

บทที่ 3 : ความพึงพอใจและ ทัศนคติของลูกค้า



ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ สามารถจำแนกเป็น 2 ความหมายคือ

1. ความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือลูกค้า (Consumer Satisfaction)
2. ความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ของผู้ให้บริการ



ความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า

ตามแนวคิดของนักการตลาด จะพบนิยามความพึงพอใจของลูกค้าเป็น 2 นัยคือ

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อขายเป็นหลัก
2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก



ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ

เป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการบริการที่ได้รับ จนติดใจและกลับมาใช้บริการเป็นประจำ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานบริการจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด เพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจ ความพึงพอใจมีความสำคัญต่อลูกค้า ดังนี้



1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ

ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานบริการจำเป็นต้องสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการและลักษณะของการนำเสนอบริการที่ลูกค้าชื่นชอบ เพราะข้อมูลดังกล่าวจะบ่งบอกถึงการประเมินความรู้สึกและความคิดเห็นของลูกค้า ต่อคุณสมบัติของการบริการที่ลูกค้าต้องการ และวิธีการตอบสนองความต้องการแต่ละอย่างในลักษณะที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ให้บริการในการตระหนักถึงความหวังของลูกค้าและสามารถสนองตอบบริการที่ตรงกับลักษณะและรูปแบบที่ลูกค้าคาดหวัง



2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ

หากกิจการได้นำเสนอบริการที่ดี มีคุณภาพกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ก็ย่อมส่งผลให้เกิดความพึงพอใจต่อบริการนั้น และแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำอีกต่อไป



3. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวหลักด้านคุณภาพชีวิตที่ดี

เมื่อองค์การบริการตระหนักถึงความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้า ก็จะพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้า สำหรับนำเสนอบริการที่เหมาะสม เพื่อการแข่งขันชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจ บริการลูกค้าย่อมได้รับการบริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการที่ตนคาดหวังไว้ได้ การดำเนินชีวิตที่ต้องพึ่งพาการบริการในหลายๆ สถานการณ์ทุกวันนี้ย่อมนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีตามไปด้วย เพราะการบริการในหลายด้านช่วยอำนวยความสะดวก และแบ่งเบาภาระการตอบสนองความต้องการของ บุคคลด้วยตนเอง

ลักษณะของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ความพึงพอใจมีลักษณะทั่วไปดังนี้

1. ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในการทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด
2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่ง
3. ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น



องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า เป็นผลของการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับ และสิ่งที่ลูกค้าได้รับจริงจากการบริการ ซึ่งระดับของความพึงพอใจอาจไม่คงที่ และผันแปรไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้ ทั้งนี้ความพึงพอใจในการบริการจะประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ
2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ



ความพึงพอใจในการบริการเกิดจากการประเมินคุณค่าการรับรู้คุณภาพของการบริการ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการตามลักษณะของการบริการ และกระบวนการนำเสนอบริการในวงจรของการให้บริการระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า ซึ่งถ้าตรงกับสิ่งที่ลูกค้ามีความต้องการหรือตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการตามองค์ประกอบดังกล่าว ย่อมนำมาซึ่งความพึงพอใจในการบริการนั้น หากเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน การรับรู้สิ่งที่ลูกค้าได้รับจริงไม่ตรงกับรับรู้สิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง ผู้รับบริการย่อมเกิดความไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์บริการและการนำเสนอบริการนั้นได้

ความพึงพอใจของลูกค้า

กุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จในงานบริการ คือ ความพึงพอใจที่ลูกค้ามีต่อการบริการนั้น คือ การที่ลูกค้าได้รับในสิ่งที่คาดหวังไว้ ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของลูกค้าต่อการบริการอันเป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบกับสิ่งที่ลูกค้าได้รับในการบริการ กับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับจากการบริการในแต่ละสถานการณ์ของการบริการที่เกิดขึ้น ซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขขอการบริการในแต่ละครั้งได้



ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า มีปัจจัยสำคัญ ดังนี้

- 1.ผลิตภัณฑ์บริการ
- 2.ราคาค่าบริการ
- 3.สถานที่บริการ
- 4.การส่งเสริมแนะนำบริการ
- 5.ผู้ให้บริการ
- 6.สภาพแวดล้อมของการบริการ
- 7.กระบวนการบริการ



ระดับของความพึงพอใจของลูกค้า แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

1. ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง

เป็นการแสดงความรู้สึกยินดีมีความสุขของลูกค้า เมื่อได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวัง

2. ความพึงพอใจที่เกิดความคาดหวัง

เป็นการแสดงความรู้สึกปลาบปลื้มหรือประทับใจของลูกค้า เมื่อได้รับการบริการที่เกิดความคาดหวังที่มีอยู่



แนวทางการเสริมสร้างความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจของลูกค้าและผู้ให้บริการต่างมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินงานบริการดังนั้นการสร้าง ความพึงพอใจในการบริการ จำเป็นที่จะต้องดำเนินการควบคู่กันไป ทั้งต่อลูกค้าและผู้ให้บริการ ดังนี้

1. การตรวจสอบความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าและผู้ให้บริการ
2. การกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์การให้ชัดเจน
3. การกำหนดกลยุทธ์การบริการที่มีประสิทธิภาพ
4. การพัฒนาคุณภาพและความสัมพันธ์ในกลุ่มพนักงาน
5. การนำกลยุทธ์การสร้าง ความพึงพอใจต่อลูกค้าไปปฏิบัติและประเมินผล



ความไม่พึงพอใจของลูกค้า

ความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวการณ์แสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบกับประสบการณ์ที่ได้รับบริการ ซึ่งต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า



ทัศนคติของลูกค้า

ทัศนคติของลูกค้าจะแสดงถึงความรู้สึกนึกคิดของลูกค้า ซึ่งมีความ
โน้มเอียงที่จะประเมินทุกสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการบริการในไปทิศทางใดทางหนึ่ง
การศึกษาทัศนคติของลูกค้านับว่าเป็นเรื่องที่สำคัญในการวางแผนและ
พัฒนาการบริการให้สอดคล้องกับทัศนคติของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิด
ความรู้สึกที่ดีต่อการบริการที่ได้รับ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของ
ลูกค้า เพื่อเป้าหมายทางการตลาดให้ลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์
บริการที่น่าเสนอ และมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบริการนั้น



ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของลูกค้า

1. การจูงใจทางกาย
2. ข่าวสารข้อมูล
3. การเข้าร่วมกลุ่ม
4. ประสิทธิภาพ
5. บุคลิกภาพ



ประเภททัศนคติของลูกค้า

ทัศนคติของลูกค้าต่อการบริการมีหลายหลายแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ขึ้นอยู่กับประสบการณ์การได้รับการบริการประเภทต่าง ๆ ตามปัจจัยแวดล้อมตัวบุคคลนั้น การแบ่งประเภททัศนคติของลูกค้าต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อลูกค้าในกระบวนการบริการทุกประเภท ดังนี้

1. ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์บริการ
2. ทัศนคติต่อสภาพแวดล้อมของการบริการ
3. ทัศนคติต่อกระบวนการให้บริการ



ความสำคัญของทัศนคติต่อลูกค้า

ลูกค้าใช้ทัศนคติในการดำเนินชีวิตประจำวันให้เป็นไปอย่างราบรื่นและมีคุณภาพ ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นตัวผลักดันความต้องการให้มีการแสดงออก
2. ทัศนคติช่วยกำหนดการตัดสินใจซื้อบริการของบุคคล



การสร้างทัศนคติที่ดีต่อการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการของผู้ให้บริการและการรับรู้ในคุณค่าของการบริการเพื่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า อันจะส่งผลให้การจัดการบริการสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ารวมทั้งก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อลูกค้าที่จะกลับมาใช้บริการอีกต่อ ๆ ไป

Thank you

