

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาคุณภาพการบริการของของศูนย์คอมพิวเตอร์ บริษัท กรุงไทยคอมพิวเตอร์ เซอร์วิส จำกัด ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ผลการศึกษาดังต่อไปนี้ซึ่งนำเสนอ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
- 2.3 ประวัติความเป็นมาของบริษัท กรุงไทยคอมพิวเตอร์ เซอร์วิส จำกัด
- 2.4 การศึกษาที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 กรอบแนวคิดการศึกษา

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) การบริการเป็นกิจกรรมผล ประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า ซึ่งถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2539) การบริการหรือ Service มีความหมายอยู่ 2 ระดับ ได้แก่ ความหมายในระดับพฤติกรรม (behavioral approach) และความหมายในระดับสถาบัน (Institutional approach) กล่าวคือ ความหมายในระดับพฤติกรรม เป็นการมุ่งพิจารณาถึงการบริการในฐานะที่เป็นกระบวนการในการปฏิบัติ หรือลงมือกระทำในเรื่องหนึ่งเรื่องใด โดยมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ในแง่การบริการจึงเป็นการกระทำระหว่างกันของผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ซึ่งเป็นความหมายที่เน้นความสำคัญของการบริการในฐานะที่เป็นกิจกรรมที่มีการเคลื่อนไหว (motion activity) ส่วนความหมายในระดับสถาบัน เป็นการมุ่งพิจารณาถึงการบริการในฐานะที่เป็น เรื่องของการประกอบธุรกิจบริการหรืออุตสาหกรรมบริการ (services industry) ซึ่งถือว่าเป็นสถาบันทางสังคมสถาบันหนึ่ง (service as a social institution) ซึ่งมีบทบาทและหน้าที่ต่อสังคมในด้านต่างๆ ตามลักษณะการจัดแบ่งหมวดหมู่ของการบริการออกตามประเภทหรือกลุ่มของกิจกรรมที่มีส่วนสัมพันธ์กัน ซึ่งในแง่การบริการตามความหมายที่สองมีขอบเขตกว้างกว่าในความหมายแรก หรืออีกนัยหนึ่งอาจกล่าวได้ว่า การบริการตามความหมายในระดับพฤติกรรม เป็นเพียงส่วนหนึ่งของความหมายระดับสถาบัน

พีรสันต์ ฐนันทชัย (2555 อ้างถึง Kotler & Keller, 2009) การบริการ หมายถึง การกระทำ หรือการปฏิบัติที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ และไม่มีการ โอนกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าของ ซึ่งการผลิตบริการนี้ไม่จำเป็นต้องเป็นตัวสินค้าเท่านั้น แต่สามารถ ใช้การเพิ่มมูลค่าให้กับบริการ หรือทำให้บริการมีความแตกต่าง

จากที่กล่าวมาพอสรุปได้ว่า การบริการ คือ กิจกรรมหรือการปฏิบัติเพื่อตอบสนอง ความต้องการ และความพึงพอใจของทั้งผู้ให้ และผู้รับบริการ ซึ่งกิจกรรมนั้นไม่สามารถจับต้องได้ และผลที่ตามมาต้องส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับบริการนั้นๆ

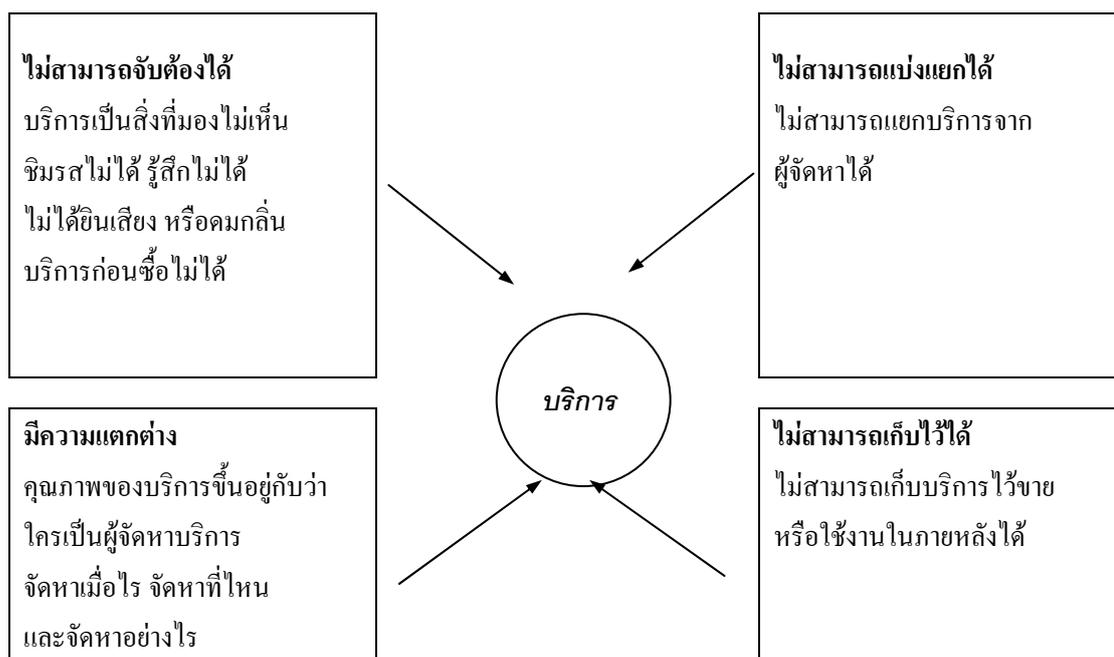
2.1.1 ประเภทของส่วนประสมการบริการ

พีรสันต์ ฐนันทชัย (2555 อ้างถึงใน Kotler & Keller, 2009) ระบุว่า ข้อเสนอของบริษัทจะ มีการนำการบริการเข้าไปเป็นส่วนประกอบ โดยสามารถเป็นได้ทั้งส่วนประกอบหลัก และส่วน ประกอบย่อย ซึ่งสามารถจำแนกได้ 5 ประเภท ดังนี้

1. สินค้าที่มีตัวตนล้วน (Pure tangible good) จะเสนอสินค้าที่สามารถจับต้องได้ และ ไม่มีการบริการเข้าไปเป็นส่วนประกอบ เช่น ยาสิฟีน สบู่
2. สินค้าที่มีการบริการควบ (Tangible good with accompanying services) เป็นการ เสนอสินค้าควบคู่กับบริการหนึ่งอย่างหรือมากกว่า เช่น รถยนต์ ที่มีศูนย์ให้บริการหลังการขาย
3. สินค้าและบริการอย่างละเท่ากัน (Hybrid) ประกอบด้วยส่วนของสินค้าและการ บริการที่เท่าเทียมกัน เช่น ผู้บริโภคที่คาดหวังว่าจะได้รับทั้งอาหารและบริการ เมื่อเข้าไปยัง ภัตตาคาร
4. บริการเป็นส่วนหลักพร้อมด้วยสินค้าและบริการเป็นส่วนเสริม (Major service with accompanying minor goods and services) ข้อเสนอที่ประกอบด้วยบริการเป็นส่วนใหญ่พร้อมด้วย สินค้าและบริการย่อยเป็นตัวเสริม
5. การบริการล้วน (Pure service) ข้อเสนอที่ประกอบด้วยบริการเพียงอย่างเดียว เช่น การนวด

2.1.2 ลักษณะของการบริการ

วารุณี ตันติววงศ์วานิช และคณะ (2545) ลักษณะและคุณสมบัติของบริการแบ่งออกได้เป็น 4 ประการคือ ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถแบ่งแยกได้ มีความแตกต่างกัน และไม่สามารถเก็บไว้ได้ คุณสมบัติเหล่านี้สรุปได้ดังนี้



ภาพที่ 2.1 คุณลักษณะ 4 ประการของการบริการ

ที่มา: วารุณี ตันติววงศ์วานิช และคณะ (2545)

1. ความไม่สามารถจับต้องได้ของการบริการ (Service intangibility) หมายถึง การบริการเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น ชิมรสไม่ได้ รู้สึกไม่ได้ ไม่ได้ยิน หรือไม่สามารถดมกลิ่น ก่อนที่จะซื้อได้ด้วยเหตุนี้ เพื่อที่จะลดความไม่แน่นอน ผู้ซื้อจึงต้องสังเกต “สัญญาณ (signals)” ของคุณภาพของการบริการ โดยอาจสรุปได้จากสถานที่ บุคคล ราคา อุปกรณ์ และการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นงานของผู้จัดหาบริการคือ ต้องทำให้บริการจับต้องได้ในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง หรือหลายแนวทาง ในขณะที่นักการตลาดของสินค้าต้องเพิ่มสิ่งที่จับต้องไม่ได้ให้แก่สินค้าที่จับต้องได้ซึ่งเสนอสู่ตลาด

2. ความไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Service inseparability) หมายความว่า ลูกค้าไม่สามารถแยกบริการจากผู้ผลิต ไม่ว่าผู้ผลิตจะเป็นบุคคลหรือเครื่องจักร ถ้าบุคคลเป็นผู้จัดหาบริการ หมายถึงบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของบริการ และเนื่องจากลูกค้าจะต้องอยู่ในสถานที่และเวลาที่ผลิตบริการ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาและลูกค้า (Provider-customer interaction) จึงเป็นลักษณะสำคัญของการตลาดบริการ ทำให้ทั้งลูกค้าและผู้ผลิตมีผลต่อผลผลิตบริการ

3. ความแตกต่างกันของบริการ (Service variability) หมายความว่า คุณภาพของบริการอาจเปลี่ยนแปลงได้ ขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้ให้บริการ ให้บริการเมื่อไร ให้บริการที่ไหน และให้บริการอย่างไร

4. ความไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Service perishability) หมายความว่า กิจกรรมไม่สามารถเก็บบริการไว้เพื่อขายหรือใช้งานในภายหลังได้

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

อิสรารักษ์ ภูมิจิตอมร (2553 อ้างถึง Sandra & Babara, 1999) ส่วนใหญ่งานวิจัยแพร่หลายเกี่ยวกับคุณภาพการบริการจะมุ่งเน้นที่ผู้ใช้บริการอย่างจริงจัง เช่น จากการวิจัยแบบ Focus Group ของ Zeithaml และ Parasuraman ได้ระบุว่าผู้บริโภคจะใช้เกณฑ์ 10 ประการในการประเมินคุณภาพการบริการ ดังรายละเอียดด้านล่างและตารางที่ 1

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสม เพื่อแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า

2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยอาศัยภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย

3. ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงาน

4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเอง มีวิจรรณญาณ

5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

8. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตรายความเสี่ยง และปัญหาต่างๆ

9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการได้

10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing Customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

ตารางที่ 2.1 เกณฑ์ทั่วไปที่ลูกค้าใช้ในการประเมินคุณภาพของการบริการ

เกณฑ์ที่ลูกค้าใช้ประเมินบริการ	ความหมาย	ตัวอย่างคำถามของลูกค้
ความน่าเชื่อถือ	ความคู่ควรแก่การไว้วางใจ ความเชื่อถือ และความซื่อสัตย์ ของผู้ให้บริการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. โรงพยาบาลมีชื่อเสียงที่ดีหรือไม่ 2. นายหน้าซื้อขายหุ้นสามารถระงับแรงกดดันจากการซื้อได้หรือไม่ 3. บริษัทที่รับซ่อมแซมรับประกันผลงานหรือไม่
ความมั่นคงปลอดภัย	ปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและความลึกลับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. เราจะปลอดภัยหรือไม่ในการใช้ ATM ของธนาคารในตอนกลางคืน 2. บัตรเครดิตของฉันจะถูกป้องกันจากการใช้งานของคนที่ไม่มีความซื่อสัตย์หรือไม่ 3. ฉันสามารถมั่นใจได้ว่านโยบายประกันของฉันให้ขอบเขตคุ้มครองอย่างครบถ้วน
ความสะดวก	สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก และสามารถติดต่อสื่อสารได้ง่าย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ฉันสามารถพูดคุยกับหัวหน้างานได้โดยง่ายเมื่อฉันมีปัญหา 2. สายการบินไม่มีข้อจำกัดของเบอร์โทรศัพท์ตลอด 24 ชั่วโมงหรือไม่ 3. โรงแรมตั้งอยู่ในสถานที่ที่สะดวกสบายหรือไม่
การสื่อสาร	การรับฟังลูกค้า และให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ลูกค้าโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าสามารถเข้าใจได้	<ol style="list-style-type: none"> 1. เมื่อนักเรียนมีข้อเรียนผู้จัดการจะยินดีรับฟังเรื่องเรียนของฉันหรือไม่ 2. หมอหลีกเลี่ยงการใช้ภาษาที่ใช้เฉพาะในวงการหรือไม่ 3. ช่างไฟฟ้าโทรแจ้งเมื่อไม่สามารถปฏิบัติได้ตามเวลาที่นัดหมายหรือไม่

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

เกณฑ์ที่ลูกค้าใช้ประเมินบริการ	ความหมาย	ตัวอย่างคำถามคำถามของลูกค้า
ความเข้าใจลูกค้า	พยายามที่จะทำความรู้จัก และเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า	<ol style="list-style-type: none"> 1. จะมีพนักงานคนไหนในโรงแรมให้ความสนใจฉันในฐานะลูกค้าประจำหรือไม่ 2. นายหน้าซื้อขายหุ้นพยายามที่จะตัดสินใจตามวัตถุประสงค์ทางการเงินที่เฉพาะเจาะจง ของฉันหรือไม่
สิ่งที่สามารถจับต้องได้	ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานและวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่าง ๆ	<ol style="list-style-type: none"> 1. สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมน่าดึงดูดหรือไม่ 2. การแต่งกายของนักบัญชีเหมาะสมหรือไม่ 3. รายการเงินฝาก-ถอนในบัญชีเงินฝาก (Bank statement) เข้าใจง่ายหรือไม่
ความไว้วางใจ	ความสามารถที่จะให้บริการตามที่ได้สัญญากับลูกค้าไว้อย่างเชื่อถือได้ และอย่างถูกต้อง	<ol style="list-style-type: none"> 1. เมื่อนักกฎหมายบอกว่าเขาจะโทรกลับหาฉันภายใน 15 นาที เขาสามารถทำตามที่ได้บอกได้หรือไม่ 2. ใบแจ้งค่าบริการโทรศัพท์มีข้อผิดพลาดหรือไม่ 3. โทรศัพท์ของฉันถูกซ่อมได้อย่างถูกต้องในครั้งแรกหรือไม่
การตอบสนองลูกค้า	ความเต็มใจที่จะให้บริการอย่างรวดเร็วและยินดีที่จะช่วยเหลือลูกค้า	<ol style="list-style-type: none"> 1. เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น บริษัทสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้อย่างรวดเร็วหรือไม่ 2. นายหน้าซื้อขายหุ้นเต็มใจที่จะตอบคำถามของฉันหรือไม่ 3. บริษัท cable TV สามารถระบุเวลาที่ผู้ให้บริการติดตั้งจะให้บริการได้หรือไม่

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

เกณฑ์ที่ลูกค้าใช้ประเมินบริการ	ความหมาย	ตัวอย่างคำถามคำถามของลูกค้า
ความสามารถ	ความรู้และทักษะในการให้บริการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ธนาคารสามารถบอกกระบวนการในการทำรายการธุรกรรมการเงินได้โดยไม่ยุ่งงำม 2. เมื่อนั้โทรหาบริษัทนำเที่ยว ตัวแทนบริษัทสามารถให้ข้อมูลที่ฉันต้องการได้ 3. ทันตแพทย์สามารถแสดงให้เห็นว่ามีความเข้าใจในสิ่งที่เขากำลังจะทำ
ความสุภาพและเป็นมิตร	ความสุภาพ ความเอาใจใส่ ความเห็นอกเห็นใจ และความเป็นมิตรของพนักงานที่ติดต่อกับลูกค้า	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานต้อนรับบนสายการบินมีบุคลิกลักษณะที่สุภาพเรียบร้อย 2. พนักงานรับโทรศัพท์มีกิริยามารยาทที่สุภาพอย่างสม่ำเสมอเมื่อรับสายของฉัน 3. ช่างประปาถอดรองเท้าที่เปื้อนโคลนก่อนที่จะเหยียบพรมของฉัน

ที่มา: อิศราภรณ์ ภูมิจิตอมร (2553 อ้างถึง Sandra & Babara, 1999)

อิสราภรณ์ ภูมิจิตอมร (2553 อ้างถึง Sandra & Babara, 1999) ต่อมงานวิจัยของพวกเขาพบว่ามึระดับของความสัมพันธ์ (Degree of correlation) กันเองระหว่างตัวแปรดังกล่าวก่อนข้างสูง จึงปรับเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของการบริการใหม่ให้เหลือเกณฑ์อย่างกว้างทั้งหมดรวม 5 เกณฑ์ดังต่อไปนี้

