

๕.๔ เทคนิคการ  
บริการแบบเหนือ  
ความคาดหวัง



ความหมาย บริการแบบเหนือความคาดหวัง (Service Beyond Expectation)

ศิริพร ตันติพูลวินัย (๒๕๓๘) กล่าวถึงความต้องการและความคาดหวังในการรับบริการของผู้รับบริการเมื่อไปรับบริการและได้ประสบการณ์จากสถานการณ์จริง เปรียบเทียบกับความต้องการก่อนไปรับบริการและแสดงออกเป็นระดับความพึงพอใจ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น ๒ ระดับ คือ

๑. ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความพึงพอใจและความสุขของผู้รับบริการเมื่อได้รับบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าไปพักที่รีสอร์ทชายทะเล รีสอร์ทมีบริการรถรับส่งสนามบินฟรี พอไปถึงจุดหมายมีการบริการเวลคัมดริงค์ต้อนรับ จัดห้องพักและอ่างอาบน้ำที่มองเห็นวิวทะเล รีสอร์ทมีสภาพแวดล้อมที่ดี บรรยากาศที่ดีสวยงาม ห้องพักใหม่ สะอาด มีการต้อนรับที่อบอุ่นมีอาหารเช้าแบบบริการฟรีถึงห้องพัก หรือริมสระพร้อมเครื่องดื่ม น้ำผลไม้ ชา กาแฟบริการ เป็นความพึงพอใจตามความคาดหมาย หรือลูกค้าที่ใช้บริการ เป็นต้น

๒. ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกประทับใจ หรือพึงพอใจอย่างมากของผู้รับบริการเมื่อได้รับบริการเกินความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าไปท่องเที่ยวต่างประเทศกับบริษัท โพรทัวร์จำกัด ที่ประเทศญี่ปุ่น บริษัทจัดของขวัญชิ้นโปรดและเค้กฉลองวันเกิด ลูกทัวร์ทั้งคณะร่วมร้องเพลงวันเกิดเจ้าของวันเกิด และเตรียมอาหารเย็นฉลองมือพิเศษในสถานที่และบรรยากาศที่สร้างความประหลาดใจโดยไม่ได้คาดคิดมาก่อน เป็นต้น



## เทคนิคการบริการแบบเหนือความคาดหวัง

การบริการแบบที่เกินความคาดหวัง เป็นการทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจอย่างมาก ลูกค้าจะรู้สึกที่ได้เป็นคนพิเศษ ถ้าธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถบริการลูกค้าจนเกินความคาดหวังของลูกค้าได้ ย่อมทำให้ลูกค้าประทับใจจนกลายเป็นลูกค้าประจำ นอกจากนี้ ก็จะมีการพูดถึงต่อ ๆ กันจนสร้างชื่อเสียงและทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ซึ่งการบริการแบบเหนือความคาดหวัง สามารถดำเนินการได้ ดังนี้



### ๑. การบริการที่รวดเร็วและราบรื่น

ความรวดเร็วของการบริการที่จะทำให้ลูกค้าประทับใจได้ เริ่มตั้งแต่การตอบรับในการติดต่อครั้งแรกของลูกค้า ความรวดเร็วในการตอบสนองด้านข้อมูล ความรวดเร็วในการให้บริการ และการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า นอกจากนี้ลูกค้าที่ต้องการความรวดเร็วแล้ว ต้องมีความ “ราบรื่น” ไม่สะดุดและติดขัดในการให้บริการอีกด้วย

