

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ค่ายสิรินธร จำกัด ” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
  - 1.1 ความหมายของความพึงพอใจ
  - 1.2 ความสำคัญของความพึงพอใจ
  - 1.3 การวัดระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ
  - 1.4 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ
  - 1.5 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
  - 2.1 ความหมายของการบริการ
  - 2.2 วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการบริการ
  - 2.3 ความสำคัญของการบริการ
  - 2.4 ลักษณะของการบริการ
  - 2.5 เจตคติในการบริการ
3. สหกรณ์ออมทรัพย์ค่ายสิรินธร จำกัด
  - 3.1 วัตถุประสงค์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ค่ายสิรินธร จำกัด
  - 3.2 การดำเนินงานด้านธุรกรรมของสหกรณ์ออมทรัพย์ค่ายสิรินธร จำกัด
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
  - 4.1 งานวิจัยในประเทศ
  - 4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

## 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

### 1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

โดยทั่วไป การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ นิยมศึกษากันในสองมิติ คือ มิติความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) และมิติความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในมิติความพึงพอใจในการรับบริการซึ่งมีผู้ให้ความหมาย ดังนี้

เพลินทิพย์ โกเมศโสภา (2550 : 76) กล่าวว่า จุดมุ่งหมายหนึ่งของการตลาด คือ การสร้างให้ลูกค้า เกิดความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ความรู้สึกที่แสดงถึงความยินดีหรือความผิดหวัง อันเป็นผลสืบเนื่องจากการที่แต่ละบุคคลเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้หรือบริโภคผลิตภัณฑ์จริงๆ โดยสัมพันธ์กับความคาดหวังเดิมของเขา ถ้าผลจากการใช้งาน/การบริการที่ได้รับมีค่าต่ำกว่าค่าคาดหวัง ผู้บริโภคนั้นย่อมเกิดความไม่พอใจ ถ้าสิ่งที่ได้รับตรงกับที่คาดหวัง ถือได้ว่ามีความพอใจ กิจกรรมต่างๆ ในปัจจุบันมักมุ่งหวังสร้างค่าความพอใจในระดับสูง เพราะยังมีค่าความพอใจสูงมากเท่าใด โอกาสที่ลูกค้าจะหันเหไปใช้ตราอื่นยังมีน้อยลง

พิบูล ธิปะปาล (2549 : 30 – 31) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ ความรู้สึกของบุคคลที่แสดงความพึงพอใจหรือผิดหวังอันเป็นผลเนื่องมาจากการเปรียบเทียบผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ ตามที่ลูกค้าได้รับกับความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งมี 3 ระดับ ดังนี้

1. ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ (Performance) ต่ำกว่าความคาดหวัง (Expectations) ลูกค้าจะรู้สึก “ไม่พอใจ” (Dissatisfied)
2. ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวัง ลูกค้าก็จะรู้สึก “พอใจ” (Satisfied)
3. ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ดีเกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง ลูกค้าจะรู้สึก “ยิ่งพอใจมาก” (Highly Satisfied) หรือ “รู้สึกประทับใจ” (Delighted)

คุณชลี รื่นรมย์ เพลินทิพย์ โกเมศโสภา และ สาวิกา อุณหันธ์ (2550: 98) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่แต่ละบุคคลแสดงออกถึงความยินดีจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือการบริโภคสินค้า ซึ่งคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับนั้นเท่ากับหรือสูงกว่าระดับความคาดหวังของคนๆ นั้น ในทางตรงข้าม ถ้าผลจากการใช้สินค้าหรือการได้รับบริการนั้นต่ำกว่าค่าความคาดหวัง บุคคลนั้นย่อมจะเกิดความไม่พอใจ

คิวทรี พงศกรรังศิลป์ (2547: 338) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจในสิ่งที่ได้รับจากการซื้อสินค้าหรือบริการ โดยเป็นความแตกต่างระหว่างมูลค่าที่ลูกค้ารับรู้ได้กับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้ก่อนซื้อสินค้า

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546: 18) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง อารมณ์แห่งความสุข และความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้บริการ และความรู้สึกนั้นนำมาซึ่งความต้องการในการใช้บริการซ้ำ จนในที่สุด เกิดความติดใจ ต้องการใช้บริการกับธุรกิจนั้นให้นานเท่านานตราบนานเท่าที่ความพึงพอใจนั้นยังคงอยู่

พิพัฒน์ ก้องกิจกุล (2546 : 17) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเรื่องของความรู้สึก สมหวังหรือ เกินความคาดหวังที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับการบริการ สิ่งที่มีความหมายอย่างแท้จริงต่อความสำเร็จของธุรกิจในทุกวันนี้คือความพึงพอใจของลูกค้า

อรรถพร คำคม (2546: 29) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติหรือระดับความพึงพอใจของบุคคลต่อกิจกรรมต่างๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมนั้นๆ โดยเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยม และประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ ระดับความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อกิจกรรมนั้นๆ สามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้

คอตเลอร์ (Kotler, 2012: 182 - 185) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกของบุคคล ที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการทำงานตามที่เห็นหรือเข้าใจกับความคาดหวังของบุคคล ดังนั้นระดับของความพึงพอใจจึงเป็นฟังก์ชันของความแตกต่างระหว่างผลการทำงาน (ผล) ที่มองเห็น เข้าใจ และคาดหวัง กล่าวคือ หากข้อเสนอตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมพอใจ แต่ถ้าเกินความคาดหวังลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้นไป

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่บ่งบอกถึงความสุข สมหวัง จากการได้รับการตอบสนองในทางบวกของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามความคาดหวัง ความคุ้มค่าที่ได้ใช้บริการ และบรรลุเป้าหมาย เพื่อที่จะสนองตอบความต้องการของตนเอง โดยเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยม และประสบการณ์

## 1.2 ความสำคัญของความพึงพอใจ

นักวิชาการได้กล่าวถึงความสำคัญและประโยชน์ของความพึงพอใจของการให้บริการไว้ดังนี้

ปทุมพร โพธิ์กาส (2546 : 1) กล่าวว่าความพึงพอใจในการให้บริการ ทำให้ผู้ให้บริการ เกิดความรู้ ความเข้าใจ ความรับผิดชอบ และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสมในกระบวนการบริการ สามารถแก้ปัญหาข้อบกพร่องของการปฏิบัติงานบริการ และเป็นการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้การบริการดำเนินไปด้วยดี

วูล์ฟิงส์ ภายะฟิงส์ (2546 : 57) กล่าวว่าความพึงพอใจ ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการขายหรือบริการ เพราะสิ่งต่างๆ ที่ผู้รับบริการต้องการนั้น นอกจากตอบสนองความต้องการตามวัตถุประสงค์ของผู้รับบริการแล้ว ในที่สุดผู้รับบริการ จะกล่าวต่อกันไปว่า พึงพอใจมาก บริการดีมาก หรือประทับใจมาก ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าได้อีกทางหนึ่ง

อรรถจน์ สีหะอำไพ (2546 : 3) กล่าวว่า การให้ความสำคัญกับลูกค้าหรือผู้รับบริการ และค้นหาความต้องการเพื่อสนองการบริการที่ถูกใจลูกค้า นับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการบริการ เพราะเป็นเป้าหมายสูงสุดของการบริการ กล่าวคือ 1) เป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ 2) เป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ 3) เป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ 4) เป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดี และ 5) เป็นตัวช่วยพัฒนาคุณภาพงานบริการและอาชีพบริการ

คอตเลอร์ (Kotler, 2012: 182 - 185) อธิบายว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ลูกค้า เกิดความภักดี (Loyalty) ในสินค้าหรือการบริการนั้นๆ ผู้ให้บริการจึงต้องตระหนักถึงความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการที่ลูกค้ามุ่งหวัง และจะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเรียกลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกอย่างต่อเนื่อง (Re and Continue Visit)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปว่า ความสำคัญของความพึงพอใจจะเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการ เป็นตัวกำหนดคุณลักษณะการประเมิน และตัวชี้คุณภาพความสำเร็จของการบริการ อีกทั้งเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตเพื่อช่วยพัฒนาคุณภาพงานบริการ และอาชีพบริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความภักดี (Loyalty) ในสินค้าหรือการบริการนั้นๆ และกลับมาใช้บริการอีกอย่างต่อเนื่อง

### 1.3 การวัดระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ

การวัดระดับความพึงพอใจของการให้บริการนั้น สามารถดำเนินการได้หลายวิธีการด้วยกันเพื่อสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย มีนักวิชาการได้กล่าวถึงวิธีการและประโยชน์ของการวัดระดับความพึงพอใจของการให้บริการไว้ ดังนี้

ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (2548: 24 - 25) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการ เป็นมาตรการที่ใช้วัดประสิทธิภาพในการให้บริการ และในการวัดความพึงพอใจของการให้บริการสามารถวัดได้ 7 ด้าน คือ

1. การให้บริการอย่างรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ เป็นการให้บริการอย่างกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ไม่โอ้อ้อ พุดคุย ทำธุระอย่างอื่นที่ไม่ใช่บริการลูกค้า นอกจากจะทำงานอย่างรวดเร็วต้องมีความรอบคอบสุขุม ระมัดระวัง ต้องรอบรู้งานที่ทำเป็นอย่างดี และต้องทำด้วยสมาธิ

2. การให้บริการอย่างเพียงพอโดยคำนึงถึงคนที่เหมาะสม และเครื่องมืออุปกรณ์ที่เพียงพอกับผู้มาใช้บริการ เพื่อมิให้เกิดการรอคอยในการให้บริการนานเกินไป

3. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการโดยไม่ยึดตัวบุคคล ไม่ดูที่ฐานะยศศักดิ์ วรรณะ คุณวุฒิ เป็นการให้บริการที่เสมอภาค ใครมาก่อนได้รับบริการก่อน ไม่มีการลัดคิวเอาเปรียบผู้มาใช้บริการก่อน ไม่เลือกที่รักมักที่ชัง

4. การให้บริการอย่างก้าวหน้า เป็นการบริการที่มีความก้าวหน้าทันสมัย ทั้งทางด้านผลงาน และให้บริการ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ไม่หยุดอยู่กับที่ มีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงาน

5. การให้บริการอย่างสุภาพ อ่อนน้อม มีมนุษยสัมพันธ์ เป็นการให้บริการต่อผู้มาใช้บริการ ด้วยคำพูดที่ไพเราะ ถูกกาลเทศะ ไม่ใช้อารมณ์ที่ส่งผลเสียต่อความรู้สึกกับผู้มาใช้บริการ

6. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง เป็นการให้บริการที่มีรูปแบบการให้บริการครบทุกอย่างในจุดเดียวกัน

7. สภาพแวดล้อมต่างๆ เช่น สถานที่ตั้งมีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน มีสถานที่จอดรถ ห้องสุขา เป็นต้น

ภณิดา ชัยปฏินญา (2548 : 28) กล่าวว่า การวัดระดับความพึงพอใจสามารถทำได้หลายวิธี ดังนี้

1. การใช้แบบสอบถาม เพื่อต้องการทราบความคิดเห็น ซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าวอาจถามความพึงพอใจในด้านต่างๆ

2. การสัมภาษณ์เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรง ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดี จึงจะได้ข้อมูลที่แท้จริง

3. การสังเกต เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจ โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมายไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจา กริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจังและสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

ศิริพร ดันติพลวินัย (2548: 5) กล่าวว่า ผู้รับบริการย่อมมีความต้องการและคาดหวังในการรับบริการทุกครั้งเมื่อไปรับบริการ ได้ประสบการณ์สถานการณ์ที่เป็นจริง เปรียบเทียบกับความต้องการก่อนไปรับบริการและแสดงออกเป็นระดับความพึงพอใจ ซึ่งสามารถวัดได้เป็น 2 ระดับ ดังนี้

1. ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความยินดีมีสุขของผู้รับบริการ เมื่อได้รับบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าไปรับประทานอาหารที่

ห้องอาหารแห่งหนึ่ง และไม่ผิดหวังที่อาหารอร่อยและบริการรวดเร็ว หรือลูกค้าเดินทางด้วยสายการบินถึงจุดหมายปลายทางอย่างปลอดภัย ตรงตามกำหนดเวลา

2. ความพึงพอใจที่เกิดจากความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกลบเลี้ยวหรือความประทับใจของผู้รับบริการ เมื่อได้รับบริการเกินความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าเติมน้ำมันรถที่สถานบริการแห่งหนึ่งพร้อมได้รับบริการตรวจเครื่องยนต์และเติมลมฟรี หรือลูกค้าไปซื้อของที่ห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งและได้รับรางวัลพิเศษโดยไม่คาดคิดมาก่อนเพราะเป็นลูกค้าที่กำหนดให้รับรางวัล

วุฒิพงศ์ ถายะพิงค์ (2546 : 57) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเรื่องของความแตกต่างระหว่างบุคคล เพราะในทางจิตวิทยา มนุษย์ทุกคนมีความแตกต่างระหว่างบุคคล ตั้งแต่เรื่องของพันธุกรรม ความคิด ความชอบ รูปแบบ การดำรงชีวิต รสนิยม ความมีคุณธรรม จริยธรรม บุคลิกภาพของแต่ละคน ตลอดจนอยู่ในสภาพแวดล้อม การเลี้ยงดูตั้งแต่สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา สถาบันทางวิชาชีพ และการประกอบอาชีพต่างๆ ความแตกต่างระหว่างบุคคลเหล่านี้ ทำให้ความรู้สึกนึกคิดหรือเจตคติต่อการได้รับบริการต่างกันออกไป บางคนได้รับบริการแบบปกติธรรมดา ก็รู้สึกดีและพึงพอใจแล้ว บางคนได้รับการบริการเป็นอย่างดีพิเศษจากผู้ขายหรือผู้ให้บริการ ก็ยังบอกว่าบริการไม่ค่อยดี ไม่ค่อยประทับใจ อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจก็เป็นเกณฑ์ชี้วัดสุดท้ายของการขายหรือการบริการ เพราะร้านค้าหรือสถานประกอบการทุกแห่ง ต้องการสร้างความพึงพอใจให้มากที่สุดแก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ จึงต้องมีการวัดหรือการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้รับบริการเป็นระยะๆ ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1. การสำรวจความพึงพอใจอย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งการสำรวจความพึงพอใจหรือความคิดเห็นอย่างไม่เป็นทางการ สามารถทำได้หลายวิธี ดังนี้

1.1 รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้าหรือผู้รับบริการ ลูกค้าจำนวนไม่น้อย จะบอกหรือบ่นกับผู้ขายเสมอถึงความบกพร่องต่างๆ ของการขายหรือการให้บริการ

1.2 รับฟังจากผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับพนักงานขายหรือบริการขององค์กร บางครั้งลูกค้าหรือผู้รับบริการไม่กล้าที่จะบอกถึงความบกพร่องของผู้ขายหรือผู้ให้บริการ แต่จะบอกเล่าให้พนักงานที่ทำงาน ในองค์กรนั้นๆ ให้ทราบทางอ้อม

1.3 รับฟังจากจดหมายและหนังสือร้องเรียน สิ่งเหล่านี้ลูกค้าหรือผู้รับบริการอาจส่งมาทางไปรษณีย์หรือเขียนฝากคนอื่นมา หรือเขียนหย่อนไว้ในกล่องรับฟังความคิดเห็นที่ร้านค้า หรือ สถานประกอบการจัดตั้งไว้ในสถานบริการของตน

2. การสำรวจความพึงพอใจอย่างเป็นทางการ เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่ควรทำมากในร้านค้าหรือสถานประกอบการขนาดใหญ่ที่มีลูกค้ามาก และ



กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายเพศ หลายวัย หลายอาชีพ เพราะการสำรวจอย่างเป็นทางการ ทำให้ได้ทราบความจริงเรื่องของความพึงพอใจที่น่าเชื่อถือกว่าวิธีอื่นๆ การสำรวจอย่างเป็นทางการนิยมทำกันหลายวิธีดังต่อไปนี้

2.1 การประชุมกลุ่มเป้าหมาย (Focus group) การประชุมกลุ่มเป้าหมายเป็นการสำรวจที่ใช้งบประมาณไม่มากนักและทำได้ไม่ยากนัก แต่มีข้อควรคำนึงคือ กลุ่มคนที่จะนำมาทำ Focus group ต้องเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ขายหรือผู้ประกอบการคาดหวังจะให้มาซื้อสินค้าหรือบริการนั้นจริงๆ โดยผู้นำกลุ่มต้องสอบถามในเชิงลึกให้ตรงประเด็นในสิ่งที่ต้องการจะทราบจากกลุ่มเป้าหมาย จะทำที่กลุ่มนั้นขึ้นอยู่กับความพร้อมของผู้ทำและงบประมาณ แต่ข้อสำคัญคือหยุดเมื่อได้ข้อมูลหรือความจริงที่ซ้ำซากเหมือนเดิม แล้วนำข้อมูลที่ได้มาเหล่านั้นมาจัดหมวดหมู่แบ่งประเภท และจัดลำดับความชอบและความพึงพอใจ

