

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับบทนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยในการนำเสนอได้แบ่ง เป็น ประสิทธิภาพ และการให้บริการ ดังหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ประวัติของธนาคารพาณิชย์
2. ความหมายและความเป็นมาของเครื่องบริการเงินด่วน และบัตรถอนเงินอัตโนมัติ
3. นโยบาย e-business
4. นโยบาย e-banking
5. ทฤษฎีแรงจูงใจและทฤษฎีความพึงพอใจ
6. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
7. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะ
8. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพ
9. แนวคิดทางการตลาดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
10. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการ
11. หลักการให้บริการ
12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ประวัติของธนาคารพาณิชย์

ธนาคารพาณิชย์ และหน้าที่ของธนาคารพาณิชย์ (Commercial Bank and Responsibility of Commercial Bank)

ประวัติความเป็นมาของธนาคารพาณิชย์

ในปัจจุบันนี้ธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินกิจการในโลกของเรานี้เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางไม่ว่าจะเป็นเด็กหรือผู้ใหญ่ ซึ่งเป็นที่เรารู้ว่าเป็นแหล่งในการเก็บออม และแหล่งของเงินกู้ชนิดต่างๆ ซึ่ง คำว่าธนาคารนั้นตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Bank ซึ่งแปลมาจากคำว่า Bench ซึ่งแปลว่าม้านั่ง ทั้งนี้เนื่องจากในสมัยก่อนมีพวกพ่อค้าที่ทำหน้าที่คอยรับเปลี่ยนเงินจากผู้มาติดต่อทั่วไปมักจะนั่งอยู่บนหลังม้าต่อมาศัพท์ดังกล่าวจึง ได้มีการปรับปรุง และพัฒนาจนมาเป็นคำว่า Bank ที่เรารู้จักกัน

ในปัจจุบัน ถ้าหากเราจะทำการศึกษาถึงประวัติศาสตร์ของธนาคารพาณิชย์ แล้วนั้นเราลองมาทำความเข้าใจกับวิวัฒนาการของธนาคารพาณิชย์กันดีกว่าว่ามีรูปแบบ หรือการกำเนิดมาจากไหน (สินีนาฏ สุภรณ์ไพบุลย์ 2543: 23) ธนาคารที่ถูกค้นพบ และมีความเชื่อว่าเป็นธนาคารแห่งแรกนั้นเกิดขึ้นเมื่อ 3,500 ก่อนคริสตกาล ณ เมืองอูรุก (Aurous) ในอาณาจักรบาบิโลน โดยธนาคารนี้ได้เปิดดำเนินการภายในวัด โดยมีนักบวชในวัดเป็นนายธนาคาร โดยสินทรัพย์ที่ให้สำหรับการกู้ยืมก็จะเป็นสิ่งของที่มิมีผู้นำมาฝากกระเทพเจ้าในวัดนั่นเอง ต่อมาก่อนคริสตกาลประมาณ 1,000 ปี ทางประเทศจีนก็มีธนาคารเกิดขึ้น โดยตั้งอยู่ในมณฑลซ่านซี ซึ่งคอยทำหน้าที่ในการ โอนเงิน และแลกเปลี่ยนเงินให้แก่พวกพ่อค้าที่คอยส่งสินค้าไปยังมณฑลอื่น ๆ ต่อมาประมาณ 600 ปีก่อนคริสตกาล ณ ประเทศกรีกก็ได้เกิดธนาคารขึ้นหลายธนาคารไม่ว่าจะดำเนินการโดยภาครัฐหรือเอกชนตลอดจน ศาสนจักร ทั้งนี้เนื่องจากกรีกได้นำแบบอย่างในการดำเนินกิจการเข้ามาใช้ในประเทศของตนจนกระทั่งถึงในสมัยโรมันธนาคารก็ได้มีการพัฒนาเทคนิคในการดำเนินการใหม่ ๆ เช่น การใช้หลักประกันในการกู้ยืม การหักบัญชีการค้า ตลอดจนการรับรองหนี้ อีกทั้งในสมัยนี้ก็ได้มีการออกกฎหมายธนาคารขึ้น จนกระทั่งหลัง ค.ศ. 487 คืออาณาจักรโรมันพินาศ ฝ่ายศาสนจักรเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ได้มีการกำหนดข้อห้ามขึ้นมากเกี่ยวกับการคิดดอกเบี้ยซึ่งถือได้ว่าเป็นบาป ซึ่งทำให้กิจการของธนาคารในยุคนี้หยุดชะงักตัวลงไป จนกระทั่งถึงศตวรรษที่ 10 ก็ได้เกิดสงครามศาสนาขึ้นคือสงครามครูเสด กิจการธนาคารก็ได้พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เป็นเพราะว่า มีความจำเป็นที่จะต้องใช้เงินเพื่อซื้ออาวุธยุทโธปกรณ์ ตลอดจนอาหารเพื่อใช้ในยามสงคราม นับแต่นั้นมากิจการธนาคารก็ได้ถูกพัฒนาอยู่เรื่อย ๆ มาจนถึงปัจจุบัน

จากข้อความข้างต้นเราจะเห็นได้ว่าธนาคารพาณิชย์นั้นมีการดำเนินการมานานนับร้อยปีแล้ว สำหรับถ้าจะกล่าวถึงธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย นั้นเริ่มเมื่อปี พ.ศ. 2431 โดยธนาคารที่เข้ามาเปิดคือธนาคารฮ่องกง และเซี่ยงไฮ้ของประเทศอังกฤษ ซึ่งเน้นการให้บริการในด้านการค้าระหว่างประเทศ ส่วนธนาคารพาณิชย์ของไทยแห่งแรกคือ บริษัทเบงกัลสยามกัมมาจลทุน จำกัด เมื่อปี พ.ศ. 2449 และได้เปลี่ยนชื่อมาเป็น ธนาคารไทยพาณิชย์เมื่อปี พ.ศ. 2482 และต่อมาก็ได้มีการจัดตั้งธนาคารพาณิชย์ที่เป็นของไทยเพิ่มขึ้น จนกระทั่งถึงวิกฤตเศรษฐกิจ ทำให้ทางกระทรวงการคลัง และธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศใช้มาตรการในการแก้ไขปัญหาในระบบสถาบันการเงิน เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2541 ซึ่งส่งผลให้ธนาคารพาณิชย์ของไทยที่ยังสามารถดำเนินการต่อไปได้มีเพียงแค่ 10 แห่งเท่านั้น

ธนาคารพาณิชย์ (Commercial Bank)

ธนาคารพาณิชย์ หมายถึง ธนาคารที่ประกอบธุรกิจประเภทรับฝากเงินที่ต้องจ่ายคืนเมื่อ ทวงถามหรือเมื่อสิ้นระยะเวลาที่กำหนดไว้ และใช้ประโยชน์จากเงินนั้นในทางหนึ่งหรือหลายทาง เช่น ให้กู้ยืม ซื้อขายหรือเก็บเงินตามตั๋วแลกเงินหรือตราสารเปลี่ยนมือใด ซื้อหรือขายเงินตรา ต่างประเทศ

1. ระบบธนาคารพาณิชย์ หมายถึง ธนาคารต่าง ๆ ที่ดำเนินกิจการพร้อม ๆ กัน หลายธนาคารในประเทศเดียวกัน ภายใต้บทกฎหมายเดียวกันและใช้ระเบียบปฏิบัติงานคล้ายคลึงกัน ระบบของธนาคารพาณิชย์จำแนกตามลักษณะที่เจ้าของทำการควบคุมได้ 3 ระบบใหญ่ ๆ คือ

1.1 ระบบธนาคารอิสระ (Independent Banking System) เป็นระบบที่ ธนาคาร แต่ละแห่งเป็นหน่วยงานอิสระไม่ผูกพันกับธนาคารอื่น ธนาคารในระบบนี้จะมีสำนักงาน เพียงแห่งเดียวไม่มีสาขาอื่นอีก เช่น ธนาคารตามมลรัฐต่าง ๆ ของสหรัฐอเมริกา

1.2 ระบบธนาคารสาขา (Branch Banking System) เป็นระบบธนาคารที่มีสาขา ตั้งแต่ 2 แห่งขึ้นไป กระจายดำเนินงานอยู่ทั้งในและนอกประเทศ เช่น ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ผู้จัดการธนาคารสาขาจะได้รับแต่งตั้งจากสำนักงานใหญ่ และดำเนินงานตามระเบียบข้อบังคับของ สำนักงานใหญ่อย่างเคร่งครัด

1.3 ระบบธนาคารกลุ่ม (Group Banking System) เป็นระบบธนาคารที่มี ธนาคารต่างชื่อต่างเสียงเข้ามารวมกันเป็นกลุ่ม ดำเนินกิจการร่วมกันภายใต้การควบคุมของ หน่วยงานกลางที่จัดตั้งขึ้นเป็นลักษณะของ ทรัสต์ นอกเหนือจากธนาคารแล้วภายในกลุ่มอาจจะมี บริษัทต่าง ๆ เข้าร่วมกลุ่มด้วย เช่น มีบริษัททอผ้าเข้าร่วมกลุ่มด้วย เป็นต้น

2. หน้าที่ของธนาคารพาณิชย์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 อย่าง คือ

2.1 หน้าที่เกี่ยวกับการให้บริการ มีดังนี้ การรับฝากและจ่ายเงิน การโอนเงิน การเรียกเก็บเงิน การให้เช่าหีบนิรภัย การปริวรรตเงินตราต่างประเทศ

2.2 หน้าที่เกี่ยวกับการสร้างเงินฝาก โดยธนาคารพาณิชย์มีแหล่งเงินทุนที่ รวบรวมมาได้ 3 ทางด้วยกัน คือ จากการลงทุนของผู้ถือหุ้นของธนาคาร กู้จากสถาบันการเงินต่าง ๆ จาก เงินฝากของลูกค้าเงินทั้ง 3 แหล่งนี้ ประมาณร้อยละ 75 จะได้จากเงินฝากของลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัย สำคัญที่สุดของธนาคารพาณิชย์ และเงินทุนที่ได้จากแหล่งเงินทุนดังกล่าวข้างต้น ธนาคารพาณิชย์ จะนำไปดำเนินการสำคัญ ๆ 3 ทาง ดังนี้ คือ ให้ลูกค้ากู้ยืมและรับซื้อลดตั๋วเงิน ลงทุนในหลักทรัพย์ รัฐบาลและหลักทรัพย์อื่น ลงทุนในอสังหาริมทรัพย์

การสร้างเงินฝาก หรือการขยายเครดิต ของธนาคารพาณิชย์โดยการให้กู้ยืมนั้น หมายถึงการนำเงินที่ได้รับมาจากแหล่งหนึ่งไปให้อีกแหล่งหนึ่งกู้ยืมเพื่อแสวงหากำไร เป็นหน้าที่สำคัญของธนาคารพาณิชย์ในระบบเศรษฐกิจ

วิธีสร้างเงินฝาก (Deposit Creation) วิธีสร้างเงินฝากของธนาคารนั้นเกิดขึ้น เนื่องจากการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ เช่น การให้กู้ยืม และเบิกเกินบัญชีนั่นเอง เมื่อลูกค้า นำเงินมาฝากไว้กับธนาคาร ธนาคารจะต้องเก็บเงินสดสำรองไว้ ส่วนจะเก็บไว้เป็นจำนวนเท่าใด ก็ขึ้นอยู่กับ

2.2.1 อัตราเงินสดสำรองที่กฎหมายกำหนดไว้ หมายถึง เงินที่กฎหมายกำหนดไว้ว่าธนาคารพาณิชย์จะต้องถือสำรองไว้เพื่อจ่ายให้กับลูกค้าที่มาถอนเงิน ซึ่งตามพระราชบัญญัติธนาคารพาณิชย์ พ.ศ. 2505 กำหนดให้ธนาคารพาณิชย์ต้องเก็บสำรองไว้ไม่ต่ำกว่า 6% ของยอดเงินฝาก

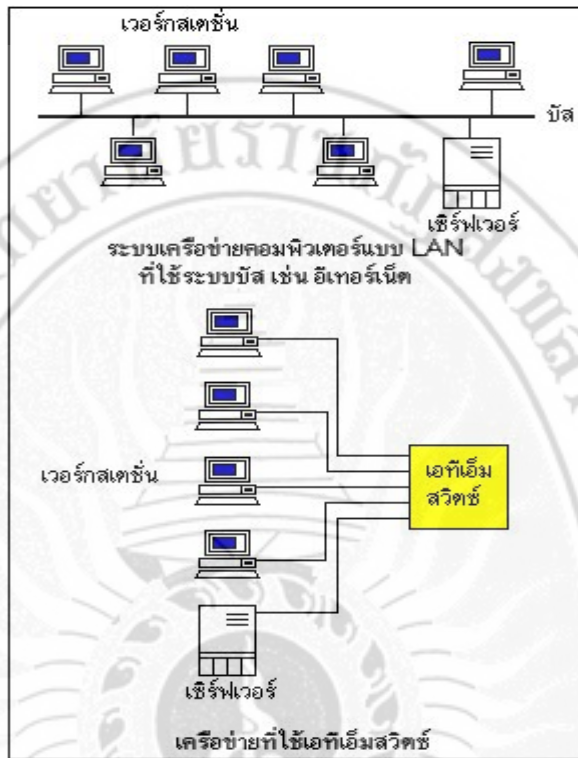
2.2.2 เงินสดที่ธนาคารต้องเก็บไว้จ่ายให้แก่ลูกค้า หมายถึง เงินสดสำรองอีกจำนวนหนึ่งที่ธนาคารจะต้องเก็บไว้จ่ายให้กับลูกค้าที่มาถอนเงินนอกเหนือจากเงินสดสำรองตามกฎหมาย โดยที่ธนาคารจะเก็บสำรองไว้มากแค่ไหนนั้น ธนาคารจะคำนึงถึงสภาพคล่อง คือ ถ้าช่วงใดธนาคารเห็นว่าจะมีผู้มาถอนเงินมาก ธนาคารก็จะเก็บสำรองไว้มาก แต่ถ้าช่วงใดคนไม่ค่อยมาถอนเงิน ธนาคารก็จะเก็บสำรองไว้ น้อย (สันติ วิริยะรังสฤษฎ์ อ้างถึงในแสงจันทร์ ศรีประเสริฐ และคณะ พ.ศ. 2546: 262)

2. เครื่องบริการเงินด่วนอัตโนมัติด้วย (ATM)

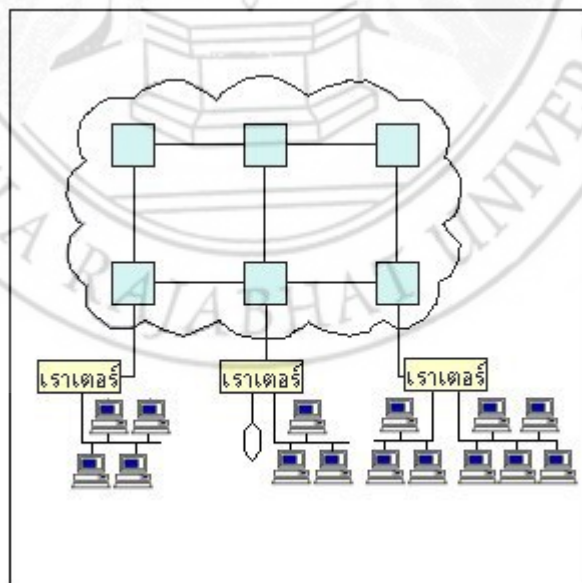
2.1 ความหมาย บริการเงินด่วนอัตโนมัติ

ระบบการสื่อสารข้อมูลและเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่กำลังเป็นเทคโนโลยีที่มีผู้กล่าวถึง และให้ความสนใจกันมากในขณะนี้คือระบบหนึ่งคือ ATM ที่จะกล่าวถึงในที่นี้ไม่ใช่ระบบการเบิกถอนเงินสด ATM มาจากคำย่อของ Asynchronous Transfer Mode เป็นระบบสื่อสารข้อมูลที่ใช้รูปแบบการสื่อสารเป็นแบบ แพ็กเก็ต เหมือนเช่นในเครือข่าย X.25 หรือระบบ LAN อื่น ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต โทเค็นริง แต่การสื่อสารเป็นแบบอะซิงโครนัสกล่าวคือ ตัวรับและตัวส่งใช้สัญญาณนาฬิกาแยกจากกันไม่เกี่ยวข้องกัน สิ่งที่ ATM แตกต่างจากระบบ แพ็กเก็ตสวิทชิงอื่น ๆ คือ ATM ส่งข้อมูลด้วยขนาดของแพ็กเก็ตที่ทุกแพ็กเก็ตมีจำนวนข้อมูลเท่ากันเสมอ แพ็กเก็ตของ ATM มีขนาด 53 ไบต์ โดยให้ 5 ไบต์แรกเป็นส่วนหัวที่จะบอกรายละเอียดของแอดเดรสและมีส่วนข้อมูลข่าวสารอีก 48 ไบต์ ตามมา เราเรียกแพ็กเก็ตของ ATM ว่า "เซล" การออกแบบให้เซลข้อมูลมีขนาดสั้นก็เพื่อความเหมาะสม

ที่จะประยุกต์ใช้งานต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวางขึ้นคือ ใ้รับส่งข้อมูล เสียง ภาพหรือข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องการส่งผ่านกันและกันด้วยความเร็วสูง



ภาพที่ 2-1 เปรียบเทียบเครือข่าย ATM กับระบบอีเทอร์เน็ต



ภาพที่ 2-2 เครือข่าย ATM แบบ WAN

การรับส่งสัญญาณ ATM จึงใช้ช่องสื่อสารที่มีความเร็วต่าง ๆ ได้ซึ่งผิดกับ LAN เช่น อีเทอร์เน็ต ใช้ความเร็ว 10 Mbps หรือ โทเคนริงใช้ 16 Mbps แต่ ATM ใช้กับความเร็วได้ตั้งแต่ 64 Kbps, 45 Mbps, 155 Mbps, 622 Mbps หรือ สูงกว่าก็ได้ เครื่องข่าย ATM เป็นเครือข่ายที่ประยุกต์ได้หลายรูปแบบ ทั้งแบบ LAN หรือ WAN ใช้กับตัวกลางได้ทั้งแบบลวดทองแดงหรือเส้นใยแสง แต่โครงสร้างการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างโหนดเป็นแบบสวิตซ์ที่เรียกว่า ATM Switch การส่งผ่านข้อมูลแต่ละเซลล์จึงขึ้นกับแอดเดรสที่กำหนด จากโครงสร้างการผ่านข้อมูลแบบสวิตซ์ด้วยเซลล์ข้อมูลขนาดเล็กของ ATM จึงทำให้เหมาะกับเครือข่ายคอมพิวเตอร์แบบ WAN ด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับงานที่ต้องการใช้ความเร็วข้อมูลสูง เครือข่าย WAN ก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่สามารถใช้เทคนิคของ ATM ได้เช่นกัน งานประยุกต์ที่กำลังกล่าวถึงกันมากอย่างหนึ่งคือ ระบบหลายสื่อ หรือที่เรียกว่า Multi-Media ระบบการประยุกต์นี้ประกอบด้วย การประมวลผล และส่งข้อมูล ทั้งภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง เสียง ข้อมูลตัวอักษร ฯลฯ ระบบ ATM จึงเป็นเทคโนโลยีหนึ่งที่จะทำให้ระบบหลายสื่อประสบความสำเร็จในการใช้งานต่อไปในอนาคต

2.2 ความหมายและความเป็นมาของบัตรถอนเงินอัตโนมัติ

การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันทำให้ธุรกิจบริการของธนาคารพาณิชย์ได้เจริญเติบโตและมีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็ว การแข่งขันในเรื่องการบริการมีมากขึ้น กิจการธนาคารถือเป็นธุรกิจอย่างหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์ในการแสวงหากำไรเช่นเดียวกับธุรกิจอื่น ๆ การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าผู้มาใช้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญ บัตรเอทีเอ็ม ซึ่งถือกำเนิดมาจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ก็เป็นอีกบริการหนึ่งซึ่งธนาคารได้จัดไว้เพื่ออำนวยความสะดวกต่อลูกค้าผู้ใช้บริการ โดยผู้ให้บริการเพียงนำบัตรเอทีเอ็มของตนพร้อมรหัสประจำตัวไปผ่านเครื่องเอทีเอ็ม ก็สามารถถอนเงินได้โดยไม่ต้องติดต่อกับพนักงานโดยตรง และสามารถถอนเงินได้นอกเวลาทำการของธนาคารอีกด้วย

บัตรเอทีเอ็ม นั้นต้องใช้ควบคู่กับบัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์ หรือบัญชีกระแสรายวัน ซึ่งผู้ให้บริการจัดทำบัตรเอทีเอ็มพร้อม ๆ กับการเปิดบัญชีได้ทันที หรือจะขอใช้บริการเฉพาะบัตรเอทีเอ็มในกรณีที่มีบัญชีอยู่แล้วก็ได้ โดยธนาคารจะออกบัตรพร้อมรหัสประจำตัวหลังจากวันขอรับบริการ 1-2 สัปดาห์ แต่ในส่วนของธนาคารกรุงเทพ ปัจจุบันสามารถออกบัตรให้ลูกค้าได้ทันทีที่ขอรับบริการ และลูกค้าผู้ให้บริการสามารถเป็นผู้กำหนดรหัสประจำตัวด้วยตนเองได้

บัตรเอทีเอ็ม มีลักษณะเป็นบัตรพลาสติกมีแถบแม่เหล็กอยู่ด้านหลัง ซึ่งเมื่อนำบัตรนี้มาใช้ผ่านระบบคอมพิวเตอร์ก็จะตัดบัญชีเจ้าของบัตรทันที คือ มีสภาพทางบัญชีเป็นเดบิต (debit card) มีขนาดมาตรฐานเท่ากันหมด รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาดกว้าง X ยาว เท่ากับ 9.5 X 5.5 เซนติเมตร

มีหลายเลขกำกับบนบัตรเป็นตัวเลข มีแถบแม่เหล็ก (magnetic stripe) ซึ่งบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการเพื่อให้เครื่อง ATM อ่าน สามารถแยกองค์ประกอบบัตรเอทีเอ็ม ได้ดังนี้แถบแม่เหล็กในบัตรเอทีเอ็ม มีลักษณะเป็นแถบแม่เหล็กสีน้ำตาลเข้มมีการบันทึกข้อมูลเฉพาะบัตรและรหัสประจำตัว (PIN : Personal Identification Number) จะบันทึกรายการต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับใช้ติดต่อกับเครื่อง ATM เมื่อทำการสอดบัตรเข้าเครื่องและกรหัสแล้วเครื่องอ่านบัตรจะอ่านข้อมูลที่มีอยู่ในแถบแม่เหล็กแล้วคำนวณค่าของรหัสประจำตัวที่ลูกค้ากด เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของบัตรและผู้มีสิทธิในบัตรก่อนจะอนุญาตให้ทำรายการต่อไป ถ้าตรวจสอบแล้วพบว่ารหัสประจำตัวไม่ถูกต้องจะให้หักคใหม่ได้รวม 3 ครั้ง หากยังไม่ถูกต้องเครื่องจะทำการยึดบัตรไว้ทันที และด้วยเหตุที่บัตรถอนเงินอัตโนมัติเป็นมีลักษณะเป็นแถบแม่เหล็กผู้ถือบัตรควรเก็บรักษาบัตรไว้ในซองที่ธนาคารมอบให้ อย่างวางไว้ใกล้เครื่องรับโทรศัพท์หรือเครื่องไฟฟ้าที่มีกระแสแม่เหล็กและไม่ควรเก็บบัตรเอทีเอ็ม หลายใบไว้ในซองเดียวกัน และป้องกันอย่าทำให้บัตรชำรุด หักหรืองอ เพราะจะทำให้เกิดปัญหาการใช้งานไม่ได้

รายการข้อมูลที่บันทึกในแถบแม่เหล็ก แบ่งออกเป็น 3 แถวดังนี้

แถวที่ 1 (track1) ใช้ตามข้อกำหนดของ IATA (International Air Transport Association) บรรจุข้อมูลได้ 79 ตัวอักษรและตัวเลขมีข้อมูลที่บันทึกไว้คือ ชื่อ และเลขที่บัญชีของลูกค้า

แถวที่ 2 (track2) ใช้ตามข้อกำหนดของ ABA (American Banker Association) บรรจุข้อมูลได้เฉพาะตัวเลข 40 ตัว เป็นแถวที่ใช้กับเครื่องฝากและถอนเงินอัตโนมัติและเครื่องสามารถจะอ่านได้อย่างเดียว

แถวที่ 3 (track3) เป็นที่สำรองสำหรับ retail bank system สามารถบรรจุข้อมูลที่เป็นตัวเลขได้ 107 ตัว และสามารถทำได้ทั้งการอ่านและบันทึกข้อมูล

บัตรเอทีเอ็ม มีการเริ่มใช้เป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1975 ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยธนาคารซีทีแบงก์ เป็นผู้บุกเบิกนำมาใช้ สำหรับในประเทศไทยธนาคารแรกที่นำบัตรเอทีเอ็มมาใช้คือ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด เริ่มใช้ครั้งแรกในปี 2525 ใช้ชื่อว่า “บริการเงินด่วน” นำเครื่องเอทีเอ็ม ประเภทใช้ในสำนักงาน (lobby) จำนวน 7 เครื่อง ทำการทดลองติดตั้งที่สำนักงานใหญ่และเริ่มให้บริการลูกค้าได้ในต้นปี 2526 ส่วนธนาคารกรุงเทพ จำกัด ได้เริ่มให้บริการเมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2527 ใช้ชื่อ “บริการเงินด่วนบัวหลวงเอทีเอ็ม” ต่อมาธนาคารอื่น ๆ ก็มีการนำบริการบัตรเอทีเอ็ม มาใช้งานเป็นที่แพร่หลาย จนปัจจุบันบริการบัตรเอทีเอ็ม ก็ได้มีการพัฒนาก้าวไกลไปอย่างมากโดยธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดให้ธนาคารพาณิชย์ที่มีบริการเอทีเอ็มรวมกลุ่ม (pool) กัน เกิดเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ 2 กลุ่มคือ กลุ่มแบงก์เน็ต (bank net) กลุ่มสยามเน็ต (bailment)

แต่ในปัจจุบันธนาคารแห่งประเทศไทยได้มีคำแนะนำให้รวมกลุ่มทั้ง 2 เป็นกลุ่ม เดียวคือ ATM pool ซึ่งให้บริการสามารถใช้เครื่องเอทีเอ็มของทุกธนาคารได้ไม่ว่าจะถือบัตรเอทีเอ็ม ของธนาคารใดก็ตาม

3. นโยบายเกี่ยวกับ e-business

ธุรกิจการค้าผ่านอินเทอร์เน็ตกำลังจะเปลี่ยน โฉมหน้าการแข่งขันทางธุรกิจในทวีปเอเชีย อย่างสิ้นเชิงโดยอ้างอิงคำพูดของบุคคลสำคัญ ๆ ของโลกไม่ว่าจะเป็น บิลล์ เกตส์ แห่งไมโครซอฟ, อัล กอร์ ผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นประธานาธิบดีสหรัฐฯ, ประธานาธิบดีเจียง เจอ หมิน, คุณสุภชัย พานิชภักดิ์ และใครต่อใครอีกหลายคน ที่ต่างก็พูดเป็นเสียงเดียวกันว่า การค้าทางอินเทอร์เน็ต คืออนาคตของธุรกิจ

สำหรับประเทศไทยเองเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในเอเชีย การจัดเกรดความพร้อมในด้านการค้าทางอินเทอร์เน็ต ยังอยู่ในขั้นตามหลังหลายประเทศ เช่น สิงคโปร์ ฮองกง ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน และมาเลเซีย อย่างไรก็ตาม ไทยก็นับว่ายังมีความพร้อมเหนือกว่าอีกหลายประเทศไม่ว่าจะเป็น จีน ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย หรืออินเดีย

ในปัจจุบัน แม้ว่าการพัฒนาในการนำสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ประโยชน์ทางธุรกิจจะเป็นไปอย่างเชื่องช้า แต่ก็ได้มีการเติบโตมากขึ้นเป็นลำดับโดยภาคธุรกิจที่มีการนำ E-business มาใช้ประโยชน์มากที่สุดได้แก่ ธุรกิจโรงแรม และการท่องเที่ยว รองลงไปตามลำดับ ได้แก่ ธุรกิจคอมพิวเตอร์และเครื่องใช้ไฟฟ้า ธุรกิจภาคการธนาคาร ธุรกิจของขวัญและเครื่องหัตถกรรมและธุรกิจสิ่งพิมพ์ โดยการนำสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้นั้น มีทั้งการใช้ในการเป็นสื่อโฆษณา สื่อการสั่งซื้อ และการจ่ายเงิน

วอลค์เกอร์ (2543: 2) ได้กล่าวถึงรายงานการวิจัยของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาแห่งประเทศไทย ที่ระบุว่า อุปสรรคประการสำคัญที่ทำให้การนำ e-business มาใช้ยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควร ก็คือ การขาดแคลนบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน และบุคลากรในองค์กรธุรกิจจำนวนมากยังไม่เข้าใจถึงขั้นตอนและวิธีการนำ e-business มาใช้ให้ถูกต้องนั่นเอง

ข้อสังเกตเกี่ยวกับ E-business ในเอเชียที่แตกต่างในชาติตะวันตกหรือการทำการค้าระหว่างบริษัทห้างร้านกับผู้บริโภค (business to consumer) นั้นเป็นที่แพร่หลายมากกว่าและรวดเร็วกว่าการทำการค้าระหว่างบริษัทกับบริษัท (business to business)

ภาคการส่งออก จะมีความนิยมในการใช้ E-commerce มากที่สุด เพราะสามารถสื่อสารเข้าตรงถึงกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศได้ด้วยความสะดวกสบาย

การรวมกลุ่มหรือสมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการค้าทางอินเทอร์เน็ต จะเป็นกลไกผลักดันด้านธุรกิจขนาดกลางและย่อม (SMEs) ที่สำคัญยิ่งเพราะจะทำให้บริษัทที่มีทุนน้อยสามารถมีการรวมตัวกันและมีกำลังต่อรองมากขึ้น

การมีส่วนร่วมจากภาครัฐ จะสามารถกระตุ้นให้มีการใช้ e - Commerce แพร่หลายมากขึ้น ทั้งยังจะช่วยลดอุปสรรคทางด้านความไม่พร้อมของสาธารณูปโภคไปได้มาก

แม้ว่า e-business ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันจะมุ่งเน้นการค้าขายระหว่าง “บริษัทห้างร้านกับผู้บริโภค” (B2C) เสียเป็นส่วนใหญ่ แต่หากมองในมุมกลับก็มีปัจจัยหลายประการที่จะทำให้เชื่อได้ว่าการทำการค้าระหว่าง “บริษัทกับบริษัท” โดยผ่านอินเทอร์เน็ตน่าจะได้รับความนิยมมากขึ้นในเร็ววันและอาจจะเกินหน้าการค้าระหว่างห้างร้านกับผู้บริโภคไปด้วย ปัจจัยที่ว่านั้นก็ได้แก่การที่องค์กรธุรกิจต่าง ๆ มีการใช้เครื่อง PC อย่างกว้างขวางอยู่แล้ว เพียงแต่เพิ่มโปรแกรมบางอย่างเข้าไป ก็สามารถทำธุรกิจระหว่างกันได้ ในขณะที่ผู้บริโภครายย่อยนั้นยังไม่คุ้นเคยกับการซื้อของทางอินเทอร์เน็ตนัก ความนิยมในการใช้บัตรเครดิตก็ยังมีน้อย การใช้อินเทอร์เน็ตยังมีค่าใช้จ่ายที่สูงและผู้บริโภคก็ยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยในขั้นตอนของการจ่ายเงิน

