

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัทหลักทรัพย์ไทยในจังหวัดเชียงใหม่ มีทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Concept) แนวคิดคุณภาพการบริการ (Service Quality Concept) และวรรณกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Concept)

แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (Kotler, 2000) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลซึ่งมีระดับความพึงพอใจที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบ การทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นและเข้าใจกับความคาดหวัง ดังนั้นระดับความพอใจจึงเป็นปัจจัยของความแตกต่างระหว่างการทำงานที่มองเห็นและความเข้าใจกับความคาดหวัง หากบุคคลเห็นและเข้าใจการทำงานของผลิตภัณฑ์ว่าต่ำกว่าความคาดหวัง จะส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) แต่หากระดับของการเห็นและเข้าใจการทำงานของผลิตภัณฑ์ว่าตรงกับความคาดหวังบุคคลนั้นจะเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) และถ้าผลที่ได้รับจากการทำงานของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าความคาดหวัง จะทำให้เกิดความประทับใจ (Delight) ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้า และประชาสัมพันธ์ถึงดีของผลิตภัณฑ์ต่อบุคคลอื่นต่อไป

แนวคิดคุณภาพการบริการ (Service Quality Concept)

แนวคิดคุณภาพการบริการ (Parasuraman; Zeithamal and Berry, 1994: 201-230) ได้กำหนดเครื่องมือในการวัดระดับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ประกอบด้วย 22 รายการ กระจายมาจาก 5 องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ คือ

1. รูปลักษณ์ (Tangible) ได้แก่ 1) ความทันสมัยของอุปกรณ์ 2) สภาพแวดล้อมของสถานที่บริการ 3) การแต่งกายของพนักงาน 4) เอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ
2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ได้แก่ 1) ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้ 2) การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า และการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการ

ลูกค้า 3) การทำงานไม่ผิดพลาด 4) การบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมือให้พร้อมใช้งานเสมอ
5) การมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ

3. การตอบสนอง (Responsiveness) ได้แก่ 1) มีระบบการบริการที่ให้บริการได้รวดเร็ว
2) ความพร้อมของพนักงานในการให้คำแนะนำปรึกษากับลูกค้า 3) ความรวดเร็วในการทำงานของพนักงาน 4) ความพร้อมของพนักงานในการบริการลูกค้าได้ทันทีที่ต้องการ

4. การให้ความมั่นใจ (Assurance) ได้แก่ 1) ความรู้ความสามารถของพนักงานในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ 2) การสร้างความปลอดภัยและเชื่อมั่นในการรับบริการ 3) ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน 4) พฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการของบริษัท

5. การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ได้แก่ 1) การให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละคนของพนักงาน 2) เวลาในการเปิดให้บริการความสะดวกแก่ลูกค้า 3) โอกาสในการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของกิจการผู้ให้บริการ 4) ความสนใจลูกค้าอย่างแท้จริงของพนักงาน 5) ความสามารถในการเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าอย่างชัดเจน

บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ธีระ เศรษฐเสถียร (2539) ได้ทำการศึกษาเรื่องการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนรายย่อยในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักลงทุนรายย่อยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 26 ถึง 45 ปี มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป เหตุผลสำคัญที่นักลงทุนตัดสินใจในการลงทุน คือต้องการเข้ามาเก็งกำไรจากส่วนต่างของราคาหุ้น และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนคือ ภาวะเศรษฐกิจ ผลประกอบการของบริษัทจดทะเบียน การเมือง และปัจจัยทางเทคนิคตามลำดับ โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่นักลงทุนนิยมลงทุน ได้แก่ กลุ่มเงินทุนหลักทรัพย์ กลุ่มธนาคาร กลุ่มสื่อสาร และกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ ตามลำดับ

พรพิไล โนจา (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการรับฝาก-ถอนด้วยระบบคิวของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าโดยเฉลี่ยลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับดีมากที่สุดต่อบัญชีทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ สถานที่ พนักงาน อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงาน สำหรับปัญหาของลูกค้าที่พบต่อการให้บริการรับฝาก-ถอนเป็นปัญหาเรื่องระยะเวลาที่คอยในคิวนาน เป็นอันดับหนึ่ง พนักงานให้บริการเข้าเป็นอันดับสอง และการวางผังของระบบคิวไม่ดีเป็นอันดับสาม สำหรับปัญหาของพนักงานที่พบ ได้แก่ การขาดความกระตือรือร้น และขาดความเอาใจใส่ในการให้บริการ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ไม่ดี และพนักงานขาดความรู้ในการบริการและงานที่เกี่ยวข้อง สำหรับด้านอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน พบว่าไม่เพียงพอ และ

ด้านสถานที่ มีปัญหาที่นักรอรับบริการไม่เพียงพอ บรรยากาศในที่ธนาคารไม่ดี พื้นที่ภายในไม่สะดวก

เพียงใจ สุขะคุณ (2543) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมในการเลือกโบรกเกอร์ และการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ณ ห้องค้าจังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักลงทุนส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 ถึง 45 ปี เหตุผลสำคัญของนักลงทุนที่เข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพื่อต้องการกำไรจากการซื้อขาย และการพิจารณาเลือกโบรกเกอร์จะพิจารณาข้อมูลข่าวสารของ โบรกเกอร์เป็นสำคัญ การวิเคราะห์เพื่อตัดสินใจลงทุนจะอาศัยปัจจัยหลักในการพิจารณาคือ ฐานะทางการเงินของบริษัทมากที่สุด นักลงทุนทั่วไปจะสนใจลงทุนในหลักทรัพย์กลุ่มสื่อสาร ธนาคารพลังงาน และเงินทุนหลักทรัพย์ ตามลำดับ

ภัทรินันท์ อมฤตธรรม (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องการแข่งขันของธุรกิจหลักทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีทรัพยากรที่ใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้าใกล้เคียงกัน ดังนั้นบริษัทหลักทรัพย์ ผู้เข้ามาใหม่ที่ต้องการแย่งส่วนแบ่งตลาดจากบริษัทหลักทรัพย์เดิมต้องนำกลยุทธ์การแข่งขันมาใช้ และบริษัทหลักทรัพย์เดิมต้องนำกลยุทธ์การแข่งขันมาใช้เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดของตนไว้เช่นกัน ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่การตลาดต่างก็ใช้กลยุทธ์ทางการตลาด คือ กลยุทธ์ด้านสินค้าและบริการ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านส่งเสริมการขายโดยพบว่า การใช้กลยุทธ์ด้านราคาโดยการลดอัตราค่าคอมมิชชั่น มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ของกลุ่มแข่งขัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved