

[หน้าแรก](#) [เกี่ยวกับ TCI](#) » [ฐานข้อมูล TCI](#) » [ค่า TJIF](#) [การประชุม/อิมรม](#) » [งานวิจัยของ TCI](#) » [เกณฑ์คุณภาพวารสาร](#) » [กระดานสนทนา](#) [FAQ](#)

ผลการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI รอบที่ 3 ปี 2558

โปรดระบุหมายเลข ISSN หรือชื่อของวารสารที่ต้องการทราบผลประเมิน :

ลำดับ	ชื่อวารสาร	ISSN	เจ้าของ	จัดอยู่ในวารสาร กลุ่มที่	สาขา
1	Veridian E-Journal Science and Technology Silpakorn University	2408-1248	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศิลปากร	2	วิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี
2	Veridian E-Journal, Silpakorn University	1906-3431	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศิลปากร	2	มนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์

[Back to top](#)

Copyright 2005, Thai-Journal Citation Index (TCI) Centre. All rights reserved.

Contact: tci.thai@gmail.com

การพัฒนาคุณภาพการให้บริการระบบรักษาความปลอดภัย บริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

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

ภาคภูมิ รักเกียรติยศ (Pakpoom Rakkiattiyot)^{*}

วีโรจน์ เจรจาลักษณ์ (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 แล้วนำเสนอในรูปแบบการพรรณาความ

ผลการศึกษาพบว่า บริษัทมีขั้นตอนการดำเนินงานที่ชัดเจนตามหลักธรรยาบรรณของบริษัท เน้นความรวดเร็ว ถูกต้องและให้ความสำคัญต่อความต้องการของลูกค้าเป็นหลักสำคัญ อีกทั้งบริษัทยังได้รับความน่าเชื่อถือไว้วางใจในด้านคุณภาพการให้บริการเนื่องจากความเป็นมืออาชีพ มีการติดต่อสื่อสารและเข้าใจใส่ในการให้บริการ ทำให้สามารถตอบสนองต่อปัญหาและแก้ไขสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว แต่ก็ยังพบกับปัญหาด้านทักษะความรู้ความชำนาญในการให้บริการเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ปัญหาการแข่งขันในด้านราคาการให้บริการกับคู่แข่งทางการค้าซึ่งเป็นข้อจำกัดสำคัญในกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีขนาดเล็ก รวมไปถึงการผลัดเปลี่ยนพนักงานบ่อยทำให้เกิดปัญหาในการติดต่อประสานงานกับลูกค้าเพื่อการให้บริการที่ดีอีกด้วย จากผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัท โดยการทำสัญญาคู่ค้ากับตัวแทนจำหน่ายรายต่างๆ เพื่อที่จะได้มีสินค้าพร้อมตลอดเวลา ลดปัญหาระยะเวลาในการจัดส่งและที่สำคัญได้อุปกรณ์ในราคาน้ำหนักกว่า รวมทั้งมีผู้เชี่ยวชาญอยู่แล้วการติดตั้งใช้งานอุปกรณ์และสนับสนุนการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจและสามารถใช้งานระบบอุปกรณ์ได้อย่างถูกต้องเชี่ยวชาญและมีประสิทธิภาพ

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ 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. ประจิตวิทยาการจัดการ 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 และเพิ่มจำนวนลูกค้ารายใหม่ให้ทันมาสนใจ เลือกใช้สินค้าหรือบริการมากขึ้น (ฉัตยาพร เสนอใจ, 2545) อีกทั้งยังสามารถใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นเครื่องมือเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าโดยเป้าหมายดังเช่นการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีจะสามารถสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการได้ (Hsin Hsin Chang & Su Wen Chen, 2009)

จากการแข่งขันดังกล่าว ทำให้บริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ให้บริการระบบรักษาความปลอดภัยในปัจจุบัน ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเปรียบเทียบและการจัดอันดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการต่างๆ ได้ การเปรียบเทียบนี้เองเป็นเหตุให้บริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ต้องทำการปรับตัวเพื่อให้มีคุณภาพการบริการที่เหนือกว่า ให้ความสำคัญต่อการปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เป็นที่ยอมรับของลูกค้าผู้ใช้บริการ ด้วยเหตุนี้การประเมินคุณภาพการบริการของลูกค้าเป็นส่วนช่วยให้ทราบได้ว่าสิ่งที่บริษัทดำเนินการไปนั้นมีความเหมาะสมหรือไม่เพียงใด เพียงพอต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการหรือไม่ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัท ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น 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 ดำเนินงานด้านให้บริการด้านระบบรักษาความปลอดภัยอิเล็กทรอนิกส์ครบวงจร 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 และอุปกรณ์ล็อกประเภทต่างๆ เป็นต้น ด้วยเหตุที่บริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทใหญ่ ที่ก่อตั้งมานานบริษัทนี้ ผู้วิจัยจึงได้เลือกบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อศึกษาในครั้งนี้

2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

การบริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้เพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ไม่สามารถสมัผัสจับต้องด้วยการสัมผัสหรือแสดงความเป็นเจ้าของได้ แต่สามารถรับรู้ได้ในด้านของความรู้สึก ความพึงพอใจ

ด้วยนิยามของจินตนา บุญบงการ (2539) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่ากระบวนการในการส่งมอบบริการจากผู้ให้ไปยังผู้รับ ไม่ใช่สิ่งที่จับต้องได้ชัดเจน แต่จะอยู่ในรูปของสถานที่ เวลา และสิ่งอื่นๆ อำนวยความสะดวกทางจิตใจ ทำให้เกิดความพึงพอใจ คำว่า “การบริการ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า SERVICE ซึ่งถ้าหากความหมายให้กับอักษรภาษาอังกฤษ 7 ตัวนี้ อาจได้ความหมายของการบริการที่สามารถยึดเป็นหลักการปฏิบัติได้ตามความหมายของอักษร ทั้ง 7 ตัว ได้แก่ S หรือ Smiling & Sympathy คือ การยิ้มและแสดงความเมตตา ใจใส่ 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 ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ

ธุรกิจบริการ หมายถึง กิจกรรมที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อดำเนินกิจกรรมในการให้บริการ โดยจะจัดทำบริการในรูปแบบต่างๆ และเสนอให้แก่ผู้บริโภคเพื่อสร้างความสะท้อนสบายน ความปลอดภัย ความสนุกสนาน ความบันเทิง ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้ โดยผู้ให้บริการจะได้รับค่าบริการเป็นสิ่งตอบแทน

ด้วยนิยามของวีระรัตน์ กิจเลิศไพรเจน (2548) ได้จำแนกประเภทของธุรกิจบริการไว้ 4 ประเภท ประกอบด้วย 1) ธุรกิจที่ให้บริการต่อร่างกายลูกค้า 2) ธุรกิจที่ให้บริการต่อจิตใจลูกค้า 3) ธุรกิจที่ให้บริการต่อทรัพย์สินของลูกค้า 4) ธุรกิจที่ให้บริการต่อสารสนเทศของลูกค้า และยุพารณ วรรณาณิชย์ (2548) ที่ให้ความหมายของธุรกิจบริการไว้ว่า เป็นองค์กรหรือหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อขายหรือให้บริการ โดยปกติจะมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหากำไร ซึ่งการขายหรือให้บริการดังกล่าว อาจจะเป็นแบบโดยทางตรง ทางอ้อม หรือโดยต่อเนื่องก็ได้ ซึ่งการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในการศึกษารูปแบบและลักษณะการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

4. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่รับรู้ได้จากการใช้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการดำเนินการได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ สามารถตอบสนองต่อความต้องการเบื้องต้น ครอบคลุมไปถึงความคาดหวังของผู้รับบริการตลอดจนขั้นตอนการดูแลภายหลังบริการด้วย

ด้วยนิยามของชัชวาลย์ ทัตศิริ (2554) ได้กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการว่าเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนและหลากหลายในแง่มุมของการพิจารณา เป็นที่ประจักษ์ชัดว่าคุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่สำคัญซึ่งผู้บริหารขององค์การพึงให้ความสำคัญและทุ่มเทความสนใจ องค์การที่ต้องการความสำเร็จของการประกอบการไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน จึงต้องให้ความสนใจต่อประเด็นเรื่องคุณภาพการให้บริการที่พิจารณาหรือทำความเข้าใจจากความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า หรือผู้รับบริการให้ได้อย่างเด่นชัด ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการมาศึกษาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในเรื่องคุณภาพการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการให้บริการระบบรักษาความปลอดภัย บริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด การได้มาของข้อมูลนั้นผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้สามารถเข้าใจรายละเอียดเกี่ยวกับการให้บริการระบบรักษาความปลอดภัย บริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้ในเชิงลึก โดยวิธีการดำเนินการวิจัย มีรายละเอียด ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลและเกณฑ์การคัดเลือก ใน การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ใช้การคัดเลืออกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลในส่วนของรูปแบบลักษณะในการให้บริการนโยบายในการให้บริการของบริษัท ซึ่งได้แก่ กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการและผู้จัดการฝ่ายบริการ รวมจำนวน 3 คน 2) กลุ่มพนักงานผู้ปฏิบัติงานด้านการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ใช้การคัดเลืออกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลในส่วนของรูปแบบการปฏิบัติงานในการให้บริการ ปัญหาต่างๆ ที่พบเจอทั้งในระหว่างและหลังการให้บริการ ข้อเสนอแนะในเพื่อปรับปรุงการให้บริการ ซึ่งได้แก่ วิศวกรรมระบบ ช่างเทคนิคผู้ให้บริการ พนักงานรับแจ้งเรื่อง รวมจำนวน 7 คน 3) กลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลในส่วนของคุณภาพการให้บริการ ปัญหาต่างๆ ที่พบเจอทั้งในระหว่างและหลังการรับบริการ ข้อเสนอแนะในเพื่อปรับปรุงการให้บริการ ซึ่งได้แก่ ผู้จัดการศูนย์บริหารและจัดการสนับสนุนการกรุงไทย ผู้จัดการสาขาธนาคารยูโอบี ฝ่ายบุคลบริษัทที่ เอสที ฝ่ายอาคารบริษัทจอยหันสันแอนด์หันสันนิคอมอุตสาหกรรมลาดกระบัง รวมจำนวน 9 คน รวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 19 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงประเด็นที่ต้องการศึกษา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ใน การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการในการวิจัย โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง โดยกำหนดแบบสัมภาษณ์จำนวน 3 ฉบับ คือ 1) แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด 2) แบบสัมภาษณ์สำหรับพนักงานผู้ปฏิบัติงานด้านการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด 3) แบบสัมภาษณ์สำหรับลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัท ชับบ์ (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 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 3 คน กลุ่มพนักงานผู้ปฏิบัติงานด้านการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 7 คน และ กลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 9 คน ระยะเวลาในการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ถึงเดือนเมษายน 2558

4. การพิทักษ์สิทธิกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ก่อนการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการเข้าแจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย พร้อมทั้งแจ้งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทราบว่า ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเป็นเพียงข้อมูลทาง

การศึกษาเท่านั้น ไม่ส่งผลกระทบทางลบหรือสร้างความเสียหายต่อผู้ให้ข้อมูลทั้งต่อตัวบุคคลและต่องค์กร ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีสิทธิที่จะให้ข้อมูลหรือไม่ให้ข้อมูลในการวิจัยนี้ได้

5. การตรวจสอบและการวิเคราะห์ข้อมูล 1) การตรวจสอบข้อมูล โดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเหลี่า (Triangulation) โดยผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลายคนและหลายกลุ่มเพื่อให้ได้ข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วนและน่าเชื่อถือ เพื่อนำมาอีนยันข้อเท็จจริงต่อไป 2) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตรวจสอบข้อมูลภาคสนาม โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ในแต่ละกลุ่มมาประมวลผลและวิเคราะห์ว่ามีความสอดคล้องหรือขัดแย้งกันภายในกลุ่มและระหว่างกลุ่มหรือไม่ กรณีข้อมูลที่ได้มีความขัดแย้งกันจากผู้ให้ข้อมูลคนใดคนหนึ่ง ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ประเด็นต่างๆ กับผู้ให้ข้อมูลคนอื่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้องและความนำไปเชื่อถือมากที่สุด ส่วนข้อมูลที่ขาดความน่าเชื่อถือผู้วิจัยจะไม่นำมาใช้ในการศึกษา และหากข้อมูลที่ได้ยังไม่เพียงพอผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมให้สมบูรณ์

สรุปผลการวิจัย

1. รูปแบบและลักษณะการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

1.1 นโยบายด้านการดำเนินงานของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด มีนโยบายด้านการดำเนินงานต่างๆ ตามหลักธรรยาบรรณของบริษัท โดยการปฏิบัติตามข้อกฎหมาย ปฏิบัติตามข้อกำหนดในสัญญา ประพฤติปฏิบัติตัวอย่างความซื่อสัตย์ สุจริต สื่อสารอย่างเปิดเผย มีประสิทธิภาพ ยึดมั่นในค่านิยมและรับผิดชอบต่อการกระทำการของบริษัท เพื่อให้ผลที่ออกมายังเป็นไปในทางที่ดี เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสุขความพึงพอใจและนึกถึงในการใช้บริการครั้งต่อไป

1.2 การดำเนินงานด้านการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

การดำเนินงานในการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด จะเน้นที่ความรวดเร็ว ความถูกต้อง และให้ความสำคัญต่อความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก โดยอาศัยการเรียนรู้ด้วยตนเองในการให้บริการในแต่ละกลุ่มลูกค้า เพิ่มความสะดวกในการตรวจสอบรายละเอียดของลูกค้า เช่นลูกค้าที่แจ้งข้อมูลในกลุ่มใด ระบบจะทำความปลดภัยอย่างไรที่ใช้งานอยู่ ข้อมูลการแจ้งซ่อมที่เคยผ่านมา เป็นต้น มีระบบจัดเก็บ minimum stock สามารถเบิกจ่ายอุปกรณ์ได้ตลอดเวลาเพื่อความรวดเร็วในการให้บริการ มีศูนย์รับแจ้งเหตุในกรณีฉุกเฉินตลอด 24 ชั่วโมง (Central Monitoring System หรือ CMS) โดยทำหน้าที่รับเรื่องและให้คำแนะนำเบื้องต้น พร้อมทั้งช่างเทคนิค (Emergency Technician) คอยให้บริการในกรณีฉุกเฉินที่ต้องการแก้ไขในทันที เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

ขั้นตอนในการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด นั้น จะให้ CMS เป็นผู้รับแจ้งเรื่องปัญหาหารือใช้งานจากลูกค้าแล้วลงบันทึกการรับแจ้ง โดย CMS สามารถให้คำแนะนำเบื้องต้นกับลูกค้าในกรณีที่สามารถแก้ไขได้โดยง่าย แล้วส่งเรื่องต่อมายังทีมงานดังงาน ซึ่งมีหน้าที่นำข้อมูลในบันทึกการรับแจ้งของ CMS เพื่อตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้า แล้วติดต่อกลับเพื่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมในเชิงลึกพร้อมทั้งแนะนำวิธีแก้ไขปัญหาเบื้องต้น แต่ในกรณีที่ลูกค้าไม่สะดวกในการแก้ไข ทางคนจัดงานจะทำการนัดวันและเวลาในการเข้าตรวจสอบกับทางลูกค้าต่อไป พร้อมอัพเดทสถานะงานในแต่ละวัน

2. คุณภาพการให้บริการของบริษัท ข้าบบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

2.1 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

เกิดจากการที่พนักงานทุกคนของบริษัทต้องปฏิบัติงานด้วยความถูกต้องเหมาะสม มีความซื่อสัตย์สุจริต ใช้การสื่อสารอย่างเปิดเผย ปฏิบัติตามข้อตกลงในสัญญาที่ได้ระบุไว้อย่างถูกต้องครบถ้วน ไม่มีลับล่อมคนในสามารถตรวจสอบได้ สามารถยืนยันตัวบุคคลหรือพนักงานในการติดต่อเรื่องเอกสารสัญญา หรือการเข้าให้บริการในแต่ละครั้งได้ รวมถึงการทำความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการ เพื่อจับประเด็นปัญหาได้อย่างถูกต้องครบถ้วน

2.2 ความเป็นมืออาชีพ

การแสดงออกถึงความเป็นมืออาชีพในการให้บริการของบริษัท ข้าบบ์ (ประเทศไทย) จำกัด จะอาศัยหลักการคือ ใช้รูปแบบบริการที่แปลกใหม่น่าสนใจ และแสดงออกถึงความเอาใจใส่ ยืดมั่นในคำพูดและกระทำ และยอมรับในข้อผิดพลาดต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในการให้บริการ ซึ่งการที่บริษัทจะมุ่งไปสู่ความเป็นหนึ่งเด่นนั้น พนักงานทุกคนจะต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสามารถสูงสุด ใช้ความรู้ความชำนาญและทักษะในด้านต่างๆ เพื่อให้บริการกับลูกค้า ยอมรับความคิดเห็นของลูกค้าผู้ใช้บริการและข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น ทางแนวทางพัฒนาในระบบงาน วิธีการดำเนินงาน ทักษะความรู้ความสามารถ ยอมรับนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการให้มากยิ่งขึ้น

2.3 การตอบสนองทันที

ในการให้บริการพนักงานทุกคนของบริษัท ข้าบบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ต้องทำด้วยความเต็มใจ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทันที สามารถเข้าถึงได้ง่ายและติดต่อได้ตลอดเวลา โดยการปฏิบัติให้ได้ตามสิ่งต่างๆ ที่กล่าวมานั้น ต้องอาศัยความพร้อมในการให้บริการทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านบุคลากร และด้านเครื่องมืออุปกรณ์ รวมทั้งการรับรู้ถึงเงื่อนไขและความต้องการของลูกค้า รู้จักความสามารถและความเป็นไปได้ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสามารถวิเคราะห์ สรุปผลได้อย่างตรงประเด็นในการให้บริการ

2.4 การแก้ไขสถานการณ์

สถานการณ์ที่ไม่คาดคิดอาจเกิดขึ้นได้เสมอในการเข้าปฏิบัติงาน ซึ่งต้องอาศัยความสามารถและสติในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงานที่เข้าปฏิบัติงาน โดยอาศัยเทคนิคในการแก้ปัญหาให้ลูกค้าคือ มีสติรับฟังอย่างตั้งใจ สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม สงสัยและสำรวจ และแก้ไขปัญหาและติดตามผลงานจนจบ เพื่อเป็นการลดภาระความกดดันและให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจในการให้บริการของบริษัทท่องเที่ยว

2.5 การติดต่อสื่อสาร

ในการให้บริการ การติดต่อสื่อสารนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจต่างๆ ทั้งในด้านการทำงานส่วนบุคคลหรือในการทำงานเป็นทีม ซึ่งต้องอาศัยความสามารถของพนักงานผู้ให้บริการในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าผู้ใช้บริการ ควรใช้รูปแบบการสื่อสารและภาษาที่เหมาะสมกับลูกค้าผู้ใช้บริการ อีกทั้งในปัจจุบันการติดต่อสื่อสารมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น ทำให้พนักงานผู้ให้บริการสามารถนำเทคโนโลยีในปัจจุบันหรือโซเชียลมีเดีย (Social Network) มาประยุกต์ใช้ได้อีกด้วย

2.6 ความเอาใจใส่

ความประทับใจในการบริการของลูกค้าสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่พนักงานทุกคนทำให้ลูกค้ารับรู้ได้ถึงความเอาใจใส่ที่ทางบริษัทมีต่อลูกค้า เช่น สามารถจำจำและเข้าใจถึงลักษณะนิสัยความต้องการของลูกค้าในแต่ละรายได้ สามารถให้ความสะดวกแก่ลูกค้าในด้านต่างๆ ได้ตามความต้องการ เป็นต้น เพื่อแสดงให้เห็นว่าลูกค้าเป็นคนสำคัญของบริษัทและไม่ปล่อยให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่าลูกหอดหึ้งหรือไม่ให้ความสำคัญ

3. ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการ

3.1 ปัญหาในการให้บริการของกับบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

1. ปัญหาด้านตัวสินค้า

บริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด "ไม่มีสินค้าหรืออุปกรณ์ภายใต้แบรนด์ตัวเองมากนัก จึงต้องอาศัยสินค้าแบรนด์อื่นๆ ที่มีหลายรุ่นหลายรูปแบบเพื่อตอบรับความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งความหลากหลายของสินค้าหรืออุปกรณ์นี้เอง ส่งผลให้เกิดปัญหาในด้านความชำนาญในสินค้าหรืออุปกรณ์เหล่านี้ ทำให้การแนะนำให้คำปรึกษาเป็นไปได้ค่อนข้างยาก สินค้าบางอย่างใช้เวลานานในการรอของเนื่องจากต้องมาจากต่างประเทศเท่านั้น ทำให้ลูกค้าบางรายไม่พอใจกับระยะเวลาที่ต้องเสียไป

2. ปัญหาด้านคู่แข่ง

บริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด "ได้เปรียบคู่แข่งในเรื่องของ Site Reference ทำให้บริษัทตุ้มีความน่าเชื่อถือมากกว่าคู่แข่งรายอื่น แต่กลับเสียเปรียบคู่แข่งในเรื่องของราคาในการให้บริการ เนื่องจากบริษัทมีเกณฑ์ในเรื่องของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ติดตั้งต้องได้มาตรฐานถูกต้องตามชนิดการใช้งาน และรับประกันทั้งค่าแรงและอุปกรณ์ที่ใช้ติดตั้งเป็นระยะเวลาตามที่กำหนดในสัญญาซึ่งโดยส่วนมากจะเป็นเวลาตั้งแต่ 1 ปีเป็นต้นไปแล้วแต่กรณี จึงสາเหตุหลักที่ทำให้ราคากลางกว่าคู่แข่งข้น"

3. ปัญหาด้านลูกค้าผู้ใช้บริการ

บริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด มีปัญหาในเรื่องของการติดต่อประสานงานกับลูกค้า กลุ่มที่เป็นรูปแบบบริษัท นิติบุคคล เป็นต้น เนื่องจากมีการเปลี่ยนคนดูแลระบบบ่อย ไม่ได้เจาะจงคนดูแลเด็ดต่อประสานงานโดยตรง บางครั้งคนที่ติดต่อประสานงานเป็นคนหนึ่ง คนดูแลหน้างานเป็นอีกคนหนึ่ง ทำให้การติดต่อประสานงานยากลำบากและเกิดข้อผิดพลาดในการเข้าให้บริการ

3.2 ปัญหาจากการใช้บริการของลูกค้าของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1. ราคาสินค้าและบริการ

ราคาสินค้าและบริการถือเป็นปัญหาสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ให้บริการด้านระบบรักษาความปลอดภัยเป็นจำนวนมาก การแข่งขันจึงมีสูงทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกเพิ่มมากขึ้นในการเลือกใช้บริการ สามารถยอมเสียเงินโดยเปลี่ยนไปใช้บริการกับผู้ให้บริการรายใหม่ที่ราคาถูกกว่าได้

2. ความพร้อมและความชำนาญของพนักงาน

ในการให้บริการบางครั้งพนักงานที่เข้าให้บริการขาดความพร้อมที่จะให้บริการ โดยมากจะเกิดกับพนักงานที่เพิ่งเข้ามาทำงาน ซึ่งความรู้ความชำนาญในระบบอุปกรณ์ต่างๆ ยังมีน้อย อีกทั้งพนักงานยังขาด

ความรอบคอบในการตรวจสอบหาสาเหตุ ทำให้การแก้ไขไม่ถูกต้องจากการวิเคราะห์ปัญหาที่คาดเดือน ซึ่งอาจลดthonความน่าเชื่อถือของบริษัทลงได้

3. ระยะเวลาในการดำเนินการ

ผู้ใช้บริการที่พบกับปัญหาในเรื่องระยะเวลาในการดำเนินการส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่ไม่มีสัญญา ทำให้การนัดหมายถึงวันและเวลาในการให้บริการต้องรอค่อนข้างนาน ต้องทำตามขั้นตอนในเรื่องของเอกสารต่างๆ เพื่อเปิดงานก่อน อีกหนึ่งสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหานี้คือเรื่องอุปกรณ์ที่ต้องส่งจากต่างประเทศ ซึ่งต้องรอการขนส่งนานเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ทำให้เวลาในการนำอุปกรณ์ไปติดตั้งหรือเปลี่ยนคืนกับผู้ใช้บริการต้องใช้เวลานาน

4. แนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

4.1 ราคากองสินค้าและบริการ

ลูกค้าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในเรื่องของคุณภาพสินค้าและการบริการ แต่ที่ไม่สามารถต่อสัญญาเพื่อใช้บริการได้ต่อเนื่องมีสาเหตุมาจากการปัญหาในเรื่องของราคา โดยมีข้อแนะนำให้ทางบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ใช้การลดราคาในส่วนของค่าแรงช่าง ให้ส่วนลดพิเศษในกรณีที่อุปกรณ์ที่ใช้มีจำนวนมาก หรือไม่คิดในส่วนของอุปกรณ์เพิ่มเติมเล็กๆ น้อยๆ เพื่อที่จะช่วยให้สามารถต่อสัญญาได้ ซึ่งเป็นไปในแนวเดียวกันกับทางผู้บริหารบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่ได้วางแนวทางที่จะใช้เพื่อแข่งขันในตลาดผู้ให้บริการระบบรักษาความปลอดภัย โดยการทำสัญญาเป็นคู่กับดีลเลอร์รายต่างๆ เพื่อที่จะได้มีสินค้าพร้อมตลอดเวลา โดยไม่ต้องเก็บสต็อกสินค้าเอาไว้เอง มีผู้เชี่ยวชาญอยู่ดูแลเกี่ยวกับการติดตั้งและใช้งานอุปกรณ์ และที่สำคัญจะได้สินค้าในราคาน้ำเงินกว่าการไม่ทำสัญญาเป็นคู่ค้า

4.2 ความพร้อมและความชำนาญของพนักงาน

ผู้บริหารบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้วางแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาในปัญหาดังกล่าวให้ลดน้อยลง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเกิดขึ้นกับลูกค้าผู้ใช้บริการ โดยใช้การจัดแผนการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ ความเข้าใจและสามารถใช้งานระบบอุปกรณ์ได้อย่างถูกต้องเชี่ยวชาญ ให้ผู้จัดการฝ่ายบริการวางแผนในการป้องกันภัยระบบอุปกรณ์ใหม่ๆ ในแต่ละปีและจัดการสั่งซื้อชุดสารอิฐการใช้งานมาเพื่อให้พนักงานผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องได้ทดลองใช้งาน เพื่อเป็นการฝึกความชำนาญ ใช้เรียนรู้และทดลองขั้นตอนการติดตั้ง การทำงาน การแก้ไขกรณีเกิดปัญหาของระบบอุปกรณ์ได้อย่างหนึ่ง

4.3 ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาในการร่ออุปกรณ์เป็นปัญหาที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เนื่องจากอุปกรณ์ระบบบางชนิด บางรายการมีราคาที่สูงมากไม่สามารถจัดเก็บเป็น minimum stock ได้ ซึ่งแนวทางในการแก้ไขปัญหาเบื้องต้นคือ การนำตัวอุปกรณ์สำรองที่ทางบริษัทมีไว้เพื่อใช้ทดแทนระบบหรืออุปกรณ์ที่ใช้สำหรับสาธิตการใช้งานไปให้ลูกค้าใช้งานในระหว่างที่รออุปกรณ์ตัวจริง เพื่อให้ระบบที่ลูกค้าใช้งานสามารถทำงานได้ต่อเนื่องเป็นปกติ และจากการที่ทางบริษัทได้ติดต่อกับเจ้าของสินค้าและดีลเลอร์ต่างๆ ในการทำสัญญาเป็นคู่ค้า ทำให้ลดปัญหาในเรื่องระยะเวลา ที่ต้องรอของส่งจากต่างประเทศไปได้บางส่วนช่วยให้ลูกค้ารู้สึกถึงความปลอดภัย และการดูแลเอาใจใส่จากทางบริษัท ที่ไม่ปล่อยให้ระบบที่ลูกค้าใช้งานนั้นต้องหยุดการทำงานไป

อภิปรายผล

1. รูปแบบและลักษณะการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

1.1 นโยบายด้านการดำเนินงานของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ใช้หลักจรรยาบรรณเพื่อเป็นมาตรฐานในการดำเนินงาน การปฏิบัติงานในการให้บริการของบุคลากรให้ได้มาตรฐานเดียวกันทั้งบริษัท เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสุขความ พึงพอใจและนึกถึงในการให้บริการครั้งต่อไป

1.2 การดำเนินงานด้านการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

การดำเนินงานต่างๆ ของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ต้องพร้อมด้วยความถูกต้อง รวดเร็วและให้ความสำคัญต่อความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ ให้การเอาใจใส่ดูแล ให้ความสะดวก ให้เกียรติ แก่ลูกค้าโดยไม่ใช้การบังคับบุ๊กซึ่ง ใช้วาจาที่ไม่เหมาะสมและสามารถให้คำแนะนำปรึกษาได้ตลอดเวลา เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสุขความพึงพอใจจากการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการให้บริการของพงษ์เทพ สันติ พันธ์ (2546) ที่กล่าวว่า การให้บริการต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ เป็นไปอย่าง ต่อเนื่องสม่ำเสมอ ไม่ยุ่งยากซับซ้อนและเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า กลุ่ม ผู้บริหารของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้ให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานการให้บริการและลูกค้า ผู้ใช้บริการ จะเห็นได้จากการทำแบบสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัทและความต้องการจากลูกค้า ผู้ใช้บริการ เพื่อนำมาวิเคราะห์และปรับปรุงแผนการดำเนินงานในแต่ละปีให้สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการ สำรวจและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการได้มากที่สุด อีกทั้ง ยังเปิดกว้างทางความคิดเพื่อนำแนวคิดหรือแนวทางของพนักงานผู้ให้บริการมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับนโยบาย ต่างๆ อีกด้วย

2. คุณภาพการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด

คุณภาพการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด สามารถวัดได้จาก

1. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจที่ลูกค้าผู้ใช้บริการมีต่อบริษัท เกิดจากการที่พนักงานทุกคน ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ใช้การสื่อสารอย่างเปิดเผย ปฏิบัติตามข้อตกลงในสัญญาที่ได้ระบุไว้อย่าง ถูกต้องครบถ้วน สามารถตรวจสอบได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกรานก ชุมวงศ์ราปี (2557) ที่พบว่า ความ ไว้วางใจในการใช้บริการเกิดจากการที่ผู้ให้บริการเลือกใช้อุปกรณ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจ ในบริการ

2. การแสดงออกถึงความเป็นมืออาชีพในการให้บริการของบริษัท อาทัยรูปแบบวิธีการ ให้บริการที่แปลงใหม่ๆ แสดงออกถึงความเอาใจใส่ยืดมั่นในคำพูดและการกระทำ ใช้ความรู้ความชำนาญ และทักษะในด้านต่างๆ เพื่อให้บริการกับลูกค้า รวมทั้งยอมรับความคิดเห็นของลูกค้าผู้ใช้บริการและข้อผิดพลาด ที่เกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการของกรอนโรส (Gronroos, 1984) ที่ได้กล่าวว่า ความเป็นมืออาชีพและการมีทักษะของผู้ให้บริการนั้นเป็นสิ่งที่พิสูจน์ว่า ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ถึงทักษะ ความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีระบบแบบแผนของผู้ให้บริการ

3. การตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการในทันทีทันใดนั้น บริษัทต้องมีความพร้อมใน การให้บริการทั้งด้านบุคลากรและเครื่องมืออุปกรณ์ อีกทั้งต้องรู้สึกรู้สึเงื่อนไขและความต้องการของลูกค้า รู้สึ

ความสามารถและความเป็นไปได้ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า สามารถวิเคราะห์และสรุปผลได้อย่างตระหนุก ซึ่งสอดคล้องกับกองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี (2555) ที่ได้อธิบายถึงการตอบสนองไว้ว่า การที่ผู้ให้บริการมีความพร้อมและความเต็มใจในการให้บริการ มีการติดต่อสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี

4. การแก้ไขสถานการณ์ของพนักงานที่เข้าปฏิบัติงานโดยอาศัยเทคนิควิธีในการแก้ปัญหาคือ มีสติรับฟังอย่างข้อมูลจากลูกค้าอย่างดี สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม ลังเกตและสำรวจตรวจสอบ และแก้ไขปัญหานั้นจนสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการของกรอนรูส (Gronroos, 1984) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การแก้ไขสถานการณ์ให้กับสู่ภาวะปกติ เกิดจากการแก้ไขปัญหาและเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่เกิดขึ้น หรือเกิดเหตุการณ์ผิดปกติ ผู้ให้บริการสามารถแก้ไขสถานการณ์ฯ ได้ทันท่วงทีด้วยวิธีการที่เหมาะสม

5. การติดต่อสื่อสารและประสานงานในการให้บริการ ทางบริษัทจะอาศัยความสามารถของพนักงานผู้ให้บริการในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าผู้ใช้บริการ ใช้รูปแบบการสื่อสารและภาษาที่เหมาะสม กับลูกค้าในแต่ละกลุ่ม และนำเอาเทคโนโลยีในปัจจุบันหรือโซเชียลมีเดีย (Social Network) มาใช้อีกด้วยเพื่อตอบโจทย์ของลูกค้าในแบบที่ต้องการ เพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสาร สร้างความสัมภានยังลูกค้า ผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการของอนุวัฒน์ ศุภชุติกุลและคณะ (2542) ที่กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการและการติดต่อสื่อสาร เป็นสิ่งที่ไม่อาจแยกออกจากกันได้ ในกรณีนำเสนอการให้บริการที่มีคุณภาพนั้นผู้ปฏิบัติงานจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจและสามารถใช้เทคนิควิธีในการสื่อสารได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

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

จากข้อมูลคุณภาพการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำมาสร้างเป็นโมเดลเพื่อแสดงถึงคุณภาพการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด หรือ PREC-2R Model ได้ดังนี้



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

3. ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการ

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด พบทว่าสามารถแยกเป็น 2 ประเด็น คือ

1. ปัญหาและอุปสรรคของบริษัท คือ บริษัทมีสินค้าภายใต้แบรนด์ของตัวเองไม่มากนัก จึงต้องใช้สินค้าแบรนด์อื่นๆ ที่มีคลายรุ่นหลายรูปแบบทำให้พนักงานผู้ให้บริการของบริษัทขาดความชำนาญในอุปกรณ์ใหม่ๆ ที่ใช้ อีกทั้งบริษัทยังมีปัญหาเรื่องการแข่งขันราคากำลังจะดึงดูดลูกค้าขนาดเล็ก เช่น ลูกค้าบ้านหรือนิติบุคคล ซึ่งมีความอ่อนไหวและข้อจำกัดในเรื่องของราคาก่อนซื้อจำนวนมาก จึงเป็นเหตุให้คู่แข่งใช้ประเด็นในเรื่องของราคามาเป็นตัวแปรแข่งขัน อีกทั้งบริษัทยังมีการเปลี่ยนคนดูแลระบบบ่อย ไม่ได้มีการเจาะจงคนดูแลติดต่อประสานงานโดยตรง ซึ่งบางครั้งคนที่ติดต่อประสานงานเป็นคนละคนกับผู้ดูแลหน้างานทำให้เกิดการสับสนและการให้บริการเป็นไปได้ยาก

2. ปัญหาและอุปสรรคจากการใช้บริการของลูกค้าพบว่าปัญหาส่วนใหญ่คือ ราคา ความพร้อมและความชำนาญของพนักงาน และระยะเวลาในการดำเนินงานนาน ตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าราคาถือเป็นเหตุผลสำคัญอันดับต้นๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าและมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ให้บริการด้านระบบรักษาความปลอดภัยเป็นจำนวนมาก ทำให้มีตัวเลือกมากขึ้น การใช้บริการกับผู้ให้บริการรายใหม่ที่ราคาถูกกว่าเป็นความเสี่ยงที่น่ากลัว ดังนั้นถ้าบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ไม่สามารถวางแผนอย่างดีในการแก้ไขปัญหาได้ อาจส่งผลกระทบการรักษาฐานลูกค้าเดิม การเพิ่มลูกค้ารายใหม่ และความได้เปรียบในการแข่งขันหายไป

4. แนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด
จากการที่ผู้จัดได้ศึกษาพบว่า บริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้วางแนวทางเพื่อแก้ไขปัญหา
และพัฒนาคุณภาพในการให้บริการของบริษัท โดยการทำสัญญาเป็นคู่ค้ากับดีลเลอร์รายต่างๆ เพื่อที่จะได้มีสินค้า
พร้อมตลอดเวลาโดยไม่ต้องเก็บสินค้าเอาไว้เอง ลดปัญหาระยะเวลาในการจัดส่งจากต่างประเทศและที่สำคัญได้
อุปกรณ์ในราคาน้ำหนักกว่า รวมทั้งการมีผู้เชี่ยวชาญอยู่แล้วกับการติดตั้งใช้งานอุปกรณ์และการฝึกอบรม
พนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจและสามารถใช้งานระบบอุปกรณ์ได้อย่างถูกต้องเชี่ยวชาญ ซึ่งสอดคล้องกับการ
ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการของพิรุณ รัตนวนิช (2545) ที่กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ คือ
สิ่งจำเป็นที่ใช้เพื่อคุ้มครองสิทธิ์ของผู้ใช้บริการให้ได้รับบริการดีที่สุด ได้รับการบริการที่ถูกต้องตามหลักวิชาชีพ
รวดเร็ว ค่าใช้จ่ายในการบริการมีความเหมาะสม และผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในบริการ ซึ่งผู้ให้บริการจะต้อง
ตระหนักรึงความจำเป็นและความสำคัญของการบริการที่มีคุณภาพ โดยจัดระบบบริหารจัดการห้องทรัพยากร
บุคคลและสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการที่เพียงพอ ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มมาตรฐานการ
ให้บริการให้สูงขึ้น เพื่อคงไว้การให้บริการที่มีคุณภาพที่สูงขึ้น ซึ่งผู้จัดมีความคิดเห็นว่า การพัฒนาคุณภาพการ
ให้บริการนั้นเป็นสิ่งที่ดีเพื่อทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้บริการ แต่ไม่ครอบงำข้ามการ
พัฒนาศักยภาพของพนักงานผู้ให้บริการของบริษัท ให้มีขวัญกำลังใจและมีใจรักในงานบริการด้วย เนื่องจาก
พนักงานผู้ให้บริการจะเป็นผู้ที่สร้างความแตกต่างในการบริการให้เกิดขึ้น ถ้าพนักงานผู้ให้บริการมีขวัญกำลังใจใน
การทำงานที่ดี ก็จะทุ่มเทการทำงานการให้บริการอย่างมีคุณภาพ ประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลตามมาใน
ที่สุด

ประโยชน์จากการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงนโยบาย

1.1 ผู้ให้บริการสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์เพื่อวางแผนการดำเนินงานและการให้บริการที่
สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด

1.2 ผู้ให้บริการสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาขั้นตอนการดำเนินงาน
เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ประโยชน์เชิงการจัดการ

2.1 ผู้ให้บริการควรทำการสำรวจตลาดเพื่อวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ปัจจุบันและการเปลี่ยนแปลง
ทางการแข่งขันอยู่เสมอ เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงานให้รองรับกับสถานการณ์ได้มากที่สุด

2.2 ผู้ให้บริการควรวางแผนจัดทำสัญญาคู่ค้ากับตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์เพื่อรับกับปัญหาใน
เรื่องราคาน้ำหนักที่สูงกว่าคู่แข่ง

2.3 ผู้ให้บริการควรวางแผนพัฒนากระบวนการจัดซื้อเพื่อให้ได้สินค้าที่รวดเร็วทันเวลา

2.4 ผู้ให้บริการควรจัดทำแผนการฝึกอบรมในระบบอุปกรณ์เพื่อเพิ่มทักษะให้กับพนักงาน
ผู้ปฏิบัติงาน

3. ประโยชน์เชิงวิชาการ

จากการบูรณาการแนวคิดและทฤษฎีเพื่อนำมาประยุกต์ในการสร้างวัตถุประสงค์การวิจัย และกำหนดรูปแบบของการศึกษาด้วยวิธีการเชิงคุณภาพโดยใช้ปรากฏการณ์วิทยา เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ครบถ้วน รอบด้าน ครอบคลุมประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด การให้บริการคุณภาพการให้บริการในด้านต่างๆ ได้แก่ ความนำเชื่อถือไว้วางใจ ความเป็นมืออาชีพ การตอบสนองทันที การแก้ไขสถานการณ์ การติดต่อประสานงานและการเอาใจใส่ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงเป็นแนวทางในการวางแผนและวางแผนกลยุทธ์การดำเนินงานในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ และเพิ่มศักยภาพในการบริการขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตรงตามเป้าหมายที่ได้วางไว้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด พนักงานผู้ปฏิบัติงานด้านการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด และลูกค้าผู้ใช้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล หากมีการวิจัยเชิงปริมาณควบคู่ไปด้วยจะทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ รวมถึงความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ชับบ์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่ขัดเจนยิ่งขึ้น

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

3. การวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ ข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลเชิงลึก ซึ่งในอนาคตควรมีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อจะได้มาซึ่งข้อมูลในมุมที่กว้างและครอบด้านยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการศึกษาด้านคุณภาพชีวิตแรงจูงใจ และความภักดีต่อองค์กรของพนักงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านการให้บริการ ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณจะทำให้เข้าใจด้านคุณภาพชีวิตของพนักงาน รวมทั้งแรงจูงใจในการทำงานและความภักดีต่อองค์กรได้ชัดเจนและรอบด้านยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

จันนา บุญบงการ. (2539). การสร้างจิตสำนึกการให้บริการกับการปรับปรุงการบริการภาครัฐ คณะกรรมการ

ปฏิรูประบบราชการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

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

ชัชวาลย์ ทัตศิริช. (2554). คุณภาพการให้บริการ. วารสารวิชาการการจัดการภาครัฐและเอกชน. สถาบัน

บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อนุวัฒน์ ศุภชุติกุล และคณะ. (2542). เส้นทางสู่โรงพยาบาลคุณภาพ คู่มือการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ.

กรุงเทพมหานคร: มปท.

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

วีระรัตน์ กิจเลิศไฟโรจน์. (2548). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพมหานคร: จีเอ็ดดูเคชั่น.

ยุพารวรรณ วรรณวนิชย์. (2548). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
กรกนก ชุมแสงวาปี. (2557). “อิทธิพลความเป็นเลิศของคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในการใช้บริการและการบอกต่อของผู้ใช้บริการบางจาก กринواช เดอะพรีเมี่ยม (สาขาวิชาวารีธ์สิต-หลักสี).” Veridian E-Journal, มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีที่ 7, ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม 2557) : 48 – 60.

รุ่งนภา หอมสกุล. (2556). “การบริหารระบบคุณภาพและคุณภาพการให้บริการของการประปาส่วนภูมิภาค สาขาเพชรบูรี.” 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.