## ๒. รู้ใจผู้รับบริการ

การที่จะรู้ใจผู้รับบริการ พนักงานที่ทำหน้าที่ให้บริการจะต้องให้ความสนใจและสังเกตพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการ เช่น ร้านเบเกอรี่โดนัท มีมิสเตอร์จอห์นมาทานอยู่เป็นประจำ ทุกครั้งที่มาก็จะสั่งโดนัทสตอว์เบอร์รี่ และสั่งกาแฟลาเต้ปั่น หวานน้อย พนักงานเสิร์ฟหรือเจ้าของร้านไปรับคำสั่งซื้อ จากมิสเตอร์จอห์น พร้อมกับพูดว่า “วันนี้คุณผู้ชายรับโดนัทสตอว์เบอร์รี่ และสั่งกาแฟลาเต้ปั่น หวานน้อยเหมือนเดิมนะครับ” ซึ่งจะทำให้มิสเตอร์จอห์นรู้สึกประทับใจและรู้สึกเป็นคนสำคัญของร้านเบเกอรี่โดนัทพนักงานให้ความสนใจ จดจำรายละเอียดต่าง ๆ ของลูกค้า ประหนึ่งคนรู้ใจ

## ๓. มอบสิ่งเล็ก ๆ น้อย ที่ลูกค้าไม่ได้คาดหวัง

การมอบสิ่งเล็ก ๆ น้อย โดยลูกค้าไม่ได้คาดหวังเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความพิเศษให้กับลูกค้า เช่น คำอวยพรในเทศกาลต่าง ๆ การแสดงความห่วงใยเมื่อลูกค้ากำลังประสบปัญหาบางอย่างด้วยความจริงใจการให้สิทธิประโยชน์ในวันสำคัญของลูกค้า เป็นต้น

#### ๔. รับฟัง และให้ความสำคัญกับคำแนะนำของลูกค้า

เมื่อลูกค้ามีข้อเสนอแนะ ควรตั้งใจรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า พร้อมกล่าวคำขอบคุณ และนำไปพิจารณาปรับใช้ในการทำงานต่อไป ในโอกาสหน้า เมื่อลูกค้ากลับมาใช้บริการ และเห็นความเปลี่ยนแปลงหรือเกิดการบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่เคยแนะนำมา ลูกค้าจะรู้สึกว่าเขาคือคนสำคัญ และถือเป็นการบริการที่เกินความคาดหวังของลูกค้าก็ได้เช่นกัน

#### ๕. ให้ความจริงใจกับลูกค้า

ความจริงใจกับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดของการบริการ เพราะความจริงใจเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว เช่น ลูกค้าจองโปรแกรมทัวร์กับบริษัทนำเที่ยว บริษัทนำเที่ยวควรแนะนำแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ บอกสภาพการณ์ในเมืองท่องเที่ยววนั้น ๆ และสภาวะอากาศในแต่ละจุดท่องเที่ยวตามสภาพความเป็นจริง รวมไปถึงบอกรายละเอียดห้องพัก การบริการของโรงแรมที่เข้าพักด้วยข้อมูลที่เป็นจริงอย่างเปิดเผย และตรวจสอบได้

## ๖. ให้การบริการตามความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าแต่ละประเภทย่อมมีความคาดหวังในบริการที่แตกต่างกัน ในบางครั้งผู้ให้บริการอาจไม่สามารถให้บริการลูกค้าได้ถูกใจทุกคน ดังนั้น ควรจะมีหลักในการพิจารณาเบื้องต้นสำหรับงานบริการโดยควรชี้แจงเหตุผลให้ลูกค้าทราบด้วย และควรมุ่งเน้นการบริการให้ตรงกับลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

## ๗. มีความเป็นมืออาชีพ

การให้บริการที่มีความเป็นมืออาชีพ ต้องมีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ โดยเฉพาะ เช่น บริษัทนำเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยว การเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร ในท้องถิ่นนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี หรือหากสามารถพูดคุยภาษาท้องถิ่นที่ใช้สื่อสารในแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ ก็จะทำให้เกิดความประทับใจต่อลูกค้าและคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ได้ไม่ยาก

## ๘. มีจรรยาบรรณ

การบริการที่เป็นเลิศเหนือความคาดหวังเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจคงอยู่ได้ยาวนานนั่นก็คือ เรื่องของคุณธรรม จริยธรรม และการมีจรรยาบรรณในการทำงาน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการบริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อ ๆ ไป



๕.๕ เทคนิคการสร้าง  
ความพึงพอใจให้  
ผู้รับบริการ



## ความหมายเกี่ยวกับ ความพึงพอใจ

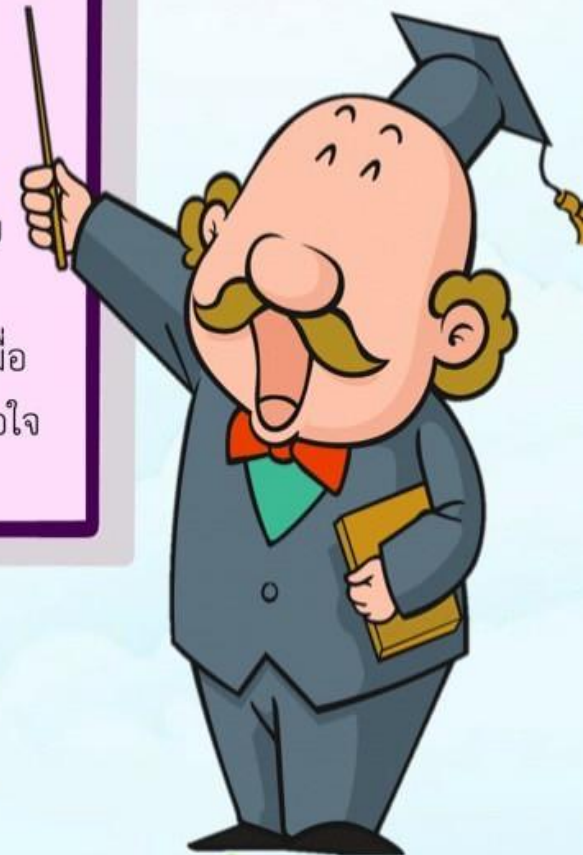
ราชบัณฑิตยสถาน (๒๕๔๒) ความพึงพอใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจมอร์(Morse,๑๙๕๓)ได้

แสดงความเห็นไว้ว่าความหมายของความพึง

พอใจ หมายถึง การลดความเครียดของผู้ทำงานให้น้อยลง ทั้งนี้เพราะ  
ธรรมชาติของมนุษย์นั้นมีความต้องการถ้าความต้องการนั้นได้รับการ  
ตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดจะน้อยลงความพอใจจะ  
เกิดขึ้น และในทางกลับการถ้าความต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง  
ความเครียดและความไม่พอใจจะเกิดขึ้น

เควิร์ก (Quirk, ๑๙๘๗) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้ที่มีความสุข  
หรือความพอใจเมื่อได้รับความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการ

ฮอร์นบี้ (Hornby, ๒๐๐๐) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีเมื่อ  
ประสบความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ



## องค์ประกอบของความพึงพอใจ

อเดย์และแอนเดอร์เซน (Aday & Andersen, ๑๙๗๘) กล่าวถึงทฤษฎีพื้นฐาน ๖ ประเภทที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการและความรู้สึกที่ผู้ใช้บริการได้รับจากบริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยประเมินระบบบริการว่าได้มีการเข้าถึงผู้ใช้บริการ ความพึงพอใจ ๖ ประเภทนั้น คือ

๑. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากบริการ (Convenience) ซึ่งแยกออกเป็น
  - ๑.๑ การใช้เวลารอคอยในสถานที่บริการ (Office Waiting Time)
  - ๑.๒ การได้รับการดูแลเมื่อมีความต้องการ (Availability of Care When Needs)
  - ๑.๓ ความสะดวกสบายที่ได้รับในสถานบริการ (Base of Getting to Care)
๒. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (Co-ordination) ซึ่งแยกออกเป็น
  - ๒.๑ การได้รับบริการทุกประเภทในสถานที่หนึ่ง คือ ผู้ใช้บริการสามารถขอรับบริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการ (Getting all needs met at one place)
  - ๒.๒ ผู้ให้บริการให้ความสนใจผู้ใช้บริการ (Attention)
  - ๒.๓ ได้มีการติดตามผลงาน (Follow-up)
๓. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ (Information)
๔. ความพึงพอใจต่ออัธยาศัย ความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy) ได้แก่ การแสดงอัธยาศัยทำทางที่ดี เป็นกันเองของผู้ให้บริการ และความสนใจ ห่วงใยต่อผู้ใช้บริการ
๕. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ (Quality of Care) ได้แก่ คุณภาพของการบริการต่อผู้ใช้บริการ
๖. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Output-off-pocket cost) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของผู้ใช้บริการ

