Veridian E-Journal, Slipakorn University
ISSN 1906 - 3431

การพัฒนาคุณภาพการให้บริการระบบรักษาความปลอดภัย บริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

The development for quality of security system services of Chubb (Thailand) LTD.

ภาคภูมิ รักเกียรติยศ (Pakpoom Rakkiattiyot)*
วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (Viroj Jadesadalug)**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด 2) ศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด 3) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด 4) หาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง พนักงานผู้ปฏิบัติงานด้านการให้บริการ และลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมจำนวน 19 คน โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์และเปรียบเทียบหาข้อสรุป แล้วนำเสนอในรูปแบบการพรรณนาความ

ผลการศึกษาพบว่า บริษัทมีขั้นตอนการดำเนินงานที่ชัดเจนตามหลักจรรยาบรรณของบริษัท เน้นความรวดเร็ว ถูกต้องและให้ความสำคัญต่อความต้องการของลูกค้าเป็นหลักสำคัญ อีกทั้งบริษัทยังได้รับความน่าเชื่อถือไว้วางใจในด้านคุณภาพการให้บริการเนื่องจากความเป็นมืออาชีพ มีการติดต่อสื่อสารและเอาใจใส่ในการให้บริการ ทำให้สามารถตอบสนองต่อปัญหาและแก้ไขสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว แต่ก็ยังพบกับปัญหาด้านทักษะความรู้ความชำนาญในการให้บริการเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ปัญหาการแข่งขันในด้านราคาการให้บริการกับคู่แข่งทางการค้าซึ่งเป็นข้อจำกัดสำคัญในกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีขนาดเล็ก รวมไปถึงการผลัดเปลี่ยนพนักงานบ่อยทำให้เกิดปัญหาในการติดต่อประสานงานกับลูกค้าเพื่อการให้บริการที่ดีอีกด้วย จากผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัท โดยการทำสัญญาคู่ค้ากับตัวแทนจำหน่ายรายต่างๆ เพื่อที่จะได้มีสินค้าพร้อมตลอดเวลา ลดปัญหาระยะเวลาในการจัดส่งและที่สำคัญได้อุปกรณ์ในราคาที่ถูกกว่า รวมทั้งมีผู้เชี่ยวชาญคอยดูแลการติดตั้งใช้งานอุปกรณ์และสนับสนุนการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจและสามารถใช้งานระบบอุปกรณ์ได้อย่างถูกต้องเชี่ยวชาญและมีประสิทธิภาพ

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, โทรศัพท์ 08-4023-6347, E-mail: poommoop@gmail.com

Student's Master of Business Administration Program of Entrepreneurship Faculty of Management Science Silpakorn University. Tel : 08-4023-6347, E-mail: poommoop@gmail.com

** ผศ.ดร. ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, อีเมล : viroj_jade@hotmail.com

Assistant Professor. Ph.D. in Faculty of Management Science Silpakorn University, E-mail: viroj_jade@hotmail.com

คำสำคัญ: การให้บริการ / คุณภาพการให้บริการ / ระบบรักษาความปลอดภัย

Abstract

The purposes of this research were to study on the pattern and nature of service, Quality of Service, The problems and obstacles in the service, and to find ways to improve the quality of services, Chubb (Thailand) Limited. In order to collect data from Executives, Employees and Customers of Chubb (Thailand) Limited in Bangkok and its vicinity, by used the in-depth interviews on total of 20 people.

The results indicate that Chubb (Thailand) Limited has a clear procedure for the implementation of the principles of corporate ethics, focusing on speed and give priority to the needs of the customer as an important principle. Moreover, the company has also been reliability in the quality of service because of the professionalism, has communication and empathy services. It can respond to the problems and resolve the situation quickly. But it's also encounter problems with the skills, knowledge and expertise in providing new technologies and the competitive in price service with competitors, which are important limitations in small group user services, including changing employees often causes problems in contact with customers to the service. The study results and recommendations can be used as a guide in the development of the company's service quality. By contracting is partner with the dealer. In order to have a product ready at all times. Reduce the length of the shipping and at a cheaper price. Include had the experts take care of installing the device and supports employee training and understanding to be able to use the device properly and efficiency.

Key words: SERVICE / QUALITY OF SERVICE / SECURITY SYSTEM

บทนำ

ในปัจจุบันธุรกิจผู้ให้บริการด้านระบบรักษาความปลอดภัยนั้นมีมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง แต่ละบริษัท ห้างร้านหรือผู้ประกอบการต่างพยายามที่จะปรับปรุงให้มีความทันสมัยทั้งสินค้าและการให้บริการ ทั้งในด้านวิทยาการ เทคโนโลยี โดยมีวางแผนกลยุทธ์การให้บริการ ตลอดจนพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์ให้ได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่ง ทั้งนี้เพื่อแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้าและความประทับใจในการบริการของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นกลยุทธ์พื้นฐานในการดูแลรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ และเพิ่มจำนวนลูกค้ารายใหม่ให้หันมาสนใจ เลือกใช้สินค้าหรือบริการมากขึ้น (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2545) อีกทั้งยังสามารถใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นเครื่องมือเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ดังเช่นการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีจะสามารถสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการได้ (Hsin Hsin Chang & Su Wen Chen, 2009)

Veridian E-Journal, Slipakorn University
ISSN 1906 - 3431

จากการแข่งขันดังกล่าว ทำให้บริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ให้บริการระบบรักษาความปลอดภัยในปัจจุบัน ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเปรียบเทียบและการจัดอันดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการต่างๆ ได้ การเปรียบเทียบนี้เองเป็นเหตุให้บริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ต้องทำการปรับตัวเพื่อให้มีคุณภาพการบริการที่เหนือกว่า ให้ความสำคัญต่อการปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เป็นที่ยอมรับของลูกค้าผู้ใช้บริการ ด้วยเหตุนี้การประเมินคุณภาพการบริการของลูกค้าเป็นส่วนช่วยให้ทราบได้ว่าสิ่งที่บริษัทดำเนินการไปนั้นมีความเหมาะสมหรือไม่เพียงใด เพียงพอต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการหรือไม่ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัทให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการที่มากขึ้น เพื่อความพึงพอใจสูงสุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะการดำเนินงานด้านการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด
4. เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดเป็นวัตถุประสงค์และขอบเขตในการศึกษา ได้แก่

1. **ข้อมูลทั่วไปของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด**

บริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ.2539 และในปี พ.ศ.2546 ได้เข้าเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทในเครือ United Technology Corporation (UTC) ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่ง UTC เป็นกลุ่มบริษัทที่ได้รับการจัดอันดับให้เป็นบริษัทที่ใหญ่ที่สุดอันดับที่ 45 ของโลกโดยนิตยสาร Fortune 500 ปี ค.ศ.2014 ปัจจุบันบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด มีทุนจดทะเบียน 208 ล้านบาท ดำเนินงานด้านให้บริการด้านระบบรักษาความปลอดภัยอิเล็คทรอนิคครบวงจร ได้แก่ ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (Closed Circuit Television หรือ CCTV), ระบบสัญญาณเตือนภัยป้องกันผู้บุกรุก (Intruder Alarm System), ระบบควบคุมการเข้า-ออก (Access Control System), ระบบป้องกันสินค้าสูญหาย (Electronics Article Surveillances หรือ EAS) และตู้เซฟนิรภัย ตู้เอกสารป้องกันไฟ บานประตูกันไฟ บานประตูห้องมั่นคง และอุปกรณ์ล็อคประเภทต่างๆ เป็นต้น ด้วยเหตุที่บริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทใหญ่ ที่ก่อตั้งมานานบริษัทหนึ่ง ผู้วิจัยจึงได้เลือกบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อศึกษาในครั้งนี้

2. **แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ**

การบริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้เพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ไม่สามารถสัมผัสจับต้องด้วยการสัมผัสหรือแสดงความเป็นเจ้าของได้ แต่สามารถรับรู้ได้ในด้านของความรู้สึก ความพึงพอใจ

ด้วยนิยามของจินตนา บุญบงการ (2539) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่ากระบวนการในการส่งมอบบริการจากผู้ให้ไปยังผู้รับ ไม่ใช่สิ่งที่จับต้องได้ชัดเจน แต่จะอยู่ในรูปของสถานที่ เวลา และสิ่งเอื้ออำนวยทางจิตใจ ทำให้เกิดความพึงพอใจ คำว่า “การบริการ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า SERVICE ซึ่งถ้าหาความหมายให้กับอักษรภาษาอังกฤษ 7 ตัวนี้ อาจได้ความหมายของการบริการที่สามารถยึดเป็นหลักการปฏิบัติได้ตามความหมายของอักษร ทั้ง 7 ตัว ได้แก่ S หรือ Smiling & Sympathy คือ การยิ้มแย้ม เอาใจใส่ เห็นอกเห็นใจต่อผู้ใช้บริการ E หรือ Early Response คือ การตอบสนองต่อความต้องการจากผู้ใช้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว R หรือ Respectful คือ การให้ความนับถือหรือให้เกียรติผู้ใช้บริการ V หรือ Voluntariness Manner คือ ให้บริการด้วยความเต็มใจและรักในการบริการ I หรือ Image Enhancing คือ การสร้างภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการ C หรือ Courtesy คือ ความอ่อนน้อมถ่อมตน สุภาพและมีมารยาท E หรือ Enthusiasm คือ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการบริการมาเป็นข้อมูลประกอบในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในการศึกษารูปแบบและลักษณะการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

3. **แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ**

ธุรกิจบริการ หมายถึง กิจการที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อดำเนินกิจกรรมในการให้บริการ โดยจะจัดหาบริการในรูปแบบต่างๆ และเสนอให้แก่ผู้บริโภคเพื่อสร้างความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ความสนุกสนาน ความบันเทิง ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้ โดยผู้ให้บริการจะได้รับค่าบริการเป็นสิ่งตอบแทน

ด้วยนิยามของวีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2548) ได้จำแนกประเภทของธุรกิจบริการไว้ 4 ประเภท ประกอบด้วย 1) ธุรกิจที่ให้บริการต่อร่างกายลูกค้า 2) ธุรกิจที่ให้บริการต่อจิตใจลูกค้า 3) ธุรกิจที่ให้บริการต่อทรัพย์สินของลูกค้า 4) ธุรกิจที่ให้บริการต่อสารสนเทศของลูกค้า และยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2548) ที่ให้ความหมายของธุรกิจบริการไว้ว่า เป็นองค์กรหรือหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อขายหรือให้บริการ โดยปกติจะมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหากำไร ซึ่งการขายหรือให้บริการดังกล่าว อาจจะเป็นแบบโดยทางตรง ทางอ้อม หรือโดยต่อเนื่องก็ได้ ซึ่งการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในการศึกษารูปแบบและลักษณะการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

4. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่รับรู้ได้จากการใช้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการดำเนินการได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ สามารถตอบสนองต่อความต้องการเบื้องต้นครอบคลุมไปถึงความคาดหวังของผู้รับบริการตลอดจนขั้นตอนการดูแลภายหลังบริการด้วย

ด้วยนิยามของชัชวาลย์ ทัตศิวัช (2554) ได้กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการว่าเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนและหลากหลายในแง่มุมของการพิจารณา เป็นที่ประจักษ์ชัดว่าคุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่สำคัญซึ่งผู้บริหารขององค์การพึงให้ความสำคัญและทุ่มเทความสนใจ องค์การที่ต้องการความสำเร็จของการประกอบการไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน จึงต้องให้ความสนใจต่อประเด็นเรื่องคุณภาพการให้บริการที่พิจารณาหรือทำความเข้าใจจากความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการให้ได้อย่างเด่นชัด ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการมาศึกษาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในเรื่องคุณภาพการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

Veridian E-Journal, Slipakorn University
ISSN 1906 - 3431

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการให้บริการระบบรักษาความปลอดภัย บริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด การได้มาของข้อมูลนั้นผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้สามารถเข้าใจรายละเอียดเกี่ยวกับการให้บริการระบบรักษาความปลอดภัย บริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้ในเชิงลึก โดยวิธีการดำเนินการวิจัย มีรายละเอียด ดังนี้

