

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าชาวญี่ปุ่นที่มีต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมกิงรอยัลการ์เด้นทออินน์ ถนนสีลม กรุงเทพมหานคร มีแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดความพึงพอใจ (Customer Satisfaction)

สิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) เป็นการรับรู้ของบุคคลต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สัมพันธ์กับความหวังของพวกเขา (Schiffman and Kanuk, 2007: G-2) หรือเป็นความรู้สึกของบุคคล (ลูกค้า) ว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า (Kotler and Keller, 2009: 164)

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของบริการ (Service Quality Dimensions)

คุณภาพของการบริการ (กฤษณา รัตนพฤกษ์, 2548: 182-183) สำหรับการดำเนินงานการตลาดบริการ นักการตลาดต้องมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับ คุณภาพของการบริการ (Service Quality) เพื่อที่ทำให้ลูกค้าผู้รับบริการได้รับความพอใจ และกลับมาใช้บริการอีก คุณภาพของการบริการเป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อทั้งลูกค้าและผู้ให้บริการทุกวันนี้อะไรก็ตามที่หลายต่างก็ใช้คุณภาพเป็นเครื่องมือเพื่อให้ได้เปรียบทางด้านการแข่งขันในการประเมินเรื่องคุณภาพของการให้บริการนั้นได้กำหนดมาตรฐานหรือแนวทางที่ผู้บริโภคใช้ประเมินคุณภาพของการบริการไว้ดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) : ความสามารถในการบริการตามที่สัญญาไว้
ไว้อย่างน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้และถูกต้อง

- ให้บริการตามที่สัญญาไว้กับลูกค้า
- บริการอย่างถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรก
- ปฏิบัติงานเสร็จตามเวลาที่กำหนด
- มีความถูกต้องด้านการรับชำระเงิน การบันทึกข้อมูลลูกค้า

2. การตอบสนองลูกค้าทันที (Responsiveness): ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและให้บริการโดยทันที

- ให้บริการทันตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ
- ให้บริการอย่างรวดเร็ว
- มีความพร้อมในการให้บริการ
- เอาใจใส่ต่อปัญหาของลูกค้า
- ส่งเอกสารหรือโทรศัพท์กลับไปยังลูกค้าโดยเร็ว

3. การทำให้ลูกค้ามั่นใจ (Assurance) : พนักงานมีความรู้ มีอรรถาศัยและมีความสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่น

- พนักงานมีความรู้และทักษะในการให้บริการ
- กิจการมีชื่อเสียงไว้วางใจได้

4. การเข้าใจลูกค้า (Empathy) : การเอาใจใส่ และให้ความใส่ใจกับลูกค้าเป็นรายบุคคล

- เรียนรู้และเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า
- ให้ความสนใจกับลูกค้าเป็นรายบุคคล
- รู้จักและจำลูกค้าประจำได้
- มีอรรถาศัย สุภาพ และเป็นมิตร

5. การเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) : สิ่งนำเสนอทางการกายภาพของบริการ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่ปรากฏ เครื่องมือ บุคลากร และวัสดุสื่อสารต่างๆ

- บุคคลิกที่ปรากฏและการแต่งการของบุคลากร
- เครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ
- การออกแบบตกแต่งอาคารสถานที่
- วัสดุสื่อสาร เช่น นามบัตร รายงานประจำปี
- ลูกค้าอื่นที่ให้บริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงคุณภาพการบริการ (Recommendations for improving service quality)

Berry, Parasuraman, และ Zeithaml (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) ได้นำเสนอทฤษฎี 10 ประการ ซึ่งมีความสำคัญในการปรับปรุงคุณภาพการบริการดังนี้

1. การรับฟัง (Listening) การเข้าใจลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างแท้จริงด้วยการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ของ(ลูกค้าและผู้ที่ไม่ได้เป็นลูกค้า เช่น ระบบข้อมูลที่มีคุณภาพด้านการบริการ

2. ความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของคุณภาพการบริการและจะต้องเป็นสิ่งแรกของการบริการ

3. กรบริการพื้นฐาน (Basic service) บริษัทบริการจะต้องให้บริการพื้นฐาน ทำในสิ่งที่จำเป็นต้องทำด้วยการรักษาสัญญา มีสามัญสำนึก ฟังลูกค้า ให้ข้อมูลลูกค้า และตั้งใจที่จะส่งมอบคุณค่าสู่ลูกค้า

4. การออกแบบบริการ (Service design) พัฒนาทักษะด้านการบริการโดยรวม ขณะเดียวกันก็มีการบริหารรายละเอียดต่าง ๆ ด้วย

5. การทำให้ดีขึ้น (Recovery) เพื่อให้ลูกค้าพอใจ ในการแก้ปัญหาด้านการบริการ บริษัทบริการควรกระตุ้นลูกค้าให้ร้องทุกข์ (ทำให้การร้องทุกข์เป็นเรื่องง่าย) มีการตอบสนองอย่างรวดเร็วและเป็นการส่วนตัวและพัฒนาระบบการแก้ปัญหา

6. การทำให้ลูกค้าประหลาดใจ (Surprising customers) ความเชื่อถือได้เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการทำให้เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวัง

7. การมีการตัดสินอย่างยุติธรรม (Fair play) บริษัทบริการจะต้องมีความยุติธรรมต่อลูกค้าและพนักงาน

8. การทำงานเป็นทีม (Teamwork) การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งสำคัญขององค์กรใหญ่ ในการส่งมอบบริการด้วยการดูแล มีการจูงใจและสร้างขีดความสามารถ

9. การวิจัยพนักงาน (Employee research) นักการตลาดควรมีการวิจัยกับพนักงาน เพื่อศึกษาปัญหาการบริการและสิ่งที่ยุติธรรมที่บริษัทจะต้องแก้ปัญหา

10. ภาวะผู้นำด้านการบริการ (Service leadership) คุณภาพการบริการมาจากการสร้างภาวะผู้นำให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กรด้วยการออกแบบระบบการบริการที่คิดการใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพการเปลี่ยนอย่างช้า ๆ การมีวิสัยทัศน์ การมีแรงผลักดันที่มีอำนาจ ซึ่งแรงผลักดันภายในจะเรียกว่า “วัฒนธรรมบริษัท”

บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สมศิริ นิสิตศิริ (2548) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรม ดิ อินเตอร์เนชั่นแนล เชียงใหม่ โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ จำนวน 140 รายเป็นชาวไทย 70 ราย และต่างประเทศ 70 รายจากแบบสอบถามแล้ว โดยศึกษาความคาดหวัง ก่อนรับบริการและหลังรับบริการ ผลการศึกษาพบว่าความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรมดิอินเตอร์เนชั่นแนลเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดใน ระดับมาก พบว่า ด้านการเข้าถึงลูกค้า ได้แก่ การเช็คอิน เช็คเอาท์ ลูกค้าไม่ต้องคอยนาน ด้านการ ติดต่อสื่อสาร ได้แก่ พนักงานเคาน์เตอร์โรงแรมที่ให้บริการใช้คำพูดที่สุภาพ ด้านความสามารถ ได้แก่ พนักงานเคาน์เตอร์โรงแรมที่ให้บริการ มีความชำนาญ ปฏิบัติงานได้ถูกต้องรวดเร็ว ด้าน ความมีน้ำใจ พนักงานโรงแรมที่ให้บริการ แสดงการต้อนรับลูกค้าด้วยรอยยิ้ม ท่าที่อ่อนโยน และเป็นมิตร ด้านความน่าเชื่อถือ ได้แก่ พนักงานโรงแรมที่ให้บริการมีความซื่อสัตย์ อดทนและ รับผิดชอบพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้า ด้านความไว้วางใจ ได้แก่ มีหลักฐานการรับเงินที่ถูกต้อง ชัดเจนให้แก่ลูกค้า เช่นใบเสร็จรับเงินเป็นต้น ด้านการตอบสนองลูกค้า ได้แก่ พนักงานโรงแรมที่ ให้บริการเต็มใจที่จะช่วยเหลือแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างทันทีทันใด ด้านความปลอดภัย ได้แก่ โรงแรมมีความมั่นคงปลอดภัย มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอำนวยความสะดวกดูแลความ ปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมงทั้งในบริเวณที่พักและจอดรถ ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ได้แก่ การใช้บริการที่พักได้รับบริการที่ดีมีคุณภาพ สะดวก สะอาด ตรงตามที่ประชาสัมพันธ์ไว้ ด้าน การเข้าใจและรู้จักลูกค้า ได้แก่ โรงแรมพร้อมที่จะรับฟังข้อซักถาม ท้วงติง/ร้องเรียนจากลูกค้า โรงแรมมีบริการรับชำระเงินค่าที่พักหลายวิธีเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้ามากขึ้น และโรงแรมมี พนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง โรงแรมมีบริการห้องประชุม ห้องจัดเลี้ยงสระว่ายน้ำ และ ร้านอาหารสินค้าของที่ระลึก

สำหรับความพึงพอใจหลังรับบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก พบว่า ด้านการ เข้าถึงลูกค้า ได้แก่ การมีห้องอาหารไว้บริการแก่ลูกค้า ด้านการติดต่อสื่อสาร ได้แก่ พนักงาน เคาน์เตอร์โรงแรมที่ให้บริการ ใช้คำพูดที่สุภาพ ไพเราะ ด้านความสามารถ ได้แก่ พนักงานที่ ให้บริการด้านการเงินมีความรู้ ความสามารถในการบริการรับชำระเงินได้ถูกต้อง ด้านความมีน้ำใจ ได้แก่ พนักงานโรงแรมที่ให้บริการแสดงการต้อนรับลูกค้าด้วยรอยยิ้ม ท่าที่อ่อนโยนและเป็นมิตร ด้านความน่าเชื่อถือ ได้แก่ พนักงานที่ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี แต่งกายสะอาดเรียบร้อยเหมาะสม กับหน้าที่ ด้านความไว้วางใจ ได้แก่ พนักงานที่ให้บริการด้านการเงินมีความซื่อสัตย์ ตรวจสอบ รับ- ทอนเงินได้ถูกต้องไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ได้แก่ สามารถเลือกชำระค่าที่พักด้วยเงินสด หรือบัตรเครดิตได้ตามความต้องการ ด้านความปลอดภัย ได้แก่ พนักงานที่ให้บริการปฏิบัติหน้าที่ ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริตไม่มีการเรียกร้องค่าใช้จ่าอื่น ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ได้แก่

พนักงานห้องอาหารที่ให้บริการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ได้แก่ โรงแรมมีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการ

เมื่อเปรียบเทียบระดับความคาดหวังก่อนรับบริการ และระดับความพึงพอใจหลังรับบริการ โดยรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจหลังรับบริการมากกว่าระดับความคาดหวังก่อนรับบริการในทุกๆ ด้านยกเว้นด้านการเข้าถึงลูกค้า และด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจหลังรับบริการน้อยกว่าความคาดหวังก่อนรับบริการ

ประกาศ ตันติพันธุ์พิพัฒน์(2549) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อการบริการที่พักอาศัยรายเดือนในเครือโชคชัยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการเก็บข้อมูลจากผู้เข้าพักที่ใช้บริการที่พักอาศัยรายเดือนในเครือโชคชัยอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 191 ราย โดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักอาศัยในเครือโชคชัยจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบคุณภาพบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ ด้านความน่าเชื่อถือรองลงมา คือ ด้านการทำให้ลูกค้ามั่นใจ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเข้าใจลูกค้า และด้านการเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม

ด้านความน่าเชื่อถือได้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก 3 อันดับ ลำดับแรก คือ มีหลักฐานการรับเงินที่ถูกต้องชัดเจนให้แก่ลูกค้า เช่นใบเสร็จรับเงินเป็นต้น รองลงมาคือพนักงานที่ให้บริการด้านการเงินมีความซื่อสัตย์ ตรวจสอบ รับ-ทอนเงิน ได้ถูกต้องไว้วางใจได้ และ พนักงานที่ให้บริการด้านการเงินคิดเงินค่าใช้จ่ายได้ถูกต้อง

ด้านการทำให้ลูกค้ามั่นใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ พนักงานที่ให้บริการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตไม่มีการเรียกร้อ ค่าใช้จ่ายอื่น รองลงมาคือ ที่พักมีความมั่นคง ปลอดภัย และ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้ม แจ่มใส

ด้านการเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ การตกแต่งสถานที่ของที่พักและบริเวณการให้บริการลูกค้าสะอาด รองลงมาคือการใช้บริการที่พักได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพ สะดวก สะอาดและมีข้อกำหนดกฎเกณฑ์ในการอยู่ในหอที่ง่ายต่อการเข้าใจ

ด้านความเข้าใจลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ที่สุด คือ พนักงานเคาน์เตอร์ที่พักให้บริการใช้คำพูดที่สุภาพไพเราะ และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานให้บริการมีการแสดงออกที่ดีและให้ข้อมูลที่เข้าใจง่ายแก่ลูกค้าที่เข้าพัก และพนักงานที่ให้บริการใช้คำพูดที่สุภาพและสื่อสารเข้าใจง่าย

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ที่พักมีระบบการให้บริการที่ให้บริการที่สามารถให้บริการลูกค้าอย่าง

รวดเร็ว รองลงมาคือ พนักงานของที่พักรู้สึกสนใจต่อปัญหา แนะนำและให้ข้อมูลกับลูกค้าโดยตรง และความรวดเร็วในการทำงานของพนักงาน

พรรณวดี พัฒนชัย (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของ โรงแรมเชียงใหม่ภูคำ จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าองค์กร จำนวน 150 ราย ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจหลังรับบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ โรงแรมตั้งอยู่ในบริเวณที่เข้าถึงสะดวก พนักงานของ โรงแรม แต่งกายประณีตเรียบร้อย และโรงแรมมีเวลาให้บริการที่สะดวกสำหรับผู้มาใช้บริการในโรงแรม

ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจหลังรับบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ โรงแรมสามารถให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด โรงแรมมีชื่อเสียง และภาพลักษณ์เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป และการจองห้องพัก / ห้องสัมมนา มีความน่าเชื่อถือ และโดยทั่วไปพนักงานของโรงแรมสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องตั้งแต่แรก

ด้านการตอบสนองความต้องการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจหลังรับบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีความพร้อม และเต็มใจในการให้บริการแก่ผู้มาเข้าพัก และผู้ให้บริการเสมอ พนักงานของโรงแรมพร้อมที่จะให้บริการแก่แขกผู้มาใช้บริการในทันที พนักงานของโรงแรมมีเวลาที่จะให้บริการหรือช่วยเหลือเมื่อแขกร้องขอเสมอ

ด้านการให้ความมั่นใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจหลังรับบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ พนักงานของโรงแรมให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี ต่อแขกที่มาพักในโรงแรมอย่างสม่ำเสมอ พนักงานให้บริการอย่างมีมารยาท และสุภาพอ่อนโยน และพฤติกรรมของพนักงานสามารถทำให้ผู้มาใช้บริการในโรงแรมมีความไว้วางใจ

ด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังรับบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจ หลังรับบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ทางโรงแรมมีความตั้งใจที่จะให้บริการที่ดีที่สุดแก่ผู้มาใช้บริการในโรงแรม พนักงานมีการดูแลเอาใจใส่ต่อการบริการที่ดี และพนักงานของโรงแรมสามารถให้ความสนใจและบริการเฉพาะบุคคลแก่ผู้มาใช้บริการได้