# ลักษณะความพึงพอใจ

สุรศักดิ์ นาถวิล (๒๕๔๔) ได้กล่าวว่า ลักษณะความพึงพอใจไว้ ดังนี้

๑. ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกทางบวก ของบุคคลหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใดบุคคลจะรับรู้ความพึงพอใจ จำเป็นต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมรอบตัวการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นและสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์รับรู้ เรียนรู้ สิ่งที่ได้รับการตอบสนองแตกต่างกันไป และหากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามความต้องการก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจ
๒. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่าง ระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์ บริการก่อนที่ลูกค้าจะมาใช้บริการใดก็ตาม มักจะมีมาตรฐานของการบริการนั้นไว้ในใจอยู่ก่อนเสมอแล้ว ซึ่งมีแหล่งอ้างอิงมาจากคุณค่าหรือเจตคติที่ยึดถือต่อบริการประสบการณ์ดั้งเดิมที่เคยใช้บริการการบอกเล่าของผู้อื่น การรับทราบข้อมูล การรับประกันบริการจากโฆษณา การให้คำมั่นสัญญาของผู้ให้บริการเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐาน ที่ผู้ใช้บริการเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้รับบริการ ใช้เปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับในวงจรของการให้บริการตลอดช่วงเวลาของความจริง สิ่งที่ผู้บริการได้รับความรู้เกี่ยวกับการบริการที่ได้รับการบริการ คือ ความคาดหวังในสิ่งที่คิดว่าได้รับ (Expectations) นี้มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาของการเผชิญความจริงหรือการพบปะระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการเป็นอย่างมาก เพราะผู้รับบริการจะประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการที่เกิดขึ้น (Performance) กับความหวังเอาไว้ หากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวังถือว่าเป็นการยืนยันที่ถูกต้อง (Confirmation) กับความคาดหวังที่มีผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจต่อการบริการดังกล่าว แต่ถ้าไม่เป็นไปตามคาดหวังอาจจะสูงหรือต่ำกว่านั้นว่าเป็นการยืนยันที่คลาดเคลื่อน (Disconfirmation) ความคาดหวังดังกล่าวทั้งนี้ช่วงความแตกต่าง(Discrimination) ที่เกิดขึ้นจะชี้ให้เห็นระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจมากน้อยได้ ถ้ายืนยันเบี่ยงเบนไปในทางบวกแสดงถึงความพึงพอใจ ถ้าไปในทางลบแสดงถึงความไม่พอใจ

## เทคนิคการสร้างความพึงพอใจ

มิลเลทท์ (Millet, ๑๙๕๔, p. ๓๙๗) ให้ทัศนะว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการเป้าหมายที่เป็นที่นิยมมากที่สุดที่ผู้ปฏิบัติต้องยึดถือไว้เสมอในหลักการ ๕ ประการ คือ

๑. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานของความคิดว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในทุกแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกัน ในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน
๒. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการให้บริการจะต้องมองว่าการให้บริการจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงเวลาซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชน
๓. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการจะต้องมีลักษณะที่มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The right quantity at the right geographical Location) มิลเลทท์ (Millet) เห็นว่า ความเสมอภาคหรือการตรงเวลาจะไม่มีคามหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ
๔. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) คือ การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของสาธารณชนเป็นหลักไม่ใช่ยึดตามความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้
๕. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การให้บริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม





สแกนเพื่อทำแบบทดสอบ