ในส่วนที่เกี่ยวกับภาคธุรกิจการเงินปัจจุบันการพัฒนา e-business ในสถาบันการเงินส่วนใหญ่ ยังไม่ได้ทำกันอย่างเต็มรูปแบบจนทำให้เกิดพลังขับเคลื่อนที่สำคัญแต่อย่างใดและ “ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต” ที่ทำกันอยู่ในปัจจุบัน ก็ยังไม่ก่อให้เกิดรายได้อย่างเป็นกอบเป็นกำ สำนักการพัฒนาค้าทางอินเทอร์เน็ตในภาคการเงินการธนาคารให้ประสบความสำเร็จนั้น วอล์คเกอร์ (Walker) ซึ่งจะต้องอาศัยการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอน 4 ขั้นตอน เริ่มจากการริเริ่มทดลองการวางกลยุทธ์เบื้องต้น การวางกลยุทธ์โดยให้บริการที่หลากหลายและแปลกใหม่ และขั้นสุดท้ายคือสามารถสร้างความแข็งแกร่งแบบยั่งยืนให้แก่วิถีการค้าทางอินเทอร์เน็ตได้ ขณะเดียวกันองค์กรธุรกิจก็จะมีโอกาสในการพัฒนางานด้านต่าง ๆ อีกมาก เช่น การจัดให้มีการสื่อสารภายในองค์กร อิเลคทรอนิกส์ (Internet) นำบริษัทผู้ค้าต่าง ๆ (suppliers) เข้าร่วมในกิจกรรมทางอินเทอร์เน็ตสร้างช่องทางให้บริการต่าง ๆ ขึ้นทางอินเทอร์เน็ต สร้างเครือข่ายพันธมิตรขึ้นบนอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งการเปิดโอกาสในการชำระเงินหรือค่าบริการต่าง ๆ ผ่านธนาคารทางอินเทอร์เน็ตได้ จะส่งเสริมให้เกิดธุรกิจเพิ่มขึ้นได้อย่างมหาศาล

วอล์คเกอร์ (Walker) เน้นว่าการเลือก “พันธมิตร” หรือ “หุ้นส่วน” ใน “ชุมชนบนอินเทอร์เน็ต” (online community partners) เป็นขั้นตอนที่สำคัญอย่างมากที่จะนำไปสู่ธุรกิจเช่นบริการด้านเทคโนโลยี ประกันชีวิต ประกันภัย หน่วยงานของรัฐ บริษัทผู้ผลิตต่าง ๆ ธุรกิจขนส่ง กลุ่มลูกค้าของเราหรือแม้กระทั่งคู่แข่งของเราเอง

ในการพัฒนา website ให้ประสบความสำเร็จจะต้องทำให้ลูกค้ามีประสบการณ์ที่น่าประทับใจในการเข้ามาเยี่ยมชมหรือใช้บริการ website ของเรา ซึ่งต้องอาศัยองค์ประกอบ 7 ประการคือ การแยกแยะลูกค้า ซึ่งรวมถึงการทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นคนพิเศษ เช่น การให้ลูกค้าได้กำหนดรูปลักษณะในหน้า website ตามความชอบของตนเองการทำให้ลูกค้ามีสังคมย่อยตามความสนใจของตนเองการมี link กับ website อื่นที่มีคุณภาพการให้ความสนใจแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วการจัดให้มีการสื่อสาร 2 ทาง ความสะดวกในการเข้าถึง การสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ

วอล์คเกอร์ (Walker) กล่าวสรุปว่า การทำการค้าทางอินเทอร์เน็ตจะสามารถเปลี่ยนโฉมหน้าการให้บริการและการแข่งขันของทุกองค์กรธุรกิจเอเชียได้อย่างแน่นอน และย้ำว่า “ผู้ที่จะมีพหิตศนามธุรกิจในวันพรุ่งนี้ ก็คือ ผู้ที่เริ่มต้นพัฒนา e-business ในวันนี้แน่นอน”

4. นโยบาย e-banking

“เศรษฐกิจใหม่” กำลังเป็นคำขอดนิยามแห่งยุค หมายความว่าถึงการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินธุรกิจอย่างถอนรากถอนโคนกันเลยทีเดียว อันเป็นผลมาจากการปฏิวัติทางด้านข้อมูลข่าวสาร ความเปลี่ยนแปลงประการแรกที่ทุกคนสัมผัสได้ คือ รูปแบบการซื้อขายสินค้าและบริการอย่างสะดวกรวดเร็วทางอินเทอร์เน็ตซึ่งย่อมมีผลต่อเนื่องไปอีกหลายประการเป็นต้นว่า ลูกค้าเกิดความต้องการที่เฉพาะเจาะจง และพิถีพิถันมากขึ้น ภาวะการแข่งขันทางธุรกิจทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น โดยมีได้แข่งขันกันเฉพาะตลาดในประเทศอีกต่อไป หากแต่ตลาดโลกสามารถแทรกตัวเข้ามาแข่งขันในตลาดท้องถิ่นได้อย่างง่ายดาย ภายใต้ภาวะการณ์ใหม่นี้ธุรกิจต่าง ๆ จะต้องพัฒนาปรับปรุงตัวเองให้ทันการณ์และหากหวังจะดำรงอยู่ไปได้อย่างตลอดรอดฝั่งในระบบเศรษฐกิจใหม่นี้ก็จะต้องปรับตัวให้ทันการณ์และหากหวังจะดำรงอยู่ไปได้อย่างตลอดรอดฝั่งในระบบเศรษฐกิจใหม่นี้ก็ต้องปรับตัวทำธุรกิจในวิถีที่แตกต่างไปจากที่เคยทำมาและแตกต่างจากคนอื่น ๆ ด้วย (ข่าวสารของเรา, 14 สิงหาคม 2544, หน้า 2)

เป็นตระหนักดีอยู่แล้วว่าด้วยศักยภาพทางอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้บริโภคสามารถหาสินค้าและบริการใหม่ ๆ จากทั่วโลกได้อย่างง่ายดายและรวดเร็วมายิ่งขึ้น ผู้ประกอบการจะต้องนำเสนอสินค้าและบริการของตนเองออกสู่ตลาดอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ทันความต้องการของลูกค้าแต่ในขณะเดียวกันก็หมายความว่าผู้ประกอบการรายอื่นก็สามารถเข้าสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็วและสะดวกเช่นเดียวกัน ดังนั้นจึงเกิดการแข่งขันทางธุรกิจกันรุนแรงอย่างไม่เคยมีมาก่อน ไม่เว้นแม้แต่ธุรกิจที่มีรากฐานอยู่ในประเทศหรือเคยอยู่ในต่างประเทศมาก่อนด้วยที่ธุรกิจที่ไม่ว่าจะอยู่ในซีกโลกไหนก็สามารถค้าขายโดยไม่จำเป็นต้องค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งระบบจัดจำหน่ายท้องถิ่น หรือเรียกว่า

ผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเชื้อชาติใดภาษาใดรายเก่าหรือรายใหม่ก็สามารถกระโดดเข้าสู่ตลาดโลกได้ โดยตรงอย่างรวดเร็วและเท่าเทียมกัน

เมื่อมองในแง่ของธุรกิจภายในประเทศของเรา ในด้านหนึ่งต้องเผชิญกับความท้าทายอันใหญ่หลวงด้านการแข่งขันที่สูงมากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจที่มาจากต่างประเทศแต่ข้อดีที่เห็นได้ชัดจากการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตนี้ก็คือโอกาสที่จะขยายฐานลูกค้าออกไปอย่างไม่จำกัดและยังสามารถใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยลดต้นทุนได้อีกด้วย

โอกาสและความท้าทายครั้งใหญ่นี้ ภาคธุรกิจในประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุค “เศรษฐกิจใหม่” ที่ย่อมมีโอกาสนานงามและอุปสรรคที่จะต้องฝ่าข้ามรออยู่ภายใต้ภาวะการณ์เช่นนี้ ธนาคารกรุงเทพพร้อมแล้วที่จะเติบโตไปพร้อมกับลูกค้าด้วยการทำหน้าที่ “เพื่อนคู่คิด” ให้บริการธุรกรรมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ทางด้าน e-banking ของธนาคารกำลังเดินเข้าแถวออกเปิดตัวอย่างทันโอกาสและทันเวลา

5. ทฤษฎีแรงจูงใจและทฤษฎีความพึงพอใจ

5.1 ความหมายแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจ มาสโลว์

คือภาวะใด ๆ ก็ตามที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา ส่วนการจูงใจ (Motivation) คือ การนำปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นแรงจูงใจมาผลักดันให้บุคคลหรือเงื่อนไขในสิ่งที่ต้องการปัจจัยต่าง ๆ ที่นำมาอาจจะเป็นเครื่องล่อรางวัล การลงโทษ การทำให้เกิดการตื่นตัว รวมทั้งทำให้เกิดความคาดหวัง การจูงใจนี้จึงเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาตราบใดที่มนุษย์ยังมีความต้องการ (need) ทำให้สภาวะของร่างกายเกิดความไม่สมดุล เมื่อร่างกายไม่สมดุลจะทำให้มีแรงขับ (drives) ที่จะกำหนดทิศทาง เพื่อแสดงพฤติกรรมและการกระทำไปสู่เป้าหมายที่จะสนองต่อความต้องการนั้น เมื่อคนเราได้รับการตอบสนองแรงขับก็จะลดลงเราจึงเกิดความพึงพอใจ เช่น เวลาเราหิวเกิดขึ้นก็มีน้ำย่อยกระตุ้นกระเพาะอาหารทำให้คนเราแสวงหาอาหาร (ทิศทาง) เมื่ออิ่มแล้วจึงหายหิวเกิดสภาวะสมดุลในร่างกาย

5.2 ลักษณะแรงจูงใจ

ลักษณะของแรงจูงใจนั้นมีอยู่สองประการคือแรงจูงใจภายในแรงจูงใจภายในเป็นภาวะที่บุคคลต้องการที่กระทำหรือเรียนรู้บางสิ่งบางอย่างที่ต้องการด้วยตนเองไม่ต้องอาศัยการจูงใจจากสิ่งเร้าภายนอก ได้แก่ ความต้องการ ความสนใจพิเศษ ความรู้สำนึกคิด หรือทัศนคติ ของแต่ละบุคคลซึ่งผลักดันให้บุคคลเกิดพฤติกรรม ส่วนแรงจูงใจภายนอก นั้น เป็นสภาวะที่บุคคลได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าภายนอก ทำให้มองเห็นจุดหมายเร้าให้บุคคล เกิดความต้องการและแสดงพฤติกรรมไป สู่จุดมุ่งหมายนั้น (สุชา จันทรธอม และสุรางค์ จันทรธอม 2520: 30)

สำหรับทฤษฎีทางจิตวิทยา (Psychology) ในการตอบคำถามว่าอะไรคือความมุ่งหมายหรือเป้าหมายสูงสุดในชีวิตมนุษย์หรือชีวิตมนุษย์ต้องการอะไร มีผู้ให้คำตอบที่น่าสนใจไว้อย่างหลากหลายและคำตอบหนึ่งที่น่าสนใจและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางคือคำตอบทางทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ (Personality Theory) โดยเฉพาะทฤษฎีจิตวิทยามานุษยนิยม (Humanistic Theory) ผู้ก่อตั้งและได้ชื่อว่าเป็นบิดาของทฤษฎีจิตวิทยามานุษยนิยมคือ อับราฮัม เอช มาสโลว์ (Abraham H. Maslow:1908-1970) สำหรับทฤษฎีทางจิตวิทยา (Psychology) ในการตอบคำถามว่าอะไรคือความมุ่งหมายหรือเป้าหมายสูงสุดในชีวิตมนุษย์หรือชีวิตมนุษย์ต้องการอะไร มีผู้ให้คำตอบที่น่าสนใจไว้อย่างหลากหลาย และคำตอบหนึ่งที่น่าสนใจและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางคือคำตอบทางทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ (Personality Theory) โดยเฉพาะทฤษฎีจิตวิทยามานุษยนิยม (Humanistic Theory) ผู้ก่อตั้งและได้ชื่อว่าเป็นบิดาของทฤษฎีจิตวิทยามานุษยนิยมคืออับราฮัม เอช มาสโลว์ (Abraham H. Maslow: 1908-1970)

มาสโลว์ได้กล่าวถึงมนุษย์ว่ามนุษย์เป็นผู้ไม่อยู่นิ่ง ทั้งนี้เพราะมนุษย์เป็นผู้ตระหนักในความรับผิดชอบและพยายามค้นหาศักยภาพเพื่อกระทำในสิ่งที่ตนปรารถนาให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ (นวลละอ อสุภผล 2527: 259-272) มนุษย์จึงได้ชื่อว่า "สัตว์ที่มีความต้องการ" (Wanting Animal) และมีความต้องการติดตัวมาแต่กำเนิด มาสโลว์ได้เสนอแนวคิดว่ามนุษย์เรามีระดับความต้องการอยู่ 5 ระดับ เรียงลำดับขึ้นได้ดังนี้

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการในขั้นนี้เป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic Needs) ที่มีอำนาจมากที่สุดและเห็นได้ชัดที่สุดกว่าความต้องการทั้งหมด เป็นความต้องการที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ได้แก่ความต้องการด้านปัจจัย 4 การพักผ่อนนอนหลับ ความต้องการทางเพศตลอดจนความต้องการที่จะถูกกระตุ้นอวัยวะรับสัมผัส แรงขับของร่างกายเหล่านี้จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับความอยู่รอดของร่างกายและอินทรีย์ หากความต้องการในขั้นนี้ได้รับการตอบสนองแล้วจะกระตุ้นให้เกิดความต้องการในขั้นที่สูงกว่า แต่ถ้าบุคคลประสบความล้มเหลวในการสนองความต้องการขั้นพื้นฐานนี้แล้วก็จะไม่ได้รับการกระตุ้นให้เกิดความต้องการในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัยหรือความมั่นคง (Safety or Security Needs) ความต้องการในขั้นนี้สังเกตได้ง่ายในทารกและเด็กเล็ก เพราะวัยนี้เป็นวัยที่ต้องการความช่วยเหลือและต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่น ในวัยผู้ใหญ่ความต้องการขั้นนี้จะมีอิทธิพลต่อบุคคลโดยเฉพาะคนที่ทำงานในฐานะเป็นผู้คุ้มครองหรืองานที่เกี่ยวกับความปลอดภัย ความต้องการความปลอดภัยจะเกี่ยวข้องกับการเผชิญสิ่งต่างๆ เช่น สงคราม อาชญากรรม ภัยธรรมชาติ ความสับสนไม่เป็น

ระเบียบของสังคม เป็นต้น ในขั้นนี้ศาสนาและปรัชญาที่มนุษย์ยึดถือเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกมั่นคง เพราะทำให้บุคคลได้จัดระบบของตัวเองให้มีเหตุผลและวิถีทางที่ทำให้ตนเองรู้สึกปลอดภัย

ขั้นที่ 3 ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของสังคม (Belongingness and Love Needs) ความต้องการขั้นนี้จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการด้านร่างกายและความปลอดภัยได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ต้องการความรักและความเป็นเจ้าของโดยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น ความสัมพันธ์กับสมาชิกในครอบครัวหรือกลุ่มสังคม และจะรู้สึกเจ็บปวดมากเมื่อถูกทอดทิ้งหรือไม่ได้รับการยอมรับจากสังคมหรือแม้แต่กรณีที่มีจำนวนเพื่อนหรือสมาชิกในบ้านลดน้อยลงไป ผู้ที่ไปอยู่ในสังคมในจะเกิดความต้องการเป็นเจ้าของและจะแสวงหาการยอมรับจากสังคมใหม่อย่างยิ่ง การขาดสิ่งนี้ทำให้มนุษย์เกิดความคับข้องใจและเกิดปัญหาปรับตัวไม่ได้ ส่งผลเป็นความผิดปกติในพฤติกรรมหรือความเจ็บป่วยทางจิตใจ

ขั้นที่ 4 ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือ (Esteem Needs) เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองด้านความรักและความเป็นเจ้าของแล้ว จะส่งผลให้เกิดความต้องการในขั้นนี้เกิดขึ้น ความต้องการในขั้นนี้แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ (1) ความต้องการนับถือตนเอง (Self-respect) คือ ความต้องการมีอำนาจ มีความเชื่อมั่นในตัวเอง มีความสามารถและความสำเร็จ ไม่ต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่นและมีความอิสระและ (2) ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (esteem from others) คือความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง ได้รับความสนใจ การยอมรับและยกย่อง มีสถานภาพทางสังคม และเป็นที่ยอมรับชมยินดี ทำให้ตนเองรู้สึกมีคุณค่า