1. ความเชื่อถือได้ เป็นความสามารถที่จะดำเนินการให้บริการตามที่สัญญาไว้อย่างมีคุณภาพและถูกต้องแม่นยำ
2. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว เป็นความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการแก่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าอย่างทันที
3. ความมั่นใจได้ เป็นการแสดงถึงความรู้และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ

4. การเข้าถึงจิตใจ เป็นการดูแลเอาใจใส่และความสนใจที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้ใช้บริการ
5. ลักษณะทางกายภาพ เป็นลักษณะที่ปรากฏให้เห็นหรือสิ่งที่สามารถจับต้องได้ เช่น วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ อาคารสถานที่ บุคคล เป็นต้น

2.3 ประวัติความเป็นมาของบริษัท กรุงไทยคอมพิวเตอร์เซอร์วิส เซส จำกัด

ในปี 2536 ธนาคารกรุงไทยเล็งเห็นว่า เทคโนโลยีสารสนเทศได้พัฒนาอย่างรวดเร็วและการใช้สารสนเทศได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญของการแข่งขันในธุรกิจการเงินการธนาคาร และเพื่อให้ฝ่ายคอมพิวเตอร์ของธนาคารเป็นหน่วยงานที่มีมุมมองกว้างทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านนโยบาย ด้านบุคลากร ด้านการจัดหาระบบ และการทำงานร่วมกับบริษัทคอมพิวเตอร์ชั้นนำระดับสากล ธนาคารจึงได้จัดตั้งบริษัท กรุงไทย คอมพิวเตอร์ เซอร์วิส เซส จำกัด (KTBCS) เมื่อวันที่ 3 มกราคม 2537 โดยได้รับความเห็นชอบจากกระทรวงการคลังและธนาคารแห่งประเทศไทย

ในสมัยนั้น ธนาคารกรุงไทยได้พัฒนาระบบ Core Banking ด้วยตนเอง เรียกว่าระบบ Percent เพื่อการบริการเงินฝาก และได้ริเริ่มธุรกิจบัตรเครดิตในประเทศ ที่รู้จักกันว่า “บัตรพระอาทิตย์ทรงรถ” ระบบส่วนใหญ่จะอยู่บนเครื่อง Tandem และเมื่อธนาคารได้ก่อตั้งบริษัท KTBCS แล้ว การพัฒนาระบบสำคัญๆ จะเป็นระบบ Financial Management System, Credit Management System ซึ่งเป็นการติดตั้ง International Software บนเครื่อง IBM Mainframe ส่วนระบบที่พัฒนาด้วยตนเองจะเป็นระบบซื้อขายกองทุนและระบบบริหารทรัพยากรบุคคล

KTBCS ในสมัยที่สอง เริ่มต้นหลังวิกฤตเศรษฐกิจการเงินปี 2540 ธนาคารกรุงไทยได้แต่งตั้งคุณวิโรจน์ นวลแข เป็นกรรมการผู้จัดการใหญ่ ภารกิจของธนาคารจะเป็น Convenience Bank เป็นธนาคารที่มีความพร้อมในการเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่หลากหลายให้กับสังคม ในปี 2545 บริษัท KTBCS มี ดร.อนุมงคล ศิริเวทิน เป็นประธานกรรมการบริษัท มี ดร.สุรัตน์ พลาลิขิต เป็นกรรมการผู้จัดการ

โครงการสำคัญในขณะนั้น เป็นโครงการเปลี่ยนระบบ Core-Banking เพื่อการรวมระบบเงินฝาก ระบบสินเชื่อ และระบบบัญชีไว้บน Platform เดียวกัน โดยใช้ระบบ Sanchez เป็น Core-Banking บน SUN Hardware Platform นอกจากนี้ธนาคารได้เริ่มโครงการ Data Warehouse, โครงการ Loan Origination โครงการ Image Processing และใช้ PeopleSoft เพื่องานบริหารทรัพยากรบุคคล และพัฒนาโครงการสำคัญขนาดใหญ่ให้กับรัฐบาล ได้แก่ โครงการ GFMS โดยมีธนาคารกรุงไทยเป็นผู้ให้บริการระบบบริหารงบประมาณของภาครัฐ

KTBCS รุ่นที่สามดำเนินงานอยู่ในสมัยของ คุณอภิศักดิ์ ตันติวรวงศ์ เป็นกรรมการผู้จัดการธนาคารกรุงไทย ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เกิดการดำเนินงานหลากหลายด้าน