1. **ผู้ให้ข้อมูลและเกณฑ์การคัดเลือก** ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลในส่วนของรูปแบบลักษณะในการให้บริการ นโยบายในการให้บริการของบริษัท ซึ่งได้แก่ กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการและผู้จัดการฝ่ายบริการ รวมจำนวน 3 คน 2) กลุ่มพนักงานผู้ปฏิบัติงานด้านการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลในส่วนของรูปแบบการปฏิบัติงานในการให้บริการ ปัญหาต่างๆ ที่พบเจอทั้งในระหว่างและหลังการให้บริการ ข้อเสนอแนะในเพื่อปรับปรุงการให้บริการ ซึ่งได้แก่ วิศวกรระบบ ช่างเทคนิคผู้ให้บริการ พนักงานรับแจ้งเรื่อง รวมจำนวน 7 คน 3) กลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลในส่วนของคุณภาพการให้บริการ ปัญหาต่างๆ ที่พบเจอทั้งในระหว่างและหลังการรับบริการ ข้อเสนอแนะในเพื่อปรับปรุงการให้บริการ ซึ่งได้แก่ ผู้จัดการศูนย์บริหารและจัดการธนบัตรธนาคารกรุงไทย ผู้จัดการสาขาธนาคารยูโอบี ฝ่ายบุคคลบริษัทดีเอสที ฝ่ายอาคารบริษัทจอห์นสันแอนจอห์นสันนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง รวมจำนวน 9 คน รวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 19 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงประเด็นที่ต้องการศึกษา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการในการวิจัย โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง โดยกำหนดแบบสัมภาษณ์จำนวน 3 ฉบับ คือ 1) แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด 2) แบบสัมภาษณ์สำหรับพนักงานผู้ปฏิบัติงานด้านการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด 3) แบบสัมภาษณ์สำหรับลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง

3. **แหล่งที่มาของข้อมูล** 1) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data Sources) ข้อมูลที่ได้มาจากการสืบค้นเอกสาร หนังสือ บทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย และข้อมูลด้านวิชาการต่างๆ 2) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data Source) โดยผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์และลงพื้นที่ด้วยตนเอง ซึ่งสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 3 กลุ่มคือ กลุ่มผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 3 คน กลุ่มพนักงานผู้ปฏิบัติงานด้านการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 7 คนและ กลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 9 คน ระยะเวลาในการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ถึงเดือนเมษายน 2558

4. **การพิทักษ์สิทธิกลุ่มผู้ให้ข้อมูล** ก่อนการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย พร้อมทั้งแจ้งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทราบว่า ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเป็นเพียงข้อมูลทาง

การศึกษาเท่านั้น ไม่ส่งผลกระทบทางลบหรือสร้างความเสียหายต่อผู้ให้ข้อมูลทั้งต่อตัวบุคคลและต่อองค์กร ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีสิทธิที่จะให้ข้อมูลหรือไม่ให้ข้อมูลในการวิจัยนี้ได้

5. **การตรวจสอบและการวิเคราะห์ข้อมูล** 1) การตรวจสอบข้อมูล โดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลายคนและหลายกลุ่มเพื่อให้ได้ข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วนและน่าเชื่อถือ เพื่อนำมายืนยันข้อเท็จจริงต่อไป 2) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตรวจสอบข้อมูลภาคสนาม โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ในแต่ละกลุ่มมาประมวลผลและวิเคราะห์ว่ามีความสอดคล้องหรือขัดแย้งกันภายในกลุ่มและระหว่างกลุ่มหรือไม่ กรณีข้อมูลที่ได้มีความขัดแย้งกันจากผู้ให้ข้อมูลคนใดคนหนึ่ง ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ประเด็นดังกล่าวกับผู้ให้ข้อมูลคนอื่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้องและความน่าเชื่อถือมากที่สุด ส่วนข้อมูลที่ขาดความน่าเชื่อถือผู้วิจัยจะไม่นำมาใช้ในการศึกษา และหากข้อมูลที่ได้ยังไม่เพียงพอผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมให้สมบูรณ์

สรุปผลการวิจัย

1. รูปแบบและลักษณะการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

1.1 นโยบายด้านการดำเนินงานของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด มีนโยบายด้านการดำเนินงานต่างๆ ตามหลักจรรยาบรรณของบริษัท โดยการปฏิบัติตามข้อกฎหมาย ปฏิบัติตามข้อกำหนดในสัญญา ประพฤติปฏิบัติด้วยความซื่อสัตย์สุจริต สื่อสารอย่างเปิดเผย มีประสิทธิภาพ ยึดมั่นในค่านิยมและรับผิดชอบต่อการกระทำของบริษัท เพื่อให้ผลที่ออกมาเป็นไปในทางที่ดี เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสุขความพึงพอใจและนึกถึงในการใช้บริการครั้งต่อไป

1.2 การดำเนินงานด้านการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

การดำเนินงานในการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด จะเน้นที่ความรวดเร็ว ความถูกต้อง และให้ความสำคัญต่อความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก โดยอาศัยการเรียงลำดับความสำคัญในการให้บริการในแต่ละกลุ่มลูกค้า เพิ่มความสะดวกในการตรวจสอบรายละเอียดของลูกค้า เช่นลูกค้าที่แจ้งซ่อมอยู่ในกลุ่มใด ระบบรักษาความปลอดภัยอะไรที่ใช้งานอยู่ ข้อมูลการแจ้งซ่อมที่เคยผ่านมา เป็นต้น มีระบบจัดเก็บ minimum stock สามารถเบิกจ่ายอุปกรณ์ได้ตลอดเวลาเพื่อความรวดเร็วในการให้บริการ มีศูนย์รับแจ้งเหตุในกรณีฉุกเฉินตลอด 24 ชั่วโมง (Central Monitoring System หรือ CMS) โดยทำหน้าที่รับเรื่องและให้คำแนะนำเบื้องต้น พร้อมทั้งช่างเทคนิค (Emergency Technician) คอยให้บริการในกรณีฉุกเฉินที่ต้องการแก้ไขในทันทีเพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

ขั้นตอนในการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด นั้น จะให้ CMS เป็นผู้รับแจ้งเรื่องปัญหาหารใช้งานจากลูกค้าแล้วลงบันทึกการรับแจ้ง โดย CMS สามารถให้คำแนะนำเบื้องต้นกับลูกค้าในกรณีที่สามารถแก้ไขได้โดยง่าย แล้วส่งเรื่องต่อมาที่คนจัดงาน ซึ่งมีหน้าที่นำข้อมูลในบันทึกการรับแจ้งของ CMS เพื่อตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้า แล้วติดต่อกลับเพื่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมในเชิงลึกพร้อมทั้งแนะนำวิธีแก้ไขปัญหาเบื้องต้น แต่ในกรณีที่ลูกค้าไม่สะดวกในการแก้ไข ทางคนจัดงานจะทำการนัดวันและเวลาในการเข้าตรวจสอบกับทางลูกค้าต่อไป พร้อมอัพเดทสถานะงานในแต่ละวัน

Veridian E-Journal, Slipakorn University
ISSN 1906 - 3431

2. คุณภาพการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

2.1 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

เกิดจากการที่พนักงานทุกคนของบริษัทต้องปฏิบัติงานด้วยความถูกต้องเหมาะสม มีความซื่อสัตย์สุจริต ใช้การสื่อสารอย่างเปิดเผย ปฏิบัติตามข้อตกลงในสัญญาที่ได้ระบุไว้อย่างถูกต้องครบถ้วน ไม่มีลับลมคมในสามารถตรวจสอบได้ สามารถยืนยันตัวบุคคลหรือพนักงานในการติดต่อเรื่องเอกสารสัญญา หรือการเข้าให้บริการในแต่ละครั้งได้ รวมถึงการทำความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการ เพื่อจับประเด็นปัญหาได้อย่างถูกต้องครบถ้วน

2.2 ความเป็นมืออาชีพ

การแสดงออกถึงความเป็นมืออาชีพในการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด จะอาศัยหลักการคือ ใช้รูปแบบวิธีให้บริการที่แปลกใหม่น่าสนใจ แสดงออกถึงความเอาใจใส่ ยึดมั่นในคำพูดและการกระทำ และยอมรับในข้อผิดพลาดต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในการให้บริการ ซึ่งการที่บริษัทจะมุ่งไปสู่ความเป็นหนึ่งได้นั้น พนักงานทุกคนจะต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสามารถสูงสุด ใช้ความรู้ความชำนาญและทักษะในด้านต่างๆ เพื่อให้บริการกับลูกค้า ยอมรับความคิดเห็นของลูกค้าผู้ใช้บริการและข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น หาแนวทางพัฒนาในระบบงาน วิธีการดำเนินงาน ทักษะความรู้ความสามารถ ยอมรับนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการให้มากยิ่งขึ้น

2.3 การตอบสนองทันที

ในการให้บริการพนักงานทุกคนของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ต้องทำด้วยความเต็มใจ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทันที สามารถเข้าถึงได้ง่ายและติดต่อได้ตลอดเวลา โดยการปฏิบัติให้ได้ตามสิ่งต่างๆ ที่กล่าวมานั้น ต้องอาศัยความพร้อมในการให้บริการทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านบุคลากรและด้านเครื่องมืออุปกรณ์ รวมทั้งการรับรู้ถึงเงื่อนไขและความต้องการของลูกค้า รู้ขีดความสามารถและความเป็นไปได้ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสามารถวิเคราะห์ สรุปผลได้อย่างตรงประเด็นในการให้บริการ

2.4 การแก้ไขสถานการณ์

สถานการณ์ที่ไม่คาดคิดอาจเกิดขึ้นได้เสมอในการเข้าปฏิบัติงาน ซึ่งต้องอาศัยความสามารถและสติในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงานที่เข้าปฏิบัติงาน โดยอาศัยเทคนิคในการแก้ปัญหาให้ลูกค้าคือมีสติรับฟังอย่างตั้งใจ สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม สังเกตและสำรวจ และแก้ไขปัญหาและติดตามผลจนจบ เพื่อเป็นการลดอารมณ์ความกดดันและให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจในการให้บริการของบริษัทอีกด้วย

2.5 การติดต่อสื่อสาร

ในการให้บริการ การติดต่อสื่อสารนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจต่างๆ ทั้งในด้านการทำงานส่วนบุคคลหรือในการทำงานเป็นทีม ซึ่งต้องอาศัยความสามารถของพนักงานผู้ให้บริการในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าผู้ใช้บริการ ควรใช้รูปแบบการสื่อสารและภาษาที่เหมาะสมกับลูกค้าผู้ใช้บริการ อีกทั้งในปัจจุบันการติดต่อสื่อสารมีความสะดวกเพิ่มมากขึ้น ทำให้พนักงานผู้ให้บริการสามารถนำเทคโนโลยีในปัจจุบันหรือโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) มาประยุกต์ใช้ได้อีกด้วย

2.6 ความเอาใจใส่

ความประทับใจในการบริการของลูกค้าสามารถเกิดขึ้นได้ จากการที่พนักงานทุกคนทำให้ลูกค้ารับรู้ได้ถึงความเอาใจใส่ที่ทางบริษัทมีต่อลูกค้า เช่น สามารถจดจำและเข้าใจถึงลักษณะนิสัยความต้องการของลูกค้าในแต่ละรายได้ สามารถให้ความสะดวกแก่ลูกค้าในด้านต่างๆ ได้ตามความต้องการ เป็นต้น เพื่อแสดงให้เห็นว่าลูกค้าเป็นคนสำคัญของบริษัทและไม่ปล่อยให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่าถูกทอดทิ้งหรือไม่ให้ความสำคัญ

3. ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการ

3.1 ปัญหาในการให้บริการของกับบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

1.ปัญหาด้านตัวสินค้า

บริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ไม่มีสินค้าหรืออุปกรณ์ภายใต้แบรนด์ตัวเองมากนัก จึงต้องอาศัยสินค้าแบรนด์อื่นๆ ที่มีหลายรุ่นหลายรูปแบบเพื่อตอบรับความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งความหลากหลายของสินค้าหรืออุปกรณ์นี้เอง ส่งผลให้เกิดปัญหาในด้านความชำนาญในสินค้าหรืออุปกรณ์เหล่านั้น ทำให้การแนะนำให้คำปรึกษาเป็นไปได้ค่อนข้างยาก สินค้าบางอย่างใช้เวลานานในการรอของเนื่องจากต้องจากส่งจากต่างประเทศเท่านั้น ทำให้ลูกค้าบางรายไม่พอใจกับระยะเวลาที่ต้องเสียไป

2.ปัญหาด้านคู่แข่ง

บริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้เปรียบคู่แข่งในเรื่องของ Site Reference ทำให้บริษัทดูมีความน่าเชื่อถือมากกว่าคู่แข่งรายอื่น แต่กลับเสียเปรียบคู่แข่งในเรื่องของราคาในการให้บริการ เนื่องจากบริษัทมีเกณฑ์ในเรื่องของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ติดตั้งต้องได้มาตรฐานถูกต้องตามชนิดการใช้งาน และรับประกันทั้งค่าแรงและอุปกรณ์ที่ใช้ติดตั้งเป็นระยะเวลาตามที่กำหนดในสัญญาซึ่งโดยส่วนมากจะเป็นเวลาตั้งแต่ 1 ปีเป็นต้นไปแล้วแต่กรณี จึงสาเหตุหลักที่ทำให้ราคาสูงกว่าคู่แข่งขัน

3.ปัญหาด้านลูกค้าผู้ใช้บริการ

บริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด มีปัญหาในเรื่องของการติดต่อประสานงานกับลูกค้ากลุ่มที่เป็นรูปแบบบริษัท นิติบุคคล เป็นต้น เนื่องจากมีการเปลี่ยนคนดูแลระบบบ่อย ไม่ได้เจาะจงคนดูแลติดต่อประสานงานโดยตรง บางครั้งคนที่ติดต่อประสานงานเป็นคนหนึ่ง คนดูแลหน้างานเป็นอีกคนหนึ่ง ทำให้การติดต่อประสานงานตกหล่นและเกิดข้อผิดพลาดในการเข้าให้บริการ

3.2 ปัญหาจากการใช้บริการของลูกค้าของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.ราคาสินค้าและบริการ

ราคาสินค้าและบริการถือเป็นปัญหาสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ให้บริการด้านระบบรักษาความปลอดภัยเป็นจำนวนมาก การแข่งขันจึงมีสูงทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกเพิ่มมากขึ้นในการเลือกใช้บริการ สามารถยอมเสี่ยงโดยเปลี่ยนไปใช้บริการกับผู้ให้บริการรายใหม่ที่ราคาถูกกว่าได้

2.ความพร้อมและความชำนาญของพนักงาน

ในการให้บริการบางครั้งพนักงานที่เข้าให้บริการขาดความพร้อมที่จะให้บริการ โดยมากจะเกิดกับพนักงานที่เพิ่งเข้ามาทำงาน ซึ่งความรู้ความชำนาญในระบบอุปกรณ์ต่างๆ ยังมีน้อย อีกทั้งพนักงานยังขาด

Veridian E-Journal, Slipakorn University
ISSN 1906 - 3431

ความรอบคอบในการตรวจหาสาเหตุ ทำให้การแก้ไขไม่ถูกต้องจากการวิเคราะห์ปัญหาที่คลาดเคลื่อน ซึ่งอาจลดทอนความน่าเชื่อถือของบริษัทลงได้

3.ระยะเวลาในการดำเนินการ

ผู้ใช้บริการที่พบกับปัญหาในเรื่องระยะเวลาในการดำเนินการส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่ไม่มีสัญญา ทำให้การนัดหมายถึงวันและเวลาในการให้บริการต้องรอค่อนข้างนาน ต้องทำตามขั้นตอนในเรื่องของเอกสารต่างๆ เพื่อเปิดงานก่อน อีกหนึ่งสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหานี้คือเรื่องอุปกรณ์ที่ต้องสั่งจากต่างประเทศ ซึ่งต้องรอการขนส่งมานั้นเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ทำให้เวลาในการนำอุปกรณ์ไปติดตั้งหรือเปลี่ยนคืนกับผู้ใช้บริการต้องใช้เวลานาน

4. แนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

4.1 ราคาของสินค้าและบริการ

ลูกค้าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในเรื่องของคุณภาพสินค้าและการบริการ แต่ที่ไม่สามารถต่อสัญญาเพื่อใช้บริการได้ต่อเนื่องมีสาเหตุมาจากปัญหาในเรื่องของราคา โดยมีข้อแนะนำให้ทางบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ใช้การลดราคาในส่วนของค่าแรงช่าง ให้ส่วนลดพิเศษในกรณีที่อุปกรณ์ที่ใช้มีจำนวนมาก หรือไม่คิดในส่วนของอุปกรณ์เพิ่มเติมเล็กๆ น้อยๆ เพื่อที่จะช่วยให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้ ซึ่งเป็นไปในแนวเดียวกันกับทางผู้บริหารบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่ได้วางแนวทางที่จะใช้เพื่อแข่งขันในตลาดผู้ให้บริการระบบรักษาความปลอดภัย โดยการทำสัญญาเป็นคู่ค้ากับดีลเลอร์รายต่างๆ เพื่อที่จะได้มีสินค้าพร้อมตลอดเวลาโดยไม่ต้องเก็บสต๊อกสินค้าเอาไว้เอง มีผู้เชี่ยวชาญคอยดูแลเกี่ยวกับการติดตั้งและใช้งานอุปกรณ์ และที่สำคัญจะได้สินค้าในราคาที่ถูกกว่าการไม่ทำสัญญาเป็นคู่ค้า

4.2 ความพร้อมและความชำนาญของพนักงาน

ผู้บริหารบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้วางแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาในปัญหาดังกล่าวให้ลดน้อยลง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเกิดขึ้นกับลูกค้าผู้ใช้บริการ โดยใช้การจัดแผนการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ ความเข้าใจและสามารถใช้งานระบบอุปกรณ์ได้อย่างถูกต้องเชี่ยวชาญ ให้ผู้จัดการฝ่ายบริการวางแพลนในการไปอบรมเกี่ยวกับระบบอุปกรณ์ใหม่ๆ ในแต่ละปีและจัดการสั่งซื้อชุดสาธิตการใช้งานมาเพื่อให้พนักงานผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องได้ทดลองใช้งาน เพื่อเป็นการฝึกความชำนาญ ใช้เรียนรู้และทดลองขั้นตอนการติดตั้ง การทำงาน การแก้ไขกรณีเกิดปัญหาของระบบอุปกรณ์ได้อีกทางหนึ่ง

4.3 ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาในการรออุปกรณ์เป็นปัญหาที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เนื่องจากอุปกรณ์ระบบบางชนิด บางรายการมีราคาที่สูงมากไม่สามารถจัดเก็บเป็น minimum stock ได้ ซึ่งแนวทางในการแก้ไขปัญหาเบื้องต้นคือ การนำตัวอุปกรณ์สำรองที่ทางบริษัทมีไว้เพื่อใช้ทดสอบระบบหรืออุปกรณ์ที่ใช้สำหรับสาธิตการใช้งานไปให้ลูกค้าใช้งานในระหว่างที่รออุปกรณ์ตัวจริง เพื่อให้ระบบที่ลูกค้าใช้งานสามารถทำงานได้ต่อเนื่องเป็นปกติ และจากการที่ทางบริษัทได้ติดต่อกับเจ้าของสินค้าและดีลเลอร์ต่างๆ ในการทำสัญญาเป็นคู่ค้า ทำให้ลดปัญหาในเรื่องระยะเวลา ที่ต้องรอของส่งจากต่างประเทศไปได้บ้าง ซึ่งมีส่วนช่วยให้ลูกค้ารู้สึกถึงความปลอดภัย และการดูแลเอาใจใส่จากทางบริษัท ที่ไม่ปล่อยให้ระบบที่ลูกค้าใช้งานนั้นต้องหยุดการทำงานไป

อภิปรายผล

1. รูปแบบและลักษณะการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

1.1 นโยบายด้านการดำเนินงานของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ใช้หลักจรรยาบรรณเพื่อเป็นมาตรฐานในการดำเนินงาน การปฏิบัติงานในการให้บริการของบุคลากรให้ได้มาตรฐานเดียวกันทั้งบริษัท เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสุขความพึงพอใจและนึกถึงในการใช้บริการครั้งต่อไป

1.2 การดำเนินงานด้านการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

การดำเนินงานต่างๆ ของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ต้องพร้อมด้วยความถูกต้อง รวดเร็วและให้ความสำคัญต่อความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ ให้การเอาใจใส่ดูแล ให้ความสะดวก ให้เกียรติแก่ลูกค้าโดยไม่ใช้การบังคับขู่เข็ญ ใช้วาจาที่ไพเราะเหมาะสมและสามารถให้คำแนะนำปรึกษาได้ตลอดเวลา เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสุขความพึงพอใจจากการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการให้บริการของพงษ์เทพ สันติพันธ์ (2546) ที่กล่าวว่า การให้บริการต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ เป็นไปอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ไม่ยุ่งยากซับซ้อนและเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า กลุ่มผู้บริหารของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้ให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานการให้บริการและลูกค้าผู้ใช้บริการ จะเห็นได้จากการทำแบบสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัทและความต้องการจากลูกค้าผู้ใช้บริการ เพื่อนำมาวิเคราะห์และปรับปรุงแผนการดำเนินงานในแต่ละปีให้สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการได้มากที่สุด อีกทั้งยังเปิดกว้างทางความคิดเพื่อนำแนวคิดหรือแนวทางของพนักงานผู้ให้บริการมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับนโยบายต่างๆ อีกด้วย

2. คุณภาพการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

คุณภาพการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด สามารถวัดได้จาก

1.ความน่าเชื่อถือไว้วางใจที่ลูกค้าผู้ใช้บริการมีต่อบริษัท เกิดจากการที่พนักงานทุกคนปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ใช้การสื่อสารอย่างเปิดเผย ปฏิบัติตามข้อตกลงในสัญญาที่ได้ระบุไว้อย่างถูกต้องครบถ้วน สามารถตรวจสอบได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกรกนก ชุบแวงวาปี (2557) ที่พบว่า ความไว้วางใจในการใช้บริการเกิดจากการที่ผู้ให้บริการเลือกใช้อุปกรณ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในบริการ

2.การแสดงออกถึงความเป็นมืออาชีพในการให้บริการของบริษัท อาศัยรูปแบบวิธีการให้บริการที่แปลกใหม่น่าสนใจ แสดงออกถึงความเอาใจใส่ยึดมั่นในคำพูดและการกระทำ ใช้ความรู้ความชำนาญและทักษะในด้านต่างๆ เพื่อให้บริการกับลูกค้า รวมทั้งยอมรับความคิดเห็นของลูกค้าผู้ใช้บริการและข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการของกรอนรูส (Gronroos, 1984) ที่ได้กล่าวว่า ความเป็นมืออาชีพและการมีทักษะของผู้ให้บริการนั้นเป็นสิ่งที่พิสูจน์ว่า ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ถึงทักษะความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีระเบียบแบบแผนของผู้ให้บริการ

3.การตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการในทันทีทันใดนั้น บริษัทต้องมีความพร้อมในการให้บริการทั้งด้านบุคลากรและเครื่องมืออุปกรณ์ อีกทั้งต้องรู้ถึงเงื่อนไขและความต้องการของลูกค้า รู้ขีด

Veridian E-Journal, Slipakorn University
ISSN 1906 - 3431

ความสามารถและความเป็นไปได้ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า สามารถวิเคราะห์และสรุปผลได้อย่างตรงประเด็น ซึ่งสอดคล้องกับกองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี (2555) ที่ได้อธิบายถึงการตอบสนองไว้ว่า การที่ผู้ให้บริการมีความพร้อมและความเต็มใจในการให้บริการ มีการติดต่อสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี

4.การแก้ไขสถานการณ์ของพนักงานที่เข้าปฏิบัติงานโดยอาศัยเทคนิควิธีในการแก้ปัญหาคือ มีสติรับฟังอย่างข้อมูลจากลูกค้าอย่างตั้งใจ สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม สังเกตและสำรวจตรวจสอบ และแก้ไขปัญหานั้นจนสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการของกรอนรูส (Gronroos, 1984) ที่ได้กล่าวว่า การแก้ไขสถานการณ์ให้กับสู่สภาวะปกติ เกิดจากการแก้ไขปัญหาและเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่เกิดขึ้นหรือเกิดเหตุการณ์ผิดปกติ ผู้ให้บริการสามารถแก้ไขสถานการนั้นๆ ได้ทันท่วงทีด้วยวิธีการที่เหมาะสม

5.การติดต่อสื่อสารและประสานงานในการให้บริการ ทางบริษัทจะอาศัยความสามารถของพนักงานผู้ให้บริการในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าผู้ใช้บริการ ใช้รูปแบบการสื่อสารและภาษาที่เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละกลุ่ม และนำเอาเทคโนโลยีในปัจจุบันหรือโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) มาใช้อีกด้วยเพื่อตอบโจทย์ของลูกค้าในแบบที่ต้องการ เพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสาร สร้างความสะดวกสบายให้กับลูกค้าผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการของอนุวัฒน์ ศุภชุติกุลและคณะ (2542) ที่กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการและการติดต่อสื่อสาร เป็นสิ่งที่ไม่อาจแยกออกจากกันได้ ในการนำเสนอการให้บริการที่มีคุณภาพนั้นผู้ปฏิบัติงานจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจและสามารถใช้เทคนิควิธีในการสื่อสารได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

6.ความเอาใจใส่ที่ลูกค้าผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ เกิดจากการที่พนักงานผู้ให้บริการสามารถจดจำและเข้าใจถึงลักษณะอุปนิสัย ความต้องการของลูกค้าในแต่ละรายได้เพื่อแสดงให้เห็นว่าลูกค้าเป็นคนสำคัญของบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของรุ่งนภา หอมสกุล (2556) ที่พบว่าการประปาส่วนภูมิภาคสาขาเพชรบุรีมีคุณภาพการให้บริการด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้าอยู่ในระดับสูง เกิดจากการให้คำแนะนำดูแลเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการ พร้อมรับฟังถึงข้อร้องเรียน ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ใช้บริการอีกด้วย

จากข้อมูลคุณภาพการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำมาสร้างเป็นโมเดลเพื่อแสดงถึงคุณภาพการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด หรือ PREC-2R Model ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 โมเดลคุณภาพการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด หรือ PREC-2R Model

3. ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการ

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด พบว่าสามารถแยกเป็น 2 ประเด็น คือ

1.ปัญหาและอุปสรรคของบริษัท คือ บริษัทมีสินค้าภายใต้แบรนด์ของตัวเองไม่มากนัก จึงต้องใช้สินค้าแบรนด์อื่นๆ ที่มีหลายรุ่นหลายรูปแบบทำให้พนักงานผู้ให้บริการของบริษัทขาดความชำนาญในอุปกรณ์ใหม่ๆ ที่ใช้ อีกทั้งบริษัทยังมีปัญหาเรื่องการแข่งขันราคาการให้บริการในกลุ่มลูกค้าขนาดเล็ก เช่น ลูกค้าบ้านหรือนิติบุคคล ซึ่งมีความอ่อนไหวและข้อจำกัดในเรื่องของราคาค่อนข้างมาก จึงเป็นเหตุให้คู่แข่งใช้ประเด็นในเรื่องของราคามาเป็นตัวแข่งขัน อีกทั้งบริษัทยังมีการเปลี่ยนคนดูแลระบบบ่อย ไม่ได้มีการเจาะจงคนดูแลติดต่อประสานงานโดยตรง ซึ่งบางครั้งคนที่ติดต่อประสานงานเป็นคนละคนกับผู้ดูแลหน้างานทำให้เกิดการสับสนและการให้บริการเป็นไปได้ยาก

2.ปัญหาและอุปสรรคจากการใช้บริการของลูกค้าพบว่าปัญหาส่วนใหญ่คือ ราคา ความพร้อมและความชำนาญของพนักงาน และระยะเวลาในการดำเนินงานนาน ตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าราคาถือเป็นเหตุผลสำคัญอันดับต้นๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าและมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ให้บริการด้านระบบรักษาความปลอดภัยเป็นจำนวนมาก ทำให้มีตัวเลือกมากขึ้น การใช้บริการกับผู้ให้บริการรายใหม่ที่ราคาถูกกว่าเป็นความเสี่ยงที่น่าลอง ดังนั้นถ้าบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ไม่สามารถวางนโยบายในการแก้ไขปัญหาได้ อาจส่งผลถึงการรักษาฐานลูกค้าเดิม การเพิ่มลูกค้ารายใหม่ และความได้เปรียบในการแข่งขันหายไป

Veridian E-Journal, Slipakorn University
ISSN 1906 - 3431

4. แนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาพบว่า บริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้วางแนวทางเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาคุณภาพในการให้บริการของบริษัท โดยการทำสัญญาเป็นคู่ค้ากับดีลเลอร์รายต่างๆ เพื่อที่จะได้มีสินค้าพร้อมตลอดเวลาโดยไม่ต้องเก็บสินค้าเอาไว้เอง ลดปัญหาระยะเวลาในการจัดส่งจากต่างประเทศและที่สำคัญได้อุปกรณ์ในราคาที่ถูกกว่า รวมทั้งการมีผู้เชี่ยวชาญคอยดูแลเกี่ยวกับการติดตั้งใช้งานอุปกรณ์และการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจและสามารถใช้งานระบบอุปกรณ์ได้อย่างถูกต้องเชี่ยวชาญ ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการของพิรุณ รัตนวณิช (2545) ที่กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ คือ สิ่งจำเป็นที่ใช้เพื่อคุ้มครองสิทธิ์ของผู้ใช้บริการให้ได้รับบริการดีที่สุด ได้รับการบริการที่ถูกต้องตามหลักวิชาชีพ รวดเร็ว ค่าใช้จ่ายในการบริการมีความเหมาะสม และผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในบริการ ซึ่งผู้ให้บริการจะต้องตระหนักถึงความจำเป็นและความสำคัญของการบริการที่มีคุณภาพ โดยจัดระบบบริหารจัดการทั้งทรัพยากรบุคคลและสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการที่เพียงพอ ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มมาตรฐานการให้บริการให้สูงขึ้น เพื่อคงไว้ถึงการให้บริการที่มีคุณภาพที่สูงขึ้น ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การพัฒนาคุณภาพการให้บริการนั้นเป็นสิ่งที่ดีเพื่อทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้บริการ แต่ไม่ควรมองข้ามการพัฒนาศักยภาพของพนักงานผู้ให้บริการของบริษัท ให้มีขวัญกำลังใจและมีใจรักในงานบริการด้วย เนื่องจากพนักงานผู้ให้บริการจะเป็นผู้ที่สร้างความแตกต่างในการบริการให้เกิดขึ้น ถ้าพนักงานผู้ให้บริการมีขวัญกำลังใจในการทำงานที่ดี ก็จะทุ่มเทการทำงานการให้บริการอย่างมีคุณภาพ ประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลตามมาในที่สุด