2.2 การให้กลุ่มบุคคลแอบแฝงเข้าไปทดลองซื้อสินค้าหรือใช้บริการ การกระทำเช่นนี้ เป็นการสำรวจการขายหรือการบริการจุดต่างๆ ของร้านค้าหรือสถานบริการ เพื่อจะได้ทราบว่าบริการเป็นอย่างไร น่าพอใจหรือไม่ ข้อสำคัญคือ ต้องทำความเข้าใจกับผู้ที่เราว่าจ้างให้ทำตัวเป็นธรรมชาติ ผู้บริหารต้องการข้อมูลหรือความจริงในเรื่องใดแล้วบันทึกให้เป็นระบบ การกระทำเช่นนี้สามารถทำให้ทราบความจริงได้ว่า องค์กรนั้นมีบริการที่ดีหรือไม่ บกพร่องในเรื่องอะไร เพื่อนำข้อมูลมาวางแผนการให้บริการให้ดีกว่าเดิม เพื่อความพึงพอใจของลูกค้า

2.3 การสำรวจด้วยแบบสอบถาม การสอบถามด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับเรื่องความพึงพอใจนี้ สามารถทำได้ทั้งการสุ่มตัวอย่างแบบทราบค่าความน่าจะเป็น และแบบไม่ทราบค่าความน่าจะเป็น แต่ส่วนใหญ่แล้ว การสำรวจความพึงพอใจ มักจะใช้วิธีการสุ่มแบบไม่ทราบค่าความน่าจะเป็น และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ แต่อาศัยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างให้มากที่สุดเท่าที่เป็นไปได้เป็นระยะๆ เพื่อจะได้นำความจริงที่พบมาวางแผนปรับปรุงแก้ไขในการบริการต่อไป

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปว่า การวัดระดับความพึงพอใจ สามารถดำเนินการได้หลายวิธี เช่น การสำรวจอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ การเปรียบเทียบกับความต้องการก่อนและหลังการรับบริการ การสอบถามที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ หรือการสัมภาษณ์เพื่อต้องการทราบระดับความพึงพอใจ และนำไปสู่การรับรู้คุณภาพ ประสิทธิภาพในการให้บริการนั่นเอง

#### 1.4 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

นักวิชาการ นักการศึกษา ได้ศึกษาความพึงพอใจในงานบริการที่หลากหลาย แต่สามารถที่จะสรุปรวมได้ว่า ความพึงพอใจในการบริการนั้นจะมีความเกี่ยวพันในประเด็นที่

สำคัญๆ คือผู้ให้และผู้รับบริการ ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาประเด็นความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยเน้นศึกษาเฉพาะปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยหลักในการให้บริการ และปัจจัยความเชื่อมั่นเกี่ยวกับคุณภาพหลักการให้บริการ รายละเอียด ดังนี้

**1.4.1 ปัจจัยส่วนบุคคล** จะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริการ เนื่องจากลักษณะส่วนบุคคล ที่แตกต่างกัน เช่น อายุ การศึกษา รายได้ ฯลฯ จะทำให้เกิดความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ดังนี้

กฤตินี จิรศิลป์ศาสตร์ (2549: 89) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ระดับการศึกษา สถานภาพการทำงาน สมาชิกในครัวเรือน รายได้ต่อเดือน รายจ่ายต่อเดือน และมูลค่าหุ้น มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริการ เนื่องจากลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะทำให้เกิดความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

อรชร มณีสงฆ์ (2552 : 63) ได้ให้ความตระหนักว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริการ คือ

**อายุ (Age)** ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในสินค้าและบริการที่ต่างกัน ตัวอย่างเช่น ช่วงอายุ 20-34 ปี จะต้องการสินค้าประเภท รถยนต์ เครื่องแต่งบ้าน ส่วนรูปแบบการบริการที่ต้องการคือ ไม่ยุ่งยาก ไม่ค่อยจะมีพิธีรีตองมากนัก ช่วงอายุ 35-49 ปี จะต้องการสินค้าประเภทบ้านใหญ่ๆ รถยนต์ดีกว่าเดิม การบริการที่ต้องการคือ การเอาอกเอาใจ พิจารณาข้อเปรียบเทียบในการให้บริการ และช่วงอายุมากกว่า 60 ปี จะต้องการสินค้าประเภทสินค้าบำรุงร่างกาย บริการด้านการแพทย์ การท่องเที่ยว การบริการที่ต้องการคือการเอาอกเอาใจ การบริการแบบจุดเดียวครบทุกขั้นตอน (One stop service) เป็นต้น

**การศึกษา (Education)** ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มที่จะต้องการข้อมูลเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพการบริการที่ต่างกัน ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาสูงมักจะพิจารณาปัจจัยในการให้บริการในหลายประเด็น มีความคาดหวังต่อสิ่งที่จะได้รับตอบสนองจากผู้ให้บริการสูง และจะมีความเชื่อมั่นในตนเองว่าการบริการนั้นต้องคุ้มค่า คุ้มเวลา

**รายได้ (Income)** ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ จะมีอิทธิพลเป็นอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้บริการและความพึงพอใจในการบริการที่ได้รับ ทั้งนี้ เนื่องจากผู้รับบริการตระหนักว่าการบริการที่ได้รับนั้นจะต้องคุ้มค่า คุ้มเวลา และต้องมีความสัมพันธ์กับรายได้

พรวิมล เชิญรัตนรักษ์ (2555 : 78) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้าน เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ และลักษณะงานที่ใช้บริการ จะมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ กล่าวคือ ความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล



(Individual Differences) จะทำให้เกิดความแตกต่างในความรู้สึก ค่านิยม ทักษะ ทักษะ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะกลายเป็นสภาวะเงื่อนไขต่อความพึงพอใจ ที่สำคัญยิ่ง

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพการสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา ชนชั้น เงินได้ รายเดือน ระยะเวลาที่เป็นสมาชิก และเงินค่าหุ้น

#### 1.4.2 ปัจจัยหลักในการให้บริการ

นักวิชาการหลายท่าน ได้ให้ทัศนะในประเด็นปัจจัยหลักในการให้บริการไว้อย่างหลากหลาย แต่ที่สำคัญและเป็นปัจจุบัน ผู้วิจัยได้ศึกษาและสรุปได้ดังนี้

สำนักงานสหกรณ์จังหวัดสุราษฎร์ธานี (2554) ได้กำหนดปัจจัยหลักในการให้บริการแก่สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ โดยประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ เจ้าหน้าที่ของสหกรณ์ผู้ให้บริการเป็นส่วนสำคัญที่สุดที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการบริการ เพราะผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์ ต่อผู้รับบริการโดยตรง ดังนั้น สหกรณ์จึงควร ให้ความสำคัญในการบริหารบุคลากรให้เป็นผู้ที่มีลักษณะที่เหมาะสม ในการให้บริการ ดังนี้

1) ทักษะที่ต้องใช้ในการให้บริการ การบริการที่ทำให้ผู้รับบริการประทับใจนั้น ต้องมาจากจิตใจและทัศนคติของผู้ให้บริการที่เห็นพ้องกันว่า ผู้รับบริการคือจุดมุ่งหมายของการทำงาน ผู้รับบริการเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุด ต้องอำนวยความสะดวกและช่วยเหลือให้เต็มกำลังความสามารถ โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

(1) ปลูกฝังวัฒนธรรมในสหกรณ์ ให้ตระหนักว่าสมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการ เป็นบุคคลที่สำคัญที่สุด เช่น ดิถีบายเตือนใจในจุดที่มองเห็นได้ง่าย

(2) ผู้จัดการสหกรณ์หรือหัวหน้างานต่างๆ ต้องตรวจตราการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการอย่างเข้มงวด เช่น อาจจัดสถานที่ให้ผู้จัดการสหกรณ์หรือหัวหน้างานต่างๆ สามารถมองเห็นการทำงานของเจ้าหน้าที่ได้ตลอดเวลา

(3) ให้สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการ ประเมินการทำงานของเจ้าหน้าที่ และให้ถือผล ของการประเมินโดยสมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการนั้น เป็นส่วนหนึ่งของการพิจารณาความดีความชอบ

(4) อบรม พัฒนา ผู้ที่ไม่สามารถบริการได้ตามมาตรฐานและหากไม่สามารถปรับปรุงตนเองได้ ให้พิจารณาย้ายไปทำงานในส่วนสนับสนุนที่ไม่ติดต่อกับผู้รับบริการ

2) ความมีมิตรไมตรี การอำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการนั้น จะต้องอยู่บนพื้นฐานของความมีมิตรไมตรี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีอัธยาศัยไมตรี เพราะ

สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการ เมื่อเข้ามายังสหกรณ์ ย่อมไม่มีความคุ้นเคย หากไม่มีการเอาใจใส่จะเกิดความรู้สึกเลวร้ายกว้างไม่ทราบว่าคุณจะติดต่อกับผู้ใด ณ จุดใด ความมีมิตรไมตรีของผู้ให้บริการ ย่อมทำให้สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการมีความอบอุ่นใจ โดยได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติ ดังนี้

(1) จัดให้มีพนักงานต้อนรับ เช่น เมื่อสมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการ มายังสหกรณ์ พนักงานจะเดินมาถามถึงปัญหาและความต้องการ

(2) อธิบายถึงขั้นตอนการดำเนินงานให้เกิดความเข้าใจ

(3) นำสมาชิกผู้รับบริการ ไปยังจุดเริ่มต้นให้บริการในแต่ละกรณี

3) ความรู้ ผู้ให้บริการจะต้องมีความรู้ในงานของตนอย่างถ่องแท้ เพื่อที่จะสามารถให้บริการ ได้ถูกต้อง สามารถใช้ความรู้ที่มีช่วยแก้ไขปัญหามาให้แก่สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการ โดยได้กำหนดแนวทางปฏิบัติไว้ ดังนี้

(1) พัฒนาความรู้ให้บุคลากร

(2) จัดให้มีการอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรอย่างต่อเนื่อง

(3) มีการทดสอบวัดผลว่า บุคลากรมีความรู้จริงในศาสตร์ที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่

(4) การเลื่อนชั้นในสายงานเดียวกัน

(5) มีนโยบายให้การเลื่อนตำแหน่งเป็นไปเฉพาะในสายงานนั้นๆ ทำให้มีความชำนาญและรู้ลึกในงาน

4) ความสุภาพ บุคลากรของสหกรณ์ผู้ให้บริการ มีมารยาท มีความสุภาพ อ่อนน้อม ยกย่อง ให้เกียรติสมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการ การพัฒนาบุคลิกภาพของผู้ให้บริการในด้านนี้ ทำได้โดยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ที่เน้นให้เกิดความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์

(1) ความเต็มอกเต็มใจช่วยเหลือ การมีจิตใจใฝ่บริการ (Service Mind) ที่จะเต็มอกเต็มใจที่จะให้บริการเป็นจิตวิญญาณของผู้ให้บริการที่ดี และช่วยให้สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการ รู้สึกประทับใจเมื่อมารับบริการ

(2) ความเสมอภาคในการให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีความเสมอภาคในการให้บริการแก่สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ว่าสมาชิกสหกรณ์นั้นจะมีฐานะชาติตระกูล การศึกษา หรือสถานะทางสังคมในระดับใด เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานก็ควรที่จะให้บริการในมาตรฐานเดียวกันโดยไม่มีความเหลื่อมล้ำ โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

ก) จัดให้มีระบบคิวและให้บริการตามคิวโดยเคร่งครัด

ข) สร้างมาตรฐานของกระบวนการให้บริการ เช่น ถ้อยคำที่ใช้พูดกับสมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการ ให้ทุกคนถือปฏิบัติกับผู้รับบริการทุกคนเหมือนกัน

2. *ปัจจัยด้านสถานที่* การจัดสภาพแวดล้อมเพื่ออำนวยความสะดวก การจัดให้มีสถานที่และสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการได้รับความสะดวกสบาย เช่น จัดบริเวณที่จอดรถให้แก่สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการ จัดภูมิทัศน์ให้มีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย สวยงาม มีพื้นที่สีเขียว มีที่นั่งรออย่างเพียงพอ มีป้ายบอกทาง แผนผังจุดบริการตามลำดับขั้นตอน ป้ายชี้ห้อง จัดเตรียมวัสดุสำนักงานที่จำเป็น บริการถ่ายเอกสาร มุมนั่งเล่นสำหรับเด็ก จัดหาพัดลม หนังสือพิมพ์ วารสาร โทรทัศน์ โทรศัพท์สาธารณะที่ทันสมัย และน้ำดื่ม มีห้องน้ำที่มีสภาพดี จำนวนเพียงพอและสะอาด ฯลฯ จัดเรียงเอกสารที่เป็นข้อมูลและองค์ความรู้ต่างๆ ให้เป็นระเบียบสะดวกแก่การหยิบจับ

3. *ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ* กระบวนการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งผลต่อคุณภาพบริการของสหกรณ์และการอำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการ ดังนั้นกระบวนการในการให้บริการจะต้องเอื้อให้เกิดความถูกต้อง แม่นยำ รวดเร็ว ทำให้สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการ สามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย มีความชัดเจนของข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการบริการ ที่สื่อให้ผู้รับบริการได้รับทราบ มีการติดตามผลการปฏิบัติงาน และมีการสำรวจความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการในด้านต่างๆ เพื่อปรับปรุงบริการอย่างเหมาะสม ดังนี้

1) ความรวดเร็วในการให้บริการ เป็นสิ่งที่สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการต้องการเป็นอันดับต้นๆ เมื่อมารับบริการคือ การได้รับบริการที่รวดเร็ว ตรงเวลา ดังนั้นสหกรณ์จึงควรคิดค้นวิธีการลดขั้นตอนในการทำงาน เพื่อให้สามารถให้บริการได้รวดเร็วที่สุด โดยมีแนวทางปฏิบัติคือ ลดเวลาให้บริการตามสถานะของสมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการที่มาขอรับบริการที่แตกต่างกัน จัดให้มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ วางผังการไหลเวียนของงานให้ง่าย งานไหลเวียนเร็ว ไม่มีจุดที่เป็นคอขวด

2) ความถูกต้องแม่นยำ ในการอำนวยความสะดวกและแก้ปัญหาให้แก่สมาชิกสหกรณ์ การบริการนอกจากจะต้องทำด้วยความรวดเร็วแล้ว ยังต้องมีความถูกต้องแม่นยำ ไม่ผิดพลาด โดยมีแนวปฏิบัติ คือ

(1) การปฏิบัติงาน มีขั้นตอนเป็นข้อกำหนดที่ชัดเจน มีคู่มือประกอบการทำงานว่างานแต่ละอย่างต้องใช้เอกสารอะไรบ้าง การดำเนินงานมีขั้นตอนเป็นลำดับอย่างไร

(2) มีกระบวนการกลั่นกรอง ตรวจสอบ เพื่อให้เกิดความถูกต้อง

(3) ใช้ระบบสารสนเทศ ช่วยจัดการข้อมูลและช่วยเตือน เมื่อถึงกำหนดเวลา

(4) มีการบันทึกวันและเวลาการรับคำขอ และรับเรื่องของเจ้าหน้าที่ทุกขั้นตอน

(5) มีใบแสดงการรับคำขอให้กับผู้ยื่นคำขอและเวลาแล้วเสร็จ (วันรับผลการพิจารณา)

3) ความสามารถเข้าถึงได้ง่าย ความสามารถเข้าถึงและใช้บริการได้ง่าย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่จะ ทำให้สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการ ได้รับความสะดวกสบาย ดังนั้นจุดที่ให้บริการควรจะมีการกระจายให้ทั่วถึง หรือให้สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการ สามารถใช้บริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ มีการจัดสถานที่ที่สะดวกในการรับบริการ เช่น จัดให้มีบริการนอกสถานที่ ในที่ทำการกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ หรือในย่านชุมชน ตามความเหมาะสม

4) ความชัดเจนของข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการบริการ ณ จุดบริการ บุคคลทั่วไปหรือสมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการจำนวนมากมักจะ ไม่มีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการของสหกรณ์ ตลอดจนไม่ทราบว่าจะต้องจัดเตรียมเอกสารหลักฐานอะไรบ้างในการติดต่อกับสหกรณ์ ในกรณีต่างๆ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลที่ชัดเจน จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการ ได้รับความสะดวกมากขึ้น เช่น ติดประกาศ หรือติดสติ๊กเกอร์ตามที่สาธารณะต่างๆ จัดทำป้ายแสดงสถานที่ ประเภทงาน ขั้นตอนของงาน ระยะเวลาในการให้บริการแต่ละเรื่อง และชื่อเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบให้ผู้รับบริการ ได้รับทราบอย่างชัดเจน จัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้คำแนะนำสมาชิกทราบถึงขั้นตอน การติดต่อกับสหกรณ์ คำแนะนำ ที่ชัดเจน ใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้าย แผ่นพับ แถบบันทึกเสียง และรูปภาพในการประชาสัมพันธ์ จัดเตรียมแบบฟอร์มต่างๆ ไว้ให้พร้อมเพรียง พร้อมทั้งมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ และบริการเขียนคำร้องจัดเอกสารต่างๆ ให้กับผู้ไม่รู้หนังสือและผู้พิการ มีประกาศ เสียงตามสาย ฯลฯ

5) การให้บริการตลอดเวลา จัดให้มีการบริการตลอดเวลาระหว่างการเปิดให้บริการ โดยไม่มีการหยุดพักเที่ยง แต่อาจจัดเวลาพักสลับกัน เพื่อสามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง ฯลฯ

6) การจัดให้มีช่องทางการติดต่อที่สะดวก จัดให้มีช่องทางการติดต่อที่ผู้รับบริการสามารถติดต่อกับสหกรณ์ได้โดยง่าย เช่น โทรศัพท์สายด่วน Website / E-mail เพื่อเป็นช่องทางให้สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการสามารถติดต่อได้สะดวกตลอดเวลา กล่องรับเรื่องราวร้องทุกข์ ฯลฯ

7) การติดตามผล เมื่อให้บริการไปแล้ว เจ้าหน้าที่สหกรณ์ควรที่จะติดตามผลเป็นระยะๆ เพื่อแสดงถึงความเอาใจใส่ และให้ความสำคัญกับสมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการ เป็นการสร้างความประทับใจ อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ในการติดตามผลก็อาจทำให้ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินการต่อไปได้ ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี ที่เจ้าหน้าที่สหกรณ์ห่วงใย ไม่ทอดทิ้ง

เพลินทิพย์ โกเมศโสภา (2550: 76) และแคตเตอร์ (Kotler, 2012 : 182 - 185) ได้อธิบายว่า ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ควรคำนึงถึงเรื่องต่อไปนี้

1. สถานที่บริการ การเข้าถึง ความสะดวกในสถานที่บริการย่อมทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ทำเล ที่ตั้ง และการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง จึงถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญ
2. การส่งเสริมแนะนำการบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ จะเกิดขึ้นได้จากการที่ได้ยิน ได้รับฟังข้อมูล ข่าวสาร หรือบุคคลอื่นๆ กล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อถือที่มี ก็จะมีความรู้สึกกับบริการในทางที่ดี และเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้
3. ผู้ให้บริการบริการ เป็นผู้ที่มิมีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้ให้บริการที่วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของผู้รับบริการย่อมสามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจได้
4. สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ผู้รับบริการมักชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการ เช่น การออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายใน การให้สีส้ม การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน
5. กระบวนการบริการ ถือว่าเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ดังนั้น ผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการ ซึ่งส่งผลให้การบริการมีความคล่องตัวและสนองต่อความต้องการได้ เช่น การใช้คอมพิวเตอร์เข้ามาจัดระบบข้อมูลของผู้รับบริการ เป็นต้น

อรสา ถิ่นจอม (2548: 21) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หลังจากได้รับการให้บริการของพนักงาน ที่เกิดจากความพึงพอใจด้านต่างๆ 5 ด้าน คือ

1. ด้านพนักงาน ว่าจะมีความกระตือรือร้นและพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือลูกค้า การให้บริการลูกค้าทุกระดับเท่าเทียมกัน บุคลิกภาพของพนักงานในการให้บริการ
2. ด้านความสะดวกการให้บริการ มีการตอบปัญหาข้อสงสัยหรือแก้ไขปัญห และ ความเพียงพอของพนักงานที่จัดไว้สำหรับให้บริการ
3. ด้านสถานที่ มีความสะดวกของสถานที่จอดรถ ห้องสุขา
4. ด้านการบริการข้อมูล มีป้ายประกาศ บอกข้อมูลชัดเจน
5. ด้านระยะเวลาการดำเนินการ มีระยะเวลาในการรอรับบริการ

ปทุมพร โพธิ์กาฬ (2546 : 12) กล่าวว่า สิ่งที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ คือการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ และการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ซึ่งประกอบด้วย



ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ ราคาค่าบริการ สถานที่บริการ การส่งเสริม การแนะนำการให้บริการ สภาพแวดล้อมของการบริการ และกระบวนการบริการ

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปว่า ปัจจัยหลักในการให้บริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ จะประกอบด้วย ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

#### 1.4.3 ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นเกี่ยวกับคุณภาพหลักการให้บริการ

แนวนโยบายแห่งรัฐได้กำหนดแนวทางในการทำงานเพื่อสนองความต้องการของประชาชน โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางในการทำงาน ซึ่งจะเห็นได้จากพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ.2545 มาตรา 3/1 บัญญัติว่า “การบริหารราชการต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ ความคุ้มค่า ในเชิงภารกิจแห่งรัฐ ความมีประสิทธิภาพ การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน การลดภารกิจและยุบเลิกหน่วยงานที่ไม่จำเป็น การกระจายภารกิจและทรัพยากรให้ท้องถิ่น การกระจายอำนาจการตัดสินใจ การอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชนมีผู้รับผิดชอบต่อผลของงาน และความรับผิดชอบต่อผู้ปฏิบัติงาน” และพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ.2546 มาตรา 6 กำหนดเป้าหมายการบริหารราชการ เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขของประชาชน เกิดผลสัมฤทธิ์ต่องานบริการ มีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่าในการให้บริการ ไม่มีขั้นตอนการปฏิบัติงานเกินจำเป็น มีการปรับปรุงภารกิจ ให้ทันต่อสถานการณ์ ประชาชนได้รับการอำนวยความสะดวกและได้รับการตอบสนองความต้องการ และมีการประเมินผลการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น การพัฒนาคุณภาพการบริการ จะเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งที่สามารถนำมาใช้ในการบริหารงาน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ การปฏิบัติงานที่มีความยุติธรรมและน่าเชื่อถือ เป็นการสร้างความเชื่อมั่นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ที่เนิ่นวาระแห่งชาติด้านจริยธรรม โดยความเชื่อมั่นเกี่ยวกับคุณภาพหลักของการให้บริการ มี 6 ประการ ได้แก่ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักความมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบ และหลักความคุ้มค่าโดยมีรายละเอียดการปฏิบัติ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นเกี่ยวกับคุณภาพหลักของการให้บริการในแต่ละหัวข้อ ดังนี้ (สำนักงานสภรณจังหวัด สุราษฎร์ธานี 2554: 14-18)

1. **หลักนิติธรรม** ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ.2542 ได้จำกัดความหมายของหลักนิติธรรมไว้ว่า หมายถึง การตรากฎหมายที่ถูกต้อง เป็นธรรม การบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมาย การกำหนดกฎ กติกาและการปฏิบัติตามกฎ กติกา ที่ตกลงกันไว้อย่างเคร่งครัด โดยคำนึงถึงสิทธิ เสรีภาพ ความยุติธรรมของ



สมาชิก ซึ่งการพัฒนาคุณภาพงานบริการของสหกรณ์ให้เป็นไปตามมาตรฐาน หรือมีมาตรฐานคุณภาพ นับได้ว่าเป็นเรื่องสำคัญที่สหกรณ์จะต้องมีการพัฒนาคุณภาพงานบริการอย่างต่อเนื่อง เป็นการยกระดับคุณภาพการให้บริการให้ดีขึ้นกว่าที่มาตรฐานกำหนด เพื่อให้สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการ เกิดความพึงพอใจจากการปฏิบัติงานการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ด้วยมาตรฐานเดียวกันและมีประสิทธิภาพเท่าเทียมกัน “หลักนิติธรรม” เพื่อการให้บริการต่อสมาชิกสหกรณ์ หมายถึง การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการต่างๆ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ ให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง ไม่ให้บริการเป็นพิเศษกับคนคุ้นเคย

2. **หลักคุณธรรม** ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ.2542 ได้จำกัดความหมายของหลักคุณธรรมว่า หมายถึง หลักปฏิบัติในการกระทำในสิ่งที่ถูกต้องด้วยความซื่อสัตย์ จริงใจ ยึดมั่นในความถูกต้องดีงาม บนพื้นฐานของศีลธรรม จริยธรรม ภายใต้ระเบียบ กฎเกณฑ์ของสังคมและยังประโยชน์กับสังคมและประเทศชาติ ซึ่งการพัฒนาคุณภาพงานบริการของสหกรณ์ให้เป็นไปตามมาตรฐาน หรือมีมาตรฐานคุณภาพ เพื่อให้สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากการปฏิบัติงานการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ด้วยมาตรฐานเดียวกันและมีประสิทธิภาพเท่าเทียมกัน “หลักคุณธรรม” เพื่อการให้บริการต่อสมาชิกสหกรณ์ หมายถึง การที่เจ้าหน้าที่สหกรณ์ ให้การ บริการสมาชิกโดยมีความโปร่งใส ไม่เรียกรับเงิน ไม่ทุจริต โดยคำนึงถึงประโยชน์ของสมาชิกสหกรณ์เป็นหลัก

3. **หลักความโปร่งใส** ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ.2542 ได้จำกัดความหมายของหลักความโปร่งใส หมายถึง การสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกันของคนในชาติ โดยปรับปรุงกลไกการทำงานขององค์กรทุกวงการให้มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ซึ่งการพัฒนาคุณภาพงานบริการของสหกรณ์ให้เป็นไปตามมาตรฐาน หรือมีมาตรฐานคุณภาพ เพื่อให้สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากการปฏิบัติงาน การให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ด้วยมาตรฐานเดียวกันและมีประสิทธิภาพ “หลักความโปร่งใส” เพื่อการให้บริการต่อสมาชิกสหกรณ์ หมายถึง การที่ผู้รับบริการจากสหกรณ์ ได้รับคำชี้แจง แก้ไขปัญหากรณีมีการร้องเรียนเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน ไม่ถูกต้องเหมาะสม การปฏิบัติงานอย่างตรงไปตรงมา ไม่ขัดแย้งระหว่างประโยชน์ส่วนตนและส่วนรวม

4. **หลักความมีส่วนร่วม** ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ.2542 ได้จำกัดความหมายของหลักความมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือบุคคลในองค์กรทุกระดับ ซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือได้รับผลกระทบ จากการบริหารงานหรือการดำเนินการต่างๆ ของหน่วยงานของรัฐ ได้ร่วมรับรู้ ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมตัดสินใจ รวมทั้งร่วมสนับสนุน ติดตาม และตรวจสอบการปฏิบัติตาม

สิ่งที่ตนเองได้ร่วมตัดสินใจไป ซึ่งการพัฒนาคุณภาพงานบริการของสหกรณ์ให้เป็นไปตามมาตรฐาน หรือมีมาตรฐานคุณภาพ นับได้ว่าเป็นเรื่องสำคัญที่สหกรณ์ จะต้องมีการพัฒนาคุณภาพงานบริการอย่างต่อเนื่องเป็นการยกระดับคุณภาพการให้บริการให้ดีขึ้นกว่าที่มาตรฐานกำหนด เพื่อให้สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากการปฏิบัติงานการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ด้วยมาตรฐานเดียวกันและมีประสิทธิภาพเท่าเทียมกัน “หลักความมีส่วนร่วม” หมายถึง การที่สมาชิกสหกรณ์สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์ได้สะดวก มีการรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ จากบุคคลภายนอกและนำไปปรับปรุงการทำงาน

5. **หลักความรับผิดชอบ** ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ.2542 ได้จำกัดความหมายของหลักความรับผิดชอบ หมายถึง ความมุ่งมั่นและตั้งใจปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถให้บรรลุความสำเร็จ สอดคล้องตามกฎ/ระเบียบของทางราชการหรือที่เกี่ยวข้อง ปฏิบัติงานอย่างมีจิตสำนึกต่อหน้าที่ สังคม ประชาชนและประเทศ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับบริการและส่วนรวมเป็นสำคัญ รวมทั้งยอมรับผลที่เกิดขึ้น จากการปฏิบัติงานดังกล่าว ทั้งที่เป็นผลดีและผลเสียหยาบ ตลอดจนพร้อมแสดงข้อเท็จจริงในการประกอบภารกิจต่อสาธารณชน สามารถชี้แจงเหตุผลได้ และพร้อมต่อการรับการตรวจสอบจากสาธารณะ ซึ่งการพัฒนาคุณภาพงานบริการของสหกรณ์ให้เป็นไปตามมาตรฐาน หรือมีมาตรฐานคุณภาพ เพื่อให้สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากการปฏิบัติงานการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ “หลักความรับผิดชอบ” หมายถึง การที่เจ้าหน้าที่สหกรณ์ มีความรับผิดชอบในการให้บริการเป็นอย่างดี ไม่นำเวลาทำงานของสหกรณ์ ไปทำธุระส่วนตัว

6. **หลักความคุ้มค่า** ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ.2542 ได้จำกัดความหมายของหลักความคุ้มค่า หมายถึง การบริหารจัดการและใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดเพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดแก่ส่วนรวม โดยตรงค์ให้คนไทยมีความประหยัด ใช้อย่างคุ้มค่า สร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีคุณภาพสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก และรักษาพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติให้สมบูรณ์ยั่งยืน การพัฒนาคุณภาพงานบริการของสหกรณ์ ให้เป็นไปตามมาตรฐาน หรือมีมาตรฐานคุณภาพ เพื่อให้สมาชิกสหกรณ์ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากการปฏิบัติงานการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ “หลักความคุ้มค่า” หมายถึง การที่เจ้าหน้าที่สหกรณ์ มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับงานที่รับผิดชอบ มีการใช้เทคโนโลยี และอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยเพื่อลดค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนในการให้บริการ

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปว่า ผลสัมฤทธิ์ของงานบริการ จะทำให้งานมีประสิทธิภาพ และเกิดความคุ้มค่าในการให้บริการ ซึ่งจำเป็นต้องลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ไม่จำเป็น มีความเท่าเทียม ยุติธรรมในการให้บริการ มีการปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์ ทำให้ผู้รับบริการได้รับ

การอำนวยความสะดวก ผู้วิจัยจึงได้เห็นความสำคัญของความเชื่อมั่นเกี่ยวกับคุณภาพหลักของการให้บริการ จึงได้ใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้

### 1.5 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ปัจจุบันองค์การต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสำคัญต่อความรู้สึกพึงพอใจของลูกค้าที่จะได้รับจากองค์กรนั้นๆ จากแนวคิดที่ว่าความรู้สึกพึงพอใจเป็นส่วนหนึ่ง que เพิ่มประสิทธิภาพในสินค้าและบริการ การที่จะเพิ่มประสิทธิภาพดังกล่าว ผู้บริหารจำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจ ซึ่งการสร้างแรงจูงใจให้ได้ผลดีนั้น ผู้บริหารจะต้องมีความรู้ในทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ เพื่อที่จะได้นำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า ซึ่งมีผู้ศึกษาเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีการจูงใจที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจหลายทฤษฎี (Kotler, 2012: 182 - 185) ที่สำคัญได้แก่ ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory) ทฤษฎีความคาดหวังของ วรูม (Victor Vroom's Expectancy Theory) ทฤษฎีปัจจัยสองประการของเฮิร์ซเบิร์ก (Frederick Herzberg's Two - Factors Theory)

#### 1.5.1 ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Hierarchy Needs Theory)

อับราฮัม มาสโลว์ (A.H.Maslow) ค้นคว้าวิธีที่จะอธิบายว่า ทำไมผู้คนจึงถูกผลักดัน โดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอยู่ ึ่งมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเอง แต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของ มาสโลว์ คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งทีักัดันมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด ทฤษฎีของ มาสโลว์ ได้จัดลำดับความต้องการ ตามความสำคัญ คือ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2540: 69)

1. ความต้องการทางกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อาศัย ยารักษาโรค
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย
3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นความต้องการการยอมรับจากเพื่อน
4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะทางสังคม

5. ความต้องการให้คนประสบความสำเร็จ (Self-actualization Needs) ถือว่าเป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

จะเห็นว่าทฤษฎีของมาสโลว์ได้ชี้ให้เห็นความพยายามของบุคคลที่แสวงหาความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้ได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็จะหมดลง และเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่างเช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่องานศิลปะชั้นเลิศ (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการแม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้ว ก็จะมีการมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป

### 1.5.2 ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)

ทฤษฎีความคาดหวังของวรูม (Victor Vroom) ได้เสนอรูปแบบของความคาดหวัง ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในการอธิบายกระบวนการจูงใจของมนุษย์ โดยวรูม มีความเห็นว่า ลูกจ้างจะเกิดความพอใจได้ ต่อเมื่อเขาได้ประเมินแล้วว่า การบริการนั้นๆ จะนำผลตอบแทนมาให้ ซึ่งลูกจ้างได้มีการตัดสินใจล่วงหน้าแล้วว่า คุณค่าของการบริการจากสิ่งที่ได้รับ เช่น ความกระตือรือร้นในการบริการ การให้คำปรึกษาแนะนำที่ดี ความสะดวกรวดเร็วในการบริการ เครื่องมือบริการทันสมัย ความมีชื่อเสียงของสถาบันที่ให้บริการ ลูกจ้างจึงเลือกเอาการบริการที่น่าเอาผลลัพท์เหล่านี้มาไว้ และในขั้นสุดท้ายเมื่อมีการประเมินการเปรียบเทียบผลลัพท์ต่างๆ ลูกจ้างจะมีความรู้สึกพอใจเกิดขึ้น ซึ่งทัศนะของแนวคิดนี้อยู่ที่ผล (Outcomes) ความปรารถนาที่รุนแรง (Violence) และความคาดหวัง (Expectancy) ทฤษฎีความคาดหวังจะคาดคะเนว่า โดยทั่วไปลูกจ้างแต่ละคนจะแสดงพฤติกรรม ก็ต่อเมื่อเขามองเห็นโอกาสความน่าจะเป็นไปได้ (Probability) ก่อนข้างเด่นชัด หากความพึงพอใจของเขาเกิดจากการให้บริการที่มีคุณภาพ เขาก็จะใช้บริการนั้นตลอดเพราะเป็นผลลัพท์ที่เขาปรารถนา ซึ่งหมายความว่า ความพึงพอใจเกิดก่อนการบริการ จึงสามารถเป็นเหตุของการนำไปสู่การมาใช้บริการ เพราะพฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากแรงผลักดัน ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากความต้องการ และอีกส่วนหนึ่งเกิดจากความคาดหวังที่จะได้รับจากสิ่งที่จะจูงใจ ผลตอบแทนหรือผลลัพท์ที่ได้จากการให้บริการที่มีคุณภาพ จะมีความสำคัญและจะเป็นตัวทำให้เกิดพฤติกรรมได้ ขึ้นอยู่กับความพอใจต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพ (จิตตินันท์ เศรษฐคุปต์ 2554: 29 – 35)

### 1.5.3 ทฤษฎีปัจจัยสองประการ (Two - Factors Theory)

ทฤษฎีปัจจัยสองประการ เป็นทฤษฎีที่เฮิร์ซเบิร์ก (Frederick K. Herzberg, 1969 ; อ้างถึงใน รังสรรค์ ประเสริฐศรี 2549:242) ได้ศึกษาทำการวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของบุคคล เขาได้ศึกษาถึงความต้องการของคนในองค์กร หรือการจูงใจจากการทำงานโดยเฉพาะเจาะจง โดยศึกษาว่าคนเราต้องการอะไรจากงานคำตอบก็คือ บุคคลต้องการความสุขจากการทำงาน ซึ่งสรุปได้ว่า ความสุขจากการทำงานนั้น เกิดมาจากความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจในงานที่ทำ โดยความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจในงานที่ทำนั้น ไม่ได้มาจากกลุ่มเดียวกัน แต่มีสาเหตุมาจากปัจจัยสองกลุ่ม คือ ปัจจัยจูงใจ (Motivational Factors) และปัจจัยค้ำจุนหรือปัจจัยสุขศาสตร์ (Maintenance or Hygiene Factors)

1. ปัจจัยจูงใจ (Motivational Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง เพื่อจูงใจให้คนชอบและรักงานที่ปฏิบัติเป็นวัฏจักร ทำให้เกิดความพึงพอใจให้แก่บุคคลในองค์กรให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพราะเป็นปัจจัยที่สามารถตอบสนองความต้องการภายในของบุคคลได้ด้วย อันได้แก่

1.1 ความสำเร็จในงานที่ทำของบุคคล (Achievement) หมายถึงการที่บุคคลสามารถทำงานได้เสร็จสิ้น และประสบความสำเร็จอย่างดี เป็นความสามารถในการแก้ปัญหาต่างๆ การรู้จักป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้น เมื่อผลงานสำเร็จจึงเกิดความรู้สึกพอใจและปลื้มปิติในผลสำเร็จของงานนั้นๆ

1.2 การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือไม่ว่าจากผู้บังคับบัญชา จากเพื่อน จากผู้มาขอรับคำปรึกษาหรือ จากบุคคลในหน่วยงาน การยอมรับนี้อาจจะอยู่ในรูปของการยกย่องชมเชยแสดงความยินดี การให้กำลังใจ หรือการแสดงออกอื่นใดที่ก่อให้เกิดการยอมรับในความสามารถ เมื่อได้ทำงานอย่างหนึ่งอย่างใด บรรลุผลสำเร็จ การยอมรับนับถือจะแฝงอยู่กับความสำเร็จในงานด้วย

1.3 ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ (The Work Itself) หมายถึงงานที่น่าสนใจ งานที่ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทำทลายให้ลงมือทำ หรือเป็นงานที่มีลักษณะสามารถกระทำได้ตั้งแต่ต้นจนจบโดยลำพังแต่ผู้เดียว

1.4 ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมาย ให้รับผิดชอบงานใหม่ๆ และมีอำนาจในการรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่ไม่มีใครตรวจ หรือควบคุมอย่างใกล้ชิด

1.5 ความก้าวหน้า (Advancement) หมายถึง ได้รับเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้นของบุคคลในองค์กร การมีโอกาสได้ศึกษาเพื่อหาความรู้เพิ่มหรือได้รับการฝึกอบรม



2. ปัจจัยค่าจ้างหรือปัจจัยสุขศาสตร์ (Maintenance or Hygiene Factors) หมายถึง ปัจจัยที่จะค่าจ้างให้แรงจูงใจ ในการทำงานของบุคคลมีอยู่ตลอดเวลา ถ้าไม่มีหรือมีในลักษณะที่ไม่ สอดคล้องกับบุคคลในองค์การบุคคลในองค์การจะเกิดความไม่ชอบงานขึ้น และเป็นปัจจัยที่มาจาก ภายนอกตัวบุคคล ปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่

2.1 เงินเดือน (Salary) หมายถึง เงินเดือนและการเลื่อนขึ้นเงินเดือนในหน่วยงาน นั้นๆ เป็นที่พอใจของบุคลากรที่ทำงาน

2.2 โอกาสได้รับความก้าวหน้าในอนาคต (Possibility of Growth) หมายถึง การที่บุคคลได้รับการแต่งตั้งเลื่อนตำแหน่งภายในหน่วยงานแล้ว ยังหมายถึงสถานการณ์ที่บุคคล สามารถได้รับ ความก้าวหน้าในทักษะวิชาชีพด้วย

2.3 ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาผู้ใต้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน (Interpersonal Relation Superior, Subordinate and Peers) หมายถึง การติดต่อไม่ว่าจะเป็นกิริยาหรือ วาจา ที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกัน มีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดี

2.4 สถานะทางอาชีพ (Status) หมายถึง อาชีพนั้นเป็นที่ยอมรับนับถือของ สังคมที่มีเกียรติและศักดิ์ศรี

2.5 นโยบายและการบริการ (Company Policy and Administration) หมายถึง การจัดการและการบริหารขององค์การ การติดต่อสื่อสารภายในองค์การ

2.6 สภาพการทำงาน (Working Conditions) หมายถึง สภาพทางกายภาพของ งาน เช่น แสง เสียง อากาศ ชั่วโมงการทำงาน รวมทั้งลักษณะของสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เช่น อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้

2.7 ความเป็นอยู่ส่วนตัว (Personal life) ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี อันเป็นผลที่ ได้รับจากงานในหน้าที่ เช่น การที่บุคคลถูกย้ายไปทำงานในที่แห่งใหม่ ซึ่งห่างไกลจากครอบครัว ทำให้ไม่มีความสุข และไม่พอใจกับการทำงานในที่แห่งใหม่

2.8 ความมั่นคงในการทำงาน (Security) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อ ความมั่นคง ในการทำงาน ความยั่งยืนของอาชีพ หรือความมั่นคงขององค์การ

2.9 วิธีการปกครองบังคับบัญชา (Supervision-Technical) หมายถึง ความสามารถ ของผู้บังคับบัญชาในการทำงาน หรือความยุติธรรมในการบริหาร

นอกจากนี้ เฮิร์ซเบอร์ก ยังได้อธิบายเพิ่มเติมอีกว่า องค์ประกอบทางด้านการจูงใจ จะต้องมามีค่าเป็นบวกเท่านั้น จึงจะทำให้บุคคลมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานขึ้นมาได้ แต่ถ้าหาก ว่ามีค่าเป็นลบ จะทำให้บุคคลไม่พึงพอใจในงาน ส่วนองค์ประกอบทางด้านการค่าจ้าง ถ้าหากว่ามีค่า เป็นลบ บุคคลจะไม่มีความรู้สึก ไม่พึงพอใจในงานแต่อย่างใดเนื่องจากองค์ประกอบทางด้านปัจจัย

นี้ มีหน้าที่คำจูนหรือบำรุงรักษาบุคคลให้มีความพึงพอใจในงานอยู่แล้ว สรุปได้ว่า ปัจจัยทั้งสองนี้ควรจะต้องมีในทางบวก จึงจะทำให้ความพึงพอใจ ในการทำงานของบุคคลเพิ่มขึ้น

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับความพึงพอใจ จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งผันแปรไปตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับความต้องการของบุคคลในแต่ละสถานการณ์ ช่วงเวลาหนึ่งบุคคลอาจจะไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่งเพราะไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ แต่ในช่วงหนึ่งหากสิ่งที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้อง บุคคลนั้นก็สามารเปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้นได้อย่างทันทีทันใด นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่สามารถแสดงออกในระดับมากน้อยได้ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการประเมินในสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

### 2.1 ความหมายของการบริการ

มณฑา แสงทอง (2548 : 9) ให้ความหมายว่า การบริการ คือ การปฏิบัติเพื่อตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ ซึ่งกิจกรรมนั้นไม่สามารถจับต้องได้ และผลที่ตามมา ต้องส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการนั้นๆ

จํารอง เงินดี (2545 : 266) ให้ความหมายของการบริการว่า หมายถึง กิจกรรมประโยชน์หรือความพึงพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า การบริการเกิดขึ้นจากการปฏิบัติของผู้ขายบริการ ฉะนั้นคุณภาพของการบริการจะเป็นอย่างไร จึงขึ้นอยู่กับ การปฏิบัติของผู้ให้บริการ ในบางครั้งบริการเป็นเพียงความคิด (Idea) วัตถุดิบของการบริการประเภทนี้ คือ ความคิดดี (Good idea) ความคิดที่ดีหลายๆ คนคิดไม่ถึง ยังมีอีกมากเมื่อเกิดความคิดที่ดีขึ้นแล้ว บางครั้งจำเป็นต้องใส่ปัจจัยอื่นๆ เช่น ความรู้ ความชำนาญทางเทคนิคเข้าไป เพื่อให้ความคิดนั้นเป็นผลออกมา

ราชบัณฑิตยสถาน (2542 : 607) ให้ □ความหมายของการบริการไว้ว่า □ หมายถึง การปฏิบัติ รับผิดชอบ □ การให้ □ ความสะดวก □ ใดๆ เช่น ให้ □ บริการ ใช้ □ บริการ

เลฮ์ตินัน พาราสุรามัน และ บาร์รี่ (Lehtinen, Parasuraman and Barry, อ้างถึงใน รัชยา กุลวานิชไชยนันท์ 2550: 69) ได้อธิบายว่า การบริการคือกิจกรรมหรือชุดของกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลหรือวัตถุอุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติสำคัญต่างๆ เหล่านี้ คือ

#### 1. ความเชื่อถือได้ ประกอบด้วย

เกินไป

- 1.1 ความสม่ำเสมอ
- 1.2 ความพึงพอใจ
2. การตอบสนอง ประกอบด้วย
  - 2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการ
  - 2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการ
  - 2.3 มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง
  - 2.4 ปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี
3. ความสามารถ ประกอบด้วย
  - 3.1 ความสามารถในการให้บริการ
  - 3.2 ความสามารถในการสื่อสาร
  - 3.3 ความสามารถในความรู้วิชาการที่ให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ ประกอบด้วย
  - 4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้บริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายซับซ้อน
  - 4.2 ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย
  - 4.3 เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ
  - 4.4 อยู่ในสถานที่ที่ผู้บริการติดต่อได้สะดวก
5. ความสุภาพอ่อนโยน ประกอบด้วย
  - 5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการ
  - 5.2 การต้อนรับที่เหมาะสม
  - 5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
6. การสื่อสาร ประกอบด้วย
  - 6.1 มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการ
  - 6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
7. ความซื่อสัตย์ คุณภาพของงานบริการ มีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ
8. ความมั่นคง ประกอบด้วย ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์
9. ความเข้าใจ ประกอบด้วย
  - 9.1 การเรียนรู้ผู้ให้บริการ
  - 9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ให้บริการ
  - 9.3 การให้ความสนใจต่อผู้ให้บริการ

## 10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้

10.1 การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับให้บริการ

10.2 การเตรียมอุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

คอตเลอร์ (Kotler, 2012: 71) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือปฏิบัติการใดๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มหนึ่งซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ และไม่ได้ส่งผลของความพึงพอใจของสิ่งใด ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมกับสินค้าที่มีตัวตนก็ได้

จากความหมายของการบริการข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง การดำเนินการใดๆ ที่เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อผู้อื่น และเป็นไปเพื่อสร้างสิ่งที่พึงประสงค์ต่อผู้รับบริการให้เกิดความพึงพอใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรที่เป็นผู้ให้บริการ

### 2.2 ความสำคัญของการบริการ

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความสำคัญของการบริการ ดังนี้

ยาเป็น เรืองจรรยาสุรี (2555) กล่าวว่า การบริการที่ดีย่อมมีผลดีต่อการปฏิบัติงาน ความล้มเหลวในการบริการจะเป็นผลเสียหายน่าอย่างร้ายแรงหากไม่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะที่จะทำให้ชนะใจผู้รับบริการหลักพื้นฐานของการบริการคือ 1) ทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจ 2) อย่าให้ผู้รับบริการอยู่นานเกินไป 3) อย่าทำผิดพลาดจนผู้รับบริการเดือดร้อน 4) สร้างบรรยากาศของหน่วยบริการ 5) ทำให้ผู้รับบริการเกิดความคุ้นเคย และ 6) เตรียมความสะดวกให้พร้อม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2553: 74-76) กล่าวว่า การบริการ เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการ อย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้ รับความสุขและความสะดวกสบาย หรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปแบบ และไม่จำเป็นต้องอยู่ร่วมกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจไมตรี เป็นมิตรด้วยความปรารถนาดีช่วยเหลือเกื้อกูล ให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรม และความเสมอภาค การบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในงานด้านต่างๆ เพราะการบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ไม่มีการดำเนินงานใดๆ ที่ปราศจากการบริการ ทั้งในภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชน การขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใดๆ ก็ต้องมีการบริการรวมอยู่ด้วยเสมอ ยิ่งธุรกิจบริการตัวบริการคือสินค้า การจะประสบความสำเร็จได้ต้องมีบริการที่ดี ธุรกิจจะอยู่ได้ต้องทำให้เกิดการรักษาลูกค้าเดิม และเพิ่มลูกค้าใหม่ๆ ตามมา การบริการที่ดีจะช่วย

ให้กิจการประสบความสำเร็จในที่สุด ดังนั้นความสำคัญของการบริการ สามารถแบ่งเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

### 1. ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

**1.1 ความสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริหาร** บุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการบริการ โดยเฉพาะผู้ที่ให้บริการหรือผู้ปฏิบัติงานบริการ ส่วนหน้าเนื่องจากเป็นบุคคล ที่ปฏิสัมพันธ์กับผู้มารับบริการหรือลูกค้าโดยตรง เริ่มตั้งแต่การต้อนรับผู้ที่เข้ามาติดต่อจนกระทั่งการอำลาบุคคลนั้นเมื่อบริการต่างๆ สิ้นสุดลง การทำความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานบริการตระหนักถึง การปฏิบัติตนต่อผู้รับบริการด้วยจิตสำนึกของการให้บริการ (Service Mind) อย่างเต็มเปี่ยม และรู้จักเรียนรู้ การพัฒนาศักยภาพอันนำไปสู่การเป็นนักบริการระดับมืออาชีพ ดังนี้

1.1.1 ทำให้เกิดการรับรู้เป้าหมายของการให้บริการที่ถูกต้อง โดยมุ่งเน้นที่ตัวลูกค้าหรือผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางของการบริการ ด้วยการกระทำเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้ามาใช้บริการพึงพอใจเป็นสำคัญ

1.1.2 ทำให้เข้าใจและยอมรับพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้ที่ใช้บริการ

1.1.3 ทำให้ตระหนักถึงบทบาท และพฤติกรรมของการบริการที่ผู้ปฏิบัติงานบริการพึงปฏิบัติ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์เบื้องต้นของการบริการ โดยเฉพาะจะต้องคำนึงถึงบุคลิกภาพ และการแสดงออกด้วยไมตรีจิต ที่สามารถทำให้ผู้รับบริการประทับใจ และคิดใจมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นลูกค้าประจำ

1.1.4 ทำให้รู้จักวิเคราะห์ความต้องการของผู้รับบริการ และคุณลักษณะของการบริการที่สร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการ รวมทั้งการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าซึ่งเกิดขึ้นตลอดเวลา และจำเป็นต้องอาศัยการฝึกฝนทักษะในการแก้ปัญหาเพื่อมิให้ผู้รับบริการเกิดความไม่พอใจในการบริการที่ได้รับ

**1.2 ความสำคัญต่อผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการ** ในปัจจุบันผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าและบริการต่างก็ตระหนักถึงความสำคัญของการบริการมากขึ้น และหันมาให้บริการเป็นกลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดที่นับวันจะมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการจะช่วยให้ผู้บริหารการบริการสามารถสร้างความเป็นเลิศในการดำเนินการบริการด้วยคุณภาพของการบริการที่ยอดเยี่ยมได้ ดังนี้

1.2.1 ทำให้ตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้าหรือผู้บริโภคเป็นอันดับแรก และรู้จักสำรวจความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้า และบริการต่างๆ เพื่อนำข้อมูลมาใช้วางแผนและการปรับปรุงการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม



1.2.2 การทำให้เห็นความสำคัญของบุคลากร หรือปฏิบัติงานบริการซึ่งมีบทบาทสำคัญที่จะดึงดูดผู้บริโภคให้มาเป็นลูกค้าประจำขององค์กร ด้วยการสนับสนุน และเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาศักยภาพในการบริการอย่างทั่วถึงทั้งในด้านความรู้และทักษะการบริการที่มีคุณภาพ

1.2.3 ทำให้เข้าใจกลยุทธ์การบริการต่างๆ ที่สามารถใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพโดยมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพ การสร้างเอกลักษณ์ในการบริการที่ประทับใจการบริหารองค์การที่มีประสิทธิภาพและการใช้เทคโนโลยีการบริการที่ทันสมัย

1.2.4 ทำให้สามารถวิเคราะห์ปัญหาข้อบกพร่อง และแนวโน้มของการบริการเพื่อการปรับปรุงแก้ไข และกำหนดทิศทางของการบริการที่ตลาดต้องการได้

2. ความสำคัญต่อผู้รับบริการ ถึงแม้ธุรกิจบริการจะให้ความสำคัญอย่างมากกับลูกค้า หรือ ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการต่างๆ และพยายามทุกวิถีทางที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุด แก่ลูกค้า ดังนั้น ลูกค้าจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้บทบาทและขอบเขตความเป็นไปได้ของการใช้บริการที่เหมาะสมด้วยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการ จะช่วยให้ผู้ใช้บริการเข้าใจกระบวนการบริการและสามารถคาดหวังการบริการที่จะได้รับอย่างมีเหตุผลตามข้อจำกัดของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

2.1 ทำให้เกิดการรับรู้และเข้าใจลักษณะของงานบริการ ว่าเป็นงานหนักที่จะต้องพบกับคนจำนวนมากและตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้มารับบริการอยู่ตลอดเวลา อันส่งผลให้การบริการบางครั้งอาจไม่รวดเร็วทันกับความต้องการของผู้รับบริการทุกคนในเวลาเดียวกันได้ ซึ่งผู้ใช้บริการจำเป็นต้องคาดหวังการบริการในระดับที่มีความเป็นไปได้ตามลักษณะของงานบริการต่างๆ

2.2 ทำให้ตระหนักถึงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของตัวผู้ใช้บริการ ในฐานะที่ผู้ที่แสดงเจตนาในการรับบริการควรมีมารยาทที่ดี และใช้คำพูดที่ชัดเจนเข้าใจง่ายในการระบุนความต้องการการบริการเมื่อผู้ให้บริการเข้าใจ และเสนอการบริการที่ถูกต้องแก่ผู้รับบริการ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกละเอียดและทัศนคติที่ดีต่อการบริการ

สมิต สัจฉกร (2546: 14 – 15) กล่าวว่า การบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในงานด้านต่างๆ เพราะบริการ คือการให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ไม่มีการดำเนินงานใดๆ ที่ปราศจากบริการ ทั้งในภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชน การขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใดๆ ก็ต้องมีการบริการรวมอยู่ด้วยเสมอ การพิจารณาความสำคัญของการบริการอาจพิจารณาได้ใน 2 ด้าน ได้แก่ 1) ถ้ามีบริการที่ดีจะเกิดผลอย่างไร และ 2) ถ้าบริการไม่ดีจะเสียผลอย่างไร

บริการที่ดีจะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติ อันได้แก่ ความคิดและความรู้สึกทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางบวก คือ ความชอบ ความพึงพอใจ ดังนี้

- 1) มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ
- 2) มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ
- 3) มีความระลึกถึงและยินดีมาขอรับบริการอีก
- 4) มีความประทับใจที่ดีไปอีกนาน
- 5) มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่น แนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น
- 6) มีความภักดีต่อหน่วยงานที่ให้บริการ และ
- 7) มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี

บริการที่ไม่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติทั้งต่อตัวผู้ให้บริการ และหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางลบ มีความไม่ชอบและความไม่พึงพอใจ ดังนี้

- 1) มีความรังเกียจตัวผู้ให้บริการ
- 2) มีความเสื่อมศรัทธาในหน่วยงานที่ให้บริการ
- 3) มีความผิดหวัง และไม่มาใช้บริการอีก
- 4) ไม่มีความประทับใจ
- 5) การบอกกล่าวไปยังผู้อื่นด้วยการไม่แนะนำให้มาใช้บริการอีก และ
- 6) มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการในทางที่ไม่ดี

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปว่า การบริการที่ดีจะช่วยให้กิจการประสบความสำเร็จ การบริการที่ดีจะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติที่ดี ได้แก่ ความคิดและความรู้สึกที่ดี ทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางบวก การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ และทักษะที่จะทำให้ชนะใจผู้รับบริการ

### 2.3 ลักษณะของการบริการ

ลักษณะการบริการที่ดี คือการกระทำที่ด้วยความเต็มใจ ความรวดเร็ว ถูกต้อง เท่าเทียมกัน และทำให้เกิดความพึงพอใจซึ่งเป็นลักษณะพื้นฐานของการบริการ และยังมีอีกหลายสิ่งหลายอย่างที่อาจช่วยส่งเสริมให้เกิดการบริการที่ดีได้ยิ่งขึ้นอีก ซึ่งมีผู้กล่าวถึงลักษณะของการบริการ ไว้ดังนี้

รวีวรรณ โปรขุ้งโรจน์ (2551: 12-14) อธิบายว่าการบริการจะมีลักษณะ ดังนี้

1. การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) การบริการไม่มีรูปร่างและไม่มีตัวตนเหมือนกับสินค้าอื่นๆ เราจึงไม่สามารถจับต้องได้ และไม่สามารถทดลองใช้ได้ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการตัดสินใจใช้บริการจึงขึ้นอยู่กับความรู้สึกนึกคิด เจตคติ คำบอกเล่า และประสบการณ์เดิมที่เคยได้รับเป็นสำคัญ

2. การบริการไม่มีความคงที่แน่นอน (Heterogeneity) เนื่องจากคุณภาพและลักษณะของการบริการขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการซึ่งเป็น “มนุษย์” ที่ตามปกติแล้วมักมีพฤติกรรมที่ไม่คงที่ อันเป็นผลมาจากบุคลิกภาพ อารมณ์ สภาพแวดล้อม และปัจจัยอื่นๆ อีกมากมาย ในหน่วยงานหนึ่งซึ่งมีผู้ปฏิบัติงานให้บริการหลายคน ผู้ปฏิบัติงานให้บริการแต่ละคนก็ให้บริการไม่เหมือนกัน

3. การบริการไม่สามารถเรียกเก็บรักษาไว้ได้ (Perish ability) ในการบริการใดๆ ก็ตามหากไม่มีผู้มาใช้บริการภายในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือสถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่กำหนด ก็จะทำให้การบริการที่จัดเตรียมไว้เกิดความสูญเปล่า

4. การบริการไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non – Ownership) การบริการเป็นกิจกรรม หรือกระบวนการที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ปฏิบัติงานให้บริการ และผู้รับบริการในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ และสถานที่หนึ่งๆ เท่านั้น เมื่อพ้นระยะเวลานั้นๆ ไปแล้ว หรือสถานที่นั้นๆ ไม่เอื้ออำนวยต่อการบริการแล้ว ผู้รับบริการก็ไม่สามารถนำการบริการดังกล่าวติดตัวไปด้วยได้

5. การบริการต้องอาศัย “คน” เป็นหลัก เนื่องจากผู้รับบริการเป็น “คน” ที่เกิดมาพร้อมกับความต้องการที่ไม่มีขีดจำกัด และเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ตลอดจนมีอารมณ์ และความรู้สึกต่างๆ เป็นเครื่องปรุงแต่ง ดังนั้นสิ่งที่จะสามารถเข้าใจและตอบสนองความต้องการของ “คน” ได้ดีที่สุดก็คือ “คน” นั่นเอง

6. คุณภาพของการบริการมักต้องอาศัยองค์ประกอบทางกายภาพ ตัวอย่างเช่น เมื่อเราไปพักที่โรงแรมใดโรงแรมหนึ่ง การที่เราจะบอกว่าการบริการของโรงแรมนั้นดีหรือไม่ นอกจากจะต้องพิจารณาถึงการบริการของพนักงานโรงแรมแล้ว เรายังจะพิจารณาที่องค์ประกอบทางกายภาพประกอบด้วย เช่น ที่นอนนุ่มและอยู่ในสภาพดีหรือไม่ เครื่องปรับอากาศทำงานดีหรือไม่ โทรทัศน์มีภาพที่ชัดเจนหรือไม่ และมีการบริการเคเบิลทีวีหรือไม่ เป็นต้น หากการบริการอื่นๆ ของโรงแรมดี เช่น พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ และให้บริการได้อย่างรวดเร็ว แต่ที่นอนภายในห้องพักนอนไม่สบาย และเครื่องปรับอากาศส่งเสียงดังทั้งคืนและไม่เย็น องค์ประกอบทางกายภาพเหล่านี้ก็จะลดระดับคุณภาพของการบริการในสายตาเรา แต่ถ้าในทางตรงกันข้าม หากองค์ประกอบทางกายภาพดีและการบริการอื่นๆ ดีด้วย องค์ประกอบทางกายภาพก็จะช่วยเสริมระดับคุณภาพของการบริการให้สูงมากขึ้นในความรู้สึกของผู้รับบริการ

7. การบริการมักต้องให้ผู้รับบริการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต หรือกระบวนการบริการ การให้บริการและการรับบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันทำให้ไม่สามารถแบ่งแยกกระบวนการผลิตออกจากกระบวนการบริการได้

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 : 27-29) ได้กล่าวถึง การบริการมีลักษณะเฉพาะ 4 ประการด้วยกัน ดังนี้

1. ความไม่มีตัวตน (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น จับต้อง และสัมผัสไม่ได้ (Abstract) โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า ไม่ว่าจะเป็นตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง บริการไม่สามารถแบ่งแยกเป็นชิ้นเหมือนสินค้าได้ เช่น หากจะชื้อน้ำหอม ผู้ชื้อย่อมจับขวดน้ำหอมมาทดลองฉีดได้ดมกลิ่นได้ หรือชื้อเป็นขวดได้

ผู้ให้บริการที่ดีจะต้องเข้าใจเรื่องความไม่มีตัวตนของการบริการ และนำมาปรับปรุงกลยุทธ์การบริการ เช่น จะต้องตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม สะอาด และนำมาให้บริการเพื่อให้ประชาชนซึ่งเป็นผู้รับบริการได้รับรู้ว่าการบริการที่น่าจะดีเหมือนการตกแต่งสถานที่

## 2. ความแยกจากกันไม่ได้ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ (Inseparability)

ในช่วงเวลาการให้บริการนั้น เช่น บริการนวดแผนโบราณ ผู้นวดและลูกค้าจะต้องอยู่พร้อมกัน ณ สถานที่ที่ให้บริการในการตรวจรักษาแพทย์และคนไข้จะต้องอยู่ที่เดียวกัน ส่วนกรณีการปรึกษาปัญหาทางจิตและปัญหากฎหมายทางโทรศัพท์ แม้ผู้ให้บริการและผู้รับบริการ จะอยู่กันคนละสถานที่ แต่ทั้งสองฝ่ายก็ไม่สามารถแยกจากกันได้ ในช่วงเวลาที่ให้บริการนั้น ในลักษณะข้อนี้ผู้ให้บริการที่ดีจะต้องทำให้ประชาชนซึ่งเป็นผู้รับบริการมาพบกันให้ได้ไม่ว่าจะเป็นการตั้งจุดให้บริการที่สะดวกที่ผู้รับบริการจะมาใช้บริการ เช่น การตั้งธนาคารขนาดเล็กในซูเปอร์มาร์เก็ต การตั้งเครื่องเอทีเอ็มในบริเวณศูนย์การค้า โรงภาพยนตร์ การให้บริการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นต้น

## 3. การเก็บรักษาไม่ได้ (Perish ability)

การบริการต้องอาศัยคนในการให้บริการเป็นสำคัญ ดังนั้นหากไม่มีประชาชนมาใช้บริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เจ้าหน้าที่ หรือพนักงานที่ให้บริการก็จะว่างงาน (Idle) เกิดการสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านแรงงานโดยเปล่าประโยชน์ไม่ก่อให้เกิดรายได้ใดๆ

## 4. ความต้องการที่ไม่แน่นอน (Fluctuating Demand)

ความต้องการใช้บริการของประชาชน ขึ้นลงอยู่เสมอ การให้บริการนั้นจำนวนประชาชนที่มาใช้บริการจะมากหรือน้อยต่างกัน ขึ้นกับช่วงเวลา ในแต่ละวัน วันในต้นสัปดาห์หรือท้ายสัปดาห์ รวมทั้งฤดูกาล เช่น ที่สาขาของธนาคารช่วงพักกลางวันจะมีลูกค้ามาใช้บริการมากกว่าช่วงบ่าย ช่วงวันจันทร์และวันศุกร์จะมีลูกค้าฝากถอนเงินมากกว่าช่วงวันอื่นๆ ในสัปดาห์ ช่วงปลายเดือนที่เงินเดือนพนักงานบริษัทออกเครื่องเอทีเอ็มจะต้องมีปริมาณเงินสดมากกว่าช่วงอื่นๆ ของเดือน จะเห็นได้ว่าการบริการนั้นจะแตกต่างจากสินค้าหลายประเภท เช่น ปริมาณการบริโภคน้ำตาล ย่อมไม่แตกต่างกันมากนักในแต่ละวัน

สมิต สัจฉกร (2546) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของการบริการที่เป็นเลิศ โดยยึดผู้รับบริการเป็นศูนย์กลางที่องค์กรธุรกิจบริการควรยึดถือไว้เป็นหลักในการปฏิบัติ 5 ข้อ ได้แก่ 1) ให้บริการสอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ 2) ให้บริการซึ่งทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ 3) ให้บริการโดยถูกต้องสมบูรณ์ ครบถ้วน 4) ให้บริการตามความเหมาะสมแก่สถานการณ์ และ 5) ให้บริการโดยไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่น

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปว่า ลักษณะการบริการที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปจะประกอบด้วย ความไม่มีตัวตน ความแยกจากกันไม่ได้ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ การเก็บ

รักษาไม่ได้ และความต้องการที่ไม่แน่นอน โดยจะต้องทำด้วยความเต็มใจ ความรวดเร็ว ถูกต้อง เท่าเทียมกัน และทำให้เกิดความพึงพอใจ นอกจากนี้สิ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดบริการที่ดีได้ยิ่งๆ ขึ้น เช่น การแสดงอภัยที่คิของผู้ให้บริการ ความสุภาพน่ารักและความเอาใจใส่ติดตามเรื่องการช่วย แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ความซื่อสัตย์สุจริต การให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ เป็นต้น

#### 2.4 เจตคติในการบริการ

เจตคติในการบริการเป็นเรื่องสำคัญ เพราะจะนำมาซึ่งการจัดการระบบการบริการ ได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ เนื่องจากเจตคติ เป็นตัวการสำคัญที่ชักจูงผู้บริโภคเข้าสู่ระบบ การบริการ ความสำคัญของเจตคติในการบริการสามารถแยกออกได้เป็น 2 ประเด็นหลัก ดังนี้ (Kolter, 2012: 588)

##### 1. ความสำคัญของเจตคติต่อผู้ให้บริการ

- 1.1 เป็นตัวบ่งบอกความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ
- 1.2 ใช้ในการแบ่งส่วนตลาดและการเลือกส่วนตลาดที่เป็นตลาดเป้าหมาย
- 1.3 เป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ

##### 2. ความสำคัญของเจตคติต่อผู้รับบริการ

- 2.1 เป็นตัวผลักดันความต้องการให้มีการแสดงออก
- 2.2 ช่วยกำหนดการตัดสินใจซื้อบริการของบุคคล

อรรัตน์ สีหะอำไพ (2546: 18) อธิบายว่าองค์ประกอบของเจตคติในการบริการจะ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ดังนี้

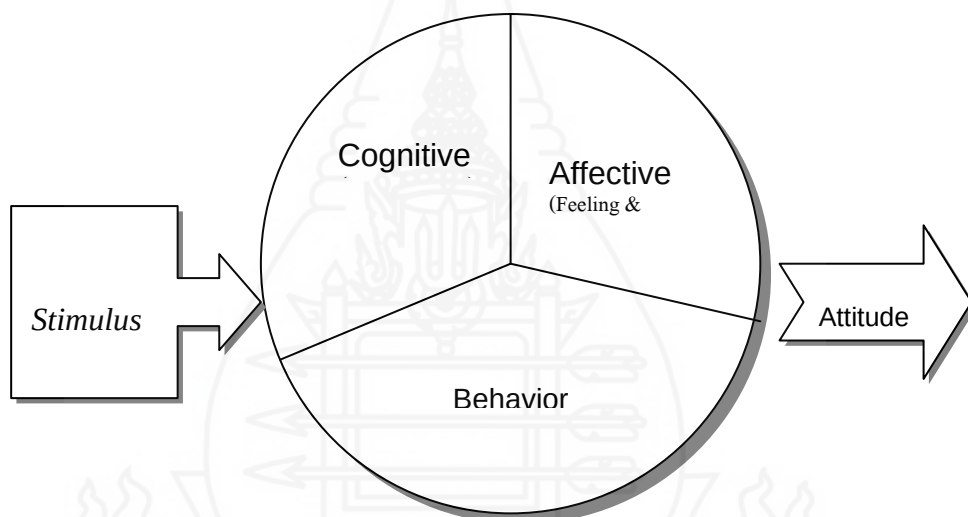
1. องค์ประกอบทางความคิด (Cognitive Component) เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ข่าวสาร ข้อมูล ความเชื่อและความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่บุคคลได้มาจากประสบการณ์ การเรียนรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อม

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการแสดงความรู้สึก และอารมณ์ของบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการเรียนรู้ และความเข้าใจต่อสิ่งต่างๆ อันเป็นผลเนื่องมาจากการที่บุคคลประเมินค่าสิ่งต่างๆ และเกิดความรู้สึกในทางบวกหรือทางลบออกมา

3. องค์ประกอบด้านความโน้มเอียงของพฤติกรรม (Behavior Component) เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความโน้มเอียง ที่บุคคลจะประพฤติปฏิบัติตนตอบสนองสิ่งต่างๆ ไปในทางใดทางหนึ่ง คือ เมื่อบุคคลมีความรู้เชิงประเมินค่า และมีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ต่อสิ่งต่างๆ แล้ว ผลที่ตามมาคือความพร้อม ที่จะกระทำหรือปฏิบัติตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ สอดคล้องกับความเชื่อความรู้สึกที่มีต่อสิ่งนั้น



รายละเอียดองค์ประกอบของเจตคติในการบริการ ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของเจตคติในการบริการ (อรรถน์ สีหะอำไพ 2546:18)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า เจตคติในการบริการเป็นเรื่องสำคัญ เป็นสิ่งที่จะนำมาซึ่งการจัดการระบบการบริการ ได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ความสำคัญของเจตคติในการบริการสามารถแยกออกได้เป็น 2 ประเด็นหลัก คือ 1) ความสำคัญของเจตคติต่อผู้ให้บริการ และ 2) ความสำคัญของเจตคติต่อผู้รับบริการ

## 2.5 วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการบริการ

วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการบริการ เปรียบเสมือนกระจกเงาที่ผู้ให้บริการต้องมีความตระหนัก โดยการนำมาประมวล ประยุกต์ใช้ เพื่อทำให้การบริการมีประสิทธิภาพ และ

ช่วยส่งเสริมให้เกิดบริการที่ดีได้ยิ่งๆ ขึ้นอีก ซึ่งมีผู้กล่าวถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการบริการ ดังนี้

วรเดช จันทรศร (2550: 49) ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการว่าเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ถูกคาดหวังไว้ ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ถูกคาดหวัง จะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก และจากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าน่าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ เมื่อเขามีความต้องการในรูปแบบที่ต้องการ ดังนั้น จึงต้องคำนึงถึงคุณภาพของการให้บริการซึ่งการบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วย คุณสมบัติสำคัญต่างๆ เหล่านี้ คือ 1) ความเชื่อถือได้ อันประกอบด้วย ความสม่ำเสมอ ความพึงพาได้ 2) การตอบสนอง ประกอบด้วย ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง ปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี 3) ความสามารถ ประกอบด้วย ความสามารถในการให้บริการ ความสามารถในการสื่อสาร ความสามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ 4) การเข้าถึงบริการ ประกอบด้วย ผู้ให้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายซับซ้อนเกินไป ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ให้บริการ อยู่ในสถานที่ที่ผู้ให้บริการติดต่อได้สะดวก 5) ความสุภาพอ่อนโยน ประกอบด้วย การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการ ให้การต้อนรับที่เหมาะสมผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี 6) การสื่อสาร ประกอบด้วย มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการมีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ 7) ความซื่อสัตย์ คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรง น่าเชื่อถือ 8) ความมั่นคง ประกอบด้วยความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ 9) ความเข้าใจ ประกอบด้วย การเรียนรู้ผู้ให้บริการ การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ให้บริการ การให้ความสนใจต่อผู้ให้บริการ และ 10) การสร้างสิ่งที่จะต้องได้ ประกอบด้วย การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับให้บริการ การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ การจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาด โดยคุณภาพการให้บริการเป็นแนวคิดในการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่

มิลเลต (John D. Millet, อ้างถึงใน คงพัชร ใจรัมย์ 2549: 23-31) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญของการบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจในการบริการให้แก่ผู้รับบริการโดยมีหลักการดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึงความยุติธรรมในการให้บริการที่มีฐานคิดที่ว่า คนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นการได้รับการบริการต้องไม่มีการเลือกปฏิบัติ

2. การให้บริการที่ตรงต่อเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าต้องตรงเวลาและมีผลงาน ทำให้ประสิทธิภาพเกิดขึ้น

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการที่มีจำนวนและสถานที่ที่เหมาะสม

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำและต่อเนื่อง

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

ฮอฟแมนและเบตสัน (Hoffman and Bateson, 2006: 378) ได้สรุปเกี่ยวกับการบริการว่า การบริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการของผู้มารับบริการ โดยต้องสร้างระบบการบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งต้องคำนึงถึงองค์ประกอบหลักคือ ต้องรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้รับบริการอย่างต่อเนื่อง ให้บริการที่น่าเชื่อถือไว้วางใจ บริการที่เป็นไปตามที่ให้สัญญาหรือตามที่เสนอไว้ รูปแบบการให้บริการที่หลากหลายจะต้องไม่ลดคุณภาพบริการหลักที่มีอยู่เดิม การให้บริการต้องมีการปรับปรุงได้ดีขึ้น เสนอบริการที่เกินความคาดหวังแก่ผู้รับบริการ ทีมงานต้องพร้อมเสมอให้มีการวิจัยเกี่ยวกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่ และรูปแบบการบริการต้องมีรูปแบบที่พิเศษอยู่ในระดับเป็นผู้นำในบริการนั้นๆ ดังนั้น การให้บริการจึงควรคำนึงถึงหลักการสำคัญ ดังนี้ คือ 1) หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์หรือบริการที่องค์การจัดให้นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้อำนวยประโยชน์และบริการแล้วยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้นๆ ด้วย 2) หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือการให้บริการนั้นจะต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ไม่ใช่ทำๆ หยุดๆ ตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงาน 3) หลักความเสมอภาค กล่าวคือ บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลใดหรือกลุ่มใดในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มคนอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัดเจน 4) หลักความประหยัด กล่าวคือ ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการให้บริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ และ 5) หลักความสะดวก กล่าวคือ บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวกสบาย สั้นเปลื้องทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาวะยุ่งยากใจให้แก่การให้บริการ หรือผู้มาใช้บริการไม่มากจนเกินไป

ซีทอล และ แบร์รี่ (Zeithal and Barry, อ้างถึงใน นงนุช อุณอนันต์ 2546: 32) กล่าวว่า การให้บริการที่ประสบความสำเร็จ ต้องประกอบด้วยสิ่งเหล่านี้ คือ

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability)
2. การตอบสนอง (Responsive)
3. ความสามารถ (Competence)
4. การเข้าถึงบริการ (Access)
5. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy)
6. การสื่อสาร (Communication)
7. ความซื่อสัตย์ (Credibility)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า การให้บริการเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการบริการนั้น ผู้ให้บริการจะต้องยึดถือลูกค้าเป็นหลัก พนักงานผู้ให้บริการจะต้องทำให้ดีที่สุด เพื่อให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาเพื่อใช้ซ้ำ การบริการเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอยู่ □ ว่างโดย □ ว่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร □ กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้ □ รับความสุข และความสะดวกสบาย หรือเกิดความพึงพอใจจากการกระทำนั้น มีลักษณะเฉพาะตัวไม่ □ สามารถจับต □ ้อง ครอบครอง เป็ □ นเจ □ ้าของได้ การมีเจตคติที่ดีในการบริการเป็นเรื่องสำคัญ เพราะจะนำมาซึ่งการจัดระบบการบริการได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

### 3. สหกรณ์ออมทรัพย์ค่ายสิรินธร จำกัด

สหกรณ์ออมทรัพย์ค่ายสิรินธร จำกัด มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ค่ายสิรินธร ตำบลเขาตูม อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี จัดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์เมื่อวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ.2530 เลขหมายทะเบียนสหกรณ์ ที่ สทส (อ) 105/2530 ก่อตั้งโดยความร่วมมือกันของข้าราชการทหารสังกัด ร.5 พัน.3 ค่ายสิรินธร โดยการเข้าร่วมเป็นผู้ถือหุ้นของสหกรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกันในกลุ่มสมาชิก โดยส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมทรัพย์ ซึ่งสมาชิกแต่ละคน จะออมเงินรายได้ฝากไว้กับสหกรณ์เป็นประจำทุกเดือน ตามอัตราที่ได้กำหนดไว้ในแต่ละช่วงของเงินได้รายเดือน (สหกรณ์ออมทรัพย์ค่ายสิรินธร จำกัด, 2554)

#### 3.1 วัตถุประสงค์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ค่ายสิรินธร จำกัด

สหกรณ์ออมทรัพย์ค่ายสิรินธร จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมของบรรดาสมาชิก โดยวิธีช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามหลักสหกรณ์รวมทั้งในข้อต่อไปนี้

1) ส่งเสริมให้สมาชิกออมทรัพย์ โดยช่วยให้สามารถสว่นส่วนแห่งรายได้ของตนไว้ในทางอันมั่นคงและได้รับประโยชน์ตามสมควร

2) ส่งเสริมการช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกันในหมู่สมาชิก

3) รับฝากเงินจากสมาชิกหรือสหกรณ์อื่น

4) จัดหาทุนเพื่อกิจการตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์

5) ให้เงินกู้แก่สมาชิก

6) ให้สหกรณ์อื่นกู้ยืมเงิน

7) ซื้อหุ้นของธนาคารซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่สหกรณ์

8) ซื้อหุ้นของชุมนุมสหกรณ์หรือสหกรณ์อื่น

9) ซื้อหุ้นของสถาบันที่ประกอบธุรกิจอันทำให้เกิดความสะดวกหรือส่งเสริมความเจริญแก่กิจการของสหกรณ์ โดยได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนสหกรณ์

10) ซื้อหลักทรัพย์รัฐบาลหรือรัฐวิสาหกิจ

11) ออกตั๋วสัญญาใช้เงินและตราสารการเงิน

12) ฝากหรือลงทุนอย่างอื่นตามกฎหมายและตามที่คณะกรรมการพัฒนาสหกรณ์แห่งชาติกำหนด

13) ดำเนินการให้กู้ยืมเพื่อการเคหะ

14) ให้สวัสดิการและการสงเคราะห์ตามสมควรแก่สมาชิกและครอบครัว

15) ร่วมกับทางราชการ สันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย ชุมชุมสหกรณ์ และสหกรณ์อื่นๆ เพื่อส่งเสริมและปรับปรุงกิจการของสหกรณ์

16) จัดทำการต่างๆ ตามที่อนุญาตไว้ในกฎหมาย ว่าด้วยสหกรณ์ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ที่กล่าวข้างต้น รวมถึงซื้อถือกรรมสิทธิ์ หรือทรัพย์สินหรือครอบครอง กู้ยืม เช่า หรือ ให้เช่า หรือเช่าซื้อ หรือให้เช่าซื้อ โอนหรือรับโอน สิทธิการเช่า หรือสิทธิการเช่าซื้อ ขายหรือจำหน่าย จำนองหรือรับจำนอง จำนำหรือรับจำนำ ด้วยวิธีอื่นใดซึ่งทรัพย์สินแก่สมาชิกหรือของสมาชิก

17) ให้ความช่วยเหลือทางวิชาการแก่สมาชิก

18) ขอหรือรับความช่วยเหลือทางวิชาการจากทางราชการ หน่วยงานของต่างประเทศ หรือบุคคลอื่น



19) ดำเนินกิจการอย่างอื่น บรรดาที่เกี่ยวกับหรือเนื่องในการจัดให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์

### 3.2 การดำเนินงานด้านธุรกรรมของสหกรณ์ออมทรัพย์ค่ายสิรินธร จำกัด

สหกรณ์ออมทรัพย์ค่ายสิรินธร จำกัด ดำเนินงานด้านธุรกรรมที่สำคัญๆ ดังนี้

#### 3.2.1 ด้านสินเชื่อ

##### 3.2.1.1 การให้เงินกู้สามัญ

การให้เงินกู้ยืม สหกรณ์จะให้เงินกู้เฉพาะสมาชิกเท่านั้น และจะให้เฉพาะเหตุจำเป็น หรือมีประโยชน์ตามที่คณะกรรมการดำเนินการเห็นสมควร โดยสมาชิกผู้ประสงค์ขอกู้เงินต้องเสนอคำขอกู้ต่อสหกรณ์ตามแบบที่กำหนดไว้ และต้องผ่านการพิจารณาความเห็นชอบจากผู้บังคับบัญชาระดับผู้บังคับกองร้อย หรือรักษาการแทน หรือทำการแทน โดยมีเกณฑ์การพิจารณาเงินกู้ดังนี้

1) สมาชิกผู้ประสงค์ขอกู้เงินต้องเข้าสังกัดกลุ่มสมาชิกที่จัดตั้งขึ้นกลุ่มละ 4-6 คน โดยความสมัครใจของตนเอง และเขียนคำร้องขอจัดตั้งกลุ่มตามแบบที่สหกรณ์กำหนด โดยสมาชิกรายหนึ่งๆจะสามารถเข้าสังกัดกลุ่มสมาชิกได้เพียงกลุ่มเดียว ซึ่งการกู้เงินจะต้องมีการค้ำประกันกันภายในกลุ่มของตนเองเท่านั้น และหากภายในกลุ่มมีสมาชิกรายใดย้าย ตาย ลาออก หรือหายไปด้วยเหตุใดๆ ก็ตาม ซึ่งทำให้สหกรณ์ไม่สามารถเรียกเก็บหนี้จากสมาชิกรายดังกล่าวได้ สมาชิกที่เหลืออยู่ภายในกลุ่มจะต้องเฉลี่ยความรับผิดชอบในหนี้สินที่เกิดจากสมาชิกรายที่ขาดหายไปนั้น และจะต้องหาสมาชิกใหม่มาทดแทนสมาชิกที่ขาดหายไป

ยกเว้นกรณีดังต่อไปนี้ สมาชิกไม่จำเป็นต้องเข้าสังกัดกลุ่มหรือมีบุคคลค้ำประกัน

(1) สมาชิกผู้ประสงค์ขอกู้เงินมีความประสงค์ใช้ทุนเรือนหุ้นที่ชำระแล้วเป็นหลักประกันการกู้ให้ทำได้โดยจำนวนเงินที่ขอกู้จะต้องไม่เกินจำนวนทุนเรือนหุ้นที่ชำระแล้วในขณะนั้น

(2) สมาชิกผู้ประสงค์ขอกู้เงินมีความประสงค์ใช้บัญชีเงินรับฝากเป็นหลักประกันการกู้ให้ทำได้โดยจำนวนเงินที่ขอกู้จะต้องไม่เกินจำนวนเงินรับฝากที่คงค้างอยู่ในบัญชี และต้องทำบันทึกข้อตกลงตามแบบที่สหกรณ์กำหนด โดยไม่สามารถถอนเงินฝากบัญชีดังกล่าวได้ตลอดระยะเวลาที่ยังเป็นหนี้ตามสัญญา

2) สมาชิกผู้ประสงค์ขอกู้เงินรายหนึ่งๆสามารถขอกู้เงินได้ 100 เท่าของเงินเดือนตนเองขณะนั้น แต่ต้องไม่เกิน 1,000,000 บาท

3) ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยไม่เกิน 15 ปี หรือ 180 งวด หากผู้กู้รายใดมีอายุราชการเหลือน้อยกว่าระยะเวลาที่ต้องผ่อนชำระ ก็ให้ร่นระยะเวลาการผ่อนชำระลงให้เท่ากับอายุราชการคงเหลือ ทั้งนี้ระยะเวลาการผ่อนชำระภายในกลุ่มของผู้กู้รายอื่นๆ ก็ให้ยึดระยะเวลาการผ่อนชำระตามผู้กู้ที่มีอายุราชการเหลือน้อยที่สุดในกลุ่มเป็นเกณฑ์

4) สมาชิกผู้ประสงค์ขอกู้เงินต้องมีทุนเรือนหุ้นที่ชำระแล้วไม่น้อยกว่า 6 งวด ติดต่อกัน คือ ต้องเข้าเป็นสมาชิกมาไม่น้อยกว่า 6 เดือน

5) สมาชิกผู้ประสงค์ขอกู้เงินต้องมีทุนเรือนหุ้นที่ชำระแล้วไม่น้อยกว่า ร้อยละ 15 ของจำนวนเงินที่ขอกู้ หากมีทุนเรือนหุ้นที่ชำระแล้วไม่ครบตามจำนวนที่กำหนดก็ให้หักจากยอดเงิน ที่ผู้กู้จะได้รับจากการกู้เข้าไปในทุนเรือนหุ้นจนครบตามจำนวนได้

6) สมาชิกผู้ประสงค์ขอกู้เงินและสมาชิกผู้ค้ำประกันเงินกู้ต้องมีเงินได้ รายเดือนคงเหลือ (หลังจากหักหนี้สินทั้งหมดแล้ว) ไม่น้อยกว่า 2,000 บาท

7) หากสมาชิกผู้ประสงค์ขอกู้เงินมีหนี้เงินกู้สัญญาเดิมเหลืออยู่ และมีความประสงค์จะขอกู้เงินสัญญาใหม่ สมาชิกรายนั้นต้องผ่านการชำระหนี้เงินกู้มาแล้วไม่น้อยกว่า 15 งวด ทั้งนี้จำนวนเงินที่จะขอกู้สัญญาเดิมกับสัญญาใหม่รวมกันแล้วต้องไม่เกินวงเงินกู้ที่กำหนด

8) หากสมาชิกผู้ประสงค์ขอกู้เงิน มีความประสงค์จะนำเงินกู้ที่ได้รับจากการกู้ฝากเข้าในบัญชีเงินรับฝากของตนเองที่มีอยู่กับสหกรณ์ ให้ทำได้โดยหากสมาชิกรายนั้นผ่านเกณฑ์การพิจารณาอื่นๆเรียบร้อยแล้วสหกรณ์สามารถปล่อยเงินกู้ให้กับสมาชิกรายนั้นได้เลยโดยไม่ต้องเข้าลำดับรอรับเงินกู้ แต่สมาชิกจะไม่สามารถถอนเงินฝากในบัญชีจากยอดเงินกู้ที่ได้รับดังกล่าวได้เป็นระยะเวลา 6 เดือน

9) สหกรณ์คิดอัตราดอกเบี้ยไม่เกินร้อยละ 7 ต่อปี ตามประกาศของสหกรณ์เป็นคราวๆไป

### 3.2.1.2 เงินให้กู้ฉุกเฉิน

การให้เงินกู้ยืม สหกรณ์จะให้เงินกู้เฉพาะสมาชิกเท่านั้น และจะให้ได้เฉพาะเหตุจำเป็น หรือมีประโยชน์ตามคณะกรรมการดำเนินการเห็นสมควร โดยสมาชิกผู้ประสงค์ขอกู้เงินต้องเสนอคำขอกู้ต่อสหกรณ์ตามแบบที่กำหนดไว้ และต้องผ่านการพิจารณาความเห็นชอบจากผู้บังคับบัญชาระดับผู้บังคับกองร้อย หรือรักษาการแทน หรือทำการแทน โดยมีเกณฑ์การพิจารณาเงินกู้ดังนี้

1) วงเงินกู้ที่ให้แก่สมาชิกรายหนึ่งๆ ให้ได้ไม่เกิน 50,000 บาท

2) ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยไม่เกิน 20 งวด

3) สมาชิกผู้ประสงค์ขอกู้เงินต้องมีทุนเรือนหุ้นที่ชำระแล้วไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของจำนวนเงินที่ขอกู้

4) สมาชิกผู้ประสงค์ขอกู้เงินต้องมีเงินได้รายเดือนคงเหลือ (หลังจากหักหนี้สินทั้งหมดแล้ว) ไม่น้อยกว่า 2,000 บาท

5) หากสมาชิกผู้ประสงค์ขอกู้เงินมีหนี้เงินกู้สัญญาเดิมเหลืออยู่ และมีความประสงค์จะขอกู้เงินสัญญาใหม่ สมาชิกรายนั้นต้องผ่านการชำระหนี้เงินกู้มาแล้วไม่น้อยกว่า 4 งวด ทั้งนี้จำนวนเงินที่จะขอกู้สัญญาเดิมกับสัญญาใหม่รวมกันแล้วต้องไม่เกินวงเงินกู้ที่กำหนด

6) สหกรณ์คิดอัตราดอกเบี้ยไม่เกินร้อยละ 7 ต่อปี ตามประกาศของสหกรณ์เป็นคราวๆไป

### 3.2.2 ด้านการรับฝากเงิน

#### 1) ทุนเรือนหุ้น

ให้คณะกรรมการดำเนินการ หักทุนเรือนหุ้นจากเงินได้รายเดือน ดังนี้

- |         |                                                                    |
|---------|--------------------------------------------------------------------|
| 40 หุ้น | (1) สมาชิกที่มีเงินได้รายเดือน 4,500 – 6,000 บาท หัก 400 บาทหรือ   |
| 50 หุ้น | (2) สมาชิกที่มีเงินได้รายเดือน 6,001 – 9,000 บาท หัก 500 บาทหรือ   |
| 60 หุ้น | (3) สมาชิกที่มีเงินได้รายเดือน 9,001 – 12,000 บาท หัก 600 บาทหรือ  |
| 70 หุ้น | (4) สมาชิกที่มีเงินได้รายเดือน 12,001 – 15,000 บาท หัก 700 บาทหรือ |
| 80 หุ้น | (5) สมาชิกที่มีเงินได้รายเดือน 15,001 – 18,000 บาท หัก 800 บาทหรือ |
| 90 หุ้น | (6) สมาชิกที่มีเงินได้รายเดือน 18,001 ขึ้นไปหัก 900 บาทหรือ        |

สมาชิกที่มีความประสงค์จะเพิ่มทุนเรือนหุ้นรายเดือนก็สามารถเพิ่มทุนเรือนหุ้นรายเดือนได้โดยไม่จำกัดว่าจะเพิ่มทุนเรือนหุ้นขึ้นจำนวนกี่หุ้น

สมาชิกสหกรณ์ที่มีทุนเรือนหุ้นในสหกรณ์ จำนวน 400,000 บาท หรือ 40,000 หุ้น ขอยกเลิกการหักทุนเรือนหุ้นรายเดือนก็ได้ แต่สมาชิกจะต้องไม่มีหนี้สินค้างต่อ

สหกรณ์ โดยให้ทำหนังสือแจ้งความประสงค์ต่อคณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์ หากสมาชิกยังคงมีหนี้สินค้างต่อสหกรณ์ สมาชิกต้องลงทุนเรือนหุ้นต่อไป

## 2) เงินรับฝากออมทรัพย์พิเศษ

เงินฝากออมทรัพย์พิเศษ ผู้ฝากรายหนึ่งๆ อาจเปิดบัญชีเงินฝากในสหกรณ์นี้ได้โดยจำนวนเงินฝากในการเปิดบัญชีครั้งแรกและเงินคงเหลือในบัญชีเงินฝาก ตลอดระยะเวลาการฝากนั้นต้องไม่น้อยกว่า 50,000 บาท ส่วนการส่งเงินฝากครั้งต่อไปจำนวนเท่าใดก็ได้ แต่ต้องไม่น้อยกว่า 5,000 บาท

ดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ สหกรณ์จะคำนวณและจ่ายดอกเบี้ยให้เมื่อถึงกำหนดวันสิ้นปีทางบัญชีของสหกรณ์ สำหรับเงินฝากที่ถอนก่อนกำหนดโดยได้รับอนุญาตจากสหกรณ์ สหกรณ์จะคำนวณและจ่ายดอกเบี้ยให้ตามจำนวนวัน

การถอนเงินจากบัญชีเงินรับฝากออมทรัพย์พิเศษนั้น ผู้ฝากสามารถแจ้งถอนต่อเจ้าหน้าที่สหกรณ์ได้เดือนละ 1 ครั้ง แต่เมื่อผู้ฝากยื่นคำขอเป็นหนังสือโดยชี้แจงความจำเป็นต้องถอนเงิน สหกรณ์จะยอมให้ถอนเงินฝากมากกว่า 1 ครั้งก็ได้ กรณีถอนเงินรับฝากออมทรัพย์พิเศษ ในระยะเวลาการฝากไม่ถึง 6 เดือน นับตั้งแต่วันเปิดบัญชี สหกรณ์จะไม่คำนวณและจ่ายดอกเบี้ยให้

## 3) เงินรับฝากสะสมทรัพย์

เงินฝากสะสมทรัพย์ ผู้ฝากรายหนึ่งๆ อาจเปิดบัญชีเงินฝากในสหกรณ์นี้ได้โดยจำนวนเงินฝากในการเปิดบัญชีครั้งแรกต้องไม่น้อยกว่า 500 บาท ส่วนการส่งเงินฝากครั้งต่อไปจำนวนเท่าใดก็ได้แต่ต้องไม่น้อยกว่า 100 บาท

ดอกเบี้ยเงินรับฝากสะสมทรัพย์ ให้คำนวณเป็นรายวันตามยอดเงินคงเหลือและสหกรณ์จะนำดอกเบี้ยทบเป็นต้นเงินเข้าบัญชีเงินฝากในวันสิ้นปีทางบัญชีของสหกรณ์ให้ผู้ฝากรีบยื่นสมุดคู่ฝาก ณ สำนักงานสหกรณ์ เพื่อสหกรณ์บันทึกรายการดอกเบี้ยให้

ถ้าผู้ฝากไม่ถอนเงินฝากเมื่อครบกำหนดพร้อมดอกเบี้ย จนพ้นกำหนดไปอีกเจ็ดวันก็เป็นอันถือว่าผู้ฝากตกลงฝากต้นเงินฝากพร้อมดอกเบี้ยต่อไปอีกเท่าระยะเวลาเดิม

การถอนเงินจากบัญชีเงินรับฝากสะสมทรัพย์นั้นจะถอนเมื่อใดจำนวนเท่าใดก็ได้

### 3.2.3 ด้านสวัสดิการ

1) ทุนสาธารณประโยชน์ หมายถึง เงินซึ่งที่ประชุมใหญ่ได้มีมติให้จัดสรรจากกำไรสุทธิประจำปีของสหกรณ์ และหรือ เงินซึ่งมีผู้บริจาค และให้ใช้จ่ายในกรณีดังต่อไปนี้

(1) จ่ายเพื่อการศึกษา ได้แก่

- ก. เพื่อเป็นทุนการศึกษาให้แก่บุตรของสมาชิกสหกรณ์
- ข. เพื่อเป็นทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่เรียนดีและยากจน
- ค. เพื่อเป็นทุนก่อสร้างหรือซ่อมแซมต่อเติมอาคารเรียน

ห้องสมุด สนามกีฬา เป็นต้น

ง. เพื่อเป็นทุนจัดซื้ออุปกรณ์การศึกษา การเรียนการสอนให้แก่โรงเรียนหรือสถานศึกษาที่สมควรจะได้รับความช่วยเหลือ

(2) จ่ายเพื่อสาธารณประโยชน์ ได้แก่ เป็นทุนในการก่อสร้าง ซ่อมแซมต่อเติม สถานที่อันเป็นสาธารณประโยชน์ทั่วไป เช่น โรงพยาบาล สวนสาธารณะ ถนน เป็นต้น

(3) จ่ายเพื่อการกุศล ได้แก่

- ก. บำรุงการศาสนา ทั้งทางวัตถุและวิชาการ
- ข. เป็นการสงเคราะห์ผู้ประสบภัยพิบัติต่างๆ เช่น อัคคีภัย

อุทกภัย วาตภัย เป็นต้น

วงเงินการอนุมัติจ่ายทุนสาธารณประโยชน์ จำนวนเงินทุนสาธารณประโยชน์ที่จะอนุมัติจ่ายให้แก่หน่วยงานที่ยื่นขออนั้น ตามปกติต้องไม่เกิน 10,000.00 บาท (หนึ่งหมื่นบาทถ้วน) เว้นแต่ในกรณีที่มีเหตุผลความจำเป็นพิเศษ ก็ให้คณะกรรมการดำเนินการพิจารณาเป็นเฉพาะราย

2) ทุนฌาปนกิจสงเคราะห์แก่สมาชิกและครอบครัว หมายถึง เงินซึ่งที่ประชุมใหญ่ได้มีมติให้จัดสรรจากกำไรสุทธิประจำปีของสหกรณ์ และหรือ เงินซึ่งมีผู้บริจาค มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือในทางการเงิน เกี่ยวกับการทำศพของสมาชิกและครอบครัวโดยชอบด้วยกฎหมาย

สหกรณ์จะจ่ายเงินฌาปนกิจสงเคราะห์เพื่อการทำศพให้แก่บุคคลดังต่อไปนี้

1) ในกรณีสมาชิกถึงแก่กรรม ให้จ่ายแก่ผู้มีรายชื่อระบุให้รับโอนประโยชน์ ตามหนังสือทั้งผู้รับโอนประโยชน์ หรือคู่สมรส หรือบุตร หรือมารดา หรือบิดา เป็นผู้รับตามลำดับ

2) กรณีคู่สมรสถึงแก่กรรม ให้จ่ายแก่สมาชิกเป็นผู้รับ



สมาชิกผู้ใดถึงแก่กรรม ให้มีสิทธิได้รับเงินฌาปนกิจสงเคราะห์แก่สมาชิกและครอบครัวตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

1) เป็นสมาชิกตั้งแต่หนึ่งปีขึ้นไป ให้ได้รับเงินฌาปนกิจสงเคราะห์เพื่อการทำศพ 30,000 บาท

2) เป็นสมาชิกไม่ถึงหนึ่งปี ให้ได้รับเงินฌาปนกิจสงเคราะห์เพื่อการทำศพ 15,000 บาท การนับเวลาการเป็นสมาชิก ให้นับเฉพาะเวลาที่เป็นสมาชิกติดต่อกันครั้งสุดท้าย

คู่สมรสของสมาชิกผู้ใดถึงแก่กรรม ให้มีสิทธิได้รับเงินฌาปนกิจสงเคราะห์กึ่งหนึ่งของอัตราที่กำหนดในข้อ 1) และ 2)

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

##### 4.1 งานวิจัยในประเทศ

ภรรคพล อุดระทอง (2552) วิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์บริการ บริษัท ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีทั้งหมด 5 สาขา ได้แก่ สาขาสีลม สาขาพันธุ์ทิพย์พลาซ่า สาขาเซียร์รังสิต สาขามานูญครอง และสาขาศรีนครินทร์ ผลการวิจัย พบว่า ด้านของข้อมูลทั่วไป ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 5,000-14,999 บาท ด้านข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการใช้ศูนย์บริการ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสินค้าที่นำมาใช้บริการที่ระดับราคา 2,000 -11,999 บาท ลูกค้าส่วนใหญ่มาใช้บริการเป็นครั้งแรก ประเภทของสินค้าที่เข้ารับบริการ คือโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีอายุการใช้งานของสินค้านับจากวันที่ซื้อ ถึงวันที่ส่งซ่อม น้อยกว่า 1 ปี และเหตุผลของการเลือกเข้ารับบริการคือ เป็นศูนย์บริการมาตรฐานและอยู่ใกล้ และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับมาก ทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านพนักงาน ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะอาดและรวดเร็ว ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านราคา ค่าใช้จ่าย ด้านคุณภาพการบริการ และด้านการประสานงานการบริการ

วรลักษณ์ พลสม และ ปุณณนัส ยศกันโท (2551) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และจำนวนครั้งของการใช้บริการที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสายการบินนกแอร์ ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริการสายการบินนกแอร์ในด้านต่างๆ 4 ด้าน ได้แก่ การให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product) การให้บริการด้านราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย

(Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) พบว่า โดยภาพรวมผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าระดับความพึงพอใจสูงสุด หากพิจารณาความพึงพอใจเป็นรายประเด็น พบว่า ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกประเด็น ได้แก่ เครื่องบินมีมาตรฐานความปลอดภัยในการบิน การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ความสะอาดของห้องผู้โดยสารและห้องน้ำ มีการส่งเสริมการขายตามเทศกาลต่างๆ และสนามบินที่ให้บริการมีความเหมาะสม

วิระยุทธ พันธุ์สวัสดิ์ (2550) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาวังน้อย ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาวังน้อย มีความพึงพอใจต่อการให้บริการธนาคารในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ในแต่ละด้านดังนี้ ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง ด้านการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านราคา (ค่าธรรมเนียม / อัตราดอกเบี้ย) และ ด้านการประชาสัมพันธ์ / การส่งเสริมการขาย

2. ผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาวังน้อยที่มีอายุและประสบการณ์การให้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการธนาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กฤตินี จิรศิลป์ศาสตร์ (2549) วิจัยเรื่อง การศึกษาการให้บริการออมเงินและการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยศิลปากร จำกัด ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกส่วนใหญ่จะใช้บริการสินเชื่อจากสหกรณ์มากกว่าบริการเงินฝาก ซึ่งเหตุผลที่สมาชิกไม่ใช้บริการเงินฝากก็เนื่องมาจากสมาชิกมีการออมเงินในรูปของเงินค่าหุ้นแล้ว และใช้บริการเงินฝากกับสถาบันการเงินอื่น โดยภาพรวมแล้วสมาชิกส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากต่อปัจจัยสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยศิลปากร จำกัด ที่ทำให้สมาชิกใช้บริการเงินฝากกับสหกรณ์ และ ปัจจัยสถาบันการเงินอื่นที่ทำให้สมาชิกใช้บริการเงินฝากกับสถาบันการเงินอื่น และเห็นด้วย ในระดับปานกลางต่อปัจจัยสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยศิลปากร จำกัด ที่ทำให้สมาชิกใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ และปัจจัยสถาบันการเงินอื่นที่ทำให้สมาชิกใช้บริการสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยจากสหกรณ์และ ปัจจัยจากสถาบันการเงินอื่น กับการใช้บริการออมเงิน และการใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการออมเงิน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ระดับการศึกษา สถานภาพการทำงาน สมาชิกในครัวเรือน รายได้ต่อเดือน รายจ่าย

ต่อเดือน และมูลค่าหุ้น แต่ปัจจัยจากสหกรณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการออมเงินในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สำหรับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านสถานภาพการทำงาน ส่วนปัจจัยจากสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อในด้านความถี่ในการกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยสถาบันการเงินอื่นไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการออมเงิน และการใช้บริการสินเชื่อ

สำหรับปัญหาในการให้บริการเงินฝากได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากของสหกรณ์ต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่น และอัตราดอกเบี้ยยังไม่สะท้อนสถานะเศรษฐกิจที่แท้จริงของประเทศ และให้ข้อเสนอว่าสหกรณ์ควรปรับดอกเบี้ยให้เทียบเท่าธนาคารหรือสถาบันการเงินอื่น เพื่อจูงใจให้สมาชิกมาใช้บริการเงินฝากกับสหกรณ์มากขึ้น นอกจากนี้ควรนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาใช้ เช่น การมี (ATM) เป็นต้น ส่วนปัญหาด้านสินเชื่อของสหกรณ์ คือ การกำหนดเพดานวงเงินกู้ต่ำเกินไป เงื่อนไขในการกู้มากเกินไป การค้ำประกันยุ่งยาก และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูง และให้ข้อเสนอแนะว่าสหกรณ์ควรขยายวงเงินกู้สูงสุด และปรับเกณฑ์ในการอนุมัติสินเชื่อให้สอดคล้องกับประเภทของเงินกู้ นอกจากนี้ยังให้ปรับปรุงการดำเนินงานของสหกรณ์ในด้านบุคลากร ด้านเทคโนโลยี และด้านการจัดการค่าตอบแทน

สราวุธ ดวงจันทร์ (2548) วิจัยเรื่อง การประเมินคุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด ผลการวิจัยพบว่า

1. ความคาดหวังของสมาชิกและการรับรู้ที่ได้จริงของสมาชิกต่อการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก
2. การประเมินคุณภาพการบริการ ตามความคาดหวังของสมาชิกและการรับรู้ที่ได้จริงของสมาชิก พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของความคาดหวังของสมาชิก พบว่ามีค่ามากกว่าค่าเฉลี่ยการรับรู้ที่ได้จริงของสมาชิกต่อการบริการโดยรวม
3. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาการเป็นสมาชิกต่อคุณภาพการบริการ พบว่าไม่แตกต่างกัน ยกเว้นสถานภาพสมรสและ ระดับการศึกษา มีการประเมินคุณภาพการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภาสกร จันทรมงคลเลิศ (2546) วิจัยเรื่อง การพัฒนาแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพในการบริการ : กรณีศึกษา สหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด ผลการวิจัยพบว่า การประเมินผลจากผู้รับบริการมีความพึงพอใจโดยรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 70.79 ในการปรับปรุงขั้นตอนการกู้ยืมขององค์กร กรณีศึกษาพบว่าหากนำแนวทางที่พัฒนาขึ้นไปปฏิบัติแล้วจะสามารถปรับลดเวลาในการกู้ยืมได้จาก 33 วัน เหลือ 19 วัน

สิริประภา สมบูรณ์วงศ์ (2546) วิจัยเรื่อง ความคาดหวังของสมาชิกที่มีต่อการบริการสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทวิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด ผลการวิจัยพบว่า การที่คุณภาพการบริการของสหกรณ์ไม่เป็นไปตามที่สมาชิกคาดหวัง อาจจะพิจารณาได้หลายแนวทางดังนี้

แนวทางที่ 1 การบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ด้วยคุณภาพจริง

แนวทางที่ 2 การบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มีคุณภาพ แต่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก

แนวทางที่ 3 การบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก แต่ไม่สูงเท่าที่สมาชิกคาดหวังไว้

สำออง สกาวสกุลศิริ (2546) วิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูสุรินทร์ จำกัด ผลการวิจัยพบว่า

1. ด้านสถานภาพของสมาชิก พบว่า สมาชิกส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน มีอายุระหว่าง 41–50 ปี เป็นผู้มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีตำแหน่งเป็นอาจารย์ เป็นสมาชิกสหกรณ์มากกว่า 15 ปี มีความมั่นคงทางสังคม มีฐานะการเงินดี มีความมั่นคงในหน้าที่การงาน มีเงินเดือนประจำ

2. ด้านการให้บริการ พบว่า สหกรณ์ให้บริการได้ดีในระดับมาก ด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ ส่วนด้านเงินสวัสดิการบริการได้ดีในระดับปานกลาง

3. ด้านความต้องการพัฒนา พบว่า สมาชิกต้องการให้สหกรณ์ พัฒนาในด้านเงินฝากด้านเงินกู้ และด้านสวัสดิการอยู่ในระดับปานกลาง

4. ด้านเหตุผลการใช้เงินกู้ และลักษณะการใช้เงินกู้ พบว่า สมาชิกมีเหตุผลการใช้เงินกู้เป็นจริงอยู่ในระดับปานกลาง

5. ด้านปัญหาและอุปสรรค พบว่า สมาชิกเห็นว่าสหกรณ์มีปัญหาและอุปสรรคด้านเงินฝากด้านเงินกู้ และด้านสวัสดิการอยู่ในระดับปานกลาง

6. ด้านข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงด้านบริการของสหกรณ์ สมาชิกเสนอแนะให้สหกรณ์ปรับปรุงในเรื่องต่อไปนี้ คือ ตั้งสำนักงานสาขาของสหกรณ์ตามอำเภอ จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จัดให้มีสถานที่จอดรถ จัดให้มีเครื่องดื่ม น้ำชา กาแฟ

นงนุช อุณนันต์ (2546) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริการของสหกรณ์ ออมทรัพย์ข้าราชการกระทรวงศึกษาธิการ จำกัด ผลการวิจัยพบว่า

1. ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการดำเนินงานของสหกรณ์ และในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยสมาชิกมีความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ในเรื่องการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ และมีความ

ถูกต้องในการรับ-จ่ายเงินมากที่สุด สำหรับด้านการดำเนินงานของสหกรณ์ สมาชิกมีความพึงพอใจในเรื่องความรวดเร็วในการกู้เงินฉุกเฉินสามารถรับเงินกู้ได้ทันทีในวันที่ยื่นกู้มากที่สุด ส่วนด้านสถานที่ที่ให้บริการสมาชิกมีความพึงพอใจในเรื่องบริเวณที่ตั้งของสำนักงานสหกรณ์มีความเหมาะสมกับการเดินทางไป-มาสะดวกมากที่สุด

2. ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของสมาชิก ที่มีต่อการบริการของสหกรณ์ ออมทรัพย์ข้าราชการกระทรวงศึกษาธิการ จำกัด ในแต่ละด้านและในภาพรวม มีดังนี้ ด้านเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อจำแนก ตามสถานภาพทางราชการ ส่วนด้านสถานที่ที่ให้บริการ ด้านการดำเนินงานของสหกรณ์ และ ในภาพรวมพบความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา

3. ผลการศึกษาปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการ กระทรวงศึกษาธิการ จำกัด พบว่า ด้านเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ สมาชิกส่วนใหญ่ระบุว่า เจ้าหน้าที่บางคนบริการไม่ดี พูดจาไม่สุภาพ หน้าตาไม่ยิ้มแย้ม ควรปรับปรุงให้บริการเป็นที่ประทับใจมากกว่านี้ สำหรับด้านสถานที่ที่ให้บริการ สมาชิกส่วนใหญ่ระบุว่าที่ตั้งของสหกรณ์คับแคบ ความเชื่อมโยงในแต่ละแผนกไม่สะดวก ควรปรับปรุงให้กว้างกว่าเดิม ส่วนด้านการดำเนินงานของสหกรณ์ สมาชิกส่วนใหญ่ระบุว่าควรจ่ายเงินปันผลในอัตราที่เพิ่มขึ้น

#### 4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

แมทสัน (Mattsson, 2009) ได้ศึกษาองค์ประกอบของความพึงพอใจของผู้บริโภค พบว่า ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่

1. คุณภาพของสินค้าหรือบริการ หมายถึง การประเมินคุณภาพของสินค้าหรือบริการอันเป็นผลจากการใช้สินค้าหรือบริการในปัจจุบัน หรือผลสะสมจากประสบการณ์ในการใช้สินค้าและบริการนั้นในอดีต คุณภาพของสินค้าและบริการนี้ จะส่งโดยตรงในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งคุณภาพของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคได้รับนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบสองประการ คือ ระดับความเฉพาะเจาะจง (Customize) ของสินค้าหรือบริการที่มีอยู่เพื่อตอบสนองความต้องการในแต่ละด้านของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายและแตกต่างกัน และระดับของความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของสินค้าและบริการ ซึ่งขึ้นอยู่กับระดับของความเชื่อถือได้ความเป็นมาตรฐานและปราศจากความบกพร่องต่างๆ ของสินค้าที่นำเสนอ

2. คุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคได้รับ (Perceived Value) หมายถึง ระดับของการรับรู้ในเชิงเปรียบเทียบ โดยเป็นการเปรียบเทียบระหว่างคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ได้รับกับราคาสินค้านั้นๆ เป็นการช่วยแปลความแตกต่างในด้านราคาของสินค้าและบริการแต่ละ



ชนิดให้มาอยู่ในรูปแบบที่สามารถเปรียบเทียบกันได้ดีขึ้น และช่วยลดผลจากความแตกต่างของระดับรายได้และความสามารถในการจ่ายของผู้บริโภค ดังนั้น จึงทำให้สามารถเปรียบเทียบสินค้าหรือบริการที่มีระดับราคาที่แตกต่างกันได้จากคุณค่าของสินค้าหรือบริการนั้น จะมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของสินค้าและบริการ และระดับความพึงพอใจในเชิงบวก

3. ความคาดหวังของผู้บริโภค (Customer Expectation) ความคาดหวังของผู้บริโภคนี้เป็นทั้งจากประสบการณ์ในการรับรู้ข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการจากแหล่งต่างๆ เช่น การโฆษณาหรือการบอกต่อ และจากการคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถในการผลิตสินค้า หรือบริการที่มีคุณภาพของผู้ผลิต ดังนั้น ความคาดหวังนี้จึงเป็นบทสรุปของประสบการณ์เกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า หรือบริการ จากอดีตจนถึงปัจจุบัน ในขณะเดียวกัน ความคาดหวังของผู้บริโภคเป็นความคาดหวังในคุณภาพที่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้ ซึ่งความคาดหวังนี้ จะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับคุณภาพที่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้ ซึ่งความหวังนี้ จะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับคุณภาพของสินค้าหรือบริการ (Perceived Quality) และคุณค่าของสินค้าหรือบริการ (Perceived Value)

ไมเนอร์ (Miner, 2004) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการนำเสนอบริการที่ดี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการ พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญของการให้บริการจะมีความสัมพันธ์กับเป้าหมายที่แท้จริงของการให้บริการ คุณภาพของการให้บริการที่เพิ่มขึ้นจะมีความสัมพันธ์กับความต้องการของลูกค้าที่มารับบริการ

กิตเทิล (Gittel, 2002) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการให้บริการกับผลกระทบต่อผู้รับบริการ ด้านธุรกรรมทางการเงินของธนาคาร AOB ผลการศึกษาพบว่า 1) หากบุคลากรผู้ให้บริการมีจิตด้านบริการ (Service Mind) จะทำให้ผู้รับบริการเกิดการใช้บริการอย่างต่อเนื่องและมีความจงรักภักดี (Loyalty) ต่อองค์กร 2) กระบวนการให้บริการต้องสั้น กระชับ ทัวถึง (One Stop Service) 3) สถานที่ที่ให้บริการต้องมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการบริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะที่รอรับบริการ

แมทซ์เลอร์และซอร์เวน (Matzler and Sauerwein, 2002) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความต้องการของประชาชน ที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการให้บริการกับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการที่ได้รับมีตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เชื้อชาติ รายได้ อายุ ขนาดของเมือง ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการที่ได้รับและความต้องการของประชาชนที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการให้บริการ ผลการศึกษาพบว่า คนผิวดำ คนยากจนและคนแก่ มักถูกมองว่าตนเองถูกกีดกันในการให้บริการ เมื่อเปรียบเทียบกับคนผิวขาว คนมีเงิน

และวัยรุ่น โดยปัจจัยด้านภูมิหลังของประชาชนเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่กำหนดความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการที่ได้รับกับความต้องการของประชาชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการให้บริการ

คริสตูและเอตัน (Christou and Eaton, 2000) ได้กล่าวถึงการทำให้ลูกค้าพึงพอใจจากการบริการในด้านทักษะ ความสามารถต่างๆ พบว่า ความพึงพอใจในการบริการ เป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยเขาได้กล่าวถึง Management Competencies ที่มีความสำคัญและจำเป็น ซึ่งจะเน้นกลุ่มประชากรไปที่บุคคลที่ทำงานบริการด้านโรงแรม จากการศึกษาพบว่า สิ่งที่สำคัญในการปฏิบัติงาน เช่น ความสามารถในการแก้ปัญหาของลูกค้าได้ดี มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มีความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงานช่วยกระตุ้นให้พนักงานบรรลุความต้องการในการทำงาน และสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แอนเดอร์สัน ฟอร์เนล และรัสต์ (Anderson, Fornell and Rust, 1997) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้าและบริการ ผลการศึกษาพบว่า พนักงานผู้ให้บริการลูกค้าต้องทำงานภายใต้ความคาดหวังของลูกค้า ต้องทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจและประทับใจต่อการบริการของพนักงานมากที่สุด ต้องสร้างความเข้าใจ โดยต้องฟังความต้องการของลูกค้าอย่างตั้งใจเสียก่อน จึงจะเกิดความเข้าใจและตอบสนองได้อย่างถูกต้อง สร้างความพึงพอใจ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจที่ได้มาใช้บริการ และมีแนวโน้มจะกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป ต้องสร้างความประทับใจ เพราะเมื่อลูกค้าที่ความเกิดความประทับใจสินค้าและบริการ จะกลายเป็นลูกค้าชั้นดีที่มีความภักดีต่อสินค้าและบริการของคุณ รวมถึงแนวโน้มในการบอกต่อ ซึ่งจะช่วยให้คุณได้ลูกค้ารายใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอีกด้วย และจำเป็นต้องสร้างสายสัมพันธ์ เพื่อรักษาลูกค้าเหล่านั้นไว้ให้ได้ ด้วยการทำให้ลูกค้ารู้ว่าคุณเห็นคุณค่าของเขา เขาเป็นลูกค้าคนพิเศษของคุณที่จะได้รับการดูแลอย่างดีที่สุดต่อไป

จากการศึกษา ทบทวน แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ที่กล่าวมาทั้งหมด ผู้วิจัยเห็นว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการเป็นสิ่งที่ยังคงสำคัญยิ่ง ที่จะทำให้องค์การประสบความสำเร็จ การบริการที่ดีทำให้เกิดการรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ค่ายสิรินธร จำกัด โดยผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ตามที่กล่าวมาข้างต้นเป็นสาระหลักและกรอบในการวิจัยนี้