

## บทที่ 2

### ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### ทฤษฎีและแนวคิด

##### แนวคิดความพึงพอใจ (Satisfaction)

Kotler (2000:36) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลซึ่งมีระดับความพึงพอใจที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นและเข้าใจกับความคาดหวัง ดังนั้น ระดับความพอใจ จึงเป็นปัจจัยของความแตกต่างระหว่างการทำงานที่มองเห็นและความเข้าใจกับความคาดหวังหากบุคคลเห็นและเข้าใจการทำงานของผลิตภัณฑ์ว่าต่ำกว่า ความคาดหวังจะส่งผลให้บุคคลนี้เกิดความไม่พอใจ (Dissatisfaction) แต่หากระดับของการเห็นและความเข้าใจของผลิตภัณฑ์ว่าตรงกับความคาดหวังบุคคลนั้น จะเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) และถ้าผลที่ได้รับจากการทำงานของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าความคาดหวังจะทำให้เกิดความประทับใจ (Delight) ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้า และ ประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งดีของผลิตภัณฑ์ต่อบุคคลอื่นต่อไป

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อรุรยา (2547) ได้กล่าวถึงแนวคิดความพึงพอใจของลูกค้าว่า ความพึงพอใจของลูกค้า จะเกิดจากประสบการณ์จากการให้บริการอย่างเต็มที่จนสุดความสามารถลูกค้าจะรู้สึกว่าคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ ความพึงพอใจสำหรับการบริการนั้นสร้างได้ยากกว่าสินค้าเนื่องจากคุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งที่พัฒนามาแล้วอยู่นิ่งไม่เปลี่ยนแปลง แต่คุณภาพการบริการขึ้นกับพนักงาน ซึ่งแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์ และสถานการณ์ต่าง ๆ หรือลูกค้าที่มาใช้บริการบางรายอาจมีความต้องการเฉพาะที่มากเกินไปจนความต้องการที่พนักงานจะให้บริการได้อย่างเต็มที่ จึงทำให้เกิดความไม่พอใจ ดังนั้น ปัจจัยหลักในการสร้างความพึงพอใจมี 3 ประการ ดังนี้

1. ผู้รับบริการมีความต้องการและความคาดหวังสำหรับการบริการที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน รวมทั้งความต้องการนั้นยังเปลี่ยนไปสำหรับการบริการแต่ละครั้ง เช่น คนที่นัดแผนโบราณ ในครั้งแรกย่อมต้องการการนวดที่ไม่แรงนัก แต่การนวดครั้งต่อไปต้องแรงขึ้น

2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นผลจากความรู้ ความสามารถ ความพร้อมในด้านร่างกายและอารมณ์ ในขณะที่ให้บริการของผู้ให้บริการ รวมถึงความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน

3. สภาพแวดล้อมอื่นๆ ตัวอย่าง เช่น อากาศ แสงแดด เก้าอี้ โต๊ะ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับประทานอาหาร หรือเข้ามาใช้บริการในสถานที่ที่มาใช้บริการ ยิ่งไปกว่านั้น ความพึงพอใจของลูกค้ายังมีผลจากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการด้วย แถวที่ยาวเหยียดของ

ธนาคารในวัณศูร์ย้อมสร้าความไม่ยอกใช้บริการ หรือหากจำเป็นต้องใช้บริการธนาคารในวัณ นั้นลูกค้าจะมีแนวโนมของความไม่พอใจสูงกว้าปกติ สิ่งที่ทำได้อือ ต้องจัดการแถวอย่างมี ประสิทธิภาพ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด อือ แถวในธนาคารซึ่งได้รับการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

### แนวคิถเกี่ยวกับคุณภาพบริการ (Service Quality Concept)

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) ได้กล่าวถึงแนวคิถในการวัดคุณภาพของการ ให้บริการ (Berry et al.1985; Zeithaml and Bitner,1996) ว่า ในการวัดคุณภาพของการ ให้บริการ ลูกค้าจะวัดจากองค์ประกอบของคุณภาพการ ให้บริการ และ ผลลัพธ์ที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมิน คุณภาพของการบริการที่ลูกค้าได้รับเรียกว้า คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Service Quality) ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบ บริการที่คาดหว้า (Expected Services) กับ บริการที่รับรู้ (Perceived Service) ซึ่งก็คือ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขารับบริการแล้วนั่นเอง ในการวัดคุณภาพของการ ให้บริการลูกค้า จะวัดจากองค์ประกอบของคุณภาพในการ บริการ ซึ่งมี 5 ข้อ ได้แก่

1. สิ่งที่สามารถสัมผัสได้ (Tangibles) ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ อุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เถาน์เตอร้าให้บริการ ที่จอครถ ห้องน้ำ รวมทั้งการแต่งกาย ของพนักงาน

2. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) เป็นความสามารถในการมอบบริการเพื่อ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามสัญญา หรือควรจะเป็นอย่างถูกต้องและตรงตาม วัตถุประสงค์ของบริการ เช่น ธนาคารต้องรักษาเงินในสมุดบัญชีให้อยู่ครบทุกบาททุกสตางค์