ขั้นที่ 5 ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงหรือความต้องการสัจการแห่งตน (Self-actualization Needs) หมายถึงความปรารถนาในสิ่งท้าทายทุกสิ่งทุกอย่างซึ่งบุคคลจะได้รับโดยใช้ความสามารถและศักยภาพของตนอย่างเต็มที่และอย่างเหมาะสม หากความต้องการในขั้นต้นได้รับการตอบสนองมาโดยลำดับทำให้เกิดความพึงพอใจอย่างบริบูรณ์ ความต้องการสัจการแห่งตนหรือความต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงในระดับนี้ก็จะเกิดขึ้น บุคคลที่ประสบความสำเร็จในขั้นสูงสุดนี้จะใช้พลังอย่างเต็มที่ในสิ่งที่ท้าทายความสามารถและศักยภาพของตน มีความกระตือรือร้นที่จะปรับปรุงตนเองเสมอ พลังแรงขับของเขาจะผลักดันให้เขาแสดงพฤติกรรมที่ตรงกับความสามารถของตนออกมา

5.3 ทฤษฎีความพึงพอใจ

5.3.1 ความหมายของความพึงพอใจ

มีนักวิชาการหลายคนได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้ ความพึงพอใจหรือความพอใจตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Satisfaction, มีความหมายตามพจนานุกรมว่าทางด้าน

จิตวิทยาได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นความรู้สึกของผู้ที่รับบริการและสถานประกอบการ ตามประสบการณ์ที่ได้เข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้น ๆ

ชรีณี เดชจินดา (ยุพดี ลิ้มมธุรสกุล 2541: 6) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ทักษะคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้น เมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า “ระบบความพึงพอใจ” โดยความพึงพอใจของมนุษย์มักจะ ได้แก่ ทรัพยากร (resource) หรือสิ่งเร้า (stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจคือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพอใจและความสุขแก่ มนุษย์ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

มณีวรรณ ต้นไผ่ (2533: 66-69) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจหลังการได้รับบริการว่าเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

กิติมา ปรีดีคิลก (2524 : 321-322) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบ และสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ ของงานและเขาได้รับการตอบสนองความต้องการของเขาได้

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (ยุพดี ลิ้มมธุรสกุล 2541: 6) กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึง ความต้องการ (Need) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สังเกตได้ จากสายตาคำพูด และการแสดงออก

ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์ (2531: 60) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่องความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานครต่อกระบวนการยุติธรรม ได้ให้ความพึงพอใจของประชาชนต่อกระบวนการยุติธรรมว่า ทักษะคติทั้งเชิงปฏิฐานและเชิงนิเสธของประชาชนที่มีต่อกระบวนการยุติธรรม

ดิเรก ฤกษ์หรัย (ศศิธร พูลสุข 2538: 24) กล่าวว่าความพอใจ หมายถึง ทักษะคติ ในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นความพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น

E.J.McCormickI.R.Daniel (1980: 306) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

Maynard W.shelly (ยุพดี ลิ้มมธุรสกุล 2541: 5) ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบทางบวกและทางลบของมนุษย์ คือความรู้สึกใน

ทางบวกเป็นความรู้สึกที่ดีเมื่อเกิดขึ้นแล้ว จะทำให้เกิดความสุข ซึ่งเป็นความสุขหรือความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนหลัง และความสุขนี้สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นอีกได้ ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและจะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

Morse (1958: 27) ให้ความหมายว่า ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความเครียดของบุคคลให้น้อยลงได้ เพราะถ้าหากความเครียดของบุคคล มีมากก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือต่อกิจกรรมใด ๆ ได้

5.3.2 ความพึงพอใจและสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ได้มีนักวิชาการหลายคน ได้กล่าวถึงความพึงพอใจและสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการไว้ดังนี้

ความพึงพอใจเป็นจิตใต้สำนึกที่เกิดขึ้นและเป็นปัจจัยหนึ่งของมนุษย์ทุกคนที่มีความรู้สึกพึงพอใจประทับใจ เมื่อได้รับบริการต่อสิ่งนั้น ที่ตรงกับความต้องการของตนเอง โดยที่ตนเองคิดว่าการให้บริการนั้นเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ เคารพสิทธิของประชาชนผู้รับบริการ ไม่มีการคอร์รัปชันมีระบบการตรวจสอบถ่วงดุลและมาตรการลงโทษเจ้าหน้าที่ชัดเจน ไม่มีระบบส่วนแต่ระดับความพึงพอใจย่อมมีความแตกต่างกันไปตามทัศนคติ ค่านิยม ระดับการศึกษาของผู้นั้น ตลอดจนขึ้นอยู่กับสถานการณ์ สภาพแวดล้อมเป็นองค์ประกอบด้วยกล่าวคือ ความพึงพอใจเกิดขึ้นได้จากการที่ได้รับสิ่งที่ตนปรารถนาและได้รับสนองตอบตามความต้องการนั้น

5.4 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของความพึงพอใจที่ได้รับบริการ

Gantlet and Nelson (สายบัว หุ่นจันทร์ 2538: 14) มีความเห็นว่า ความพึงพอใจของประชาชนหลังการให้บริการ เป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนเกิดจากการรับบริการว่าการสนองความต้องการ การแก้ไขปัญหา รวมทั้งการลดปัญหาของเจ้าหน้าที่ ทำให้ประชาชนเกิดความภาคภูมิใจมากน้อยเพียงใด

ความพึงพอใจ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มนุษย์ทุกคนปรารถนา ความพึงพอใจของมนุษย์แต่ละคนที่มีต่อสิ่งเร้าใดสิ่งเร้าหนึ่ง ย่อมมีความเข้มข้นกันไปตามทัศนคติ ค่านิยม ระดับการศึกษาของผู้นั้นตลอดจนสถานการณ์หรือสถานการณ์ต่างๆ ในขณะที่มีการปะทะ สัมผัสกัน เป็นองค์ประกอบอยู่ด้วย กล่าวกันว่า ความพึงพอใจอาจเกิดขึ้น ได้จากการที่ได้รับสิ่งที่ตนปรารถนา หรืออยากได้ความพึงพอใจ จึงเป็นพฤติกรรมและกระบวนการ ในการลดความตึงเครียด

5.5 ปัจจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ปัจจัยที่ทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจนั้น สามารถพิจารณาได้จากแนวความคิดเกี่ยวกับหลักการของการให้บริการสาธารณะ ดังนี้

Weber (1966: 44) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการให้บริการว่า การให้บริการจะมีประสิทธิภาพและเป็นการให้ประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด คือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ไม่มีความชอบพอสนใจเป็นพิเศษ ทุกคนได้รับการปฏิบัติเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์ที่อยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

ปรัชญา เวสารัชช์ (2521: 61-76) จำแนกองค์ประกอบหรือสาเหตุที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมระหว่างการติดต่อของผู้ให้บริการและผู้รับบริการออกเป็น 3 ประเภทองค์ประกอบที่เกิดจากตัวเจ้าหน้าที่องค์กรเอง องค์ประกอบด้านผู้รับบริการและองค์ประกอบที่เกิดจากสภาพการติดต่อซึ่งองค์ประกอบที่เกิดจากสภาพการติดต่อที่ออกย่อมมีผลสะท้อนออกมาในรูปของความพึงพอใจหรือการกระทำ ซึ่งจะทำให้ส่งผลย้อนไปหาเจ้าหน้าที่องค์กรและองค์การเอง

กลชน ธนาพงศธร (2528: 120) แบ่งหลักการให้บริการไว้ดังนี้ (1) หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้ นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ (2) หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้น ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ มิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริการหรือผู้ปฏิบัติงาน (3) หลักความเสมอภาค บริการที่จะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษบุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด (4) หลักความปลอดภัย ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากเกินไปกว่าผลที่จะได้รับและ (5) หลักความสะอาด บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการให้จะต้องเป็นไป ในลักษณะที่ปฏิบัติได้ง่ายสะดวกสบาย สั้นเปลื้องทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาวะยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้บริการหรือใช้บริการมากเกินไป

6. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

การสื่อสารในองค์กรเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญที่จะทำให้สมาชิกในองค์กรมีความสุขในการทำงานหรือเกิดความทุกข์จากการทำงานก็ได้ เราสามารถวัดสุขภาพขององค์กรได้จากคุณภาพของการสื่อสารในองค์กรว่าเป็นอย่างไร กล่าวคือประสิทธิภาพของการทำงานจะมีสูงขึ้นถ้าการสื่อสารในองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ในทางกลับกันหากการสื่อสารในองค์กรเต็มไปด้วยอุปสรรคและปัญหาในการสื่อสาร ผลผลิตขององค์กรจะลดต่ำลงอย่างมาก ผู้บริหารองค์กร

จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้กลยุทธ์อย่างเหมาะสมที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร โดยการพัฒนาประสิทธิภาพในการสื่อสารในทุก ๆ ส่วนขององค์กร

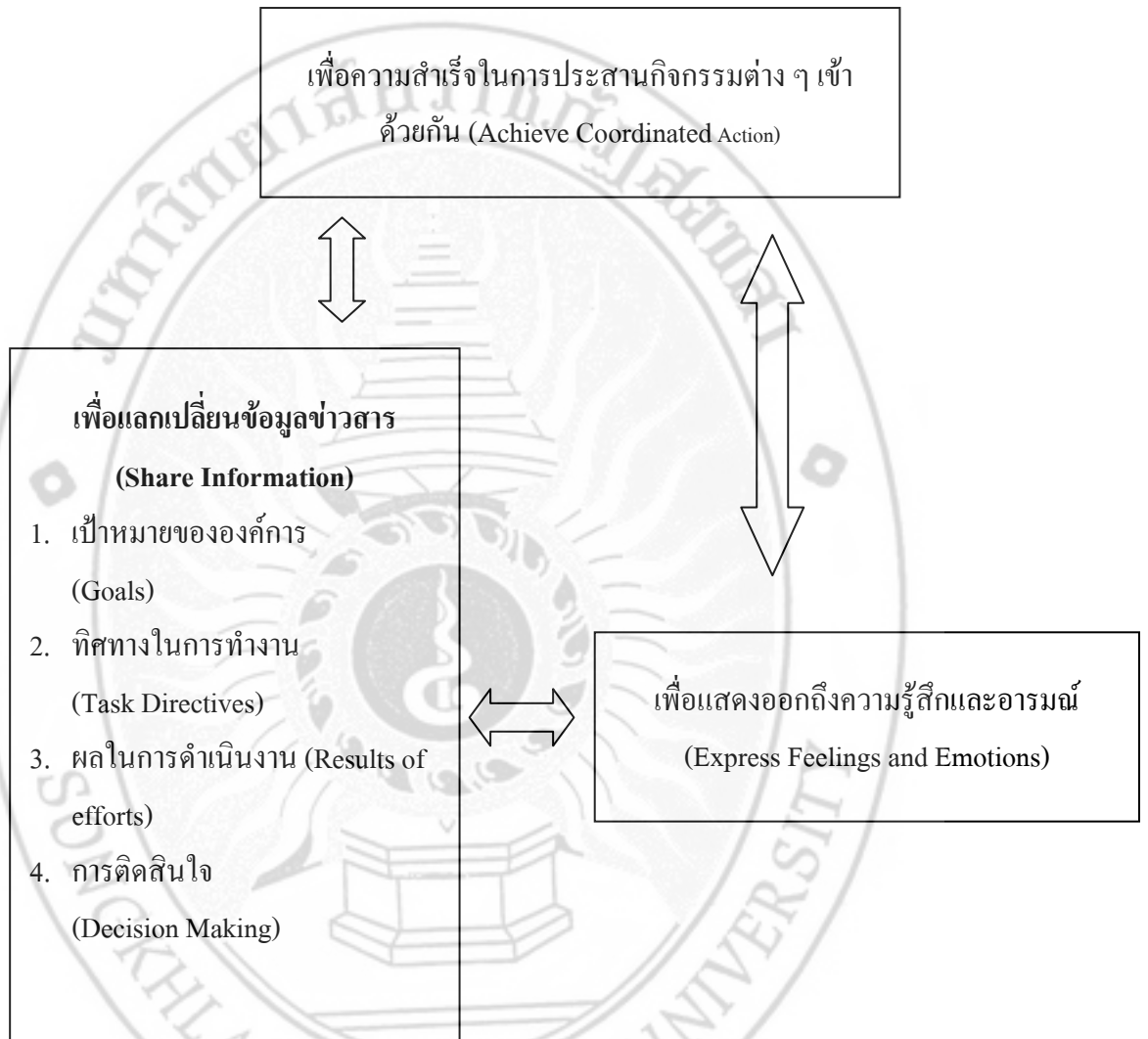
นักบริหารมือหนึ่งควรใช้ประโยชน์จากการสื่อสารในการสร้างงานและสร้างภาพลักษณ์ให้กับตนเอง เราจะได้จากนักบริหารระดับสูงของประเทศไทย เช่น นายชวน หลีกภัย อดีต นายกรัฐมนตรีของประเทศไทยเป็นผู้หนึ่งที่มีรูปแบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะเรื่องการพูด หรือให้สัมภาษณ์ต่อที่สาธารณะ นายชวน หลีกภัย จะมีวิธีการพูดที่ตรงคนฟังไว้กับหลักของเหตุ และผล และการสร้างการยอมรับให้เกิดขึ้นได้ง่าย ซึ่งต่างจากผู้นำประเทศหลาย ๆ ท่าน ที่สื่อสารออกไปแล้วทำให้ประชาชนเกิดความสับสนและกลายเป็นปัญหาสำหรับตนเองก็มีอยู่มาก

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2522: 588) ได้บัญญัติว่า “การสื่อสาร หมายถึง การนำ หนังสือ หรือข้อความของฝ่ายหนึ่งไปให้อีกฝ่ายหนึ่ง” เป็นนัยของการนิยามความหมาย ที่เน้นเฉพาะ การสื่อสารด้วยการพูด หรือการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร

เวบสเตอร์ (1989: 246) บัญญัติว่า “การสื่อสาร (communication)” หมายถึง วิธีการสื่อ โดยการใช้สารสนเทศ (Information or intelligence) ในลักษณะของข้อความหรือการเขียนก็ได้” เราจะพบว่าการนิยามความหมายทั้งในพจนานุกรมและเวบสเตอร์มีลักษณะใกล้เคียงกันมาก เพราะต่างก็ เน้นที่จะสื่อสารด้วยการพูดและการเขียนเป็นสำคัญ

เบอร์ตัน และธากอร์ (1995: 550-555) ได้ให้ความหมายว่า “การสื่อสารหมายถึง กระบวนการ ในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสาร (the process of transmitting information)”

การสื่อสารในองค์กรเป็นสิ่งที่สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กรและมีวัตถุประสงค์ที่เด่นชัด 3 ประการคือ ดังปรากฏในแผนภูมิดังนี้



ภาพที่ 2-3 วัตถุประสงค์ของการสื่อสารในองค์กร

จากแผนภูมิโดยสรุปจะพบว่าวัตถุประสงค์สำคัญทั้ง 3 ประการของการสื่อสารในองค์กรเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นความสำคัญที่ผู้บริหารขององค์กร จะต้องให้ความสนใจและดำเนินการอย่างมีกลยุทธ์ในอันที่จะทำให้การสื่อสารเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในองค์กร

วิธีการสื่อสาร (method of communication) มัวเฮด และกริฟฟิน (1982: 485) ได้แบ่งวิธีการสื่อสารในองค์การออกเป็น 3 วิธีคือ

การสื่อสารด้วยการเขียน (written communication)

เป็นที่ยอมรับว่าองค์การต่าง ๆ จะใช้วิธีการสื่อสารด้วยเอกสารมากที่สุด เป็นวิธีการที่จะสื่อสารอย่างเป็นทางการระหว่างบุคคลกับองค์การหรือ องค์การกับบุคคลหรือระหว่างบุคคลกับบุคคลด้วยกัน

การสื่อสารด้วยการพูด (oral communication)

เป็นการสื่อสารที่พบมากที่สุด และสะท้อนถึงวิถีชีวิตขององค์การคือการสื่อสารด้วยการพูดและเราจะพบเห็นอยู่ทุกหนทุกแห่งในองค์การ คือการสนทนาแบบไม่เป็นทางการ การสนทนาในระหว่างทำงาน กลุ่มงาน การกล่าวสุนทรพจน์และการนำเสนอการสื่อสารดังกล่าวเป็นเรื่องที่มีศักยภาพในการสื่อสารไม่ใช่เฉพาะจะพิจารณาจากผู้พูดเท่านั้น ผู้ฟังก็มีบทบาทสำคัญในการที่จะแลกเปลี่ยนข่าวสารไม่ใช่เฉพาะจะพิจารณาจากผู้พูดเท่านั้น ผู้ฟังก็มีบทบาทสำคัญในการที่จะแลกเปลี่ยนข่าวสารได้ด้วย

การสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ (nonverbal communication)

เป็นรูปแบบของการสื่อสารที่ไม่ใช่การพูดหรือการเขียนโดยทั่วไปจะเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสื่อสารที่สะท้อนออกมาในรูปการแสดงออกของร่างกาย เช่น การแสดงออกทางสีหน้าและภาษากาย ซึ่งผู้สื่อสารอาจจะรู้สึกตัวและไม่รู้สึกตัวในขณะที่แสดงออก

อุปสรรคในการสื่อสาร

การสื่อสารที่สมบูรณ์แบบจากใจถึงใจเป็นเพียงอุดมคติเท่านั้น เพราะโดยธรรมชาติแล้วการสื่อสารระหว่างมนุษย์ย่อมมีปัญหาอุปสรรคนานัปการ เนื่องจากมีปัจจัยหลายอย่างเข้ามาแทรกทำให้การสื่อสารถูกบิดเบือนและขาดประสิทธิภาพได้ จึงจำแนกอุปสรรคได้โดยสังเขป ดังนี้

อุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากบุคคลเป็นอุปสรรคที่เกิดจากกรอบการอ้างอิงที่ต่างกัน เป็นสาเหตุสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้บุคคลไม่สามารถสื่อข้อความระหว่างผู้สื่อและผู้รับข้อความให้เข้าใจตรงกัน ซึ่งนำไปสู่ปัญหาอีกมากในการบริหารงานในองค์การ

ความหมายของภาษาที่ใช้ต่างกัน องค์การ ฝ่าย แผนกหรือกลุ่มงานมักจะมีภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเฉพาะในกลุ่มของตนเอง เพื่อให้เกิดความสะดวกในการสื่อสารเป็นการเฉพาะและนำไปสู่การเกิดประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในกลุ่มของตนเอง

การตัดสินใจตามค่านิยม เป็นลักษณะที่ผู้รับข่าวสารตีความหมายของข่าวสารโดยใช้ค่านิยมส่วนตัวของตนเองประกอบการพิจารณา และทำให้เกิดความคาดเคลื่อนและนำไปสู่ปัญหาได้

ทักษะในการสื่อสาร จะแปรผันแตกต่างกันในแต่ละคน บางครั้งเกิดจากบุคลิกภาพส่วนบุคคล บางกรณีเกิดจากการฝึกฝนหรือการฝึกอบรม บางคนเป็นผู้ฟังที่ดีทำให้การสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและดำเนินไปได้ด้วยความราบรื่น บางคนคอยขัดจังหวะและสอดแทรกคำพูดท่าทีที่เป็นอุปสรรคต่ออีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งนำไปสู่ปัญหาความเข้าใจที่แตกต่างกันได้

ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความแตกต่างกันในวัฒนธรรมของผู้สื่อสาร และผู้รับข่าวสาร นำไปสู่ปัญหาในการสื่อสารอย่างมาก เช่น ความแตกต่างกันในด้านภูมิหลังที่มาจากคนละพื้นที่ การใช้ภาษาที่ต่างกันหรือการนับถือศาสนาที่ต่างกัน ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ผู้บริหารจะต้องทำความเข้าใจ และถึงระมัดระวังในระหว่างสื่อสารกับบุคคลที่มาจากต่างวัฒนธรรม

การสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญของทฤษฎีองค์การ ผู้ศึกษาจึงนำเสนอในแง่มุมต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวคิดในการสื่อสาร ปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารจึงอาจกล่าวได้ว่าความสำเร็จหรือล้มเหลวขององค์การขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพการสื่อสารที่ดี

7. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการสาธารณะ

ปฐุม มณีโรจน์ (2536 อ้างถึงใน สำนักนโยบายและแผนกรุงเทพมหานคร 2538:8) ได้ให้ความหมายของการให้บริการสาธารณะว่าเป็นการบริการในฐานะที่เป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่มีอำนาจกระทำเพื่อตอบสนองต่อความต้องการเพื่อให้เกิดความพอใจ จากความหมายนี้เป็นการพิจารณาให้บริการว่าประกอบด้วยผู้ให้บริการ(providers)และผู้รับบริการ(recipients)โดยฝ่ายแรกถือปฏิบัติเป็นหน้าที่ที่ต้องให้บริการเพื่อให้ฝ่ายหลังเกิดความพอใจ

เทพศักดิ์ บุญรัตพันธุ์ (2536: 13) ได้ให้ความหมายของการให้บริการสาธารณะว่าหมายถึง การที่บุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสาธารณะซึ่งอาจเป็นของรัฐหรือเอกชน มีหน้าที่ในการส่งต่อการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนโดยส่วนรวม การให้บริการสาธารณะมีลักษณะที่เป็นระบบมีองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ส่วนคือ

1. สถานที่และบุคคลที่ให้บริการ
2. ปัจจัยนำเข้าหรือทรัพยากร
3. กระบวนการและกิจกรรม
4. ผลผลิตหรือตัวบริการ
5. ช่องทางให้บริการ
6. ผลกระทบที่มีต่อผู้รับบริการ

สายบัว หุ่นจันทร์ (2538:17) กล่าวว่า การให้บริการสาธารณะทั่วไป คือ การที่รัฐหรือองค์กรของรัฐจัดบริการต่าง ๆ ให้แก่ประชาชน โดยมีเจ้าหน้าที่ของรัฐคือข้าราชการหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องเป็นผู้นำบริการนั้นสู่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนมีความอยู่ดีกินดี มีความมั่นคงปลอดภัยทั้งในชีวิตและทรัพย์สิน โดยรัฐไม่คิดมูลค่าจากประชาชนบริการต่าง ๆ จะเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งนับว่าจะเพิ่มมากขึ้นตามสภาพและวิธีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ ในปัจจุบันองค์กรราชการของไทยได้ขยายบทบาทในการให้บริการทั้งทางด้านปริมาณ ขนาด กำลังคน และงบประมาณเพื่อให้สามารถให้บริการแก่ประชาชนได้ครอบคลุมทั่วถึงมากขึ้นอย่างเท่าเทียมกัน และเสมอภาคกัน

แม็คคลูด (1954: 2) มีความเห็นว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบที่สำคัญคือ หน่วยงานที่ให้บริการ (service delivery agency) บริการ (services) ซึ่งถือเป็นประโยชน์ที่หน่วยงานที่ให้บริการได้ส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ (the service recipient) โดยประโยชน์หรือคุณค่าของบริการที่ได้รับนั้น ผู้บริการจะตระหนักไว้จิตใจ อาจสามารถวัดออกมาในรูปของทัศนคติก็ได้

เวอร์มา (1986: 45) ได้พิจารณาการให้บริการสาธารณะว่าเป็นกระบวนการให้บริการที่มีลักษณะที่เคลื่อนไหวที่เป็นพลวัต โดยระบบการให้บริการที่ดีจะเกิดขึ้นได้เมื่อหน่วยงานที่รับผิดชอบใช้ทรัพยากรและผลการบริการให้เป็นไปตามแผนงานและสามารถเข้าถึงผู้รับบริการ จากความหมายดังกล่าวเป็นการพิจารณาโดยใช้กรอบความคิดเชิงระบบ (system approach) ที่มองว่าหน่วยที่มีหน้าที่ให้บริการใช้ปัจจัยนำเข้า (input) เข้าสู่กระบวนการผลิต (process) และออกมาเป็นผลผลิตหรือบริการ (output) โดยทั้งหมดจะต้องเป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้ ซึ่งจะเป็นข้อมูลป้อนกลับ (feedback) เป็นปัจจัยนำเข้าต่อไป ด้วยเหตุนี้ระบบการให้บริการสาธารณะจึงมีลักษณะเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

อิน จอง วอง (In Jung Wang) ได้พิจารณาการบริการสาธารณะว่าเป็นการเคลื่อนย้ายเรื่องที่ทำให้บริการจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งเพื่อให้เป็นไปตามที่ต้องการ ด้วยเหตุนี้เขามองการให้บริการว่ามี 4 ปัจจัยที่สำคัญคือ

1. ตัวบริการ (service)
2. แหล่งหรือสถานที่ที่ให้บริการ (sources)
3. ช่องทางในการให้บริการ (channels)
4. ผู้รับบริการ (client groups)

จากปัจจัยดังกล่าว เขาได้ให้ความหมายของระบบการให้บริการว่าเป็นระบบที่มีการเคลื่อนย้ายบริการอย่างคล่องตัวผ่านช่องทางที่เหมาะสม จากแหล่งให้บริการที่มีคุณภาพไปยัง

ผู้รับบริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ซึ่งความหมายดังกล่าว เห็นได้ว่าการให้บริการต้องมีการเคลื่อนย้ายตัวบริการจากตัวผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการผ่านช่องทางและต้องตรงตามเวลาที่กำหนด

จากการพิจารณาแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะข้างต้นแสดงให้เห็นว่า เป้าหมายของการให้บริการสาธารณะคือ การสร้างความพึงพอใจให้เกิดแก่ผู้รับบริการ ดังนั้น การที่จะวัดว่าการให้บริการสาธารณะบรรลุเป้าหมายหรือไม่ วิธีหนึ่งคือ การวัดความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการเพื่อเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการ เพราะการวัดความพึงพอใจนี้เป็นการตอบคำถามว่าหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการมีความสามารถสนองตอบความต้องการของประชาชนได้หรือไม่ เพียงใด และอย่างไร

8. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการและคุณภาพ

การบริการ (Service)

ความหมายของคำว่า “บริการ” ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานให้ความหมายไว้ว่า การบริการ คือ การรับใช้ อำนาจความสะดวกให้ช่วยเหลือเกื้อกูล

วิชาญ ฤทธิรงค์ (2528: 52) ได้ชี้แนะว่า การให้บริการและการต้อนรับลูกค้าให้ได้รับความพอใจอยากที่จะใช้บริการอีกควรดำเนินการดังนี้ พนักงานต้องแต่งกายสะอาด เรียบร้อย ต้อนรับลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน พนักงานมีความรอบรู้ในหน้าที่บริการด้วยความรวดเร็ว มีความกระตือรือร้น ควรมีการสืบหาข้อมูลของลูกค้าจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อจะได้ต้อนรับอย่างเหมาะสมการให้บริการลูกค้าจะต้องดูถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญสถานที่ทำการ ต้องดูแลให้สะอาดมีการจัดที่พักคอยสำหรับลูกค้าหมั่นออกเยี่ยมลูกค้าหรือธุรกิจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอสร้างสื่อสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าต่อลูกค้าชนิดปากต่อปากซึ่งเป็นวิธีได้ผลดีที่สุด การพัฒนาระบบงานโดยนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาให้คำแนะนำด้านวิชาการและการตลอดแก่ลูกค้า

จากคำจำกัดความดังกล่าวของความหมายของการให้บริการที่กล่าวมา ผู้ศึกษาสรุปได้ว่าการให้บริการ คือ การปฏิบัติหรือดำเนินการที่คนกลุ่มหนึ่งจะเสนอให้คนอีกกลุ่มหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้พอใจในบริการ (Satisfactory service) ให้พิจารณาได้จาก 5 ประการด้วยกันคือ

- 1) การบริการอย่างเท่าเทียมกัน
- 2) การให้บริการอย่างรวดเร็วทันต่อเวลา
- 3) การให้บริการอย่างเพียงพอ
- 4) การให้บริการต่อเนื่อง
- 5) การให้บริการอย่างทั่วหน้า

คุณภาพการบริการ (Service quality)

ความหมายของคำว่า “คุณภาพการบริการ” หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ในธุรกิจให้บริการ คุณภาพของการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

แนวคิดทางการตลาดนั้น ให้ความสำคัญต่อความต้องการของผู้รับบริการ ดังนั้นคุณภาพการบริการจึงต้องถูกประเมินโดยผู้รับบริการ ซึ่งสามารถแยกองค์ประกอบของความต้องการการบริการเป็น 2 ประเภทคือ

บริการหลักที่ต้องการจริง ๆ (Core service) หมายถึง บริการที่ลูกค้าต้องการมากจนต้องทำให้เกิดการตัดสินใจมารับบริการนั้น ๆ ความต้องการเหล่านี้มักคงที่

บริการที่เกี่ยวข้อง (Peripheral service) หมายถึง การบริการที่มีใช้บริการหลักแต่เป็นบริการอื่น ๆ ที่ผู้ให้บริการสามารถให้ร่วมกับบริการหลักที่ต้องการจริงอันมีส่วนช่วยส่งเสริมคุณภาพของการบริการได้ ซึ่งสามารถแบ่งได้ 2 ประเภทคือ

บริการที่คาดหวังว่าจะได้รับ (Expected service) หมายถึง บริการข้างเคียงที่เกี่ยวข้องกับบริการหลักที่ต้องการจริงที่ผู้รับบริการคาดหวังล่วงหน้าว่าจะได้รับจากผู้ให้บริการเช่น ผู้รับบริการมาธนาคารเพื่อซื้อเช็คของขวัญนอกจากได้รับเช็คของขวัญตามต้องการแล้วยังได้รับซองบรรจุที่สวยงามติดริบบิ้นพร้อมการ์ดอวยพรด้วย ความต้องการในกลุ่มนี้จะแปรเปลี่ยนไปตามสถานการณ์บุคคล เวลา และสถานที่

บริการที่อยู่เหนือความคาดหมาย (Augmented service) หมายถึง บริการที่ผู้มารับบริการอยากได้รับ แต่ไม่คาดหวังว่าจะได้ เช่น ผู้รับบริการอยากได้รับบริการจากพนักงานธนาคารอย่างรวดเร็วไม่ต้องเข้าคิวรอ นอกจากผู้รับบริการจะได้รับแล้วพนักงานธนาคารยังสามารถจำชื่อผู้มารับบริการได้ด้วยและทักทายถูกต้องทุก ๆ ครั้งที่มาธนาคาร

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า คุณภาพการบริการมีองค์ประกอบหลัก 2 ประเภทคือ คุณภาพการปฏิบัติ (Quality in practice) และคุณภาพตามการรับรู้ (quality in perception) โดยคุณภาพการปฏิบัติ นั้นเป็นคุณภาพตามมาตรฐานการทำงานในแต่ละหน้าที่ ส่วนคุณภาพตามการรับรู้เป็นคุณภาพที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งคุณภาพทั้ง 2 ส่วนนี้ต้องมีการผสมผสานกันอย่างเหมาะสม จึงมีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

9. แนวคิดทางการตลาดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2538: 3)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนและซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว (ธงชัย สันติวงษ์ 2540: 29)

พฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อยุทธศาสตร์การตลาดของธุรกิจบริการ (service marketing) เพราะความต้องการของคนในสังคมเปลี่ยนไป แบบวิถีชีวิตและวิธีการดำรงชีวิตเปลี่ยนไป ดังนั้น การที่จะทำให้ผลประกอบการของธุรกิจประสบความสำเร็จได้ กลยุทธ์การตลาดต้องสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วมาก ผู้บริโภคสมัยใหม่ต่างสามารถเปิดโลกทัศน์ของตนออกสู่โลกกว้าง แต่ละคนต่างจะเริ่มมีความคิดอิสระและมีความนิยมและชอบแตกต่างกันไปมากขึ้นเรียกว่าเกิดภาวะ “การแยกกระจายส่วน” (degasification) หรือคือการแตกกระจายของสังคมมวลรวม (ธงชัย สันติวงษ์ 2539: 29) ดังนั้นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคทางด้านต่าง ๆ และเพื่อที่จะจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม จึงเป็นเรื่องสำคัญทางการตลาดยุคใหม่เพื่อให้สามารถผลิตผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ตรงกับกลุ่มตลาดเป้าหมาย (segment marketing) อย่างที่สุด (บรรยงค์ สุวรรณผ่อง 2543: 54)

