

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการของสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดลำพูน มีแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

#### แนวคิดและทฤษฎี

##### 1) แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

Maynard W. Shelly (1975) (อ้างถึงในสายพินิจ เจริญสุขพัฒนา, 2546) อธิบายว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุข ความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ อาจกล่าวได้ว่า ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ

นัตยาพร เสมอใจ (2549) อธิบายว่า ความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อการบริการสามารถแบ่งบอกได้ถึงคุณภาพของการบริการซึ่งสามารถแบ่งระดับของขีดความรู้สึกของลูกค้าได้จากการบริการต่างๆออกเป็น 4 ระดับ คือ ความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าไม่ได้รับในสิ่งที่เขาคาดหวังจากบริการนั้นๆ ความพึงพอใจ (Satisfaction) เกิดขึ้นจากเมื่อลูกค้าได้รับในสิ่งที่เขาคาดหวังจากบริการนั้นๆ ความประทับใจ (Delighted) เกิดขึ้นจากเมื่อลูกค้าได้รับผลประโยชน์มากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวังจะได้จากบริการนั้นๆ ความภักดี (Loyalty) เกิดขึ้นจากเมื่อลูกค้ารู้สึกพึงพอใจและประทับใจกับการบริการที่ได้รับเขาไม่พยายามที่จะหาบริการอื่นมาทดแทนจะให้บริการนั้นๆ จากผู้ให้บริการเดิมต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้ ศึกษาตามความหมาย “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ในระยะเวลาหนึ่ง” หรืออีกนัยหนึ่งคือ “ความพึงพอใจ” หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง (นัตยาพร เสมอใจ, 2549:18)

## 2) แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ (Service Quality Concept)

Parasuraman, Zeitham and Berry (1994) (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550:340-342) กล่าวว่า ผลลัพธ์ที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่ลูกค้าได้รับ เรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้” (Perceived Service Quality) ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบ “บริการที่ได้รับ” (Perceived Service) ซึ่งเกิดขึ้นหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการแล้วกับความคาดหวังต่อการบริการที่จะได้รับ (Expected Service) โดยกำหนดเครื่องมือในการวัดระดับคุณภาพของการให้บริการ โดยเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของการบริการประกอบด้วย 5 เกณฑ์ ดังต่อไปนี้คือ

1) ความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือความสามารถในการให้บริการในระดับหนึ่งที่ต้องการอย่างถูกต้อง (Accurate Performance) และไว้วางใจได้ (Dependable)

2) ความมั่นใจ (Assurance Performance) คือผู้ให้บริการมีความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการบริการ (Competence) มีความสุภาพ และเป็นมิตรกับลูกค้า (Courtesy) มีความซื่อสัตย์ และสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ (Credibility) และความมั่นคงปลอดภัย

3) รูปสักขณ์ (Tangibility) คือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สภาพแวดล้อม เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ

4) ความใส่ใจ (Empathy) คือการที่สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย (Easy Access) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร (Good Communication) และเข้าใจลูกค้า (Customer Understanding)

5) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) คือความเต็มใจที่จะให้บริการทันที (Promptness) และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี (Helpfulness)

โดยได้กำหนดเครื่องมือในการวัดระดับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ประกอบด้วย 22 รายการ กระจายมาจาก 5 เกณฑ์ คุณภาพการให้บริการของ Parasuraman, Zeitham and Berry (1994) อ้างถึงในศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, (2550: 340-342) ดังนี้

ความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ (Reliability) ประกอบด้วย

- 1) ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้
- 2) การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า และการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้า
- 3) การทำงานไม่ผิดพลาด
- 4) การบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมใช้งานเสมอ
- 5) การมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ

#### ความมั่นใจ (Assurance) ประกอบด้วย

- 1) ความรู้ความสามารถของพนักงานในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ
- 2) การสร้างความปลอดภัยและเชื่อมั่นในการรับบริการ
- 3) ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน
- 4) พฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ

#### รูปลักษณ์ (Tangibility) ประกอบด้วย

- 1) ความทันสมัยของอุปกรณ์
- 2) สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ
- 3) การแต่งกายของพนักงาน
- 4) เอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ

#### ความใส่ใจ (Empathy) ประกอบด้วย

- 1) การให้ความสนใจ และเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละคนของพนักงานบริการ
- 2) เวลาในการเปิดให้บริการให้ความสะดวกแก่ลูกค้า
- 3) โอกาสในการรับทราบข่าวสารข้อมูลต่างๆของกิจการผู้รับบริการ
- 4) ความสนใจลูกค้าอย่างแท้จริงของพนักงาน
- 5) ความสามารถในการเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าอย่างชัดเจน

#### การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ประกอบด้วย

- 1) ความเต็มใจที่จะให้บริการ
- 2) ความพร้อมที่จะให้บริการ
- 3) การติดต่อกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
- 4) การวางแผนในการปฏิบัติต่อลูกค้า

#### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

วิชา ลายชั้น (2548) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัทหลักทรัพย์ไทย ในจังหวัดเชียงใหม่พบว่าใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากตัวอย่าง 320 ตัวอย่าง แล้วทำการประมวลผลโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานะภาพสมรสอายุ 41 – 50 ปี มีอาชีพเป็นนักธุรกิจหรือเจ้าของกิจการ มีรายได้ต่อเดือน 25,000 – 50,000 บาท เป็นผู้ที่มาใช้บริการสัปดาห์ละ 3 ครั้งขึ้นไป ผลการศึกษาระดับความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการของบริษัทหลักทรัพย์ไทยในจังหวัดเชียงใหม่

พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ มีความคาดหวังในระดับมากที่สุดลำดับแรก ได้แก่ พนักงานควรมีความซื่อสัตย์ และมีระดับความคาดหวังในระดับมากที่สุดลำดับแรกด้านการตอบสนอง ได้แก่ พนักงานควรทำงานได้อย่างรวดเร็ว ให้บริการลูกค้าได้ทันทีที่ต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ได้แก่ พนักงานควรมีความรู้ความสามารถในการให้บริการแก่ลูกค้า ด้านการดูแลเอาใจใส่ ได้แก่ พนักงานควรเข้าใจความต้องการของลูกค้า และด้านรูปลักษณ์ ได้แก่ บริษัทควรมีอุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานที่ทันสมัย สำหรับผลที่ได้รับจากการใช้บริการมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพโดยรวมในระดับมากที่สุด สำหรับปัจจัยในแต่ละด้าน มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดลำดับดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ ได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ ด้านการให้ความมั่นใจ ได้แก่ พนักงานสุภาพให้ความนับถือและเป็นมิตรกับลูกค้า ด้านการตอบสนอง ได้แก่ พนักงานเต็มใจช่วยเหลือและพร้อมให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าตลอดเวลา ด้านการดูแลเอาใจใส่ ได้แก่ พนักงานรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า ด้านรูปลักษณ์ ได้แก่ พนักงานของบริษัทแต่งกายสุภาพเรียบร้อย

**กรณีการ สุธสวัสถี (2552)** ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการบริการงานทะเบียน สำนักงานเขตบางแค กรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างคือประชาชนที่เข้ารับบริการงานทะเบียน สำนักงานเขตบางแค กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพการบริการงานทะเบียน สำนักงานเขตบางแค กรุงเทพมหานคร โดยรวมในระดับมากที่สุดลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านความมั่นใจ ด้านการสนองตอบลูกค้า ด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ ด้านความใส่ใจและการเข้าใจลูกค้า และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ โดยปัจจัยย่อยในแต่ละด้านมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดลำดับแรกดังนี้ ด้านความน่าไว้วางใจ (Reliability) ได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงตามข้อเท็จจริง ด้านความมั่นใจ (Assurance) ได้แก่ สำนักงานเขตมีความปลอดภัยในการให้บริการ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) ได้แก่ กิริยา มารยาทและการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ในฝ่ายทะเบียน ด้านความใส่ใจ และการเข้าใจลูกค้า (Empathy) ได้แก่ เจ้าหน้าที่เข้าใจในความต้องการเป็นอย่างดี ด้านการสนองตอบลูกค้า (Responsiveness) ได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้ความช่วยเหลือด้วยความเต็มใจ

**เสรี วงศ์ทวีลาภ (2552)** ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยคลองครุ จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบโดยรวมในระดับมากที่สุด เรียงลำดับคือ ด้านรับประกัน/การให้ความมั่นใจ ด้านรูปลักษณ์ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล สำหรับปัจจัยย่อยในแต่ละด้านมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดลำดับแรก ดังนี้ ด้านรูปลักษณ์ ได้แก่

พนักงานธนาคารมีการแต่งกายที่สุภาพและเรียบร้อย ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ได้แก่ พนักงานแสดงออกถึงความ ซื่อสัตย์ สุจริต โดยรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าและการนำ ข้อมูลนั้น มาใช้ในการบริการลูกค้า ด้านรับประกัน/การให้ความมั่นใจ ได้แก่ พนักงานให้บริการด้วยความ เป็นมิตร สุภาพและมีมารยาท ด้านการตอบสนองลูกค้า ได้แก่ มีระบบการให้บริการด้าน เงินฝาก สินเชื่อ และบริการต่างๆ ที่สะดวก รวดเร็ว ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ได้แก่ เวลาที่ธนาคารเปิดให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมและสะดวกสำหรับลูกค้า