บทที่ 2
ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการให้บริการรับชำระเงินของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดลำพูน มีแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Concept)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของลูกค้า หรือระหว่างการรับรู้กับการคาดหวังของลูกค้าต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ

ระดับความพึงพอใจของลูกค้า เกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากการบริการกับความคาดหวังของบุคคล ซึ่งความคาดหวังดังกล่าวนั้นเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของแต่ละบุคคล อาทิ จากเพื่อน จากนักการตลาด หรือจากข้อมูลคู่แข่งขัน เป็นต้น ฉะนั้นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้ให้บริการประสบความสำเร็จก็คือการเสนอบริการที่มีผลประโยชน์สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าผู้ใช้บริการ โดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจรวมสำหรับลูกค้า ส่วนผลประโยชน์จากการบริการเกิดจากการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) เกิดจากการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่าง ๆ ของผู้ให้บริการโดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม เกิดจากการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันของการบริการ โดยให้บริการที่แตกต่างจากคู่แข่งขัน และความแตกต่างนั้นต้องมีคุณค่าในสายตาของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ ซึ่งอาจเป็นความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากร และด้านภาพลักษณ์ ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า

แนวคิดของการบริการ

อรชร มณีสงฆ์ (2539) กล่าวไว้ว่า บริการ (Services) เป็นกิจกรรม ที่จะสนองความต้องการแก่ลูกค้าหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า บริการมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น หรือเกิดความรู้สึก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้น ผู้ให้บริการจะให้ผู้บริโภครับรู้ได้โดยอาศัยเครื่องมือต่างๆ เช่น สถานที่ (Place) ราคา (Price) พนักงาน (People) เครื่องมือเครื่องใช้ (Equipment) ชื่อ-สัญลักษณ์ (Symbols)

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) เนื่องจากบริการต้องการความร่วมมือทั้งสองฝ่าย การผลิตและการบริโภคมักเกิดขึ้นพร้อมๆ กัน เช่น การสอนหนังสือ การให้คำปรึกษาของจิตแพทย์ ดังนั้นจึงไม่สามารถแบ่งแยกได้ แต่ผู้ประกอบธุรกิจบริการ อาจนำกลยุทธ์การตลาด เช่น ให้บริการแก่กลุ่มคนใหญ่ขึ้น ใช้เครื่องมือทันสมัย เพื่อลดเวลาในการให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละคนลง

3. ไม่แน่นอน (Variability) ผลของการบริการมักไม่แน่นอน เพราะขึ้นอยู่กับเวลา และอารมณ์ของผู้ให้บริการ แต่อย่างไรก็ตามผู้ผลิตสามารถควบคุมคุณภาพของบริการได้โดยการคัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานและเน้นการรับฟังข้อคิดเห็นของลูกค้าแล้วปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการต่างๆ จะมีลักษณะพิเศษ อีกประการหนึ่งก็คือ จะต้องมีการผลิต และบริโภคที่จุดนั้นๆ เลย จะจัดเก็บไว้เป็นสินค้าคงคลังไม่ได้ เช่น รถเมล์ช่วงโรงเรียนเลิก โรงแรมในเชียงใหม่ช่วงสงกรานต์ ดังนั้น กิจการต้องจัดการด้านความต้องการ (Demand) ให้เหมาะสมในแต่ละโอกาส เช่น ตั้งราคาแตกต่างกันตามเวลา ใช้ระบบนัดหมาย หรือจองล่วงหน้า โดยมีการจัดการด้าน Supply ควบคู่ไปด้วย เช่น เพิ่มพนักงานชั่วคราว กำหนดวิธีการทำงานในช่วงงานมาก ให้ผู้บริโภคช่วยตัวเองมากขึ้น

แนวคิดคุณภาพของการบริการ (Service Quality)

คุณภาพการให้บริการ เป็นการรักษาระดับบริการให้เหนือคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่ลูกค้าต้องการจะได้รับจากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก และจากการโฆษณาลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับสิ่งที่เข้าต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) ในรูปแบบที่ต้องการ (How) การศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ โดยทั่วไปลูกค้าจะพิจารณาถึงคุณภาพของการใช้บริการ ซึ่ง ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2544: 95) ได้กล่าวถึงแนวคิดในการประเมินคุณภาพของการบริการของ Parasuraman และ คณะ ไว้ว่า ผลลัพธ์ที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่ลูกค้าได้รับเรียกว่า "คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้" (Perceived Service Quality) ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าเปรียบเทียบ "บริการที่ได้รับ"

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

(Perceived Services) ซึ่งเกิดขึ้นหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการแล้วกับความคาดหวังต่อบริการที่จะได้รับ (Expected Services)

โดย Parasuraman และคณะมีเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของบริการ แบ่งเป็น 5 เกณฑ์ดังนี้

1. ความไว้วางใจ/ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความสามารถในการให้บริการในระดับหนึ่งที่ต้องการอย่างถูกต้อง (Accurate Performance) และไว้วางใจ (Dependable)

2. ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ (Competence) มีคุณภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า (Courtesy) มีความซื่อสัตย์และมีความสามารถในการสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า (Credibility) และมีความมั่นคงปลอดภัย (Security)

3. สิ่งที่สามารถจับต้องได้/รูปลักษณ์ (Tangibles) หมายถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สภาพแวดล้อม เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ

4. ความใส่ใจ/ความดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ความสามารถในการเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย (Easy Access) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร (Good Communication) และเข้าใจลูกค้า (Customer Understanding)

5. ความเต็มใจที่จะให้บริการทันที (Promptness) และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี (Helpfulness)

Parasuraman และ คณะ (1994, อ้างใน ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา ,2544 : 25) ได้กล่าวถึงการกำหนดเครื่องมือในการวัดระดับคุณภาพการให้บริการ(Service Quality) ประกอบด้วย 22 รายการ กระจายมาจาก 5 องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการคือ

รูปลักษณ์ (Tangibles) ประกอบด้วยความทันสมัยของอุปกรณ์ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การแต่งกายของพนักงาน และเอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการ

ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ประกอบด้วย ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้ การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าและการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้า การทำงานไม่ผิดพลาด การบำรุงรักษาเครื่องมืออุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานเสมอ และการมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ

การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ประกอบด้วย มีระบบการให้บริการที่บริการได้รวดเร็ว ความพร้อมของพนักงานในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ลูกค้า ความรวดเร็วในการทำงานของพนักงาน และความพร้อมของพนักงานในการให้บริการลูกค้าทันทีที่ต้องการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การให้ความมั่นใจ (Assurance) ประกอบด้วย ความรู้ความสามารถของพนักงานในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ การสร้างความปลอดภัยและเชื่อมั่นในการรับบริการ ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน และพฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ

การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ประกอบด้วย การให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละคนของพนักงานที่ให้บริการ เวลาในการเปิดให้บริการให้ความสะดวกแก่ลูกค้า โอกาสในการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆของผู้ใช้บริการ ความสนใจลูกค้าอย่างแท้จริงของพนักงาน และความสามารถในการเข้าใจลูกค้าความต้องการเฉพาะของลูกค้าอย่างชัดเจน

นอกจากนี้ วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539: 16-17) กล่าวว่า ปัจจัยทางด้านคุณภาพของการบริการ (Service Quality) อาจแตกต่างกันในแต่ละครั้ง ขึ้นอยู่กับ ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ระดับความสามารถของการบริการในการบำบัดความต้องการของผู้ใช้บริการ และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหลังจากรับบริการไปแล้ว

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ดำรงศักดิ์ ตันรัตนกุล (2537) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อการให้บริการของการไฟฟ้าจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจ และปัญหาของผู้ใช้ไฟฟ้าในการให้บริการของการไฟฟ้า จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ใช้ไฟฟ้าในเขตความรับผิดชอบของการไฟฟ้าจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย จำแนกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่อยู่อาศัย ธุรกิจ และอุตสาหกรรม จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้า สามารถสรุปได้ว่า ผู้ใช้ไฟฟ้าทั้ง 3 ประเภทมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางต่อการใช้บริการของการไฟฟ้าจังหวัดเชียงใหม่ ในด้านความรวดเร็วในการชำระค่าไฟฟ้าที่สำนักงานการไฟฟ้า ด้านการอำนวยความสะดวก ได้แก่ การติดต่อที่สำนักงาน การติดต่อทางโทรศัพท์ การชำระเงินค่าไฟฟ้าผ่านธนาคาร และการที่พนักงานหรือตัวแทนไปจัดเก็บเงินค่าไฟฟ้าตามบ้าน ด้านการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับองค์กรและการดำเนินการให้บริการต่าง ๆ ด้านมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ ด้านความเต็มใจของพนักงานที่ให้บริการ ตลอดจนด้านกิริยาและวาจาสุภาพของพนักงานที่ให้บริการ สำหรับผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาของผู้ใช้ไฟฟ้า สรุปได้ว่าผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทที่อยู่อาศัยมีปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการขยายเขตไฟฟ้าฟ้าต้องมีค่าใช้จ่ายสูง ส่วนผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทธุรกิจมีปัญหาด้านการขอใช้กระแสไฟฟ้าแล้วได้ใช้กระแสไฟฟ้าล่าช้า ขณะที่ผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทอุตสาหกรรมมีปัญหาค่ากระแสไฟฟ้าแพง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กมลชนก วิชัยสืบ (2542) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการต่อการบริการไฟฟ้าของผู้ใช้ไฟฟ้าในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือและสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ จังหวัดลำพูน จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า มีการตอบสนองต่อการร้องเรียนของผู้ใช้ไฟฟ้าเกี่ยวกับการแจ้งค่าไฟฟ้าและการชำระค่าไฟฟ้าอยู่ในระดับน้อย ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้ร้องเรียนต้องการให้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีการตอบสนองภายใน 15 วัน ในเรื่องการอ่านหน่วยและส่งใบแจ้งค่าไฟฟ้า โดยต้องการได้รับใบแจ้งค่าไฟฟ้าก่อนกำหนดชำระเงิน 15 วัน ส่วนใหญ่ต้องการให้มีการกำหนดให้มีการชำระเงินอยู่ในสัปดาห์ที่ 2 ของเดือน โดยชำระผ่านธนาคารและใช้เช็คในการชำระ อีกทั้งเสนอวิธีการจูงใจให้ชำระเงินโดยให้ส่วนลดเมื่อมีการชำระก่อนกำหนด

อรพินธ์ เลิศทำนองธรรม (2546) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการบริการรับชำระเงินค่าไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยและกิจการขนาดเล็ก จำนวน 321 ราย โดยจำแนกเป็นผู้ใช้ไฟฟ้าที่ชำระเงินค่าไฟฟ้าโดยวิธีไม่โอนหักบัญชีเงินฝากธนาคารจำนวน 280 ราย และผู้ใช้ไฟฟ้าที่ชำระเงินค่าไฟฟ้าโดยวิธีโอนหักบัญชีเงินฝากธนาคารจำนวน 41 ราย กลุ่มผู้ใช้ไฟฟ้าที่ชำระเงินค่าไฟฟ้าโดยไม่หักบัญชีเงินฝากธนาคาร มีผลการศึกษาดังนี้

1. ผู้ใช้ไฟฟ้าที่ชำระค่าไฟฟ้าผ่านตัวแทนเก็บเงิน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการชำระเงินค่าไฟฟ้าด้านการเข้าถึงลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถ ด้านความมีน้ำใจ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความปลอดภัย ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก รวมทั้งด้านการเข้าถึงจิตใจและรู้จักลูกค้า ในระดับมากทุกด้าน

2. ผู้ใช้ไฟฟ้าที่ชำระค่าไฟฟ้าที่สำนักงานการไฟฟ้า มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการรับชำระเงินค่าไฟฟ้าในด้านการเข้าถึงลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถ ด้านความมีน้ำใจ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความไว้วางใจ ด้านความปลอดภัย รวมทั้งด้านการเข้าถึงจิตใจและรู้จักลูกค้า ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจด้านการตอบสนองลูกค้า และการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ในระดับปานกลาง

3. ผู้ใช้ไฟฟ้าที่ชำระค่าไฟฟ้าผ่านจุดบริการรับชำระเงินเคาน์เตอร์เซอร์วิส มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการรับชำระเงินค่าไฟฟ้าในด้านการเข้าถึงลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความปลอดภัย ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก รวมทั้งด้านการเข้าถึงจิตใจและรู้จักลูกค้า ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจด้านความสามารถ และด้านความมีน้ำใจ ในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สำหรับกลุ่มผู้ใช้ไฟฟ้าที่ชำระค่าไฟฟ้าโดยหักบัญชีเงินฝากธนาคาร มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการรับชำระเงินค่าไฟฟ้าในด้านการเข้าถึงลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความสามารถ ด้านความมีน้ำใจ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความปลอดภัย ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก รวมทั้งด้านการเข้าถึงจิตใจและรู้จักลูกค้า ในระดับมากทุกด้าน

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (2548ข) ได้กำหนดวิสัยทัศน์และแนวคิดในการบริหารจัดการและพัฒนา กฟภ. ไว้ดังนี้ ในด้านวิสัยทัศน์กำหนดไว้ว่า กฟภ. เป็นองค์กรชั้นนำในภูมิภาคอาเซียนด้านธุรกิจการให้บริการพลังงานไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพปลอดภัย เชื่อถือได้ สร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าทั่วประเทศ และกำหนดแนวคิดในการบริหารจัดการและพัฒนาในด้านการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว หลากหลาย เสมอภาค ยุติธรรม ทั่วถึงและตรงตามความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ได้กำหนดแนวคิดไว้ดังนี้ มุ่งเน้นการให้บริการที่ลูกค้าพึงพอใจ โดยพนักงานทุกคนตระหนักว่า "การให้บริการที่ลูกค้าพึงพอใจ" เป็นเป้าหมายสูงสุดที่ต้องประกอบด้วย ความสุภาพ อ่อนน้อม ซื่อสัตย์ เสมอภาค ถูกต้อง ยุติธรรม สะดวก รวดเร็ว ทันเวลา (On Time Delivery) สำหรับลูกค้าทั้งภายในและภายนอก รวมทั้งปรับปรุงการชำระเงินค่ากระแสไฟฟ้าของลูกค้าโดยจัดทำระบบส่งใบเสร็จรับเงินไปยังลูกค้าทางไปรษณีย์ ซึ่งลูกค้าสามารถไปชำระเงินได้ที่ธนาคารหรือจุดบริการรับชำระเงิน ตามศูนย์การค้าหรือร้านสะดวกซื้อ และปรับปรุงใบเสร็จรับเงินเป็นระบบ Bar-code ขณะเดียวกันได้พิจารณานำมิเตอร์ไฟฟ้าชนิดใช้บัตรเติมเงิน ทำนองเดียวกับการ์ดโฟนหรือบัตรโทรศัพท์ มาติดตั้งตามความต้องการของลูกค้าตามบ้านและอาคารชุดซึ่งลูกค้ามิได้พักอาศัยประจำ รวมทั้งเปิดบริการสอบถามข้อมูลการใช้ไฟฟ้า การแจ้งกระแสไฟฟ้าขัดข้อง และการขอรับบริการต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ต และทางโทรศัพท์ (Call Center) หมายเลขเดียวทั่วประเทศคือ 1129 นอกจากนี้แล้วในด้านการพัฒนาองค์กรและการจัดการ ได้พัฒนาปรับเปลี่ยนขีดความสามารถของพนักงานเพื่อเพิ่มศักยภาพให้มากขึ้นจากการเรียนรู้ ฝึกอบรม และการส่งเสริม สนับสนุนการทำงานเป็นทีม ดูแลให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจดี สร้างบรรยากาศการทำงานที่อบอุ่น เป็นผลให้พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved