การให้ความหมาย ที่มาของความหมายและแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

โดย
นางสาวเพ็ญพิญาณ์ คงสมบูรณ์

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

การให้ความหมาย ที่มาของความหมายและแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

โดย
นางสาวเพ็ญพิญาณ์ คงสมบูรณ์

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

SOCIAL CONSTRUCT OF MEANING, SOURCE OF MEANING AND GUIDELINES FOR SERVICE QUALITY IN KRUNGTHAI BANK PUBLIC COMPANY LIMITED KRAIPHET BRANCH IN MUANG DISTRICT, RATCHABURI PROVINCE

By

MISS Penpiya KONGSOMBOON

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 ที่มาของความหมายและแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี
โดย	เพ็ญพิญาณ์ คงสมบูรณ์
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)

58602392 : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2
คำสำคัญ : การให้ความหมาย, คุณภาพการบริการ

นางสาว เพ็ญพิญาณ์ คงสมบูรณ์: การให้ความหมาย ที่มาของความหมายและแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงการให้ความหมายและที่มาของความหมายของคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร 2) เพื่อศึกษาถึงสภาพปัญหาคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร 3) เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา ผู้ให้ข้อมูล คือ พนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร จำนวน 10 คนและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร จำนวน 20 คน

ผลการวิจัยพบว่า พนักงานและลูกค้าของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการคือ 1) การบริการด้วยความเป็นกันเองเสมือนเป็นญาติพี่น้อง 2) การบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าจนเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีก 3) การดูแลใส่ใจในการบริการลูกค้า 4) การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า 5) การให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและมีมาตรฐานในการบริการ โดยพบว่าสภาพปัญหาของคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย 1) ปัญหาด้านจำนวนพนักงาน 2) ปัญหาด้านกายภาพ ได้แก่ สถานที่จอดรถ ตู้ฝากเงินอัตโนมัติ เครื่องนับธนบัตร ป้ายแสดงข้อมูล และด้านอาหารและเครื่องดื่ม แนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร คือ 1) ด้านบุคลากร ได้แก่ การจัดสรรพนักงานให้คำแนะนำลูกค้าและการรักษามาตรฐานการบริการของพนักงาน 2) ด้านอุปกรณ์ เครื่องมืออำนวยความสะดวกและสถานที่ ได้แก่ พนักงานรักษาความปลอดภัยอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าเรื่องสถานที่จอดรถ กรณีตู้ฝากเงินอัตโนมัติเกิดปัญหาให้ติดป้ายแสดงและโทรแจ้งเจ้าหน้าที่ การจัดสรรเครื่องนับธนบัตรที่ทันสมัย การเปลี่ยนจุดแสดงอัตราดอกเบี้ย หรือเปลี่ยนป้ายแสดงข้อมูลให้น่าสนใจมากขึ้นและการจัดพื้นที่บริการอาหารและเครื่องดื่ม

58602392 : Major (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM)
Keyword : Meaning, Service Quality

MISS PENPIYA KONGSOMBOON : SOCIAL CONSTRUCT OF MEANING, SOURCE OF MEANING AND GUIDELINES FOR SERVICE QUALITY IN KRUNGTHAI BANK PUBLIC COMPANY LIMITED KRAIPHET BRANCH IN MUANG DISTRICT, RATCHABURI PROVINCE THESIS ADVISOR : PITAK SIRIWONG

The purposes of this research aim 1) to study the social construction of meaning and source of meaning of service quality of Krungthai Bank, Kraiphet Road branch 2) to study the problem and characteristics of the problem of the service quality of Krungthai Bank, Kraiphet Road branch 3) to propose a method to improve the service quality of Krungthai Bank, Kraiphet Road branch. The research is conducted qualitatively by the Phenomenology method. The key informants were ten employees of Krungthai Bank, Kraiphet Road branch and twenty of customers of Krungthai Bank, Kraiphet Road branch.

The result indicates that the service quality of Krungthai Bank, Kraiphet Road branch was defined as 1) friendly service, 2) satisfying service that attracts the customer to come back, 3) attentive service, 4) facilitate services, 5) proficient service that meets the criteria of standard. Nature of the problem of the service quality has been found to be 1) the problem of lacking of employees 2) the problem of facility e.g. parking area, deposit machine, bill counting machine, information sign, and food and drink service. The guideline for improving the service quality was proposed to be 1) human resource e.g. human resource management, customer suggestion, and maintaining the standard of service 2) tools and facilities e.g. security officer helping the customer for the parking area, information sign and label at the machine for the case of the problem and malfunction, state-of-the-art bill counter, adjusting the area for displaying the interest rate and modifying the information sign to draw more attention, and providing the area for food and drink service.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ ที่ให้ความกรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย รวมถึง อาจารย์ ดร.ปริญญา หรุ่นโพธิ์ ที่ได้ให้เกียรติเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช ที่ได้ให้เกียรติเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ให้คำแนะนำ ข้อเสนอะแนะ ที่เป็นประโยชน์เพิ่มเติมส่งผลให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ สาขาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการทุกท่านที่ให้ความรู้กับผู้วิจัย ซึ่งเป็นผลให้ผู้วิจัยดำเนินงานวิจัยได้จนประสบผลสำเร็จ รวมถึงเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือและคำแนะนำที่ดีตลอดการศึกษา

ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านได้เสียสละเวลาให้สัมภาษณ์สำหรับงานวิจัยนี้ รวมถึงบมจ. ธนาคารกรุงไทย ที่สนับสนุนการศึกษาและงานวิจัยฉบับนี้ รวมถึงผู้จัดการสาขา หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน ที่ให้ความร่วมมือและให้กำลังใจ จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณพ่อ คุณแม่และครอบครัว ที่เป็นกำลังใจและสนับสนุนในทุกด้านตลอดการศึกษา

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดีและรักษามาตรฐานการคุณภาพการบริการที่ดีให้คงอยู่ต่อไป หากงานวิจัยนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้

เพ็ญพิญาณ์ คงสมบูรณ์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ

กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ

สารบัญ ..... ช

บทที่ 1 บทนำ 1

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา 3

3. ขอบเขตของการวิจัย 3

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 4

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 5

1. แนวคิดและทฤษฎีของการบริการ 5

2. แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการบริการ 13

3. ข้อมูลธนาคารกรุงไทย 24

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 27

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 32

1. ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก 32

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 32

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล 34

4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล 34

5. การวิเคราะห์ข้อมูล 35

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 36

1. การให้ความหมายของคำว่า คุณภาพการบริการ ของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ...36

2. สภาพปัญหาคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร 42

3. แนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร.....46

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 51

1. สรุปผลการวิจัย.....51

2. อภิปรายผลการวิจัย.....58

3. ข้อเสนอแนะ 60

รายการอ้างอิง 62

ภาคผนวก 65

ประวัติผู้เขียน 66

มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทที่ 1
บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธนาคารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2560-2562 กล่าวว่า สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจการเงินโลกในระยะต่อไปมีแนวโน้มผันผวน ไม่แน่นอน ซับซ้อน และยากที่จะคาดการณ์มากขึ้น ส่วนหนึ่งจากปัญหาเชิงโครงสร้างและการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่ยังเปราะบาง ขณะที่เศรษฐกิจไทยจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ลดปัญหาความเหลื่อมล้ำและหนี้ครัวเรือน ตลอดจนเตรียมการเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและเศรษฐกิจดิจิทัล ทั้งนี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มโอกาสและลดต้นทุนให้แก่ภาคธุรกิจและผู้ใช้บริการ แต่ในขณะเดียวกันอาจเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิถีชีวิต รูปแบบการดำเนินธุรกิจ และระบบเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็ว ธนาคารแห่งประเทศไทยได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินงานในระยะ 3 ปีข้างหน้า โดยมุ่งหวังที่จะวางรากฐานการทำหน้าที่ของธนาคารแห่งประเทศไทยเพื่อส่งเสริมให้ระบบเศรษฐกิจการเงินไทยมั่นคงมีเสถียรภาพและเศรษฐกิจไทยเติบโตได้อย่างยั่งยืนทั่วถึงและพร้อมปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัล ทั้งนี้ แผนยุทธศาสตร์ฉบับนี้ประกอบด้วย 3 ด้านสำคัญ กล่าวคือ ด้านที่ 1 การรักษาเสถียรภาพระบบเศรษฐกิจการเงิน ด้านที่ 2 การพัฒนาระบบการเงิน ด้านที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งขององค์กรโดยสรุปแผนยุทธศาสตร์ 3 ปี ฉบับนี้ เปรียบเสมือนเข็มทิศนำทาง ธนาคารแห่งประเทศไทย มุ่งหวังว่า ความสำเร็จของการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์นี้จะสร้างประโยชน์ให้แก่ทุกภาคส่วน เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีอย่างยั่งยืนของประเทศไทย (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)

ปัจจัยของธุรกิจธนาคารเป็นด้านการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ทางการเงินอย่างรวดเร็ว ธนาคารจึงปรับวิธีการดำเนินธุรกิจเพื่อให้การบริการสามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างทันท่วงทีซึ่งสภาพแวดล้อมของธุรกิจ การบริการพร้อมเพย์ ส่งผลกระทบต่อค่าธรรมเนียมของธนาคาร มีผลกระทบทำให้รายได้ค่าธรรมเนียมของธนาคารลดลงแต่การกระตุ้นให้เกิดการใช้พร้อมเพย์ เป็นโอกาสในการขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ โดยเฉพาะ ลูกค้าที่จะเข้ามาสู่ผลิตภัณฑ์ธนาคารอินเตอร์เน็ต (Internet Banking) และ บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต พฤติกรรมการทำธุรกรรมผ่านมือถือมากขึ้น ทำให้ธนาคารต่างพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินในรูปแบบออนไลน์โดยการทำธุรกรรมด้วยเงินสดของผู้บริโภคจะลดน้อยลง ในขณะที่ความนิยมการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Money) จะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้บริโภคเห็นประโยชน์จากความสะดวกสบายในการทำธุรกรรม ซึ่งธนาคารอาจต้องปรับเปลี่ยนการบริการโดยจัดหาเครื่องมือที่ทันสมัยให้กับพนักงานเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

ออนไลน์รูปแบบใหม่ๆ มาตอบโจทย์ลูกค้า การปรับเปลี่ยนการบริการของสาขาให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยแต่ละธนาคารมี แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพของสาขาแตกต่างกันออกไป ซึ่งธนาคารบางแห่งเน้นการลดหรือควบรวมสาขาจากจำนวนการทำธุรกรรมทั่วไปผ่านสาขาที่มีแนวโน้มลดลง ในขณะที่บางธนาคารยังคงเน้นการเข้าถึงลูกค้าผ่านสาขาในพื้นที่ที่มีศักยภาพ (ธนาคารออมสิน, 2560)

การให้บริการลูกค้าเป็นเครื่องมือสำคัญอันหนึ่งในการแข่งขัน เนื่องจากลูกค้ามีความคาดหวังที่สูงขึ้นและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ธุรกิจต่างๆยังหันมาใช้การบริการเป็นการแข่งขันมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการนำเสนอการบริการที่มีคุณภาพเหนือคู่แข่งและคุณภาพที่ดีกว่าอย่างสม่ำเสมอ เป็นการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นในการขาย ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้ออีก ธุรกิจบริการจึงมีความจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าและคุณค่าต่างๆที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งรวมถึงคุณค่าด้านบุคลากร ด้านการบริการ หรือด้านภาพลักษณ์องค์กร การกำหนดตำแหน่งของการนำเสนอบริการให้แตกต่างจากคู่แข่งขัน การปรับปรุงคุณภาพและการสร้างสรรค์บริการใหม่ๆอยู่เสมอ จึงจะสามารถรักษาลูกค้าไว้ได้ (ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา, 2557)

ธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นรัฐวิสาหกิจ ในสังกัดกระทรวงการคลัง ในรูปแบบสถาบันการเงิน ประเภทธนาคารพาณิชย์ โดยมีตราสัญลักษณ์เป็นนกวายุภักษ์ ธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2509 จากการควบรวมจากธนาคารเกษตร จำกัด และธนาคาร มณฑล จำกัด โดย ธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นรัฐวิสาหกิจแห่งแรกที่นำหุ้นของธนาคารเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ ปัจจุบันธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้ขยายสาขาครอบคลุมทุกจังหวัดของประเทศไทย และนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการลูกค้า สำหรับปี 2560 ธนาคารกรุงไทยมุ่งเน้นพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของธนาคารให้แข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง และทัดเทียมกับธนาคารคู่เทียบ ทั้งด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ประสิทธิภาพ กระบวนการทำงาน และการพัฒนาศักยภาพและความเชี่ยวชาญของบุคลากร ทั้งนี้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพการทำกำไรให้ยั่งยืนในระยะยาว นอกจากนี้ธนาคารพร้อมรับกับความท้าทายที่อาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ ธนาคารยังคงมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับลูกค้า ทั้งด้านบริการทางการเงิน การเป็นพันธมิตร และ เรื่องความวางใจ ธนาคารกรุงไทยดูแลมุ่งมั่นและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเพื่อสนับสนุนการเติบโต และความมั่งคั่งแก่ลูกค้าสร้างคุณภาพที่ดีขึ้นแก่สังคม และสิ่งแวดล้อม และสร้างผลตอบแทนที่ดีอย่างยั่งยืนแก่ผู้ถือหุ้น (ธนาคารกรุงไทย, 2560)

ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ตั้งอยู่บริเวณใกล้กับตลาดราชบุรี ทำให้มี เจ้าของกิจการ แม่ค้าและผู้มาใช้บริการจำนวนมาก และทำให้มีโอกาสเพิ่มฐานลูกค้าได้มาก แต่บริเวณดังกล่าวมีธนาคารพาณิชย์หลายแห่ง ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกที่หลากหลาย ส่งผลให้การแข่งขันทางการตลาดสูง ดังนั้นธนาคารจึงให้ความสำคัญด้านคุณภาพการบริการ เพื่อตอบสนอง

ความต้องการให้ตรงหรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่

จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจธนาคาร การสนับสนุนเศรษฐกิจดิจิทัล ส่งผลกระทบให้ผู้ใช้บริการทางการเงินน้อยลง แต่อย่างไรก็ตามธนาคารยังคงต้องเพิ่มฐานลูกค้าใหม่และรักษาฐานลูกค้าเดิมอยู่ ดังนั้นธนาคารกรุงไทยจึงมุ่งพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและสร้างการบริการที่มีคุณค่า โดยเน้นการเป็นที่ปรึกษาทางการเงิน ควบคู่กับการบริการที่เป็นเลิศ ดังวิสัยทัศน์ "กรุงไทย ก้าวไกล ไปกับคุณ" หรือ "Growing Together" ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ศึกษาเรื่อง การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี เพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความประทับใจของลูกค้าต่อการบริการ เพื่อเป็นประโยชน์ในการดำเนินงาน ปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพด้านการบริการต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

2.1 เพื่อศึกษาถึงการให้ความหมายและที่มาของความหมายของคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร

2.2 เพื่อศึกษาถึงสภาพปัญหาคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร

2.3 เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร

3. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพภายใต้ขอบเขตดังนี้

3.1 ขอบเขตประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ให้ข้อมูล (Key Informants) ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ได้แก่ พนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ทั้งหมด 10 คน และผู้วิจัยกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลรองคือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร จำนวน 20 คน ในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้สัมภาษณ์แบบเชิงลึก

3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาการให้ความหมาย ที่มาของความหมายและแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยาเป็นแนวทางในการวิจัย

มหาวิทยาลัยศิลปากร

3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดทฤษฎีและเก็บรวบรวมข้อมูลในวิจัยครั้งนี้ ระยะเวลาระหว่างช่วงเดือน ธันวาคม 2559 ถึง กรกฎาคม 2561

3.4 ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยศึกษาพื้นที่ ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 ทำให้ทราบถึงความหมาย ที่มาของคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ในมุมมองของพนักงานและลูกค้า ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ช่วยเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านคุณภาพการบริการแก่พนักงาน เพื่อเป็นแนวทางการเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร

4.2 ทำให้ทราบถึงสภาพปัญหาด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ช่วยให้ทราบสภาพปัญหาในมุมมองของลูกค้าและพนักงาน ทำให้มองเห็นปัญหาได้ชัดเจนขึ้นและจัดลำดับความสำคัญของปัญหาได้ เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาให้ถูกต้องตรงกับความต้องการของลูกค้า

4.3 ทำให้ทราบแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี เพื่อสามารถนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง วางแผนและพัฒนาคุณภาพการบริการต่อไป

มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทที่ 2
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้ดำเนินการค้นคว้าจากเอกสารบทความทางวิชาการ ได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีเพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์ พร้อมทั้งได้ศึกษางานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีของการบริการ
2. แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการบริการ
3. ข้อมูลธนาคารกรุงไทย
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีของการบริการ

1.1 ความหมายของการบริการ

ละออง ศรีจันทร์ (2557) กล่าวว่า การบริการ คือ การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจตามความคาดหวัง ซึ่งการบริการมีหรือไม่มีสินค้าร่วมอยู่ด้วยก็ได้ เป็นเพียงความรู้สึกพึงพอใจในการรับบริการ ดังนั้นการที่จะวัดการให้บริการว่าจะบรรลุเป้าหมายหรือไม่นั้น วิธีหนึ่งคือ การวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการ เพื่อให้ทราบความสามารถในการตอบสนอง ความต้องการของผู้ใช้บริการ แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความคาดหวังและการับรู้การบริการที่แท้จริง หากได้รับบริการที่เกินคาดหวังจนเกิดความประทับใจ จะสามารถช่วยรักษาลูกค้าเดิมและสามารถเพิ่มลูกค้าใหม่ได้

ศุภลักษณ์ สุริยะ (2556) กล่าวว่า การบริการ คือ การที่ผู้ให้บริการนำเสนอกิจกรรมหนึ่งให้แก่ผู้รับบริการ โดยกิจกรรมนั้นเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตนจับต้องไม่ได้ จึงไม่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของได้ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ กระทั่งเกิดความพึงพอใจสูงที่สุด

สัจจา โสภา (2556) กล่าวว่า การบริการจะเกี่ยวข้องกับบุคคล 2 ฝ่าย คือ ผู้ให้บริการและผู้รับบริการ การบริการมีทั้งแบบมีตัวตนและแบบไม่มีตัวตน การบริการเป็นการปฏิบัติที่มองไม่เห็นจับต้องไม่ได้และไม่สามารถครอบครองได้ หากการบริการสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการก่อให้เกิดความพึงพอใจ หรือ หากผู้รับบริการได้รับความพึงพอใจเกินความคาดหวังจะก่อให้เกิดความประทับใจ

สิทธิชัย ศรีเจริญประมง (2556) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการและกิจกรรมของมนุษย์ที่เกิดมาจากใจของผู้บริการ ซึ่งเปี่ยมไปด้วยความปรารถนาดี ความมีน้ำใจดี ต้องการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ เพื่อให้ได้รับความสะดวกสบายซึ่งกระบวนการหรือกิจกรรมนั้นๆ ไม่สามารถจับต้องได้ แต่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับได้และสามารถทำให้เกิดความประทับใจหรือความพึงพอใจกับผู้รับบริการได้

ชลธิชา ศรีบำรุง (2557) กล่าวว่า การบริการเป็นกิจกรรม หรือกระบวนการที่ต้องอาศัยองค์ประกอบต่างๆโดยหน่วยงานที่ให้บริการจะต้องให้ความสำคัญและเอาใจใส่กับองค์ประกอบของการบริการทุกองค์ประกอบ เพื่อให้การบริการมีคุณภาพ หากองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งบกพร่องย่อมส่งผลกระทบให้การบริการไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรหรือล้มเหลวได้

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551) กล่าวถึง องค์ประกอบของการบริการจะเกิดขึ้นได้มี 3 องค์ประกอบคือ 1.ลูกค้าหรือผู้รับบริการ 2.ผู้ให้บริการหรือพนักงานและ 3.ตัวสินค้าหรือบริการ

จากการให้ความหมายของการบริการสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า กระบวนการหรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากผู้ให้บริการหรือพนักงานเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ ด้วยสินค้าหรือการบริการ โดยการวัดความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้รับบริการเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในการให้บริการ โดยสามารถนำมาหาความหมาย ที่มาของความหมายและแนวทางการในพัฒนาการคุณภาพด้านบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร เพื่อเข้าใจความหมายของการบริการและใช้เป็นแนวทางบทสัมภาษณ์และการอภิปรายงานวิจัยในครั้งนี้

1.2 ประเภทของการบริการ

Lovelock & Wirtz (2004) อ้างอิงถึง ชูชัย สมิทธิไกร (2553) ได้จำแนกประเภทการบริการตามลำดับของการมีปฏิสัมพันธ์ (Levels of Customer Contact with Service) ออกเป็น 4 ประเภทดังต่อไปนี้

1. การบริการที่ลูกค้ามีส่วนร่วมทั้งกระบวนการ (People Processing) คือ การบริการที่ลูกค้ามีส่วนร่วมด้วยตนเองตลอดกระบวนการของการบริการ เช่น การพักในโรงแรม การรับประทานอาหาร

2. การบริการที่เน้นทรัพย์สิ่งของ (Possession Processing) คือการบริการที่การมีส่วนร่วมของลูกค้าจำกัดอยู่เพียงแค่การนำสิ่งของเครื่องใช้มารับบริการมีการบรรยายถึงปัญหาและมารับคืนในภายหลัง เช่น การซ่อมอุปกรณ์ต่างๆ การมาใช้บริการทำความสะอาด

3. การบริการที่เน้นการใช้สมอง (Mental Stimulus Processing) คือ การบริการที่ลูกค้าได้รับข้อมูลจากผู้ให้บริการและมีการคิดไตร่ตรองเกี่ยวกับข้อมูลเหล่านั้น เช่น การรับฟังบรรยายทางวิทยุ โทรทัศน์ การใช้บริการที่ปรึกษา

4. การบริการที่เน้นการประมวลผลข้อมูล (Information Processing) คือ การบริการที่ลูกค้ามีส่วนร่วมในแง่ของการประมวลข้อมูลเฉพาะ และได้รับเอกสารเกี่ยวกับข้อมูลเหล่านั้นภายหลัง เช่น การประกันสุขภาพ การใช้บริการวิจัย

1.3 พื้นฐานของการบริการ (Service)

อเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2550) ได้ขยายความของพื้นฐานการบริการได้เป็น 7 ประเภทดังนี้

1. ความพึงพอใจ (Satisfaction) สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 มุมมองคือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดจากการได้รับบริการที่ตรงความต้องการและเป็นไปตามคาดหวังของผู้รับบริการ และความพึงพอใจของการทำงานบริการเป็นการที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในงานของตน อันเกิดจากสภาพแวดล้อมในการทำงาน ค่าตอบแทนและอื่นๆ หากความพึงพอใจทั้งสองบรรจบกัน การให้บริการที่เกิดขึ้นก็จะมีคุณภาพมากที่สุด

2. ความคาดหวัง (Expectation) ผู้รับบริการและผู้ให้บริการต่างก็มีความคาดหวังต่องานบริการ ซึ่งหากองค์กรธุรกิจบริการทราบและจัดสิ่งต่างๆเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่มีอยู่ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจในการบริการเกิดขึ้น

3. ความพร้อม (Readiness) เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการต้องมีการจัดเตรียมให้เกิดทั้งในด้านบุคลากร อุปกรณ์ อาคาร สถานที่ ระบบสื่อสารและเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพเต็มรูปแบบได้

4. ความมีคุณค่า (Values) เป็นคุณค่าที่ผู้รับบริการประเมินได้จากการได้รับการบริการที่มีคุณภาพเมื่อเทียบกับค่าบริการที่เกิดขึ้น

5. ความสนใจ (Interest) เป็นความสนใจ กระตือรือร้นของผู้ให้บริการที่จะดำเนินการบริการอย่างเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการและพร้อมที่จะให้บริการอย่างเสมอภาคกัน

6. ความมีไมตรีจิต (Courtesy) เป็นการแสดงออกของพฤติกรรมในการให้บริการอย่างจริงใจ มีอัธยาศัยและความเป็นมิตร โดยไม่เห็นผู้รับบริการเป็นงานที่เพิ่มขึ้น แต่เป็นบุคคลสำคัญที่ทำให้งานบริการที่มีคุณค่า

7. ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) กระบวนการในการบริการจะต้องมีระบบที่ทำให้การบริการเกิดขึ้นอย่างมีคุณภาพสม่ำเสมอ ทุกฝ่ายมีบทบาทหน้าที่ชัดเจนและทำงานประสานกันเพื่อให้เกิดการบริการที่ดี มีประสิทธิภาพ

นิตยา เงินประเสริฐศรี (2557) กล่าวว่า องค์กรให้การบริการต้องสนใจที่การติดต่อกับลูกค้า (Customer Transaction) และพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงาน ในประเด็นต่อไปนี้

1. ลักษณะของคุณภาพซึ่งองค์กรจะควบคุมนั้น อาจจะไม่ปรากฏให้เห็นชัดเจน การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพเป็นเรื่องสำคัญ ถึงแม้ว่าจะยากในการกำหนดว่า ลูกค้าต้องการอะไร องค์กรจะเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้โดยทำวิจัยการตลาดและความต้องการของลูกค้า

2. พฤติกรรมผู้ให้บริการเป็นลักษณะที่สำคัญบ่งบอกให้เห็นถึงคุณภาพการบริการ ยกตัวอย่างเช่น ธนาคารพบว่า เจ้าหน้าที่เคาน์เตอร์ (teller) ต้องมีความเป็นมิตรกับลูกค้า

3. ภาพพจน์ขององค์กรเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดความคาดหวังของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการที่ได้รับ และการกำหนดมาตรฐานของบริการ ถ้าองค์กรมีภาพพจน์ในเชิงลบย่อมเป็นอันตรายต่อองค์กร ผู้บริหารระดับสูงต้องรับผิดชอบกำหนดภาพพจน์องค์กรเสียใหม่

4. การกำหนดระดับของการให้บริการรวมทั้งการวัดผลการให้บริการอาจเป็นเรื่องยากลำบาก ดังจะเห็นได้จากการกำหนดมาตรฐานการให้บริการ (เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้ให้บริการ) บ่อยครั้งกำหนดขึ้นมาจากการใช้ดุลพินิจ

5. กิจกรรมการควบคุมคุณภาพเกิดขึ้น ซึ่งหัวหน้าและเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพไม่ได้อยู่ ณ จุดให้บริการ ผู้บริการต้องได้รับการฝึกอบรมและสามารถบริหารจัดการด้วยตนเองได้เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถให้บริการอย่างมีคุณภาพแก่ลูกค้า

1.4 หลักการบริการพื้นฐาน

บอนนี นัตสัน อ้างถึงใน จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551) ได้ให้หลัก 10 ประการในการบริการไว้ดังนี้

1. ตระหนักถึงคุณค่าของลูกค้า ผู้ให้บริการต้องคำนึงอยู่ตลอดเวลาว่า ลูกค้าคือบุคคลที่สำคัญที่สุด ลูกค้าเป็นผู้มีอำนาจซื้อและมีความต้องการรับบริการ หากลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีก็ย่อมนำมาซึ่งรายได้สู่องค์กรและตัวผู้ให้บริการเอง อีกทั้งลูกค้ายังมีอำนาจของการประชาสัมพันธ์ผ่านทางการบอกปากต่อปากอีกด้วย

2. สร้างความประทับใจแรก ความประทับใจแรกเป็นความประทับใจที่อยู่ยาวนาน (First Impression is Lasting Impression) ซึ่งไม่ต้องการเวลามากมายในการสร้าง แต่ต้องอาศัยความพร้อมทั้งด้านตัวผู้ให้บริการและด้านสถานที่ให้บริการ ความประทับใจแรกที่ดีจะช่วยให้ความผิดพลาดใดๆ ที่เกิดตามมาดูมีความรุนแรงน้อยลง แต่ในทางตรงข้ามกัน หากความประทับใจแรกไม่ดีเสียแล้ว ไม่ว่าการบริการต่อๆมาจะดีเพียงใด ก็ยากที่จะเปลี่ยนความรู้สึกของลูกค้าได้ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงควรสร้างความประทับใจแรกให้เป็นความประทับใจที่ดี

3. เติมเต็มความต้องการของลูกค้าเพราะความต้องการของลูกค้าคืองานของผู้ให้บริการ และเป็นวัตถุประสงค์หลักของธุรกิจที่ผู้ให้บริการทำงานอยู่นั่นเอง

4. ทำให้ลูกค้าออกแรงน้อยที่สุด การให้บริการคือ การบริการให้ลูกค้าได้รับความสะดวกและความสบาย ลูกค้าจะรู้สึกสบายก็ต่อเมื่อลูกค้าไม่ต้องออกแรงทำสิ่งใดๆหน้าที่ออกแรงเป็นของผู้

ให้บริการ และหลักการข้อนี้พึงใช้ในทุกๆช่วงเวลาแห่งความประทับใจ ตัวอย่างเช่น กรณีการบริการลูกค้าในร้านอาหาร เมื่อลูกค้าดื่มน้ำหมดแก้ว พนักงานดูแลลูกค้าคอยเติมน้ำให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าออกแรงน้อยที่สุดเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกสะดวกสบาย หากลูกค้าดื่มน้ำจนหมดแก้วแล้วก็ยังไม่มีพนักงานมาเติมน้ำให้ ลูกค้าต้องเรียกพนักงานมาเติมน้ำให้ทุกครั้งที่น้ำหมดแก้ว เช่นนี้ถือเป็นการทำให้ลูกค้าออกแรงมาก ดังนั้นการทำให้ลูกค้าออกแรงน้อยก็คือ พนักงานควรใช้การสังเกตและคอยเติมน้ำให้ลูกค้าไม่ให้ลูกค้าเดินมาเรียกพนักงานให้เติมน้ำให้ เมื่อเห็นลูกค้าเรียกก็ควรรีบเข้าไปบริการลูกค้าทันที อย่าให้ลูกค้าต้องเป็นฝ่ายเดินมาตามผู้ให้บริการ

5. ช่วยการตัดสินใจของลูกค้า แต่ไม่ครอบงำการตัดสินในระหว่างที่ลูกค้ารับบริการบ่อยครั้งที่ลูกค้าไม่สามารถตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้ เขาอาจจะสอบถามหรือขอความเห็นจากผู้ให้บริการ ในกรณีนี้สิ่งที่ผู้ให้บริการควรทำคือ ให้ข้อมูลกับลูกค้าให้มากที่สุด แต่ปล่อยให้ลูกค้าตัดสินใจเอง

6. มองจากมุมมองของลูกค้า เมื่อบริการจงอย่ามองจากมุมมองของผู้ให้บริการเด็ดขาด เพราะทั้ง 2 ฝ่ายย่อมมีความต้องการและสิ่งแวดล้อมที่ต่างกัน

7. รบกวนเวลาลูกค้าให้น้อยที่สุด เมื่อลูกค้าจ่ายเงินให้กับการบริการ แล้วเขาย่อมต้องการใช้เวลาทั้งหมดที่มีอยู่เพื่อ “ถูกบริการ” ผู้ให้บริการจึงไม่ควรให้ลูกค้าใช้เวลาของเขาเพื่อทำสิ่งอื่นโดยไม่จำเป็น

8. สร้างความทรงจำที่จะทำให้ลูกค้าอยากกลับมา ความทรงจำที่จะทำให้ลูกค้าอยากกลับมาต้องมี “สิ่งพิเศษ” (Something Extra) อาจอยู่ในรูปสิ่งของหรือการบริการพิเศษได้ที่ไม่เหมือนกับคู่แข่ง ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า

9. ลูกค้าจะจำประสบการณ์ที่ไม่ดีได้เสมอ และจะจำได้นานกว่าประสบการณ์ที่ดี รวมทั้งบอกต่อกับจำนวนคนที่มากกว่าประสบการณ์ที่ดี ดังนั้นจึงเป็นความเสี่ยง หากลูกค้ากลับจากการรับบริการไปด้วยความไม่ประทับใจ

10. มองลูกค้าเป็นเจ้าหนี้ที่ต้องตอบแทนด้วยบริการที่ดี ผู้ให้บริการต้องระลึกว่า ลูกค้าคือบุคคลที่ผู้ให้บริการไปยืมสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาจากเขาและมีหน้าที่ต้องใช้คืน แต่เจ้าหนี้รายนี้ขอรับหนี้คืนในรูปแบบการบริการที่ดีเท่านั้น

1.5 การออกแบบบริการ

ศลิษา ภมรสถิตย์ (2557) กล่าวว่า โดยทั่วไปการบริการลูกค้าสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆดังนี้

1. การบริการลูกค้าภายนอก (External Service) แบ่งเป็น 2 ประเภทย่อย ได้แก่

1.1 การบริการที่สำนักงาน (Facilities-Based Service) ซึ่งเป็นการที่ลูกค้าเดินทางมารับบริการ ณ สถานที่ให้บริการ เช่น โรงแรม ภัตตาคาร โรงพยาบาล ฯลฯ

1.2 การบริการนอกสำนักงาน (Field-Based Service) ซึ่งเป็นการที่ผู้ให้บริการเดินทางไปยังสถานที่ของลูกค้าเพื่อให้บริการ เช่น บริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่ หน่วยแพทย์เคลื่อนที่ การตรวจเช็คคอมพิวเตอร์ตามสถานที่ทำงานของลูกค้า ฯลฯ

2. การบริการลูกค้าภายใน (Internal Service) ซึ่งเป็นการให้บริการแก่หน่วยงานภายในองค์กร เช่น การให้บริการของหน่วยงานซ่อมบำรุงเครื่องจักรหรือหน่วยงาน MIS ซึ่งการบริการลูกค้าภายใน องค์กรเป็นหลักสำคัญประการหนึ่งของการจัดการคุณภาพโดยรวม

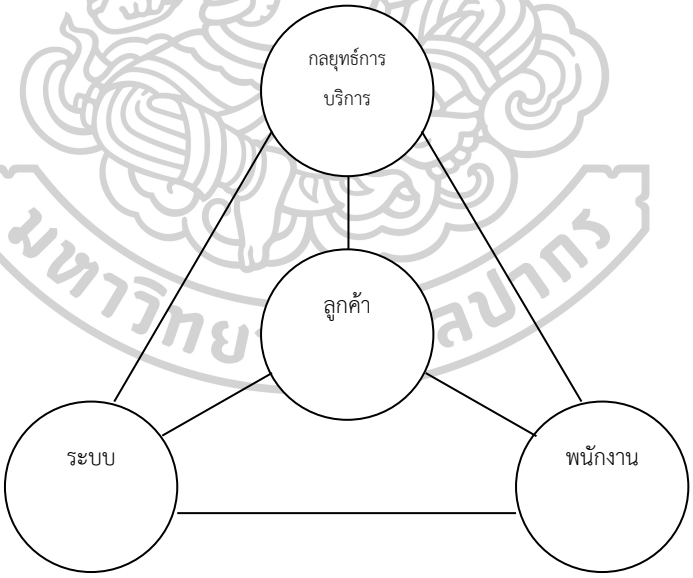
โครงสร้างสามเหลี่ยมของการบริการ (The Service Triangle) ซึ่งออกแบบโดย Albrecht and Zemke (1985) โดยมีส่วนประกอบที่สำคัญ 4 ส่วนดังนี้

1. ลูกค้า (Customer) ในโครงสร้างนี้ลูกค้าจะอยู่ตรงกลางของสามเหลี่ยมโดยลูกค้าเป็นศูนย์กลางของระบบ พนักงาน และกลยุทธ์การบริการ

2. พนักงาน (Employee) ในที่นี้หมายถึงพนักงานในองค์กรที่ให้บริการ

3. กลยุทธ์ (Strategy) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการให้บริการเพื่อก่อให้เกิดกลยุทธ์ทางการแข่งขัน

4. ระบบ (System) ประกอบด้วยกระบวนการให้บริการ แนวปฏิบัติ และเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ



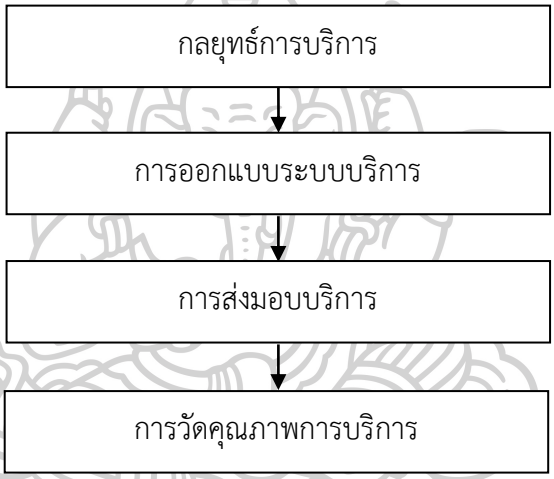
ภาพที่ 1 โครงสร้างสามเหลี่ยมของการบริการ (The Service Triangle)

ที่มา : Karl Albrecht and Ron Zemke (1985) อ้างถึงใน ศลิษา ภมรสถิตย์ (2557)

จากโครงสร้างสามเหลี่ยมของการบริการ เส้นตรงที่เชื่อมโยงระหว่างลูกค้าและกลยุทธ์มีความหมายว่าในการกำหนดกลยุทธ์การบริการควรให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า ส่วนเส้นตรงที่เชื่อมโยงระหว่างลูกค้าและระบบแสดงว่าในการออกแบบระบบบริการควรคำนึงถึงความ

ต้องการของลูกค้าเป็นหลัก เส้นตรงที่เชื่อมโยงระหว่างลูกค้าและพนักงานมีความหมายว่าพนักงานทุกคนควรมีจิตสำนึกในการให้บริการลูกค้า ส่วนเส้นตรงที่เชื่อมโยงระหว่างพนักงานและระบบมีความหมายว่าการให้บริการของพนักงานขึ้นอยู่กับการออกแบบของระบบ ซึ่งความล้มเหลวของการบริการบางครั้งมีสาเหตุมาจากการออกแบบระบบบริการที่ไม่ดี

เส้นตรงที่เชื่อมโยงระหว่างกลยุทธ์และระบบมีความหมายว่า ควรมีการออกแบบระบบให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การบริการที่กำหนดไว้ ส่วนเส้นตรงระหว่างกลยุทธ์และพนักงานหมายความว่าพนักงานควรจะทราบว่ากลยุทธ์การบริการของกิจการเป็นอย่างไร ซึ่งจะทำให้พนักงานมีแนวทางในการปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกับกลยุทธ์ที่ได้กำหนดไว้



ภาพที่ 2 ตัวแบบการบริการ (Service Model)
ที่มา : ศลิษา ภมรสถิตย์ (2557)

ภาพที่ 2 ตัวแบบการบริการ (Service Model) ซึ่งประกอบด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วนได้แก่ กลยุทธ์การบริการ การออกแบบระบบบริการ การส่งมอบบริการและการวัดคุณภาพการบริการ

1.6 ขั้นตอนของการซื้อการบริการ

ชูชัย สมิทธิไกร (2553) กล่าวถึง การซื้อการบริการประกอบด้วยกระบวนการ 3 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นตอนก่อนซื้อ (Pre-Purchase Stage) เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคมีความตระหนักถึงปัญหา ความต้องการของตนเอง มีการค้นหาข้อมูลและประเมินทางเลือกต่างๆ

2. ขั้นตอนการรับบริการ (Service Encounter Stage) หลังจากการประเมินทางเลือกแล้วผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจเลือกรับการบริการจากผู้ให้บริการและเข้ามารับบริการนั้น

3. ขั้นหลังการซื้อ (Post-Purchase Stage) เมื่อได้รับการบริการแล้ว ผู้บริโภคจะมีการประเมินหลังการบริการ และเกิดความตั้งใจในอนาคตว่าจะกลับมาใช้บริการอีกหรือไม่

1.7 การส่งมอบบริการ (Service Delivery)

ศลิษา ภมรสถิตย์ (2557) กล่าวว่า ในการส่งมอบบริการควรคำนึงถึงประเด็นต่างๆ เช่น เทคโนโลยีการบริการ ระดับของความเฉพาะเจาะจงของลูกค้า การขยายรูปแบบของการให้การบริการ ทำเล ที่ตั้งของการบริการ ผังสถานที่ การจัดการพนักงานที่ให้บริการ ฯลฯ โดยทั่วไปการส่งมอบบริการส่วนใหญ่มักจะเป็นแบบวงจรการบริการ (Cycle of Service) ซึ่งขั้นตอนแรกของวงจรเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าเริ่มติดต่อเข้ามาใช้บริการ หลังจากนั้นจะมีกิจกรรมต่างๆเกิดขึ้น ตามลำดับกันต่อไปจนกระทั้งลูกค้าออกจากระบบ ในการออกแบบระบบการส่งมอบบริการควรกำหนดผังการไหลของงาน (Flow Chart) ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆของวงจรการบริการเพื่อวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. ความสามารถในการให้บริการ ในแต่ละขั้นตอนควรมีสามารถในการให้บริการ (Service Capacity) ที่เพียงพอและมีการให้บริการที่สมดุลกัน

2. ข้อมูลที่ต้องการ ในแต่ละขั้นตอนควรมีการจัดเตรียมข้อมูลให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า ตลอดจนการกำหนดเครื่องมือในการรับ-ส่งข้อมูลและจำนวนพนักงานที่ต้องปฏิบัติงานในแต่ละขั้นตอนอย่างเหมาะสม

3. ขั้นตอนวิกฤต ในการให้บริการลูกค้าควรมีการระบุขั้นตอนวิกฤต (Critical Steps) ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญที่ต้องการความเอาใจใส่จากพนักงานที่มีความสามารถในการให้บริการลูกค้าเป็นพิเศษเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้น

4. ความเป็นไปของลำดับขั้นตอน พิจาณาว่าลำดับขั้นตอนของการบริการที่กำหนดไว้เป็นไปตามที่ควรจะเป็นหรือไม่ (Logical Sequence) โดยไม่ทำให้ลูกค้าต้องเสียเวลาเดินย้อนไปมาหรือทำกิจกรรมที่ซ้ำซ้อนกัน

5. ความยืดหยุนของการบริการ พิจารณาว่า เมื่อมีปัญหาคอขวด (Bottlenecks) เกิดขึ้นที่ขั้นตอนใด ซึ่งจะทำให้ลูกค้าต้องรอคิวในการใช้บริการมากเกินไป จะสามารถโอนพนักงานที่ประจำอยู่ขั้นตอนอื่นมาช่วยบริการได้บ้างหรือไม่ หรือให้ลูกค้าเลือกใช้บริการในเวลาอื่นเพื่อไม่ให้ลูกค้าเสียเวลามากเกินไป นอกจากนั้น ควรมีการพิจารณาว่า ขั้นตอนต่างๆของการบริการสามารถนำมารวมกันหรือทำคู่ขนานกันไปได้หรือไม่เพื่อลดเวลาและต้นทุนส่วนหนึ่งลงไป

จากแนวคิดและทฤษฎีของการบริการสรุปได้ว่า การบริการเกิดขึ้นเริ่มจากความต้องการของลูกค้าโดยมีพนักงานหรือผู้รับบริการมาตอบสนองด้วยสินค้าหรือการบริการ ลูกค้ามักมีความคาดหวังในการบริการโดยมีพื้นฐานของการบริการ ประกอบด้วย ความพึงพอใจ ความคาดหวัง ความพร้อม ความมีคุณค่า ความสนใจ ความมีไมตรีและความมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเห็นได้ว่า พนักงานหรือผู้ให้บริการเป็นองค์ประกอบสำคัญของการบริการ ซึ่งการบริการประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ทั้งการ

ออกแบบบริการ ขั้นตอนการซื้อบริการ และการส่งมอบบริการ ดังนั้นการบริการที่ดีควรให้ความสำคัญและใส่ใจในทุกๆขั้นตอน โดยผู้วิจัยนำแนวคิดและทฤษฎีของการบริการมาเป็นแนวทางในการหาความหมาย ที่มาและแนวทางการในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดและทฤษฎี ดังกล่าวไปใช้ในการกำหนดแนวคำถามในการสัมภาษณ์เพื่อการเก็บข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้

2. แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการบริการ

2.1 ความหมายของคุณภาพการบริการ

Lewis and Booms,1983 อ้างถึงใน จุไรรัตน์ ชุตินันท์ (2554) กล่าวว่า คุณภาพการบริการคือการวัดระดับของการบริการที่ส่งมอบให้กับลูกค้าตรงตามความคาดหวังของลูกค้าหรือไม่

Johnston,1995;Lioyd-Walker & Cheung,1998 อ้างถึงใน ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) กล่าวว่า คุณภาพของการบริการ (Service Quality) หมายถึง การบริการที่ดีเลิศ (Excellent Service) ตรงกับความต้องการ หรือเกินความต้องการของลูกค้าจนทำให้เกิดความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer Loyalty)

ศุภลักษณ์ สุริยะ (2556) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง สิ่งที่ชี้วัดระดับความแตกต่างระหว่างความคาดหวังที่ผู้รับบริการคาดหวังก่อนที่จะเข้าใช้บริการ และการรับรู้ที่ผู้รับบริการได้รับการส่งมอบจากผู้ให้บริการว่า มีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด หากการบริการนั้นสามารถตอบสนองความต้องการได้ตรงหรือมากกว่าความคาดหวัง แสดงว่า การบริการนั้นมีคุณภาพ หากสามารถตอบสนองความต้องการได้น้อยกว่าความคาดหวังแสดงว่า การบริการนั้นไม่มีคุณภาพ

พชรมน วิภาตนาวิน (2558) กล่าวว่า ความพึงพอใจคุณภาพการให้บริการเป็นส่วนหนึ่งที่มีผลมาจากความสามารถในการให้บริการของผู้ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องคำนึงถึงผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเป็นสำคัญ การสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าพร้อมทั้งตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทั่วถึงอย่างเท่าเทียมกัน ในทุกขบวนการเพราะทุกส่วนหน้าที่จะต้องดูแลและบริการลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจส่งผลให้เกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) กล่าวว่า คุณภาพในการบริการของธนาคาร ได้แก่ ความสวยงามของธนาคาร การจัดสัดส่วนของการบริการและมีป้ายบอกอย่างชัดเจน การแต่งกายอย่างภูมิฐานของพนักงาน ความรวดเร็วของระบบคอมพิวเตอร์ ความถูกต้องของตัวเลขยอดเงิน มีเครื่องมือทันสมัยจัดไว้ครบครันสำหรับบริการ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องเอทีเอ็ม เครื่องปรับยอดเงินในสมุดอัตโนมัติ เครื่องฝากเงิน ที่ฝากเช็ค เป็นต้น

จากการกล่าวถึงความหมายของคุณภาพของการให้บริการ สรุปได้ว่า การวัดระดับการบริการของผู้ให้บริการว่าตรงตามความคาดหวังของลูกค้าหรือไม่ โดยวัดระดับจากคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการก่อนเข้าใช้บริการเทียบกับการรับรู้หลังการส่งมอบบริการ หากการบริการที่ส่งมอบตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้น้อยแสดงว่าไม่มีคุณภาพด้านการบริการ หากการบริการที่ส่งมอบตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้มากหรือเกินความคาดหมาย แสดงว่าการบริการนั้นมีคุณภาพด้านการบริการ โดยการบริการที่มีคุณภาพส่งผลถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการให้เกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดและทฤษฎี ดังกล่าวไปใช้ในการกำหนดแนวคำถามสัมภาษณ์เพื่อการเก็บข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้

2.2 ความสำคัญของคุณภาพการบริการ

อเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2550) กล่าวถึง ความสำคัญของคุณภาพการบริการ ดังนี้

1. การเติบโตของอุตสาหกรรมการบริการ (Growth of Service Industry) ก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมากและสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ รวมถึงการขยายตัวของธุรกิจภาคบริการต่อเนื่องต่างๆ

2. การเพิ่มขึ้นของการแข่งขัน (Increase Competitions) จากคู่แข่งในประเภทการบริการเดียวกัน รวมถึงข้อบังคับตามกฎหมายการค้าเสรี องค์กรจึงต้องมุ่งเน้นคุณภาพการบริการเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญอันหนึ่งในการที่จะอยู่รอดในการแข่งขันนี้

3. การเพิ่มการทำความเข้าใจในตัวผู้รับบริการ (Greater Understanding Customer) โดยผ่านการศึกษาและทำนายต่างๆเพื่อให้เกิดการบริการที่ดี สร้างความพึงพอใจ ในราคาที่สมเหตุสมผล และนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ

4. การสร้างให้เกิดเหตุผลทางเศรษฐกิจ (Economic Sense) องค์กรธุรกิจบริการมุ่งหวังให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ การมีฐานผู้รับบริการที่มาก ซึ่งไม่ได้คำนึงเพียงการสร้างผู้รับบริการรายใหม่ แต่ยังรวมไปถึงผู้รับบริการรายเก่าที่ต้องมุ่งรักษาไว้ โดยการสร้างคุณภาพการบริการให้เกิดขึ้น

2.3 การพิจารณาคุณภาพการบริการ

ชลธิชา ศรีบำรุง (2557) กล่าวถึง การพิจารณาคุณภาพจะต้องพิจารณาคุณภาพใน 3 ด้านคือ

1. คุณภาพด้านกายภาพ (Physical Quality) เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ อาคาร และสถานที่

2. คุณภาพขององค์กรหรือหน่วยงานที่ให้บริการ (Corporate Quality) เช่น บุคลากร และภาพพจน์ของหน่วยงาน

3. คุณภาพของการปฏิสัมพันธ์ (Interactive Quality) ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ รวมถึงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการด้วยกันเอง

2.4 มิติการรับรู้คุณภาพการบริการ 10 มิติ (SERVQUAL)

Parasuraman et al (1990) อ้างถึงใน อเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2550) กล่าวถึง มิติการรับรู้คุณภาพการบริการ 10 มิติ ได้แก่

1. สิ่งที่จับต้องได้ (Tangible) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏของสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือ การแต่งตัวของบุคลากร และอุปกรณ์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร

2. ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการทำตามข้อตกลงที่ได้กำหนดไว้เกี่ยวกับบริการนั้นๆอย่างถูกต้องและมีความเป็นอิสระ

3. การตอบสนอง (Responsibility) หมายถึง ความต้องการที่จะช่วยลูกค้า รวมถึงความพร้อมของพนักงานที่จะให้การบริการ

4. สมรรถภาพ (Competence) หมายถึง การที่มีความรู้ ทักษะ ความสามารถที่เกี่ยวข้องกับงานนั้นๆ

5. อัธยาศัย (Courtesy) หมายถึง มีความสุภาพเรียบร้อย การเคารพ และการให้เกียรติและคำนึงถึงมิตรภาพในการติดต่อกับผู้อื่น

6. ความไว้วางใจได้ (Credibility) หมายถึง การมีคุณค่าน่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์ และความเชื่อถือไว้วางใจได้

7. ความมั่นคง (Security) หมายถึง ปลอดภัยจากอันตราย ความเสี่ยง และความเคลือบแคลงสงสัย

8. การเข้าถึงได้ (Accessibility) หมายถึง การที่สามารถติดต่อสื่อสารได้ง่าย

9. การเข้าใจ (Understanding) หมายถึง มีความพยายามที่จะรู้จักเข้าใจลูกค้า และทราบในความต้องการของลูกค้า

10.การสื่อสาร (Communication) หมายถึง การรับฟังลูกค้าและให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ลูกค้า

2.5 องค์ประกอบของคุณภาพในการบริการ

ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา (2557) การวัดคุณภาพของการให้บริการ ลูกค้าจะวัดจากเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของการบริการ 5 เกณฑ์ ดังต่อไปนี้

1. ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) ความเชื่อถือและไว้วางใจได้เป็นความสามารถในการบริการเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและได้ตรงตามวัตถุประสงค์

2. การมั่นใจ (Assurance) พนักงานที่ให้บริการมีความรู้ ความสามารถ และมีความสุภาพเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่า จะได้รับการบริการที่เป็นไปตามมาตรฐานและปลอดภัยไร้กังวล อาจจะต้องรับประกันถึงมาตรฐานขององค์กรด้วย เช่น รางวัลจากสถาบันต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นธนาคารดีเด่น หรือผู้บริการได้รับรางวัลผู้บริหารดีเด่น

3. สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ให้บริการ ที่จอดรถ ห้องน้ำ การตกแต่ง ป้าย แบบฟอร์มต่างๆ รวมทั้งการแต่งกายของพนักงาน

4. การเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและติดต่อได้ ความสามารถติดต่อสื่อสารและเข้าใจลูกค้า

5. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานมีความพร้อม ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจที่จะบริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนาน สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วต้องมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

การใช้เกณฑ์ RATER ในการประเมินพฤติกรรมในการบริการ ซึ่งกำหนดโดย Collier (1991) อ้างถึงใน อเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2550) ซึ่งดัดแปลงมาจากการให้หลักคุณภาพการบริการ (Service Quality : SERVQUAL) ที่ได้ปรับโดยจัดเรียงลำดับและเพิ่มความหมาย โดยกำหนดเป็น “R A T E R”

R	Reliability	การให้บริการจะต้องมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ
A	Assurance	การให้บริการจะต้องเป็นไปตามที่ได้ประกันเอาไว้ทั้งในด้านกระบวนการให้บริการและคุณภาพการให้บริการ
T	Tangibility	ลักษณะแวดล้อมอื่นๆ เช่น อาคารสถานที่ อุปกรณ์ต่างๆ มาเป็นตัวบ่งบอกคุณภาพที่จับต้องไม่ได้ของบริการนั้น
E	Empathy	ผู้ให้บริการมีความเอื้ออาทร เอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ
R	Responsiveness	ผู้ให้บริการมีความเต็มใจที่จะสนองตอบต่อความต้องการอย่างทันท่วงที

ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นการรับรู้คุณภาพการบริการของ Parasuraman et al หรือ Collier ล้วนเป็นแนวในการศึกษาคุณภาพการให้บริการ ซึ่งอาจเปรียบเทียบได้ดังตาราง

มิติการรับรู้คุณภาพการบริการ 10 มิติ	การวัดคุณภาพการใช้บริการ RATER 5 มิติ
ความน่าเชื่อถือ	ความน่าเชื่อถือ
สมรรถภาพ	การรับประกัน
อัธยาศัย	
ความมั่นคง	
สิ่งที่สัมผัสได้	สิ่งที่สัมผัสได้
ความไว้วางใจได้	
การเข้าถึงได้	การเอาใจใส่
การสื่อสาร	
การเข้าใจ	
การตอบสนอง	การตอบสนอง

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการระหว่าง SERVQUAL กับ RATER

ที่มา : อเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2550)

2.6 การจัดการคุณภาพของการบริการ (Managing Service Quality)

ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา (2557) กล่าวว่า ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ (Service Quality) ซึ่งปัญหาดังกล่าวเกิดจากการที่นำเสนอบริการของกิจการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Service) ไม่ตรงกับที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected Service) เรียกปัญหานี้ว่า “ช่องว่างของคุณภาพ” (Quality Gap) ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้การบริการลูกค้าไม่ประสบความสำเร็จ ดังนั้นความสำเร็จของกิจการบริการจึงอยู่ที่คุณภาพการบริการ (Service Quality Management) เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับงานที่สำคัญ 2 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาช่องว่างของคุณภาพการบริการ (The Service Quality Gap) หมายถึงการค้นหาสาเหตุที่ทำให้การบริการไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งสามารถช่วยให้บริษัทสามารถทราบสาเหตุที่แท้จริงของปัญหาของการบริการและหาแนวทางการแก้ไขปัญหาที่ถูกต้อง ทำให้สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2. การลดช่องว่างของคุณภาพการบริการ (Closing The Service Quality Gap) หมายถึงการหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของการบริการ

ช่องว่างที่ทำให้การบริการไร้คุณภาพ

ชูชัย สมิทธิไกร (2553) กล่าวว่า สาเหตุของการบริการที่ไร้คุณภาพเกิดจากช่องว่าง 5 ประการ ดังนี้

ช่องว่างที่ 1 : ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคกับการรับรู้ของฝ่ายบริหาร หมายถึง การที่ฝ่ายบริหารไม่ทราบถึงความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งอาจมีสาเหตุจากการขาดการวิจัยทางการตลาด การไม่นำข้อมูลจากการวิจัยมาใช้ให้เป็นประโยชน์ หรือการขาดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและผู้รับบริการ

ช่องว่างที่ 2 : ความแตกต่างระหว่างการรับรู้ของฝ่ายบริหารกับการกำหนดมาตรฐานของการบริการ แม้ฝ่ายบริหารจะทราบความคาดหวังของผู้รับบริการ แต่ก็ยังอาจมีปัญหาในการบริการได้ โดยอาจมีสาเหตุจากการที่ฝ่ายบริหารไม่ได้ยึดมั่นต่อคุณภาพการบริการ การที่ผู้บริหารทราบว่า ไม่สามารถให้บริการที่มีคุณภาพตามที่ผู้รับบริการต้องการได้ การขาดการกำหนดมาตรฐานของการบริการและการขาดการกำหนดเป้าหมายของการบริการ

ช่องว่างที่ 3 : ความแตกต่างระหว่างมาตรฐานของการบริการกับการให้บริการจริง องค์กรที่ให้บริการหนึ่งๆ อาจมีการกำหนดมาตรฐานของการบริการไว้อย่างชัดเจน แต่การให้บริการจริงอาจไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ซึ่งอาจเนื่องมาจากผู้ให้บริการได้รับบทบาทที่ไม่ชัดเจน บทบาทที่ขัดแย้ง การคัดเลือกบุคลากรที่ไม่เหมาะสมกับงาน เทคโนโลยีที่ใช้ไม่เหมาะสมกับงาน การนิเทศและควบคุมงานที่ไม่เหมาะสม และพนักงานขาดการทำงานเป็นทีม

ช่องว่างที่ 4 : ความแตกต่างระหว่างการให้บริการจริงกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ให้บริการ จะมีผลในการสร้างความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ หากการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีลักษณะเกินจริง หรือไม่อาจกระทำได้จริง จะทำให้การบริการไม่เป็นไปตามคำโฆษณาและส่งผลลบต่อองค์กรนั้นๆ

ช่องว่างที่ 5 : ความแตกต่างระหว่างบริการที่คาดหวังกับบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภค ความคาดหวังของผู้บริโภคเป็นผลมาจากปัจจัยหลายประการ อันได้แก่ คำบอกเล่าแบบปากต่อปาก ความต้องการส่วนบุคคล ประสบการณ์ในอดีต การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หากการบริการที่ได้รับตามการรับรู้ของผู้บริโภคไม่เป็นไปตามความคาดหวัง ผู้บริโภคก็ย่อมเกิดความไม่พึงพอใจและประเมินคุณภาพของการบริการในทางลบ

ปัญหาคุณภาพของการบริการ (Service Quality Gaps)	สาเหตุของปัญหา	แนวทางการแก้ไขปัญหา
The Management Perception Gap (Gap 1) ผู้บริหารมีการรับรู้เกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้าที่ไม่ถูกต้องตามความเป็นจริง	-ผู้บริหารได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง -การตีความหมายข้อมูลที่ได้รับผิดพลาด -ขาดการวิเคราะห์อุปสงค์ -ปัญหาการสื่อสารในแนวดิ่งระหว่างพนักงานที่ให้บริการลูกค้ากับฝ่ายบริหาร -ความซับซ้อน(ระดับ)การบริหารในองค์กร	เรียนรู้ถึงความคาดหวังของลูกค้าโดย -หาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าโดยการวิจัยการตลาด การรับข้อร้องเรียน ฯลฯ -ผู้บริหารควรหาทางติดต่อกับลูกค้าโดยตรง -ปรับปรุงโครงสร้างและระบบการสื่อสารในองค์กร
The Quality Specification Gap (Gap 2) มาตรฐานคุณภาพของการบริการที่กำหนดขึ้นไม่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้าที่ฝ่ายบริการรับรู้	-ความผิดพลาดในกระบวนการวางแผนหรือการบริหารจัดการวางแผนไม่ดีเพียงพอ -การกำหนดเป้าหมายขององค์กรไม่ชัดเจน -ผู้บริหารไม่ได้ให้การสนับสนุนอย่างเพียงพอในการวางแผนคุณภาพของการบริการ	กำหนดมาตรฐานคุณภาพการบริการที่ถูกต้อง -ผู้บริหารต้องเอาใจใส่คุณภาพอย่างจริงจัง -ฝึกอบรมผู้บริหารให้การสั่งการ/การควบคุม -วัดผลการทำงานและแจ้งให้พนักงานทราบ -ปรับปรุงระบบการทำงานและเทคโนโลยี
The Service Delivery Gap (Gap 3) การให้บริการไม่เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการ (Service Quality Specification) ที่ทางบริษัทกำหนดไว้	-มาตรฐานคุณภาพการบริการที่ซับซ้อนหรือเข้มงวดเกินไป (ขาดความยืดหยุ่น) -พนักงานไม่เห็นด้วยกับมาตรฐานที่กำหนด -มาตรฐานที่กำหนดไม่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กร	ทำให้การบริการเป็นไปตามมาตรฐาน -กำหนดมาตรฐานที่ชัดเจน ท้าทาย มีความยืดหยุ่น เหมาะสมและเป็นไปได้ -ทำให้พนักงานเข้าใจและยอมรับมาตรฐาน

ปัญหาคุณภาพของการบริการ (Service Quality Gaps)	สาเหตุของปัญหา	แนวทางการแก้ไขปัญหา
	-มาตรฐานที่กำหนดไม่สอดคล้อง/ส่งเสริมเทคโนโลยีและระบบการให้บริการที่เป็นอยู่ -ปัญหาในการจัดการระบบปฏิบัติการบริการ	-กำหนดบทบาทของพนักงานที่ชัดเจน -ปรับปรุงประสิทธิภาพผลของการตลาดภายในองค์กร -สร้างระบบการทำงานเป็นทีม
The Marketing Communication Gap (Gap 4) การนำเสนอบริการให้กับลูกค้าไม่ตรงกับที่ได้ให้สัญญากับลูกค้าไว้	-การวางแผนการสื่อสารขององค์กรไม่ได้คำนึงถึงการปฏิบัติการให้บริการที่เป็นจริง -ขาดการประสานงานที่ดีระหว่างการสื่อสารไปยังลูกค้าและการปฏิบัติการบริการ -การสื่อสารไปยังลูกค้ามักมีแนวโน้มที่ให้ข้อมูลเกินจริงจึงไม่สามารถเป็นไปได้ -การให้บริการไม่เป็นไปตามมาตรฐาน แต่การสื่อสารยึดมาตรฐานที่กำหนดเป็นหลัก	ทำให้การบริการเป็นไปตามสัญญา -ให้ฝ่ายปฏิบัติงานบริการมีส่วนร่วมในการวางแผนการสื่อสารทางการตลาด -สร้างระบบการประสานงานที่ดีในองค์กร -ควบคุมดูแลให้การบริการเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด -สร้างความคาดหวังที่ถูกต้องให้กับลูกค้าโดยการให้ข้อมูลที่เป็นจริง
The Perceived Service Quality (Gap 5) บริการที่ลูกค้ารับรู้หรือได้รับไม่ตรงกับบริการที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้	เกิดจากสาเหตุต่างๆใน Gap 1-4 ทำให้ -ลูกค้าเผยแพร่ข้อมูลที่ไม่ดี -ภาพลักษณ์ขององค์กรแย่ลง -สูญเสียลูกค้าที่มีอยู่ปัจจุบันและโอกาสที่จะแสวงหา “ผู้มุ่งหวัง” ในอนาคต	-แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจาก Gap 1-4

ตารางที่ 2 แสดงปัญหาคุณภาพของการบริการ ความหมาย สาเหตุ และแนวทางการแก้ไขปัญหา

ที่มา : ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา (2557)

2.7 กระบวนการปรับปรุงคุณภาพการบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) กล่าวถึง กระบวนการปรับปรุงคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย

1. ผู้บริหารต้องกำหนดเป็นนโยบายให้พนักงานทุกคนและทุกหน่วยงานร่วมมือกัน การปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการจะอาศัยพนักงานหรือหน่วยงานเพียงบางหน่วยงานเท่านั้นไม่ได้ สาเหตุประการหนึ่งคือ การให้บริการเป็นกระบวนการอันต่อเนื่องจากทุกหน่วยงานและเกี่ยวข้องกับพนักงานทุกคน ดังนั้นทุกคนและทุกหน่วยงานต้องให้ความร่วมมือ

2. การศึกษาถึงกระบวนการในการให้บริการในทุกหน่วยงานของการบริการ โดยการแยกศึกษาออกเป็นกระบวนการย่อย ระบุผู้รับผิดชอบ ฝ่ายงานในแต่ละงาน เอกสารทุกชนิดที่เกี่ยวข้อง เวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยสำหรับการบริการลูกค้าแต่ละราย ทั้งนี้ควรให้พนักงานมีส่วนร่วมในการศึกษาครั้งนี้ให้มากที่สุด เพื่อหาจุดบกพร่องที่ต้องปรับปรุง รวมกระบวนการบางอย่างเข้าด้วยกัน เพิ่มกระบวนการบางอย่างที่ยังขาดไป หรือกระบวนการที่ยังไม่มีผู้รับผิดชอบชัดเจน (Grey Area)

ทั้งนี้ในการศึกษาควรสำรวจความเห็นจากลูกค้าและพนักงานในคุณภาพการบริการในแต่ละจุด กล่าวคือ ลูกค้าและพนักงานจะเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการมากที่สุด สำหรับพนักงานให้รวมถึง เจ้าของ ผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานในทุกระดับ ทุกคนต่างมีมุมมองและประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน ดังนั้นความคิดเห็นดังกล่าวจะเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ

3. ดำเนินการปรับปรุง ในการปรับปรุงในขั้นนี้ รวมถึงการลดบางกระบวนการที่ไม่สำคัญมากนักมารวมอยู่ในกระบวนการอื่น ซึ่งอาจจะรับผิดชอบโดยบุคคลหรืองานฝ่ายเดียวกัน หรืออาจจะเพิ่มบางกระบวนการเข้าไปที่จะทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้เอกสารบางอย่างต้องปรับปรุงใหม่ให้มีเนื้อหาเฉพาะสิ่งที่จำเป็นต้องใช้จริง ต้องลงมือทำจริง และติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

การปรับปรุงคุณภาพเป็นสิ่งที่ต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง การดำเนินการให้เกิดประโยชน์สูงสุดคือต้องหาจุดบกพร่องหรือปัญหาต่างๆในการให้บริการจากลูกค้าและพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

สมชาติ กิจยรรยง (2544) กล่าวว่า การปรับปรุงงาน เป็นการคิดที่หาวิธีใหม่ๆที่ดีกว่าสามารถปฏิบัติงานได้ ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ

แนวทางการพัฒนาและการปรับปรุงงานเพื่อการบริการ ที่นำมาใช้ในการปรับปรุงงานคือ

1. วิเคราะห์คำร้องเรียนจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเพื่อแก้ปัญหา
2. วิเคราะห์งานว่าปัญหาเกิดจากคนหรือโครงสร้างองค์กร

3. วิเคราะห์งานเพื่อหาปัญหาต่างๆที่อาจเกิดขึ้น

4. จัดลำดับความสำคัญของงานบริการ

5. วางแผนการทำงานเป็นลำดับขั้นตอน

6. วางแผนในรายละเอียดของงานให้กับพนักงาน เพื่อรองรับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ

7. สร้างพลังทีมงานเพื่อทำงานเป็นทีมในการให้บริการ

8. สร้างระบบการรายงานการปฏิบัติงานบริการ

9. วัดผลงานบริการออกมาเป็นระยะๆ

10. ติดตาม ตรวจสอบงานบริการ หลังจากการปรับปรุงแล้ว

ขั้นตอนการปรับปรุงงานบริการ แนวทางในการปรับปรุงงานที่ใช้ได้ดี คือ ทุกคนมีส่วนร่วมข้อเสนอแนะ ขั้นตอนหลัก 3 ขั้นตอนคือ

1. อบรม กระตุ้น จูงใจ ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการปรับปรุงงาน

2. ศึกษารายละเอียดของงาน โดยการเลือกงานที่จะปรับปรุง รวบรวมข้อมูล และบันทึกรายละเอียด

3. ทำงานเป็นกลุ่ม โดยให้หลายคนมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ให้บริการ แสวงหรือคิดหาวิธีใหม่ๆมาใช้บริการ

2.8 กระบวนการคัดเลือกและพัฒนาบุคลากร

พิภพ อุดร (2547) กล่าวว่า ขั้นตอนของวงจรการสร้างความเป็นเลิศของบุคลากรผู้ให้บริการสามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

1. การคัดเลือก มีเป้าหมายเพื่อการคัดสรรให้ได้มาซึ่งบุคลากรที่มีใจรักในการให้บริการ มีความรู้และทักษะที่ต้องการ ตลอดจนมีศักยภาพในการพัฒนา

2. การพัฒนา มีเป้าหมายเพื่อการเตรียมความพร้อม การเสริมสร้างความสามารถและทักษะของบุคลากรให้เหมาะสมกับ ลักษณะงานและระดับของการรับผิดชอบ

3. การรักษา มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มพูนผลตอบแทนจากการลงทุนในด้านทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร การรับบุคลากรใหม่ทุกครั้งและทุกรายหมายถึงต้นทุนที่สูงขึ้นของธุรกิจ เช่น ต้นทุนโฆษณารับสมัครงาน ต้นทุนสอบสัมภาษณ์ และต้นทุนพัฒนาบุคลากร ดังนั้นจึงควรรักษาบุคลากรไว้ให้ดี

4. ส่งเสริมให้มีความก้าวหน้า มีเป้าหมายเพื่อการสร้างความพึงพอใจอย่างยั่งยืนให้กับบุคลากร โดยผู้บริหารต้องสามารถอธิบายได้อย่างชัดเจนถึงเส้นทางความก้าวหน้าในองค์กร ทั้งขั้นตอน เป้าหมายในแต่ละขั้นตอน และสิ่งที่เป็นข้อกำหนดในแต่ละขั้นตอน การทำให้บุคลากรมีความรู้สึกถึงความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องย่อมส่งผลให้รักษาบุคลากรไว้ได้อย่างยั่งยืน

โดยสรุปการทำงานตามวงจรการสร้างความเป็นเลิศของบุคลากรผู้ให้บริการ จึงเป็นหน้าที่หลักของผู้บริหาร ความร่วมมือร่วมใจของทุกฝ่าย และทุกระดับในองค์กรในการพัฒนาความเข้มแข็งของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่เรียกว่า บุคลากรผู้ให้บริการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญในการให้บริการของทุกธุรกิจบริการ

สมศักดิ์ ประเสริฐมุข (2554) กล่าวว่า วิธีที่จะใช้ในการฝึกอบรมมีหลายวิธี แต่ละวิธีมีเทคนิคและข้อดีข้อเสียต่างๆกัน ผู้บริหารการฝึกอบรมต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ต่างๆ ของการฝึกอบรมแต่ละครั้ง

1. การบรรยาย (Lecture) คือ การสอนโดยบุคคลหนึ่งทำหน้าที่บรรยายให้ผู้เข้ารับการอบรมเป็นจำนวนมาก

2. การสาธิต (Demonstration) การสาธิตจะได้ผลและจำเป็นสำหรับกรณีที่การฝึกอบรมได้ได้ถูกจัดขึ้นเพื่อการสอนเทคนิควิธีการทำงานบางอย่าง ซึ่งอาจต้องใช้เครื่องมือบางอย่างช่วย

3. ภาพยนตร์และโทรทัศน์ (Flims and TV.) เป็นเครื่องช่วยในการฝึกอบรม ในกรณีที่ไม่สามารถสาธิตเรื่องราวที่ศึกษาด้วยของจริงได้

4. การสอนแบบโปรแกรม (Programmed Instruction) คือ การอบรมโดยการจัดวางเนื้อหาไว้ล่วงหน้าแล้วประดิษฐ์เนื้อหาเหล่านั้นเป็นชิ้นส่วนต่างๆ โดยอาศัยเครื่องมือเพื่อการศึกษา เช่น รูปภาพสไลด์ เครื่องบันทึกเสียง แบบสอบถาม คู่มือต่างๆ เป็นต้น

5. สถานการณ์จำลองและเครื่องช่วยฝึก (Simulator and Training Aids) การฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคนิคการทำงานบางชนิดโดยเฉพาะลักษณะงานที่ต้องใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆที่มีมูลค่าสูงหรือไม่สามารถนำไปใช้สาธิตจากของจริงได้ ผู้ฝึกอบรมอาจต้องจำลองวัสดุอุปกรณ์เหล่านั้นเพื่อใช้ในการประกอบการอบรมหรือจัดหาอุปกรณ์ทดแทนขึ้น

6. การประชุม (Conference) การประชุมเพื่ออภิปรายและถกเถียงปัญหาต่างๆ มักใช้เมื่อฝึกอบรมพนักงานระดับบริหาร

7. การฝึกการรับรู้ (Sensitivity Training) การฝึกการรับรู้กระทำโดยการให้กลุ่มคนจำนวนหนึ่งได้ออกมาถกเถียงปัญหาต่างๆร่วมกัน เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานที่ร่วมโครงการได้มีโอกาสเรียนรู้และทำความเข้าใจซึ่งกันและกัน

8. การศึกษารายกรณี (Case Study) เป็นการจำลองมาจากเรื่องราวที่ไม่ได้เกิดขึ้นกับผู้เข้าร่วมถกปัญหาในกลุ่มเอง กรณีที่ใช้ในการศึกษาอาจเป็นเรื่องที่ครอบคลุมถึงสิ่งต่างๆ หรือเป็นเรื่องปัญหาเฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้

9. การแสดงบทบาทสมมุติ (Role Play) คือการแสดงบทบาทของตัวละครที่ถูกสมมุติขึ้น ผู้เข้ารับฝึกอบรมจะถูกสมมุติเป็นใครคนหนึ่ง ซึ่งสนทนากับผู้เข้ารับการฝึกอบรมอีกคนหนึ่ง สวมบทบาทของตัวละครนั้นสนทนาโต้ตอบซึ่งกันและกัน

10. เกมส์การบริหาร (Management Games) ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะถูกแบ่งเป็นกลุ่มๆ และทำภารกิจที่ได้รับมอบหมาย โดยแต่ละกลุ่มอาจแบ่งหน้าที่ของสมาชิกในกลุ่ม เช่น ฝ่ายขาย ฝ่ายการเงิน ฝ่ายวิจัย ฝ่ายวิชาการให้สอดคล้องกับภารกิจ เมื่อทุกกลุ่มดำเนินการหาข้อมูลบทสรุปได้แล้ว ให้แต่ละกลุ่มนำเสนอผลงานของตนเอง

จากแนวคิดและทฤษฎีของคุณภาพการบริการสรุปได้ว่า ผู้มาใช้บริการหรือลูกค้ารับรู้คุณภาพการบริการจาก สิ่งที่จับต้องได้ ความเชื่อถือได้ ความไว้วางใจได้ การตอบสนองที่จะช่วยเหลือ ความรู้ทักษะ อัธยาศัย ความมั่นคงปราศจากความเสี่ยง การเข้าถึงได้ การเข้าใจลูกค้าและการสื่อสาร ดังนั้น ปัญหาด้านคุณภาพการบริการเกิดจากการที่นำเสนอบริการที่ลูกค้ารับรู้ไม่ตรงกับที่ความหวัง บริษัทแก้ไขปัญหาได้โดยการศึกษาช่องว่างของคุณภาพการบริการ ศึกษาสาเหตุของปัญหาที่แท้จริงและลดช่องว่างของคุณภาพการบริการโดยแนวทางการแก้ไขปัญหาที่ถูกต้อง ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดและทฤษฎี ดังกล่าวไปใช้ในการกำหนดแนวคำถามในการสัมภาษณ์เพื่อการเก็บข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้

3. ข้อมูลธนาคารกรุงไทย

3.1 ประวัติธนาคารกรุงไทย

ธนาคารกรุงไทยเริ่มเปิดดำเนินกิจการก่อตั้ง “ธนาคารกรุงไทย จำกัด” สาขาแรก โดยรวม 2 ธนาคาร ที่รัฐบาลเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในขณะนั้น ได้แก่ ธนาคารเกษตร จำกัด และธนาคารมณฑล จำกัด สำนักงานตั้งอยู่บนถนนเยาวราช

ปี 2525 ธนาคารกรุงไทยย้ายสำนักงานใหญ่มาอยู่ถนนสุขุมวิทย้ายสำนักงานใหญ่มาอยู่ ณ อาคารเลขที่ 35 ถนนสุขุมวิท จนถึงปัจจุบัน เพื่อตอบรับความเจริญเติบโตในการดำเนินธุรกิจของธนาคารกรุงไทย และเพื่อบริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง

ปี2530 ธนาคารกรุงไทยได้รับมอบหมาย ให้ช่วยบริหารงาน “โครงการ 4 เมษา” ต่อจากธนาคารแห่งประเทศไทยโดยเน้นในเชิงธุรกิจ ซึ่งเท่ากับว่าธนาคารกรุงไทยมีบทบาทสำคัญในการช่วยแก้ไขปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจครั้งสำคัญครั้งหนึ่งของไทย จากนั้นเดือนสิงหาคมธนาคารกรุงไทยได้รับโอนทรัพย์สินและหนี้สินของธนาคารสยาม จำกัด ที่กำลังมีปัญหาจากการควบรวมครั้งนี้ ทำให้ธนาคารกรุงไทยเป็นธนาคารที่มีทรัพย์สินมากเป็นอันดับ 2 ของประเทศ และแสดงบทบาทความเป็น “ธนาคารนำ”(Lead Bank)

ปี2531 ธนาคารกรุงไทยขยายสาขาครอบคลุมทุกจังหวัดของประเทศขยายสาขา ติดตั้งระบบออนไลน์ และเครื่องเอทีเอ็ม ครอบคลุมทุกจังหวัดของประเทศไทย ธนาคารกรุงไทยเป็นธนาคารพาณิชย์แห่งเดียวในขณะนั้น ที่สามารถขยายศักยภาพการให้บริการประชาชนได้อย่างทั่วถึง

ปี 2532-2537 หุ้นของธนาคารกรุงไทยเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อีกก้าวที่สำคัญเกิดขึ้นเมื่อได้นำหุ้นของธนาคารเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจแห่งแรก โดยเริ่มเปิดให้มีการซื้อ-ขายหุ้นของธนาคารในตลาดหลักทรัพย์ฯ ตั้งแต่วันที่ 2 สิงหาคม 2532 และในวันที่ 24 มีนาคม 2537 ธนาคารกรุงไทยเปลี่ยนเป็นบริษัทมหาชน ภายใต้ชื่อ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า Krung Thai Bank Public Company Limited

ธนาคารกรุงไทยในปัจจุบันยังคงเติบโตและพร้อมเดินเคียงข้างสังคมไทย โดยได้ปรับวิสัยทัศน์ใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะการแข่งขัน โดยเปลี่ยนจาก "ธนาคารแสนสะดวก" หรือ "The Convenience Bank" ที่ถือเป็นมาตรฐานบริการของธนาคารในปัจจุบัน สู่แนวคิด "กรุงไทย ก้าวไกลไปกับคุณ" หรือ "Growing Together" อันเป็นความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและสร้างการบริการที่มีคุณค่า เพื่อสนับสนุนการเติบโตและความมั่งคั่งแก่ลูกค้า สร้างคุณภาพที่ดีขึ้นแก่สังคม ตลอดจนสร้างผลตอบแทนที่ดีอย่างยั่งยืนแก่ผู้ถือหุ้น

3.2 ทิศทางและแผนงานของธนาคาร

จากความมุ่งมั่นในการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ในปี2560 ส่งผลให้การดำเนินงานโดยรวมของธนาคารเป็นไปตามเป้าหมาย และได้รับรางวัลจากสถาบันต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ การดำเนินงานที่ผ่านมาจะเป็นแรงผลักดันให้ธนาคารและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคงต่อไปในอนาคต ธนาคารกรุงไทยในปีนี้ยังดำเนินธุรกิจภายใต้วิสัยทัศน์
“กรุงไทย ก้าวไกล ไปกับคุณ” (Growing Together)

3.3 วิสัยทัศน์

“กรุงไทย ก้าวไกล ไปกับคุณ”GROWING TOGETHER มุ่งมั่นดูแลและพัฒนาศักยภาพของบุคลากร เพื่อสนับสนุนการเติบโต และ ความมั่งคั่งแก่ลูกค้าสร้างคุณภาพที่ดีขึ้นแก่สังคม และสิ่งแวดล้อม และสร้างผลตอบแทนที่ดีอย่างยั่งยืนแก่ผู้ถือหุ้น

3.4 พันธกิจ

1. ดูแลและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและระบบงาน
2. ให้บริการและคำแนะนำที่มีคุณค่าแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
3. ร่วมพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
4. สร้างผลตอบแทนที่ดีอย่างยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้น

3.5 ค่านิยมหลักของธนาคาร

ธนาคารได้ปรับเปลี่ยนค่านิยมหลักจาก “First” เป็น “Fast” ให้เป็น Brand DNA ใหม่ในการทำงานของพนักงานทุกคน ทุกระดับ ที่ต้องรับรู้ เข้าใจและนำไปปฏิบัติ ให้อยู่ในวิธีคิด วิธีการทำงาน และฝังอยู่ใน DNA ของพนักงานจนเกิดวัฒนธรรมองค์กร เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่และแบรนด์ธนาคารกรุงไทยให้มีความแข็งแกร่งยั่งยืนสอดคล้องกับบริบทของสังคม เทคโนโลยี และ

พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงในยุค Digital Banking ประกอบด้วย Fast Assist Simple Trust มีความหมายดังนี้

Fast	รวดเร็ว ทันเวลา มีนวัตกรรม ตรงใจลูกค้า
Assist	ช่วยเหลือ เป็นคู่คิด เป็นมิตรและอบอุ่น
Simple	ง่าย สะดวก ทันสมัย เข้าใจลูกค้า
Trust	วางใจได้ มั่นคง เป็นเสาหลักของเศรษฐกิจชาติ

3.6 การดูแลลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct)

1. กระบวนการเตรียมความพร้อมเพื่อการขายและให้บริการ

1.1 ความพร้อมของระบบงานในกระบวนการขาย

1.1.1 วิธีปฏิบัติให้ข้อมูลครบถ้วนชัดเจน มีคู่มือให้พนักงานขาย

1.1.2 ระบบและเครื่องมือ ที่ช่วยให้งานขายมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น ระบบคอมพิวเตอร์ แบบฟอร์มเอกสาร

1.1.3 จำกัดขอบเขตการปฏิบัติงานของพนักงานให้ชัดเจน ทำความเข้าใจกับพนักงานเกี่ยวกับหน้าที่ที่ทำได้และทำไม่ได้ กรณีพนักงานขายไม่มีความรู้ความสามารถเพียงพอ ให้มีระบบสนับสนุนที่มั่นใจได้ว่าลูกค้าจะได้รับบริการครบถ้วน

1.1.4 จัดลักษณะการเสนอขายแยกได้ชัดเจนระหว่างผลิตภัณฑ์หลักกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น เงินฝากกับกองทุนรวม

1.2 การคัดเลือกพนักงานขาย

พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ และความสามารถในการอธิบาย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เสี่ยง มีความซับซ้อน และกรณีเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้กำกับดูแลอื่น เช่น กองทุน ตราสารหนี้ ประกันชีวิต หรือประกันวินาศภัย ต้องมีวิธีสื่อสารให้ลูกค้าทราบว่า เป็นพนักงานที่ได้รับการแต่งตั้งให้ขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เช่น ป้ายชื่อตั้งโต๊ะ เพื่อให้ลูกค้าเห็นโดยควรอธิบายขอบเขตที่ให้บริการได้

1.3 การจัดให้มีเครื่องมือช่วยอธิบายลักษณะผลิตภัณฑ์

มีเครื่องมือช่วยพนักงานขายอธิบายข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าทราบและเข้าใจยิ่งขึ้น มีความถูกต้อง ชัดเจน ไม่เกินจริง ไม่บิดเบือน และเพียงพอต่อการตัดสินใจ

2. กระบวนการในการขายและให้บริการ

2.1 การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า ก่อนการนำเสนอผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า ต้องจัดให้มีกระบวนการดังนี้

2.1.1 กำหนดวิธีการจัดประเภทลูกค้า

2.1.2 มีวิธีปฏิบัติงาน และระบบการสอบถามข้อมูลและทำความรู้จักลูกค้า

2.1.3 หากได้รับข้อมูลของลูกค้าไม่เพียงพอเกี่ยวกับตัวตนที่แท้จริงให้ปฏิเสธการให้บริการ

2.1.4 การเสนอขาย การพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์ใดเหมาะกับลูกค้ากลุ่มใด ต้องคำนึงถึงคุณสมบัติและข้อมูลลูกค้าแต่ละรายและพิจารณาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม

2.1.5 มีระบบตรวจสอบข้อมูลลูกค้าเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าให้ข้อมูลด้วยตนเอง รวมทั้งเอกสารทั้งหมดต้องลงนามโดยลูกค้าเท่านั้น และทบทวนข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน

2.1.6 มีวิธีปฏิบัติเพิ่มเติมกรณีเสนอขายผลิตภัณฑ์ซับซ้อน

2.1.7 มอบหลักฐานในการทำธุรกรรมแก่ลูกค้าทุกครั้ง โดยให้สิทธิลูกค้าสามารถปฏิเสธไม่รับหลักฐานได้

2. 2 การให้ข้อมูลหลังการขาย

2.2.1 แจ้งลูกค้าล่วงหน้าทุกครั้งเกี่ยวกับรายการที่ต้องชำระหรือจะมีการเรียกเก็บในระยะเวลาที่เพียงพอให้ลูกค้าทราบเตรียมการชำระหรือปฏิเสธรายการ

2.2.2 มอบหลักฐานการชำระเงินทุกครั้ง โดยแจกแจงรายละเอียดให้ลูกค้าทราบ

2.2.3 เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขที่อาจกระทบการใช้ผลิตภัณฑ์ ต้องสื่อสารหรือแจ้งข้อมูลให้ทราบล่วงหน้าในระยะเวลาที่เหมาะสม

2.2.4 มีระบบงานและแนวปฏิบัติที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์การให้บริการแก่ลูกค้า

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริพร มงคลรัตนาศิริ (2559) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยเลือกวิธีการสำรวจเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จำนวน 500 คน จากผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เพื่อตอบแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) ผลการวิจัยพบว่า 1. แบบจำลองสมการโครงสร้างที่กำหนดขึ้นสามารถอธิบายพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารกรุงเทพได้ตามกรอบแนวคิด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2.ความคาดหวัง การรับรู้คุณภาพ การรับรู้คุณค่าและภาพลักษณ์ มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3.ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงต่อความจงรักภักดีและทางอ้อมผ่านข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ชลธิชา ศรีบำรุง (2557) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวพ่อ จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้า และศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าของธนาคารกรุงเทพสาขาดอนหัวพ่อ จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพสาขาดอนหัวพ่อ จังหวัดชลบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

ญรัญรัตน์ มณฑีรัตน์ (2557) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารที่มีส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อการใช้บริการผ่านคุณภาพการให้บริการ ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ การรับรู้คุณภาพการให้บริการ อิทธิพลของภาพลักษณ์ธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่มีต่อความจงรักภักดีต่อการใช้บริการของลูกค้า และอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่มีต่อความจงรักภักดีต่อการใช้บริการของลูกค้า ผลการวิจัยพบว่า 1.ภาพลักษณ์ธนาคารกรุงศรีอยุธยาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2. คุณภาพการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3.ความจงรักภักดีต่อการใช้บริการของลูกค้าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยามีทีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการ การรับรู้คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความจงรักภักดีต่อการใช้บริการของลูกค้า นอกจากนี้ยังพบว่า การรับรู้การคุณภาพการให้บริการเป็นตัวแปรกลางระหว่างภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยาและความจงรักภักดีต่อการใช้บริการของลูกค้า

นันทมน ไชยโคตร (2557) ได้ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตบางแค เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรกับความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตบางแค และความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตบางแค ผลการวิจัยพบว่า 1.ภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการให้บริการ และความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตบางแคในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2.ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรในภาพรวมกับความจงรักภักดีของลูกค้าต่อธนาคารออมสินในภาพรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง 3. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการในภาพรวมกับความจงรักภักดีของลูกค้าต่อธนาคารออมสินในภาพรวม พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง

วรพัชร์ ชุมวรฐายี (2557) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีต่อคุณภาพการให้บริการผ่านการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะงานที่มีต่อการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ อิทธิพลของ

การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ อิทธิพลของคุณลักษณะงานที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ผลการวิจัยพบว่า เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) มีความพึงพอใจในคุณลักษณะงานในระดับที่สูง เพราะมีความพร้อมด้านการบริการการจัดการและนโยบายการดำเนินงาน มีการออกแบบคุณลักษณะงานและหน้าที่ความรับผิดชอบแต่ละตำแหน่งได้อย่างเป็นธรรมมีความเหมาะสม ผลการทดสอบสมมติฐาน 1.คุณลักษณะงานมีอิทธิพลทางบวกต่อการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า 2.การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า 3.คุณลักษณะงานมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า 4.การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญเป็นตัวกลางของคุณลักษณะงานและคุณภาพการให้บริการ

อรชุมา จาปรุง และ วรุณ ตันตระบัณฑิตย์ (2557) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการธนาคารออมสินกรณีศึกษาสาขาม่านเมฆนี้ได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 5 มิติ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจลูกค้า (Empathy) และการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) ผลการศึกษา พบว่า 1.ผู้ใช้บริการธนาคารออมสินมีความพึงพอใจในบริการทั้ง 5 มิติ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า โดยผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุ สถานภาพและกลุ่มอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการ แตกต่างกันทั้ง 5 มิติ ในด้านพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า ลูกค้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในบริการแตกต่างกันทั้ง 5 มิติเช่นเดียวกัน 2.แต่ถ้าผู้ใช้บริการที่มีเพศและระดับรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในบริการที่แตกต่างกัน 4 มิติ ยกเว้นด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ส่วนลูกค้าที่มีระยะเวลา การเป็นลูกค้าที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการที่แตกต่างกัน 4 มิติยกเว้นด้านความน่าเชื่อถือ 3.ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในบริการที่แตกต่างกัน 2 มิติได้แก่ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจลูกค้า และ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ส่วนลูกค้าที่มีจำนวนรายการธุรกรรมที่ใช้แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจบริการแตกต่างกัน 3 มิติ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

จิตรา ลออศรี (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบการใช้บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติของลูกค้าที่มาใช้บริการต่อธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ธนาคารมากที่สุด การเปรียบเทียบความแตกต่างตามปัจจัยส่วน

บุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การรับเงินเดือนผ่านธนาคาร อาชีพ รายได้ต่อเดือน พบว่า ประเภทในการใช้บริการและความถี่ในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) มีเพียง 3 ปัจจัย ประกอบด้วย 1.ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร 2.ด้านความเชื่อถือไว้วางใจในการบริการของธนาคาร และ 3.ด้านความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคาร

เพ็ญภิษา สถิตธีรานนท์ (2555) ได้ศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้รับบริการของ ธนาคารกรุงไทย สาขานานาเหนือ เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้รับบริการของ ธนาคารกรุงไทย สาขานานาเหนือ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง คุณภาพการบริการและการรับรู้คุณภาพของผู้รับบริการของ ธนาคารกรุงไทย สาขานานาเหนือ ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังคุณภาพการบริการของผู้รับบริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญอยู่ในด้านบริการที่นำเสนอมากที่สุด และให้ความสำคัญในด้านลักษณะด้านนวัตกรรมน้อยที่สุด การรับรู้ต่อคุณภาพบริการของผู้รับบริการโดยรวมอยู่ในลักษณะมาก ผู้รับบริการให้ความสำคัญอยู่ในด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมการบอกต่อมากที่สุดและให้ความสำคัญในด้านทัศนคติที่มีความอ่อนไหวต่อราคาน้อยที่สุด ความคาดหวังคุณภาพบริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้รับบริการโดยรวม การรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้รับบริการโดยรวม ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังคุณภาพบริการโดยรวมกับการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้รับบริการโดยรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูง

เอื้อมบุญ เล้าศศิวัฒนพงศ์ (2555) ได้ศึกษาเรื่องการประเมินคุณภาพบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาราชบุรี วัตถุประสงค์ของงานวิจัย 1) เพื่อการศึกษาการประเมินคุณภาพบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาราชบุรี 2) ปัญหาและอุปสรรคคุณภาพบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า ธนาคารกรุงเทพ สาขาราชบุรีเน้นการให้บริการกับลูกค้ารายใหญ่ โดยพนักงานระดับผู้จัดการสาขาหรือพนักงานระดับอาวุโสมาต้อนรับและบริการเป็นอย่างดี และนำลูกค้าไปทำธุรกรรมในช่องทางพิเศษโดยไม่ต้องกดคิว ส่วนลูกค้ารายกลางเป็นลูกค้าที่ทำธุรกรรมเป็นประจำและมีความคุ้นเคยกับพนักงาน โดยให้ความกันเองกับพนักงาน จนบางครั้งพนักงานไม่ได้บริการลูกค้ารายกลางตามแผนดำเนินงานของธนาคาร เช่น ไม่ยกมือไหว้ ส่วนลูกค้ารายย่อยมีอาชีพหลากหลายและไม่ใช่ลูกค้าประจำของสาขา พนักงานจึงไม่ให้ความใส่ใจในการบริการมากนัก จากการศึกษาโดยการสัมภาษณ์ทำให้ทราบว่า ธนาคารกรุงเทพ สาขาราชบุรี ยังมีการบริการที่ไม่เสมอภาค โดยมุ่งเน้นการบริการที่ดีสู่ลูกค้ารายใหญ่ รายกลาง เพื่อสร้างความคุ้นเคย ทำให้มีผลในการต่อยอดการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ต่อไป

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการที่ดีส่งผลต่อพฤติกรรมและการรับรู้ของผู้รับบริการหรือลูกค้า ซึ่งคุณภาพการบริการที่ดีประกอบด้วยคุณลักษณะหลากหลาย

ด้วย อาทิเช่น ความรวดเร็ว ความเอาใจใส่ ความน่าเชื่อถือ ลักษณะด้านกายภาพ โดยคุณภาพการบริการที่ดีส่งผลให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดี ความมั่นใจและความไว้วางใจ โดยลูกค้าเมื่อได้รับคุณภาพการบริการที่ดีและพึงพอใจจะกลับมาใช้ซ้ำ คุณภาพการบริการที่ดีจะรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ ดังนั้นผู้วิจัยศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบงานวิจัยและกำหนดแนวคำถามในการสัมภาษณ์ในงานวิจัยครั้งนี้

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี เป็นการศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (กิตติพัฒน์ นนทปัทมะดุลย์, 2553) ซึ่งลักษณะวิธีการวิจัยนี้ เน้นการค้นหาประเด็นปัญหาและการให้ความหมายจากประสบการณ์ตรงของผู้ให้ข้อมูลและผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัย รวมไปถึง วัฒนธรรม ประสบการณ์ เพื่อนำไปให้ความหมายและค้นหาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี โดยกำหนดวิธีการดำเนินงานวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

1.ประชากรที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย

2.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

5.การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูล (Key Informants) ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ พนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ทั้งหมด 10 คน และ ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลรอง คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ ลูกค้าประจำ และลูกค้าขาจร จำนวน 20 คน ในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้สัมภาษณ์แบบเชิงลึก

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกเครื่องมือต่างๆ เพื่อช่วยให้การเก็บข้อมูลถูกต้องและครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ ประกอบด้วยเป็น สมุดบันทึกข้อมูล เครื่องบันทึกเสียง แนวคำถามสัมภาษณ์ และตัวผู้วิจัย

2.1 ผู้วิจัย งานวิจัยเชิงคุณภาพถือว่า ผู้วิจัยเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุด ผู้วิจัยต้องมีความรู้ความเข้าใจเรื่องที่วิจัย สามารถถามคำถามตามแนวคำถามและสามารถต่อยอดแนวคำถามเพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติม โดยผู้วิจัยต้องสร้างความสัมพันธ์กับผู้ให้ข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลที่ได้ถูกต้องและแม่นยำ

2.2 สมุดบันทึกข้อมูล (Field Notebook) ใช้ในการบันทึกข้อมูล ได้แก่ ชื่อผู้ให้ข้อมูล อายุ เพศ วุฒิการศึกษา สถานที่ทำงาน ตำแหน่งงานและบันทึกสิ่งที่ผู้วิจัยสังเกตเห็น สมุดบันทึกจะบันทึกข้อมูลภาคสนามที่ไม่สามารถบันทึกด้วยเครื่องบันทึกเสียง เช่น การแสดงออกทางท่าทาง สีหน้า และอารมณ์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิจัยเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบถ้วนสมบูรณ์

2.3 เครื่องบันทึกเสียง (Audio Recorder) เป็นเครื่องมือช่วยให้เก็บข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง โดยหลังจากการเก็บข้อมูลภาคสนามจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยถอดความจากเครื่องบันทึกเสียงและจดบันทึกข้อมูลและรายละเอียดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน

2.4 แนวคำถามสัมภาษณ์ ผู้วิจัยกำหนดแนวคำถามเป็นคำถามปลายเปิดเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ให้ได้คำตอบตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยเป็นเครื่องมือทำให้สอบถามผู้ให้ข้อมูลได้ละเอียดครบถ้วน ก่อนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยและข้อมูลที่ได้เป็นความลับนำไปใช้เพื่องานวิจัยเท่านั้น โดยเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลซักถาม ตอบข้อสงสัยได้กำหนดคำถามออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

2.4.1 แนวคำถามสำหรับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ชื่อนามสกุล เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและสถานที่ทำงาน เพื่อให้ทราบข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล

2.4.2 แนวคำถามเกี่ยวกับการให้ความหมาย ที่มาของความหมายคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี เพื่อให้ทราบว่า พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร มีความคิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอย่างไร

2.4.3 แนวคำถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาของคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร เพื่อให้ทราบว่า ลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร พบปัญหาในการเข้ามาใช้บริการในธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชรอย่างไร และพนักงานมีปัญหาใดในการปฏิบัติงานที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพด้านการบริการด้านใดบ้าง

2.4.4 แนวคำถามเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร เพื่อให้ทราบว่า ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร สามารถปรับปรุงคุณภาพด้านการบริการด้านใดได้บ้าง จากความคิดเห็นพนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานและผู้ใช้บริการจริง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูล 2 วิธี คือ การรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและการรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ บทความต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อผู้วิจัยนำข้อมูลดังกล่าวไปประกอบการวิจัยเรื่อง การให้ความหมาย ที่มาของความหมายและแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ

ผู้วิจัยศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากพื้นที่ศึกษาวิจัย โดยการสำรวจเบื้องต้น การสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึก สร้างแนวคำถามในการสัมภาษณ์ เพื่อเป็นแนวทางการสัมภาษณ์ สอดคล้องตามวัตถุประสงค์และครอบคลุมประเด็นที่วิจัย ผู้วิจัยได้ขออนุญาตก่อนบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์

4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยศึกษาโดยการเปรียบเทียบแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้จากแหล่งต่างๆ เพื่อให้ผลงานวิจัยน่าเชื่อถือไว้วางใจในคุณภาพได้ ผู้วิจัยมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยเลือกวิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) Denzin 1970,อ้างถึงใน (ชุติธร หาญดำรงสุข, 2554) เป็นวิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ดังนี้

4.1 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การตรวจสอบแหล่งข้อมูลในด้านแหล่งเวลา การตรวจสอบแหล่งข้อมูลในด้านแหล่งสถานที่ และการตรวจสอบแหล่งข้อมูลในด้านแหล่งบุคคล โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลโดยตรงจากการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูล โดยตรวจสอบข้อมูลว่าเหมือนหรือคล้ายกันหรือไม่ ได้แก่ การตรวจสอบแหล่งข้อมูลในด้านแหล่งเวลา หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างเวลากันข้อมูลจะคล้ายหรือเหมือนกันหรือไม่ การตรวจสอบแหล่งข้อมูลในด้านแหล่งสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันข้อมูลจะคล้ายหรือเหมือนกันหรือไม่ และการตรวจสอบแหล่งข้อมูลในด้านแหล่งบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะคล้ายหรือเหมือนกันหรือไม่ โดยผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลจากพนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ที่แตกต่างกันทั้งด้านแหล่งเวลา สถานที่และบุคคล ว่าข้อมูลจะคล้ายหรือเหมือนกันหรือไม่

4.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methologicial Triangulation) คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆกันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถามการสัมภาษณ์ พร้อมศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบยืนยัน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร และข้อมูลภาคสนามจากการสำรวจ การสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษามุมมองที่ได้จากพนักงานและลูกค้า ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร มาวิเคราะห์หาข้อเท็จจริงจากปรากฏการณ์ที่ศึกษา เพื่อให้ได้ผลการวิจัยและสรุปผลการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยตามขั้นตอนดังนี้

5.1 การจัดระเบียบข้อมูล

ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลคนแรกเสร็จสิ้น ผู้วิจัยลงรหัสของข้อมูลเพื่อไม่ให้ข้อมูลปะปนกัน เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลมีหลายคน ตำแหน่งแรกใส่ชื่อ บริษัท,ลูกค้า ลำดับที่ 2 เป็นตัวเลข บอกลำดับที่ของข้อมูล ลำดับสุดท้ายคือชื่อของผู้ให้สัมภาษณ์ ตัวอย่างเช่น KTB-01-สะดวก หมายถึงผู้ให้ข้อมูลจากธนาคารกรุงไทย หรือ CUS-01-ว่องไว หมายถึงผู้ให้ข้อมูลเป็นลูกค้าธนาคารกรุงไทย

5.2. การพิมพ์บทสัมภาษณ์

ผู้วิจัยถอดคำสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ (Verbatim) นำมาพิมพ์เป็นบทสัมภาษณ์ โดยพิมพ์ตามลักษณะที่นักวิจัยเชิงคุณภาพปฏิบัติ จากนั้นผู้วิจัยนำบทสัมภาษณ์มาตรวจสอบกับข้อมูลดิบที่ได้จากเครื่องบันทึกเสียง โดยเปิดเครื่องบันทึกเสียงและอ่านบทสัมภาษณ์คู่กันไปเพื่อยืนยันความถูกต้องของเนื้อหา โดยผู้วิจัยใช้วิธีนี้ทุกครั้งที่สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลเสร็จสิ้นทุกราย และอ่านทบทวน เพื่อหาข้อเท็จจริงในข้อมูล

5.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำบทสัมภาษณ์ที่พิมพ์ออกมาและเริ่มอ่านอย่างละเอียดทั้งหมด จากนั้นเริ่มลดทอนข้อมูลให้เหลือเพียงมโนทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เรียบเรียง ตีความหมายของข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลควบคู่กับบทสัมภาษณ์ สรุปผลงานวิจัย อภิปรายผลตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องรวมถึงข้อเสนอแนะ โดยผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation Medthod) เพื่อให้ได้ข้อมูลครบตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ก่อนการศึกษา สรุปผลการทดลอง อภิปรายผล ตลอดจนข้อเสนอแนะ จากนั้นจึงรวบรวมและจัดทำรูปเล่มเพื่อรายงานผลการศึกษา

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องการให้ความหมาย ที่มาของความหมายและแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อ.เมือง จ.ราชบุรี ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) ผู้วิจัยศึกษาคุณภาพด้านการบริการของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ผ่านการสัมภาษณ์ การสังเกต ของพนักงานและลูกค้าที่มาใช้บริการ ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร โดยผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน เพื่อนำไปสู่การตอบคำถามในงานวิจัย คือ

1. การให้ความหมายและที่มาของความหมายของคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร

2. สภาพปัญหาคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร

3. แนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร

1. การให้ความหมายของคำว่า คุณภาพการบริการ ของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร

จากการสัมภาษณ์และการสังเกต การให้ความหมายของคำว่า คุณภาพการบริการ ของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยแบ่งข้อมูลหลักเป็น 2 กลุ่มคือ พนักงาน และลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ที่มี อายุ เพศ สถานภาพ การศึกษา ประสบการณ์ อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันของผู้ให้ข้อมูล และสรุปผลการให้ความหมายของคุณภาพการบริการจากการสัมภาษณ์ ได้ดังต่อไปนี้

1. คุณภาพการบริการ คือ การบริการด้วยความเป็นกันเองเสมือนเป็นญาติพี่น้อง

พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรีได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ คือ การบริการด้วยความเป็นกันเองเสมือนญาติพี่น้อง ยิ้มแย้มแจ่มใส ดูแลเหมือนเป็นญาติพี่น้องของพนักงานให้คำปรึกษา อธิบายข้อมูลและผลิตภัณฑ์ รวมถึงการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าทุกท่านด้วยความจริงใจ

ที่มาของการให้ความหมาย มาจาก พนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ได้ไปใช้บริการธนาคารอื่น หรือ สถานที่ต่างๆที่มีการบริการลูกค้า แล้วเปรียบเทียบมาปรับปรุงการบริการ การบริการแบบใดที่ควรทำหรือไม่ควรทำ หากเป็นตัวเองหรือญาติพี่น้องจะบริการลูกค้าท่านนั้นอย่างไร ดังนั้นพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร จึงบริการลูกค้าทุกท่านด้วยความเป็น

กันเองเสมือนเป็นญาติพี่น้อง คิดถึงใจเขาใจเรา ยิ้มแย้มแจ่มใส บริการลูกค้าทุกท่านด้วยความจริงใจ ให้ข้อมูลชัดเจนทุกธุรกรรม ให้ความช่วยเหลือให้คำปรึกษาทุกปัญหา

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี สอดคล้องกับประเด็นที่วิเคราะห์ดังนี้

> “คุณภาพการบริการคือบริการลูกค้าทุกท่านเหมือนญาติเราคนหนึ่ง บริการด้วยใจ ก็คือเหมือนเราอธิบาย พ่อแม่พี่น้องของเราบริการแบบเป็นกันเอง จริงใจ นอกจากความจริงใจแล้วเรื่องตัวเงินก็ต้องมีความถูกต้อง รอบคอบ” (อ้อม นามสมมุติ, 2561)
>
> “คุณภาพการบริการ คือ SERVICE MIND การบริการด้วยความจริงใจ ถูกต้อง คือ ให้ลูกค้ารู้สึกว่าภูมิใจ รู้สึกว่าสบายใจที่มาใช้บริการกับเรา เราคิดว่า เวลาเราเข้าไปใช้บริการ เราหวังอะไร เราตอบโจทย์ลูกค้าได้ครบแล้วหรือไม่ เราก็พอใจแล้ว การบริการที่เราได้รับ” (ทราย นามสมมุติ, 2561)
>
> “คุณภาพการบริการคือ การบริการที่นี่ก็เป็นกันเองนะ เป็นเหมือนพี่เหมือนน้อง ก็ด้วยความรู้จักกัน พอเวลาเราเข้ามา ก็แบบว่า เหมือนพี่เหมือนน้องคุยกัน มันไม่เหมือนมาธนาคารเจอคนแปลกหน้ามันไม่ใช่ไง” (ภัทร นามสมมุติ, 2561)
>
> “คุณภาพการบริการคือ เวลาที่มีลูกค้าเข้ามา พนักงานก็ต้องต้อนรับยิ้มแย้มแจ่มใส การยิ้มแย้มแจ่มใส ทำให้ดูเป็นกันเอง เวลาคุยก็ไม่อึดอัด แล้วถ้าลูกค้าต้องการอะไรเราก็ช่วยเหลือ อยากให้ลูกค้าพึงพอใจการบริการของเรา” (ณัฐ นามสมมุติ, 2561)
>
> “การบริการที่เป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นส่วนสำคัญนะ อย่างน้อยมีคำว่า “สวัสดีค่ะ” “สวัสดีครับ” อย่างนี้ไม่ใช่เข้ามาก็ “วันนี้มาทำอะไร” เสียงห้วนๆ “สวัสดีค่ะ” “สวัสดีครับ” สักหน่อยเป็นประเพณีไทยหลีกเลี่ยงไม่ได้” (แหม่ม นามสมมุติ, 2561)
>
> “คุณภาพการบริการคือ การบริการรวดเร็ว อัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง เวลาไม่เข้าใจสอบถามได้ เต็มใจให้คำตอบ เวลาที่ลูกค้าไม่เข้าใจ ให้ข้อมูลปรึกษาได้ เจอที่อื่นก็ทักทายกัน” (อัญ นามสมมุติ, 2561)

2. คุณภาพการบริการ คือ การบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าจนเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีก

พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรีได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ คือ การบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าจนเกิดความพึงพอใจ ประทับใจต่อการบริการและกลับมาใช้บริการอีก เมื่อลูกค้ามาใช้บริการในสาขา ควรตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยความถูกต้อง หากลูกค้าที่เอกสารมาไม่ครบถ้วนหรือเอกสารไม่ถูกต้อง ควรให้คำปรึกษาแนะนำ หากไม่ทราบข้อมูลควรสอบถามหัวหน้างานและไม่ปฏิเสธการให้บริการ พนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ซึ่งเป็นผู้ให้บริการลูกค้า สอบถามความต้องการของลูกค้าทุกครั้งและทำธุรกรรมด้วยความถูกต้องเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจและประทับใจ ทำให้สามารถรักษาลูกค้ารายเดิมและลูกค้ารายใหม่ เพื่อรักษาและเพิ่มฐานลูกค้าของสาขา ดังนั้นการบริการให้ลูกค้าพึงพอใจและประทับใจมากที่สุด โดยเน้นที่ตอบสนองความพึงพอใจในทุกๆด้าน ส่งผลให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการที่สาขาอีก

ที่มาของการให้ความหมาย การตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและประทับใจ มาจาก ธนาคารกรุงไทยอบรมพนักงานทุกท่านก่อนปฏิบัติงานจริง ตามตำแหน่งและหน้าที่ เพื่อให้พนักงานทุกคนทราบวิธีและมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง กรณีธนาคารปรับปรุงระเบียบและวิธีการปฏิบัติงานจะแจ้งทางหนังสือเวียนและสื่อต่างๆของธนาคาร โดยแต่ละสาขาจะแจ้งข้อมูลอีกครั้งจากการประชุมตอนเช้าหรือประชุมประจำสัปดาห์เพื่อให้พนักงานทุกท่านทราบข้อมูลข่าวสารและปฏิบัติงานตามระเบียบและมาตรฐานคุณภาพการบริการ หากมีปัญหาเรื่องการบริการ เช่น กรณีลูกค้าไม่พึงพอใจไม่ว่ากรณีใดๆ ผู้จัดการสาขาหรือรองผู้จัดการ สาขาจะขอโทษเหตุการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้นต่อลูกค้า และสอบถามลูกค้าเพื่อนำปัญหาที่เกิดขึ้นมาพัฒนาสาขาเพื่อลดเรื่องข้อร้องเรียน

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี สอดคล้องกับประเด็นที่วิเคราะห์ดังนี้

> “คุณภาพการบริการคือการกระทำหรือการดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า” (เฟิร์น นามสมมุติ, 2561)
>
> “คุณภาพการบริการหมายถึง ตัวชี้วัดถึงการบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือไม่” (หน่อย นามสมมุติ, 2561)
>
> “คุณภาพการบริการ คือ บริการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจประทับใจ และอยากกลับมาใช้บริการสาขาอีก โดยตอบสนองให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า” (เจี๊ยบ นามสมมุติ, 2561)

3. คุณภาพการบริการ คือ การดูแลใส่ใจในการบริการลูกค้า

พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ คือ การเอาใจใส่ดูแลลูกค้าในทุกกระบวนการบริการ ตั้งแต่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ โดยมีพนักงานต้อนรับสอบถามความต้องการในการใช้บริการ หากลูกค้ารอการรับบริการนานพนักงานต้อนรับมาชี้แจงสาเหตุหรือแนะนำลูกค้าใช้บริการช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อถึงลำดับบริการให้พนักงานผู้ทำรายการกล่าวทักทายลูกค้าและทำธุรกรรมที่ลูกค้าประสงค์ด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว เมื่อทำธุรกรรมเสร็จให้ลูกค้าตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง แล้วกล่าวขอบคุณลูกค้า นอกจากนี้การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าทำให้พนักงานเห็นสีหน้าและท่าทางของลูกค้า ทำให้ทราบว่าลูกค้ามีความรู้สึกอย่างไร

ที่มาของการให้ความหมาย การเอาใจใส่ดูแลลูกค้า มาจาก พนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกท่าน ทุกกระบวนการบริการ เช่น ระหว่างการรอคิว ระหว่างการทำธุรกรรม การจดจำลูกค้าได้ จึงทำให้ลูกค้าทุกท่านรู้สึกได้รับการเอาใจใส่

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี สอดคล้องกับประเด็นที่วิเคราะห์ดังนี้

> “คุณภาพการบริการคือ เราต้องเอาใจใส่ลูกค้า ถ้าลูกค้านั่งรอเราก็ไปถามว่า ลูกค้าทำรายการอะไรคะ ถ้าลูกค้าถอนเงินก็มาถ่ายเอกสารรอไว้ก่อน จะได้ไม่ต้องรอนานเวลา พอไปถึงหน้าเคาน์เตอร์ จะได้บริการได้เร็วขึ้น” (แทน นามสมมุติ, 2561)
>
> “คุณภาพการบริการคือ พนักงานมีความใส่ใจในการบริการดีและช่วยตอบในข้อสงสัยอธิบายได้ละเอียด” (เนท นามสมมุติ, 2561)
>
> “คุณภาพการบริการคือ บริการด้วยความเอาใจใส่ ถูกต้องและรวดเร็ว” (แคร์ นามสมมุติ, 2561)
>
> “คุณภาพการบริการคือ การดูแลเอาใจใส่ให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุดและเกิดความประทับใจในการบริการ” (กร นามสมมุติ , 2561)
>
> “คุณภาพการบริการ คือ การดูแลลูกค้า สนใจลูกค้า ให้คำแนะนำกับลูกค้าได้” (ชัย นามสมมุติ, 2561)
>
> “คุณภาพการบริการคือ การบริการดีเอาใจใส่ลูกค้าคือ หนึ่งละจดจำลูกค้าได้ รู้ว่าลูกค้าต้องการทำอะไร ยังไง ประเภทไหนอย่างหน่วยงานเรามาบ่อยก็จะเป็นเรื่องฝาก ถอน โอน หักแผ่น

> คือที่นี่เอาใจใส่ลูกค้าดีกว่าสาขาอื่น หรือเป็นที่เราไม่คุ้นเคยกับเขาหรือไม่ค่อยได้เข้าหรือเปล่า แต่เขาก็ให้บริการดี บางครั้งที่เราเข้าไปก็คือการใส่ใจลูกค้าเขาไม่เหมือนเจ้าหน้าที่ที่นี่" (สุ นามสมมุติ, 2561)

4. คุณภาพการบริการ คือ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรีได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ คือ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า รวดเร็ว เมื่อลูกค้ามาใช้บริการทุกธุรกรรมทั้งรายการฝาก ถอน ชำระค่าบริการ พนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าทุกราย ให้สะดวกรวดเร็ว รวมทั้งหากลูกค้ามีปัญหาพนักงานตอบและแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้ทุกปัญหาและรวดเร็ว

ที่มาของการให้ความหมาย การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า มาจาก ลูกค้าแต่ละท่านที่มาใช้บริการที่ธนาคารไม่เหมือนกัน ลูกค้าบางท่านมาใช้บริการบ่อย ลูกค้าบางท่านไม่เคยใช้บริการกับธนาคารมาก่อน ทำให้ไม่คุ้นเคยกับพื้นที่และเอกสาร พนักงานจะช่วยเหลือลูกค้าทุกท่านในการทำธุรกรรม เพื่อให้ลูกค้าทุกท่านรู้สึกสะดวกสบายในการทำธุรกรรม ทั้งการให้คำแนะนำข้อมูล เอกสารหลักฐาน และบริการด้วยความถูกต้องรวดเร็ว

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี สอดคล้องกับประเด็นที่วิเคราะห์ดังนี้

> "คุณภาพการบริการคือ การที่เรามาทำธุรกรรมอะไรกับธนาคารให้สำเร็จ เช่น การโอนเงิน ก็ต้องทำให้สำเร็จ ทำให้ถูกต้อง แล้วเมื่อเราขอคำแนะนำจากพนักงาน พนักงานก็สามารถให้คำตอบเราได้อย่างถูกต้องเป็นต้นค่ะ การบริการของธนาคารมีหลายรูปแบบ แต่ที่ดิฉันมาทำธุรกรรมส่วนมากจะเป็นการโอนเงิน การเบิกเงิน สาขาถนนไกรเพชรสามารถทำตามที่ต้องการได้ สะดวก รวดเร็ว ใช้ได้" (ดา นามสมมุติ, 2561)
>
> "คุณภาพการบริการคือ อำนวยความสะดวกให้พี่ ในการที่พี่มาฝากเงิน ถอนเงิน บริการรวดเร็ว" (บี๋ นามสมมุติ, 2561)
>
> "คุณภาพการบริการคือ การอำนวยความสะดวกของลูกค้า ว่าบริการดีขนาดไหน ว่องไวขนาดไหน ในเรื่องของคุณภาพการบริการของแบบนี้ คือ การเปรียบเทียบแต่ละสาขาแต่ละคนการบริการไม่เหมือนกัน คุณภาพในการบริการแต่ละคนก็ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้าเท่านั้นที่จะตอบคำถามตรงนี้ได้" (นา นามสมมุติ, 2561)

> “คุณภาพการบริการคือ สะดวก ฉับไว ให้ความสะดวกในการต้องการทำธุรกรรมอะไรสักอย่างหนึ่ง อย่างน้อยข้อแรกคือ เข้าไปก็ไม่ต้องรอ เข้าไปก็ฉับไว แล้วถ้าเรามีปัญหาก็เคลียร์ปัญหาให้ได้” (แหม่ม นามสมมุติ, 2561)
>
> “คุณภาพการบริการคือ สะดวก รวดเร็ว มาถอนเงินที่นี่ทุกครั้งพนักงานก็ดำเนินการทำธุรกรรมอย่างรวดเร็ว” (ณุ นามสมมุติ, 2561)
>
> “คุณภาพการบริการคือ บริการด้วยความรวดเร็ว ฉับไว บริการให้ลูกค้าประทับใจทุกอย่าง พนักงานให้ความรู้ใหม่ๆกับลูกค้าที่ไม่รู้เรื่อง เช่น ทางระบบคอมพิวเตอร์” (วี นามสมมุติ, 2561)

5.คุณภาพการบริการ คือ การให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและมีมาตรฐานในการบริการ

การให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและมีมาตรฐานในการบริการ โดยการจัดกระบวนการให้บริการในสาขาโดยแบ่งสัดส่วนในการให้บริการที่ชัดเจน เช่น เคาน์เตอร์บริการลูกค้า เคาน์เตอร์ที่ปรึกษาทางการเงินและเปิดบัญชี บริการด้านสินเชื่อ แล้วจัดสรรลำดับการรอรับบริการอย่างเป็นธรรม โดยองค์กรจัดสรรบุคลากรตามความรู้ความสามารถและทักษะในการบริการ และให้บริการด้วยความถูกต้องรวดเร็ว โดยพนักงานที่แนะนำผลิตภัณฑ์ได้ต้องมีใบอนุญาตและแนะนำตามระเบียบธนาคาร เพื่อการบริการที่มีประสิทธิภาพทำให้ลูกค้ามั่นใจในการบริการ

ที่มาของการให้ความหมาย การให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและมีมาตรฐานในการบริการ องค์กรกำหนดมาตรฐานการบริการลูกค้า เมื่อพนักงานปฏิบัติงานตามมาตรฐานหรือแนวทางการบริการทำให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดีอย่างสม่ำเสมอ เช่น มาตรฐานในการฝาก การถอน การเปิดและปิดบัญชี ทำให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดีและถูกต้อง

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี สอดคล้องกับประเด็นที่วิเคราะห์ดังนี้

> “คุณภาพการบริการเป็นการบริการที่สมบูรณ์แบบค่ะ ให้ข้อมูลถูกต้องชัดเจนแล้วให้คำปรึกษาลูกค้าได้ดี สามารถแก้ไขปัญหาได้ตลอดเวลาค่ะ แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้าได้ในกรณีเร่งด่วนจริงๆ ต้องแก้ไขปัญหาให้ ลูกค้าได้ทันทีค่ะ เวลาปรึกษากรณีนี้จะทำอย่างไรดี ถึงจะได้เงินเร็ว เงินช้า อย่างนี้ค่ะ” (เปิ้ล นามสมมุติ, 2561)

> “คุณภาพการบริการคือ 1.พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการลูกค้าได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว 2.พนักงานสามารถให้บริการด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์ของธนาคารแก่ลูกค้าอย่างถูกต้อง 3. พนักงานสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า 4. พนักงานให้บริการหลังการขายได้เป็นอย่างดี 5. พนักงานให้ความสนใจลูกค้า เช่น การดูแลลูกค้า สอบถามความต้องการของลูกค้าระหว่างรอคิว 6.แนะนำให้ลูกค้าใช้บริการด้านดิจิตอล เพื่อความสะดวก รวดเร็ว เช่น Ktb Netbank , ATM ,เป๋าตุง เป๋าตัง 7. พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าอยู่เสมอ” (อั๋น นามสมมุติ, 2561)

2. สภาพปัญหาคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร

จากการสัมภาษณ์สภาพปัญหาคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย พนักงานและลูกค้า ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบปัญหาและอุปสรรคในคุณภาพการบริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัญหาด้านจำนวนพนักงาน

พนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ให้ความสำคัญด้านมาตรฐานในการบริการ การดูแลผลประโยชน์สูงสุดให้แก่ลูกค้า เน้นการบริการที่ยุติธรรม รับผิดชอบ และเสมอต้นเสมอปลาย รวมทั้งปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความใส่ใจลูกค้าเป็นอันดับหนึ่ง ปัญหาด้านพนักงานไม่เพียงพอทำให้บางเวลาที่ลูกค้ามารอเป็นจำนวนมาก พนักงานไม่สามารถอธิบายรายละเอียดได้ทั้งหมด ส่งผลกระทบต่อมาตรฐานในการบริการของธนาคาร กรณีเมื่อลูกค้ามาทำธุรกรรม พนักงานไม่ได้แนะนำผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆที่เหมาะสมกับลูกค้า อาจเนื่องจากลูกค้าจำนวนมาก ทำให้ต้องรีบทำธุรกรรมและเรียกลูกค้ารายใหม่ ทำให้ลูกค้าเสียผลประโยชน์และไม่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี สอดคล้องกับประเด็นที่วิเคราะห์ดังนี้

> “บางช่วงเวลาที่พีคๆ รู้สึกว่า เราบริการก็อยากอธิบายทุกอย่างให้ลูกค้าได้เข้าใจทั้งหมด เพราะลูกค้าแต่ละช่วงวัย แต่ละกลุ่ม ทำให้บางทีเราอยากอธิบายลูกค้าคนนี้ให้มากๆ แต่กลับมามีลูกค้าอีกคนหนึ่งมารอ ทำให้คิวติด แล้วไม่สามารถจัดการได้

> เพราะคือแต่ละคนมีหน้าที่เป็นของตัวเอง ทำให้รู้สึกว่า โหลด คือว่า เราอยากอธิบายลูกค้ามากกว่านั้น แต่ด้วยมีคิวรอ แล้วจำนวนพนักงานตอนนี้ก็น้อย เพราะงานเราไม่ใช่แค่ฝากเสร็จแล้วไป มีในเรื่องของการเปิดบัญชี การแนะนำผลิตภัณฑ์ด้วยคือถ้าอธิบายไม่หมดก็ไม่ดี ก็เลยรู้สึกว่า จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอ แต่ถ้าเรารีบอธิบายลูกค้า ลูกค้าก็อาจจะไม่พอใจเรา ลูกค้าจะรับรู้ได้เหมือนเราที่ไปใช้บริการที่อื่น เราจะรู้ได้ว่า คนนี้อยากบริการเราหรือไม่" (อ้อม นามสมมุติ, 2561)
>
> "พนักงานของเราน้อย ทำให้เหมือนว่า บางทีรับลูกค้าไม่พอ มันก็เลยเกิดความรู้สึกว่า ลูกค้ารอนาน" (ทราย นามสมมติ, 2561)
>
> "บางครั้งก็มีพนักงานไม่เพียงพอก็มีบางครั้ง ถ้าพนักงานเห็นเหมือนคิวยาว พนักงานก็สามารถที่จะทำงานให้เสร็จเร็วได้ค่ะ" (ดา นามสมมุติ, 2561)

2. ปัญหาด้านกายภาพ

ปัญหาด้านคุณภาพด้านกายภาพ เกิดจากอุปกรณ์ อาคารและสถานที่ เช่น ที่จอดรถไม่เพียงพอ เครื่องนับธนบัตร ป้ายแสดงข้อมูลและเครื่องรับฝากเงินอัตโนมัติ โดยอุปกรณ์อาคารสถานที่สะอาดและมีการจัดสรรตำแหน่งและพื้นที่ที่ชัดเจนเข้าใจง่าย ส่งผลให้ลูกค้าสะดวกต่อการใช้บริการและเกิดความประทับใจ

2.1 ปัญหาสถานที่จอดรถ

ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ตั้งอยู่ที่ถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี บริเวณด้านหน้าธนาคารจอดรถยนต์แบบชิดทางเท้าได้จำนวน 2 คัน และรถจักรยานยนต์จอดบนทางเท้า ดังนั้นการเดินทางมาทำธุรกรรมของธนาคาร ลูกค้ามีปัญหาด้านที่จอดรถไม่เพียงพอ ไม่สามารถจอดรถบริเวณหน้าธนาคารได้ บริเวณใกล้กับธนาคารก็หาที่จอดรถยนต์ยาก ทำให้ลูกค้าเลือกใช้จักรยานยนต์มากกว่ารถยนต์ หรือบางครั้งก็เลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาอื่น ทำให้ส่งผลกระทบต่อฐานลูกค้าของสาขาถนนไกรเพชร

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี สอดคล้องกับประเด็นที่วิเคราะห์ดังนี้

> "เรื่องพื้นที่จอดเพราะสาขาเราไม่มีที่จอดรถลูกค้าก็ร้องเรียนมาเหมือนกัน แล้วก็การไม่มีพนักงานต้อนรับในบางที" (ทราย นามสมมุติ, 2561)

> “เรื่องที่จอดรถมันมีน้อย จะเอารถยนต์ออกมาก็ไม่ได้ต้องเอามอเตอร์ไซด์ออกมา มอเตอร์ไซด์ก็ทำที่จอดรถข้างบนฟุตบาทใช่ไหม บางทีก็ไม่พอบ้างบางครั้ง แล้วช่วงฟุตบาทเวลาจอดเสร็จก็เหลือทางอยู่แค่นิดเดียว เวลาจะถอยออก กลัวจะตกฟุตบาท” (สุ นามสมมุติ, 2561)
>
> “เรื่องการบริการสาขาเราดีแล้ว ไม่ค่อยมีปัญหาอะไรมากมาย แต่จะมีปัญหาเรื่องสถานที่จอดรถ ลูกค้าค่อนข้างบ่นว่า หาที่จอดรถยาก” (ยุ้ย นามสมมุติ, 2561)
>
> “ควรพัฒนาเรื่องที่จอดรถ” (ชัย นามสมมุติ, 2561)
>
> “ปัญหาเรื่องหาที่จอดรถ บริเวณใกล้ก็ไม่มีที่จอด” (อัญ นามสมมุติ, 2561)
>
> “ที่จอดรถเปลี่ยนแปลงไม่ได้ เพราะอยู่มานานแล้ว มันคงจะเพิ่มสถานที่จอดรถไม่ได้หรอกนะ” (วี นามสมมุติ, 2561)

2.2 ปัญหาอุปกรณ์ตู้ฝากเงินอัตโนมัติ

ตู้ฝากเงินอัตโนมัติตั้งอยู่บริเวณหน้าธนาคาร เพื่อเพิ่มช่องทางทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ในช่วงเวลาที่ลูกค้ารอการบริการในสาขาจำนวนมากหรือนอกเวลาทำการของธนาคาร ตู้ฝากเงินอัตโนมัติบางเวลาเครื่องขัดข้องไม่สามารถฝากเงินได้ ไม่สามารถอ่านธนบัตรชำรุด ยับและธนบัตรรุ่นใหม่ได้ ทำให้ลูกค้าไม่สามารถทำธุรกรรมได้ ส่งผลกระทบให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ ลูกค้าอาจเปลี่ยนช่องทางการบริการทำธุรกรรม หรือเลือกเปลี่ยนธนาคารในการทำธุรกรรม

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี สอดคล้องกับประเด็นที่วิเคราะห์ดังนี้

> “ตู้ฝากเงินมีปัญหาบ่อย ส่วนเรื่องคุณภาพการบริการ คุณภาพการบริการของพนักงานดีไม่มีอะไร พนักงานทำผิดบ้าง แต่ยอมรับได้” (บี๋ นามสมมุติ, 2561)

2.3 ปัญหาเรื่องเครื่องนับธนบัตร

เครื่องนับธนบัตรของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชรมีจำนวน 4 เครื่อง สามารถนับจำนวนธนบัตรและตรวจสอบธนบัตรปลอมได้ แต่ไม่ได้แยกประเภทตามมูลค่าของธนบัตร ดังนั้นการทำงานของสาขาถนนไกรเพชร พนักงานจะนับเงินต่อหน้าลูกค้าและตรวจสอบจำนวนเงินด้วยเครื่องนับธนบัตร เพื่อความถูกต้องไม่มีปัญหาด้านธนบัตรแทรกและเพื่อความมั่นใจของลูกค้า แต่อาจทำให้ลูกค้ารอนานหากเงินจำนวนมาก

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี สอดคล้องกับประเด็นที่วิเคราะห์ดังนี้

> “อุปกรณ์ทันสมัย น่าจะมีเครื่องนับแบงค์ที่เป็นใบๆ ที่ตรวจสอบมีบอกว่าแบงค์อะไร ถ้าใส่ผิดจะตีออก ไม่ใช่นับแค่จำนวนใบ มีแบงค์อะไรบ้างก็ไม่รู้ ตรวจสอบแบงค์ปลอม ให้พนักงานปลอดภัยด้วย ลูกค้าปลอดภัยด้วย” (วี นามสมมุติ, 2561)

2.4 ปัญหาด้านป้ายแสดงข้อมูล

ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร มีพื้นที่แสดงข้อมูลต่างๆ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่างๆทำด้วยบอร์ดอะคริลิค และมูลค่าหน่วยลงทุน (NAV) ของกองทุน ซึ่งแสดงข้อมูลเป็น ณ วันปัจจุบัน มีโทรทัศน์แสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์ใหม่ๆของธนาคาร

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี สอดคล้องกับประเด็นที่วิเคราะห์ดังนี้

> “อุปกรณ์ถ้าเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น เช่น ธนาคารกสิกรไทยที่มีจอมอนิเตอร์ที่แสดงข้อมูลต่างๆของธนาคาร เช่น อัตราดอกเบี้ย ข้อมูลกองทุน” (โชค นามสมมุติ, 2561)

2.5 ปัญหาด้านอาหารและเครื่องดื่ม

ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ปัจจุบันไม่ได้ติดตั้งจุดบริการน้ำดื่ม เนื่องด้วยสาขาคำนึงถึงความสะอาดของสาขาเป็นหลัก เดิมธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ติดตั้งจุดบริการน้ำดื่ม เป็นเหยือกบรรจุน้ำ แล้วมีแก้วใส่ถาดรองไว้ โดยแยกแก้วระหว่างแก้วที่ใช้แล้วกับไม่ได้ใช้ออกจากกัน แต่บางครั้งมีน้ำหกถาดรองแก้วหรือบริเวณพื้น ส่งผลต่อความสะอาดของบริเวณนั้น ธนาคารจึงนำจุดบริการน้ำดื่มออกจากสาขา

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี สอดคล้องกับประเด็นที่วิเคราะห์ดังนี้

> “การบริการถ้ามีน้ำมีอะไร มันเป็นอะไรที่ลูกค้าพึงพอใจนะ อย่างน้อยถึงเขาไม่ดื่ม แต่เขาเห็นว่ามีบริการ ก็มองในภาพลักษณ์ของหน่วยงาน ถึงเขาไม่ดื่มแต่มันเหมือนเป็นความใส่ใจลูกค้า มันก็ให้มุมมองที่ดี ดื่มไม่ดื่มไม่รู้แต่พี่ว่ามันต้องมีให้จริงๆช่วงเวลาบางครั้งรอนานไงมีลูกอมให้เขาสักนิดมีน้ำให้เขาสักหน่อยอะไรอย่างนี้” (สุ นามสมมุติ, 2561)
>
> “ควรมีน้ำแดงดื่มเหมือนธนาคารไทยพาณิชย์ มีแก้วให้เลยนะ น้ำแดงบางทีก็เป็นเก็กฮวย มีขนมอันเล็กๆใส่ถุงแพ็คไว้ หน้า

เคาน์เตอร์มีลูกอมใส่โหลไว้เลยเขียนว่า ธนาคารไทยพาณิชย์เลย เรื่องน้ำดื่มไทยพาณิชย์กินขาด ส่วนธนาคารกสิกรจะเป็นแก้ว กรวยกระดาษ" (บี๋ นามสมมุติ, 2561)

"การบริการดีค่ะ แต่ควรเสริมเรื่องกาแฟ น้ำดื่ม สักหน่อย บางทีลูกค้ารอนานกาแฟบ้างน้ำบ้างก็ยังดีนะคะ" (รัญ นามสมมุติ, 2561)

"น้ำดื่มเป็นส่วนหนึ่งที่น่าจะมีนะ คือบางคนมาร้อนๆนะ เข้าไปในแบงค์มีน้ำให้ดื่มหรือบางคนสูงอายุน่าจะมีน้ำแดงให้หรือน้ำหวานอะไรก็ได้ เพราะเขาเพลีย เขาเหนื่อย มาหลายๆแบงค์มาได้ดื่มก็ชื่นใจ" (แหม่ม นามสมมุติ, 2561)

"ขาดน้ำเย็น ขาดน้ำแดง" (โชค นามสมมติ, 2561)

3. แนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร

จากการสัมภาษณ์แนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ประกอบด้วย พนักงานและลูกค้า ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านบุคลากร

1.1 การจัดสรรพนักงานให้คำแนะนำลูกค้า

การก้าวเข้าสู่ยุคดิจิตอลของธนาคาร ลูกค้าสนใจด้านการทำธุรกรรมออนไลน์มากขึ้น ลูกค้าจึงมาสมัครและแก้ไขการใช้บริการธนาคารออนไลน์เป็นจำนวนมากต่อ 1 วัน ส่งผลให้บางเวลาลูกค้ารอทำธุรกรรมจำนวนมาก เนื่องมาจากการสมัครใช้ธนาคารออนไลน์นั้น พนักงานต้องสมัครและแนะนำวิธีการใช้งานระบบให้ลูกค้า ซึ่งหากลูกค้าบางท่านไม่มีประสบการณ์การใช้บริการมาก่อนจึงต้องอธิบายให้ครบถ้วน เพื่อป้องกันการทำธุรกรรมไม่สำเร็จหรือผิดพลาด ดังนั้นหากมีลูกค้ารอจำนวนมาก อาจมีตำแหน่งอื่นๆที่มีความชำนาญด้านธุรกรรมนี้เช่นกันมาอธิบายลูกค้า ทำให้พนักงานได้รับลูกค้ารายถัดไปได้ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อลูกค้าท่านเดิม

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี สอดคล้องกับประเด็นที่วิเคราะห์ดังนี้

"น่าจะมีตำแหน่งอีกตำแหน่งหนึ่งเสริมขึ้นมาเกี่ยวกับพวก PRODUCT MANAGER ทางด้านนั้นโดยตรง อย่างบางทีเรา

> สมัครให้เสร็จแล้ว อาจจะเป็นอีกท่านที่สอบถามว่าติดตรงไหน ทำด้านนี้ไปเลย ที่ทำรายการเสร็จแล้วส่งไม้ต่อได้ เราจะได้รับลูกค้ารายอื่น” (อ้อม นามสมมุติ, 2561)
>
> “ลูกค้าที่ถนัดด้านการเงิน กับ คนที่ไม่ถนัดด้านการเงิน คนที่เข้าใจก็จะเข้าใจง่าย ส่วนคนที่ไม่เข้าใจก็อาจจะช้าบ้าง ก็ต้องมีคนช่วยบริการ ให้ความรู้แนะนำ อำนวยความสะดวกลูกค้า ถ้าเราร่วมด้วยช่วยกันเอาใจใส่ดูแลคนละไม้คนละมือ เราสามารถช่วยเหลือกันได้ แบ่งปันกันได้ ช่วยกันบริการได้” (นา นามสมมุติ, 2561)

1.2 การรักษามาตรฐานการบริการของพนักงาน

ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ผู้จัดการสาขาและพนักงานให้ความสำคัญในคุณภาพด้านการบริการกับลูกค้าทุกราย ทุกเช้าจะมีการประชุม 15-20 นาที เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ รวมถึงข้อมูลด้านการบริการ อาจมีการยกตัวอย่างกรณีปัญหาที่ทำให้ลูกค้าไม่พอใจ และระดมสมองเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหา ทำให้พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเนื่องจากมีการเตรียมความพร้อมในการแก้ไขปัญหา รวมทั้งมีความรู้ข้อมูลข่าวสารทำให้ตอบคำถามลูกค้าได้อย่างชัดเจน ด้านการทำธุรกรรมหากมีการทำข้อมูลผิดพลาดพนักงานจะกล่าวขอโทษลูกค้า และอธิบายการแก้ไขรายการอย่างชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจ ธนาคารกรุงไทยได้วัดความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งการประเมินความพึงพอใจจากการกดให้คะแนนการบริการหน้าเคาน์เตอร์ธนาคาร และการสอบถามคุณภาพด้านการบริการจากการสัมภาษณ์ลูกค้าที่มาใช้บริการ ทำให้ทราบข้อบกพร่องของพนักงานและสาขา จึงเป็นผลดีต่อคุณภาพด้านการบริการ โดยจากงานวิจัยสามารถสรุปแนวทางการรักษามาตรฐานการบริการของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ได้ดังนี้

1. กำหนดคุณภาพการบริการให้มีผลต่อดัชนีชี้วัดคุณภาพ (KPI) ของสาขาและพนักงาน คุณภาพการบริการเกิดได้จากบุคลากรร่วมมือกันปรับปรุงการให้บริการที่บกพร่อง และพัฒนาการบริการที่ดีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น ดังนั้นบุคลากรแต่ละตำแหน่งหน้าที่ควรใส่ใจการบริการตามหน้าที่ของตนเองและใส่ใจการบริการในภาพรวมขององค์กร

2. การจัดอบรมสัมมนา บุคลากร เป็นการส่งเสริมความรู้ความสามารถและทักษะให้กับบุคลากรทั้งด้านกฎระเบียบและคุณภาพการบริการของธนาคาร การอบรมสัมมนาช่วยลดปัญหาเกี่ยวกับบุคลากรขาดความรู้ความสามารถ ทำให้เมื่อพนักงานปฏิบัติหน้าที่จริงสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์หรือทำธุรกรรมให้ลูกค้าได้ถูกต้องและรวดเร็ว จนลูกค้าเกิดความมั่นใจและประทับใจในการบริการ