ประโยชน์จากการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงนโยบาย

1.1 ผู้ให้บริการสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์เพื่อวางแผนการดำเนินงานและการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด

1.2 ผู้ให้บริการสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในปรับปรุงพัฒนาขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ประโยชน์เชิงการจัดการ

2.1 ผู้ให้บริการควรทำการสำรวจตลาดเพื่อวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ปัจจุบันและการเปลี่ยนแปลงทางการแข่งขันอยู่เสมอ เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงานให้รองรับกับสถานการณ์ได้มากที่สุด

2.2 ผู้ให้บริการควรวางแผนจัดทำสัญญาคู่ค้ากับตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์เพื่อรองรับกับปัญหาในเรื่องราคาที่สูงกว่าคู่แข่ง

2.3 ผู้ให้บริการควรวางแผนพัฒนากระบวนการจัดซื้อเพื่อให้ได้สินค้าที่รวดเร็วทันเวลา

2.4 ผู้ให้บริการควรจัดทำแผนการฝึกอบรมในระบบอุปกรณ์เพื่อเพิ่มทักษะให้กับพนักงานผู้ปฏิบัติงาน

3. ประโยชน์เชิงวิชาการ

จากการบูรณาการแนวคิดและทฤษฎีเพื่อนำมาประยุกต์ในการสร้างวัตถุประสงค์การวิจัย และกำหนดรูปแบบของการศึกษาด้วยวิธีการเชิงคุณภาพโดยใช้ปรากฏการณ์วิทยา เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ครบถ้วนรอบด้าน ครอบคลุมประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด การให้บริการคุณภาพการให้บริการในด้านต่างๆ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ความเป็นมืออาชีพ การตอบสนองทันที การแก้ไขสถานการณ์ การติดต่อประสานงานและการเอาใจใส่ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงเป็นแนวทางในการวางแผนและวางกลยุทธ์การดำเนินงานในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการและเพิ่มศักยภาพในการบริการขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตรงตามเป้าหมายที่ได้วางไว้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด พนักงานผู้ปฏิบัติงานด้านการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด และลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล หากมีการวิจัยเชิงปริมาณควบคู่ไปด้วยจะทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ รวมถึงความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

2. การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น ควรมีการศึกษาลูกค้าผู้ใช้บริการที่อยู่ในพื้นที่อื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบปัญหาและอุปสรรคต่างๆ รวมถึงความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ซับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจมากที่สุด

3. การวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ ข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลเชิงลึก ซึ่งในอนาคตควรมีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อจะได้มาซึ่งข้อมูลในมุมที่กว้างและรอบด้านยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการศึกษาด้านคุณภาพชีวิตแรงจูงใจ และความภักดีต่อองค์กรของพนักงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านการให้บริการ ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณจะทำให้เข้าใจด้านคุณภาพชีวิตของพนักงาน รวมทั้งแรงจูงใจในการทำงานและความภักดีต่อองค์กรได้ชัดเจนและรอบด้านยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

จินตนา บุญบงการ. (2539). การสร้างจิตสำนึกการให้บริการกับการปรับปรุงการบริการภาครัฐ คณะกรรมการปฏิรูประบบราชการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2549). การจัดการและตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชัชวาลย์ ทัตศิวัช. (2554). คุณภาพการให้บริการ. วารสารวิชาการการจัดการภาครัฐและเอกชน. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อนุวัฒน์ ศุภชุติกุล และคณะ. (2542). เส้นทางสู่โรงพยาบาลคุณภาพ คู่มือการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: มปท.

อนุวัฒน์ ศุภชุติกุล. (2543). เครื่องมือพัฒนาคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร: สถาบันรับรองและพัฒนาคุณภาพโรงพยาบาล.

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2548). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์. (2548). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

กรกนก ชุบแวงวาปี. (2557). “อิทธิพลความเป็นเลิศของคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในการใช้บริการและการบอกต่อของผู้ใช้บริการบางจาก กรีนวอช เดอะพรีเมี่ยม (สาขาวิภาวดีรังสิต-หลักสี่).” Veridian E-Journal, มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีที่ 7, ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม 2557) : 48 – 60.

รุ่งนภา หอมสกุล. (2556). “การบริหารระบบคุณภาพและคุณภาพการให้บริการของการประปาส่วนภูมิภาค สาขาเพชรบุรี.”Veridian E-Journal, มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีที่ 6, ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน 2556) : 188 – 198.

ภาษาต่างประเทศ

Hsin Hsin Chang. & Su Wen Chen. (2009). “Consumer perception of interface quality, security, and loyalty in electronic commerce”. Information & Management. Volume: 46 Issue: 7 pp. 411-417.

Gronroos. C. (1990). “Relationship Approach to Marketing in Service Contexts : The Marketing and Organizational Behavior Interface.” Journal of Business Research 20 (1), pp. 3-17.

Gronroos. C. (1992). Strategic Management and Marketing in the Public Sector. Finland: Swedish School of Economics and Business Management.