การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางในการให้บริการที่มีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

โดย
นางสาวศศินันท์ สุขคันธรักษ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางในการให้บริการที่มีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

โดย

นางสาวศศินันท์ สุขคันธรักษ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

SOCIAL CONSTRUCTION OF MEANING, SOURCE OF MEANING AND THE GUIDELINE OF QUALITY SERVICE BY KRUNG THAI BANK STAFF, KHATHATHORN BRANCH, MUEANG DISTRICT, RATCHABURI PROVINCE

By

MISS Sasinan SUKKANTHARAK

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Business Administration (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM)
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2018

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ	การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางในการให้บริการที่มีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคชาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี
โดย	ศศินันท์ สุขคันธรักษ์
สาขาวิชา	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร. ปริญญา หรุ่นโพธิ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(รองศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ วิไลนุช)

58602372 : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2
คำสำคัญ : คุณภาพบริการ, การให้ความหมาย, ธนาคารกรุงไทย

นางสาว ศศินันท์ สุขคันธรักษ์: การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางในการให้บริการที่มีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางในการให้บริการที่มีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยศึกษาค้นคว้า เอกสารวิจัย ตำราที่เกี่ยวข้อง โดยใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก กับผู้บริหารสาขา และพนักงานทุกคนในสาขาถนนคฑาธร

ผลการวิจัยพบว่า การให้บริการอย่างมีคุณภาพ คือ 1) การบริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดในการบริการ 2) การบริการที่เหนือความคาดหมาย 3) การที่พนักงานสามารถแนะนำบริการต่างๆ และแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ 4) การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าตลอดกระบวนการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ซึ่งสภาพปัญหาในการให้บริการ คือ 1) พนักงานไม่เพียงพอต่อการใช้บริการของลูกค้า 2) พนักงานขาดการพูดคุยสื่อสารเพิ่มเติมที่มากขึ้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ และความผูกพันกับลูกค้า 3) พนักงานขาดความเชี่ยวชาญในบางผลิตภัณฑ์ที่มีลูกค้ามาใช้บริการน้อย 4) การแสดงออกต่อลูกค้า และแนวทางในการบริการที่มีคุณภาพ คือ 1) มีการบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการของสาขาเป็นอย่างดี 2) พนักงานทุกคนต้องมีจิตใจให้บริการ 3) มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรของสาขาอย่างสม่ำเสมอ 4) การทำงานร่วมกันเป็นทีม

สรุปผลการศึกษาว่า การบริการที่มีคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจธนาคาร เพราะการบริการให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ความพึงพอใจสูงสุดจะเป็นสิ่งที่ช่วยดึงดูดลูกค้ารายใหม่ และสามารถรักษาฐานลูกค้ารายเก่า ให้องค์กรเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

58602372 : Major (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM)
Keyword : Quality Service, Social Construct of Meaning, Krung Thai Bank

MISS SASINAN SUKKANTHARAK : SOCIAL CONSTRUCTION OF MEANING, SOURCE OF MEANING AND THE GUIDELINE OF QUALITY SERVICE BY KRUNG THAI BANK STAFF, KHATHATHORN BRANCH, MUEANG DISTRICT, RATCHABURI PROVINCE THESIS ADVISOR : ASSOCIATE PROFESSOR PITAK SIRIWONG, Ph.D.

The purpose of this research is to study social construction of meaning, source of meaning, and the guideline of quality service of Krung Thai Bank staff, Khathathorn Road Branch, Mueang District, Ratchaburi Province. This study is a qualitative research reviewing literatures by a phenomenological method. Data was collected by an in-depth interview with branch manager and all staffs of Khathathorn Road Branch.

The research found that quality services are 1) service that gives customers maximum satisfaction in service, 2) service beyond expectation, 3) employees can recommend services and resolve problems to customers, and 4) customer care throughout service process to satisfy customers. Challenges of the quality service are 1) employees are insufficient to service customers, 2) employees are lack of communication to build customer relationships, 3) inadequate of staffs'expert in some products, and 4) attention to customers. Guidelines of quality service are 1) best practices of branch service management, 2) all employees must have a service mind, 3) a continuous improvement of branch personnel, and 4) teamwork.

It is concluded that quality service is an essential for the banking business. The service that impress customers and create maximum satisfaction is a key component to appeal new customers and sustain existing customer base, in order to the organization's sustainable growth.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่สละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา แนะนำ และแนะแนวทางแก้ไขปรับปรุงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความถูกต้องและเหมาะสม ทั้งนี้ขอขอบคุณอาจารย์ ดร.ปริญญา หรุ่นโพธิ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช ผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ และแนะแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงการศึกษาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้ถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ คำปรึกษา ประสบการณ์ที่มีค่ายิ่งแก่ผู้วิจัย ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ประจำคณะวิทยาการจัดการทุกท่านที่คอยให้คำปรึกษา เป็นธุระจัดการงานด้านเอกสาร ติดต่อประสานงาน และอำนวยความสะดวกแก่ผู้วิจัยจนทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ และน้องๆ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกคนที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือ เป็นกำลังใจให้กันเสมอมาจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามเป็นอย่างดี สนับสนุนและให้ความช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการทำวิจัยในครั้งนี้ จนนำมาสู่การทำวิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่ให้การสนับสนุน เป็นกำลังใจ และอยู่เคียงข้างในการทำวิทยานิพนธ์แก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ในที่สุด นับเป็นความยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ได้จัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ศศินันท์ สุขคันธรักษ์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ

กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ

สารบัญ ..... ช

บทที่ 1 บทนำ 1

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย 3

3. ขอบเขตของการวิจัย 4

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 4

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 5

1. ข้อมูลทั่วไปของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย 5

2. ความหมายของธุรกิจบริการ 7

3. แนวคิดและความหมายเกี่ยวกับการบริการ 8

4. คุณภาพในการให้บริการ 16

5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 25

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 29

1. ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย 29

2. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย 29

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล 30

4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล 31

5. การวิเคราะห์ข้อมูล 31

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 32

1. ศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางการให้บริการที่มีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี..... 32

2. ศึกษาสภาพปัญหาในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี..... 37

3. นำเสนอแนวทางการให้บริการอย่างมีคุณภาพ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี..... 40

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะการวิจัย..... 44

1. สรุปผลการวิจัย..... 44

2. อภิปรายผลการศึกษา..... 47

3. ข้อเสนอแนะ..... 49

รายการอ้างอิง..... 50

ประวัติผู้เขียน..... 53

บทที่ 1
บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปี พ.ศ. 2561 ถือเป็นปีที่จะเห็นการเปลี่ยนผ่านหลายด้านสำหรับธนาคารพาณิชย์ไทย ซึ่งปัจจุบันโลกกำลังเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินชีวิต หรือวิธีการดำเนินธุรกิจ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้นำบริบทใหม่ๆเข้ามาสู่ธุรกิจธนาคารพาณิชย์เช่นกัน และจากนโยบาย Thailand 4.0 และการลดใช้เงินสดในระบบของรัฐบาลปัจจุบันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในหลายภาคส่วน เปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคดิจิทัลมากขึ้น มีการเปลี่ยนจากสินค้าโภคภัณฑ์เป็นสินค้านวัตกรรม เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนด้วยภาคอุตสาหกรรมเป็นเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ และจากที่เน้นภาคการผลิตสินค้าไปเป็นเน้นภาคบริการ และการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ปรับเปลี่ยนวิธีการจากทำมากได้น้อย เป็น ทำน้อยได้มาก เป็นต้น จึงทำให้ธุรกิจธนาคารต้องมีการปรับตัวเป็นอย่างมาก เพื่อให้ทันกับสถานการณ์ต่างๆที่กำลังเปลี่ยนไป (บมจ.ธนาคารกรุงไทย, 2561)

ธนาคารพาณิชย์ได้จัดเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่งที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง มีคู่แข่งเป็นจำนวนมากในกิจการสถาบันการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันกันทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา กระบวนการการให้บริการ และการส่งเสริมการตลาด เป็นต้น ดังนั้นสถาบันการเงินต่างๆ จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาด หันมาสนใจระบบจัดการที่ทันสมัยมากยิ่งขึ้นตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป มุ่งแนวคิดการยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางการดำเนินงาน เพื่อเป็นการรักษาฐานลูกค้าเดิมและจูงใจลูกค้าใหม่ มีการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพอใจสูงสุดด้วยแนวคิดคุณภาพบริการที่เป็นเลิศ และยังมีการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการนำเสนอบริการที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น มีการนำกลยุทธ์การตลาดบริการเข้ามาสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้ยั่งยืน เพื่อมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับธุรกิจ ทำให้ลูกค้าเกิดการจดจำและมีทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์ของธนาคารให้ได้มากที่สุด (จิตรา ละออศรี, 2555)

ปัจจุบันสถาบันการเงินต่างๆ เพื่อการแข่งขันได้มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้ลูกค้าอย่างหลากหลายไม่ว่าจะเป็นเงินฝาก บัตรเอทีเอ็ม สินเชื่อ บัตรเครดิต กองทุน ประกันชีวิต บริการแลกเงิน ชำระสินค้าและบริการ การบริการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิคส์ และอื่นๆ เป็นต้น และเมื่อแต่ละธนาคารมีสินค้าและบริการที่เหมือนกัน การแข่งขันก็ยิ่งมีความรุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับ เพื่อที่จะสามารถดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ ธนาคารต่างๆจึงได้ให้ความสำคัญกับการบริการเป็นอย่างมาก มีการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างความแตกต่าง ซึ่งความแตกต่างที่สำคัญคือ คุณภาพของ

การบริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่จะสร้างความพึงพอใจ ความประทับใจต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ และเป็นจุดแข็งที่ใช้แข่งขันกับสถาบันการเงินอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี (ณัฐพล ชวนสมสุข, 2553) ดังนั้นคุณภาพการบริการจึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างหนึ่งในการแข่งขันสำหรับธุรกิจธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบันเป็นอย่างมาก

บมจ.ธนาคารกรุงไทย เป็นสถาบันการเงินขนาดใหญ่มีบทบาทสำคัญในการรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ และมีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก ด้วยรากฐานที่มั่นคงมาเกินครึ่งศตวรรษ และเป็นธนาคารหนึ่งที่จะต้องแข่งขันกับสถาบันการเงินต่างๆ โดยปัจจุบันธนาคารได้ปรับวิสัยทัศน์ใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะการแข่งขัน โดยเปลี่ยนจาก "ธนาคารแสนสะดวก" หรือ "The Convenience Bank" ที่ถือเป็นมาตรฐานบริการของธนาคารสู่แนวคิด "กรุงไทย ก้าวไกล ไปกับคุณ" หรือ "Growing Together" อันเป็นความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและสร้างการบริการที่มีคุณค่า เพื่อสนับสนุนการเติบโตและความมั่งคั่งแก่ลูกค้า (บมจ.ธนาคารกรุงไทย, 2561)

ในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ธนาคารกรุงไทยได้มีค่านิยมหลักขององค์กรคือ F-A-S-T ซึ่ง F คือ Fast รวดเร็ว สามารถเห็นความต้องการและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เร็ว เพื่อให้ลูกค้าประทับใจ A คือ Assist การช่วยเหลือกันระหว่างหน่วยงานเพื่อให้สามารถตอบโจทย์ทุกความต้องการในการให้บริการลูกค้าได้ตั้งแต่ขั้นตอนแรกถึงขั้นตอนสุดท้าย S คือ Simple ลูกค้าต้องการความสะดวกสบาย การดำเนินการทุกอย่างไม่ซับซ้อน ไม่ติดขัด T คือ Trust ความเชื่อมั่น ไว้วางใจภายหลังจากที่ลูกค้าเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของการให้บริการ เชื่อใจในธนาคาร ธนาคารจะเป็นพันธมิตรที่ดี ที่สามารถสนองทุกความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา เห็นได้จากการให้ความสำคัญในด้านคุณภาพการบริการทางธนาคารกรุงไทยได้มีการสุ่มโทรสอบถามความคิดเห็นความพึงพอใจของลูกค้า (call survey) ที่มาใช้บริการที่ธนาคารกรุงไทยทุกสาขาทั่วประเทศ ในทุกขั้นตอนของการบริการ และได้นำคะแนนในการสอบถามเกี่ยวกับการบริการนี้มาเป็นส่วนหนึ่งในตัวชี้วัดหลักสำคัญของหน่วยงาน (บมจ.ธนาคารกรุงไทย, 2561)

อีกทั้งธนาคารกรุงไทยยังได้เห็นความสำคัญของพนักงานเป็นอย่างมาก เพราะธนาคารถือว่าพนักงานทุกคนทุกหน่วยงานมีความเกี่ยวข้องเป็นฟันเฟืองในการทำงานเพื่อให้ได้ผลงานที่บรรลุเป้าหมายและมีคุณภาพที่ดี เพื่อทำให้ลูกค้าได้รับการบริการที่เป็นเลิศ ต้องช่วยเหลือกันเป็นหนึ่งเดียวบนรากฐานการทำงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส และด้วยความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน พนักงานประจำสาขาจะไม่ได้เป็นเพียงแค่พนักงานที่ทำรายการธุรกรรมฝากถอนปกติให้ลูกค้าเพียงอย่างเดียว แต่มีการปรับเปลี่ยนให้หนักงานสามารถเป็นที่ปรึกษาทางการเงินให้ลูกค้าได้ โดยได้มีการจัดอบรมในด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานอยู่เสมอ โดยยึดหลักที่ว่าพนักงานต้องมีความรู้รอบด้านเพื่อเป็นที่ปรึกษาทางการเงินที่ดีให้กับลูกค้า ให้เหมาะกับวิถีชีวิตของคนในยุค

ปัจจุบัน และเพื่อเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจธนาคารต่อไป (บมจ.ธนาคารกรุงไทย, 2561)

เนื่องจากบมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองของจังหวัดราชบุรี สาขาของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองราชบุรีมีจำนวนทั้งสิ้นถึง 7 สาขา โดยสาขาถนนคฑาธรเป็นสาขาขนาดเล็กถ้าเทียบกับสาขาอื่นๆ ในจังหวัดแต่กลับเป็นสาขาที่มีลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นสาขาที่อยู่ใกล้โรงพยาบาลศูนย์ราชบุรี โรงเรียน หน่วยงานราชการ และเป็นแหล่งชุมชน ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจึงค่อนข้างมีความหลากหลายทั้ง แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่โรงพยาบาล ลูกจ้าง อัยการ ผู้พิพากษา ข้าราชการ ครู นักเรียน ผู้สูงอายุ ตลอดจนพ่อค้าแม่ค้า และประชาชนทั่วไป และเนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวมีธนาคารพาณิชย์หลายแห่งซึ่งถือว่ามีการแข่งขันทางการตลาดค่อนข้างสูง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการบริการที่มีคุณภาพเพื่อพร้อมในการให้บริการสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจในแต่ละกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับธนาคาร เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ และส่งผลถึงการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการที่มากขึ้น

จากที่กล่าวมาทั้งหมด ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางในการให้บริการอย่างมีคุณภาพของพนักงานระดับปฏิบัติการของธนาคารกรุงไทยสาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ว่ามีความคิดเห็น ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการที่มีคุณภาพของธนาคารอย่างไร เพื่อจะได้นำข้อมูลและผลการวิจัยที่ได้ไปพัฒนาและส่งเสริมเรื่องการให้บริการของพนักงาน เพื่อให้เป็นไปตามความมุ่งมั่นของธนาคารที่จะสร้างการบริการที่มีคุณค่า มีคุณภาพต่อไป

มหาวิทยาลัยศิลป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมายของการให้บริการอย่างมีคุณภาพ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

3. เพื่อนำเสนอแนวทางในการให้บริการอย่างมีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

3. ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมายในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology)

2. ขอบเขตด้านประชากร ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้จัดการสาขา และพนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสาขาสาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี จำนวน 15 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ พื้นที่การวิจัยเก็บข้อมูล คือ ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

4. ขอบเขตด้านเวลา ช่วงเวลาในการศึกษาตั้งแต่ 1 มีนาคม 2561 – 15 กรกฎาคม 2561

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย แนวทางในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ รูปแบบทางความคิด และความเข้าใจของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร ที่มีต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพ

2. ทำให้ทราบถึงสภาพปัญหาในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงไทยสาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

3. นำเสนอแนวทางในการให้บริการอย่างมีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

4. ธนาคาร หรือผู้บริหารหน่วยงาน สามารถนำผลจากการวิจัยมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนทัศนคติ เสริมสร้างความเข้าใจที่เกี่ยวกับการให้บริการอย่างมีคุณภาพ หรือใช้ในการพัฒนาการบริการและการปรับปรุงคุณภาพของพนักงานสาขาให้มีคุณภาพที่ดีขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของธนาคารและการตลาดบริการที่มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูงมากในปัจจุบัน

5. เป็นพื้นฐานในการศึกษา สำหรับผู้ที่สนใจในเรื่องของการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย แนวทางในการบริการที่มีคุณภาพในระดับต่อไป

บทที่ 2
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางในการให้บริการอย่างมีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ซึ่งในบทนี้จะแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องนำมาปรับใช้ในการศึกษา รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย
2. ความหมายของธุรกิจบริการ
3. แนวคิดและความหมายเกี่ยวกับการบริการ
4. แนวคิดและความหมายเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลทั่วไปของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย

ประวัติ

บมจ.ธนาคารกรุงไทย (2561) ธนาคารกรุงไทย จำกัด เริ่มเปิดดำเนินการครั้งแรก เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2509 โดยการควบกิจการของธนาคารเกษตร จำกัด และธนาคารมณฑล จำกัด ซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีรัฐบาลเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่เข้าเป็นธนาคารเดียวกัน ตามนโยบายของรัฐบาล และได้ใช้ชื่อใหม่ว่า "ธนาคารกรุงไทย จำกัด" ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า"KRUNG THAI BANK LIMITED" ใช้สัญลักษณ์ "นกวายุภักษ์" ซึ่งเป็นเครื่องหมายของกระทรวงการคลัง เป็นสัญลักษณ์ประจำของธนาคารจนถึงปัจจุบัน วัตถุประสงค์ของการรวมธนาคารทั้งสอง เพื่อให้เป็นธนาคารของรัฐที่มีฐานะทางการเงินที่มั่นคงสามารถคุ้มครองผู้ฝากเงินและบริการลูกค้าได้กว้างขวางขึ้น ตลอดจนสามารถอำนวยประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้มากขึ้นด้วย

วันที่ 17 สิงหาคม 2530 ธนาคารกรุงไทยได้รับโอนสินทรัพย์และหนี้สินของธนาคารสยาม จำกัด มาบริหารตามนโยบายของกระทรวงการคลัง เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของธนาคารสยามมีปัญหาหลายด้าน และหลังจากการรวมกับธนาคารสยามแล้วทำให้ธนาคารกรุงไทยมีสินทรัพย์มากเป็นอันดับสองของประเทศ สามารถจะสนองตอบนโยบายการเงินการคลังของประเทศ และแสดงบทบาทความเป็น “ธนาคารนำ” (Lead Bank) ได้

ปี 2531 ธนาคารได้นำหุ้นเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งนับเป็นรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่แห่งแรก โดยมีการซื้อ–ขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ฯ ในปี 2532 และปี 2533 มีการเปิดตัวบัตรเครดิตกรุงไทย นอกจากนี้ยังเป็นสถาบันแห่งแรกในประเทศที่นำระบบเครือข่ายสื่อสารข้อมูล (K–NET) มาใช้ปี 2534 ธนาคารกรุงไทยได้รับยกย่องให้เป็นบริษัทดีเด่นประจำปี

ช่วงปี 2453-2538 เรียกได้ว่าเป็นยุคพัฒนาสู่โลกาภิวัตน์ มีการปรับปรุงพัฒนาโครงสร้างขององค์กร มีความเติบโตในในทุกๆด้านอย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ มีการพัฒนาบุคลากรตลอดจนการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ซึ่งความเติบโตในทุกๆ ด้านเป็นผลให้ที่ประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 26 กันยายน 2538 อนุมัติให้ธนาคารกรุงไทยเป็นรัฐวิสาหกิจกลุ่มที่ 1 แห่งแรกของประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2538 เป็นต้นไป

ปี 2540 เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำขึ้นภายในประเทศ และได้ส่งผลกระทบให้สถาบันการเงินจำนวนมากต้องถูกสั่งปิดกิจการ ทางการได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างต่อเนื่อง และเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2541 กระทรวงการคลังได้ประกาศมาตรการฟื้นฟูระบบสถาบันการเงิน โดยให้ธนาคารกรุงไทยรับโอนสินทรัพย์และหนี้สินที่ดีของธนาคารกรุงเทพฯพาณิชย์การ และรับโอนสินทรัพย์ หนี้สิน สาขาและพนักงานของธนาคารมหานคร พร้อมให้ธนาคารเพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 185,000 ล้านบาท เป็น 219,850 ล้านบาท เสนอขายแบบเฉพาะเจาะจงให้กองทุนเพื่อการฟื้นฟูระบบสถาบันการเงิน เพื่อรองรับการควบโอนกิจการในครั้งนี้

ปี 2544-2546 ฐานะการเงินของธนาคารมีความแข็งแกร่งมากขึ้น ภายหลังการโอนสินทรัพย์ด้อยคุณภาพไปยังบริษัทบริหารสินทรัพย์สุขุมวิท จำกัด มีการปรับโครงสร้างขององค์กรครั้งใหญ่ เพื่อเอื้อต่อการสร้างและขยายขนาดของสินทรัพย์ การสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง และลดต้นทุนการดำเนินงาน พร้อมกันนั้น ได้มีการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างฐานะของความเป็นธนาคารพาณิชย์ชั้นนำของประเทศ โดยเน้นระบบควบคุมการบริหารความเสี่ยงทุกด้านอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ธนาคารยังได้เป็นกลไกสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจไทยให้ฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว โดยเป็นแกนนำในการปล่อยสินเชื่อเข้าสู่ระบบ มีการให้สินเชื่อแก่องค์กรภายใต้การดูแลของรัฐ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ควบคู่ไปกับการให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไป และมีการเปิดให้บริการกลุ่มลูกค้าพิเศษ ได้แก่ธนาคารชุมชนและธนาคารอิสลาม

ปี 2548 ธนาคารก้าวสู่การเป็น The Convenience Bank “ธนาคารแสนสะดวก” อย่างเต็มตัว มีผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินทุกประเภทและครบวงจร สามารถใช้บริการของธนาคารได้จากทุกที่ ทุกช่องทาง และทุกเวลาตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่มีวันหยุด ได้มีปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ช่องทางต่างๆ ในการบริการให้สดใส ทันสมัย เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของคนรุ่นใหม่ และเพิ่มเครือข่ายและขยายช่องทางในการให้บริการกับลูกค้ากระจายไปตามแหล่ง

สำหรับปี 2557 ธนาคารยังคงเติบโตและพร้อมเดินเคียงข้างสังคมไทย โดยได้ปรับวิสัยทัศน์ใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน "Growing Together กรุงไทย ก้าวไกล ไปกับคุณ" ซึ่งเป็นความมุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและสร้างการบริการที่มีคุณค่า เพื่อสนับสนุนการเติบโตและความมั่งคั่งแก่ลูกค้า สร้างคุณภาพที่ดีขึ้นแก่สังคม ตลอดจนสร้างผลตอบแทนที่ดีอย่างยั่งยืนแก่ผู้ถือหุ้น

2. ความหมายของธุรกิจบริการ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2545) ได้ให้ความหมายของธุรกิจบริการไว้ว่า เป็นธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคและผลประโยชน์ของธุรกิจ

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2548b) ได้ให้ความหมายของธุรกิจบริการว่า ธุรกิจบริการจะแยกเป็น 2 คำคือ ธุรกิจ และ บริการ คำว่า ธุรกิจ ปกติหมายถึง หน่วยงานหรือองค์กร ซึ่งเอกชนจัดตั้งขึ้นมาเพื่อประกอบกิจกรรมเกี่ยวกับการค้า การขาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหากำไร ส่วนคำว่าบริการ หมายถึง สิ่งที่เราจับต้องไม่ได้แต่สามารถนำมาซื้อขายได้ ดังนั้นเมื่อพูดถึงธุรกิจบริการ จึงหมายถึง องค์กรหรือหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้หรือขายบริการ โดยปกติจะมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหากำไร ซึ่งธุรกิจบริการแต่ละประเภทเป็นธุรกิจที่มีลักษณะเฉพาะ ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของบุคคลโดยเฉพาะ ซึ่งการให้หรือการขายบริการดังกล่าวอาจจะเป็นการให้หรือขายโดยตรงสู่ลูกค้าหรือโดยทางอ้อม หรือโดยต่อเนื่อง ซึ่งแบ่งธุรกิจบริการตามลักษณะของการบริการได้เป็น 3 ประเภทดังนี้

1. ธุรกิจบริการที่ขายบริการโดยทางตรง เป็นธุรกิจที่มีการซื้อขายทางตรงแก่ลูกค้า บริการทางการเงิน บริการทางธุรกิจ ธุรกิจประเภทนี้ควรจะเน้นไปที่การปรับปรุงการบริการให้ทันสมัยอยู่เสมอ ความถูกต้องของการบริการ ความรวดเร็ว สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ การรับและจ่ายค่าบริการ การฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้และเอาใจใส่ลูกค้า ตลอดจนกำหนดนโยบายให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองด้วย

2. ธุรกิจบริการที่ขายบริการโดยทางอ้อม เป็นธุรกิจที่ขายบริการโดยมีสิ่งอื่นเป็นเครื่องมือ เช่น บริการให้เช่าบ้าน รถ บริการของสวนสนุก บริการท่องเที่ยว ธุรกิจประเภทนี้เน้นไปที่ด้านการตรวจสอบเครื่องมือ หรืออุปกรณ์ที่ให้บริการให้ทันสมัยอยู่เสมอ ปลอดภัย และมีความพร้อมที่จะให้บริการที่ดี เป็นต้น

3. ธุรกิจบริการที่ขายบริการโดยต่อเนื่อง เป็นธุรกิจที่ให้บริการควบไปกับการขายสินค้า ซึ่งอาจจะให้บริการ ก่อนการขาย ระหว่างการขาย หรือหลังการขายสินค้าก็ได้ แต่จะเน้นไปทางบริการ

หลังการขายมากกว่า การบริการหลังการขายจะช่วยสร้างความพอใจให้กับลูกค้า ในกรณีคุณภาพสินค้าใกล้เคียงกัน การบริการหลังการขายจะเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ

ภาคภูมิ รักเกียรติยศ (2557) ได้ให้ความหมายของธุรกิจบริการว่า เป็นหน่วยงานหรือองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อดำเนินกิจกรรมในการให้บริการ โดยจัดหาบริการในรูปแบบต่างๆ และเสนอขายให้แก่ผู้บริโภคเพื่อความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ความสนุกสนาน ความบันเทิง การให้บริการดังกล่าวต้องสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้ ผู้ให้บริการจะได้รับค่าบริการเป็นสิ่งตอบแทน

จากการพิจารณาความหมายของธุรกิจบริการดังกล่าวข้างต้น ทำให้สรุปได้ว่า ธุรกิจบริการเป็นหน่วยงานหรือองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อทำธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการต่างๆ เช่น ธนาคาร ท่องเที่ยว สายการบิน เป็นต้น เป็นธุรกิจที่จัดหาการบริการรูปแบบต่างๆ ไว้เพื่อบริการผู้บริโภค และสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้

3. แนวคิดและความหมายเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

พิภพ อุดร (2547) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการนำเสนออัตถประโยชน์ หรือคุณค่าที่ผู้บริโภคต้องการ โดยผ่านกิจกรรมหรือการดำเนินการที่ผู้ให้บริการมอบให้กับผู้รับบริการ ทั้งนี้ในการให้บริการนั้นอาจมีการใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่างๆ หรืออาจจะเป็นการกระทำล้วนๆ โดยที่ไม่มีการใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือใดๆ ก็ได้ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การบริการหมายรวมตั้งแต่การกระทำที่อำนวยประโยชน์ในลักษณะที่เป็นนามธรรมล้วนๆ โดยไม่มีวัสดุสิ่งของหรือสินค้าเป็นส่วนประกอบสำคัญของการกระทำนั้นๆ เป็นต้น

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (intangible good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ โดยปกติแล้วในธุรกิจบริการประเภทใดๆ ก็ตาม สามารถแบ่งบริการออกได้เป็น 3 ประเภท ตามความสำคัญหรือการทำกำไรให้ธุรกิจ ดังนี้

1. บริการหลัก เป็นหัวใจหลักของธุรกิจ โดยทั่วไปบริการหลักจะสร้างกำไรให้กับธุรกิจมาก แต่บริการหลักมักจะมีความซับซ้อนในการให้บริการ หรือการส่งมอบให้กับลูกค้ามากกว่าอีกสองประเภท เช่น ธุรกิจธนาคาร การปล่อยสินเชื่อ ถือว่าเป็นบริการที่สร้างกำไรมาก ดังนั้นบริการเหล่านี้ผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญมากในการพัฒนาบุคลากรเพื่อส่งมอบบริการหลักที่แข่งขันกับคู่แข่งได้

2. บริการเสริม เป็นเหมือนตัวเสริมเพิ่มเติมให้กับธุรกิจนั้นๆ มีความซับซ้อนน้อยกว่าบริการหลัก ดังนั้นธุรกิจใดจะมีบริการเสริมได้ก็ต่อเมื่อได้พัฒนาบริการหลักให้มีความไว้วางใจจากลูกค้าก่อน เพราะมิเช่นนั้นแล้ว บริการเสริมจะกลายเป็นบริการหลัก และในที่สุดจะต้องเปลี่ยนประเภทธุรกิจนั้นไป

3. การบริการอื่นๆ ไม่ได้เป็นหัวใจหลัก แต่เป็นบริการที่ขาดไม่ได้ เนื่องจากเป็นบริการที่สนับสนุนบริการหลักและบริการเสริมให้ดำเนินต่อไปได้อย่างสะดวก บริการนี้มักไม่ทำกำไรให้กับบริษัทหรือเป็นค่าใช้จ่ายนั่นเอง เช่น การให้บริการที่จอดรถ การให้บริการลิฟต์ การให้บริการรักษาความปลอดภัย

อเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2550) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การกระทำใดๆเพื่อช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือ การดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น โดยเป็นการปฏิบัติด้วยความเอาใจใส่ อย่างมีไมตรีจิต

เอื้อมบุญ เล้าศศิวัฒนพงศ์ (2555) ได้ให้ความหมายการบริการไว้ว่า การบริการ หมายถึง การดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างยอดเยี่ยม เป็นเลิศ โดยยึดหลักว่าต้องมีความสะดวก สะอาด รวดเร็วและถูกต้อง ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการมากที่สุด อันนำมาซึ่งความประทับใจ หรือความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ

กรกนก ชุบแวงวาปี (2556) ได้ให้ความหมาย การบริการ ว่าเป็นการที่ผู้ให้บริการจัดทำขึ้นเพื่อเสนอขายเป็นกิจกรรมการกระทำ และการปฏิบัติที่ส่งมอบถึงผู้รับบริการหรือเป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้าเพื่อสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างทันทีทันใด ลักษณะของการบริการมีทั้งไม่มีรูปร่างหรือตัวตน จับสัมผัสแตะต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายได้ง่ายแต่นำมาซื้อขายกันได้

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2557) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลใช้ความสามารถของตนเพื่อผลประโยชน์ของบุคคลอื่น การบริการนับว่าเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อผู้บริโภคและระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

แนวคิดของการบริการ

อาภรณ์ ภู่วิทยพันธุ์ (2549) กล่าวว่า การทำให้บุคคลที่ต้องติดต่อด้วยเกิดความพึงพอใจและประทับใจคือ เพียงแค่เติมเต็มหัวใจของงานบริการ หรือปลูกฝังจิตสำนึกที่เรียกว่า Service Mind คือ การมีจิตใจของผู้ให้ แสดงออกถึงความพร้อมและเต็มใจให้บริการลูกค้าก่อนเสมอ ควบคุมกิริยาท่าทางและน้ำเสียงได้อย่างเหมาะสมเมื่อลูกค้าซักถามข้อมูลบ่อยครั้ง รับฟังข้อร้องเรียนและปัญหาของลูกค้าโดยไม่แสดงกิริยาหรือน้ำเสียงไม่พอใจ มีเทคนิคและคำพูดในการสร้างความคุ้นเคยและได้รับความไว้วางใจ แสวงหาโอกาสรับฟังข้อมูลย้อนกลับจากลูกค้าในการให้บริการ มีเทคนิคและวิธีการ

ให้บริการที่หลากหลาย แสวงหาแนวทางและเทคนิคในการพัฒนาปรับปรุงการทำงานอยู่เสมอ ซึ่งควรอยู่ในใจของพนักงานทุกระดับ ซึ่งจะส่งผลทางบวกคือ

1. มัดใจลูกค้า เพราะการบริการที่ดีย่อมสามารถผูกใจลูกค้าให้เกิดความจงรักภักดี ซึ่งเป็นพฤติกรรมการซื้อซ้ำ โดยที่ลูกค้าหันมาสนใจสินค้าหรือใช้บริการอีก

2. พูดปากต่อปาก เมื่อได้ใจของลูกค้ามาครอบครองแล้ว คนเหล่านี้จะมีส่วนช่วยขายสินค้าหรือบริการที่ดีให้กับเราทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยการบอกต่อ ซึ่งนับเป็นการสื่อสารที่ได้ผลและรวดเร็วที่สุด

3. ได้รับความร่วมมือและช่วยเหลือ การให้บริการที่ดีจะเป็นเสน่ห์ที่ช่วยเสริมบารมี ทั้งยังเป็นแรงเสริมให้บุคคลรอบข้างอยากให้ความช่วยเหลือตามคำร้องขอ วิธีการสร้างเสน่ห์คือ ต้องเป็นผู้ให้ก่อนที่จะเป็นผู้รับ

4. สร้างภาพพจน์ที่ดี ลูกค้าที่ติดต่อด้วยเกิดความพอใจและประทับใจในการบริการที่ได้รับ โดยที่พฤติกรรมของการแสดงออกนั้น ลูกค้าแต่ละรายไม่ได้มองเฉพาะตัวบุคคลที่ให้บริการ แต่ยังมองถึงภาพรวมในการทำงานของหน่วยงาน ตลอดจนองค์กรนั้นๆ

5. สร้างรายได้และผลกำไร จำนวนลูกค้าที่มากขึ้น ย่อมหมายถึงรายได้และผลกำไรที่มากขึ้นเช่นกัน การบริการที่ดีจะเป็นตัวกระตุ้นและจูงใจให้ลูกค้าหันกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งยุคนี้การทำธุรกิจไม่ได้แข่งขันกันที่ราคาเพียงอย่างเดียว แต่ต้องสามารถพิชิตใจลูกค้าด้วยกลยุทธ์การบริการที่เป็นเอกลักษณ์และแตกต่าง

6. เมื่อองค์กรมีผลประกอบการที่ดี เนื่องจากความสามารถในการหาลูกค้าใหม่ๆ ตลอดจนรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ได้ เมื่อองค์กรมั่นคง มีกำไร และผลประกอบการที่ดี ผลลัพธ์ย่อมตอบสนองกลับมายังพนักงาน เมื่อพนักงานมีรายได้มากขึ้นก็จะส่งผลต่อเนื่องไปยังความมั่นคงในชีวิตการทำงานของพนักงานนั่นเอง

การบริการเชิงรุกก็เป็นสิ่งสำคัญ เป็นการแสดงออกถึงความต้องการและปรารถนาที่จะช่วยเหลือ โดยไม่รีรอให้ลูกค้าขอร้อง จากการศึกษาพบว่าบุคคลที่มีคุณลักษณะดังกล่าว จะสามารถให้บริการที่ลูกค้าเกิดความประทับใจ ชื่นชอบ และพอใจในตัวผู้ให้บริการคนนั้นๆ และจากการวิจัยพบว่าการแสดงพฤติกรรมเชิงรุก กลับสร้างความประทับใจให้ลูกค้าได้ดีกว่า จนนำมาซึ่งแบรนด์หรือจุดขายที่ทำให้ลูกค้าจดจำ เนื่องจากจุดเด่นที่แตกต่างคอยเตือนใจให้คิดถึง และอยากใช้บริการต่อไปอีก ซึ่งหนทางที่นำไปสู่ความเป็นผู้ที่มีหัวใจแห่งการบริการเชิงรุก เริ่มต้นด้วยการพัฒนาขีดความสามารถ ดังนี้คือ 1) สร้างตนเองให้เป็นคนรุ่นใหม่เสมอ คือผู้ที่พัฒนาตัวเองอยู่ตลอดเวลาไม่จำกัดอายุหรือความรู้ เป็นคนทันโลกทันเหตุการณ์ พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงและรับรู้สิ่งใหม่ๆ สำคัญคือต้องเปิดใจให้กว้าง ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาตัวเองอยู่ตลอดเวลา 2) สังเกต สอดส่อง ดูแลลูกค้า คุณสมบัติหนึ่งที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าคือ

ความเป็นคนช่างสังเกต โดยการคาดเดาที่ตั้งอยู่บนสมมติฐานความเป็นไปได้ภายใต้ประสบการณ์ว่าลูกค้าต้องการอะไรโดยลูกค้าไม่จำเป็นต้องพูดหรือบอกกล่าวมากนัก หรือเป็นการเข้าไปสอบถามลูกค้าโดยตรงเมื่อไม่แน่ใจถึงความต้องการ จึงเข้าไปหาลูกค้าเพื่อขอยืนยันข้อมูล ดังนั้นจึงต้องรู้จักสังเกตและเอาใจใส่ เพราะการสังเกตมีส่วนอย่างมากต่อการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ 3) การสร้างแบรนด์ให้ตนเองด้วยจุดที่แตกต่าง เนื่องจากจุดขายที่ดีที่สุดคือ การสร้างความแตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ไม่มีใครลอกเลียนได้ บุคคลใดที่สร้างแบรนด์ด้วยจุดเด่นที่แตกต่างย่อมพบกับความมั่นคงในการงานมากกว่าและเป็นที่ปรารถนาของลูกค้า 4) โต้ตอบลูกค้าได้รวดเร็วฉับไว ชัดเจน การตอบสนองลูกค้าด้วยความรวดเร็ว ครบถ้วน ชัดเจน ว่องไว รวมถึงการติดต่อประสานงาน ให้ความร่วมมือและช่วยเหลืออย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจตามมาความรวดเร็วและฉับไว จึงเป็นกลยุทธ์ของการบริการเชิงรุกที่สำคัญ 5) ยิ้มแย้มแจ่มใส สร้างความเป็นกันเอง การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นเหมือนสายใยที่เชื่อมความเข้าใจอันดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ภายใต้ปัจจัยสำคัญคือการสร้างความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส เท่านี้ก็จะกลายเป็นที่รักและชื่นชอบของลูกค้าได้ เป็นต้น

งานบริการก็คืองานที่เรียกร้องความสนใจ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้สินค้าและบริการหลายต่อหลายคนจึงพยายามสร้างความประทับใจให้ลูกค้าเพียงเริ่มต้น จนลืมคิดไปว่าเมื่อเวลาผ่านไปลูกค้าอาจเปลี่ยนใจไม่มาใช้บริการอีก ความสำเร็จในอดีตและปัจจุบันจึงไม่สามารถบ่งบอกถึงความสำเร็จในอนาคตได้ ดังนั้นจึงควรใส่ใจที่จะพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพงานบริการของตนอยู่ตลอดเวลา จุดเริ่มต้นที่จะทำให้งานบริการประสบความสำเร็จอยู่ที่การบริหารจัดการ เพราะการบริหารงานที่ดีย่อมมีชัยไปกว่าครึ่ง ดังนั้นการสร้างจิตสำนึกของการให้บริการจึงต้องดูที่หลักการบริหารจัดการ

สมิต สัชฌุกร (2550) ได้กล่าวว่า การบริการ เป็นการให้ความช่วยเหลือ หรือดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นจะต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติ โดยทั่วไปหลักการให้บริการมีข้อควรคำนึงดังนี้ 1) สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ การบริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลักจะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ 2) ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ คุณภาพคือความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น เพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการ 3) ปฏิบัติโดยถูกต้องครบถ้วน การตอบสนองความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัดคือการปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ครบถ้วนไม่ให้มีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่อง 4) เหมาะสมแก่สถานการณ์ การให้บริการที่รวดเร็ว ส่งสินค้าหรือให้บริการตรงตามกำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญ ความล่าช้าไม่ทันกำหนดทำให้เป็นการบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ และยังต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้าและสนองตอบให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย 5) ไม่ก่อผลเสียหายแก่

บุคคลอื่นๆ การบริการใดก็ตามต้องพิจารณาโดยรอบคอบ รอบด้าน ต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย รวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ลักษณะของการบริการที่ดี ธุรกิจหลายแห่งประสบความสำเร็จในการให้บริการ เพราะผู้บริหารมีหลักการให้บริการกำหนดไว้เป็นกรอบหรือแนวทางปฏิบัติของพนักงานเพื่อให้พนักงานยึดถือเป็นนโยบาย การให้บริการเป็นการกระทำของบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพ อุปนิสัยและอารมณ์แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลและแต่ละสถานการณ์จึงมีการประพฤติปฏิบัติที่หลากหลายออกไป แต่การบริการที่ดีที่ยอมรับกันทั่วไปคือ 1) บริการด้วยความเต็มใจ มีความรักในงานบริการ 2) ทำด้วยความรวดเร็ว แสดงออกอย่างกุลีกุจอในการให้บริการ 3) ทำถูกต้อง ให้บริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ 4) ทำอย่างเท่าเทียมกัน ต้องแสดงออกให้คนทั่วไปเห็นว่าเราบริการอย่างเสมอภาค 5) ทำให้เกิดความชื่นใจ พอใจด้วยบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ คงเส้นคงวา ต้องทำให้ผู้รับบริการมีความสุข พยายามให้ความช่วยเหลือจนผู้รับบริการเกิดความพอใจ เป็นต้น

วิธีการต้อนรับที่สร้างความพอใจเป็นสิ่งที่สำคัญ จึงต้องเตรียมการให้พร้อมเพื่อจะให้เป็นไปตามความคาดหวังของผู้มาติดต่อ การปฏิบัติไม่ว่าจะเป็นทางกาย วาจาและใจ ก็จะต้องสอดคล้องกันเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน คือ ความพอใจของผู้มาติดต่อหรือลูกค้า ความประทับใจในการต้อนรับ ทำให้เป็นที่กล่าวขวัญในทางที่ดี ความสำคัญของการต้อนรับมีมากเพียงใดจะสังเกตได้จาก ความสำคัญของคำโฆษณาที่ธุรกิจต่างๆ เน้นการให้การต้อนรับที่เท่าเทียมและประทับใจเป็นเรื่องสำคัญและเป็นจุดขาย (Selling Point) เช่น “บริการทุกระดับประทับใจ” “เพื่อนคู่คิดมิตรคู่บ้าน” “เพื่อนที่แสนดี” “เราจะดูแลท่านดุจญาติสนิท” การต้อนรับที่ดีจะฝากฝังความประทับใจที่ดี และสร้างความรู้สึกด้วยรักและผูกพัน ทำให้คิดถึงสินค้าและบริการ เมื่อยามที่ต้องการใช้ก็จะนึกถึงเป็นแห่งแรกและแห่งเดียวและไม่รีรอที่จะมาซื้อหาในทันใด และมาตรฐานการต้อนรับที่ดี คือ

1. การจัดสถานที่ ต้องรักษาความสะอาดและมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีความสะดวกสบายแก่การพักและการรับรองลูกค้า มีความเหมาะสมแก่ผู้มาติดต่อและเป็นสัดส่วน มีผู้รับผิดชอบดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อย และต้องมีป้ายบอกสถานที่

2. การแต่งกาย ต้องสุภาพเรียบร้อยและสะอาด เหมาะสมแก่กาลเทศะและลักษณะงานที่ทำ มีป้ายชื่อตัวและหน่วยงาน/บริษัทฯ

3. การกล่าวต้อนรับ ต้องกล่าวคำว่า “สวัสดี” และ “ไหว้” เป็นการต้อนรับ ทักทายอย่างสุภาพและเหมาะสม พูดอย่างมีหางเสียงและสุภาพ แสดงการให้เกียรติลูกค้า ให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้า

4. การแสดงน้ำใจ ต้องมีสีหน้ายิ้มแย้ม ถามความต้องการของลูกค้าว่าจะใช้บริการหรือช่วยเขาได้อย่างไรบ้าง ไม่แสดงท่าทีกิริยากระด้าง หรือไม่พอใจในคำร้องขอหรือต่อว่าจากลูกค้า

5. การรับรู้ความต้องการ ต้องถามความต้องการของผู้มาติดต่อให้ชัดเจน รับฟังลูกค้าอย่างตั้งใจ ทบทวนคำพูดเพื่อแสดงความเข้าใจที่ตรงกัน

6. การสนองความต้องการ ต้องปฏิบัติตามคำร้องขออย่างเต็มใจและรวดเร็ว ต้องสามารถให้ข้อมูลอย่างตั้งใจ มีการปฏิเสธอย่างนุ่มนวลสมเหตุสมผลในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามความประสงค์ รับฟังความคิดเห็นลูกค้า

7. การกล่าวคำอำลา ต้องกล่าวขอบคุณ กล่าวคำขอโทษในกรณีที่การต้อนรับไม่เรียบร้อย กล่าวเชิญชวนให้มาใช้บริการอีก ต้องกล่าวคำ “สวัสดี” และ “ไหว้” ก่อนลาจาก

สิ่งที่สำคัญในการให้บริการที่ดี คือ ผู้ให้บริการ จะต้องสั่งสมคุณสมบัติพื้นฐาน ไว้ให้เป็นคุณลักษณะประจำตัว ดังนี้

1. มีความรักในงานบริการ คนที่มีใจรักในงานใดๆ ย่อมจะมีความมุ่งมั่นที่จะทำงานนั้นให้ดีที่สุด ด้วยความตั้งใจและมีการคิดสร้างสรรค์ปรับปรุงงานให้ดีอยู่เสมอ

2. มีความรับผิดชอบในหน้าที่ หัวใจของการทำงานทุกอย่างอยู่ที่ความรับผิดชอบ หากขาดความรับผิดชอบก็จะมีการละเลยในหน้าที่ ไม่เอาใจใส่ และก่อให้เกิดความเสียหายได้

3. มีความซื่อสัตย์ ซื่อตรงต่องาน ผู้บริการทุกคนมีความเชื่อตรงกันว่าการจะเป็นผู้ให้บริการที่ดีต้องมีความซื่อสัตย์ทั้งต่อตัวเอง ต่อผู้อื่น และต่องานเพื่อให้การให้บริการมีการประพฤติตรงและจริงใจ ไม่คดโกงและไม่หลอกลวง

4. มีความสามารถควบคุมตนเองได้ การรู้จักควบคุมตน ควบคุมอารมณ์และความรู้สึกไม่แสดงออกอย่างโจ่งแจ้งย่อมมีกิริยาอาการสงบเสงี่ยมวางตัวให้สุภาพ หากควบคุมตัวเองไม่ได้ แสดงอาการไม่พอใจออกนอกหน้าก็อาจจะทำให้เสียบุคลิกภาพและเสียงานบริการได้

5. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การให้บริการมิใช่ปฏิบัติเป็นลักษณะงานกิจวัตรประจำวัน ต้องรู้จักคิดต่อเติมดัดแปลงหรือปรับปรุงให้มีการบริการที่แปลกใหม่ดีขึ้นกว่าเดิม เพื่อเพิ่มความพอใจให้แก่ผู้รับบริการอยู่เสมอ มิเช่นนั้นลูกค้าอาจเกิดการเปรียบเทียบกับการบริการของแห่งอื่นที่ดีกว่าได้

6. มีความมานะพยายามจะทำแต่สิ่งที่ดีมีคุณประโยชน์ ความเพียรพยายามนำไปสู่ความสำเร็จในทุกสิ่ง ยิ่งมุ่งในทางที่ดีและเป็นประโยชน์ทั้งต่อตนเองและผู้รับบริการยิ่งจะทำให้การบริการตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ดีและประสพผลในการทำให้การบริการบรรลุเป้าหมายสูงสุด

7. มีจิตใจมั่นคงไม่เรรวน ผู้ให้บริการจะต้องมีจิตใจหนักแน่นเพราะเป็นฝ่ายผู้ให้ซึ่งบางกรณีฝ่ายผู้รับมีความเรียกร้องต้องการสูงเกินกว่าที่จะให้ได้และทำความไม่พอใจให้แก่ผู้รับบริการ เกิดการตำหนิบ่นหรือร้องเรียนว่าให้บริการไม่เหมาะสม ถ้าผู้ให้บริการเกิดความหวั่นไหวก็จะท้อแท้และไม่คิดที่จะให้บริการอีกต่อไป หรือไม่ให้บริการอย่างเต็มความสามารถ

8. มีความมุ่งมั่น เรียนรู้สิ่งใหม่ที่ให้ประโยชน์ต่อผู้อื่น การบริการมีการพัฒนาอยู่เสมอ ผู้ให้บริการจึงควรเป็นคนใฝ่รู้ ใฝ่เรียนและแสวงหาความรู้ในเทคนิคการให้บริการใหม่ๆ ที่อาจเพิ่มความสะดวก ความรวดเร็วและปลอดภัย บางกรณีไม่มีค่าใช้จ่ายมากเพียงแต่การปรับเปลี่ยนวิธีการบางอย่างในการให้บริการจะผลดีเป็นที่พอใจแก่ผู้รับบริการ

9. มีความช่างสังเกต การศึกษาอบรมเป็นการให้ความรู้ในชั้นต้น ต่อมาผู้ให้บริการจะต้องศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมด้วยการศึกษาสังเกต การเป็นคนช่างสังเกต จดจำ วิธีการให้บริการที่ดีๆ นำมาเลือกใช้ปฏิบัติ ย่อมจะเป็นประโยชน์ช่วยในการพัฒนาการให้บริการได้อย่างมาก ความเป็นคนช่างสังเกตจะทำให้มองเห็นสิ่งที่ผู้อื่นมองไม่เห็นหรือมองข้ามไป

10. มีวิจารณญาณไตร่ตรองรอบคอบ ผู้ให้บริการจะต้องรู้จักใช้ดุลพินิจในหลายกรณี บางเรื่องอาจขัดนโยบายไม่สามารถจะปฏิบัติตามที่ลูกค้าต้องการ แต่หลักการก็คือต้องไม่ทำให้ลูกค้าโกรธหรือไม่พอใจ การตัดสินใจว่าจะปฏิบัติอย่างไรจึงต้องอาศัยทักษะการตัดสินใจอย่างรอบคอบ ไม่ตัดสินใจด้วยอารมณ์และจะต้องปฏิบัติให้สอดคล้องกับนโยบายด้วย

11. มีความสามารถวิเคราะห์ปัญหา และหาทางแก้ไข การให้บริการโดยทั่วไปจะต้องเผชิญกับปัญหารอบด้านทั้งที่เกิดจากคนและเกิดจากระบบ การวิเคราะห์ให้รู้ถึงสาเหตุของปัญหาที่แท้จริงจะช่วยให้สามารถแก้ไขปัญหาได้ถูกจุด เพราะหากไปแก้ปัญหาในการให้บริการที่ปลายเหตุอาจไม่เป็นผลในการแก้ปัญหาและยังจะมีผลเสียตามมา

12. มีการพิจารณาใคร่ครวญ ความจริงเป็นการพิจารณาใคร่ครวญก็จะต้องใช้วิจารณญาณไตร่ตรอง แต่มีลักษณะเน้นถึงการทบทวนผลได้ผลเสียที่จะเกิดขึ้นจากการให้บริการที่บกพร่อง อาจจะนำมาซึ่งความเสียหายแก่กิจการถึงขั้นถูกบอกเลิกสัญญาหรือเสียค่าปรับ ซึ่งผู้ให้บริการจะต้องมีความรับผิดชอบอย่างสูง หากปฏิบัติได้อย่างมั่นคงจนเป็นนิสัยก็จะเป็นพื้นฐานให้งานบริการประสพความสำเร็จด้วยดี

สมชาติ กิจยรรยง (2555) กล่าวว่า การบริการ ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจของเรามีความเจริญรุ่งเรืองได้ หากเรามีการบริการที่ดี ตรึงตราตรึงใจลูกค้าที่มาใช้บริการ ทำให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการพึงพอใจในการบริการหรือสินค้าของเรา ย่อมส่งผลให้เรารักษาลูกค้าเก่าไว้ได้ และสามารถสร้างลูกค้าใหม่ๆได้เช่นกัน กลยุทธ์และเทคนิคต่างๆทุกรูปแบบ จึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำและกลับมาใช้บริการของเรา ทุกวันนี้การแข่งขันด้านการบริการจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะดึงดูดลูกค้า หรือรักษาลูกค้าให้อยู่กับเราไปนานๆ และได้กล่าวว่า การให้บริการอย่างมีคุณภาพและมีมาตรฐาน จะต้องปฏิบัติดังนี้

1. มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ มีจิตวิญญาณพร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ มีความเข้าใจในงานบริการ ยินดีที่จะให้บริการ

2. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน บริการด้วยจิตใจอันมุ่งมั่น ทันการและทันใจผู้ใช้บริการ ให้คำปรึกษาอย่างกระฉับกระเฉง และมีความพยายาม

3. ช่วยเหลือลูกค้าอย่างมีอัธยาศัยไมตรี จริงใจ ให้ความสนใจและเอาใจใส่ดูแล สร้างความประทับใจในการให้บริการ มีไมตรีจิต มีกิริยามารยาทที่ดี มีความถ่อมตัว แสดงออกในการให้บริการ

ด้วยรอยยิ้มหรือใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และหวังดีที่ได้ให้บริการ มีความอดทน อดกลั้น รู้จักควบคุมหรือระงับอารมณ์

4. มีความแม่นยำ ถูกต้อง ในการให้ข้อมูลผู้ใช้บริการ

5. รักษาคำมั่นสัญญาที่เคยให้ไว้กับลูกค้าหรือองค์กร

6. ได้รับการฝึกอบรม และฝึกฝนจนเกิดทักษะในการบริการอย่างอัตโนมัติ

7. มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า ระบบขององค์กรเป็นอย่างดี จะต้องมีความรอบรู้ในงานที่ทำและสามารถใช้สติปัญญา ไหวพริบในการบริการลูกค้า สามารถทำงานทดแทนกันได้ แม้เวลาหยุดพัก

8. มีมาดของผู้ให้บริการที่ท่าทางดี บุคลิกภาพที่ดีในการปรากฏตัว

9. เสนอแนวคิดใหม่ๆในการปรับปรุง หรือพัฒนาการให้บริการอยู่เสมอ

แนวทางในการสร้างงานบริการ ที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการในทุกระดับ มีแนวทางหลักๆ สำหรับพนักงานผู้ให้บริการขั้นพื้นฐาน และผู้บริหารงานตามลำดับ คือ บันไดสู่ความเป็นเลิศในการบริการ คือ 1) เรียนรู้ในตัวลูกค้าของเรา และหาคำตอบให้ได้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญสำหรับเขา 2) เรียนรู้และค้นหาปัจจัยในการให้บริการที่จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า 3) พยายามตอบสนองบริการที่เราจะมอบให้กับลูกค้าได้ในส่วนที่เรารับผิดชอบ 4) จัดทำลำดับขั้นตอนในกระบวนการบริการนั้นๆ ให้แก่ลูกค้า และทำตามขั้นตอนบริการ 5) ปรับปรุงการทำงานให้ได้ผล คือ คล่องตัว แม่นยำ และสะดวกโดยลดความผิดพลาด และรวบรัดขั้นตอนให้ง่ายขึ้น 6) สร้างเกณฑ์มาตรฐานความต้องการของลูกค้า โดยทำระบบการควบคุม และสร้างวิธีการตรวจสอบผลลัพธ์เป็นระยะๆ ทั้งนี้เพื่อพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการบริการให้ดีขึ้น

การไปติดต่อบุคคลในองค์กรต่างๆ หากรู้สึกว่าไม่ได้รับการต้อนรับหรือตอบกลับที่ดี ที่สร้างสรรค์ ขาดความเอาใจใส่ หรือไม่ให้ความสำคัญกับเรา เราจะก็รู้สึกไม่พึงพอใจ ไม่ประทับใจ ดังนั้นเมื่อมีผู้มาติดต่อเรา หากเราประสงค์จะก้าวสู่ความเป็นเลิศแล้ว ควรเอาใจเขามาใส่ใจเราด้วยการบริการที่ดีทั้งก่อน ระหว่าง และภายหลังเสร็จสิ้นงาน คุณภาพสินค้าขององค์กร บริการต่างๆ ร่วมกับคุณภาพการปฏิบัติงาน ย่อมส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีในรูปแบบต่างๆ คือ ย่อมส่งผลให้เกิดผู้ติดต่อ ผู้มุ่งหวัง หรือลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ทำให้เกิดการซื้อซ้ำหรือซื้อเพิ่มเติมได้ และย่อมทำให้เกิดการได้เปรียบคู่แข่งขันในด้านต่างๆ ส่งผลต่อองค์กรและพนักงาน และการทำงานร่วมกันกับทีมงานเพื่อให้บริการที่เป็นเลิศและเกิดประโยชน์กับผู้ใช้บริการ ย่อมจะนำพาให้ธุรกิจของเรามีความมั่งคั่งและมั่นคง ถ้าเราใช้การบริการแบบประสานงานกันเป็นเครื่องมือให้กับทีมงาน เมื่อลูกค้าได้ผลตอบแทนตามความคาดหวัง หรือเกินความคาดหวัง ย่อมส่งผลต่อการซ้ำ หรือซื้อตลอดไป

เอื้อมบุญ เล้าศศิวัฒนพงศ์ (2555) ได้ให้ความหมายการบริการไว้ว่า การบริการ หมายถึง การดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างยอดเยี่ยมเป็นเลิศ โดยยึดหลักว่าต้องมีความสะดวก สะอาด รวดเร็วและถูกต้อง ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการมากที่สุด อันนำมา

ซึ่งความประทับใจ หรือความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ และยังกล่าวถึงการพัฒนาองค์กร ว่าเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์กรอย่างมีระบบโดยได้เน้นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาโดยเฉพาะการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในองค์กร เพื่อดำเนินไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ และประเด็นที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ในการพัฒนานั้นมุ่งเน้นเพื่อการแก้ไขและเปลี่ยนแปลงทัศนคติพฤติกรรมการปฏิบัติงานของบุคคลในองค์กรทั้งเก่าและใหม่อย่างเป็นระบบ และกล่าวว่า การพัฒนาบุคลากร เป็นการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์ เพื่อเพิ่มพูนทักษะความชำนาญ ความเชี่ยวชาญ และความสามารถในการทำงานที่เหมาะสมกับตำแหน่งที่รับผิดชอบ

ณรัญรัตน์ มณฑีรรัตน์ (2557) ได้กล่าวว่า การบริการที่เป็นเลิศสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะเพิ่มฐานลูกค้าให้กับธนาคาร การพัฒนาคุณภาพการบริการให้มีมาตรฐานลูกค้าเกิดความประทับใจ อยากกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มีความเข้าใจลูกค้าแต่ละบุคคลว่าลูกค้ามีความต้องการอะไรโดยผู้ให้บริการจะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าทันที คือผู้ให้บริการต้องมีความพร้อมให้บริการแก่ลูกค้าเสมอ การปฏิบัติอย่างรวดเร็วด้วยความเต็มใจ เช่น ถ้าลูกค้ามีปัญหา ไม่ควรให้ลูกค้ารอนาน ไม่ควรปัดหน้าที่ความรับผิดชอบให้บุคคลอื่น ไม่ควรพูดจาด้วยอารมณ์รุนแรง หากลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจต่อการบริการอาจไม่กลับมาใช้บริการกับธนาคารอีก

จากการพิจารณาแนวคิดและความหมายเกี่ยวกับการบริการ สรุปได้ว่า การบริการ เป็นการกระทำที่ส่งมอบการบริการจากผู้ให้บริการไปถึงผู้รับบริการ ซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่มีตัวตน เพื่อสนองความต้องการของผู้รับ ไม่ว่าจะเป็นการบริการเชิงรุก การบริการที่สามารถมัดใจลูกค้า ซึ่งมีรูปแบบที่หลากหลาย แล้วแต่หน่วยงานหรือองค์กรนั้นจะมีแนวคิดหรือวิธีปฏิบัติที่เห็นสมควรในการบริการที่เหมาะกับธุรกิจบริการของตนเอง ซึ่งจะมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

4. คุณภาพในการให้บริการ

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547) กล่าวว่า คุณภาพในการบริการมีความสำคัญและเป็นที่สนใจของนักการตลาด เนื่องจากคุณภาพบริการที่ดีหมายถึงบริษัทจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน แต่ในทางกลับกันถ้าคุณภาพในการบริการไม่ดี บริษัทก็จะตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบทางการแข่งขันในทันที มีงานวิจัยหลายชิ้นที่ชี้ให้เห็นว่าคุณภาพบริการจะนำมาซึ่งความพึงพอใจแก่ลูกค้า และถ้าลูกค้าไม่พึงพอใจลูกค้าก็พร้อมที่จะหนีไปใช้บริการจากผู้ประกอบการรายอื่นทันที ในมุมมองทางการตลาด ประเด็นสำคัญคือ ผู้บริโภคสังเกตเห็นความแตกต่างด้านคุณภาพระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจบริการแต่ละรายหรือไม่ ดังนั้น เราจะต้องพยายามปรับปรุงคุณภาพในการบริการในมิติที่อยู่ในสายตาของลูกค้าให้เหนือกว่าคู่แข่ง ไม่ใช่การปรับปรุงคุณภาพในแบบที่ทำไปแล้วลูกค้าไม่รู้ และเมื่อ

องค์กรบริการของเรามีคุณภาพที่ผู้บริโภครับรู้เหนือกว่าคู่แข่งแล้ว จุดนี้เองจะนำไปสู่ผลกำไรที่สูงขึ้นในอนาคต หลังจากที่ลูกค้าซื้อบริการและได้ใช้บริการ ลูกค้าจะมีการประเมินเปรียบเทียบระหว่าง “สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจะได้รับบริการ” กับ “สิ่งที่ลูกค้าได้รับจริงจากการบริการ” และเมื่อใดก็ตามที่สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังเท่ากับหรือน้อยกว่าสิ่งที่ลูกค้าได้รับจริง ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นเราอาจสรุปได้ว่าคุณภาพบริการหมายถึง “ความพอใจของลูกค้า หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือคุณภาพหมายถึงการให้บริการได้ตรงตามที่ลูกค้าคาดหวัง” และเมื่อคุณภาพการบริการคือการให้บริการได้ตรงตามความต้องการที่ลูกค้าคาดหวัง ดังนั้นปัจจัยที่ลูกค้าใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ความเชื่อถือในคุณภาพการบริการ จะเกี่ยวข้องกับผลงานและความพร้อมให้บริการอย่างสม่ำเสมอ หมายความว่า องค์กรจะต้องให้บริการอย่างถูกต้องเหมาะสมตั้งแต่ครั้งแรก และรักษาสัญญาที่ให้กับลูกค้าไว้ได้ เช่น การออกบิลเรียกเก็บเงินถูกต้อง การเก็บข้อมูลถูกต้อง ให้บริการตามเวลาที่กำหนด เป็นต้น

2. การตอบสนอง คือความเต็มใจ หรือความพร้อมในการบริการของพนักงานและยังเกี่ยวข้องกับการให้บริการอย่างทันอกทันใจ เช่น การส่งสำเนาใบโอนทันที โทรศัพท์กลับหาลูกค้าอย่างรวดเร็ว ให้บริการรวดเร็วทันใจ เป็นต้น

3. บริการอย่างมีความสามารถ คือมีทักษะและความรู้ที่จะทำงานบริการนั้นๆ มีความชำนาญอย่างที่ควรจะเป็น โดยเกี่ยวข้องกับ ความรู้ความชำนาญของคนที่จะต้องไปติดต่อกับลูกค้า ความรู้และความชำนาญของคนที่จะสนับสนุนงานบริการ

4. การเข้าถึง เกี่ยวกับการติดต่อต่างๆที่สามารถทำได้ง่ายและมีความคล่องตัว เช่น ติดต่องานบริการทางโทรศัพท์ได้โดยง่าย ช่วงเวลารอคิวบริการต้องไม่นานเกินไป มีเวลาเปิด/ปิดให้บริการที่อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า สถานที่ติดต่อขอรับบริการมีความสะดวก เป็นต้น

5. อัธยาศัยไมตรี จะเกี่ยวข้องกับความสุภาพ การให้เกียรติ การคำนึงถึงความรู้สึกของลูกค้า มิตรภาพที่ได้จากการติดต่อกับพนักงานให้บริการ อัธยาศัยไมตรี และยังรวมถึงการดูแลและคำนึงถึงทรัพย์สินของลูกค้า ความเป็นมิตรของพนักงาน ความเอาใจใส่ และความเกรงใจ

6. การติดต่อสื่อสาร หมายถึง การหมั่นให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วยภาษาที่ลูกค้าเข้าใจได้ พร้อมทั้งยินดีรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า และอาจหมายถึงบริษัทจำเป็นต้องปรับภาษาที่ใช้กับผู้บริโภคแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน การติดต่อสื่อสารยังเกี่ยวข้องกับ การอธิบายรายละเอียดวิธีการใช้บริการ อธิบายว่าลูกค้าต้องจ่ายมากแค่ไหนสำหรับงานบริการนั้น อธิบายต้นทุนที่ลูกค้าต้องจ่ายแลกกับงานบริการให้ความมั่นใจกับผู้บริโภคว่าความต้องการของเขาต้องได้รับการตอบสนอง

7. ความเชื่อถือไว้ใจได้ เกี่ยวกับความมีคุณค่า น่าเชื่อถือ และความซื่อสัตย์ ทั้งนี้ความเชื่อถือไว้วางใจได้สัมพันธ์กับการคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้า สิ่งที่เอื้อประโยชน์ต่อการมีความ

เชื่อถือไว้ใจได้ คือ ชื่อเสียงของบริษัท บุคลิกภาพส่วนตัวของคนที่ติดต่อกับลูกค้า ความซื่อสัตย์และความจริงใจของผู้ให้บริการ

8. ความปลอดภัย คือปลอดจากอันตราย ความเสี่ยง หรือความเคลือบแคลงสงสัย เช่น ความปลอดภัยทางร่างกายเวลาใช้ตู้ ATM ความมั่นคงทางด้านการเงิน การเก็บรักษาความลับของลูกค้า เป็นต้น

9. เข้าใจ รู้จักลูกค้าจริง เป็นความพยายามเข้าใจความต้องการของลูกค้า โดยเกี่ยวพันถึงศึกษาความคาดหวังและความต้องการของลูกค้า เอาใจใส่และให้ความสนใจลูกค้าเป็นรายบุคคล ต้องจดจำลูกค้าประจำของตนเองได้

10. บริการที่เป็นรูปธรรม เป็นปัจจัยเดียวที่ลูกค้าสามารถจับต้องได้ในปัจจัยทั้งหมดที่ลูกค้าใช้ในการประเมินคุณภาพบริการ ซึ่งประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก การตกแต่งภายในภายนอกต่างๆ การแต่งตัวของบุคลากรผู้ให้บริการ เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ที่ต้องใช้ประกอบเพื่อให้บริการ ตัวแทนบริการในเชิงกายภาพ บัตรเครดิตการ์ด หรือบัญชีธนาคาร ลักษณะและพฤติกรรมของลูกค้าคนอื่นที่เข้ามาใช้บริการพร้อมๆ กันในสถานบริการ เป็นต้น

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2548a) กล่าวว่า การเสนองานที่มีคุณภาพ เป็นกลไกอย่างหนึ่งในการเพิ่มคุณค่าแก่งานบริการ องค์กรบริการที่นำการจัดการคุณภาพโดยรวม (Total Quality Managemeny : TQM) มาใช้จะพยายามปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่องและใช้คุณภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการประเมินผลการปฏิบัติงาน ผู้บริหารทุกคนและพนักงานที่เกี่ยวข้องทุกระดับจะต้องมีความมุ่งมั่นในการเสนองานที่มีคุณภาพ มีการใช้เครื่องมือต่างๆ ในการแก้ปัญหาจนเกิดเป็นวัฒนธรรมขององค์กรที่ทุกคนยอมรับ สำหรับผู้บริหารระดับกลางจะต้องเข้าใจระบบของกิจการในส่วนที่พวกเขารับผิดชอบ รวมทั้งเป้าหมายในการปฏิบัติงาน พวกเขาจะต้องยอมรับหลักการใหม่เกี่ยวกับระบบและกระบวนการที่ปรับปรุง เพื่อจะได้แนะนำพนักงานในระดับที่ต่ำกว่าได้ สำหรับพนักงานระดับล่างต้องได้รับการชี้แนะและฝึกอบรมจนเขาสามารถวัดผลการปฏิบัติงานได้ ตระหนักถึงการผันแปรของคุณภาพงานบริการและสามารถวิเคราะห์สาเหตุที่แท้จริงของปัญหาได้ บทบาทของพวกเขาจะแน่นอนว่าอะไรเป็นสิ่งที่พวกเขาต้องปฏิบัติได้และอะไรเป็นสิ่งที่ต้องเสนอต่อฝ่ายจัดการในระดับที่สูงกว่า

ในการที่จะบรรลุผลสำเร็จในการให้บริการได้อย่างมีคุณภาพได้นั้นต้องอาศัยองค์ประกอบอื่นๆประกอบด้วยดังต่อไปนี้

1. การฟัง (Listening) คุณภาพถูกกำหนดโดยลูกค้า การปฏิบัติตามข้อกำหนดของบริษัทไม่ใช่คุณภาพแต่การปฏิบัติตามข้อกำหนดของลูกค้าคือคุณภาพแท้จริง การปรับปรุงบริการต้องเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ทั้งของลูกค้าและผู้ผลิต

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความน่าเชื่อถือเป็นหลักสำคัญของงานบริการที่มีคุณภาพ ลูกค้าจะไม่ให้ความสนใจเลยหากงานบริการนั้นไม่น่าเชื่อถือ

3. บริการพื้นฐาน (Basic Service) ลูกค้าคาดหวังจะได้รับบริการพื้นฐานและต้องการผลของปฏิบัติงานไม่ใช่แค่คำสัญญา

4. การออกแบบงานบริการ (Service Design) ทุกองค์ประกอบของระบบบริการต้องทำหน้าที่ไปด้วยกัน การออกแบบที่มีข้อบกพร่องในส่วนใดก็ตามของระบบบริการจะลดคุณภาพงานบริการได้

5. การกลับมาใช้บริการ (Recovery) บริษัทจะได้รับคะแนนด้านคุณภาพการให้บริการที่ไม่น่ายินดีจากลูกค้าหากว่าปัญหาของลูกค้าไม่ได้รับการแก้ไขจนเป็นที่น่าพอใจ บริษัทไม่สามารถตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพต่อข้อร้องเรียนของลูกค้าจะประสบความล้มเหลวในการให้บริการ

6. ความแปลกใจ (Surprising Customers) อะไรก็ตามที่ลูกค้าได้รับนอกเหนือความคาดหมายจะนำมาซึ่งความแปลกใจ องค์กรบริการนอกจากจะให้บริการที่น่าเชื่อถือแล้ว การสร้างความแปลกใจแก่ลูกค้าเมื่อมีการส่งมอบบริการจะเป็นบริการที่ยอดเยี่ยมอย่างแท้จริง

7. ปฏิบัติอย่างเสมอภาค (Fair Play) องค์กรบริการต้องให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน หากลูกค้ารู้สึกว่าไม่มีความเสมอภาค พวกเขาจะเกิดความคับแค้นใจและไม่ไว้ใจองค์กรนั้นอีกต่อไป

8. ทำงานเป็นทีม (Teamwork) การทำงานร่วมกันเป็นทีมเป็นสิ่งสำคัญที่จะสนับสนุนให้เกิดแรงจูงใจในการให้บริการ

9. การวิจัยพนักงาน (Employee Research) การวิจัยพนักงานเป็นสิ่งสำคัญต่อการปรับปรุงงานบริการพอๆกับการวิจัยลูกค้า

10. ผู้นำ (Servant Leadership) การส่งมอบบริการที่ดีนั้นต้องอาศัยรูปแบบเฉพาะของความเป็นผู้นำ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นและผลักดันให้บรรลุผลสำเร็จในงานบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) ได้กล่าวว่า คุณภาพของการบริการ (service quality) หมายถึง การบริการที่ดีเลิศ (excellent service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ (customer satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (customer loyalty) คำว่าบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการ หมายถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนอง ส่วนบริการที่เกินความต้องการของลูกค้า หมายถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ จนรู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นการบริการที่วิเศษมาก ประทับใจ คุ้มค่าแก่การตัดสินใจ รวมทั้งคุ้มค่าเงิน เป็นต้น คุณภาพในการบริการของธนาคาร ได้แก่ ความสวยงามของที่ทำการของธนาคาร การจัดสัดส่วนของการบริการและการมีป้ายบอกอย่างชัดเจน การแต่งการอย่างภูมิฐานของพนักงาน ความรวดเร็วของระบบคอมพิวเตอร์ ความถูกต้องของตัวเลขยอดเงิน มีเครื่องมือทันสมัยจัดไว้ครบครันสำหรับบริการ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องเอทีเอ็ม เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ

เครื่องฝากเงิน ที่ฝากเช็ค เป็นต้น และองค์ประกอบของคุณภาพในการให้บริการ ในการวัดคุณภาพของการบริการ ลูกค้าจะวัดจากองค์ประกอบของคุณภาพในการบริการมี 5 ข้อ ได้แก่

1. สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ให้บริการ ที่จอดรถ สวน ห้องน้ำ การตกแต่ง ป้าย ประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่างๆ รวมทั้งการแต่งกายของพนักงาน สิ่งที่สัมผัสได้เหล่านี้จะเหมือนกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งเป็นหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาดตัวที่ 7 (P7) สิ่งเหล่านี้นอกจากจะสวยงามและสะอาดแล้ว การใช้งานยังเป็นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึง เช่น บันไดที่สวยงามต้องไม่ทำขั้นสูงเกินไป ที่จอดรถที่หาประตูทางเข้าได้ง่าย เป็นต้น

2. ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) เป็นความสามารถในการมอบบริการ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ได้สัญญาหรือที่ควรจะเป็นได้อย่างถูกต้อง และได้ตรงวัตถุประสงค์ของการบริการนั้นภายในเวลาที่เหมาะสม เช่น การฝากเงินกับธนาคารต้องมีการรักษาเงินในสมุดบัญชีให้อยู่ครบทุกบาททุกสตางค์ คำนวณดอกเบี้ยไม่ผิดพลาด เป็นต้น

3. ความรวดเร็ว (Responsiveness) เป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนานรวมทั้งต้องมีความกุลีกุจอ เห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้องรับให้การช่วยเหลือสอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4. การรับประกัน (Assurance) เป็นการรับประกันว่า พนักงานที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ และมีความสุภาพ มีจริยธรรมในการให้บริการเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าจะได้รับการบริการที่เป็นมาตรฐานและปลอดภัยไร้กังวล นอกจากนี้อาจจะต้องรับประกันถึงมาตรฐานขององค์กรด้วย เช่น ISO 9001:2000 หรือรางวัลจากสถาบันต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นธนาคารดีเด่น หรือผู้บริหารได้รับรางวัลผู้บริหารดีเด่น

5. การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) องค์ประกอบข้อนี้เป็นการดูแลและเอาใจใส่ให้บริการอย่างตั้งอกตั้งใจ เนื่องจากเข้าใจปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าที่ต้องได้รับการตอบสนอง เน้นการบริการและการแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างเป็นรายบุคคล ตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน มีการสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้าอย่างถ่องแท้

จากการศึกษาผลของการสร้างคุณภาพในการให้บริการในธนาคารแห่งหนึ่ง ในสหรัฐอเมริกา ที่มีผลต่อผลประกอบการของธุรกิจ ทั้งผลตอบแทนต่อทรัพย์สินรวม และผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีมากขึ้นหลังจากปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ

การสร้างคุณภาพในแต่ละช่วงของการบริการ แบ่งได้เป็น 3 ช่วง ดังนี้

1. ก่อนการให้บริการ ช่วงนี้เป็นช่วงก่อนที่ลูกค้าจะมาใช้บริการในครั้งแรก ผู้บริหารธุรกิจที่ดีจะต้องใช้การสื่อสารให้ตรงกลุ่มเป้าหมายและถูกช่วงเวลา ให้ลูกค้ารับข่าวสารเกี่ยวกับการบริการของ

ธุรกิจพร้อมการส่งเสริมการขายต่างๆ เพื่อชักจูงให้ลูกค้ามาทดลองใช้บริการให้ได้ ช่วงนี้เป็นช่วงสร้างมโนภาพในใจของลูกค้า ดังนั้นข้อความที่สื่อออกไปต้องชัดเจน ต้องเป็นจริงทุกประการ ไม่มีการหลอกลวงซ่อนอยู่เพราะจะทำให้ลูกค้าลูกค้าผิดหวังและเลิกมาใช้บริการ

2. ขณะให้บริการ ช่วงนี้เป็นช่วงที่สำคัญที่สุดที่ผู้บริหารต้องเอาใจใส่อย่างมาก เนื่องจากเป็นช่วงของการพิสูจน์หรือทดสอบคุณภาพในการให้บริการ ช่วงนี้มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้า ซึ่งเรียกว่าช่วงแห่งการสร้างความประทับใจ ในขณะเดียวกันช่วงนี้เป็นช่วงที่ธุรกิจจะต้องแสดงฝีมือให้เห็นถึงการวางตำแหน่งบริการที่โดดเด่น ความแตกต่างของธุรกิจ แบรนด์เนมที่เด่นชัด และคุณภาพในการบริการอันยอดเยี่ยม ซึ่งจะต้องเริ่มจากการต้อนรับ การให้บริการจนถึงการชำระเงิน และการส่งลูกค้าเมื่อบริการเสร็จสิ้น ผลของการสร้างความประทับใจจะมีผลออกมาเป็น 2 ประเภทคือ ประทับใจและไม่ประทับใจ ซึ่งการสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นได้สำเร็จหรือไม่นั้น ต้องอาศัยทุกคนในองค์กร โดยเฉพาะพนักงานส่วนที่ต้องพบปะกับลูกค้าในทุกตำแหน่ง

3. หลังการให้บริการ หลังจากการให้บริการควรมีการติดตามความพึงพอใจ รวมทั้งปัญหาต่างๆที่อาจจะเกิดจากการบริการเพื่อจะได้นำมาปรับปรุงให้มีคุณภาพต่อไป อย่างน้อยการติดตามผลจะช่วยลดความไม่พอใจของลูกค้าลงไปได้

อาภรณ์ ภู่วิทยพันธุ์ (2549) กล่าวว่า งานบริการก็คืองานที่เรียกร้องความสนใจ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้สินค้าและบริการ หลายต่อหลายคนจึงพยายามสร้างความประทับใจให้ลูกค้าเพียงเริ่มต้น จนลืมคิดไปว่าเมื่อเวลาผ่านไปลูกค้าอาจเปลี่ยนใจไม่มาใช้บริการอีก ความสำเร็จในอดีตและปัจจุบันจึงไม่สามารถบ่งบอกถึงความสำเร็จในอนาคตได้ ดังนั้นจึงควรใส่ใจที่จะพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพงานบริการของตนอยู่ตลอดเวลา จุดเริ่มต้นที่จะทำให้งานบริการประสบความสำเร็จอยู่ที่การบริหารจัดการ เพราะการบริหารงานที่ดีย่อมมีชัยไปกว่าครึ่ง ดังนั้นการสร้างจิตสำนึกของการให้บริการจึงต้องดูที่หลักการบริหารจัดการ เพื่อเป็นหนทางในการบริหารงานที่ดีควรใช้หลัก 6 Ps คือ

1. Planning แผนงานคือเข็มทิศ ชี้นำความสำเร็จ แผนงานเป็นเสมือนกลยุทธ์หนึ่งที่จะทำให้บุคคลรอบข้างเกิดความประทับใจในพฤติกรรมการให้บริการ

2. People ทีมงานคือฟันเฟือง ขับเคลื่อนงานบริการ การทำงานใดๆก็ตามไม่สามารถทำได้เพียงลำพังเสมอไป และเช่นเดียวกันการบริการที่ดีย่อมไม่สามารถเกิดขึ้นโดยลำพังจำเป็นต้องอาศัยพลังของกลุ่มหรือทีมงาน การให้บริการแบบ One Man Show จะไม่ส่งผลดีแก่ลูกค้า ดังนั้นเพื่อสร้างงานบริการที่เป็นเลิศ คนเราต้องทำงานเป็นทีมร่วมกับผู้อื่นไม่ว่าจะเป็นหัวหน้า ลูกน้อง เพื่อนร่วมงานทั้งในหน่วยงานเดียวกันหรือต่างหน่วยงาน และสำหรับหัวหน้างานทักษะที่สำคัญอย่างยิ่งคือการสร้างทีมงาน ทำอย่างไรให้ลูกน้องหรือสมาชิกทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความสำเร็จในการให้บริการที่ดี คุณภาพงานบริการย่อมเกิดขึ้นจากพลังของทีมส่งผลให้เกิดพฤติกรรมเชิงรุกสู่ลูกค้าเพื่อส่งเสริมการบริการที่ดี

3. Price ราคาคือต้นทุน เมื่อเทียบกับผลผลิตจริง ค่าตอบแทน สวัสดิการที่ได้รับจากองค์กร เปรียบเทียบกับงานที่ได้ทำไป ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นคุ้มค่ามากน้อยเพียงใดและอีกผลลัพธ์หนึ่งที่ต้องถูกประเมินคือความพึงพอใจของลูกค้า รวมถึงข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้น กล่าวคือควรหาวิธีใดก็ตาม เพื่อทำให้ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นน้อยที่สุด แต่ผลลัพธ์จากการให้บริการอยู่ในระดับน่าพึงพอใจหรือสูงที่สุดเท่าที่จะทำได้

4. Product สินค้าคืองานบริการ ที่ส่งผ่านไปยังลูกค้า การขายบริการภายใต้การให้และตอบสนองต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการด้วยคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด การส่งผ่านงานบริการไปยังผู้รับบริการแบ่งออกเป็น 3 ช่วงหลักๆได้แก่ ก่อนบริการ ระหว่างบริการ และหลังบริการ ซึ่งแต่ละช่วงเวลา ผู้ให้บริการต้องมีกิจกรรมหรือภาระงาน ขีดความสามารถที่จะส่งผลให้ภาระงานที่กำหนดขึ้นประสบผลสำเร็จโดยมีเป้าหมายหลักคือ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ

5. Process กระบวนการคือจุดเชื่อมระหว่างการบริการกับผลลัพธ์ เนื่องจากกระบวนการเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลให้งานบริการเป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า การบริหารกระบวนการจึงควรทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอไม่ใช่เพียงเฉพาะเวลาที่ลูกค้าวิพากษ์วิจารณ์เท่านั้น การปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่องจึงเป็นหน้าที่ของผู้ให้บริการในการวางแผนเพื่อพัฒนาและปรับปรุงระบบงานอย่างสม่ำเสมอ ควรตรวจสอบว่าขั้นตอนไหนที่ไม่จำเป็นทำให้งานล่าช้า ส่วนขั้นตอนใดที่สามารถปรับเปลี่ยนวิธีหรือเทคนิคเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6. Promotion ส่งเสริมงานบริการ ให้เหนือความคาดหมาย สามารถจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมหรือสนับสนุนได้หลายรูปแบบ เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น แต่ความจริงแล้วงานทุกอย่างสามารถทำได้หมดไม่เพียงงานขายเท่านั้น การแสดงออกต่างๆของผู้ให้บริการทางการกระทำ สีหน้า แววตา คำพูด เช่น แสดงความกระตือรือร้นที่จะเข้าไปช่วยลูกค้าก่อนที่ลูกค้าจะร้องขอ การรู้จักลูกค้าของตนอย่างถ่องแท้จะทำให้รู้ถึงความชอบ ความรู้สึก ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าจะทำให้เรารู้ถึงกลยุทธ์ที่จะมัดใช้ใจลูกค้า แสวงหาวิธีการต่างๆเพื่อตอบสนองอย่างคาดไม่ถึง สร้างบุคลิกภาพที่ดีเพราะถือเป็นด่านแรกต่อการสร้างความประทับใจที่มีต่อลูกค้า ทำให้ดึงดูดและจูงใจลูกค้าให้หันมาใช้สินค้าหรือบริการ รวมถึงทำให้เกิดความจงรักภักดี ตลอดจนพูดแบบปากต่อปากถึงสินค้าและบริการในทางบวก เป็นต้น

คุณภาพการบริการ ไม่ได้เกิดจากปัจจัยด้านตัวบุคคลเท่านั้น ปัจจัยภายนอก เช่น สภาพแวดล้อมการทำงานย่อมมีส่วนสร้างหรือทำลายคุณภาพเช่นกัน สถานที่ทำงาน เป็นเหมือนภาพพจน์ของสถานบริการที่มีต่อลูกค้าเปรียบเหมือนด่านแรกสำหรับการต้อนรับลูกค้า และยังสามารถบ่งบอกได้ถึงคุณภาพของการบริการว่าดีหรือไม่ การจัดสถานที่ทำงานจึงถือเป็นเรื่องจำเป็นและควรให้ความสำคัญอย่างมาก จัดสถานที่ทำงานและอุปกรณ์สำนักงานอย่างเป็นระเบียบ เรียบร้อยจะส่งผลให้สามารถบริการได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า ทำให้

ง่ายต่อการค้นหาเอกสารหรือข้อมูล ตลอดจนสร้างภาพพจน์ที่ดีในสายตาลูกค้า และปัจจัยด้านระบบที่ดีมีคุณภาพ ให้บริการอย่างรวดเร็ว ฉับไว ย่อมเป็นองค์ประกอบที่แต่ละองค์กรต้องให้ความสนใจและตระหนักถึง เพราะหากมีบุคลากรที่เต็มไปด้วยจิตสำนึกของการบริการที่ดี แต่ไม่ใส่ใจที่จะปรับเปลี่ยนระบบงานให้สอดคล้องอาจจะไม่สามารถจูงใจหรือสร้างความพงพอใจแก่ลูกค้าได้อย่างที่ควรจะเป็น ดังนั้นหากองค์กรใดสามารถผนวกองค์ประกอบเหล่านี้เข้ากันได้อย่างลงตัว จนนำมาซึ่งสินค้าและบริการที่เป็นเลิศ ก็จะทำให้การบริการเพื่อสร้างความประทับใจสูงสุดแก่ลูกค้าเป็นไปได้อย่างง่ายมากยิ่งขึ้น

ชูชัย สมิทธิไกร (2553) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง การประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความดีเลิศหรือความเหนือกว่าของการบริการ นักวิชาการได้เสนอว่า ผู้บริโภคจะประเมินคุณภาพของการบริการ โดยการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังกับบริการตามการรับรู้ว่า มีความสอดคล้องกันมากเพียงไร การบริการที่มีคุณภาพจะเป็นการบริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภค ความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการได้รับอิทธิพลมาจาก 4 แหล่งสำคัญคือ ความต้องการส่วนบุคคล การบอกเล่าปากต่อปาก ประสบการณ์เดิม และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และในการประเมินคุณภาพของการบริการ ผู้บริโภคได้ใช้ปัจจัย 10 ประการ ดังต่อไปนี้ ความสะดวก การติดต่อสื่อสาร ความสามารถ ความสุภาพ ความน่าเชื่อถือ ความคงเส้นคงวา การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความปลอดภัย ความเข้าใจลูกค้า และลักษณะภายนอก

เพ็ญภิษา สถิตธีรานนท์ (2555) กล่าวว่า คุณภาพบริการ คือ ระดับของการให้บริการที่นำเสนอให้กับผู้รับบริการ ซึ่งทำให้ผู้รับบริการเกิดความคาดหวังในบริการนั้นๆ โดยผู้รับบริการจะเป็นผู้ตัดสินคุณภาพการให้บริการด้วยตนเอง ซึ่งจะทำการประเมินคุณภาพบริการ โดยเปรียบเทียบความต้องการ หรือความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง

กรกนก ชุบแวงวาปี (2556) กล่าวว่า ความเป็นเลิศคุณภาพบริการ หมายถึง คุณภาพให้บริการเกิดจากการรับรู้คุณภาพการให้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ภายหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการนั้นๆแล้ว ซึ่งแบ่งเป็น 5 ด้านที่สำคัญดังนี้คือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความเชื่อมั่น ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้า และด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

ปิยพงศ์ พู่วณิชย์ (2556) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการไว้ว่า หมายถึง การรับรู้และความรู้สึกของลูกค้าโดยผู้บริโภคจะทำการประเมินคุณภาพการบริการโดยการเปรียบเทียบบริการที่ได้รับจริงกับบริการที่ผู้บริโภคคาดหวัง ซึ่งคุณภาพที่ถูกประเมินนั้นไม่ได้เป็นการประเมินเฉพาะผลจากการบริการเท่านั้น แต่เป็นการประเมินที่รวมไปถึงกระบวนการของบริการที่ได้รับ

Spechler, 1998 อ้างถึงใน กรกนก ชุบแวงวาปี (2556) กล่าวว่าคุณภาพการให้บริการเป็นที่ทราบกันดีว่า การที่จะทำให้คุณภาพการบริการประสบความสำเร็จ เป็นที่พอใจของลูกค้านั้น ไม่จำเป็นต้องใช้วิธีที่คิดว่าดีที่สุดเพียงวิธีเดียวเท่านั้น และวิธีการที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง ในที่แห่ง

หนึ่งก็ไม่สามารถรับประกันว่าจะได้ผลกับที่อื่นด้วยเสมอไปทั้งๆที่เป็นสินค้าหรือบริการอย่างเดียวกัน สิ่งสำคัญที่จะเสนอในที่นี้คือรูปแบบที่มีประสิทธิผลของคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นหลักการทั่วไปที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นผลดี ถึงแม้ว่าเป็นหลักการเดียวกันก็ตาม แต่การนำไปประยุกต์ใช้ก็อาจมีความแตกต่างกันได้ ในการผลิตก็เช่นเดียวกันคือ ไม่มีกระบวนการสองการบวนการที่เหมือนกันเลย ในแต่ละบริษัทก็จะมีการบวนการหรือระบบงานที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปแล้วแต่ละกระบวนการจะมีลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นกุญแจไปสู่ความสำเร็จ ผู้บริหารจะต้องค้นหาปัจจัยสำคัญให้พบ และทำการปรับปรุงระบบงานหรือกระบวนการที่เกี่ยวข้อง และสร้างให้เป็นวัฒนธรรมขององค์กร ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าภายในและภายนอก โดยมีปัจจัยสำคัญสองประการที่จะต้องตระหนักอยู่เสมอนั่นคือ การมีผลผลิต (Productivity) และคุณภาพ (Quality) จาก Service Quality Effectiveness Model จะพบว่าเน้นถึงความสำเร็จของกระบวนการไปสู่ความเป็นเลิศของคุณภาพการบริการ โดยรูปแบบจะกำหนดแนวทางและทิศทางของความสำเร็จของงานบริการ ซึ่งมีปัจจัยสำคัญ 7 ประการคือ 1. การทำให้ลูกค้าพอใจและประทับใจ (Customer Satisfaction and Beyond) 2. การประกันคุณภาพ (Quality Assurance) 3. วิธีการ ระบบ และเทคโนโลยี (Methods, System and Technology) 4. การตระหนักถึงคุณภาพ (Quality Awareness) 5. การฝึกอบรม (Training) 6. การมีส่วนร่วม (Involvement) และ7. การเป็นที่รู้จัก การยอมรับนับถือ (Recognition)

ภาคภูมิ รักเกียรติยศ (2557) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการไว้ว่า คุณภาพการให้บริการคือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่รับรู้ได้จากการใช้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการดำเนินการได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ สามารถตอบสนองต่อความต้องการเบื้องต้น ครอบคลุมไปถึงความคาดหวังของผู้รับบริการตลอดจนขั้นตอนการดูแลภายหลังบริการด้วย

วรพัชร์ ชุมวรฐายี (2557) ได้กล่าวถึงคุณภาพการบริการว่า คุณภาพการบริการเกิดจากการรับรู้คุณภาพการให้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการภายหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการต่างๆแล้ว ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการทำงานของพนักงานธนาคารเป็นอย่างมาก เนื่องจากธนาคารเป็นงานด้านการให้บริการที่มีการแข่งขันกันสูง

กีรติ บันดาลสิน (2558) ได้กล่าวว่า คุณภาพบริการ คือ การรับรู้ทางด้านบริการของลูกค้า ที่ลูกค้าทำการประเมินคุณภาพบริการโดยการเปรียบเทียบความต้องการหรือความคาดหวังกับการบริการที่ได้รับจริง คุณภาพบริการที่ถูกประเมินนั้นไม่ได้ประเมินเฉพาะผลจากการบริการ แต่เป็นการประเมินไปถึงกระบวนการของการบริการที่อยู่ในระดับของการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าหรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้า

จากการพิจารณาคุณภาพในการให้บริการ สรุปได้ว่าคุณภาพในการให้บริการ คือการบริการที่ดีเป็นเลิศ ตรงตามความคาดหวังหรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้าที่มาใช้บริการซึ่งจะครอบคลุม

ในหลายๆด้านทั้งหน่วยงาน หัวหน้างาน พนักงาน ความน่าเชื่อถือ การออกแบบ การบริหาร การทำงานร่วมกันเป็นทีม การบริการโดยรวม เป็นต้น งานบริการเป็นงานที่เรียกร้องความสนใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการกับองค์กรของเรา พนักงานต้องมีความพร้อมในการให้บริการในทุกๆด้าน ในส่วนของธนาคารพนักงานก็ควรสามารถเป็นที่ปรึกษาทางการเงินให้กับลูกค้าได้เช่นกัน ในธุรกิจบริการ การที่องค์กรมีคุณภาพการบริการที่ดีบริษัทหรือองค์กรนั้นจะมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ถ้าลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการขององค์กร จะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ มีการบอกต่อ และเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กรได้เช่นกัน

5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาคภูมิ รักเกียรติยศ (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ การพัฒนาคุณภาพการให้บริการระบบรักษาความปลอดภัยบริษัท ซับบ์(ประเทศไทย) จำกัด ” วัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะการให้บริการ คุณภาพการให้บริการ ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการและเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารระดับสูง พนักงานปฏิบัติงานด้านการให้บริการ และลูกค้าผู้มาใช้บริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 20 คน ผลการวิจัยพบว่า บริษัทมีขั้นตอนการดำเนินงานที่ชัดเจนตามหลักจรรยาบรรณของบริษัท รวดเร็ว ถูกต้อง ให้ความสำคัญกับลูกค้า ทั้งยังได้รับความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจในด้านคุณภาพการให้บริการเนื่องจากความเป็นมืออาชีพ แต่ยังพบปัญหาด้านทักษะความรู้ความชำนาญในการให้บริการเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ปัญหาการแข่งขันด้านราคา รวมไปถึงการผลัดเปลี่ยนพนักงานบ่อยซึ่งทำให้เกิดปัญหาในด้านการติดต่อประสานงานกับลูกค้า

นันทมน ไชยโคตร (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตบางแค ” วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรกับความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตบางแค และความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตบางแค โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากลูกค้าของธนาคารจำนวน 407 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการให้บริการ และความจงรักภักดีของลูกค้าต่อธนาคารออมสินในเขตบางแคในภาพรวม อยู่ในระดับมาก 2) ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรในภาพรวมกับความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสินในภาพรวม พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง 3) ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการในภาพรวมกับความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสินในภาพรวม พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง

วรพัชร์ ชุมวรฐายี (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของคุณลักษณะงานที่มีต่อคุณภาพการให้บริการผ่านการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดนครปฐม” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะงาน การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญและคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดนครปฐม 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะงานที่มีต่อการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ 4) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะงานที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า 5) เพื่อศึกษาลักษณะความเป็นตัวแปรกลางของการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญในความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะงานและคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ บริการลูกค้า กลุ่มตัวอย่างคือ เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนครปฐม จำนวน 128 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่าเจ้าหน้าที่มีความพึงพอใจในคุณลักษณะงานในระดับสูง

ปิยพงศ์ พู่วณิชย์ (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ อิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีผลต่อความไว้วางใจและความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสิน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การกำกับดูแลกิจการที่ดีของธนาคารออมสิน การรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า ความไว้วางใจและความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อธนาคารออมสิน 2) อิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า 3) อิทธิพลของการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อความไว้วางใจและความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสิน และ 4) อิทธิพลของความไว้วางใจของลูกค้าที่มีผลต่อความจงรักภักดี ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี การกำกับดูแลกิจการที่ดี การรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า ความไว้วางใจในการใช้บริการและความจงรักภักดีของลูกค้าภาพรวมอยู่ในระดับดี ส่วนการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า คือด้านการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า ความยั่งยืน ด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จิตรา ละออศรี (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 2) เพื่อเปรียบเทียบการใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการในเขตสุขุมวิทจำนวน 2 สาขา ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติของลูกค้าที่มาใช้บริการต่อธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการให้ความสำคัญในด้านภาพลักษณ์ของธนาคารมากที่สุด การใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการให้

ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ธนาคารมากที่สุด การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ของลูกค้าที่มาใช้บริการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ การรับเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงไทย อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประเภทของธุรกรรมที่มาใช้บริการ และความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน ไม่มีความแตกต่างในการใช้บริการ ส่วนสถานภาพสมรสมีความแตกต่างในเรื่องการใช้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) พบว่ามีเพียง 3 ปัจจัยประกอบด้วย ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ด้านความเชื่อถือไว้วางใจในการบริการของธนาคาร และด้านความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคาร ที่ส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)

เพ็ญภิษา สถิตธีรานนท์ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการ ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้รับบริการ ธนาคารกรุงไทย สาขาสำนักนานาเหนือ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้รับบริการธนาคารกรุงไทย สาขาสำนักนานาเหนือ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังคุณภาพการบริการ และการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้รับบริการธนาคารกรุงไทย สาขาสำนักนานาเหนือ ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล จากผู้รับบริการจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการของผู้รับบริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญในด้านบริการที่นำเสนอมากที่สุด และให้ความสำคัญในด้านลักษณะ ด้านนวัตกรรมน้อยที่สุด การรับรู้ต่อคุณภาพบริการของผู้รับบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการมากที่สุด และให้ความสำคัญในด้านการเอาใจใส่ลูกค้าน้อยที่สุด ความภักดีของผู้รับบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรานด้านแล้วพบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญอยู่ในด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมการบอกต่อมากที่สุด และให้ความสำคัญในด้านทัศนคติที่มีความอ่อนไหวต่อราคาน้อยที่สุด ความคาดหวังคุณภาพบริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้รับบริการโดยรวม การรับรู้คุณภาพบริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้รับบริการโดยรวม ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังคุณภาพบริการโดยรวมกับการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้รับบริการโดยรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูง

เอื้อมบุญ เล้าศศิวัฒนพงศ์ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การประเมินคุณภาพบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาราชบุรี” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาราชบุรี โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ กลุ่มลูกค้ารายกลาง และกลุ่มลูกค้ารายย่อย ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า ธนาคารกรุงเทพ สาขาราชบุรี เน้นการให้บริการกับลูกค้ารายใหญ่มีการบริการลูกค้าที่ยังไม่เสมอภาคกันอยู่ พนักงานมักมุ่งเน้นการบริการที่ดีไปที่ลูกค้ารายใหญ่ จะเห็นได้จากลูกค้ารายใหญ่จะมีพนักงานระดับผู้จัดการ

สาขา หรือพนักงานอาวุโสมาคอยต้อนรับและไปทำรายการในช่องบริการพิเศษ ส่วนลูกค้ารายกลางจะเป็นลูกค้าที่มาทำธุรกรรมเป็นประจำและมีความคุ้นเคยกับพนักงานเป็นอย่างดีโดยจะให้ความเป็นกันเองกับพนักงาน จนบางครั้งพนักงานจึงมักไม่ได้บริการลูกค้ารายกลางตามแผนดำเนินงานของธนาคาร ส่วนลูกค้ารายย่อยเป็นกลุ่มลูกค้าที่พบปัญหามากกว่าลูกค้ากลุ่มอื่น เนื่องจากกลุ่มรายย่อยเป็นกลุ่มที่มีความหลากหลายอาชีพ และอาจไม่ใช่ลูกค้าประจำของสาขา พนักงานจึงไม่ให้ความใส่ใจในการบริการมากนัก จากศึกษาทำให้ทราบว่ายังมีการบริการลูกค้าที่ยังไม่เสมอภาคกันอยู่ พนักงานมุ่งเน้นการบริการที่ดีไปที่ลูกค้ารายใหญ่ รายกลาง เพื่อสร้างความคุ้นเคย ทำให้มีผลในการต่อยอดการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ต่อไป

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาเรื่อง การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางในการบริการที่มีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี เป็นการศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) วิธีวิทยานี้เน้นศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์ตรงของบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์หรือสิ่งแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ โดยวิธีการให้บุคคลอธิบายเรื่องราวและประสบการณ์ต่างๆที่ตนเองประสบมา โดยใช้ฐานความคิดว่ามนุษย์จะรู้ดีในเรื่องที่ตนเองมีประสบการณ์มาก่อน ประสบการณ์ของบุคคลคืออะไร และบุคคลนั้นให้ความหมายต่อโลกและประสบการณ์ของเขาอย่างไร (กิตติพัฒน์ นนทปัทมะดุล, 2553) ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกวิธีปรากฏการณ์วิทยาเพื่อค้นหาประเด็นปัญหาและการให้ความหมายจากประสบการณ์ตรงของบุคคลผู้ให้ข้อมูลหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย เพื่อให้บุคคลได้ถ่ายทอดสิ่งที่ได้ประสบมา ความรู้สึกนึกคิด การให้ความหมายต่างๆ และนำมาตีความวิเคราะห์มุ่งหาความหมาย ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อเหตุการณ์นั้น ซึ่งลักษณะของวิธีวิทยานี้ ผู้วิจัยได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้จัดการสาขา และพนักงานธนาคารกรุงไทยสาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง สำนักงานเขตราชบุรีทุกคน จำนวน 15 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือต่างๆที่สำคัญเพื่อช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้ถูกต้องครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย สมุดบันทึกข้อมูล เครื่องบันทึกเสียง แนวคำถามสัมภาษณ์ และตัวผู้วิจัย

1. ผู้วิจัย ในการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยถือว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญ ผู้วิจัยต้องมีความพร้อมในทุกด้าน ต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่ศึกษา โดยผู้สัมภาษณ์ที่ดีจะต้องมีความรู้ความสามารถในการตั้งคำถาม การฟังอย่างตั้งใจ สามารถซักถามเพิ่มเติมในประเด็นที่น่าสนใจต่องานวิจัย และสิ่งที่สำคัญคือผู้วิจัยควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ให้ข้อมูลด้วย

2. สมุดบันทึกข้อมูลในภาคสนาม (Field Notebook) ใช้บันทึกชื่อของผู้ให้ข้อมูล ตำแหน่ง อายุ เพศ รวมถึงที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์เพื่อใช้ในการติดต่อและอ้างอิงข้อมูล และใช้บันทึกสิ่งต่างที่ผู้วิจัยสังเกตเห็น เช่น สีหน้า อารมณ์ ความรู้สึก และบรรยากาศทั้งหมด เป็นต้น เพื่อนำไปใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

3. เครื่องบันทึกเสียง (Audio Recorder) ใช้บันทึกเสียงในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อเก็บรายละเอียดของการสัมภาษณ์ทั้งหมดได้อย่างละเอียดและครบถ้วนไม่ตกหล่น สะดวกในการถอดความโดยนำเอาข้อมูลเสียงที่ได้มาถอดเทปให้อยู่ในรูปแบบของตัวอักษร และข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบของภาษาเขียนแล้วจะนำมารวมกับข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึกเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. แนวคำถามสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้แนวคำถามในการสัมภาษณ์เป็นแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) โดยใช้คำถามในการสัมภาษณ์เป็นแบบกว้างๆ เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่รู้สึกว่าถูกสัมภาษณ์อยู่ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการตะล่อม (Probe) เพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างละเอียด เพื่อนำมาซึ่งข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยมีการแนะนำตัวก่อนเริ่มการสัมภาษณ์ และขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อใช้เครื่องบันทึกเสียงและภาพด้วยเครื่องบันทึก พร้อมทั้งแจ้งให้ผู้ให้ข้อมูลทราบว่าข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ใช้ในการวิจัยในระดับปริญญาโทเท่านั้น และขอความร่วมมือในการให้ข้อมูล พร้อมทั้งแจ้งว่าผู้วิจัยจะให้ความระมัดระวังในการเผยแพร่ข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องแล้วเท่านั้น

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งที่มาของข้อมูลประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interviews) โดยผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลกับพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร ทุกตำแหน่งตั้งแต่ผู้จัดการสาขาจนถึงเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า โดยในขณะสัมภาษณ์มีการบันทึกเสียงและจดบันทึกควบคู่กัน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร การค้นคว้าจากหนังสือ ตำรา วารสาร สิ่งพิมพ์ ฐานข้อมูล เว็บไซต์ และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริการ คุณภาพการให้บริการ ทบทวนเอกสาร ทฤษฎี และข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาเป็นแนวคิดพื้นฐานในการวิจัย

4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับรายละเอียดวิธีการวิจัย การกำหนดประชากร การเลือกเครื่องมือวิธีการสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้มีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ คือ อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบ เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมก่อนการนำไปใช้ในการสัมภาษณ์ และผู้วิจัยได้มีการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีน้ำหนัก และความน่าเชื่อถือมากเพียงไร โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) (เพชรอำไพ มงคลจิรเดช, 2556) ดังนี้

1. ด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การตรวจสอบข้อมูลและวิธีการได้มาซึ่งข้อมูลว่ามีความเหมาะสม ถูกต้องเพียงใด ซึ่งผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลโดยตรงจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งผู้จัดการสาขาและพนักงานที่ปฏิบัติงานซึ่งมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการบริการของธนาคาร

2. ด้านวิธีการ (Methodological Triangulation) คือ การใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลที่ต่างกันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน โดยผู้วิจัยได้ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) การสังเกต การศึกษาวิเคราะห์เอกสาร เป็นต้น โดยนำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาร่วมกันเพื่อประเมินผลและพิจารณาถึงน้ำหนักของความน่าเชื่อถือจากข้อมูลที่จะนำไปใช้ว่ามีมากน้อยเพียงใด

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ในแต่ละครั้งมาลำดับเหตุการณ์เรียบเรียง วิเคราะห์ และพรรณนา ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะวิเคราะห์ไปพร้อมๆกับการเก็บข้อมูล โดยในแต่ละครั้งที่เก็บข้อมูล ประการแรกผู้วิจัยจะนำเสียงที่ได้จากการบันทึกที่อยู่ในเครื่องบันทึกเสียงมาถอดในลักษณะคำต่อคำ จดบันทึกข้อมูลและนำมาจัดแยกหมวดหมู่ตามประเด็นและความหมายต่างๆ พิจารณาข้อมูลที่ได้แต่ละครั้งว่ามีความสมบูรณ์เพียงพอที่จะตอบคำถามได้หรือไม่ และมีการสัมภาษณ์ข้อมูลเพิ่มเติมต่อไปเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด

2. วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Description Analysis) โดยจะมีการวิเคราะห์ข้อมูลและบันทึกข้อมูลอย่างละเอียดจากการสัมภาษณ์ แล้วนำไปจัดเป็นหมวดหมู่ แยกประเภท และวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดเพื่อหาข้อสรุป

3. นำข้อสรุปที่ได้ไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อความถูกต้องอีกครั้ง ก่อนที่จะจัดทำเป็นรายงานที่สมบูรณ์ต่อไป

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางในการให้บริการที่มีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เป็นแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) โดยใช้คำถามในการสัมภาษณ์เป็นแบบกว้างๆ เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่รู้สึกว่าถูกสัมภาษณ์อยู่ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการตะล่อม (Probe)เพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างละเอียด โดยใช้การศึกษาด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์ตรงของบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์หรือสิ่งแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ โดยวิธีการให้บุคคลอธิบายเรื่องราวและประสบการณ์ต่างๆที่ตนเองประสบมา โดยใช้ฐานความคิดว่ามนุษย์จะรู้ดีในเรื่องที่ตนเองมีประสบการณ์มาก่อน ประสบการณ์ของบุคคลคืออะไร และบุคคลนั้นให้ความหมายต่อโลกและประสบการณ์ของเขาอย่างไร เป็นแนวคิดในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1. ศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมายของการให้บริการอย่างมีคุณภาพ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

2. ศึกษาสภาพปัญหาในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

3. นำเสนอแนวทางในการให้บริการอย่างมีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

1. ศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางการให้บริการที่มีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

จากผลการศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางการให้บริการที่มีคุณภาพ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี โดยใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) การศึกษาตามความเข้าใจความคิดของพนักงานและลูกค้าในการให้ความหมายจากประสบการณ์ตรงของบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์หรือสิ่งแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ โดยวิธีการให้บุคคลอธิบายเรื่องราวและประสบการณ์ต่างๆที่ตนเองประสบมา โดยการให้ความหมายจากการวิเคราะห์มี 4 ข้อ ดังนี้

1. การบริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดในการใช้บริการ เพราะลูกค้าคือคนสำคัญของธนาคาร ต้องมาเป็นลำดับหนึ่ง เพราะถ้าพนักงานให้บริการที่ดี บริการด้วยความเต็มใจ ถูกต้อง สะดวก รวดเร็วในการบริการ จนลูกค้าเกิดความประทับใจ ความพึงพอใจ และไว้วางใจแล้ว ลูกค้าจะอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้งและมีการบอกต่อ และในอนาคตพนักงานจะสามารถต่อยอดนำไปสู่กระบวนการขายผลิตภัณฑ์อื่นๆของธนาคารได้ต่อไป

ในประเด็นนี้มีผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวสอดคล้อง ดังนี้

> ...การบริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการสูงสุด ลูกค้าประทับใจ อยากเข้ามาใช้บริการอีก และมีการบอกต่อๆกันให้เข้ามาใช้บริการ เพราะพื้นฐานที่สำคัญที่สุดของธนาคารคือ ลูกค้าต้องมาเป็นลำดับแรก ไม่ใช่พนักงานหรือตัวผลิตภัณฑ์ของธนาคาร เพราะถ้าลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการให้บริการแล้ว จะทำให้พนักงานมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ และสามารถต่อยอดนำไปสู่กระบวนการอื่นๆของธนาคารได้...(อ๋อ นามสมมุติ, 2561)

> ...การบริการที่ดี ถูกต้อง รวดเร็ว บริการด้วยความเต็มใจ ตรงตามความต้องการของลูกค้า ให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีก และก็บอกต่อคนรู้จักให้มาใช้บริการที่สาขานี้อีก...(นิ่ม นามสมมุติ, 2561)

> ...การบริการที่สามารถส่งต่อทั้งการกระทำและความรู้สึกที่แสดงถึงความจริงใจไปสู่ผู้รับบริการได้อย่างตรงจุดมุ่งหมายที่ผู้ให้บริการได้ตั้งใจและมีความเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย...(ปู นามสมมุติ, 2461)

> ...เป็นการให้บริการที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า เป็นการบริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด...(จูน นามสมมุติ,2561)

> ...คือการบริการที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุดเวลามาธนาคาร ต้องบริการอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการอยู่เสมอ...(เนย นามสมมุติ, 2561)

2. การบริการที่เหนือความคาดหมาย คือ การบริการที่เกินความคาดหวังของลูกค้า เช่น การใส่ใจในรายละเอียดเล็กๆน้อยๆของลูกค้า เช่น ความชอบส่วนตัวของลูกค้าแต่ละคน เรื่องที่ลูกค้าชอบพูดถึงไม่ว่าจะเป็นเรื่องงาน เรื่องครอบครัว เรื่องท่องเที่ยว การจดจำวันเกิดของลูกค้า แจ้งเตือนผลิตภัณฑ์ที่ครบกำหนดของลูกค้า และการโทรศัพท์เพื่ออัพเดทข้อมูลผลิตภัณฑ์ของธนาคารที่ลูกค้าชอบหรือสนใจเป็นพิเศษ เป็นต้น

ในประเด็นนี้มีผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวสอดคล้อง ดังนี้

> ...การบริการที่ต้องมีความใส่ใจลูกค้าในรายละเอียดต่างๆ เวลาลูกค้ามาใช้บริการพนักงานต้องรู้จักสังเกตลูกค้า ชวนลูกค้าพูดคุยเพื่อทำความรู้จักและสร้างความคุ้นเคย เป็นกันเองกับลูกค้า และมีการจดจำรายละเอียด ความชอบ ความสนใจ และความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าในแต่ละราย และมีการติดตามลูกค้าในเรื่องต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจให้เกินความคาดหมายของลูกค้าที่คิดว่าจะได้รับจากเรา เพื่อให้ลูกค้าประทับใจ และกลับมาใช้บริการอีก และมีการบอกต่อ...(มิ้น นามสมมุติ, 2561)

> ...เป็นการบริการที่เหนือความคาดหมายของลูกค้า ต้องทำในสิ่งที่เกินความคาดหวัง เกินสิ่งที่ลูกค้าคิดว่าจะได้จากการมาใช้บริการที่สาขา รู้จักสังเกตลักษณะของลูกค้า ความต้องการของลูกค้า จดจำลักษณะ และมีการติดตามผลิตภัณฑ์ของลูกค้าที่มีอยู่กับธนาคาร เพื่อติดตามผล เช่น เงินฝากครบกำหนด และอื่นๆ...(เบลล์ นามสมมุติ, 2561)

> ...การบริการเหนือความคาดหมาย คือเกินที่ลูกค้าคาดหวังจนทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ แล้วอยากกลับมาใช้บริการอยู่เรื่อยๆ เช่น บริการด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง ใส่ใจในทุกขณะระหว่างทำ

> รายการกับลูกค้า ใส่ใจแม้กระทั่งรายละเอียดเล็กๆน้อยๆ เช่น ความชอบของลูกค้า หรือวันเกิดของลูกค้า...(ปู นามสมมุติ, 2561)

> ...เป็นการบริการที่มากกว่าการบริการปกติ สนใจ ติดตามลูกค้า บริการให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับการใส่ใจมากกว่าปกติ ให้เหนือความคาดหวังของลูกค้า เช่น คอยดูวันครบกำหนด เงินฝาก กองทุน หรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของลูกค้า สังเกตลักษณะ ความชอบ ความสนใจของลูกค้าแต่ละราย เพื่อให้เราหรือสาขาของเราเป็นที่จดจำของลูกค้าได้มากกว่าที่อื่นๆ และอยากกลับมาใช้บริการซ้ำ...(เนย นามสมมุติ, 2561)

3. การที่พนักงานสามารถแนะนำบริการต่างๆและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ การให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และตอบคำถามลูกค้าได้ในทุกเรื่องอย่างทันท่วงที ถ้าเรื่องใดไม่สามารถตอบได้ควรเร่งหาคำตอบ หรือวิธีแก้ปัญหาอย่างรวดเร็ว แสดงออกถึงความใส่ใจในบริการ เพื่อให้ลูกค้าประทับใจในการบริการให้มากที่สุด

ในประเด็นนี้มีผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวสอดคล้อง ดังนี้

> ...คือการที่พนักงานสามารถแนะนำบริการต่างๆ ให้แก่ลูกค้า และสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและได้ทันทีที่ร้องขอ เวลาที่ลูกค้าเกิดปัญหาก็ย่อมต้องการคำปรึกษา หรืออยากให้พนักงานแก้ปัญหาให้อย่างรวดเร็ว เช่น เวลาเงินติดตู้ฝาก บัตรเอทีเอ็มหาย... (เบลล์ นามสมมุติ,2561)

> ...พนักงานทุกคนสามารถแนะนำและอธิบายบริการต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และโปรโมชั่นต่างๆ ของธนาคาร ให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและเข้าใจ และสามารถแก้ปัญหาต่างๆ ให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว... (จูน นามสมมุติ, 2561)

> ...พนักงานสามารถแนะนำบริการโปรโมชั่นใหม่ๆ ให้ลูกค้าได้รับทราบเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะกับลูกค้า หรือที่ตรงกับความต้องการของ

ลูกค้า และสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว... (เนย นามสมมุติ, 2561)

...พนักงานต้องมีความรู้ในการทำธุรกรรมต่างๆ และมีความรู้ในการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าแต่ละรายได้...(หม่อน นามสมมุติ, 2561)

...พนักงานสามารถแนะนำบริการอื่นๆ ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า แก้ไขปัญหาของลูกค้าได้ในทันทีที่ลูกค้าร้องขอ...(ปู นามสมมุติ , 2561)

4. การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าตลอดกระบวนการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ คือ เริ่มตั้งแต่ พนักงานรักษาความปลอดภัยที่คอยดูแลเรื่องที่จอดรถ การเปิดปิดประตูธนาคารเวลาลูกค้าเข้ามาใช้บริการ มีพนักงานคอยต้อนรับ เพื่อให้ให้ข้อมูลและแนะนำบริการต่างๆ ดูแลลูกค้าขณะรอคิว คอยช่วยให้กระบวนการการให้บริการรวดเร็วยิ่งขึ้น เช่น ช่วยให้ลูกค้าเตรียมใบฝาก-ถอนไว้ล่วงหน้า ถ่ายสำเนาบัตรประชาชน ช่วยนับเงิน เป็นต้น ในส่วนของพนักงานที่ทำรายการให้ลูกค้าต้องทำรายการอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ซื่อสัตย์ และสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในทุกขั้นตอนในการบริการ

ในประเด็นนี้มีผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวสอดคล้อง ดังนี้

...การที่พนักงานเอาใจใส่ ต้อนรับ ดูแลตลอดเวลา เวลาลูกค้าเข้ามาบางคนไม่ค่อยได้มาทำรายการบ่อยๆ ก็จะไม่รู้ขั้นตอน วิธีการในการเข้าธนาคาร เลยควรมีพนักงานมาคอยต้อนรับและให้คำแนะนำ อย่างแรกคือเรื่องการกดคิว เพราะไม่รู้ว่าที่กดอยู่ตรงไหนเพราะแต่ละสาขาที่ตั้งไม่เหมือนกัน และถ้าต้องการทำรายการอย่างนี้ต้องกดคิวปุ่มไหน ลูกค้าที่มาครั้งแรกก็จะไม่รู้ ดังนั้นควรมีพนักงานที่เอาใจใส่ ดูแลลูกค้าตลอดทุกขั้นตอน ถึงจะเป็นลูกค้าที่มาประจำก็ควรปฏิบัติให้เหมือนกัน...(มิ้น นามสมมุติ,2561)

....ในวันที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเยอะ ต้องรอคิวนาน ควรมีพนักงานมาดูแลลูกค้าที่นั่งรอ เพื่อดูแลเรื่องสลิปใบฝาก ใบถอน ว่าเขียนถูกต้องรึเปล่า ต้องมีเอกสารอะไรเพิ่มเติม เพื่อให้พร้อมเวลาเรียกคิว ถ้าเตรียมมาไม่พร้อม ไม่ถูกตามระเบียบธนาคารจะได้ไม่ต้องรอนาน พอถึงคิวแล้วไม่สามารถทำรายการได้...(มาย นามสมมุติ,2561)

...เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการ พนักงานต้องสอบถามความต้องการของลูกค้า รายการที่ลูกค้าต้องการทำ กดบัตรคิวให้ ดูแลลูกค้า แบ่งประเภทตามธุรกรรมที่ต้องการใช้บริการ ให้ลูกค้าเตรียมเอกสารให้พร้อม เพื่อเวลาถึงคิวจะได้ทำรายการได้อย่างรวดเร็ว ดูแลลูกค้าทุกคนตลอดกระบวนการที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ...(ดาว นามสมมุติ ,2561)

...การดูแลลูกค้าตั้งแต่แรก ต้อนรับลูกค้าเมื่อเข้าสาขา เพราะลูกค้าบางคนไม่รู้ว่าต้องทำอะไรบ้าง เวลามาทำธุรกรรมที่ธนาคาร ต้องมีพนักงานคอยสอบถามความต้องการของลูกค้า และแนะนำการใช้บริการ เอกสารต่างๆ ที่ต้องใช้กับธนาคาร...(เนย นามสมมุติ, 2561)

2. ศึกษาสภาพปัญหาในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

จากผลการศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางการให้บริการที่มีคุณภาพ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี โดยใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) การศึกษาตามความเข้าใจความคิดของพนักงานและลูกค้าในการให้ความหมายจากประสบการณ์ตรงของบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์หรือสิ่งแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ โดยวิธีการให้บุคคลอธิบายเรื่องราวและประสบการณ์ต่างๆที่ตนเองประสบมา โดยการให้ความหมายจากการวิเคราะห์มี 4 ข้อ ดังนี้

1. พนักงานไม่เพียงพอต่อการใช้บริการของลูกค้า สาขามีลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมากและหลากหลาย ส่วนหนึ่งอาจเพราะเป็นสาขาที่มีที่จอดรถสะดวกไม่ต้องเดินขึ้นบันได แต่เนื่องจากสาขาเป็นสาขาขนาดเล็กจึงมีพนักงานในสาขาจำนวนไม่มาก จึงทำให้ในบางวันที่พนักงานลาหยุด

หรือมีการออกไปทำการตลาด หรือช่วงต้นเดือน ปลายเดือนที่ลูกค้ามาใช้บริการจำนวนมากจะมีพนักงานไม่เพียงพอในการให้บริการลูกค้า และทำให้ลูกค้าต้องรอคิวเป็นเวลานาน

ในประเด็นนี้มีผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวสอดคล้อง ดังนี้

> ...บางครั้งเกิดการขาดแคลนพนักงาน เช่น มีพนักงานลา พนักงานออกตลาด ทำให้การทำงานเกิดความล่าช้า เพราะพนักงานที่มีไม่เพียงพอต่อการใช้บริการของลูกค้า...(อ๋อ นามสมมุติ, 2561)

> ....ในช่วงพักกลางวัน พนักงานจะอยู่ให้บริการน้อยลง และถ้าเป็นช่วงสิ้นเดือนลูกค้าจะมีจำนวนมากที่มาใช้บริการพนักงานจะทำไม่ทัน ทำให้ลูกค้ารอนาน...(ยุ้ย นามสมมุติ,2561)

> ...สาขานี้มีลูกค้ามาใช้บริการเยอะเพราะที่นี่จอดรถง่าย ที่จอดรถเยอะ ไม่ต้องเดินขึ้นบันได ลูกค้าสาขาอื่นที่เป็นสาขาที่ไม่ค่อยมีที่จอดรถ หรือต้องเดินขึ้นบันได เดินไกล เลยมาใช้บริการที่สาขานี้ ทำให้เวลาที่วันก่อนและหลังหยุดเทศกาล เวลาสิ้นเดือนเงินเดือนออกจะมีลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก เลยอาจทำให้ลูกค้าใช้เวลารอนานเป็นบางช่วง เนื่องจากเป็นสาขาขนาดเล็ก พนักงานอาจไม่เพียงพอกับช่วงเวลาที่ลูกค้าเยอะมากๆ ถึงแม้พนักงานจะทำงานกันอย่างรวดเร็วในการรับลูกค้าแต่ละรายแล้วก็ตาม...(มิ้น นามสมมุติ, 2561)

2. พนักงานขาดการพูดคุยสื่อสารเพิ่มเติมที่มากขึ้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ และความผูกพันกับลูกค้า ซึ่งจะทำให้พนักงานมีข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าไม่เพียงพอการให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าจึงอาจไม่ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า

ในประเด็นนี้มีผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวสอดคล้อง ดังนี้

> ...พนักงานต้องช่างพูดช่างคุยกับลูกค้ามากขึ้นจากปกติที่พูดอยู่แล้ว เพราะจะได้สร้างความคุ้ยเคย และเพื่อค้นหาความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า...(ปู นามสมมุติ, 2561)

> ...พนักงานควรพยายามพูดคุยกับลูกค้าให้มากๆ เพื่อจะได้สามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม และตรงตามความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด...(นิ่ม นามสมมุติ, 2561)

3. พนักงานขาดความเชี่ยวชาญในบางผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้ามาใช้บริการน้อย เช่น ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หรือบริการบางอย่างที่ไม่ค่อยมีลูกค้ามาใช้บริการ การให้คำแนะนำในเรื่องที่เฉพาะทาง เช่น เช็คต่างประเทศ โอนเงิน แลกเงินต่างประเทศ เป็นต้น ทำให้เวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการอาจเกิดความล่าช้าในการค้นหาข้อมูลหรือวิธีการปฏิบัติงานได้

ในประเด็นนี้มีผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวสอดคล้อง ดังนี้

> ....ในบางทีมีลูกค้ามาทำธุรกรรมที่อาจจะยังไม่เคยมีลูกค้ามาใช้บริการมาก่อน เลยจะทำให้อาจต้องใช้เวลาในการที่พนักงานทำรายการให้ลูกค้ามากขึ้น เช่น ธุรกรรมเกี่ยวกับต่างประเทศ เช็คต่างประเทศ โอนเงิน แลกเงินต่างประเทศ เป็นต้น...(จูน นามสมมุติ, 2561)

> ...ในบางครั้งธุรกรรมยากๆ ที่ไม่เคยมีลูกค้ามาใช้บริการมาก่อนจะค่อยข้างใช้เวลานานกว่าปกติเพื่อทำรายการ...(อ๋อ นามสมมุติ ,2561)

4. การแสดงออกต่อลูกค้า ในบางเวลาที่มีลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก พนักงานอาจไม่ค่อยมีการยิ้มแย้ม อาจเนื่องจากด้วยความเร่งรีบในการให้บริการ จึงทำให้ลืมใส่ใจในบุคลิกท่าทางการแสดงออกทางสีหน้า ความยิ้มแย้มแจ่มใสกับลูกค้าเท่าที่ควร

ในประเด็นนี้มีผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวสอดคล้อง ดังนี้

> ....ในบางช่วงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก และพนักงานมีน้อย อยู่สาขาไม่ครบ เลยทำให้พนักงานที่เหลืออยู่ต้องทำรายการให้รวดเร็ว เพื่อไม่ให้ลูกค้ารอคิวนาน จึงอาจจะลืมใส่ใจในการแสดงออกทางสีหน้ากับลูกค้า อาจจะยิ้มน้อยลง พูดคุยกับลูกค้าน้อยลง...(นิ่ม นามสมมุติ, 2561)

3. นำเสนอแนวทางการให้บริการอย่างมีคุณภาพ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

จากผลการศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางการให้บริการที่มีคุณภาพ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี โดยใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) การศึกษาตามความเข้าใจความคิดของพนักงานและลูกค้าในการให้ความหมายจากประสบการณ์ตรงของบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์หรือสิ่งแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ โดยวิธีการให้บุคคลอธิบายเรื่องราวและประสบการณ์ต่างๆที่ตนเองประสบมา โดยการให้ความหมายจากการวิเคราะห์มี 4 ข้อ ดังนี้

1. มีการบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการของสาขาเป็นอย่างดี ผู้จัดการสาขาหรือหัวหน้าหน่วยงานต้องคอยควบคุมดูการทำงานของพนักงาน นำปัญหาที่เกี่ยวกับการบริการที่เกิดขึ้นในแต่ละวันมาพูดคุยหาวิธีแก้ปัญหา วางแผนการจัดการเพื่อให้ไม่เกิดปัญหาซ้ำ เช่น ปัญหาจำนวนพนักงานที่ไม่เพียงพอในช่วงเวลาที่มีลูกค้าจำนวนมากทำให้ลูกค้ารอคิวนาน เป็นต้น ซึ่งจุดนี้เป็นจุดที่สำคัญเพราะการบริการที่รวดเร็วเป็นจุดที่ลูกค้าเห็นได้ชัดและสำคัญ ถ้าบริหารจัดการได้ไม่ดีลูกค้าอาจไม่กลับมาใช้บริการซ้ำที่สาขาอีก

ในประเด็นนี้มีผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวสอดคล้อง ดังนี้

> ...มีการวางแผนการทำงานก่อนทุกครั้ง เมื่อหลังทำงานเสร็จในแต่ละวันต้องมีการพูดคุย ทบทวนการทำงานในแต่ละวัน...(เนย นามสมมุติ, 2561)

> ...การบริการบางครั้งต้องเจอกับปัญหาต่างๆ ซึ่งเราต้องพร้อมที่จะรับปัญหา และแก้ไขปัญหา ต้องมีการบริหารจัดการที่ดีของหัวหน้างาน ในการคอยควบคุมดูแลให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น มีการเอาปัญหามาพูดคุยกันเพื่อเป็นการหาวิธีแก้ปัญหาร่วมกัน เมื่อปัญหาแบบเดิมเกิดขึ้นอีกจะได้รู้วิธีแก้ปัญหาหรือรับมือกับปัญหาได้อย่างดีและถูกต้อง...(เป้า นามสมมุติ, 2561)

> ...หัวหน้างานต้องมีการคอยดูแล คอยควบคุม คอยสนับสนุนลูกน้อง ในเวลาที่เกิดปัญหาต่างๆ เช่น ลูกค้าเยอะ รอคิวนาน มีการช่วยนับเงินก่อนเพื่อเวลาถึงคิวจะได้ทำรายการได้อย่างรวดเร็ว ช่วยเตรียมเอกสารที่ต้องใช้ในธุรกรรมที่ลูกค้าต้องการทำเพื่อไม่ให้เสียเวลารอนานหากลูกค้าเตรียมมาไม่ครบ...(จูน นามสมมุติ, 2561)

2. พนักงานทุกคนต้องมีจิตใจให้บริการ หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส แต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีมารยาทที่ดี กล่าวทักทายพูดจาสุภาพนอบน้อม สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า เอาใจเขามาใส่ใจเรา สนใจลูกค้าก่อนงานส่วนตัวเสมอ มีความกระตือรือร้น ให้ความใส่ใจกับลูกค้าอยู่ตลอดเวลาตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นกระบวนการให้บริการ

ในประเด็นนี้มีผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวสอดคล้อง ดังนี้

> ...พนักงานทุกคนต้องมี service mind มีจิตใจให้บริการ บริการด้วยใจ เอาใจเขามาใส่ใจเรา บริการลูกค้าเหมือนเวลาที่เราไปใช้บริการที่อื่น เราอยากได้รับบริการอย่างไรก็ควรจะบริการกับลูกค้าแบบนั้น ต้องสร้างความเชื่อมั่น สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า...(ปู นามสมมุติ, 2561)

> ...การบริการที่มีคุณภาพมีความจำเป็นที่พนักงานทุกคนจะต้องมีจิตใจให้บริการ เข้าใจทั้งฝ่ายผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ มีความยิ้มแย้มแจ่มใส ใส่ใจในการบริการและมีความพร้อมในการบริการตลอดเวลา...(แนน นามสมมุติ, 2561)

...พนักงานต้องใส่ใจในการบริการ รักในการบริการ มีความพร้อมในทุกด้าน เช่น เสื้อผ้าต้องสะอาดเรียบร้อย พูดจาสุภาพอ่อนน้อม มีความกระตือรือร้น...(เบลล์ นามสมมุติ, 2561)

...การบริการลูกค้าต้องแสดงถึงความเป็นมิตรกับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจมากที่สุด...(จรัสพร นามสมมมุติ, 2561)

...บริการด้วยใจ พร้อมรับกับปัญหาทุกอย่างที่จะเกิดขึ้นในสถานการณ์ต่างๆ ด้วยรอยยิ้ม...(นิ่ม นามสมมุติ, 2561)

3. มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรของสาขาอย่างสม่ำเสมอ เพราะพนักงานสาขาเป็นส่วนที่สำคัญ เป็นผู้ที่ให้บริการกับลูกค้าโดยตรง พบกับลูกค้ามากมายหลายกลุ่ม ดังนั้นจึงต้องมีความพร้อมในการให้บริการอยู่เสมอ มีความรอบรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารอย่างถ่องแท้ พร้อมที่จะให้คำปรึกษา คำแนะนำกับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ชัดเจน และเหมาะสม

ในประเด็นนี้มีผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวสอดคล้อง ดังนี้

...ธนาคารต้องมีการพัฒนาบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ ทั้งเรื่องของการใช้ระบบงาน ความรู้ของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ออกมาใหม่ เพื่อให้พนักงานได้มีความรู้ในการทำธุรกรรมและแนะนำผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับลูกค้า...(มิ้น นามสมมุติ, 2561)

...พนักงานแต่ละคนควรมีการพัฒนาตัวเองด้วยการไปอบรมและศึกษาข้อมูลที่เข้ามาใหม่ๆ อยู่เสมอ...(เนย นามสมมุติ, 2561)

...ควรมีการพัฒนาศักยภาพของพนักงานอยู่เสมอ มีการจัดอบรมต่างๆ พนักงานทุกคนก็ควรที่จะหมั่นศึกษาหาความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวกับงานที่เราทำเพื่อที่จะได้มีความรู้ที่ทันสมัย รวดเร็ว และพร้อมที่จะให้คำแนะนำกับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว...(หม่อน นามสมมุติ, 2561)

4. การทำงานร่วมกันเป็นทีม ทุกคนในสาขาต้องมีแนวคิดไปในทิศทางเดียวกัน มีความเข้าใจในการบริการและการทำงาน พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยผู้บริหารกำหนดนโยบายมุ่งเน้นเรื่องการให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นสำคัญ

ในประเด็นนี้มีผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวสอดคล้อง ดังนี้

> ...ทุกคนจะต้องมีความสามัคคี ร่วมมือในการทำงาน เพื่อให้งานประสบความสำเร็จ...(เนย นามสมมุติ, 2561)

> ...งานบริการ ทุกคนต้องมีความสามัคคีกัน เข้าใจการทำงานไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อที่จะสามารถทำงานร่วมกันให้ประสบความสำเร็จได้...(วี นามสมมุติ, 2561)

> ...พนักงานทุกคนควรมีความเข้าใจในงาน ในหน้าที่ของตนเอง มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน พึ่งพาอาศัยกัน การทำงานในสาขาต้องมีการทำงานร่วมกันเป็นทีมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยมีผู้บริหารเป็นหลักสำคัญในการวางเป้าหมาย...(มิ้น นามสมมุติ, 2561)

มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะการวิจัย

การศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางการให้บริการที่มีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมายของการให้บริการอย่างมีคุณภาพ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

3. เพื่อนำเสนอแนวทางในการให้บริการอย่างมีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

โดยเป็นการศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์ตรงของบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์หรือสิ่งแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ โดยวิธีการให้บุคคลอธิบายเรื่องราวและประสบการณ์ต่างๆที่ตนเองประสบมา โดยใช้ฐานความคิดว่ามนุษย์จะรู้ดีในเรื่องที่ตนเองมีประสบการณ์มาก่อน ประสบการณ์ของบุคคลคืออะไร และบุคคลนั้นให้ความหมายต่อโลกและประสบการณ์ของเขาอย่างไร (กิตติพัฒน์ นนทปัทมะดุล, 2553) ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกวิธีปรากฏการณ์วิทยาเพื่อค้นหาประเด็นปัญหาและการให้ความหมายจากประสบการณ์ตรงของบุคคลผู้ให้ข้อมูลหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย เพื่อให้บุคคลได้ถ่ายทอดสิ่งที่ได้ประสบมา ความรู้สึกนึกคิด การให้ความหมายต่างๆ และนำมาตีความวิเคราะห์มุ่งหาความหมาย ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อเหตุการณ์นั้น สามารถสรุปผลการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

1. การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางการให้บริการที่มีคุณภาพ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

จากผลการศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางการให้บริการที่มีคุณภาพ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี โดยใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) การศึกษาตามความเข้าใจความคิดของพนักงานและลูกค้าในการให้ความหมายจากประสบการณ์ตรงของบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์หรือสิ่งแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ

โดยวิธีการให้บุคคลอธิบายเรื่องราวและประสบการณ์ต่างๆ ที่ตนเองประสบมา โดยการให้ความหมายจากการวิเคราะห์มี 4 ข้อ ดังนี้

1. การบริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดในการใช้บริการ เพราะลูกค้าคือคนสำคัญของธนาคาร ต้องมาเป็นลำดับหนึ่ง เพราะถ้าพนักงานให้บริการที่ดี บริการด้วยความเต็มใจ ลูกค้าเกิดความประทับใจ ความพึงพอใจ และไว้วางใจแล้ว ลูกค้าจะอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้งและมีการบอกต่อ และในอนาคตพนักงานจะสามารถต่อยอดนำไปสู่กระบวนการขายผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของธนาคารได้ต่อไป

2. การบริการที่เหนือความคาดหมาย คือ การบริการที่เกินความคาดหวังของลูกค้า เช่น การใส่ใจในรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ของลูกค้า เช่น ความชอบส่วนตัวของลูกค้าแต่ละคน เรื่องที่ลูกค้าชอบพูดถึงไม่ว่าจะเป็นเรื่องงาน เรื่องครอบครัว เรื่องท่องเที่ยว การจดจำวันเกิดของลูกค้า แจ้งเตือนผลิตภัณฑ์ที่ครบกำหนดของลูกค้า และการโทรศัพท์เพื่ออัพเดทข้อมูลผลิตภัณฑ์ของธนาคารที่ลูกค้าชอบหรือสนใจเป็นพิเศษ เป็นต้น

3. การที่พนักงานสามารถแนะนำบริการต่างๆ และแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ การให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และตอบคำถามลูกค้าได้ในทุกเรื่องอย่างทันท่วงที ถ้าเรื่องใดไม่สามารถตอบได้ควรเร่งหาคำตอบ หรือวิธีแก้ปัญหาอย่างรวดเร็ว แสดงออกถึงความใส่ใจในบริการ เพื่อให้ลูกค้าประทับใจในการบริการให้มากที่สุด

4. การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าตลอดกระบวนการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ คือ เริ่มตั้งแต่พนักงานรักษาความปลอดภัยที่คอยดูแลเรื่องที่จอดรถ การเปิดปิดประตูธนาคารเวลาลูกค้าเข้ามาใช้บริการ มีพนักงานคอยต้อนรับ เพื่อให้ข้อมูลและแนะนำบริการต่างๆ ดูแลลูกค้าขณะรอใช้บริการ คอยช่วยให้กระบวนการการให้บริการรวดเร็วยิ่งขึ้น เช่น ช่วยให้ลูกค้าเตรียมใบฝาก-ถอนไว้ล่วงหน้า ถ่ายสำเนาบัตรประชาชน ช่วยนับเงิน เป็นต้น ในส่วนของพนักงานที่ทำรายการให้ลูกค้า ต้องทำรายการอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ซื่อสัตย์ และสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในทุกขั้นตอนในการบริการ

2. สภาพปัญหาในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงไทยสาขา ถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

จากผลการศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางการให้บริการที่มีคุณภาพ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี โดยใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) การศึกษาตามความเข้าใจความคิดของพนักงานและลูกค้าในการให้ความหมายจากประสบการณ์ตรงของบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์หรือสิ่งแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ

โดยวิธีการให้บุคคลอธิบายเรื่องราวและประสบการณ์ต่างๆ ที่ตนเองประสบมา โดยการให้ความหมายจากการวิเคราะห์มี 4 ข้อ ดังนี้

1. พนักงานไม่เพียงพอต่อการใช้บริการของลูกค้า สาขามีลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมากและหลากหลาย ส่วนหนึ่งอาจเพราะเป็นสาขาที่มีที่จอดรถสะดวกไม่ต้องเดินขึ้นบันได แต่เนื่องจากสาขาเป็นสาขาขนาดเล็กจึงมีพนักงานในสาขาจำนวนไม่มาก จึงทำให้ในบางเวลาที่พนักงานลาหยุด หรือมีการออกไปทำการตลาด หรือช่วงต้นเดือน ปลายเดือนที่ลูกค้ามาใช้บริการจำนวนมากจะมีพนักงานไม่เพียงพอในการให้บริการลูกค้า และอาจทำให้ลูกค้าต้องรอเป็นเวลานาน

2. พนักงานขาดการพูดคุยสื่อสารเพิ่มเติมที่มากขึ้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ และความผูกพันกับลูกค้า ซึ่งจะทำให้พนักงานมีข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าไม่เพียงพอ การให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าจึงอาจไม่ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า

3. พนักงานขาดความเชี่ยวชาญในบางผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้ามาใช้บริการน้อย เช่น ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หรือบริการบางอย่างที่ไม่ค่อยมีลูกค้ามาใช้บริการ การให้คำแนะนำในเรื่องที่เฉพาะทาง เช่น โอนเงิน แลกเงินต่างประเทศ การซื้อขายกองทุน เป็นต้น ทำให้เวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการอาจเกิดความล่าช้าในการค้นหาข้อมูลหรือวิธีการปฏิบัติงานได้

4. การแสดงออกต่อลูกค้า ในบางเวลาที่มีลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก พนักงานไม่ค่อยมีการยิ้มแย้ม อาจเนื่องจากด้วยความเร่งรีบในการให้บริการ จึงทำให้ลืมใส่ใจในบุคลิกท่าทาง การแสดงออกทางสีหน้า ความยิ้มแย้มแจ่มใสกับลูกค้าเท่าที่ควร

3. แนวทางการให้บริการอย่างมีคุณภาพ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

จากผลการศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางการให้บริการที่มีคุณภาพ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี โดยใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) การศึกษาตามความเข้าใจความคิดของพนักงานและลูกค้าในการให้ความหมายจากประสบการณ์ตรงของบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์หรือสิ่งแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ โดยวิธีการให้บุคคลอธิบายเรื่องราวและประสบการณ์ต่างๆ ที่ตนเองประสบมา โดยการให้ความหมายจากการวิเคราะห์มี 4 ข้อ ดังนี้

1. มีการบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการของสาขาเป็นอย่างดี ผู้จัดการสาขาหรือหัวหน้าหน่วยงานต้องคอยควบคุมดูการทำงานของพนักงาน นำปัญหาที่เกี่ยวกับการบริการที่เกิดขึ้นในแต่ละวันมาพูดคุยหาวิธีแก้ปัญหา วางแผนการจัดการเพื่อให้ไม่เกิดปัญหาซ้ำ เช่น ปัญหาจำนวนพนักงานที่ไม่เพียงพอในช่วงเวลาที่มีลูกค้าจำนวนมากทำให้ลูกค้ารอนาน เป็นต้น ซึ่งจุดนี้เป็น

จุดที่สำคัญเพราะการบริการที่รวดเร็วเป็นจุดที่ลูกค้าเห็นได้ชัดและสำคัญ ถ้าบริหารจัดการได้ไม่ดี ลูกค้าอาจไม่กลับมาใช้บริการซ้ำที่สาขาอีก

2. พนักงานทุกคนต้องมีจิตใจให้บริการ หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส แต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีมารยาทที่ดี กล่าวทักทายพูดจาสุภาพนอบน้อม สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า เอาใจเขามาใส่ใจเรา สนใจลูกค้าก่อนงานส่วนตัวเสมอ มีความกระตือรือร้น ให้ความใส่ใจกับลูกค้าอยู่ตลอดเวลาตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นกระบวนการให้บริการ

3. มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรของสาขาอย่างสม่ำเสมอ เพราะพนักงานสาขาเป็นส่วนที่สำคัญ เป็นผู้ที่ให้บริการกับลูกค้าโดยตรง พบกับลูกค้ามากมายหลายกลุ่ม ดังนั้นจึงต้องมีความพร้อมในการให้บริการอยู่เสมอ มีความรอบรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารอย่างถ่องแท้ พร้อมที่จะให้คำปรึกษา คำแนะนำกับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ชัดเจน และเหมาะสม

4. การทำงานร่วมกันเป็นทีม ทุกคนในสาขาต้องมีแนวคิดไปในทิศทางเดียวกัน มีความเข้าใจในการบริการและการทำงาน พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยผู้บริหารกำหนดนโยบายมุ่งเน้นเรื่องการให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นสำคัญ

2. อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาเรื่อง “การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางการให้บริการที่มีคุณภาพ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี” เพื่อศึกษาถึงการให้ความหมาย สภาพปัญหา และแนวทางในการให้บริการที่มีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี โดยผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้จัดการสาขาและพนักงานทุกท่านในสาขาถนนคฑาธร โดยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

การศึกษาการให้ความหมาย และที่มาของความหมายของการบริการที่มีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร ผลการวิจัยพบว่า คือการที่พนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าตลอดกระบวนการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ไม่ให้ลูกค้ารู้สึกโดดเดี่ยว และพนักงานมีความพร้อมสามารถแนะนำบริการต่างๆ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ ให้การบริการที่เหนือความคาดหมายจนทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดในการใช้บริการ จะนำมาซึ่งการกลับมาใช้บริการซ้ำ และสามารถต่อยอดนำไปสู่กระบวนการขายผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของธนาคารได้ต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ เอื้อม บุญ เล้าศศิวัฒนพงศ์ (2555) ได้กล่าวว่า การบริการ คือ การดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างยอดเยี่ยมเป็นเลิศ โดยยึดหลักว่าต้องมีความสะดวก รวดเร็วและถูกต้อง ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ณรัญรัตน์ มณฑีรรัตน์ (2557) กล่าวว่า การทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจโดย การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มีความเข้าใจลูกค้าแต่ละ

บุคคลว่าลูกค้ามีความต้องการอะไรโดยผู้ให้บริการจะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าทันที คือ ผู้ให้บริการต้องมีความพร้อมให้บริการแก่ลูกค้าเสมอ การปฏิบัติอย่างรวดเร็วด้วยความเต็มใจ ไม่ควรปัดหน้าที่ความรับผิดชอบให้บุคคลอื่น และสอดคล้องกับ กีรติ บันดาลสิน (2558) ได้กล่าวว่า คุณภาพบริการ คือ การรับรู้ทางด้านบริการของลูกค้า ที่ลูกค้าทำการประเมินคุณภาพบริการโดยการเปรียบเทียบความต้องการหรือความคาดหวังกับการบริการที่ได้รับจริง คุณภาพบริการที่ถูกประเมินนั้นไม่ได้ประเมินเฉพาะผลจากการบริการ แต่เป็นการประเมินไปถึงกระบวนการของการบริการที่อยู่ในระดับของการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าหรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้า

การศึกษาสภาพปัญหาในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร ผลการวิจัยพบว่า มีพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการในบางเวลาเนื่องจากเป็นสาขาขนาดเล็กแต่มีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก พนักงานขาดการพูดคุยสื่อสารเพิ่มเติมที่มากขึ้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ความผูกพันกับลูกค้า และพนักงานขาดความเชี่ยวชาญในบางผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้ามาใช้บริการน้อย และการแสดงออกต่อลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับ สมชาติ กิจยรรยง (2555) ที่ได้กล่าวว่า การที่ไปติดต่อบุคคลในองค์กรต่างๆ หากรู้สึกว่าไม่ได้รับการต้อนรับหรือตอบกลับที่ดี ที่สร้างสรรค์ ขาดความเอาใจใส่ หรือไม่ให้ความสำคัญกับเรา เราจะก็รู้สึกไม่พึงพอใจ ไม่ประทับใจ ดังนั้นเมื่อมีผู้มาติดต่อเรา หากเราประสงค์จะก้าวสู่ความเป็นเลิศแล้ว ควรเอาใจเขามาใส่ใจเราด้วยการบริการที่ดีทั้งก่อน ระหว่าง และภายหลังเสร็จสิ้นงาน และการให้บริการอย่างมีคุณภาพมีมาตรฐานควรมีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าระบบขององค์กรเป็นอย่างดี จะต้องมีความรอบรู้ในงานที่ทำ และสามารถใช้สติปัญญา ไหวพริบในการบริการลูกค้า สามารถทำงานทดแทนกันได้ แม้เวลาหยุดพัก

การศึกษาเพื่อนำเสนอแนวทางในการให้บริการอย่างมีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร จากผลการวิจัยพบว่า การมีการบริหารจัดการที่ดี พนักงานทุกคนมีจิตใจให้บริการ มีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ และมีการทำงานเป็นทีม จะนำไปสู่การบริการที่มีคุณภาพต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ อาภรณ์ ภูวิทยพันธุ์ (2549) ที่กล่าวว่า การทำให้บุคคลที่ต้องติดต่อด้วยเกิดความพึงพอใจและประทับใจคือปลูกฝังจิตสำนึกที่เรียกว่า Service Mind คือการมีจิตใจของผู้ให้ แสดงออกถึงความพร้อมและเต็มใจให้บริการลูกค้าก่อนเสมอ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้สินค้าและบริการ และจุดเริ่มต้นที่จะทำให้งานบริการประสบความสำเร็จอยู่ที่การบริหารจัดการ ดังนั้นการสร้างจิตสำนึกของการให้บริการจึงต้องดูที่หลักการบริหารจัดการ และสอดคล้องกับ สมชาติ กิจยรรยง (2555) ที่ได้กล่าวว่า การทำงานร่วมกันกับทีมงานเพื่อให้บริการที่เป็นเลิศและเกิดประโยชน์กับผู้ใช้บริการ ย่อมจะนำพาให้ธุรกิจของเรามีความมั่งคั่งและมั่นคง ถ้าเราใช้การบริการแบบประสานงานกันเป็นเครื่องมือให้กับทีมงาน เมื่อลูกค้าได้ผลตอบแทนตามความคาดหวัง หรือเกินความคาดหวัง ย่อมส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำ หรือซื้อตลอดไป

3. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิจัยพบว่า การให้บริการที่มีคุณภาพมีผลต่อธุรกิจธนาคาร เพราะเป็นส่วนสำคัญในการประกอบธุรกิจ เป็นสิ่งที่ดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ ในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการแข่งขันกันของธนาคารพาณิชย์ที่ค่อนข้างรุนแรง การรักษาฐานลูกค้าเก่า ดึงดูดลูกค้าใหม่ให้มาใช้บริการจึงเป็นสิ่งที่สำคัญในยุคปัจจุบัน ดังนั้นทุกธนาคารควรที่จะให้ความสำคัญในการพัฒนาการให้บริการลูกค้าที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องโดยที่พนักงานทุกคนควรมีจิตใจให้บริการ ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ให้ความช่วยเหลือและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า มีการบริการที่เหนือความคาดหมายเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจสูงสุด และกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะพนักงานธนาคารกรุงไทยในสาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี จึงควรมีการศึกษากับพนักงานในสาขาอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อนำข้อมูลของแต่ละสาขาไปปรับใช้สำหรับการพัฒนาคุณภาพการบริการของสาขานั้นๆ ให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

2. การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในหัวข้ออื่นที่เป็นองค์ประกอบในการที่จะทำให้ธนาคารมีการบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน เช่น ความสุขในการทำงาน ความภักดีต่อองค์กร ปัญหาหรืออุปสรรคของการให้บริการ หรือการสำรวจความคิดเห็นความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะสามารถดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการและสามารถแข่งขันกับธนาคารอื่นๆได้

มหาวิทยาลัยศิลปากร

รายการอ้างอิง

กรกนก ชุบแวงวาปี. (2556). อิทธิพลความเป็นเลิศของคุณภาพบริการ ที่มีต่อความไว้วางใจในการใช้บริการและการบอกต่อของผู้ใช้บริการบางจาก กรีนวอช เดอะพรีเมี่ยม(สาขาวิภาวดรรังสิต-หลักสี่). (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

กิตติพัฒน์ นนทปัทมะดุล. (2553). ทฤษฎีสังคมสงเคราะห์ร่วมสมัย (พิมพ์ครั้งที่ 1 ed.). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กีรติ บันดาลสิน. (2558). การรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสำนักราชดำเนิน. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จิตรา ละออศรี. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) (รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2545). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เอ็กซเปอร์เน็ท.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชูชัย สมิทธิไกร. (2553). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 1 ed.). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณรัญรัตน์ มณฑีรรัตน์. (2557). อิทธิพลของการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อการใช้บริการผ่านคุณภาพการให้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ณัฐพล ชวนสมสุข. (2553). ภาพลักษณ์ของธุรกิจธนาคารที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าธนาคาร. (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2557). การตลาดบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 4 ed.). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นันทมน ไชยโคตร. (2557). ภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตบางแค. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

บมจ.ธนาคารกรุงไทย. (2561). ประวัติธนาคาร. Retrieved from www.intranet.ktb.co.th

ปิยพงศ์ พู่วณิชย์. (2556). อิทธพลของการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีผลต่อความไว้วางใจและความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสิน. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

พิภพ อุดร. (2547). สามประสานเพื่อความเป็นเลิศของธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เวลาดี.

เพชรอำไพ มงคลจิรเดช. (2556). การให้ความหมาย ที่มาของความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม

และมูลค่าเพิ่มจากการดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เพ็ญภิษา สถิตธีรานนท์. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการ ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้รับบริการ ธนาคารกรุงไทย สาขาสำนักนานาเหนือ. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ภาคภูมิ รักเกียรติยศ. (2557). การพัฒนาคุณภาพการให้บริการระบบรักษาความปลอดภัยบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์. (2548a). การจัดการการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว.

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์. (2548b). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วรพัชร์ ชุมวรฐายี. (2557). อิทธิพลของคุณลักษณะงานที่มีต่อคุณภาพการให้บริการผ่านการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดนครปฐม. *Veridian E-Journal Silpakorn University,* 8(2).

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2547). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.

สมชาติ กิจยรรยง. (2555). สร้างชีวิต สร้างธุรกิจ ด้วยการบริการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สมาร์ท ไลฟ์.

สมิต สัชฌุกร. (2550). การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ (พิมพ์ครั้งที่ 5 ed.). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สายธาร.

อเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ. (2550). จิตวิทยาการบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 2 ed.). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อดุลพัฒนกิจ.

อาภรณ์ ภู่วิทยพันธุ์. (2549). มัดใจลูกค้าได้ด้วยสุดยอดบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 1 ed.). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์.

เอื้อมบุญ เล้าศศิวัฒนพงศ์. (2555). การประเมินคุณภาพบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาราชบุรี. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

คำถามในการสัมภาษณ์

การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางในการให้บริการที่มีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

ตอนที่ 1 แนวคำถามทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ – นามสกุล
2. เพศ
3. อายุ
4. ระดับการศึกษา
5. ตำแหน่ง

ตอนที่ 2 การให้ความหมาย ที่มาของความหมายของการบริการที่มีคุณภาพ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

1. ความหมายของการบริการในความคิด คืออะไร และมีที่มาของความหมายอย่างไร
2. ความหมายของคุณภาพในความคิด คืออะไร และมีที่มาของความหมายอย่างไร
3. ความหมายของการบริการที่มีคุณภาพ คืออะไร และมีที่มาของความหมายอย่างไร

ตอนที่ 3 สภาพปัญหาในการให้บริการของของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

1. ท่านเคยพบปัญหาในการให้บริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร หรือไม่
2. ปัญหาที่พบมีอย่างไรบ้าง และมีเหตุการณ์เป็นอย่างไร
3. ท่านคิดว่าปัญหาในให้การบริการของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธรคืออะไร เกิดจากสาเหตุใดบ้าง

ตอนที่ 4 แนวทางในการบริการที่มีคุณภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนคฑาธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

1. จากปัญหาที่พบ ท่านคิดว่ามีแนวทางในการแก้ไขปัญหาอย่างไร เพื่อให้นำไปสู่การบริการที่มีคุณภาพ
2. ท่านมีข้อคิด ข้อเสนอแนะ และแนวทางในการให้บริการการที่มีคุณภาพได้อย่างไรบ้าง

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ศศินันท์ สุขคันธรักษ์
วัน เดือน ปี เกิด	17 ตุลาคม 2529
สถานที่เกิด	จังหวัดสกลนคร
วุฒิการศึกษา	คณะศิลปกรรมศาสตร์ เอกศิลปกรรมศาสตร์ศึกษา สาขาศิลปะการแสดง ศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ที่อยู่ปัจจุบัน	161/2 ม.2 ต.หนองโพ อ.โพธาราม จ.ราชบุรี 70120