3. ความรวดเร็ว ในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) เป็นความรวดเร็วและ ตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าโดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนาน เห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับ ให้การช่วยเหลือ

4. การรับประกัน/ความมั่นใจ (Assurance) เป็นการรับประกันว่าพนักงานที่ ให้บริการ มีความรู้ ความสามารถ และความสุภาพ

5. การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) เป็นการดูแลเอาใจใส่การ ให้บริการอย่างตั้งอกตั้งใจ เน้นการ ให้บริการและการแก้ปัญหาลูกค้าเป็นรายบุคคล

Parasuraman และคณะ (Parasuraman, Zeithaml and Berry,1994) ได้กำหนดเครื่องมือ ในการวัดคุณภาพการ ให้บริการ (Service Quality) ประกอบด้วย 22 รายการ อือ

#### รูปลักษณะ (Tangibles) ประกอบด้วย

1. ความทันสมัยของอุปกรณ์

2. สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ
3. การแต่งกายของพนักงาน
4. เอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ

ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) ประกอบด้วย

1. ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้
2. การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าและการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้า
3. การทำงานไม่ผิดพลาด
4. การบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมใช้งานเสมอ
5. การมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ

การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ประกอบด้วย

1. มีระบบการให้บริการที่ให้บริการได้รวดเร็ว
2. ความพร้อมของพนักงานในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ลูกค้า
3. ความรวดเร็วในการทำงานของพนักงาน
4. ความพร้อมของพนักงานในการให้บริการลูกค้าทันทีที่ต้องการ

การรับประกัน/ความมั่นใจ (Assurance) ประกอบด้วย

1. ความรู้ความสามารถของพนักงานในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ
2. การสร้างความปลอดภัยและเชื่อมั่นในการรับบริการ
3. ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน
4. พฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการของธนาคาร

การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) ประกอบด้วย

1. การให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละคนของพนักงานบริการ
2. เวลาในการเปิดให้บริการและให้ความสะดวกแก่ลูกค้า
3. โอกาสในการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของกิจการ
4. ความสนใจลูกค้าอย่างแท้จริงของพนักงาน
5. ความสามารถในการเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าชัดเจน

### บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

อรทัย เชิดชูธรรม (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของ ธนาคารพาณิชย์ ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 402 คน ส่วนใหญ่เป็น เพศชาย อายุ ระหว่าง 21-25 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ ธนาคารพาณิชย์ ด้านความน่าเชื่อถือ ธนาคารมีการเก็บข้อมูลของลูกค้าไว้เป็นอย่างดีและสามารถ นำมาใช้ในการให้บริการอยู่ตลอดเวลา ด้านการให้ความไว้วางใจ ธนาคารต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้อง เพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นและรู้สึกปลอดภัยเมื่อมาใช้บริการ ด้านรูปลักษณ์ พนักงานธนาคารที่บริการ แต่งการประณีตและดูดี ด้านการดูแลเอาใจใส่ พนักงานธนาคารที่ยอดเยี่ยมต้องให้ความสนใจและ เอาใจใส่ลูกค้าทุกคน ด้านการตอบสนอง พนักงานพร้อมให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้ตลอดเวลา เป็น ลำดับแรก และปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร โดยรวมในระดับมาก ปัญหาในการใช้บริการ คือ จำนวนพนักงานไม่เพียงพอกับจำนวน ผู้ใช้บริการ

จิราภรณ์ พลสุวดี (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพ บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา : สังกัดภาคนครหลวง 4 พบว่าผู้ตอบ แบบสอบถาม จำนวน 400 คน ส่วนเป็น เพศหญิง อายุ ระหว่าง 21-30 ปี มีความพึงพอใจต่อคุณภาพ บริการ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ พนักงานแสดงออกถึงความซื่อสัตย์สุจริต ด้านการให้ ความมั่นใจ พนักงานธนาคารให้บริการด้วยความเป็นมิตร ด้านการตอบสนองลูกค้า พนักงานที่ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ พนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างใกล้ชิด ด้านรูปลักษณ์ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี และปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อความพึง พอใจคุณภาพบริการในด้านการให้ความมั่นใจและด้านการตอบสนอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

กัลยา แจ่มแจ้ง (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี พบว่าผู้ตอบ แบบสอบถาม จำนวน 400 คน มีความพึงพอใจโดยรวมระดับมาก ด้านอาคารสถานที่ ลูกค้ามีความ พึงพอใจในระดับน้อย คือ ธนาคารตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางมาได้สะดวกและสถานที่จอดรถสะดวก และเพียงพอ ด้านพนักงานลูกค้ามีความพึงพอใจ มากที่สุด คือ พนักงานมีความรู้ ความสามารถและ ความเชี่ยวชาญในการให้บริการ ด้านข้อมูลข่าวสาร ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากคือข้อมูล ของธนาคารมีความทันสมัย ถูกต้องและน่าเชื่อถือ และลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับน้อยคือ การเผยแพร่ข้อมูลของธนาคารทันเวลา ทันต่อความต้องการ ด้านการให้บริการ ธนาคารมีเครื่องมือ และอุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย และพร้อมที่จะใช้งานอยู่ตลอดเวลา