

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธนาคารเป็นอุตสาหกรรมบริการประเภทหนึ่งที่สภาพการแข่งขันมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นมากกว่าในอดีต อันเนื่องมาจากปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ อาทิเช่น ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การเพิ่มขึ้นของคู่แข่งในเชิงธุรกิจ ความผันผวนของสภาวะเศรษฐกิจ กระแสโลกาภิวัตน์ที่ทำให้การค้าและการบริการสามารถทำได้ง่ายขึ้น และการเปลี่ยนแปลงของความต้องการของผู้บริโภค จึงผลักดันให้ธนาคารต้องทำการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในทุกด้าน เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินอยู่และสอดคล้องกับสภาวะการแข่งขันของตลาดที่มีความรุนแรงได้ ตลอดจนสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้น การดำเนินการในกิจกรรมต่างๆ จะต้องตอบสนองมากกว่าความต้องการพื้นฐานของลูกค้า (รุ่ง โปษยานนท์ มัลลิกะมาส, ดอน นาครทรรพ และ ผจจจิต จิตตะมัย, 2548; Cui, Lewis, & Park, 2003; Najjar & Bishu, 2006) ดังนั้นธนาคารซึ่งเป็นผู้ให้บริการจึงจะต้องมีความตื่นตัวในงานบริการเพื่อให้ธนาคารสามารถอยู่รอดได้ คุณภาพการบริการของธนาคารเป็นหนทางที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ตลอดจนสามารถสร้างผลกำไรให้เพิ่มสูงขึ้น การบริการที่ดีเหนือกว่าคู่แข่งย่อมก่อให้เกิดข้อได้เปรียบอย่างมีนัยสำคัญ อาทิเช่น ความภักดีของลูกค้า การเพิ่มขึ้นของลูกค้า และการมีส่วนร่วมแบ่งทางการตลาด เป็นต้น คุณภาพการบริการได้ถูกพิสูจน์แล้วว่ามีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจและนับวันจะยิ่งมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุผลต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นส่งผลจะเห็นได้ว่าเรื่องคุณภาพการบริการมีความสำคัญ และเป็นปัจจัยที่ธนาคารจะเพิกเฉยไม่ให้ความสำคัญไม่ได้ ในหลายธุรกิจบริการประสบความสำเร็จในการดำเนินกลยุทธ์ด้านคุณภาพการบริการ และประสบความสำเร็จมีประสิทธิผลชัดเจนจากการปรับปรุงการบริการให้มีคุณภาพดีขึ้นแต่ในขณะเดียวกันก็พบว่าหลายธุรกิจบริการไม่สามารถแข่งขันในเรื่องคุณภาพการบริการได้ (Berry & Parasuraman, 1991; Buzzel & Gale, 1987; Ghobadian, Speller, & Jones, 1994; Petridou, Spathis, Glaveli, & Liassides, 2007; Zeithaml, 2000)

สำหรับประเทศไทยธนาคารพาณิชย์ต่างก็ได้เล็งเห็นความสำคัญของคุณภาพการบริการเห็นได้จากหลายธนาคารในประเทศไทยได้กำหนดเรื่องการบริการที่ดีไว้ในวิสัยทัศน์ของธนาคาร เช่น ธนาคารไทยพาณิชย์ “นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีในระดับมาตรฐานสากล”

ธนาคารกสิกรไทย “ธนาคารกสิกรไทยมุ่งมั่นเป็นสถาบันการเงินที่มั่นคงที่สุด ที่ริเริ่มในสิ่งใหม่ และกระทำทุกวิถีทางเพื่อเป็นสถาบันการเงินไทยที่ให้บริการอย่างดีที่สุดแก่ลูกค้า” และ ธนาคารกรุงเทพ “ธนาคารจึงมุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่เปี่ยมด้วยคุณภาพระดับโลกแก่ลูกค้าทุกกลุ่ม” เป็นต้น เห็นได้ว่าธนาคารพาณิชย์ในประเทศต่างก็ให้ความสำคัญกับการบริการที่ดีและคุณภาพการบริการ การที่ธนาคารต่างกำหนดเรื่องคุณภาพการบริการที่ดีลงไปในวิสัยทัศน์นั้นแสดงให้เห็นว่าจะต้องมีแผนปฏิบัติงานจริงลงมายังระดับปฏิบัติการ (ธนาคารกรุงเทพ, 2551; ธนาคารกสิกรไทย, 2551; ธนาคารไทยพาณิชย์, 2551) นอกจากการกำหนดนโยบายหรือวิสัยทัศน์ที่เป็นนามธรรมแล้วหลายธนาคารก็ได้นำมาปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม เห็นได้จากการติดตามผลการปฏิบัติงานโดยการโทรศัพท์สอบถามคุณภาพการบริการ ในหลายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการบริการของธนาคารแบบจำลอง SERVQUAL ถูกนำไปวัดเพื่อหาช่องว่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของงานบริการที่ลูกค้าได้รับ ผลต่างของช่องว่างในงานวิจัยนั้นเป็นแนวทางให้ธนาคารปรับปรุงคุณภาพการบริการให้เป็นไปอย่างเหมาะสมและเกิดประสิทธิผลชัดเจนตามเป้าหมายที่วางไว้ (Petridou, Spathis, Glaveli, & Liassides, 2007; Najjar & Bishu, 2006; Arasli, Mehtap-Smadi, & Katircioglu, 2005; Spathis, Petridou, & Glaveli, 2004) สำหรับการศึกษารื่องการประยุกต์ใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์เพื่อวัดระดับความสำคัญของมิติเชิงคุณภาพการให้บริการ กรณีศึกษาธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครและสมุทรปราการ จะทำให้ทราบได้ว่าธนาคารให้ความสำคัญกับตัวบ่งชี้คุณภาพการบริการบนมิติของ SERVQUAL ตัวใดมากกว่ากัน และผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytical Hierarchy Process) มาลำดับความสำคัญในมิติของแบบจำลอง SERVQUAL จะทำให้ได้ผลลัพธ์ในมุมใหม่ที่แตกต่างจากงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมา

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้จะศึกษาลำดับความสำคัญมิติคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL และลำดับความสำคัญตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการจำแนกรายมิติของแบบจำลอง SERVQUAL ในธุรกิจธนาคารภายใต้มุมมองของผู้จัดการสาขาของธนาคารพาณิชย์รายใหญ่ 3 ธนาคารในเขตกรุงเทพมหานครและสมุทรปราการด้วยวิธีสัมภาษณ์และการตอบแบบสอบถาม และวิเคราะห์โดยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytical Hierarchy Process) เพื่อให้ทราบแนวทางการให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพการบริการของธนาคารตามกรอบแนวคิดคุณภาพการบริการ SERVQUAL

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

แบบจำลองโครงสร้างลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ของการลำดับความสำคัญตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการของธนาคารพัฒนาขึ้นมาจากผลสรุปที่ได้จากการศึกษาเอกสาร หนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลอง SERVQUAL บนฐานข้อมูลสากล และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการศึกษาคั้งนี้หมายถึง ผู้จัดการสาขาของธนาคาร

1.4 ขั้นตอนการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งขั้นตอนในการศึกษาวิจัยออกเป็น 4 ขั้นตอน ซึ่งประกอบไปด้วย ขั้นตอนที่ 1 ศึกษางานวิจัย บทความ หนังสือ และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อกำหนดตัวบ่งชี้คุณภาพการบริการจำแนกรายมิติตามแบบจำลอง SERVQUAL ให้สอดคล้องกับมิติคุณภาพการบริการ SERVQUAL ทั้ง 5 มิติ ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาโครงสร้างลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์เพื่อศึกษาลำดับความสำคัญมิติคุณภาพการบริการตามแบบจำลอง SERVQUAL และลำดับความสำคัญตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการจำแนกรายมิติของแบบจำลอง SERVQUAL ในธุรกิจธนาคาร และพัฒนาแบบสอบถามวิจัย ขั้นตอนที่ 3 ติดต่อขอพบผู้เชี่ยวชาญเพื่ออธิบายลักษณะงานวิจัย การตอบแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ และขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ลำดับความสำคัญของมิติคุณภาพการบริการ SERVQUAL ทั้ง 5 มิติ และวิเคราะห์ลำดับความสำคัญของตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการ SERVQUAL ตามวิธีการวิเคราะห์ของกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม Expert Choice[®]

1.5 อภิธานศัพท์

1. แบบจำลอง SERVQUAL หมายถึง แบบจำลองเพื่อใช้วัดระดับคุณภาพการบริการ ที่ถูกเสนอโดย Parasuraman และคณะ โดยอาศัยแนวคิดการวัดช่องว่าง (Gap) ระหว่างความคาดหวังในการบริการของลูกค้าและความพึงพอใจต่องานบริการที่ได้รับ ผลลัพธ์ของช่องว่างจะทำให้ผู้ให้บริการทราบระดับการบริการของตนและสามารถรับรู้ระดับความคาดหวังในงานบริการของลูกค้า

2. มิติคุณภาพการบริการ SERVQUAL หมายถึง คุณลักษณะการบริการที่ดีที่สุดที่ Parasuraman และคณะกล่าวไว้ใน การวัดช่องว่างที่ 5 ของแบบจำลอง SERVQUAL ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) และความเชื่อมั่น (Assurance)

3. ตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพการบริการ SERVQUAL หมายถึง คุณลักษณะย่อยของการบริการที่ดีจำแนกย่อยรายมิติตามแบบจำลอง SERVQUAL ซึ่งในแต่ละอุตสาหกรรมบริการก็มีความแตกต่างกันเฉพาะตัว

4. กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytical Hierarchy Process) หมายถึง เครื่องมือชนิดหนึ่งที่ใช้ช่วยในกระบวนการตัดสินใจอย่างซับซ้อนหรือที่เรียกกระบวนการนี้อีกอย่างหนึ่งว่าวิธีการตัดสินใจแบบหลายเกณฑ์ (Multi-Criteria Decision Making Method) กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์เป็นเทคนิคอย่างหนึ่งที่ช่วยในการตัดสินใจให้ง่ายขึ้นและมีประสิทธิภาพ โดยเลียนแบบกระบวนการตัดสินใจทางธรรมชาติของมนุษย์ โดยแบ่งองค์ประกอบของปัญหาออกมาเป็นส่วน ๆ แล้วจัด ใหม่ให้อยู่ในรูปแบบภูมิเชิงลำดับชั้น หลังจากนั้นก็กำหนดตัวเลขที่ได้จากการวินิจฉัยเปรียบเทียบหาความสำคัญของแต่ละปัจจัย และสังเคราะห์ตัวเลขของการวินิจฉัยนั้น เพื่อที่จะคำนวณดูว่าปัจจัยหรือทางเลือกอะไรที่มีค่าลำดับความสำคัญสูงที่สุด