียมกัน จะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าพนักงานไม่ได้เลือกปฏิบัติ และตนเองก็เป็นลูกค้าคนสำคัญคนหนึ่งของธนาคารจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าสบายใจในการมารับบริการของธนาคาร

2. ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็ว (timely service) ทันต่อเวลาตามความจำเป็น รีบด่วนในการบริการ และความต้องการของประชาชน ในการบริการนั้น ไม่ควรให้ลูกค้า หรือผู้รับบริการรอคอยนาน หลักความจริงข้อหนึ่งที่ควรยึดถือ คือ "เวลาเป็นเงินเป็นทอง" ดังนั้น การปล่อยให้ลูกค้ารอคอยเป็นเวลานาน ๆ เป็นการสูญเสียทางเศรษฐกิจของลูกค้า ลูกค้าจะมีความรู้สึกว่าบริการที่ตนได้รับนั้นมีราคาแพง ทั้ง ๆที่มองไม่เห็นตัวเงินที่มาเกี่ยวข้อง ดังนั้น การที่ผู้ขายหรือผู้ให้บริการสามารถให้บริการโดยรวดเร็ว จึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า หรือผู้รับ

บริการ จัดระบบนัดหมายให้ดีมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ความถูกต้องของเอกสารในการให้บริการก็เป็นสิ่งสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม คือ ให้บริการด้วยความรวดเร็ว และถูกต้อง ไม่ใช่รีบร้อนจนเกิดความผิดพลาดได้

3. ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (ample service) แก่ความต้องการของผู้รับบริการ หรือการให้บริการได้อย่างพอเพียงแก่ความต้องการของการรับบริการ เช่น การจัดพนักงานไว้บริการอย่างเพียงพอ การเพิ่มช่องรับฝาก-ถอนเงินในชั่วโมงเร่งด่วน หรือเมื่อลูกค้ามารอรับบริการเป็นจำนวนมาก มีการบริการต่าง ๆของธนาคารอย่างเพียงพอ หรือครอบคลุมความต้องการของลูกค้า

4. ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (continuous service) โดยไม่มีการหยุดชะงัก หรือติดขัดในการบริการนั้น ๆ เช่น เวลาเปิด-ปิดทำการของธนาคารตามประกาศของทางราชการ เพื่อให้ลูกค้าทราบโดยทั่วกันว่าธนาคารมีวันหยุดประจำปี หรือวันหยุดงานของธนาคาร ตรงกับวันใดบ้าง หากวันที่ลูกค้าต้องการมาติดต่อทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารตรงกับวันหยุดงานของธนาคาร ลูกค้า หรือผู้มารับบริการจะได้มาติดต่อทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารล่วงหน้า เพื่อให้การติดต่อธุรกิจไม่หยุดชะงัก นอกจากนั้น ธนาคารยังได้เปิดให้บริการเครื่องบริการเงินด่วน (ATM) ซึ่งนอกจากจะถอนเงินเป็นเงินสดได้แล้ว ยังสามารถโอนเงินระหว่างบัญชีในธนาคารเดียวกัน หรือต่างธนาคารได้ และสามารถสอบถามยอดเงินคงเหลือในบัญชีได้ ซึ่งเปิดให้บริการทุกวัน ไม่มีวันหยุด ดังนั้น ในวันหยุดงานของธนาคาร ลูกค้าสามารถใช้บริการที่เครื่องบริการเงินด่วน (ATM) ได้

5. ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (progressive service) คือ ความสามารถในการบริการทั้งในด้านปริมาณ และคุณภาพให้มีความก้าวหน้า ได้แก่ มีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในงานที่ปฏิบัติ โดยจะต้องมีพื้นฐานสิ่งที่ควรรู้ ดังนี้ พนักงานทุกคนต้องรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารที่ตนจะขาย รู้เกี่ยวกับบริการที่ให้รู้ข้อมูล หรือรู้จักองค์กรที่ตนทำงานอยู่ รู้ว่าจะต้องทำงานอย่างไรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร รู้จักวิธีแก้ปัญหา และรู้จักชื่อลูกค้าประจำ สิ่งต่าง ๆเหล่านี้ทำให้พนักงานสามารถให้ข้อมูล หรือขายผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ได้ชัดเจนถูกต้อง รวมตลอดถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพ หรือเพิ่มคุณค่าในการให้บริการโดยการสร้างบรรยากาศแห่งความเป็นมิตรของพนักงาน การยิ้มแย้มแจ่มใส การให้เกียรติลูกค้า เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นเพียงสิ่งเล็กน้อยที่ผู้ให้บริการจะสามารถให้แก่ลูกค้า หรือผู้มารับบริการได้ แต่เมื่อให้ไปแล้ว พบว่ามีมนต์ขลังอย่างมากในการดึงดูดตัวลูกค้าให้กลับมาใช้บริการอีก

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ความหมายความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ลูกค้าหรือผู้รับบริการ เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญยิ่งในกระบวนการบริการ เพราะความพอใจของลูกค้า คือเป้าหมายหลักของการบริการ หากกิจการใดให้บริการที่ดีทำให้ลูกค้าพอใจย่อมสามารถรักษาลูกค้าไว้ให้กลับมาใช้บริการนั้นต่อ ๆ ไปอีก หรืออาจจะแนะนำลูกค้าใหม่ให้ด้วย ซึ่งส่งผลให้กิจการมีกำไรและประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่งอื่น ๆ ได้ การบริการที่จะให้ได้ผลตรงเป้าหมายที่สุด จึงจำเป็นต้องให้ความสนใจกับลูกค้าเป็นพิเศษ โดยเฉพาะเรื่องการรับรู้การบริการที่ลูกค้าพึงพอใจ เพราะการรับรู้จะถ่ายทอดเป็นความรู้สึกนึกคิดและเจตคติเกี่ยวกับการบริการได้ทั้งในแง่บวกและลบ

อมร รักษาสัตย์ (2536, หน้า 27) ให้ความเห็นว่า ความพอใจของผู้รับบริการเป็นมาตรการอย่างหนึ่งที่ใช้วัดประสิทธิภาพของการบริการได้ เพราะการจัดบริการของรัฐไม่ใช่สักแต่ว่าทำให้เสร็จ ๆ ไป แต่หมายถึงการให้บริการอย่างดีเป็นที่พอใจแก่ประชาชน

ตามความหมายของพจนานุกรมทางด้านจิตวิทยา (Chaplin, 1968, p. 437) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า เป็นความรู้สึกของผู้ที่มารับบริการต่อสถานบริการ ตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้น ๆ

กู๊ด (Good, 1973, p. 13) ให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการ หมายถึง คุณภาพ สภาพ หรือระดับความพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติของบุคคลที่มีต่อการให้บริการ

ตามแนวความคิดของนักการตลาดจะพบนิยามของความพึงพอใจของผู้รับบริการ ดังนี้

โอลิเวอร์ (Oliver & Fomell, 1980, p. 460) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาวะการแสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ

แอนเดอร์สัน (Anderson, 1994, p. 245) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็น 2 นัย

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่าความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อ สถานการณ์หนึ่ง

2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่าความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลาย ๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง

จากแนวความคิดพอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้นภายหลังจากการซื้อ การใช้สินค้า การได้รับบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า

อัจฉนา โทบุญ (2534, หน้า 9) ได้อธิบาย ความพึงพอใจของประชาชนที่มารับบริการงานทะเบียนราษฎร หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ความถูกต้องของเอกสาร
2. เวลาที่ใช้ในการบริการ
3. ความสะดวกจากระบบงานทะเบียนราษฎร
4. ความสะดวกจากอาคารสถานที่
5. บุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
6. วิธีปฏิบัติงานให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

สุทธิ ปั้นมา (2535, หน้า 9) ได้อธิบาย ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขากาฬสินธุ์ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ พอใจหรือประทับใจ ที่เกิดขึ้นเมื่อมาใช้บริการ ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่

1. ด้านพนักงานและการต้อนรับ
2. ด้านสถานที่ประกอบการ
3. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
4. ด้านข้อมูลที่ได้รับการบริการ
5. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารจึงหมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าหรือความคิดเห็นของลูกค้าที่ชอบหรือที่พึงพอใจต่อการให้บริการในด้านต่าง ๆ ของธนาคารที่เขากำลังติดต่ออยู่ในเวลานั้น

ความสำคัญของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง ที่ช่วยให้งานประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานเกี่ยวกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการ มีปัจจัยสำคัญประการหนึ่งเป็นที่ตัวบ่งชี้ก็คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้น ผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์อย่างสูงสุด (สาโรช ไสยสมบัติ, 2534, หน้า 15)

แนวทางการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการ

มิลเลท (Millet, 1954, p. 4) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ในการให้บริการ (satisfactory service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยการพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

1. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างยุติธรรม โดยลักษณะการจัดให้นั้น จะต้องเป็นไปอย่างสม่ำเสมอและเสมอภาค (equitable service)

2. ความสามารถในการจัดบริการอย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (timely service) ตามลักษณะของความจำเป็นรีบด่วน ในการบริการและความต้องการของประชาชนในการบริการนั้น

3. แก่ผู้รับบริการ ความสามารถในการจัดบริการให้เพียงพอแก่ความต้องการของผู้รับบริการ (ample service)

4. ความสามารถในการจัดบริการให้ต่อเนื่อง (continuous service) โดยไม่มีการหยุดชะงักหรือติดขัดในการให้บริการนั้น

5. ความสามารถในการพัฒนาบริการที่จัดให้ทั้งในด้านปริมาณ และคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้า (progressive service) ตามลักษณะของบริการนั้น ๆ เรื่อยไป

ทฤษฎีด้านลูกค้าสัมพันธ์ (Freemantle, 1993 อ้างถึงใน ธีรศักดิ์ วรสุข, 2537, หน้า 12-16) ได้เสนอกรอบแนวความคิดที่มองความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าหรือผู้รับบริการกับผู้ขายหรือผู้ให้บริการว่าเป็นตัวกำหนดความพึงพอใจในบริการ ไว้ดังนี้

1. รักษาคำมั่นสัญญาที่ให้กับลูกค้าหรือผู้รับบริการ ในการประกอบธุรกิจใด ๆ ก็ตาม มักจะมีการนัดหมายในการให้บริการต่าง ๆ เช่น บริการซ่อมหลังการขายหรือบางครั้งถ้าสินค้าเป็นเรื่องของการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ ถ้าผู้รับบริการมีปัญหาใดก็ตามองค์กรหรือผู้ประกอบการจะต้องให้ความสนใจในการให้บริการเมื่อมีการนัดหมาย จะให้บริการเมื่อใดก็ตามหรืออย่างไรก็ตามองค์กรนั้นจะต้องทำตามการนัดหมายหรือข้อตกลงนั้นโดยไม่บิดพลิ้ว และควรให้บริการอย่างรวดเร็ว อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างมีมิตรภาพด้วยสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส มีความนอบน้อมโดยไม่มีการบ่นถึงความเหนื่อยยากหรือสิ้นเปลืองต่าง ๆ การกระทำเช่นนี้ถือว่าเป็นกฎสำคัญข้อแรกที่ผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นกฎเกณฑ์ในการให้บริการแก่ลูกค้า

2. ตอบรับโทรศัพท์ที่โทรเข้ามาอย่างรวดเร็วภายในไม่เกิน 5 วินาที การตอบรับโทรศัพท์ช้า ถือว่าเป็นการทำลายภาพพจน์และความน่าเชื่อถือของบริษัท ได้มีการวิจัยพบว่าเวลา 5 วินาที เป็นการที่ผู้โทรศัพท์จะมีความรู้สึกสามารถอดทนการรอคอยได้ดีที่สุด การปล่อยให้ลูกค้าที่รับบริการทางโทรศัพท์รอคอยเกิน 5 วินาที อาจมีผลทำให้ลูกค้ารู้สึกที่ไม่ดีต่อบริษัทและบริการนั้น ๆ หรือลูกค้าอาจจะเปลี่ยนใจไปใช้บริการที่อื่น

3. ตอบรับในเรื่องได้รับเอกสารหรือหลักฐานต่าง ๆ ภายใน 2 วัน เอกสารบางอย่างที่ส่งมายังบริษัทอาจจะไม่จำเป็นต้องตอบ แต่ว่าเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการขอใช้บริการหรือสอบถามบริการหรือข้อแนะนำต่าง ๆ ที่มีต่อองค์กรควรจะได้ทำให้แล้วเสร็จภายใน 2 วัน อาจจะมีเอกสารบางอย่างที่ไม่สามารถตอบได้ภายใน 2 วัน แต่ผู้ขายหรือผู้ใช้บริการจะต้องมีการตั้งเป้าหมายที่แน่ชัดว่าจะทำให้แล้วเสร็จเมื่อใดในการตอบเอกสารต่าง ๆ เหล่านี้ เจ้าของหรือบุคคลที่อ้างถึงในจดหมายหรือเอกสารนั้น ควรจะเป็นผู้ตอบหรือมีลายเซ็นต์แสดงว่าได้ตอบ ไม่ใช้ให้ผู้อื่นตอบแทน