3. กำหนดผู้ดูแลโดยตรงในการดูแลและติดตามผล มอบหมายให้หัวหน้างาน ติดตามผล ปัญหาในการจัดการคุณภาพการบริการของพนักงาน บางครั้งเกิดจากการปฏิบัติไม่สม่ำเสมอ ดังนั้น การกำหนดผู้ดูแลและติดตามผลด้วยการจัดกิจกรรมของสาขา โดยมีการให้รางวัลสำหรับพนักงานที่ได้รับคำชมเชยจากลูกค้าในทุกเดือน และคอยติดตามสอบถามพนักงานที่ได้รับคะแนนน้อยสุดจากลูกค้า ส่งผลให้พนักงานระมัดระวังในการให้บริการมากขึ้นและเกิดการบริการที่ดี

4. การปลูกฝังจิตสำนึกให้พนักงานรักองค์กร รักในการบริการ สามารถแก้ไขปัญหาคุณภาพการบริการ ซึ่งเกิดจากพนักงานเป็นหลัก หากองค์กรสร้างความผูกพันที่ดีและปลูกจิตสำนึกให้กับพนักงาน ส่งผลให้พนักงานไม่ได้ปฏิบัติงานตามหน้าที่เท่านั้น แต่ปฏิบัติงานด้วยจิตใจรักการบริการ รักองค์กร ทำให้ปฏิบัติหน้าที่โดยมีคุณภาพและประสิทธิภาพอย่างสม่ำเสมอ

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี สอดคล้องกับประเด็นที่วิเคราะห์ดังนี้

> “ปัญหาตอนนี้ยังไม่เห็น ขอชื่นชมการทำงานและเป็นกำลังใจให้กับสาขาครับ” (ธนา นามสมมุติ, 2561)
>
> “การบริการดีอยู่แล้ว ก็ไม่จำเป็นต้องปรับปรุง พี่ว่าของมันดีอยู่แล้วก็ไม่จำเป็นต้องปรับปรุง การที่เราจะปรับปรุงคือของที่มันไม่ดี มันถึงต้องปรับปรุง มาตรฐานของสาขานี้ดีอยู่แล้วไม่จำเป็นต้องปรับปรุง แนะนำให้รักษามาตรฐานการทำงาน” (ณุ นามสมมุติ, 2561)
>
> “ปัญหา...ไม่น่าจะมีนะ แต่ลูกค้าแต่ละคนก็ไม่เหมือนกัน ความคิดแต่ละคนก็ไม่เหมือนกัน บางคนนิสัยไม่เหมือนกันก็เป็นเรื่องยาก ส่วนพนักงานก็บริการดี คิดว่าดีค่ะ” (ณัฐ นามสมมุติ, 2561)
>
> “แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการ คือ 1. อบรมพนักงานให้เข้าใจ และเห็นความสำคัญในการบริการลูกค้า 2. มีการประเมินพนักงานจากลูกค้าทุกเดือน 3. มีการให้รางวัลสำหรับพนักงานที่ได้รับคำชมเชยจากลูกค้าโดยให้เป็นประจำไตรมาส 4. คอยติดตามพนักงานที่ได้รับคะแนนน้อยสุดจากลูกค้า อยู่อย่างสม่ำเสมอทุกสัปดาห์” (แคร์ นามสมมุติ, 2561)
>
> “แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการคือ พนักงานมีการศึกษาหาความรู้ด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ” (อั๋น นามสมมุติ, 2561)

> “แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการคือ บริการให้ได้มาตรฐานเดียวกัน ไม่เลือกปฏิบัติลูกค้าเพียงบางคน เพราะทุกคนเป็นลูกค้าเหมือนกัน เน้นการปลูกฝังจิตสำนึกให้พนักงานในสาขารักในองค์กร รักในการบริการ เพื่อให้ปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีคุณภาพ และประสิทธิภาพ” (เจี๊ยบ นามสมมุติ, 2561)
>
> “แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการคือ 1.การจัดอบรมพนักงาน เพื่อให้มีแนวทางการให้บริการที่ดี 2.กำหนดการบริการและแก้ไขปัญหาจากกรณีตัวอย่าง 3.ปฏิบัติตามแนวทางอย่างเคร่งครัด” (หน่อย นามสมมุติ, 2561)

2. ด้านอุปกรณ์ เครื่องมืออำนวยความสะดวกและสถานที่

2.1 พนักงานรักษาความปลอดภัยอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าเรื่องสถานที่จอดรถ

การแก้ไขปัญหาด้านที่จอดรถของสาขาถนนไกรเพชร เป็นปัญหาที่มีมานาน บางครั้งลูกค้าจอดซ้อนคันถือเป็นการกระทำความผิดทางจราจรได้ อาจเกิดอุบัติเหตุ หรือโดนใบสั่งได้ เนื่องจากด้านหน้าธนาคารจอดรถยนต์ได้เพียง 2 คัน ถ้ามีรถจักรยานยนต์มาจอดทำให้รถยนต์จอดไม่ได้หรือจอดได้เพียง 1 คัน ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชรได้จัดระเบียบการจอดรถ โดยให้รถจักรยานยนต์จอดบนทางเท้า แล้วรถยนต์จอดเทียบทางเท้า แนวทางการแก้ไขปัญหา คือ พนักงานรักษาความปลอดภัยอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าขณะจอดรถ โดยให้ลูกค้าจอดรถตามที่สาขาได้จัดระเบียบการจอดรถไว้

2.2 การติดป้ายแสดงตู้ฝากเงินอัตโนมัติขัดข้องและโทรแจ้งเจ้าหน้าที่เมื่ออุปกรณ์ตู้ฝากเงินอัตโนมัติเกิดปัญหา

ตู้ฝากเงินของธนาคารกรุงไทย มีพนักงานผู้รับผิดชอบมาตรวจสภาพของเครื่องและแก้ไขปัญหาทุกวัน แต่เมื่อเกิดปัญหา เช่น ระบบขัดข้อง เงินติดตู้ฝากอัตโนมัติ แนวทางการแก้ไขปัญหาเมื่อทราบว่าตู้ฝากเงินอัตโนมัติขัดข้องให้รีบติดป้ายแสดง แล้วแจ้งในระบบงานเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ (ATM) และเครื่องรับฝากเงินอัตโนมัติ (ADM) หรือโทรแจ้งพนักงานผู้รับผิดชอบให้มาตรวจสอบปัญหาให้เร็วที่สุด โดยสาขากำหนดผู้รับผิดชอบโดยตรง หากมีปัญหาเงินติดตู้เงินฝากให้รีบประสานให้คืนเงินลูกค้าโดยเร็ว

2.3 การจัดสรรเครื่องนับธนบัตรที่ทันสมัย

แนวทางการแก้ไขปัญหา การจัดสรรเครื่องนับธนบัตรที่ทันสมัย ที่สามารถนับธนบัตรหลายชนิดคละกันได้ในครั้งเดียว โดยแสดงมูลค่าทั้งหมด และมูลค่าของแต่ละธนบัตรได้ รวมทั้งอาจใช้ได้กับหลายสกุลเงิน เช่น ธนบัตรไทย ธนบัตรยูเอสดอลล่าร์ ธนบัตรยูโร เป็นต้น เพื่อลดระยะเวลาในการทำงานและเพิ่มความถูกต้องในการตรวจสอบธนบัตรให้แก่ลูกค้าและพนักงาน

2.4 การเปลี่ยนจุดแสดงอัตราดอกเบี้ย หรือเปลี่ยนป้ายแสดงข้อมูลให้น่าสนใจมากขึ้น

แนวทางการแก้ไขปัญหา เปลี่ยนจุดแสดงอัตราดอกเบี้ยให้อยู่ในบริเวณที่ลูกค้ามองเห็นได้สะดวก หรือเปลี่ยนป้ายแสดงข้อมูลให้น่าดึงดูดสายตาลูกค้ามากกว่าปัจจุบัน โดยอาจเป็นป้ายลักษณะเป็น LED ซึ่งสามารถแสดงข้อมูลได้หลายหน้าจอสลับกัน เช่น อัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มูลค่าหน่วยลงทุน (NAV) ของกองทุน รวมทั้งข้อมูลผลิตภัณฑ์ของธนาคาร

2.5 การจัดพื้นที่บริการอาหารและเครื่องดื่ม

แนวทางการแก้ไขปัญหา เพิ่มจุดบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม เช่น น้ำเปล่า ชา กาแฟ น้ำหวาน ให้ลูกค้ารับประทานระหว่างรอลำดับการบริการ หากลูกค้ารอลำดับการบริการเป็นเวลานาน อาจให้พนักงานยกอาหารหรือเครื่องดื่มมาบริการให้กับลูกค้า และหน้าเคาน์เตอร์จัดบริการลูกอมใส่ขวดโหลให้ลูกค้า

มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การให้ความหมาย ที่มาของความหมายและแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เพื่อศึกษาถึงการให้ความหมายและที่มาของความหมาย สภาพปัญหา และแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ผู้ให้ข้อมูล คือ พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร

ผลการวิจัย “การให้ความหมาย ที่มาของความหมายและแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี” ผู้วิจัยสรุปได้ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

1. การให้ความหมายของคำว่า คุณภาพการบริการ ของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

จากการสัมภาษณ์และการสังเกต การให้ความหมายของคำว่า คุณภาพการบริการ ของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยแบ่งข้อมูลหลักเป็น 2 กลุ่มคือ พนักงาน และลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ที่มี อายุ เพศ สถานภาพ การศึกษา ประสบการณ์ อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันของผู้ให้ข้อมูล และสรุปผลการให้ความหมายของคุณภาพการบริการจากการสัมภาษณ์ ได้ดังต่อไปนี้

1. คุณภาพการบริการ คือ การบริการด้วยความเป็นกันเองเสมือนเป็นญาติพี่น้อง

พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรีได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ คือ การบริการด้วยความเป็นกันเองเสมือนญาติพี่น้อง ยิ้มแย้มแจ่มใส ดูแลเหมือนเป็นญาติพี่น้องของพนักงานให้คำปรึกษา อธิบายข้อมูลและผลิตภัณฑ์ รวมถึงการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าทุกท่านด้วยความจริงใจ

ที่มาของการให้ความหมาย มาจาก พนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ได้ไปใช้บริการธนาคารอื่น หรือ สถานที่ต่างๆที่มีการบริการลูกค้า แล้วเปรียบเทียบมาปรับปรุงการบริการ การบริการแบบใดที่ควรทำหรือไม่ควรทำ หากเป็นตัวเองหรือญาติพี่น้องจะบริการลูกค้าท่านนั้นอย่างไร ดังนั้นพนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร จึงบริการลูกค้าทุกท่านด้วยความเป็นกันเองเสมือนเป็นญาติพี่น้อง คิดถึงใจเขาใจเรา ยิ้มแย้มแจ่มใส บริการลูกค้าทุกท่านด้วยความจริงใจ ให้ข้อมูลชัดเจนทุกธุรกรรม ให้ความช่วยเหลือให้คำปรึกษาทุกปัญหา

2. คุณภาพการบริการ คือ การบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าจนเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีก

พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรีได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ คือ การบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าจนเกิดความพึงพอใจ ประทับใจต่อการบริการและกลับมาใช้บริการอีก เมื่อลูกค้ามาใช้บริการในสาขา ควรตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยความถูกต้อง หากลูกค้าที่เอกสารมาไม่ครบถ้วนหรือเอกสารไม่ถูกต้อง ควรให้คำปรึกษาแนะนำ หากไม่ทราบข้อมูลควรสอบถามหัวหน้างานและไม่ปฏิเสธการให้บริการ พนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ซึ่งเป็นผู้ให้บริการลูกค้า สอบถามความต้องการของลูกค้าทุกครั้งและทำธุรกรรมด้วยความถูกต้องเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจและประทับใจ ทำให้สามารถรักษาลูกค้ารายเดิมและลูกค้ารายใหม่ เพื่อรักษาและเพิ่มฐานลูกค้าของสาขา ดังนั้นการบริการให้ลูกค้าพึงพอใจและประทับใจมากที่สุด โดยเน้นที่ตอบสนองความพึงพอใจในทุกๆด้าน ส่งผลให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการที่สาขาอีก

ที่มาของการให้ความหมาย การตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและประทับใจ มาจาก ธนาคารกรุงไทยอบรมพนักงานทุกท่านก่อนปฏิบัติงานจริง ตามตำแหน่งและหน้าที่ เพื่อให้พนักงานทุกคนทราบวิธีและมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง กรณีธนาคารปรับปรุงระเบียบและวิธีการปฏิบัติงานจะแจ้งทางหนังสือเวียนและสื่อต่างๆของธนาคาร โดยแต่ละสาขาจะแจ้งข้อมูลอีกครั้งจากการประชุมตอนเช้าหรือประชุมประจำสัปดาห์เพื่อให้พนักงานทุกท่านทราบข้อมูลข่าวสารและปฏิบัติงานตามระเบียบและมาตรฐานคุณภาพการบริการ หากมีปัญหาเรื่องการบริการ เช่น กรณีลูกค้าไม่พึงพอใจไม่ว่ากรณีใดๆ ผู้จัดการสาขาหรือรองผู้จัดการ สาขาจะขอโทษเหตุการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้นต่อลูกค้า และสอบถามลูกค้าเพื่อนำปัญหาที่เกิดขึ้นมาพัฒนาสาขาเพื่อลดเรื่องข้อร้องเรียน

3. คุณภาพการบริการ คือ การดูแลใส่ใจในการบริการลูกค้า

พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ คือ การเอาใจใส่ดูแลลูกค้าในทุกกระบวนการบริการ ตั้งแต่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ โดยมีพนักงานต้อนรับสอบถามความต้องการในการใช้บริการ หากลูกค้ารอการรับบริการนานพนักงานต้อนรับมาชี้แจงสาเหตุหรือแนะนำลูกค้าใช้บริการช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อถึงลำดับบริการให้พนักงานผู้ทำรายการกล่าวทักทายลูกค้าและทำธุรกรรมที่ลูกค้าประสงค์ด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว เมื่อทำธุรกรรมเสร็จให้ลูกค้าตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง แล้วกล่าวขอบคุณลูกค้า นอกจากนี้การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าทำให้พนักงานเห็นสีหน้าและท่าทางของลูกค้า ทำให้ทราบว่าลูกค้ามีความรู้สึกอย่างไร

ที่มาของการให้ความหมาย การเอาใจใส่ดูแลลูกค้า มาจาก พนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกท่าน ทุกกระบวนการบริการ เช่น ระหว่างการรอคิว ระหว่างการทำธุรกรรม การจดจำลูกค้าได้ จึงทำให้ลูกค้าทุกท่านรู้สึกได้รับการเอาใจใส่

4. คุณภาพการบริการ คือ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรีได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ คือ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า รวดเร็ว เมื่อลูกค้ามาใช้บริการทุกธุรกรรมทั้งรายการฝาก ถอน ชำระค่าบริการ พนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าทุกราย ให้สะดวกรวดเร็ว รวมทั้งหากลูกค้ามีปัญหาพนักงานตอบและแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้ทุกปัญหาและรวดเร็ว

ที่มาของการให้ความหมาย การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า มาจาก ลูกค้าแต่ละท่านที่มาใช้บริการที่ธนาคารไม่เหมือนกัน ลูกค้าบางท่านมาใช้บริการบ่อย ลูกค้าบางท่านไม่เคยใช้บริการกับธนาคารมาก่อน ทำให้ไม่คุ้นเคยกับพื้นที่และเอกสาร พนักงานจะช่วยเหลือลูกค้าทุกท่านในการทำธุรกรรม เพื่อให้ลูกค้าทุกท่านรู้สึกสะดวกสบายในการทำธุรกรรม ทั้งการให้คำแนะนำข้อมูล เอกสารหลักฐาน และบริการด้วยความถูกต้องรวดเร็ว

5. คุณภาพการบริการ คือ การให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและมีมาตรฐานในการบริการ

การให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและมีมาตรฐานในการบริการ โดยการจัดกระบวนการให้บริการในสาขาโดยแบ่งสัดส่วนในการให้บริการที่ชัดเจน เช่น เคาน์เตอร์บริการลูกค้า เคาน์เตอร์ที่ปรึกษาทางการเงินและเปิดบัญชี บริการด้านสินเชื่อ แล้วจัดสรรลำดับการรอรับบริการอย่างเป็นธรรม โดยองค์กรจัดสรรบุคลากรตามความรู้ความสามารถและทักษะในการบริการ และให้บริการด้วยความถูกต้องรวดเร็ว โดยพนักงานที่แนะนำผลิตภัณฑ์ได้ต้องมีใบอนุญาตและแนะนำตามระเบียบธนาคาร เพื่อการบริการที่มีประสิทธิภาพทำให้ลูกค้ามั่นใจในการบริการ

ที่มาของการให้ความหมาย การให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและมีมาตรฐานในการบริการ องค์กรกำหนดมาตรฐานการบริการลูกค้า เมื่อพนักงานปฏิบัติงานตามมาตรฐานหรือแนวทางการบริการทำให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดีอย่างสม่ำเสมอ เช่น มาตรฐานในการฝาก การถอน การเปิดและปิดบัญชี ทำให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดีและถูกต้อง

2. สภาพปัญหาของคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

จากการสัมภาษณ์สภาพปัญหาคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย พนักงานและลูกค้า ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบปัญหาและอุปสรรคในคุณภาพการบริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัญหาด้านจำนวนพนักงาน

พนักงานธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ให้ความสำคัญด้านมาตรฐานในการบริการ การดูแลผลประโยชน์สูงสุดให้แก่ลูกค้า เน้นการบริการที่ยุติธรรม รับผิดชอบ และเสมอต้นเสมอปลาย รวมทั้งปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความใส่ใจลูกค้าเป็นอันดับหนึ่ง ปัญหาด้านพนักงานไม่เพียงพอทำให้บางเวลาที่ลูกค้ามารอเป็นจำนวนมาก พนักงานไม่สามารถอธิบายรายละเอียดได้ทั้งหมด ส่งผลกระทบต่อมาตรฐานในการบริการของธนาคาร กรณีเมื่อลูกค้ามาทำธุรกรรม พนักงานไม่ได้แนะนำผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆที่เหมาะสมกับลูกค้า อาจเนื่องจากลูกค้าจำนวนมาก ทำให้ต้องรีบทำธุรกรรมและเรียกลูกค้ารายใหม่ ทำให้ลูกค้าเสียผลประโยชน์และไม่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2. ปัญหาด้านกายภาพ

ปัญหาด้านคุณภาพด้านกายภาพ เกิดจากอุปกรณ์ อาคารและสถานที่ เช่น ที่จอดรถไม่เพียงพอ เครื่องนับธนบัตร ป้ายแสดงข้อมูลและเครื่องรับฝากเงินอัตโนมัติ โดยอุปกรณ์อาคารสถานที่สะอาดและมีการจัดสรรตำแหน่งและพื้นที่ที่ชัดเจนเข้าใจง่าย ส่งผลให้ลูกค้าสะดวกต่อการใช้บริการและเกิดความประทับใจ

2.1 ปัญหาสถานที่จอดรถ

ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ตั้งอยู่ที่ถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี บริเวณด้านหน้าธนาคารจอดรถยนต์แบบชิดทางเท้าได้จำนวน 2 คัน และรถจักรยานยนต์จอดบนทางเท้า ดังนั้นการเดินทางมาทำธุรกรรมของธนาคาร ลูกค้ามีปัญหาด้านที่จอดรถไม่เพียงพอ ไม่สามารถจอดรถบริเวณหน้าธนาคารได้ บริเวณใกล้กับธนาคารก็หาที่จอดรถยนต์ยาก ทำให้ลูกค้าเลือกใช้จักรยานยนต์มากกว่ารถยนต์ หรือบางครั้งก็เลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาอื่น ทำให้ส่งผลกระทบต่อฐานลูกค้าของสาขาถนนไกรเพชร

2.2 ปัญหาอุปกรณ์ตู้ฝากเงินอัตโนมัติ

ตู้ฝากเงินอัตโนมัติตั้งอยู่บริเวณหน้าธนาคาร เพื่อเพิ่มช่องทางทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ในช่วงเวลาที่ลูกค้ารอการบริการในสาขาจำนวนมากหรือนอกเวลาทำการของธนาคาร ตู้ฝากเงินอัตโนมัติบางเวลาเครื่องขัดข้องไม่สามารถฝากเงินได้ ไม่สามารถอ่านธนบัตรชำรุด ยับและธนบัตรรุ่นใหม่ได้ ทำให้ลูกค้าไม่สามารถทำธุรกรรมได้ ส่งผลกระทบให้ลูกค้า

ไม่พึงพอใจ ลูกค้าอาจเปลี่ยนช่องทางการบริการทำธุรกรรม หรือเลือกเปลี่ยนธนาคารในการทำธุรกรรม

2.3 ปัญหาเรื่องเครื่องนับธนบัตร

เครื่องนับธนบัตรของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชรมีจำนวน 4 เครื่อง สามารถนับจำนวนธนบัตรและตรวจสอบธนบัตรปลอมได้ แต่ไม่ได้แยกประเภทตามมูลค่าของธนบัตร ดังนั้นการทำงานของสาขาถนนไกรเพชร พนักงานจะนับเงินต่อหน้าลูกค้าและตรวจสอบจำนวนเงินด้วยเครื่องนับธนบัตร เพื่อความถูกต้องไม่มีปัญหาด้านธนบัตรแทรกและเพื่อความมั่นใจของลูกค้า แต่อาจทำให้ลูกค้ารอนานหากเงินจำนวนมาก

2.4 ปัญหาด้านป้ายแสดงข้อมูล

ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร มีพื้นที่แสดงข้อมูลต่างๆ เช่น อัตราดอกเบี้ยต่างๆทำด้วยบอร์ดอะคริลิค และมูลค่าหน่วยลงทุน (NAV) ของกองทุน ซึ่งแสดงข้อมูลเป็น ณ วันปัจจุบัน มีโทรทัศน์แสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์ใหม่ๆของธนาคาร

2.5 ปัญหาด้านอาหารและเครื่องดื่ม

ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ปัจจุบันไม่ได้ติดตั้งจุดบริการน้ำดื่ม เนื่องด้วยสาขาคำนึงถึงความสะอาดของสาขาเป็นหลัก เดิมธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ติดตั้งจุดบริการน้ำดื่ม เป็นเหยือกบรรจุน้ำ แล้วมีแก้วใส่ถาดรองไว้ โดยแยกแก้วระหว่างแก้วที่ใช้แล้วกับไม่ได้ใช้ออกจากกัน แต่บางครั้งมีน้ำหกถาดรองแก้วหรือบริเวณพื้น ส่งผลต่อความสะอาดของบริเวณนั้น ธนาคารจึงนำจุดบริการน้ำดื่มออกจากสาขา

3. แนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

จากการสัมภาษณ์แนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ประกอบด้วย พนักงานและลูกค้า ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านบุคลากร

1.1 การจัดสรรพนักงานให้คำแนะนำลูกค้า

การก้าวเข้าสู่ยุคดิจิตอลของธนาคาร ลูกค้าสนใจด้านการทำธุรกรรมออนไลน์มากขึ้น ลูกค้าจึงมาสมัครและแก้ไขการใช้บริการธนาคารออนไลน์เป็นจำนวนมากต่อ 1 วัน ส่งผลให้บางเวลาลูกค้ารอทำธุรกรรมจำนวนมาก เนื่องมาจากการสมัครใช้ธนาคารออนไลน์นั้น พนักงานต้องสมัครและแนะนำวิธีการใช้งานระบบให้ลูกค้า ซึ่งหากลูกค้าบางท่านไม่มีประสบการณ์การใช้บริการมาก่อนจึง

ต้องอธิบายให้ครบถ้วน เพื่อป้องกันการทำธุรกรรมไม่สำเร็จหรือผิดพลาด ดังนั้นหากมีลูกค้ารอจำนวนมาก อาจมีตำแหน่งอื่นๆที่มีความชำนาญด้านธุรกรรมนี้เช่นกันมาอธิบายลูกค้า ทำให้พนักงานได้รับลูกค้ารายถัดไปได้ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อลูกค้าท่านเดิม

1.2 การรักษามาตรฐานการบริการของพนักงาน

ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ผู้จัดการสาขาและพนักงานให้ความสำคัญในคุณภาพด้านการบริการกับลูกค้าทุกราย ทุกเช้าจะมีการประชุม 15-20 นาที เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ รวมถึงข้อมูลด้านการบริการ อาจมีการยกตัวอย่างกรณีปัญหาที่ทำให้ลูกค้าไม่พอใจ และระดมสมองเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหา ทำให้พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเนื่องจากมีการเตรียมความพร้อมในการแก้ไขปัญหา รวมทั้งมีความรู้ข้อมูลข่าวสารทำให้ตอบคำถามลูกค้าได้อย่างชัดเจน ด้านการทำธุรกรรมหากมีการทำข้อมูลผิดพลาดพนักงานจะกล่าวขอโทษลูกค้า และอธิบายการแก้ไขรายการอย่างชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจ ธนาคารกรุงไทยได้วัดความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งการประเมินความพึงพอใจจากการกดให้คะแนนการบริการหน้าเคาน์เตอร์ธนาคาร และการสอบถามคุณภาพด้านการบริการจากการสัมภาษณ์ลูกค้าที่มาใช้บริการ ทำให้ทราบข้อบกพร่องของพนักงานและสาขา จึงเป็นผลดีต่อคุณภาพด้านการบริการ โดยจากงานวิจัยสามารถสรุปแนวทางการรักษามาตรฐานการบริการของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ได้ดังนี้

1. กำหนดคุณภาพการบริการให้มีผลต่อดัชนีชี้วัดคุณภาพ (KPI) ของสาขาและพนักงาน คุณภาพการบริการเกิดได้จากบุคลากรร่วมมือกันปรับปรุงการให้บริการที่บกพร่อง และพัฒนาการบริการที่ดีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น ดังนั้นบุคลากรแต่ละตำแหน่งหน้าที่ควรใส่ใจการบริการตามหน้าที่ของตนเองและใส่ใจการบริการในภาพรวมขององค์กร

2. การจัดอบรมสัมมนา บุคลากร เป็นการส่งเสริมความรู้ความสามารถและทักษะให้กับบุคลากรทั้งด้านกฎระเบียบและคุณภาพการบริการของธนาคาร การอบรมสัมมนาช่วยลดปัญหาเกี่ยวกับบุคลากรขาดความรู้ความสามารถ ทำให้เมื่อพนักงานปฏิบัติหน้าที่จริงสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์หรือทำธุรกรรมให้ลูกค้าได้ถูกต้องและรวดเร็ว จนลูกค้าเกิดความมั่นใจและประทับใจในการบริการ

3. กำหนดผู้ดูแลโดยตรงในการดูแลและติดตามผล มอบหมายให้หัวหน้างาน ติดตามผล ปัญหาในการจัดการคุณภาพการบริการของพนักงาน บางครั้งเกิดจากการปฏิบัติไม่สม่ำเสมอ ดังนั้นการกำหนดผู้ดูแลและติดตามผลด้วยการจัดกิจกรรมของสาขา โดยมีการให้รางวัลสำหรับพนักงานที่ได้รับคำชมเชยจากลูกค้าในทุกเดือน และคอยติดตามสอบถามพนักงานที่ได้รับคะแนนน้อยสุดจากลูกค้า ส่งผลให้พนักงานระมัดระวังในการให้บริการมากขึ้นและเกิดการบริการที่ดี

4. การปลูกฝังจิตสำนึกให้พนักงานรักองค์กร รักในการบริการ สามารถแก้ไขปัญหาคุณภาพการบริการ ซึ่งเกิดจากพนักงานเป็นหลัก หากองค์กรสร้างความผูกพันที่ดีและปลูกจิตสำนึกให้กับ

พนักงาน ส่งผลให้พนักงานไม่ได้ปฏิบัติงานตามหน้าที่เท่านั้น แต่ปฏิบัติงานด้วยจิตใจรักการบริการ รักองค์กร ทำให้ปฏิบัติหน้าที่โดยมีคุณภาพและประสิทธิภาพอย่างสม่ำเสมอ

2. ด้านอุปกรณ์ เครื่องมืออำนวยความสะดวกและสถานที่

2.1 พนักงานรักษาความปลอดภัยอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าเรื่องสถานที่จอดรถ

การแก้ไขปัญหาด้านที่จอดรถของสาขาถนนไกรเพชร เป็นปัญหาที่มีมานาน บางครั้งลูกค้าจอดซ้อนคันถือเป็นการกระทำความผิดทางจราจรได้ อาจเกิดอุบัติเหตุ หรือโดนใบสั่งได้ เนื่องจากด้านหน้าธนาคารจอดรถยนต์ได้เพียง 2 คัน ถ้ามีรถจักรยานยนต์มาจอดทำให้รถยนต์จอดไม่ได้หรือจอดได้เพียง 1 คัน ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชรได้จัดระเบียบการจอดรถ โดยให้รถจักรยานยนต์จอดบนทางเท้า แล้วรถยนต์จอดเทียบทางเท้า แนวทางการแก้ไขปัญหา คือ พนักงานรักษาความปลอดภัยอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าขณะจอดรถ โดยให้ลูกค้าจอดรถตามที่สาขาได้จัดระเบียบการจอดรถไว้

2.2 การติดป้ายแสดงตู้ฝากเงินอัตโนมัติขัดข้องและโทรแจ้งเจ้าหน้าที่เมื่ออุปกรณ์ตู้ฝากเงินอัตโนมัติเกิดปัญหา

ตู้ฝากเงินของธนาคารกรุงไทย มีพนักงานผู้รับผิดชอบมาตรวจสภาพของเครื่องและแก้ไขปัญหาทุกวัน แต่เมื่อเกิดปัญหา เช่น ระบบขัดข้อง เงินติดตู้ฝากอัตโนมัติ แนวทางการแก้ไขปัญหาเมื่อทราบว่าตู้ฝากเงินอัตโนมัติขัดข้องให้รีบติดป้ายแสดง แล้วแจ้งในระบบงานเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ (ATM) และเครื่องรับฝากเงินอัตโนมัติ (ADM) หรือโทรแจ้งพนักงานผู้รับผิดชอบให้มาตรวจสอบปัญหาให้เร็วที่สุด โดยสาขากำหนดผู้รับผิดชอบโดยตรง หากมีปัญหาเงินติดตู้เงินฝากให้รีบประสานให้คืนเงินลูกค้าโดยเร็ว

2.3 การจัดสรรเครื่องนับธนบัตรที่ทันสมัย

แนวทางการแก้ไขปัญหา การจัดสรรเครื่องนับธนบัตรที่ทันสมัย ที่สามารถนับธนบัตรหลายชนิดคละกันได้ในครั้งเดียว โดยแสดงมูลค่าทั้งหมด และมูลค่าของแต่ละธนบัตรได้ รวมทั้งอาจใช้ได้กับหลายสกุลเงิน เช่น ธนบัตรไทย ธนบัตรยูเอสดอลล่าร์ ธนบัตรยูโร เป็นต้น เพื่อลดระยะเวลาในการทำงานและเพิ่มความถูกต้องในการตรวจสอบธนบัตรให้แก่ลูกค้าและพนักงาน

2.4 การเปลี่ยนจุดแสดงอัตราดอกเบี้ย หรือเปลี่ยนป้ายแสดงข้อมูลให้น่าสนใจมากขึ้น

แนวทางการแก้ไขปัญหา เปลี่ยนจุดแสดงอัตราดอกเบี้ยให้อยู่ในบริเวณที่ลูกค้ามองเห็นได้สะดวก หรือเปลี่ยนป้ายแสดงข้อมูลให้น่าดึงดูดสายตาลูกค้ามากกว่าปัจจุบัน โดยอาจเป็นป้ายลักษณะเป็น LED ซึ่งสามารถแสดงข้อมูลได้หลายหน้าจอสลับกัน เช่น อัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มูลค่าหน่วยลงทุน (NAV) ของกองทุน รวมทั้งข้อมูลผลิตภัณฑ์ของธนาคาร

2.5 การจัดพื้นที่บริการอาหารและเครื่องดื่ม

แนวทางการแก้ไขปัญหา เพิ่มจุดบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม เช่น น้ำเปล่า ชา กาแฟ น้ำหวาน ให้ลูกค้ารับประทานระหว่างรอลำดับการบริการ หากลูกค้ารอลำดับการบริการเป็นเวลานาน อาจให้พนักงานยกอาหารหรือเครื่องดื่มมาบริการให้กับลูกค้า และหน้าเคาน์เตอร์จัดบริการลูกอมใส่ขวดโหลให้ลูกค้า

2. อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การให้ความหมาย ที่มาของความหมายและแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เพื่อศึกษาถึงการให้ความหมายและที่มาของความหมาย สภาพปัญหา และแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

จากผลการวิจัย “การให้ความหมาย ที่มาของความหมายและแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี” ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย พนักงานและลูกค้า ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ผู้วิจัยอภิปรายตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. การให้ความหมายของคำว่า คุณภาพการบริการ ของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พนักงานและลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ให้ความหมายและที่มาของความหมายของคุณภาพการบริการ ตามความรู้ ความเข้าใจและประสบการณ์ ได้ดังนี้คือ 1) การบริการด้วยความเป็นกันเองเสมือนเป็นญาติพี่น้อง 2) การบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าจนเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีก 3) การดูแลใส่ใจในการบริการลูกค้า 4) การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า 5) การให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและมีมาตรฐานในการบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรชุมา จาปรุง และ วรุณ ตันตระบัณฑิตย์ (2557) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการธนาคารออมสินกรณีศึกษาสาขาม่านเมฆ โดยผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุ สถานภาพและกลุ่มอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการ ผู้ใช้บริการธนาคารออมสินมีระดับค่าเฉลี่ยของการรับรู้มากกว่าความคาดหวังทุกมิติคุณภาพการบริการแสดงว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในบริการทั้ง 5 มิติ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าได้ การให้ความหมายของคุณภาพการบริการคือการบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าจนเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกสอดคล้องกับ การให้ความหมายของ ละออง ศรี

จันทร์ (2557) ซึ่งให้ความหมายของการบริการ คือ การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจตามความคาดหวัง ซึ่งการบริการมีหรือไม่มีสินค้าร่วมอยู่ด้วยก็ได้ เป็นเพียงความรู้สึกพึงพอใจในการรับบริการ ดังนั้นการที่จะวัดการให้บริการว่าจะบรรลุเป้าหมายหรือไม่นั้น วิธีหนึ่งคือ การวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการ เพื่อให้ทราบความสามารถในการตอบสนอง ความต้องการของผู้ใช้บริการ แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความคาดหวังและการับรู้การบริการที่แท้จริง หากได้รับบริการที่เกินคาดหวังจนเกิดความประทับใจ จะสามารถช่วยรักษาลูกค้าเดิมและสามารถเพิ่มลูกค้าใหม่ได้ การให้ความหมายของคุณภาพการบริการคือการให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและมีมาตรฐานในการบริการ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า การดูแลเอาใจใส่ในการบริการลูกค้าและการบริการด้วยความเป็นกันเองเสมือนญาติพี่น้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา ศรีบำรุง (2557) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

2. สภาพปัญหาของคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร พบสภาพปัญหาด้านบุคลากร ได้แก่ จำนวนพนักงาน ปัญหาด้านกายภาพ ได้แก่ ปัญหาสถานที่จอดรถ ปัญหาอุปกรณ์ตู้ฝากเงินอัตโนมัติ ปัญหาเรื่องเครื่องนับธนบัตร ปัญหาด้านป้ายแสดงข้อมูล ปัญหาด้านอาหารและเครื่องดื่ม สอดคล้องแนวคิดการพิจารณาคุณภาพการบริการของ ชลธิชา ศรีบำรุง (2557) ว่าจะต้องพิจารณาคุณภาพใน 3 ด้านคือ 1) คุณภาพด้านกายภาพ (Physical Quality) เช่น เครื่องมืออุปกรณ์ อาคาร และสถานที่ 2) คุณภาพขององค์กรหรือหน่วยงานที่ให้บริการ (Corporate Quality) เช่น บุคลากร และภาพพจน์ของหน่วยงาน 3) คุณภาพของการปฏิสัมพันธ์ (Interactive Quality) ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ รวมถึงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการด้วยกันเอง

3. แนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ปัญหาของคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย เกิดได้จาก พนักงาน อุปกรณ์ สถานที่ และปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ลูกค้าไม่สะดวกสบาย หรือเกิดปัญหาขณะทำธุรกรรม สอดคล้องกับแนวคิดปัญหาที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ ของ ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา (2557) กล่าวว่า ซึ่งปัญหาดังกล่าวเกิดจากการที่นำเสนอบริการของกิจการที่ลูกค้ารับรู้ไม่ตรงกับที่ลูกค้าคาดหวัง เรียกว่า “ช่องว่างของคุณภาพ” ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้การบริการลูกค้าไม่ประสบความสำเร็จ ดังนั้นความสำเร็จของกิจการบริการจึงอยู่ที่คุณภาพการบริการ เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับงานที่สำคัญ 2 ด้าน ดังต่อไปนี้ 1. การศึกษาช่องว่างของคุณภาพการบริการหมายถึงการค้นหาสาเหตุที่ทำให้การบริการไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งสามารถช่วยให้บริษัทสามารถทราบสาเหตุที่แท้จริงของปัญหาของการบริการและหาแนวทางการ

แก้ไขปัญหาที่ถูกต้อง ทำให้สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล 2. การลดช่องว่างของคุณภาพการบริการการหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของการบริการ

แนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการ ด้านบุคลากร ประกอบด้วย การจัดสรรพนักงานให้คำแนะนำลูกค้าและการรักษามาตรฐานการบริการของพนักงาน โดยสาขาถนนไกรเพชรมีแนวทางการรักษามาตรฐานการบริการของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร ได้ดังนี้ 1. กำหนดคุณภาพการบริการให้มีผลต่อดัชนีชี้วัดคุณภาพ (KPI) ของสาขา 2. การจัดอบรมสัมมนาบุคลากร 3.กำหนดผู้ดูแลโดยตรงในการดูแลและติดตามผล มอบหมายให้หัวหน้างาน ติดตามผลปัญหาในการจัดการคุณภาพการบริการของพนักงาน 4.การปลูกฝังจิตสำนึกให้พนักงานรักองค์กร สอดคล้องกับ นิตยา เงินประเสริฐศรี (2557) กล่าวว่า องค์กรให้การบริการต้องสนใจที่การติดต่อกับลูกค้าและพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงาน ในประเด็นต่อไปนี้ 1. การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพเป็นเรื่องสำคัญ ถึงแม้ว่าจะยากในการกำหนดว่า ลูกค้าต้องการอะไร องค์กรจะเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้โดยทำวิจัยการตลาดและความต้องการของลูกค้า 2. พฤติกรรมผู้ให้บริการเป็นลักษณะที่สำคัญบ่งบอกให้เห็นถึงคุณภาพการบริการ ยกตัวอย่างเช่น ธนาคารพบว่า เจ้าหน้าที่เคาน์เตอร์ (Teller) ต้องมีความเป็นมิตรกับลูกค้า 3. ภาพพจน์ขององค์กรเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดความคาดหวังของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการที่ได้รับ และการกำหนดมาตรฐานของบริการ ผู้บริหารระดับสูงต้องรับผิดชอบกำหนดภาพพจน์องค์กร 4. การกำหนดระดับของการให้บริการรวมทั้งการวัดผลการให้บริการ 5. กิจกรรมการควบคุมคุณภาพเกิดขึ้น ซึ่งหัวหน้าและเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพไม่ได้อยู่ ณ จุดให้บริการ ผู้บริการต้องได้รับการฝึกอบรมและสามารถบริหารจัดการด้วยตนเองได้เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถให้บริการอย่างมีคุณภาพแก่ลูกค้า

3. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากการวิจัยพบว่า คุณภาพด้านการบริการของพนักงานกรุงไทย ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก โดยลูกค้าให้ความสำคัญกับการบริการพนักงาน รวมทั้งองค์กรเป็นสื่อในการทำให้เกิดคุณภาพการบริการโดยให้ความรู้และฝึกฝนทักษะในด้านต่างๆให้กับพนักงาน เพื่อให้การบริการมีมาตรฐาน มีประสิทธิภาพและบริการอย่างเป็นธรรม ตามกฎระเบียบของธนาคาร

2. จากการวิจัยพบว่า แนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการ โดยพัฒนาพนักงานให้มีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการบริการเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจนั้น องค์กรเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพตามเกณฑ์ของธนาคาร เช่น สื่อสารผ่านอินเตอร์เน็ตองค์กร อีเมลล์

อบรมสัมมนา หรือการแสดงบทบาทสมมติ องค์กรสามารถพัฒนาอาคารสถานที่ให้ทันสมัยและสะดวกยังเป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการอีกทางหนึ่ง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยศึกษาจากลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งเป็นการศึกษาการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้เกิดความประทับใจและกลับใช้บริการ ซึ่งการวิจัยนี้จะเป็นแนวทางการพัฒนาองค์กรให้มีคุณภาพการบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ควรมีการศึกษาวัฒนธรรมองค์กรในด้านคุณภาพด้านการบริการกับพนักงาน โดยศึกษาจากพนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นการศึกษาองค์กรและบุคลากรในด้านการดูแลลูกค้าและ การควบควบคุมคุณภาพในองค์กร ทำให้ให้ทราบการปฏิบัติงานที่ดีขององค์กรในการควบคุมคุณภาพที่ควรรักษาไว้และข้อที่ควรปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้พนักงานและองค์กรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและคุณภาพในการบริการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

รายการอ้างอิง

กิตติพัฒน์ นนทปัทมะดุลย์. (2553). ทฤษฎีสังคมสงเคราะห์ร่วมสมัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2551). จิตวิทยาการบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 2 ed.). กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

จิตรา ลออศรี. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการธนาคารกรุงไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จุไรรัตน์ ชุตินันท์. (2554). การศึกษาเปรียบเทียบการวัดคุณภาพการบริการระหว่างโรงพยาบาลภาคเอกชนและโรงพยาบาลภาครัฐบาล โดยการประยุกต์ใช้ *SERVQUAL Model.* (ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชลธิชา ศรีบำรุง. (2557). คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยบูรพา.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

ชุติธร หาญดำรงสุข. (2554). แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงระบบสารสนเทศของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) พื้นที่ภาคที่ 1 เขตที่ 1 จังหวัดกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

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

ญรัญรัตน์ มณฑีรัตน์. (2557). อิทธิพลการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารที่มีส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อการใช้บริการผ่านคุณภาพการให้บริการ ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. *Veridian E-Journal,* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต.

ธนาคารกรุงไทย. (2560). Retrieved from https://www.ktb.co.th/

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). ธนาคารแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 67/2559. Retrieved from www.bot.or.th

ธนาคารออมสิน. (2560). ธุรกิจธนาคาร. Retrieved from www.gsb.or.th

ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา. (2557). การตลาดสำหรับการบริหารแนวคิดและกลยุทธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 4 ed.). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นันทมน ไชยโคตร. (2557). ภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตบางแค. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นิตยา เงินประเสริฐศรี. (2557). การบริหารคุณภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พชรมน วิภาตนาวิน. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเรือสำราญทานอาหารค่ำชมทัศนียภาพริมแม่น้ำเจ้าพระยา กรุงเทพมหานคร. (ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

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

เพ็ญภิษา สถิตธีรานนท์. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้รับบริการของ ธนาคารกรุงไทย สาขานานาเหนือ. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ละออง ศรีจันทร์. (2557). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของรีสอร์ท. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วรพัชร์ ชุมวรฐายี. (2557). อิทธิพลของคุณลักษณะของงานที่มีต่อคุณภาพการให้บริการผ่านการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ.

ศลิษา ภมรสถิตย์. (2557). การจัดการดำเนินงาน (พิมพ์ครั้งที่ 1 ed.). กรุงเทพฯ: บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.

ศิริพร มงคลรัตนาศิริ. (2559). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

ศุภลักษณ์ สุริยะ. (2556). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน กรณีศึกษา : โรงแรมบูติก กรุงเทพมหานคร. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สมชาติ กิจยรรยง. (2544). การพัฒนาทีมงานบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 2 ed.). กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็กซเปอร์เน็ท จำกัด.

สมศักดิ์ ประเสริฐมุข. (2554). จิตวิทยาการจัดการองค์กรอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พริ้นติ้ง. เฮ้าส์.

สัจจา โสภา. (2556). ความคาดหวังและความพึงพอใจนักเรียนต่อการบริการ ที่ศูนย์เตรียมความพร้อมภาษาอังกฤษและคณิตศาสตร์. (ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สิทธิชัย ศรีเจริญประมง. (2556). แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ)), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ. (2550). จิตวิทยาบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 2 ed.).

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อดุลพัฒนกิจ.

อรชุมา จาปรุง และ วรุณ ตันตระบัณฑิตย์. (2557). คุณภาพการบริการธนาคารออมสินกรณีศึกษาสาขาม่านเมฆ. Paper presented at the Graduate Research conference, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

เอื้อมบุญ เล้าศศิวัฒนพงศ์. (2555). การประเมินคุณภาพบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา ราชบุรี. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ภาคผนวก

คำถามในการสัมภาษณ์

คำถามในการสัมภาษณ์

การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

ตอนที่ 1 แนวคำถามสำหรับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-นามสกุล
2. เพศ
3. อายุ
4. ระดับการศึกษา
5. อาชีพและสถานที่ทำงาน

ตอนที่ 2 การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย คุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขา ถนนไกรเพชร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

1. ท่านเคยใช้บริการที่ธนาคารมาก่อนหรือไม่ ธนาคารใดบ้าง เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร เหตุใดถึงใช้บริการที่ธนาคารแห่งนั้น
2. ความหมายของการบริการคืออะไร มีที่มาของความหมายอย่างไร
3. ความหมายของคุณภาพคืออะไร มีที่มาของความหมายอย่างไร
4. ความหมายของคุณภาพการบริการคืออะไร มีที่มาของความหมายอย่างไร
5. คุณภาพการบริการที่ดีมีลักษณะอย่างไร

ตอนที่ 3 สภาพปัญหาของคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร

1. ท่านเคยพบปัญหาในการมาทำธุรกรรมที่ธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชรหรือไม่ ท่านพบปัญหาใดบ้าง เหตุการณ์เป็นอย่างไร
2. ท่านคิดว่าปัญหาของคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชรคืออะไร เกิดจากสาเหตุใด

ตอนที่ 4 แนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาถนนไกรเพชร

1. ปัญหาของคุณภาพการบริการ มีการวิธีแก้ไขปัญหาได้อย่างไร
2. ท่านมีข้อเสนอแนะและแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการได้อย่างไรบ้าง

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	เพ็ญพิญาณ์ คงสมบูรณ์
วัน เดือน ปี เกิด	22 มกราคม 2530
สถานที่เกิด	จ.ราชบุรี
วุฒิการศึกษา	ปริญญาวิศวกรรมศาสตร์บัณฑิต (วิศวกรรมการอาหาร)
ที่อยู่ปัจจุบัน	99/30 หมู่ที่ 2 ตำบลบ้านไร่ อำเภอเมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี 70000