

บทที่ 2

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สำหรับแนวความคิดที่นำมาประกอบในการศึกษาครั้งนี้ ใช้แนวความคิดที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า และแนวความคิดคุณภาพการบริการ(Service Quality) ซึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบที่สำคัญและปัจจัยย่อย 10 ประการที่จะเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจในการบริการ

ทฤษฎีและแนวคิด

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

Philip Kotler (2000 : 36) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นและเข้าใจ กับความคาดหวัง ดังนั้น ระดับความพอใจจึงเป็นปัจจัยของความแตกต่างระหว่างการทำงาน (ผล) ที่มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived Performance) และความคาดหวัง (Expectation) ระดับความพอใจสามารถแบ่งอย่างกว้างๆ เป็น 3 ระดับด้วยกัน กล่าวคือหากการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าย่อมเกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) หากการทำงานของผลิตภัณฑ์ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมมีความพึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังจะทำให้เกิดความประทับใจ (Delighted) มากยิ่งขึ้น

แนวคิดคุณภาพของการบริการ (Service Quality)

ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธา (2544 : 95) ได้กล่าวถึงแนวคิดในการประเมินคุณภาพของการบริการของ Parasuraman และคณะว่า ผลลัพธ์ที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่ลูกค้าได้รับเรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้” (Perceived Service Quality) ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบ “บริการที่ได้รับ” (Perceived Services) ซึ่งเกิดขึ้นหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการแล้วกับความคาดหวังต่อการบริการที่จะได้รับ (Expected Services)

โดย Parasuraman และคณะมีเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของบริการ แบ่งเป็น 5 เกณฑ์ ดังต่อไปนี้

1. ความไว้วางใจ/น่าเชื่อถือ (Reliability)
ความสามารถในการให้บริการในระดับหนึ่งที่ต้องการอย่างถูกต้อง (Accurate Performance) และไว้วางใจได้ (Dependable)
2. ความมั่นใจ (Assurance)
ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ (Competence) มีความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า (Courtesy) มีความซื่อสัตย์ และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ (Credibility) และความมั่นคงปลอดภัย (Security)
3. สิ่งที่สามารถจับต้องได้/รูปลักษณะ (Tangibles)
สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สภาพแวดล้อม เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ
4. ความใส่ใจ/การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)
ความสามารถในการเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย (Easy Access) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร (Good Communication) และเข้าใจลูกค้า (Customer Understanding)
5. การตอบสนองตอบลูกค้า (Responsiveness)
ความเต็มใจที่จะให้บริการทันที (Promptness) และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี (Helpfulness)

Parasuraman และคณะ (Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1994 : 201-230) ได้กำหนดเครื่องมือในการวัดระดับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ประกอบด้วย 22 รายการกระจายมาจาก 5 องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการคือ

รูปลักษณะ (Tangible) ประกอบด้วย

1. ความทันสมัยของอุปกรณ์
2. สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ
3. การแต่งกายของพนักงาน
4. เอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ

ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ประกอบด้วย

1. ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้
2. การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าและการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้า

3. การทำงานไม่ผิดพลาด
 4. การบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมใช้งานเสมอ
 5. การมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ
- การตอบสนอง(Responsiveness)ประกอบด้วย
1. มีระบบการให้บริการที่ให้บริการได้รวดเร็ว
 2. ความพร้อมของพนักงานในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ลูกค้า
 3. ความรวดเร็วในการทำงานของพนักงาน
 4. ความพร้อมของพนักงานในการให้บริการลูกค้าทันทีที่ต้องการ
- การให้ความมั่นใจ(Assurance)ประกอบด้วย
1. ความรู้ความสามารถของพนักงานในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ
 2. การสร้างความปลอดภัยและเชื่อมั่นในการรับบริการ
 3. ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน
 4. พฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการของธนาคาร
- การดูแลเอาใจใส่(Empathy)ประกอบด้วย
1. การให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละคนของพนักงานบริการ
 2. เวลาในการเปิดให้บริการให้ความสะดวกแก่ลูกค้า
 3. โอกาสในการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆของกิจการผู้รับบริการ
 4. ความสนใจลูกค้าอย่างแท้จริงของพนักงาน
 5. ความสามารถในการเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าอย่างชัดเจน

บททวนวรรณกรรม

พรพิไล โนจา (2544) ได้ทำการศึกษา และเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการรับฝากถอนด้วยระบบคิว ของธนาคารกรุงไทย (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการในระดับมากถึง 4 ด้านคือ ด้านสถานที่ พนักงาน อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงาน สำหรับปัญหาที่ลูกค้าพบเป็นเรื่องของระยะเวลาที่รอคิวนานเป็นอันดับหนึ่ง และรองลงมาเป็นเรื่องของพนักงาน รับฝากถอนให้บริการช้า

อรทัย เจริญธรรม (2545) ได้ทำการศึกษาในเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกพบว่าความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่จะมีการบริการยอดเยี่ยมพบว่าปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การไว้วางใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังในระดับมากที่สุด

ด้านความพึงพอใจในระดับมากทั้งในด้านของรูปลักษณ์ของธนาคาร ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความไว้วางใจ การดูแลเอาใจใส่ และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการ พบว่าปัญหาส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อย ยกเว้นปัญหาด้านไม่ได้รับความสะดวกเมื่อมาใช้บริการและจำนวนพนักงานไม่เพียงพอกับจำนวนผู้ใช้บริการจึงทำให้ต้องรอนานซึ่งพบในระดับปานกลาง

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University