4. ไม่ควรให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรอคอยนานเกิน 5 นาที การให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรอคอยเป็นเวลานานก่อนที่จะมีผู้มาให้บริการ เป็นการสร้างความรู้สึกที่ไม่ดีต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการ หลักความจริงข้อหนึ่งที่ควรยึดถือ คือ "เวลาเป็นเงินเป็นทอง" ดังนั้น การปล่อยให้ลูกค้ารอคอยเป็นเวลานาน ๆ เป็นการสูญเสียทางเศรษฐกิจของลูกค้า ลูกค้าก็จะมีความรู้สึกว่าบริการที่ตนได้รับนั้นมีราคาแพงทั้ง ๆ ที่มองไม่เห็นตัวเงินที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น การที่ผู้ขายหรือผู้ให้บริการสามารถให้บริการโดยรวดเร็ว จึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการ การจัดระบบนัดหมายให้ดีมีประสิทธิภาพจะเป็นมาตรการหนึ่งในการลดเวลาการรอคอยแต่ต้องระมัดระวังไม่ให้ลูกค้าต้องมารอคอยและมีการผิดเวลานัดหมายเป็นอันขาด

5. พนักงานทุกคนจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า การติดต่อหรือทำธุรกิจกันทุกครั้งพนักงานจะต้องทำแบบให้เกียรติแก่ลูกค้า แสดงกิริยามารยาทเรียบร้อย อ่อนน้อมถ่อมตน มีความเป็นมิตรกับลูกค้า และต้องแสดงความสนใจในตัวลูกค้า มีผู้วิจัยพบว่า มีลูกค้าอยู่ประมาณ 1 เปอร์เซ็นต์ ที่แสดงกิริยามารยาทไม่เรียบร้อยหรือก้าวร้าวต่อพนักงานหรือผู้ให้บริการซึ่งจำนวนนี้จะถือว่าเล็กน้อย เมื่อเทียบกับลูกค้าอีก 99 เปอร์เซ็นต์ ที่สุภาพเรียบร้อย นอบน้อม แต่ในกฎหรือแนวทางของการสร้างลูกค้าสัมพันธ์ที่ดีนั้น ลูกค้าจำนวน 1 เปอร์เซนต์นี้ก็ควรจะได้รับบริการอย่างสุภาพและไม่ต้องแสดงอาการก้าวร้าวตอบ การมีทัศนคติที่ดีของพนักงานผู้ขายหรือเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการนั้นจะสามารถเห็นได้จากรอยยิ้มบนใบหน้า คำพูดที่อ่อนหวานหรือราบรื่นหูความสนใจที่ให้แก่ลูกค้าที่อาจผ่านสายตาที่มองดูลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ และคำพูดของคุณที่ให้แก่ลูกค้า สิ่งเหล่านี้เป็นเพียงสิ่งเล็กน้อยที่ผู้ให้บริการจะสามารถให้แก่ลูกค้าหรือผู้มารับบริการได้แต่เมื่อให้ไปแล้วพบว่ามีมนต์ขลังอย่างมากในการดึงดูดตัวลูกค้าให้กลับมาใช้บริการอีก

6. เมื่อมีสิ่งบกพร่องเกิดขึ้น รีบไปหาลูกค้าหรือผู้รับบริการก่อนที่ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้รับบริการจะมาหา ความผิดพลาดหรือบกพร่องบางประการเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้เสมอ เช่น บริษัทได้ให้สัญญาแก่ลูกค้าว่าจะส่งมอบของให้ภายในเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือสัญญาว่าจะซ่อมสินค้าที่ซื้อไปให้เสร็จภายในเวลาที่นัดหมาย แต่ไม่สามารถทำได้เนื่องจากเหตุสุดวิสัย เช่น พนักงานซ่อมหรือ

พนักงานส่งของไม่มาทำงานอันเนื่องมาจากอุบัติเหตุหรือเหตุสุดวิสัยจริง ๆ ในสถานการณ์เช่นนี้จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ขายหรือผู้ให้บริการจะต้องรีบติดต่อ และแจ้งให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการทราบก่อนที่เขาจะพบหรือทราบว่าท่านไม่สามารถทำตามที่เขาคาดหวังไว้ได้ การกระทำเช่นนี้จะทำให้สถานการณ์ต่าง ๆ ไม่เลวลง ทำให้ผู้ขายและผู้ให้บริการสามารถลดความรู้สึกที่ไม่ดีของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ ในปัจจุบันนี้ระบบการสื่อสารได้พัฒนาไปมากการติดต่อกับลูกค้าหรือผู้รับบริการจึงเป็นสิ่งที่กระทำได้ง่ายโดยโทรศัพท์หรือไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) หรือแม้กระทั่งโดยทางรถยนต์ จึงไม่มีเหตุผลอะไรที่จะไม่แจ้งให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการทราบล่วงหน้า

7. การติดต่อสื่อสารหรือเจรจาธุรกิจต่าง ๆ ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายบริการจะต้องดำเนินอยู่บนรากฐานของความซื่อสัตย์ต่อกันและกันอย่างเปิดเผย ตัวอย่างในเรื่องนี้ ได้แก่ การที่จะให้ลูกค้าทราบว่ามีบริการซ่อมหรือรับประกันอะไรบ้างหลังการขาย และจะต้องบอกด้วยว่าบริการนั้นมีข้อยกเว้นอะไรบ้าง มิใช่มุ่งพูดแต่ด้านดีเพียงเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือเลือกใช้บริการ

8. ระบบการทำงาน จะต้องมีความน่าเชื่อถือในที่นี้หมายถึงว่าระบบการให้บริการต่าง ๆ จะต้องอยู่ในสภาพดีทำงานได้ตลอดเวลา เช่น เครื่องรับโทรศัพท์ในห้องพักของโรงแรม เครื่องทำน้ำอุ่น หรือลิฟท์ของโรงแรมจะต้องทำงานได้ตลอดเวลา จะต้องมีการตรวจสอบอยู่ตลอดเวลาถ้าเสียหรือไม่สามารถทำงานได้จะต้องรีบจัดการแก้ไข ในการให้บริการทางด้านธนาคารหมายถึง ระบบจัดส่งใบแจ้งยอดเงินไม่ว่าจะเป็นเงินฝากหรือเงินกู้ จะต้องถึงมือผู้รับอย่างรวดเร็วไม่ช้าหรือจ่าหน้าที่อยู่ผิดพลาดหรือแจ้งยอดผิดพลาด เป็นต้น ถ้าภาวะการณ์ทางด้านลบเหล่านี้เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากความไม่น่าเชื่อถือของระบบก็ย่อมจะมีภาพพจน์ที่ไม่ดีต่อองค์การหรือผู้ประกอบการและที่สำคัญย่อมสร้างความไม่น่าพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้รับบริการ

9. การแก้ไขปัญหาหรือข้อผิดพลาดทุกด้านอย่างรวดเร็ว ข้อนี้หมายถึง ไม่ควรให้มีความผิดพลาดในเรื่องเดียวกันเกิดขึ้นเป็นครั้งที่สอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับลูกค้าคนเดียวกันหรือผู้รับบริการรายเดียวกัน ตัวอย่างเช่น ลูกค้าแจ้งยอดเงินฝากผิดพลาดหรือสะกดชื่อนามสกุลผิดพลาด ธนาคารก็ยังไม่แก้ไขปัญหานั้นทันที ยังคงสะกดชื่อหรือนามสกุลลูกค้าผิดพลาดเหมือนเช่นเดิม

10. พนักงานทุกคนในที่ทำงานจะต้องเป็นผู้รู้ คือ รู้ข้อมูลที่จำเป็นและสำคัญเกี่ยวกับงาน สินค้าและอื่น ๆ ฟรีแมนเทิล (Freemantle, 1993 อ้างถึงใน ธีรศักดิ์ วรสุข, 2537, หน้า 12-16) กล่าวว่า พนักงานทุกคนจะต้องรู้เรื่องดังต่อไปนี้

10.1 รู้เรื่องเกี่ยวกับสินค้าที่ตนขาย (know the product)

10.2 รู้เรื่องเกี่ยวกับบริการที่ให้ (know the service)

10.3 รู้ข้อมูลหรือรู้จักองค์กรที่ตนทำงานอยู่ (know the organization)

10.4 รู้ว่าจะต้องทำงานอะไรบ้างให้สำเร็จลุล่วง (know how to thing done)

10.5 รู้จักวิธีแก้ไขปัญหา (know how to get problem resolved)

10.6 รู้จักชื่อของลูกค้าประจำ (know regular customers by their name)

11. พนักงานที่ต้องติดต่อทำงาน หรือให้บริการลูกค้าจะต้องเป็นผู้ที่สามารถตัดสินใจหรือตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า โดยไม่ต้องเกรงกลัวฝ่ายบริหารจะตำหนิ พนักงานที่ทำงานในลักษณะนี้จะต้องไม่ผลักความรับผิดชอบไปให้ผู้อื่น หรือกล่าวว่าตนเองไม่มีอำนาจในการวินิจฉัยหรือตัดสินใจในเรื่องนี้ขอให้ไปถามผู้อื่นหรือผู้บริหาร นอกจากนี้ผู้ให้บริการที่ติดต่อกับลูกค้าจะต้องมีการเอาใจใส่ดูว่าลูกค้าที่ติดต่อกับตนได้รับการบริการหรือตอบคำถามเป็นที่พอใจแล้วหรือยัง แม้ว่าบางครั้งตนจะไม่ใช่ผู้ให้บริการหรือคำตอบโดยตรงก็ตาม ตัวอย่างเช่น พนักงานประชาสัมพันธ์ที่ลูกค้ามาติดต่อถามหาฝ่ายสินเชื่อ พนักงานประชาสัมพันธ์จะต้องสามารถพาไปหรือชี้ทางหรือแนะนำให้ไปหาบุคคลที่ลูกค้าต้องไปติดต่อด้วยและจะต้องมีการติดต่อหรือซักถามลูกค้าว่าได้รับบริการที่ตนต้องการติดต่อแล้วหรือยัง ลักษณะเช่นนี้จะทำให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกว่าพนักงานทุกคนทีความพยายามทีจะสนองตอบความต้องการของตนเอง

12. ให้สิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ หรือบริการพิเศษเล็ก ๆ น้อย ๆ ซึ่งหลักข้อนี้พบว่าในปัจจุบันมีผู้เห็นความสำคัญและมีการนำไปใช้กันมาก เพื่อมุ่งสร้างทั้งความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้า ตัวอย่างเช่น การแจกหรือแถมเมื่อซื้อสินค้าภายในวงเงินหนึ่ง บางครั้งก็มีการให้ส่วนลดเป็นคูปองเพื่อไปซื้อหรือแลกซื้อสินค้าอื่น ๆ ดังที่เราเห็นกันตามศูนย์การค้าต่าง ๆ ในประเทศและหลาย ๆ ประเทศ คำอธิบายหรือเหตุที่อยู่เบื้องหลังหลักการข้อนี้คือ มนุษย์ทุกคนจะมีความพึงพอใจถ้าหากรู้ว่าตนเองได้รับสิทธิพิเศษเหนือคนอื่นหรือได้รับความสนใจเป็นพิเศษ การให้จะให้เล็ก ๆ น้อย ๆ นอกเหนือจากที่ได้ตามปกติทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการรู้สึกว่าตนเองเป็นบุคคลพิเศษกว่าคนอื่น ๆ

13. อย่ามองข้ามความสำคัญรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ การมองข้ามรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ แม้ว่าส่วนสำคัญใหญ่ ๆ จะสมบูรณ์ก็ตาม ก็อาจทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความรู้สึกแปลกแยกหรือขาดความรู้สึกที่ดีต่อผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการได้ ตัวอย่างของการผิดพลาดเล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น การสะกดชื่อลูกค้าผิด การทำสมุดบัญชีหรือแฟ้มของลูกค้าหายไป หรือการขายสินค้าที่มีคุณภาพดีแต่ไม่ได้ตรวจตราความเรียบร้อยว่าสินค้ามีตำหนิ ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าตนเองได้รับสินค้าที่ไม่สมบูรณ์

14. พยายามจัดสำนักงานและทุกอย่างในสำนักงานให้มีความสง่า การแต่งกายของพนักงานก็อาจจะต้องให้ดูเรียบร้อยสวยงามมีสง่า แต่มิใช่แต่งตัวเหมือนประกวดแฟชั่นหรือสวย

แบบดาราหรือนักแสดง กล่าวคือ จะต้องมีความเหมาะสม หลักการข้อนี้เป็นเรื่องทางจิตวิทยาพื้นฐานที่ว่า ผู้ใดก็ตามถ้ามองเห็นว่าสำนักงานนั้นไม่สวยงามก็จะตีความหรือมีความรู้สึกนึกคิดเอาว่าบริการที่ให้นั้นคงจะมีคุณภาพไม่ดี ในทำนองเดียวกันถ้าเห็นพนักงานแต่งกายไม่สง่าก็จะนึกไปเองว่า พนักงานผู้นั้นไม่มีความสามารถในการให้บริการที่ดี หรือมีคุณสมบัติด้อย อันเนื่องมาจากภูมิหลังที่ด้อย เป็นต้น

ในทางธุรกิจนั้นจะถือว่าตัวอาคารสำนักงาน และการตกแต่งภายในอาคารสำนักงานให้ดูสง่าและสวยงามเป็นสิ่งจำเป็น ตัวอย่างเช่น ห้องรับแขกที่ลูกค้ามารอคอยการใช้บริการจะต้องตกแต่งให้มีความสบายน่านั่ง ทั้งนี้ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าและต้องการสร้างความรู้สึกแก่ลูกค้าและผู้มาใช้บริการว่าสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างดี

จากแนวความคิดทฤษฎีในการสร้างความพึงพอใจที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าหรือผู้รับบริการนั้น เป็นหน้าที่ที่สำคัญยิ่งของผู้ขายหรือผู้ให้บริการหรืออาจกล่าวได้ว่า (สมชาย กิจบรรยง, 2536, หน้า 15) การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคลซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะและความแนบเนียนต่าง ๆ ที่จะทำให้ชนะใจลูกค้าผู้ที่ติดต่อธุรกิจหรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการ จึงถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบันนี้

การให้การบริการสามารถกระทำได้ ทั้งก่อนการติดต่อ ในระหว่างการติดต่อหรือภายหลังการติดต่อ โดยได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร รวมทั้งผู้บริการขององค์กรนั้น ๆ ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นเครื่องช่วยให้ผู้ติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความเชื่อถือ ศรัทธาและสร้างภาพลักษณ์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยภายในประเทศ

สันติ วิริยะรังสฤษฎ์ และเสริมศักดิ์ ศุกรวรรณ (2534) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า เหตุผลที่ผู้ใช้เลือกใช้บริการจากธนาคารบ่อยที่สุด เนื่องธนาคารอยู่ใกล้บ้าน สะดวกในการติดต่อ เหตุผลรองลงมาคือ การจ่ายเงินเดือนผ่านทางธนาคาร และพนักงานธนาคารให้บริการดี ธนาคารมีหลายสาขาสะดวกในการใช้บริการและมีเครื่องบริการเงินด่วน A.T.M. นอกจากนี้ยังพบว่า สาเหตุที่ลูกค้าไม่เกิดความประทับใจ หรือไม่เกิดความพึงพอใจในการบริการของธนาคาร ได้แก่

1. การบริการล่าช้า ไม่สะดวกในการรับบริการ ลูกค้าที่เป็นเพศชายจะมีปัญหาด้านนี้ร้อยละ 92.90 ส่วนลูกค้าที่เป็นเพศหญิงจะมีปัญหาด้านนี้ร้อยละ 52.70

2. พนักงานไม่สุภาพ เป็นปัญหาที่พบในลูกค้าเพศหญิงร้อยละ 31.60 ส่วนลูกค้าที่เป็นเพศชายจะไม่พบปัญหาดังกล่าว

3. ปัญหาจากเครื่องบริการเงินด่วน A.T.M. ลูกค้าที่เป็นเพศชายมีปัญหาร้อยละ 21.50 ส่วนเพศหญิงมีปัญหาร้อยละ 50.30

4. ปัญหาเกี่ยวกับธนาคารมีสาขาน้อยพบเฉพาะลูกค้าที่เป็นเพศหญิงร้อยละ 5.30

5. ปัญหาอื่น ๆ ที่พบในลูกค้าที่เป็นเพศหญิง

สุทธิ ปั้นมา (2535) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขากาฬสินธุ์ โดยศึกษาจากลูกค้าที่มาใช้บริการในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2535 ความพึงพอใจของลูกค้าประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ความพึงพอใจต่อพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการและด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการของธนาคาร ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขากาฬสินธุ์ โดยรวมและในแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการของธนาคารเพียงด้านเดียวเท่านั้น ที่ลูกค้าพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย สาขากาฬสินธุ์ ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและประกอบอาชีพธุรกิจมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ในด้านพนักงานและการต้อนรับ ในด้านสถานที่ประกอบการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ส่วนในด้านความสะดวกที่ได้รับและในด้านข้อมูลที่ได้รับจากบริการของธนาคาร ลูกค้าแต่ละกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

พฤทธิสิทธิ์ บุญทน (2536) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการย่างมีคุณภาพ เป็นการศึกษาความพึงพอใจต่อการให้บริการลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาชุมพวง จังหวัดนครราชสีมา ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2535 - พฤศจิกายน 2536 โดยศึกษาองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านภูมิหลังของลูกค้า ด้านสถานที่ ด้านพนักงานและด้านบริการ ผลการวิจัยพอสรุปได้ดังนี้

ตัวแปรทางด้านอายุ การศึกษา และอาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ กล่าวคือ ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำ มีอายุมาก มีอาชีพเกษตรกร หรือค้าขาย มีความพึงพอใจในบริการสูงกว่าลูกค้าที่มีลักษณะอื่น การพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังกล่าว กับความพึงพอใจอาจตีความหมายได้ว่า ทางธนาคารมีการเลือกปฏิบัติในการให้บริการกับลูกค้าแต่ละกลุ่มไม่เหมือนกัน ซึ่งในความเป็นจริงไม่น่าจะเป็นเช่นนั้น คำอธิบายอีกทางหนึ่งอาจจะได้แก่ ความแตกต่างในเรื่องความคาดหวังของแต่ละกลุ่มไม่เหมือนกัน ผู้ที่มีความคาดหวังในบริการสูงย่อมยากที่จะเอาใจหรือทำให้พึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีความคาดหวังต่ำ

จำรัส มาศวรรณา (2538) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของ ธ.ก.ส. สาขาย่อยโสธร พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและเมื่อจำแนกการให้บริการเป็นรายด้านพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านพนักงานสูงสุด รองลงมา คือด้านสถานที่ ด้านการบริการ และด้านความก้าวหน้าของการให้บริการตามลำดับ ด้านตัวแปรภูมิหลังของลูกค้ามีที่ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ได้แก่

1. เพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการบริการ

2. อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจภาพรวม กลุ่มอายุที่มีความสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ลูกค้ากลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี กับกลุ่มอายุ 21-40 ปี

3. อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในภาพรวม ด้านพนักงานและด้านการบริการ ซึ่งกลุ่มอาชีพที่มีความสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติดังกล่าว ได้แก่

3.1 กลุ่มอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีความพึงพอใจแตกต่างกันในภาพรวมและด้านการบริการ

3.2 กลุ่มอาชีพเกษตรกรรม, กลุ่มอาชีพอื่น ๆ กับกลุ่มอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านพนักงาน

ส่วนระดับการศึกษาของลูกค้าพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการ

ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (2538) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่าผู้มาใช้บริการธนาคารมีความพึงพอใจในการมาใช้บริการอยู่ในระดับค่อนข้างจะพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.377 และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจในการมาใช้บริการ โดยแยกตามองค์ประกอบของการมาใช้บริการพบว่าผู้มาใช้บริการมีระดับความพึงพอใจสูงที่สุดในด้านความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ส่วนด้านที่ผู้มาใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่ำที่สุด คือ ด้านการให้บริการด้านสภาพแวดล้อม สำหรับด้านปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการมาใช้บริการธนาคารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ได้พบในการศึกษาในครั้งนี้ คือ อาชีพ ระดับการศึกษาของผู้มาใช้บริการ กล่าวคือ ผู้ที่มีอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับความพึงพอใจในการมาใช้บริการต่ำกว่าผู้ประกอบอาชีพรับจ้าง และธุรกิจ ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่ามีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการต่ำกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับประถมศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและสูงกว่าปริญญาตรี

โชติช่วง ภิรมย์ (2538) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่าองค์ประกอบแต่ละด้านของความพึงพอใจในบริการด้านต่าง ๆ เรียงลำดับจากมากที่สุดไปถึงด้านที่พอใจน้อยที่สุดคือการพัฒนาบริการสินเชื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวก ความเป็นธรรมในการบริการสินเชื่อ พฤติกรรมพนักงานสินเชื่อ สถานที่ต้อนรับ อุปกรณ์ บรรยากาศในการบริการสินเชื่อ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภูมิหลังกับความพึงพอใจในบริการสินเชื่อ พบว่าสถานที่ใช้บริการสินเชื่อ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ วัตถุประสงค์การกู้และประสบการณ์การกู้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในบริการสินเชื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ภูมิลำเนาของลูกค้าและอาชีพของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในบริการสินเชื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ลูกค้าที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัดจะมีความพึงพอใจในบริการสินเชื่อสูงกว่าลูกค้าสินเชื่อที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานคร และลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการมีความพึงพอใจในบริการสินเชื่อสูงกว่าลูกค้าที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ

ธีรศักดิ์ วรสุข (2538) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาอำนาจเจริญพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการของธนาคารกรุงเทพมีความเป็นอิสระจากตัวแปรทางด้านประชากร เศรษฐกิจและสังคม ซึ่งหมายความว่ามนุษย์เราทุกคนที่ธรรมชาติเหมือนกัน บุคคลทุกเพศ ทุกวัย ทุกชนชั้นหรือ สถานภาพสังคมต่างก็ต้องการความสุข ความสะดวก ความสบาย การได้รับเกียรติยกย่องนับถือ ความต้องการเหล่านี้ถ้าได้รับการตอบสนองจะบังเกิดความพึงพอใจและเป็นอิสระจากตัวแปรอื่น ๆ เมื่อเป็นเช่นนี้จึงหมายความว่าการสร้างความพึงพอใจจึงไม่ควรแบ่งแยกชนชั้นและวรรณะแต่อย่างใด และยังพบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ได้แก่ ความตั้งใจที่จะใช้บริการในอนาคต ผู้มีความพึงพอใจสูงพบว่ามีความตั้งใจที่จะใช้บริการกับธนาคารตลอดไป ส่วนผู้ที่มีความพึงพอใจต่ำมักจะเป็นผู้ที่มีความตั้งใจที่ไม่แน่ว่าจะใช้บริการกับธนาคารตลอดไป จึงนับว่าความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการมีผลต่อการดึงดูดลูกค้าผู้ใช้บริการกับธนาคารตลอดไป

อ้อยทิพย์ กรองสมบัติ (2538) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเลิงนกทา และสาขามุกดาหารพบว่า ลูกค้าธนาคารมีความพึงพอใจในการรับบริการในระดับสูงกว่าปานกลางเล็กน้อย และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจในการรับบริการในองค์ประกอบย่อยต่าง ๆ ในกลุ่มรวมพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการธนาคารเรียงจากความพึงพอใจมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ดังนี้ 1) ด้านพนักงานและการต้อนรับ 2) ด้านสถานที่ประกอบการ 3) ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ 4) ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ 5) ด้านความสะดวกที่ได้รับ

ด้านตัวแปรภูมิหลังของลูกค้า อายุ รายได้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการ นอกจากนี้ลูกค้าเพศหญิงมีความพึงพอใจในการรับบริการสูงกว่าเพศชาย แต่ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า อาชีพของลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการ

ไมตรี วิลัยกิจ (2539) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่องานด้านบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ศึกษากรณีการให้บริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บสำนักงานใหญ่ ผลการวิจัยพบว่า

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 175 ราย เป็นเพศชาย ร้อยละ 54.3 เพศหญิง ร้อยละ 45.7 ในจำนวนนี้มีอายุเฉลี่ย 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.4 ลูกค้าส่วนใหญ่จบปริญญาตรี ร้อยละ 54.9 สถานภาพครอบครัวส่วนใหญ่สมรสมีบุตรแล้ว คิดเป็นร้อยละ 46.3 ลักษณะอาชีพของลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 78.3 รายได้ลูกค้าส่วนใหญ่ระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.7 จำนวนบัญชีเงินฝากส่วนใหญ่ลูกค้ามี 1 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 40.5 ระยะเวลาการเข้าเป็นลูกค้าธนาคาร ส่วนใหญ่ตั้งแต่ 8 ปีขึ้น คิดเป็นร้อยละ 62.3

2. ความพึงพอใจของลูกค้าทั้ง 4 ด้าน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการในการรับบริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านพนักงานและการต้อนรับ (ค่าเฉลี่ย = 3.5524) ที่มีความพึงพอใจสูงสุด โดยดูจากคะแนนเฉลี่ย คือ องค์ประกอบด้านพนักงานธนาคาร ใช้กิริยาวาจาที่สุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้า ด้านความสะดวกที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย = 3.4351) ที่มีความพึงพอใจสูงสุด โดยดูจากคะแนนเฉลี่ย คือ องค์ประกอบด้านธนาคารจัดให้มีที่นั่งเพื่อให้ลูกค้ารอรับบริการได้สะดวกสบาย

ความพึงพอใจของลูกค้า ด้านความสะดวกที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย = 3.5476) ที่มีความพึงพอใจสูงสุด โดยดูจากคะแนนเฉลี่ย คือ องค์ประกอบด้านพนักงานจัดส่งใบแจ้งผลการเก็บเงินเช็คต่างจังหวัด

ความพึงพอใจของลูกค้าด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.3352) ที่มีความพึงพอใจสูงสุดโดยดูจากคะแนนเฉลี่ย คือ องค์ประกอบการแจ้งผลการเรียกเก็บเงินตามเช็คต่างจังหวัด

3. ตัวแปรภูมิหลังของลูกค้า คือ เพศและระยะการเป็นลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับการบริการ ส่วนอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับรายได้

และจำนวนประเภทบัญชีเงินฝากไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ

วราพรรณ สันทัศนะโชค (2540) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณี สาขาพญาไท กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. ความพึงพอใจของลูกค้าทั้ง 4 ด้าน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก หากพิจารณาจากองค์ประกอบของความพึงพอใจในบริการทั้ง 4 ด้าน จะพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านพนักงานและการต้อนรับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.08) และพบว่าความพึงพอใจของลูกค้าน้อยที่สุด คือ ความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.40) ซึ่งความพึงพอใจนั้นจะอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากลูกค้าส่วนใหญ่มาใช้บริการกันมากในช่วงสิ้นเดือนและระบบคอมพิวเตอร์ของธนาคารขัดข้องบ่อย

2. ตัวแปรภูมิหลังของลูกค้า คือ ระดับการศึกษา รายได้ อายุของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการ ส่วนเพศ อาชีพ สถานภาพสมรส ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า ประเภทที่ใช้บริการที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคาร

สุเนตร พรรณดวงเนตร (2540) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก – ถอน ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในสาขาที่ใช้ระบบ CBPM. ศึกษากรณีสาขาอุบลราชธานีพบว่า

1. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนเงิน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจในองค์ประกอบย่อยพบว่า ความพึงพอใจด้านพนักงานและการต้อนรับจะมีความพึงพอใจสูงสุด ส่วนความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับมีความพึงพอใจต่ำสุด

2. ลำดับองค์ประกอบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอน ปรากฏว่า ความพึงพอใจในด้านพนักงานและการต้อนรับ จะมีความพึงพอใจสูงสุด รองลงไปได้แก่ ความพึงพอใจในด้านสถานที่ประกอบการ ความพึงพอใจในด้านความสะดวกที่ได้รับ และความพึงพอใจในด้านข้อมูลที่ได้รับบริการจะต่ำสุด

3. ตัวแปรภูมิหลังของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านการฝาก-ถอนเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ ระดับการศึกษาของลูกค้า ปรากฏว่าลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จะมีความพึงพอใจต่อการบริการฝาก-ถอนเงิน มากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนตัวแปรภูมิหลังอื่น ๆ ของลูกค้าก็คือ อายุ อาชีพ รายได้

ต่อเดือน จำนวนเงินฝาก บัญชีเงินฝาก ระยะเวลาที่ติดต่อกับทางธนาคาร ความสัมพันธ์ส่วนตัวกับพนักงานหรือผู้จัดการ และการมาใช้บริการได้รับทราบข้อมูลจากแหล่งใด ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนเงิน

ชนะ กล้าชิงชัย (2541) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ : กรณีศึกษาสาขาบึงบูรพ์ จังหวัดศรีษะเกษ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 51.8 อายุมากกว่า 40 ปี ร้อยละ 36.3 สถานภาพสมรสแล้วร้อยละ 66.3 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 26.4 อาชีพรับราชการ รัฐวิสาหกิจร้อยละ 38.3 รายได้ประมาณเดือนละ 3,001 – 5,000 บาท ร้อยละ 16.1 และมีชีวิตครอบครัวที่อบอุ่นร้อยละ 97.4 ในด้านความคิดเห็นต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมของธนาคารในระดับดี ค่าเฉลี่ย 3.23 โดยมีความคิดเห็นในด้านที่ตั้งและสถานที่ประกอบการ ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.34 และมีความคิดเห็น ต่ำสุดในด้านระยะเวลาในการให้บริการค่าเฉลี่ย 3.16

ผลการทดสอบสมติฐานปรากฏว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ สถานภาพ อาชีพ ครอบครัว ในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านที่ตั้งและสถานที่ประกอบการ ความสะดวกสบายที่ได้รับ ความชัดเจนของข้อมูล และระยะเวลาในการให้บริการ ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจได้แก่ เพศ อายุ การศึกษาและรายได้ต่อเดือน

นันทพร ดำรงพงศ์ (2541) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน): ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาอัมรินทร์พลาซ่า กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. ในการใช้บริการของธนาคารในภาพรวมพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจมาก และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจด้านต่าง ๆ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านพนักงานและการต้อนรับมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสถานที่ประกอบการ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ อันดับสุดท้ายคือด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ

2. ในการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) สาขาอัมรินทร์พลาซ่า กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า และประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) สาขาอัมรินทร์พลาซ่า กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

พงษ์พัฒน์ ธีระกุล (2541) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา เสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการ

วิจัยพบว่าข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 66.7 เป็นเพศชาย ร้อยละ 63.5 มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ร้อยละ 82.9 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 79.5 จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 80.8 มีอาชีพหลักเกษตรกรรม ร้อยละ 73.8 มีรายได้ของครอบครัวเมื่อเปรียบเทียบกับรายจ่าย ต่อปีพอใช้ ส่วนประเภทลูกค้าของกลุ่มตัวอย่างนั้นเป็นลูกค้าประเภทฝากออมทรัพย์ร้อยละ 80.8

ความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านขั้นตอนการฝากเงิน ด้านขั้นตอนการถอนเงิน และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ อยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยจากคะแนนเต็ม 5.0 มีค่าเฉลี่ย 3.57, 3.50 และ 3.50 ตามลำดับ ความพึงพอใจในด้านเงื่อนไขการฝาก – ถอน ด้านผลตอบแทน และด้านสถานที่ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.23, 3.25 และ 3.44 ตามลำดับ ส่วนความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการทุกด้านของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ตัวแปรภูมิหลังของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่เพศและการศึกษา โดยลูกค้าเพศชายจะมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าเพศหญิง ลูกค้าที่จบการศึกษาสูงกว่าประถมศึกษาจะมีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าที่จบระดับประถมศึกษา ส่วนตัวแปรภูมิหลังของลูกค้าที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพหลัก รายได้ของครอบครัวเมื่อเปรียบเทียบกับรายจ่าย และประเภทของลูกค้าเงินฝาก

งานวิจัยต่างประเทศ

อเดย์ และแอนเดอร์เซน (Aday & Andersen, n.d. อ้างถึงใน ภรณี เอกบรรณสิงห์, 2534, หน้า 36-38) ได้ศึกษาโดยการสอบถามผู้รับบริการว่า สิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ และหากได้รับสิ่งนั้นจะทำให้เกิดความพึงพอใจมีอะไรบ้าง จากคำตอบที่ได้นำมาจัดกลุ่มได้ 6 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ (convenience) ตัวแปรในกลุ่มนี้ ได้แก่

1. ระยะเวลาในการรอคอยเพื่อรอรับบริการไม่นาน
2. ความเป็นระเบียบของหน่วยบริการ
3. ลักษณะสถานที่ของหน่วยบริการ

กลุ่มที่ 2 การประสานงานของการบริการ (coordination) ตัวแปรในกลุ่มนี้ ได้แก่

1. การได้รับบริการทั้งหมดตามความต้องการ
2. การสนใจของผู้ปฏิบัติงานต่อผู้รับบริการ

กลุ่มที่ 3 อัธยาศัย และความสนใจต่อผู้รับบริการ (courtesy) ตัวแปรในกลุ่มนี้ ได้แก่

1. คำพูดเชิงบวก

2. บุคลิกภาพน่าเลื่อมใส

3. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

4. ความเอาใจใส่ตลอดเวลา

กลุ่มที่ 4 ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ (information) ตัวแปรในกลุ่มนี้ ได้แก่

1. ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ วิธีการรับบริการ กฎระเบียบต่าง ๆ เกี่ยวกับการรับบริการ

2. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้

กลุ่มที่ 5 คุณภาพของการบริการ (quality of service) ตัวแปรในกลุ่มนี้ ได้แก่

1. ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน

2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ หากเป็นธุรกิจการบริการซ่อมรถยนต์ รถยนต์ต้องไม่เสียบ่อย ธุรกิจภัตตาคารรสอาหารต้องอร่อย เป็นต้น

กลุ่มที่ 6 ราคาค่าใช้จ่าย (cost) ตัวแปรในกลุ่มนี้ ได้แก่

1. ราคายุติธรรม

2. สมเหตุสมผล ไม่เอาเปรียบผู้รับบริการ

เบอร์รี่ (Berry, n.d. อ้างถึงใน วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์, 2539, หน้า 17) และคณะได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพของงานบริการเพื่อค้นคว้าว่า ปัจจัยอะไรที่จัดว่าเป็นตัวตัดสินระดับคุณภาพของบริการ ในสายตาของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า

สรุปว่ามีปัจจัยที่ลูกค้ามักอ้างถึงอยู่ 10 ปัจจัย คือ

1. ความเชื่อถือได้ในคุณลักษณะหรือมาตรฐานการให้บริการ (reliability)

2. ความตอบสนอง / การสนองตอบต่อความต้องการหรือความ รู้สึกของลูกค้า (responsiveness)

3. ความสามารถ / สมรรถนะในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้องเหมาะสม และเชี่ยวชาญรู้จริง (มือถึง) (competence)

4. การเข้าถึงง่าย การใช้บริการได้อย่างไม่ยุ่งยาก (access)

5. ความสุภาพ เคารพนบนอบ ความอ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทที่ดีของบริการ (courtesy)

6. ความสามารถและสมบูรณ์ในการสื่อความและสัมพันธ์กับลูกค้าทำให้ลูกค้าทราบเข้าใจและได้คำตอบในข้อสงสัยหรือความไม่เข้าใจต่าง ๆ ได้อย่างกระจ่างชัด (communication)

7. ความเชื่อถือได้ ความมีเครดิตของผู้ให้บริการ (creditability)

8. ความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นสบายใจของลูกค้าในขณะใช้บริการ (security)

9. ความเข้าอกเข้าใจในลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน (customer understanding)

10. ส่วนที่สัมผัสได้ และรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ (tangibles)

จากงานวิจัยข้างต้นพอสรุปได้ว่า ลูกค้าที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และอาชีพธุรกิจ มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพด้านอื่น ๆ และผู้มาใช้บริการของธนาคารมีระดับความพึงพอใจสูงสุดในด้านการบริการอย่างก้าวหน้า ส่วนด้านที่ผู้มาใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่ำที่สุด คือ ด้านการให้บริการด้านสภาพแวดล้อม และสาเหตุที่ลูกค้าเลือกใช้บริการของธนาคารบ่อยที่สุด เนื่องมาจากธนาคารตั้งอยู่ใกล้บ้าน ,สะดวกในการติดต่อ เหตุผลรองลงมา ได้แก่ การจ่ายเงินเดือนผ่านธนาคาร ,การบริการของพนักงาน และธนาคารมีหลายสาขาทำให้ลูกค้าสะดวกในการใช้บริการ ส่วนสาเหตุที่ลูกค้าไม่เกิดความพึงพอใจในการบริการของธนาคาร เนื่องจาก การบริการล่าช้า เป็นเหตุผลอันดับแรก รองลงมาได้แก่ พนักงานไม่สุภาพ, ปัญหาจากเครื่องบริการเงินด่วน ATM ซึ่งในลูกค้าเพศชายสูงกว่าลูกค้าเพศหญิง และธนาคารมีสาขาให้บริการน้อย

สรุป จากงานเอกสารที่เกี่ยวข้องในการวิจัย สรุปได้ว่า การบริการมีความสำคัญต่อการพัฒนาและการดำเนินงานขององค์กรเป็นอย่างมาก ทั้งในด้าน เพศ, อายุของลูกค้า, อาชีพ และสถานที่ เมื่อเทียบกับทฤษฎีของมิลเลท (Millet ,1954 , pp 397-400) แล้ว ปรากฏว่า ตรงกับแนวความคิดของมิลเลท ที่กล่าวว่า การปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการมีลักษณะสำคัญ 5 ด้าน ได้แก่

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน คือ ผู้มารับบริการจะไม่รู้สึกว่าผู้ให้บริการแบบเลือกปฏิบัติ

2. การให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลา คือ ผู้มารับบริการไม่รู้สึกหงุดหงิด หรือคอยนาน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ คือ ผู้มารับบริการรู้สึกว่าจำนวนการให้บริการเพียงพอต่อความต้องการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง คือ ผู้มารับบริการรู้สึกสะดวกสบายเมื่อมาใช้บริการ

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า คือ ผู้มารับบริการรู้สึกพอใจต่อการมารับบริการที่มีคุณภาพ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการวิจัย โดยใช้แนวคิดของมิลเลท เป็นแนวทางในการวิจัย