พฤติกรรมผู้บริโภคกับการออกผลิตภัณฑ์ใหม่

การผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อผู้บริโภคที่มีความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่ข้อมูลข่าวสารส่งถึงกันอย่างรวดเร็ว มีผลทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการใหม่ ๆ อยู่เสมอ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจจึงต้องคงอยู่ในสภาพการแข่งขันที่รุนแรง เพื่อการอยู่รอดและเติบโตต่อไปของธุรกิจ จากทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญต่อการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ด้วยว่าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคนักการตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาวิจัยว่าผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่มีคุณสมบัติเช่นไร เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นไปปรับปรุง พัฒนาและนำผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการนั้นออกเสนอขายให้ท้องตลาดเป็น “ผลิตภัณฑ์ใหม่”

ผลิตภัณฑ์ใหม่ (new product) หมายถึง การเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่แบบริเริ่ม หรือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมของธุรกิจให้มีคุณสมบัติดีขึ้น หรือเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจที่มีลักษณะเหมือนผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาดทั่วไป (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2539: 203)

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ใหม่มี 3 ลักษณะคือ

ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม (Innovated product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีแนวคิดริเริ่มเป็นครั้งแรกยังไม่มีมาก่อนในตลาด

ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ (Modified product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีการปรับปรุงในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ทำให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอีกครั้ง

ผลิตภัณฑ์เลียนแบบ (Me-too product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ ซึ่งเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีอยู่แล้วในตลาด

อย่างไรก็ตามการที่จะพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการใดเป็นของใหม่ ก็ยังเป็นเรื่องที่ยังขัดลงไปได้ยาก เพราะสังคมในปัจจุบันวิทยาการผลิตภัณฑ์มีความเจริญก้าวหน้ามาก ต่างก็คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกมาเรื่อย ๆ เพื่อมุ่งขยายส่วนแบ่งการตลาดของตนให้มากขึ้นกว่าเดิม ประกอบกับการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อทดแทนของเก่าอย่างสิ้นเชิงนั้น ทำให้ยากและเกิดขึ้นนาน ๆ ครั้ง เช่น การคิดรถยนต์ไฟฟ้า การนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้กับกิจการของธนาคาร ดังนั้น วัตสัน (Wasson) ได้ให้ข้อคิดเห็นในการพิจารณาลักษณะของสิ่งใหม่หรือมีลักษณะใหม่ดังนี้ (ชงชัย สันติวงษ์ 2540: 278-279)

- 1) มีต้นทุนใหม่ ซึ่งทำให้มีการกำหนดราคาใหม่ได้ถูกกว่า
- 2) มีความสะดวกสบายในการใช้มากกว่าเดิม
- 3) มีประสิทธิภาพในการใช้งานที่ดีกว่าเดิม
- 4) จัดหาได้ง่ายทั้งในแง่เวลาและสถานที่
- 5) สามารถใช้เสริมฐานะได้มากขึ้น
- 6) มีคุณค่าเชื่อถือได้มากกว่า
- 7) มีวิธีการใช้เป็นวิธีใหม่
- 8) มีแบบของใช้ที่แตกต่างจากที่คุ้นเคย
- 9) มีคุณสมบัติประโยชน์มากขึ้นกว่าเดิม
- 10) มีผลคุ้มค่ามากกว่าถ้าหากได้ใช้
- 11) แบบและส่วนประกอบแตกต่างจากเดิม
- 12) มีคุณสมบัติอย่างอื่นประกอบเข้าไป หรือมีบริการและคุณค่ามากยิ่งขึ้น
- 13) ตลาดและช่องทางการจำหน่ายใหม่
- 14) ส่วนประกอบหรือวิธีการทำที่แตกต่างจากเดิม

เมื่อผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด ทำอย่างไรจึงจะสามารถทำให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคได้ เพราะผู้บริโภคต้องคิดอย่างระมัดระวังเพื่อการยอมรับ บางครั้งผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ บางชนิดผู้บริโภคสนใจและรู้จัก แต่ไม่ถึงขั้นตัดสินใจเลือกใช้ เนื่องจากมีเทคโนโลยีสูงและซับซ้อนเกินไป ไม่คุ้นเคย เช่น บริการบัวหลวง I-banking ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตอาจแก้ไขปัญหาโดยการจัดทำคู่มือการใช้งานอย่างง่าย ๆ หรือจัดพนักงานประจำเพื่อคอยให้คำแนะนำ สำหรับปัจจัยที่จะช่วยให้มีความเข้าใจและยอมรับผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังต่อไปนี้

- 1) การมีคุณสมบัติข้อดีมากกว่าเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์หรือบริการแบบเก่า
- 2) สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย และไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้แตกต่างจากเดิมมากเกินไป
- 3) ความสลับซับซ้อนของสิ่งที่คิดค้นขึ้นมาใหม่ มีความชัดเจนไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน
- 4) สามารถแบ่งเป็นส่วนย่อยได้ คือทดลองใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการได้หลายๆ ครั้งจนมั่นใจ
- 5) ความสามารถที่จะถ่ายทอดเป็นข้อมูลไปยังบุคคลอื่น ได้เร็วและง่าย

ด้วยเหตุนี้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ จึงต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการใหม่ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว โดยมีประเด็นในการพิจารณาดังต่อไปนี้ คือ

ตราสินค้า (Brand image) ภาพพจน์ของผู้ผลิตแต่ละคนที่มีต่อตราของสินค้า จะมีผลทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อถือ มีความเชื่อมั่นต่อคุณภาพและข้อดีของสินค้า ซึ่งจะทำได้ง่ายต่อการยอมรับ เช่น บมจ กรุงเทพ มีภาพเป็นธนาคารชั้นนำ มีผู้นำองค์กรเก่ง มีความมั่นคงในเงินทุนและมีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นต้น

การบรรจุหีบห่อ ก็มีความสำคัญ เพราะผู้บริโภคโดยทั่วไปมักจะมีความต้องการทางอารมณ์ที่อยากจะได้สิ่งของที่มีการบรรจุหีบห่อเป็นมาตรฐาน มีคุณภาพรวมทั้งสวยงาม ซึ่งการบรรจุหีบห่อนั้นยังสามารถใช้เป็นเครื่องแสดงถึงบุคลิกลักษณะของผลิตภัณฑ์ได้ด้วย การออกแบบสถานที่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่เน้นรูปลักษณะที่ความสดใส รูปทรงทันสมัย สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่

การกำหนดราคาเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง ที่มีผลต่อความรู้สึกและทัศนคติของผู้บริโภคสังคมไทยนั้นยังคงมีความเชื่อเป็นพื้นฐานว่า “ของยิ่งแพงยิ่งดี” หรือ “ของดีราคาถูกนั้น เป็นไปไม่ได้และไม่จริง” ดังนั้นการกำหนดราคาจึงต้องทำด้วยความระมัดระวัง

การสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการซื้อ นั้นขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง ความพร้อมเพียงขอจำนวนและประเภทสินค้าที่เสนอขาย ราคา การโฆษณา และการส่งเสริม การขายพนักงานขาย และการให้บริการบัวหลวง I-banking ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ก็ได้คำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้และนำมาใช้เป็นแนวทางในการจัดการทางการตลาดดังเช่นที่ปรากฏเห็นอยู่

10. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการ

ความหมายของความพึงพอใจ การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้แตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ของผู้ที่ทำการศึกษา ดังนี้

คำว่า พอใจ ตามคำจำกัดความของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2524, หน้า 577) หมายถึง สมใจ ชอบใจ เหมาะ

วิชาญ ฤทธิรงค์ (2528: 52) ได้ชี้แนะว่า การให้บริการและการต้อนรับลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจ และประทับใจ อยากรที่จะมาให้บริการอีก ควรดำเนินการดังนี้

- 1) พนักงานต้องแต่งกายสะอาด เรียบร้อย
- 2) ต้องรับลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียม
- 3) พนักงานมีความรอบรู้ในหน้าที่บริการด้วยความรวดเร็ว มีความกระตือรือร้น
- 4) ควรมีการสืบหาข้อมูลของลูกค้าจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อจะได้ต้อนรับอย่างเหมาะสม
- 5) การให้บริการลูกค้าจะต้องดูถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ
- 6) สถานที่ทำการต้องดูให้สะอาด มีการจัดที่พักคอยสำหรับลูกค้า
- 7) หมั่นออกเยี่ยมเยียนลูกค้าหรือธุรกิจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
- 8) สร้างสื่อสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าต่อลูกค้า ชนิดปากต่อปาก ซึ่งเป็นวิธีที่ได้ผลที่สุด
- 9) การพัฒนาระบบงาน โดยการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามา
- 10) ให้คำแนะนำด้านวิชาการ และการตลาดแก่ลูกค้า

จรัส มาสุวรรณ (2538: 5) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจโดยสรุปว่าเป็นความรู้สึกที่ ชอบ ประทับใจหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ ซึ่งถ้ามีความพึงพอใจต่อ สิ่งใดแล้วก็จะ มีผลอุทิศแรงกาย แรงใจ และสติปัญญา เพื่อจะทำในสิ่งนั้น ๆ

ไมตรี วิไลกิจ (2539: 8) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ โดยสรุปไว้ว่าเป็นความรู้สึกของ บุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงประมาณค่า โดยมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างแยกกัน ไม่ออก

ภักดี คณัยพงศกร (2539: 22) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกที่ดีที่ชอบและของบุคคลที่มีต่อสิ่งหรือกิจการต่าง ๆ โดยปรากฏออกมาทางพฤติกรรม ถ้าบุคคลมีความพึงพอใจต่อกิจการใดแล้วก็จะส่งผลทำให้บุคคลนั้นเกิดความรู้สึกดี อยากจะอุทิศแรงกาย แรงใจ และสติปัญญาที่จะกระทำกิจการนั้น ๆ

มิลเลท (Millet 1954: 4 อ้างถึงใน ศรีสมบัติ พรประเสริฐ 2536: 6-7) ได้อธิบายถึงความพึงพอใจบริการ (satisfactory services) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการให้พิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้านคือ

- 1) ความสามารถในการจัดบริการได้อย่างยุติธรรม โดยลักษณะการจัดให้ นั้นจะต้องเป็นไปอย่างเสมอภาค และเสมอหน้า (Equitable service) แก่ผู้รับบริการ
- 2) ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely service) ตามลักษณะของความจำเป็นรีบด่วนในการบริการและความต้องการของประชาชนในบริการนั้น ๆ
- 3) ความสามารถในการจัดบริการให้เพียงพอแก่ความต้องการของผู้รับบริการ (Sample service) มีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม
- 4) ความสามารถในการจัดบริการได้อย่างต่อเนื่อง (Continuous service) เป็นการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ โดยไม่มีการหยุดชะงัก หรือติดขัดในการบริการนั้น ๆ ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้
- 5) ความสามารถในการพัฒนาบริการที่จัดให้ทั้งในด้านปริมาณ และคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้า (Progressive service) ตามลักษณะของการบริการนั้น โดยมีการปรับปรุงคุณภาพ หรือเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

มอร์ส (Mores: 1955) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดถ้ามีมากก็จะทำให้เกิดความไม่พอใจต่อการให้บริการ ซึ่งความตึงเครียดนั้นมีผลมาจากความต้องการของมนุษย์ถ้ามนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง แต่ถ้าเมื่อใดต้องการได้รับการตอบสนอง ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการได้

เดวิส (1967: 81) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจว่าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับบุคคลเมื่อความต้องการพื้นฐานทั้งร่างกายและจิตใจได้รับการตอบสนอง พฤติกรรมเกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์เป็นความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียดหรือความกระวนกระวาย หรือภาวะไม่สมดุลในร่างกาย เมื่อสามารถขจัดสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวออกไปได้ มนุษย์ย่อมจะได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ต้องการ

วอลแมน (1973: 283) กล่าวว่า ความพึงพอใจ ตามคำจำกัดความของพจนานุกรมทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ หมายถึง เป็นสภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความอึดอเมใจเมื่อความต้องการหรือแรงจูงใจของตนได้รับการตอบสนอง

ดังนั้น จากความหมายของคำว่าความพึงพอใจ ผู้ศึกษาจึงสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นสภาพความต้องการที่ได้รับการตอบสนองเกิดเป็นความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ ที่ประทับใจที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ โดยเมื่อพอใจสิ่งใดแล้วก็จะแสดงพฤติกรรม โดยเข้าร่วมกิจกรรมอุทิศร่างกาย แรงใจและสติปัญญา ที่กระทำในกิจกรรมนั้น ๆ

11. หลักการให้บริการ

กุธชน ธนาพงศธร (2530: 303-304) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับหลักการให้บริการว่า ควรประกอบด้วย หลักการต่าง ๆ ดังนี้

1) หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ บริการที่องค์การจัดให้นั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของคนส่วนใหญ่ หรือทั้งหมดมิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ เพราะมีฉะนั้นแล้ว นอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดแล้ว ยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้น ๆ ด้วย

2) หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ มิใช่เป็นการปฏิบัติในลักษณะการทำให้ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติ

3) หลักความเสมอภาค คือ การให้บริการที่จัดขึ้นนั้นจะต้องให้แก่ผู้รับบริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกัน ไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่งในลักษณะที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างเห็นได้ชัด

4) หลักความประหยัด คือ ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการให้บริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5) หลักความสะดวก คือ บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะที่สามารถ ปฏิบัติได้ง่าย สะดวก สบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก รวมทั้งไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้บริการหรือผู้รับบริการมากจนเกินไป

ถาวร โพธิสมบัติ (2535 : 14-15) ได้สรุปว่า เจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องปฏิบัติตามนโยบายของรัฐ เพื่อบริการประชาชนให้ดีที่สุด ตรงตามเป้าหมายของรัฐตามหลักการต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยที่

ผู้ศึกษาได้นำมาเป็นข้อศึกษาประกอบด้วยหลักความสะดวก หลักความรวดเร็ว หลักความเสมอภาค และหลักความเป็นกันเอง ซึ่งมีแนวความคิดดังต่อไปนี้

1) หลักความสะดวก เป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนที่มารับบริการ ได้ทราบว่า ผู้ใดเป็นเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานใด ทำหน้าที่อะไร ซึ่งเจ้าหน้าที่ทุกคนต้องตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนที่มารับบริการ โดยการต้อนรับด้วย อธิยาศัยไมตรีอันดี ใช้กริยาวาจาที่สุภาพเรียบร้อย ไม่ขู่ตะคอก ไม่แสดงกริยามารยาทที่เป็นดูหมิ่นเหยียดหยาม สิ่งใดที่ให้บริการไม่ได้ก็ควรชี้แจง ทำความเข้าใจหรือแนะนำหาทางช่วยเหลือในสิ่งที่ถูกต้อง ควร แม้ประชาชนที่มารับบริการจะผิดหวังในประโยชน์ แต่เมื่อได้รับการชี้แจงที่ถูกต้องด้วยดี ก็คงจะเป็นที่พอใจ เป็นการสร้างความรู้สึกและภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร

2) หลักความรวดเร็ว เป็นการให้ความสะดวกรวดเร็วแก่ประชาชนที่มารับบริการ เจ้าหน้าที่จะต้องรีบดำเนินการทันทีโดยไม่ชักช้า เพราะผู้มารับบริการส่วนใหญ่เมื่อการรอคอยหรือเสียเวลาที่รอรับบริการจากเจ้าหน้าที่หากให้บริการไม่ได้ก็ต้องชี้แจงให้ผู้มารับบริการทราบและเข้าใจอย่างถ่องแท้ ว่าเป็นเพราะเหตุใดจะต้องทำหรือควรทำอย่างไรต่อไป ไม่ว่าจะให้บริการแก่ประชาชนได้หรือไม่ก็ตาม จะต้องให้ผู้มารับบริการกลับไปด้วยความพอใจและยินดี หากเจ้าหน้าที่ไม่อยู่ก็ต้องมีเจ้าหน้าที่คนอื่นอยู่ทำหน้าที่แทน ไม่ควรให้ผู้มารับบริการต้องเสียเวลารออยู่นาน โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร หรือต้องเสียเวลากลับไปกลับมา ซึ่งทำให้เสียเวลาประกอบอาชีพและเสียค่าใช้จ่าย เจ้าหน้าที่ทุกคนต้องตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการให้เป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว เรียบร้อย และถูกต้อง

3) หลักความเสมอภาค เป็นการให้ความยุติธรรมและความเสมอภาค เจ้าหน้าที่ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตามระเบียบ ข้อบังคับ และอำนาจหน้าที่ โดยเคร่งครัด ให้บริการทุกคนด้วยความยุติธรรมและความเสมอภาค ไม่แบ่งพรรคแบ่งพวก บริการและอำนวยความสะดวกแก่ผู้มารับบริการด้วยความเท่าเทียมกัน ใครมาก่อนก็ให้บริการก่อน ตามลำดับก่อนหลัง เป็นที่น่าสังเกตว่าการปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ มักจะถือเอาความร่ำรวย หรือฐานะทางสังคม และความใกล้ชิด รู้จักเป็นการส่วนตัวเป็นหลัก ใครมีฐานะทางสังคมดีหรือบุคคลที่รู้จักมักคุ้นกับเจ้าหน้าที่มักจะได้รับความสะดวกเป็นกรณีพิเศษ ซึ่งเป็นการปฏิบัติที่ไม่ชอบด้วยเหตุผลการไม่อำนวยความสะดวกให้ผู้ที่ไม่มีความรู้ฐานะทางสังคมหรือคนที่ไม่รู้จักกันถือเป็นสิ่งที่เสียหายอย่างร้ายแรง ซึ่งเจ้าหน้าที่ทุกคนต้องระมัดระวังอย่าให้เกิดขึ้น เพราะจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีแก่องค์กร

4) หลักความเป็นกันเอง เป็นการให้บริการประชาชนเมื่อมาขอรับบริการ เจ้าหน้าที่จะต้องให้ความเอื้ออาทร เพื่อให้เกิดความประทับใจ โดยแสดงการต้อนรับด้วยความสุภาพ เรียบร้อย ให้บริการด้วยความเต็มใจ เห็นอกเห็นใจ และเป็นกันเอง ซึ่งมีบ่อยครั้งที่ผู้มารับบริการเข้า

ห้องผิด ติดต่อกันผิด ผิดแผนก การเขียนคำร้องไม่ถูก ไม่เข้าใจ ไม่รู้จะติดต่อกับใคร ดังนั้น เจ้าหน้าที่ทุกคนต้องมีไมตรีจิต มีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เพื่อสร้างค่านิยม ความเชื่อถือศรัทธา และมีความประทับใจในบริการที่ได้รับจากองค์กร

ชวงศ์ ฉายะบุตร (2536: 11-14) ได้เสนอหลักการให้บริการแบบครบวงจรหรือการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุกที่จะต้องเป็นไปตามหลักการ ซึ่งอาจเรียกง่าย ๆ ว่า หลัก Package Service ดังนี้

1) ยึดการตอบสนองความต้องการจำเป็นของประชาชนเป็นเป้าหมาย การบริการของรัฐในเชิงรับ จะเน้นการให้บริการตามระเบียบแบบแผน และมีลักษณะที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการ

2) การกระจายอำนาจหรือมอบอำนาจให้มากขึ้น และปรับปรุงระเบียบวิธีการทำงานให้มีขั้นตอนและใช้เวลาในการให้บริการให้เหลือน้อยที่สุด

3) การพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่จะทำให้สามารถให้บริการได้ ทั้งขั้นตอนก่อนการให้บริการ ซึ่งได้แก่ การวางแผน การเตรียมการต่าง ๆ ให้พร้อมที่จะให้บริการ และการนำบริการไปสู่ผู้ที่สมควรที่จะได้รับบริการเป็นการล่วงหน้า เพื่อป้องกันปัญหาหรือความเสียหาย

4) การให้บริการต้องเสร็จสมบูรณ์ เป้าหมายของการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจร อีกประการหนึ่ง ก็คือ ความเสร็จสมบูรณ์ของการให้บริการ ซึ่งหมายถึง การเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ผู้รับบริการจะต้องได้รับ โดยที่ผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้งนักซึ่งลักษณะที่เสร็จสมบูรณ์ก็คือ การบริการที่แล้วเสร็จในการติดต่อเพียงครั้งเดียวหรือไม่เกินสองครั้ง (คือมารับเรื่องที่แล้วเสร็จอีกครั้งหนึ่ง)

นอกจากนี้ การให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์ยังหมายถึง ความพยายามที่จะให้บริการในเรื่องอื่น ๆ ที่ผู้ทำการติดต่อขอรับบริการสมควรจะได้รับด้วย แม้ว่าผู้บริการจะไม่ได้มาขอรับบริการเรื่องนั้นก็ตาม และถ้าเห็นว่าเป็นสิทธิประโยชน์ของผู้รับบริการก็ควรที่จะให้คำแนะนำและพยายามให้บริการในเรื่องนั้น ๆ ด้วย เช่น มีผู้มาขอโอนรถ หากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการพบว่าใกล้วันครบกำหนดชำระภาษีประจำปีแล้ว ก็ดำเนินการรับชำระภาษีไปพร้อมกับการโอนรถด้วย เป็นต้น

5) ความกระตือรือร้นในการให้บริการความกระตือรือร้นในการให้บริการเป็นเป้าหมายที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการพัฒนาการให้บริการเชิงรุกทั้งนี้เนื่องจากประชาชนบางส่วนมีความรู้สึกว่าการติดต่อขอรับบริการจากทางราชการเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก และเจ้าหน้าที่ไม่ค่อยเต็มใจที่จะให้บริการดังนั้นจึงมีทัศนคติที่ไม่ค่อยดีต่อการให้บริการของรัฐต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการซึ่งนำไปสู่ปัญหาของการสื่อสารทำความเข้าใจกัน ดังนั้นหากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการพยายามให้บริการด้วยความกระตือรือร้นแล้ว ก็จะทำให้ผู้มารับบริการเกิดทัศนคติที่ดี ยอมรับฟัง

เหตุผลคำแนะนำต่าง ๆ มากขึ้น และเต็มใจที่จะมารับบริการในเรื่องอื่น ๆ อีก นอกจากนี้ความกระตือรือร้นในการให้บริการยังเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การบริการนั้นเป็นไปอย่างรวดเร็วและสมบูรณ์ซึ่งจะนำไปสู่ความเชื่อถือศรัทธาของประชาชนในที่สุด

6) การให้บริการด้วยความถูกต้องสามารถตรวจสอบได้ การพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจรนั้นไม่เพียงแต่จะต้องให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์เท่านั้น แต่จะต้องมีความถูกต้องชอบธรรมทั้งในแง่นโยบายและระเบียบแบบแผนของทางราชการและถูกต้องในเชิงศีลธรรมจรรยาด้วย ซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้ดุลยพินิจของข้าราชการเป็นสำคัญ

7) ความสุภาพอ่อนน้อม เป้าหมายอีกประการหนึ่งของการพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจร คือเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อประชาชนผู้มาติดต่อขอรับบริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ซึ่งจะทำให้ผู้มารับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อข้าราชการและการติดต่อกับทางราชการ อันจะทำให้การสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างกันเป็นไปได้ง่ายยิ่งขึ้น ความสุภาพอ่อนน้อมในการให้บริการนั้นจะเกิดขึ้นก็โดยการพัฒนาทัศนคติของข้าราชการให้เข้าใจว่า ตนมีหน้าที่ในการให้บริการและเป็นหน้าที่ที่มีความสำคัญ รวมทั้งมีความรู้สึกเคารพในสิทธิและศักดิ์ศรีของผู้ที่มาติดต่อขอรับบริการ

8) ความเสมอภาค การให้บริการแบบครบวงจร จะต้องถือว่าข้าราชการมีหน้าที่จะต้องให้บริการแก่ประชาชนโดยเสมอภาคกัน ซึ่งจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขดังนี้ (1) การให้บริการจะต้องเป็นไปภายใต้ระเบียบแบบแผนเดียวกัน และได้รับผลที่สมบูรณ์ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าผู้รับบริการจะเป็นใครก็ตาม หรือเรียกว่า ความเสมอภาคในการให้บริการและ (2) การให้บริการต้องคำนึงถึงความเสมอภาคในโอกาสที่จะได้รับบริการด้วย ทั้งนี้เพราะประชาชนบางส่วนของประเทศเป็นกลุ่มบุคคลที่มีข้อจำกัดในเรื่องความสามารถในการที่จะติดต่อขอรับบริการจากรัฐ เช่น มีรายได้น้อย ขาดความรู้ ความเข้าใจ หรือข้อมูลข่าวสารที่เพียงพออยู่ในพื้นที่ห่างไกลทุรกันดาร เป็นต้น ดังนั้นการจัดบริการของทางราชการจะต้องคำนึงถึงคนกลุ่มนี้ด้วย โดยจะต้องพยายามนำบริการไปให้ผู้รับบริการตามสิทธิประโยชน์ที่ควรจะได้รับ เช่น การจัดหน่วยบริการเคลื่อนที่ต่าง ๆ เป็นต้น การลดเงื่อนไขในการให้บริการให้เหมาะสมกับความสามารถของผู้รับบริการ เช่น การเรียกเก็บค่าปรับผู้กระทำผิดในอัตราที่ต่ำที่สุดตามที่กฎหมายกำหนด เมื่อเห็นว่าผู้รับบริการไม่มีเจตนาที่จะเลี่ยงการปฏิบัติตามกฎหมาย เป็นต้น ซึ่งอาจเรียกความเสมอภาคนี้ว่า ความเสมอภาคที่จะได้รับบริการที่จำเป็นจากรัฐ

ชุมพล สังขปริษา(2532 : 222-223) ได้กล่าวถึง การให้บริการของรัฐว่า เพื่อให้เกิดความร่วมมือด้วยดีระหว่างประชาชนกับรัฐ ควรคำนึงถึงหลัก 3 ประการ คือ

1) หลักเพื่อประโยชน์สาธารณะ มีเป้าหมายที่จะเอื้ออำนวยประโยชน์สุขแก่ประชาชน และบทบาทหน้าที่ที่เจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องปฏิบัติต่อประชาชนมี 2 ประการ คือ (1) เป็นกลไกปกครองดูแลประชาชนให้ปฏิบัติตามครรลองของกฎหมายและ (2) กลไกจัดสรรทรัพยากรและบริการพื้นฐานทางสังคม

2) หลักการบริการประชาชน การบริการประชาชนเป็นหน้าที่ของรัฐที่จะต้องบริการประโยชน์สาธารณะ รัฐจะต้องมีหน้าที่ให้บริการด้านต่าง ๆ แก่ประชาชน เช่น การรักษาความสงบเรียบร้อยและการแก้ไขปัญหาคความขัดแย้งในสังคม การป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม การรักษาสีทิมมนุษยชนโดยกฎหมาย การป้องกันประเทศ การให้สิ่งตอบแทนแก่สมาชิกในสังคมที่ทำประโยชน์ต่อชาติบ้านเมือง การออกกฎหมายสวัสดิการแก่ผู้ใช้แรงงาน การระดมทรัพยากร ได้แก่ การศึกษาแก่เยาวชนแบบให้เปล่า การวางแผนใช้พลังงานและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาและวางแผนชุมชนเมือง การใช้จ่ายงบประมาณของรัฐบาล การใช้จ่ายงบประมาณระดับท้องถิ่น การจัดทำบริการสาธารณะ เป็นต้น

3) หลักการบริหารในด้านการบริการประชาชน รัฐมีเป้าหมายการให้บริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับประชาชน เจ้าหน้าที่ขององค์การของรัฐจึงต้องตอบสนองความต้องการของประชาชนในรูปแบบต่าง ๆ ตามกฎหมายและนโยบายขององค์การของรัฐ ทั้งนี้ด้วยการบริหารงานการบริการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้วยหัวใจบริการ (Service minded) ในลักษณะที่เจ้าหน้าที่ของรัฐบริการประชาชนอย่างดี และประชาชนเดินออกจากองค์การของรัฐไปอย่างสบายอกสบายใจ ผลที่ได้จากการบริหารงานของรัฐดังกล่าว จะทำให้ประชาชนพอใจและทำให้เกิดความร่วมมือกับรัฐ

กล่าวโดยสรุป หลักการให้บริการที่ดี ประชาชนจะต้องได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว มีความเสมอภาค เพื่อสร้างทัศนคติความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

คุณภาพการให้บริการ

จรัส สุวรรณมาลา (2539: 10-12) กล่าวว่า การให้บริการที่มีคุณภาพมีตัวแปรที่จะนำมาใช้ในการกำหนดคุณภาพบริการ ดังนี้

1) ความถูกต้องตามกฎหมาย บริการที่จัดให้มีขึ้นตามกฎหมายโดยเฉพาะอย่างยิ่งบริการที่บังคับให้ประชาชนต้องมาใช้บริการ เช่น บริการจัดทำบัตรประชาชน บริการรับชำระภาษีอากร เป็นต้น จำเป็นต้องควบคุมให้ถูกต้องตามระเบียบกฎหมายและดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมาย

2) ความเพียงพอ หมายถึง บริการที่มีจำนวนและคุณภาพเพียงพอกับความ ต้องการของผู้ใช้บริการ ไม่มีการรอคอยหรือเข้าคิวเพื่อขอรับบริการ เพราะบางหน่วยงานมีขีด ความสามารถในการให้บริการต่ำกว่าความต้องการของประชาชน เช่น งานบริการเก็บขยะของ เทศบาล ต้องมีความเพียงพอกับความต้องการของชุมชน

3) ความทั่วถึง เท่าเทียม ไม่มีข้อยกเว้น ไม่มีอภิสิทธิ์ บริการสาธารณะที่ดีต้องเปิด โอกาสให้ประชาชนในทุกพื้นที่ ทุกกลุ่มอาชีพ ทุกเพศ ทุกวัย ได้ใช้บริการประเภทเดียวกัน คุณภาพ เดียวกันได้อย่างทั่วถึง เท่าเทียมกัน โดยไม่มีข้อยกเว้น เช่น การรักษาพยาบาล

4) ความสะดวก รวดเร็ว เชื่อถือได้ การให้บริการที่มีคุณภาพนั้น ผู้ใช้บริการ จะต้องได้รับความสะดวก คือ สามารถใช้บริการได้ ณ ที่ต่าง ๆ และสามารถเลือกใช้วิธีการได้หลาย แบบตามสภาพของผู้ใช้บริการ เช่น ประชาชนสามารถชำระภาษีอากรและค่าบริการต่าง ๆ ได้โดย ผ่านระบบธนาคาร ความสะดวกอาจพิจารณาได้จากกระบวนการให้บริการ เช่น การจัดให้มีจุดให้ รับบริการเพียงจุดเดียว (one-stop-service) สำหรับความรวดเร็วที่เป็นอีกด้านหนึ่งของคุณภาพ การให้บริการประชาชนจะต้องได้รับบริการทันที โดยไม่ต้องรอคิวคอยรับบริการนานเกินควร เช่น การไปรับการรักษาพยาบาล ณ สถานพยาบาลของรัฐ ควรจะสามารถเข้ารับการรักษาพยาบาลได้ ทันที ส่วนความน่าเชื่อถือได้ของระบบบริการ บริการจะต้องมีความต่อเนื่อง สม่ำเสมอ มีระเบียบ แบบแผน การให้บริการที่แน่นอน คาดการณ์ล่วงหน้าได้แน่นอน เป็นที่พึงพาของผู้ใช้บริการได้ เสมอและมีโอกาสเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด

5) ความได้มาตรฐานทางเทคนิคหรือมาตรฐานทางวิชาการ การให้บริการบาง ประเภทจะต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญทางเทคนิค หรือทางวิชาการ เช่น บริการทางการแพทย์ การเงิน การบัญชี กฎหมาย วิศวกรรม เป็นต้น บริการดังกล่าวนี้จะมีคุณภาพดีก็ต่อเมื่อมีบุคลากร และกระบวนการให้บริการที่ได้มาตรฐานทางเทคนิคและวิชาการเท่านั้น

6) การเรียกเก็บค่าบริการที่เหมาะสม ต้นทุนการให้บริการต่ำ บริการที่ดีต้องมี ค่าบริการที่เหมาะสม ไม่สูงจนทำให้บุคคลบางกลุ่มซึ่งจำเป็นต้องใช้บริการถูกกีดกัน เพราะราคา แพงเกินไปจนไม่สามารถใช้บริการได้ นอกจากนี้ยังต้องมีระบบการจัดการบริการที่มีประสิทธิภาพ มีต้นทุนการดำเนินงานต่ำ เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการที่มีคุณภาพและมีค่าบริการไม่สูงเกินไป

7) ความพอใจ/ประทับใจของผู้ใช้บริการ บริการที่มีคุณภาพจะต้องเป็นที่พึง พอใจและเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ด้วย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 342) กล่าวว่า คุณภาพของการให้บริการ (service quality) จะมีลักษณะดังนี้

- 1) การเข้าถึงลูกค้า (access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสม เพื่อแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า
- 2) การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
- 3) ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงานที่รับผิดชอบ
- 4) ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเอง มีความวิจิตรถนอมรอบคอบ
- 5) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า
- 6) ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
- 7) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
- 8) ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้อาจปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ
- 9) การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าวได้
- 10) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (understanding/knowing customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพและคุณค่าในงานบริการ

ปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อธุรกิจในอนาคตของของลูกค้านี้ในปัจจุบันคือ คุณภาพการบริการ (Service Quality) ผู้ให้บริการหยิบยื่นและส่งมอบความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้าเพื่อสร้างผลลัพธ์จากการส่งมอบบริการที่ดีให้ลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และก่อให้เกิดความสัมพันธ์ภาพที่ดีแก่ลูกค้า (Customer Relationship) รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเหล่านี้กลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการกันอย่างต่อเนื่อง (Customer Retention) ตลอดจนการสร้างฐานให้ลูกค้ามีความสัมพันธ์ในระยะยาว และก่อให้เกิดความจงรักภักดีกับสินค้าหรือบริการของเราตลอดไป (Customer Loyalty)

การบริการ (Service) หมายถึง สิ่งที่ผู้ให้บริการหรือผู้ขายทำการส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการหรือผู้ซื้อที่ไม่สามารถจับต้องได้แต่เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการไปแล้วเกิดความประทับใจกับสิ่งเหล่านั้น เราสามารถแบ่งระดับความสำคัญของการบริการได้อยู่ 2 ระดับดังนี้

ระดับแรก ความสำคัญที่มีต่อตัวผู้รับบริการ (ลูกค้า) คือ จะทำให้ลูกค้า การได้รับบริการที่ดีจะทำให้ผู้รับบริการมีความสุข มีความพึงพอใจ และมีความระลึกถึงในการที่จะมาขอรับบริการในครั้งต่อไป

ระดับที่สอง ความสำคัญในด้านผู้ให้บริการทำให้กิจการสามารถรักษาลูกค้าเดิม (Customer Retention) การให้บริการเพื่อจะรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้เป็นลูกค้าประจำหรือลูกค้าที่มีความจงรักภักดี และนอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มลูกค้าใหม่ (Customer Acquisition) ผู้ให้บริการต้องพยายามกระทำทุกวิถีทางที่จะเพิ่มลูกค้าใหม่เพราะเป็นการสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่หน่วยงานด้วย มีจำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นเป็นตัวชี้วัด

12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิเชียร ยงรัตนกิจ ไมตรี อินชนบท และสมชาย สงวนประสาทร 2540. ได้ศึกษาระดับความพึงพอใจและปัจจัยที่อธิบายความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด มหาชน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่อธิบายความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารคือ "ผลประโยชน์จากการใช้บัตร" การแก้ไขปัญหาก่อน-หลังใช้บัตร" และ "ความสะดวกรวดเร็ว" ส่วนปัจจัยที่อธิบายความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร คือ การให้คำปรึกษาและช่วยเหลือลูกค้า" "ผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ" และ "การจัดสถานที่และความสะดวก"

ชลพรรณ นิยม (ใจรัก เอื้อชูเกียรติ 2545) ได้การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) อันได้แก่ บริการเอทีเอ็ม บริการบันทึกรายการอัตโนมัติ บริการฝากเงินอัตโนมัติ บริการรับฝาก/ชำระเงิน และบริการบัวหลวงโฟน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.28 แต่หากมองแยกออกเป็นแต่ละด้านจะพบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ทางด้านประสิทธิภาพ จะมีระดับความพึงพอใจมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.41 ส่วนทางด้านความสะดวกและส่งเสริมการขาย มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.39 และ 3.04 ตามลำดับ และพบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพของบริการเอทีเอ็มมากที่สุด

สมัญญพล อิมฤทัย (ม.ป.ป.) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ากับการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านประชากร ปัจจัยด้านการ

บริการทั้ง 4 ด้าน และขนาดของธนาคารพาณิชย์ไทย มีผลต่อความพึงพอใจกับการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทยโดยลูกค้ากลุ่มตัวอย่างจะมีความพึงพอใจกับการให้บริการด้านปัจจัยด้านการบริการและด้านเทคโนโลยีด้วยค่าเฉลี่ย 3.4 และ 3.53 ซึ่งสูงกว่าปัจจัยด้านจำนวนสาขา สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีเพียง 3.38 และ 3.447 โดยเฉพาะด้านการบริการและด้านเทคโนโลยีที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างจะมีความพึงพอใจ สำหรับผู้ที่สนใจการวิจัยด้านการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทย ที่นอกเหนือจากงานวิจัยนี้ควรให้ความสนใจเกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ ๆ สำหรับธนาคารพาณิชย์ไทยที่จะตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าที่จะมาใช้บริการธนาคารพาณิชย์ไทยและการศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ไทย เพื่อจะทำให้ทราบถึงความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการใช้บริการกับผู้ใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทย

สมพงษ์ เกษมสิน (2518: 257-277) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลสำหรับความพึงพอใจในการบริการพบว่า ความพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการมีความแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล แต่ในส่วนตัวรวมแล้วลูกค้ามีความพอใจที่เกิดจากการตอบสนองความต้องการอยู่คล้ายกันซึ่งในส่วนที่คล้ายกันนั้น พอสรุปได้ดังนี้ความมั่นคงทางธุรกิจ หมายความว่าบริการที่สามารถทำให้ลูกค้ามีความเสี่ยงในทางธุรกิจน้อยลงอาจเป็นบริการด้านการให้คำปรึกษา แนะนำในการดำเนินหรือทำธุรกิจ การได้รับการยกย่องนับถือจากผู้ให้บริการ เช่น สนับสนุน ส่งเสริม สร้างขวัญกำลังใจในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้เพราะมนุษย์ต้องการการยอมรับในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของผู้มาใช้บริการ การได้รับความเป็นธรรมและเสมอภาคจากการบริการ ความนุ่มนวลและแนบเนียน การมีวาจาสุภาพเรียบร้อย ความกระตือรือร้นในการบริการ เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้มาใช้บริการเกิดความดิ่งเครียด ในขณะที่ใช้บริการ เป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดี ความพอใจต่อสถานที่ให้บริการ เช่น สภาพแวดล้อม ความสะอาด การบริการ มีเครื่องมือที่ทันสมัย ความสะดวกรวดเร็วในการบริการ ความต่อเนื่องและความเพียงพอของการใช้บริการ

อำนาจ ลียาทิพย์กุล (2531: 15) ให้ความเห็นเกี่ยวกับลูกค้าที่ใช้ ATM ดังนี้ ลูกค้าสามารถใช้บริการเอทีเอ็มแทนการติดต่อกับพนักงานรับ-จ่ายเงินช่วงเวลาเร่งด่วน และพนักงานมีลูกค้ารออยู่มาก นอกจากนั้นเอทีเอ็มยังให้บริการนอกเวลาทำการของธนาคารได้อีกด้วย อย่างไรก็ตามธนาคารก็ไม่สามารถติดตั้งเอทีเอ็ม นอกที่ทำการธนาคารได้ทุกหนทุกแห่งทำให้ระดับการทดแทนของเอทีเอ็ม ต่อพนักงานรับ-จ่ายเงินมีน้อยกว่าในด้านพฤติกรรมผู้บริโภคเอทีเอ็ม เป็นที่ยอมรับมาก เพราะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคจากการติดต่อกับคนมาติดต่อกับเครื่อง ซึ่งค่อนข้างยุ่งยาก ความยุ่งยากซับซ้อนในการใช้ลูกค้ามักบ่นว่า จำรหัสไม่ได้ หรือเครื่องยัดบัตรไป

หลังจากผู้ใช้บริการถูกกีดกันอยู่หลายครั้ง ความสามารถในการทดลองใช้ที่ละน้อย ผู้ใช้สามารถค่อย ๆ สร้างความคุ้นเคยและทดลองใช้เครื่องที่ละน้อยได้ หลังจากเชี่ยวชาญพอก็อาจหันมาใช้เอทีเอ็มแทนการติดต่อกับพนักงานรับ-จ่ายเงินอย่างเต็มตัวได้ ความยากง่ายในการสื่อสาร คนที่มีระดับการศึกษาต่างกันหรือวัยต่างกันอาจมีความเห็นในเรื่องนี้แตกต่างกันมาก ต้นทุนลูกค้าไม่ต้องลงทุนเพิ่มในการขอบัตรหรือใช้บริการเอทีเอ็มอีก โดยสรุปแล้วระดับการยอมรับของสาธารณชนจะเป็นไปได้สำหรับบางกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มผู้อาวุโสที่ยังนิยมวิธีการติดต่อกับพนักงานรับ-จ่ายเงิน ส่วนระดับการยอมรับในกลุ่มวัยรุ่นและผู้มีความต้องการศึกษาเป็นไปอย่างรวดเร็วและแพร่หลาย

ประไพพรรณ บุตรตัน ศึกษาถึงลักษณะทางกฎหมายของบัตรฝากถอนเงินอัตโนมัติ และผลทางกฎหมายของการใช้บัตรฝาก – เงินอัตโนมัติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของความรับผิดชอบของคู่สัญญา โดยเปรียบเทียบกับระบบฝากเงินและถอนเงินตามธรรมดาโดยทั่วไป รวมทั้งปัญหาทางกฎหมายที่เกิดขึ้นในระบบฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติ ซึ่งในบางกรณียังไม่สามารถหาคำตอบในทางกฎหมายได้แน่ชัด

ผลการวิจัย พบว่า ผลทางกฎหมายของการใช้บัตรฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ในเรื่องของความรับผิดชอบนั้นขึ้นอยู่กับข้อตกลงให้ใช้บัตรฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติที่ธนาคารผู้ออกบัตรเป็นฝ่ายร่างข้อตกลงนั้นเพียงฝ่ายเดียว และกฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันไม่อาจจะครอบคลุมปัญหาที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการใช้บัตรฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติทุกกรณี ทำให้ภาระความเสี่ยงภัยตกแก่ผู้ถือบัตรเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ เนื่องจากในการทำสัญญาหรือข้อตกลงระหว่างเอกชนต่อเอกชนด้วยกัน ตามกฎหมายไทยนั้นเป็นไปตามหลักเสรีภาพในการทำสัญญาและหลักแห่งความศักดิ์สิทธิ์แห่งการแสดงเจตนาซึ่งทำให้คู่สัญญาฝากเงินที่มีข้อตกลงให้ใช้บัตรฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติระหว่างธนาคารผู้ออกบัตรและลูกค้าผู้ถือบัตรสามารถที่จะตกลงทำสัญญา ยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบของฝ่ายที่เป็นลูกหนี้ให้หนักหรือเบาอย่างไรก็ได้ ถ้าไม่เป็นการขัดต่อกฎหมายที่เกี่ยวกับความสงบเรียบร้อยของประชาชน อันทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมในสังคมปัจจุบันที่ได้เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและยังเป็นอุปสรรคอย่างยิ่งต่อการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนั้นหากเกิดปัญหาในทางที่จะต้องวินิจฉัยในความรับผิดชอบอันเกี่ยวกับบัตรฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติแล้วจึงเห็นควรที่จะนำหลักกฎหมายเท่าที่มีอยู่ในปัจจุบันมาตีความเชิงสร้างสรรค์และสร้างความเป็นธรรมแก่คู่สัญญา

ศรีสมบัติ พรประสิทธิ์ (2536: 11) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านค้าชนบท ร.พ.ช. จังหวัดอุดรธานี พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการของร้านค้า ร.พ.ช. โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านราคาสินค้ามากที่สุด รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการและกิจกรรมด้านการส่งเสริมการขาย อายุมีความสัมพันธ์กับความ

พึงพอใจด้านการให้บริการรายได้ของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวม การมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของร้านค้า ร.พ.ช. มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมและความพึงพอใจเฉพาะด้านทุกด้าน ยกเว้นด้านราคาและการมีบทบาทและตำแหน่งในกลุ่มร้านค้าชนบท ร.พ.ช. มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการบริการ

ใจรัก เอื้อชูเกียรติ (2537) ศึกษาถึงปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์สืบเนื่องจากการเปิดเสรีทางการค้าและบริการ ตามข้อตกลงทั่วไปว่าด้วยเรื่องการบริการและนโยบายในการให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางการเงิน สถาบันการเงินจึงต้องปรับเปลี่ยนบทบาทและลักษณะการดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์จึงเข้ามามีบทบาท โดยอาศัยเทคโนโลยีและระบบฐานข้อมูลที่ทันสมัย เพื่อให้ทันกับสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความเชื่อมโยงกันจากการวิจัยพบว่า การที่ไม่มีกฎหมายโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ก่อให้เกิดปัญหาว่าข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นสมควรปรับเข้ากับกฎหมายลักษณะใด และการจัดเก็บข้อมูลที่เปลี่ยนแปลงรูปแบบไปจนไม่อาจยอมรับในทางกฎหมายที่มีอยู่ได้ จึงจำเป็นที่รัฐจะต้องมีมาตรการทางกฎหมายที่จะเป็นกรอบควบคุมการดำเนินการธุรกรรม และในขณะเดียวกันก็มุ่งในการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้โดยมีข้อเสนอแนะ 2 ประการคือ

- 1) ระยะแรก เปลี่ยนแปลงกฎหมายเรื่องพยานหลักฐาน ในการยอมรับเรื่องทางอิเล็กทรอนิกส์ในฐานะพยานหลักฐาน การเปลี่ยนแปลงภาระการพิสูจน์จากลูกค้าผู้ใช้บริการมาเป็นสถาบันการเงินผู้เสนอบริการ โอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

- 2) ระยะที่สอง จัดให้มีกฎหมายการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อกำหนดกรอบพื้นฐานทางกฎหมายในเรื่องของสิทธิ หน้าที่ ความรับผิดชอบ ของผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบ และมุ่งเน้นในการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหลัก ขณะเดียวกันก็สอดคล้องและมีแนวทางเดียวกับกฎหมายระหว่างประเทศ ในเรื่องการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ขององค์การสหประชาชาติ

นาวิ วีระชาณูณรงค์ (2522) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเงินฝากเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ พบว่า ผู้ใช้บริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์มักจะประสบปัญหาต่าง ๆ กับธนาคาร ปัญหาที่สำคัญที่สุด ได้แก่ ปัญหาด้านบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสดงออกของพนักงานธนาคารต่อการให้บริการ เป็นสาเหตุใหญ่ทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความไม่พอใจ ส่วนปัญหารองลงไป ได้แก่ ระเบียบต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์ บางอย่างก่อความยุ่งยากต่อผู้ใช้บริการมาก การวิจัยครั้งนี้นอกจากจะทราบปัญหาดังกล่าวยังปรากฏว่าสิ่งจูงใจที่ผู้บริการนิยมมาก ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็ว ความมั่นคงปลอดภัยของธนาคาร

จากการที่ได้มีการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นเรื่องยืนยันได้ถึงถึงความสำคัญและความจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของการบริการ การสื่อสาร

ประชาสัมพันธ์ และด้านการพัฒนาบุคลากรของธนาคารให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะด้านการแสดงออกต่อผู้ใช้บริการพนักงานจะต้องใช้ความเอื้อเฟื้อ และมีการกระตือรือร้นในการให้บริการ ควรปรับปรุงข้อบังคับต่าง ๆ ต่อการให้บริการให้มีความสะดวกมากขึ้น ธนาคารจะต้องปรับปรุงให้บริการฝากถอนเงินได้ในทุกสาขา บริการอีกประเภทหนึ่งที่น่าสนใจ คือ เพิ่มความปลอดภัยแก่ผู้ใช้บริการที่จะฝากถอนเงินจำนวนมาก โดยธนาคารอาจส่งเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย แก่เงินฝากหรือเงินที่ถอนของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยและกลับมาใช้บริการอีก