ทั้งด้าน Retail Banking, Processing Banking และ Government Banking โดยในปัจจุบัน บริษัท KTBCS มี คุณพัชรศิริ เกียรติกำจาย ดำรงตำแหน่งเป็นประธานกรรมการ และมี ดร.วิเทศ เตชางาม ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการผู้จัดการบริษัท มีโครงการสำคัญๆ ที่มุ่งเน้นการบูรณาการระบบสินเชื่อให้มีประสิทธิภาพ ได้แก่ โครงการ CRM, โครงการ Internet Banking, การพัฒนาระบบ Processing Bank, การปรับปรุงศูนย์ปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ และการ Outsourcing ระบบ Network

ในปี 2546 รัฐบาลมีนโยบายให้องค์กรรัฐในภาคธุรกิจการเงินประสานความร่วมมือเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถตอบสนองกับความต้องการของภาคธุรกิจและประชาชนทั่วไป

ในธุรกิจการธนาคารซึ่งมีระบบงานเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ แต่ด้วยมูลค่าการลงทุนที่ค่อนข้างสูง รัฐบาลจึงมีนโยบายให้ธนาคารกรุงไทยเป็นแกนนำหาผู้ร่วมลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดอันเป็นการลดภาระการลงทุนซ้ำซ้อน จึงกลายเป็นจุดเริ่มต้นของโครงการความร่วมมือในการใช้ทรัพยากรสารสนเทศระหว่างธนาคาร

เพื่อให้เกิดความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม ธนาคารกรุงไทยจึงมอบหมายให้บริษัท KTBCS เป็นผู้พัฒนาระบบและจัดการด้านปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ เพื่อสร้าง IT Infrastructure เป็นการสนับสนุนให้ธนาคารกรุงไทยสามารถเข้าร่วมในโครงการของธนาคารแห่งประเทศไทยเพื่อให้บริการแก่ลูกค้า เป็นการลดค่าใช้จ่ายในการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของรัฐบาลได้ในระยะยาว

เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 ได้มีพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ โครงการความร่วมมือในการใช้ทรัพยากรสารสนเทศระหว่างธนาคาร ระหว่างผู้บริหารระดับสูงของธนาคารรัฐทั้ง 8 แห่ง ได้แก่

1. บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
2. ธนาคารออมสิน
3. ธนาคารอาคารสงเคราะห์
4. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
5. ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)
6. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
7. ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย
8. ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

จากอดีตถึงปัจจุบันบริษัท KTBCS ตระหนักดีว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ บริษัท

KTBCS มีวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนแนวคิด วิธีการ เพื่อนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาพัฒนาระบบสารสนเทศให้ธนาคารกรุงไทยและบริษัทในเครือ เพื่อให้เป็นสถาบันการเงินที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและเป็นประโยชน์ต่อสังคมไทยซึ่งแต่เดิมนั้น เราเป็นหน่วยงานคอมพิวเตอร์ของธนาคารกรุงไทย ทำหน้าที่พัฒนาระบบเงินฝากและสินเชื่อ เพื่อให้บริการลูกค้าของธนาคาร รับผิดชอบดูแลศูนย์ปฏิบัติการคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่ายสาขาทั่วประเทศ

บริษัท KTBCS ตระหนักดีว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญยิ่งต่อการดำเนินการขององค์กร เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทมีความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและมั่นคง เสริมสร้างระบบการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นธรรม ซึ่งจะสร้างความเชื่อมั่นให้กับทุกฝ่าย

บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ดี การควบคุมและตรวจสอบภายใน ตลอดจนการบริหารความเสี่ยง จึงได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการชุดย่อยเพื่อช่วยกำกับดูแลการดำเนินงาน ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท โดยมีการกำหนดบทบาทและภาระหน้าที่ความรับผิดชอบเป็นลายลักษณ์อักษรไว้อย่างชัดเจน

ในฐานะที่บริษัท KTBCS เป็นบริษัทในเครือของ บมจ.ธนาคารกรุงไทยบริษัท KTBCS จึงได้กำหนดทิศทาง กลยุทธ์ และแนวทางการดำเนินการด้านบรรษัทภิบาลให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันกับธนาคาร เพื่อให้สอดคล้องและเหมาะสมกับมาตรฐานการดำเนินธุรกิจและความต้องการของสังคมในสมัยปัจจุบัน

เพื่อเป็นองค์กรชั้นนำที่ให้บริการด้านเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสารอย่างครบวงจร ด้วยคุณภาพชั้นเลิศ เพื่อสร้างความพึงพอใจ ความไว้วางใจให้กับลูกค้า โดยสร้างสรรค์และพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ด้วยบุคลากรที่มีความรู้ความมุ่งมั่น ความร่วมมือและจริยธรรม เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ตลอดจนกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพในระดับมาตรฐานสากล เพียบพร้อมด้วยการบริหารจัดการที่ดีสอดคล้องกับ KTB เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันเชิงธุรกิจ สามารถตอบสนองความต้องการ การทำธุรกรรมทั้งในปัจจุบันและอนาคต

เพื่อเป็นการรองรับระบบสารสนเทศที่มีความก้าวหน้า และเติบโตด้านการใช้พลังงานเพิ่มขึ้น และเป็นการรองรับการให้บริการแก่กลุ่มลูกค้า ผู้เช่าพื้นที่ศูนย์คอมพิวเตอร์ บริษัทจึงได้ลงทุนสร้าง Data Center ที่ทันสมัยและได้มาตรฐานระดับสากลขึ้นสองแห่ง โดยติดตั้งระบบงานวิศวกรรมประกอบอาคารและระบบสาธารณูปโภคอย่างครบครัน ภายใต้แนวความคิด Non-Single Point of Failure ได้แก่ ระบบจ่ายกระแสไฟฟ้า (Power Supply) ระบบสำรองไฟฟ้ารักษาระดับ

แรงดันและกัน ไฟกระตุก (Uninterrupted Power Supply) ระบบสำรองเมื่อเกิดไฟฟ้าดับ (Generator) และระบบปรับอากาศควบคุมอุณหภูมิและความชื้นให้คงที่ตลอดเวลา พร้อมทั้งติดตั้งระบบป้องกันและระงับอัคคีภัย (Fire Protection) ระบบการตรวจจับน้ำรั่วซึม (Water Leakage Detection) ระบบการควบคุมดูแลอาคาร (Building Automation System) และระบบรักษาความปลอดภัยไว้อย่างครบถ้วนซึ่งมีประสิทธิภาพสูงยิ่ง การให้บริการด้าน Data Center Services นั้น จะครอบคลุมถึงการให้เช่าพื้นที่เพื่อติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ และการบริหารจัดการระบบคอมพิวเตอร์ (Computer Operation) ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ดูแลระบบตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน โดยไม่มีวันหยุด

2.4 การศึกษาที่เกี่ยวข้อง

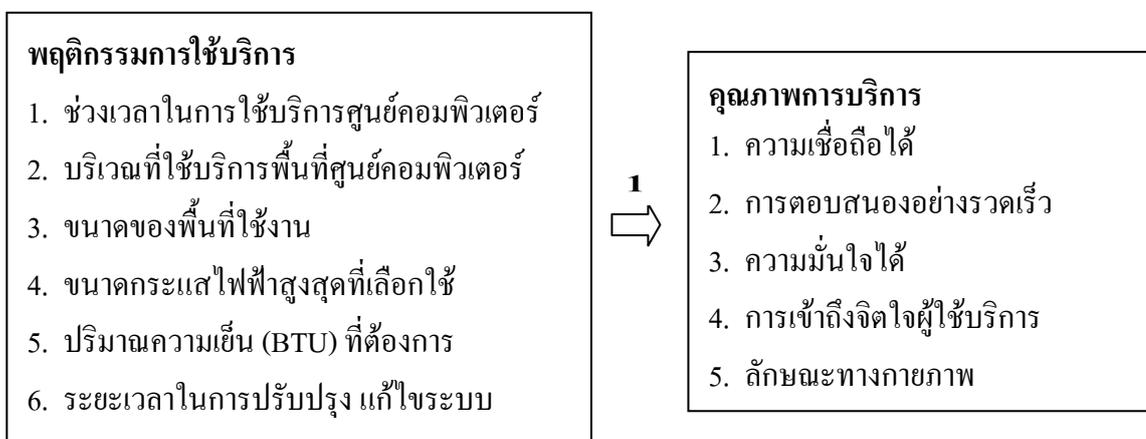
อิสราภรณ์ ภูมิจิตอมร (2553) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการต่อธุรกิจสปาของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาวัตถุประสงค์การใช้บริการสปา 2) ศึกษาระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบของคุณภาพการบริการต่อธุรกิจสปา 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับวัตถุประสงค์การใช้บริการสปา 4) ศึกษาระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบของคุณภาพการบริการต่อธุรกิจสปา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสำรวจด้วยการออกแบบสอบถามและการกรอกแบบสอบถามด้วยตนเองกับกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานที่เคยใช้บริการธุรกิจสปา จำนวน 380 คน ซึ่งเป็นประชากรที่เคยใช้บริการสปา ในเขตคลองเตย เขตจตุจักร เขตบางรัก เขตพญาไท และเขตหลักสี่ แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าทางสถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอ้างอิง ได้แก่ t-test F-test และ LSD สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง อายุ 26-36 ปี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีวัตถุประสงค์ในการใช้สปาเพื่อคลายเครียดเป็นอันดับแรก ด้านองค์ประกอบของคุณภาพการบริการให้ความสำคัญต่อการตอบสนองลูกค้าและด้านความมั่นใจในระดับสำคัญมาก ส่วนสิ่งที่จับต้องได้ ด้านความไว้วางใจ และความใส่ใจอยู่ในระดับสำคัญเท่านั้น ดังนั้นการพัฒนาคุณภาพการบริการ ควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงคุณภาพด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านความมั่นใจเป็นอันดับต้น โดยการสร้างจิตสำนึก ค่านิยมและทัศนคติที่ดีต่อการบริการ ฝึกอบรมทักษะและความเชี่ยวชาญแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียน และกำหนดทางเลือกให้แก่ผู้รับบริการรวมทั้งสร้างความปลอดภัยและอบอุ่นใจในการใช้บริการ

ธาริณี เมฆานุเคราะห์ (2542) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการตามความคาดหวังของผู้ป่วยคลินิกนอกเวลาราชการ โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาคุณภาพการบริการตามความคาดหวังของผู้ป่วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ป่วยอย่างรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้ป่วย ใน

คลินิกนอกเวลาราชการ โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ และเปรียบเทียบคุณภาพการบริการตามความคาดหวังของผู้ป่วยที่มีลักษณะส่วนบุคคลและประเภทคลินิกต่างกัน ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับผู้ป่วยที่มาใช้บริการรักษาพยาบาล แผนกผู้ป่วยนอก คลินิกนอกเวลาราชการ จำนวน 349 คน แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอ้างอิง ได้แก่ t-test และ F-test สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการที่ผู้ป่วยคาดหวังมากที่สุดคือความเชื่อถือได้ และรองลงมาโดยลำดับ คือ ด้านความมั่นใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้ป่วย และด้านการตอบสนองต่อผู้ป่วยอย่างรวดเร็ว ส่วนผู้ป่วยที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน ได้แก่อายุที่แตกต่างกัน จะมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการแตกต่างกัน แต่เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย อาชีพและประเภทคลินิกที่รับบริการ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกัน

2.5 กรอบแนวคิดการศึกษา

แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง ได้นำมากำหนดเป็นกรอบในการศึกษาคุณภาพการบริการของศูนย์คอมพิวเตอร์ บริษัทกรุงเทพคอมพิวเตอร์เซอร์วิส จำกัด โดยมีกรอบแนวคิดการศึกษาดังนี้



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดการศึกษา

จากภาพที่ 2.2 ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยไว้ 1 สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ ช่วงเวลาในการใช้บริการศูนย์คอมพิวเตอร์ บริเวณที่ใช้บริการพื้นที่ศูนย์คอมพิวเตอร์ ขนาดของพื้นที่ใช้งาน ขนาดกระแสไฟฟ้าสูงสุดที่เลือกใช้ ปริมาณความเย็น (BTU) ที่ต้องการ และระยะเวลาในการปรับปรุง แก้ไขระบบที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการบริการของศูนย์คอมพิวเตอร์ บริษัทกรุงไทยคอมพิวเตอร์เซอร์วิสเซส จำกัด ได้แก่ ความเชื่อถือได้ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความมั่นใจได้ การเข้าถึงจิตใจผู้ให้บริการ และ ลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกัน