



อารมณฺ์ และพหุติกรรรมที่เกิตจากประสบกการณฺ์อันเลวร้าย  
จากข้อบกพร่องการให้บริการ

โดย

นายปีติกร ศุขสมิติ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการบริหารการตลาด  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2558  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อารมณ์ และพฤติกรรมที่เกิดจากประสบการณ์อันเลวร้าย  
จากข้อบกพร่องการให้บริการ

โดย

นายปีติกร ศุขสมิติ



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการบริหารการตลาด  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2558  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



BAD EXPERIENCE WITH SERVICE FAILURE: THE POWER OF  
EMOTION AND BEHAVIOR

BY

MR. PEETIKORN SUKSAMITI



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF  
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE  
MARKETING MANAGEMENT  
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY  
THAMMASAT UNIVERSITY  
ACADEMIC YEAR 2015  
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นายปีติกร ศุขสมิติ

เรื่อง

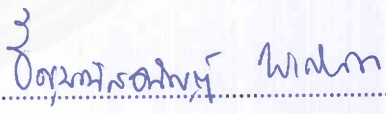
อารมณ์ และพฤติกรรมที่เกิดจากประสบการณ์อันเลวร้าย  
จากข้อบกพร่องการให้บริการ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารการตลาด

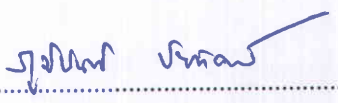
30 ส.ย. 2559

เมื่อ วันที่.....

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

  
.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ฉลุมณีสรณ์ พานิช)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

  
.....  
(อาจารย์ ดร.กumnิน ปิยทัศน์)

คณบดี

  
.....  
(ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	อารมณ์ และพฤติกรรมที่เกิดจากประสบการณ์อันเลวร้ายจากข้อบกพร่องการให้บริการ
ชื่อผู้เขียน	นายปีติกร ศุขสมิติ
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	การบริหารการตลาด พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	อาจารย์ ดร.กมลินันท์ ปิยทัศน์นันท์
ปีการศึกษา	2558

### บทคัดย่อ

ธุรกิจบริการทุกแห่งล้วนแต่มีเป้าหมาย คือ การให้บริการที่ดีที่สุด แต่ความผิดพลาดในการให้บริการมีโอกาสเกิดขึ้นได้เสมอ ซึ่งนำไปสู่ประสบการณ์เลวร้ายที่ลูกค้าได้รับ ย่อมส่งผลเสียต่อผู้ให้บริการเอง เพราะฉะนั้นการเข้าใจถึงประสบการณ์อันเลวร้ายของลูกค้า รวมทั้งความรู้สึก และพฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการควรมีความเข้าใจ

ธุรกิจบริการในประเทศไทยเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อเศรษฐกิจของประเทศ แต่กลับมีการศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจบริการอย่างจำกัด รวมถึงในด้านอารมณ์ และพฤติกรรมของผู้บริโภค งานวิจัยที่มีส่วนใหญ่นำไปเป็นงานวิจัยในต่างประเทศ ซึ่งแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อม ส่งผลต่ออารมณ์ และพฤติกรรมแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงประสบการณ์ไม่ดีของลูกค้าจากการใช้บริการ ที่จะส่งผลต่อความรู้สึก อารมณ์ และพฤติกรรม และศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาในด้านอารมณ์ของลูกค้า ซึ่งผู้วิจัยใช้การทำวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยได้รับการบริการที่ล้มเหลวจากการใช้บริการ 40 คน และจากการสัมภาษณ์เชิงลึก 8 คน เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่มีความครบถ้วน โดยใช้แหล่งข้อมูลจากการบันทึกข้อมูลในแบบไดอารี่ (Diary) การสัมภาษณ์เชิงลึก และการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบสามเส้า และตีความสรุปข้อมูลแบบอุปนัย

ผลการวิจัยพบว่าบริการที่ล้มเหลวส่วนใหญ่เกิดจากความผิดพลาดในการให้บริการ ซึ่งตรงกับช่องว่างในการให้บริการ ได้แก่ ช่องว่างระหว่างมาตรฐานงานบริการกับการส่งมอบบริการ (Service Gap 3) ช่องว่างระหว่างการส่งมอบงานบริการกับการสื่อสารขององค์กรไปยังภายนอกองค์กร (Service Gap 4) และช่องว่างระหว่างบริการที่คาดหวังว่าจะได้รับกับการบริการ

ที่ได้รับจริง (Service Gap 5) โดยความผิดพลาดเหล่านี้ เป็นการทำให้สูญเสียคุณค่าบริการ (Service Quality) ของผู้บริโภคลงไป จึงทำให้เกิดอารมณ์ 3 อารมณ์ตอบสนองต่อเหตุการณ์เหล่านั้น ได้แก่ ไม่พอใจ โกรธ และกังวล โดยอารมณ์ไม่พอใจเป็นอารมณ์ที่เกิดขึ้นมากที่สุด อารมณ์ที่เกิดขึ้นแตกต่างกันไปตามลักษณะเหตุการณ์ สถานการณ์ และนิสัยส่วนตัว โดยความผิดพลาดที่เกิดจาก Service Gap 3 และ Service Gap 5 จะมีอารมณ์ที่รุนแรงกว่าความผิดพลาดที่เกิดจาก Service Gap 4

ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่ออารมณ์ที่เกิดขึ้น 3 พฤติกรรม ตามแต่อารมณ์ ได้แก่ การร้องทุกข์ การนิ่งเฉย และการเปลี่ยนไปใช้บริการจากคู่แข่ง โดยพฤติกรรมการร้องทุกข์เกิดขึ้นมากที่สุด เพราะผู้บริโภคต้องการความเป็นธรรมจากผู้ให้บริการ โดยส่วนใหญ่จะมีการร้องทุกข์กับพนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งความต้องการสำหรับการชดเชยของผู้บริโภคจะแตกต่างกันออกไป

ผู้ให้บริการจะมีการชดเชยในรูปแบบต่างๆ โดยการชดเชยส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคได้รับจะต่ำกว่าความคาดหวังของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ Service Gap 5 ส่วนมากผู้ให้บริการจะมีการกล่าวขอโทษเพียงอย่างเดียว แต่ไม่ได้แก้ปัญหาที่เกิดขึ้น โดยไม่ว่าผลของการชดเชยจะเป็นไปตามความคาดหวังหรือไม่ จะนำไปสู่อารมณ์ของผู้บริโภค ได้แก่ โกรธ พึงพอใจ และไม่พอใจ โดยอารมณ์โกรธเป็นอารมณ์ที่เกิดขึ้นมากที่สุด ซึ่งอารมณ์เกิดขึ้นแตกต่างกันไปตามลักษณะเหตุการณ์ สถานการณ์ และนิสัยส่วนตัวเช่นเดียวกัน

อารมณ์ที่เกิดขึ้นทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคที่แสดงออกมาแตกต่างกันออกไป ได้แก่ การเปลี่ยน การนิ่งเฉย การร้องทุกข์ และการบอกเล่าประสบการณ์ โดยการเปลี่ยนเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นมากที่สุด เนื่องจากไม่พอใจกับการแก้ปัญหา ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมเปลี่ยน และนิ่งเฉย ต่างมีทั้งพอใจและไม่พอใจกับการชดเชยของผู้ให้บริการ แต่ผู้บริโภคที่ร้องทุกข์ และบอกเล่าประสบการณ์ จะเป็นผู้ที่ไม่พึงพอใจกับการชดเชย

เพื่อแก้ปัญหาอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการได้รับการบริการที่ล้มเหลว ผู้ให้บริการควรมีช่องทางให้ผู้บริโภคได้ร้องเรียนโดยสะดวก และมีการตอบสนองต่อการร้องเรียนด้วยการขอโทษ และแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในทันที เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกได้รับความเป็นธรรมจากการแก้ปัญหา

**คำสำคัญ:** ประสบการณ์เลวร้ายจากการใช้บริการ, อารมณ์จากความผิดพลาด, พฤติกรรมจาก

อารมณ์, อารมณ์และพฤติกรรมจากการแก้ปัญหา

Independent Study Title	BAD EXPERIENCE WITH SERVICE FAILURE: THE POWER OF EMOTION AND BEHAVIOR
Author	Mr. Peetikorn Suksamiti
Degree	Master of Science
Major Field/Faculty/University	Marketing Management Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Bhuminan Piyathasanan, Ph.D.
Academic Years	2015

### ABSTRACT

All service providers shared the same goal “To provide the best service.” However, mistakes can be happened and these mistakes lead to customers’ bad experience which affect service providers themselves. Therefore, understanding of errors, emotion and customers’ behavior from bad service experiences is imperative for service providers.

In Thai economy, the service industry is growing continually. However, researches on service industry are limited, includes researches on emotion and human behavior. Most researches come from overseas that have different culture. These may cause some differences, particularly in emotion and behavior area. For that reason, the researcher is interested in research on bad service experience, which can affect emotion and behavior of service’s customers, and ways to solve mistakes.

The researcher used qualitative research, critical incident technique and in-depth interview. Data were analyzed based on triangulation and inductive conclusion. Data were collected from 40 samples on diaries and 8 samples on in-depth interviews. The samples consisted of people who experienced service failure.

The results of this research showed that most service failure’s incidents are results of inaccurate service, which correspond to 3 Service Quality Gaps; the gap between service quality specification and service delivery (Service Gap 3), external

communication and service delivery (Service Gap 4) and expected service and experienced service (Service Gap 5). These failures break customer's service quality. As a result, customers had emotional responses to the failure which can form into 3 emotions. These emotions are discontent, anger and worry. Discontent is the emotion that has mostly happened. The expressed emotion of customer depends on experience, situation and personality of each individual. Emotions that evoke from Service Gap 3 and Service Gap 5 are more violence than Service Gap 4.

In respond to their emotion, customers may have 3 overt behaviors which are complaining, inertia and switch. The complaint happens the most because customers wish to receive justice from service providers. Most customers complain with employees. Needs for service recovery of each customer are different.

Service providers recover the failure differently. However, most customers feel that the recovery is below their expectations which is accord with Service Gap 5. The majority of service providers only apologize to customer, but they do not have any other action to recover the failure. The result of service recovery leads to customers' emotion; anger, contentment, and discontent. Anger is the emotion that occurs the most.

Emotions that respond to service recovery effort makes customer's react differently, which can divided into 4 behaviors; switch, inertia, complains and word-of-mouth. Most customers choose to switch to other service providers because they are unsatisfied with service recovery. The customers that switch and inertia may be satisfied or unsatisfied customers. But customers that complain or using word-of-mouth are unsatisfied with service recovery.

From the study, the researcher suggests that service providers should react to service failure with immediate recovery combined with an apology to make the customers feel that they get justice. Moreover, service provider should have channels for customers to complain conveniently.

**Keywords:** Bad experiences from service failure, Emotions from service failure, Behaviors from emotions, Emotions and behavior from service recovery



## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ด้วยความอนุเคราะห์จาก อาจารย์ ดร.ภูมินันท์ ปิยทัศน์นันท์ อาจารย์ที่ปรึกษาฯ ที่ให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญมณีสถนัญญ์ พาณิชภัค ที่ให้ความกรุณาเป็นประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ที่ให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่ทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณโครงการปริญญาโททางการตลาด (แบบบูรณาการ) คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สำหรับโอกาสในการทำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ที่ช่วยให้ผู้วิจัยมีโอกาสได้ค้นคว้า สร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้กับผู้วิจัยเอง

ขอขอบคุณผู้บันทึกข้อมูล และผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนที่ให้ความร่วมมือ และเสียสละเวลาในการให้สัมภาษณ์ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการค้นคว้าอิสระฉบับนี้

ขอขอบคุณครอบครัว และเพื่อนๆ ทุกคนที่ให้คำแนะนำ และให้การสนับสนุนตลอดช่วงเวลาการเรียน และการค้นคว้าอิสระ

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการค้นคว้าอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ และสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปเป็นประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจ การวิจัย และการศึกษาได้ในอนาคต

นายปีติกร ศุขสมิติ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.4 คำนียามศัพท์เฉพาะ	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความล้มเหลวในการให้บริการ (Service Failure)	4
2.1.1 ความหมายของความล้มเหลวในการให้บริการ (Service Failure)	4
2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพงานบริการ (Service Quality)	5
2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับช่องว่างที่ทำให้การบริการด้อยคุณภาพ (Service Quality Gaps)	6
2.1.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง (Confirmation and Disconfirmation of Expectation)	7

	(7)
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการได้รับบริการที่ล้มเหลว (Emotion Responses to Failed Service)	8
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตอบสนองทางด้านพฤติกรรมของลูกค้า (Behavioral Responses)	11
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการชดเชยการบริการ (Service Recovery)	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	13
3.1 คำถามการวิจัย	13
3.2 วิธีการวิจัย	13
3.2.1 วิธีการวิเคราะห์ตามเหตุการณ์สำคัญ (Critical Incident Technique - CIT) โดยใช้การวิเคราะห์จากบันทึก (Diary)	14
3.2.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)	15
3.2.3 การศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
3.3 ผู้ให้ข้อมูล	16
3.4 การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล	17
3.5 กำหนดการทำงาน	18
บทที่ 4 ผลของการวิจัย	19
4.1 บ่อเกิดปัญหาของประสบการณ์เลวร้าย	20
4.1.1 ช่องว่างในการให้บริการ (Service Gaps)	20
4.1.2 คุณค่าการบริการ (Service Quality) ที่ได้รับผลกระทบ	22
4.2 อารมณ์ และความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับบริการที่ล้มเหลว	25
4.3 พฤติกรรมที่เกิดขึ้นหลังจากได้รับบริการที่ล้มเหลว	28
4.4 การชดเชยความผิดพลาด	30
4.4.1 การชดเชยที่ผู้บริโภคพึงพอใจ	31
4.4.2 การชดเชยที่ผู้บริโภคไม่พอใจ	32
4.5 อารมณ์ และความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการชดเชยความผิดพลาด	34
4.6 พฤติกรรมหลังจากการชดเชยความผิดพลาด	36

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	48
5.1 การอภิปราย และสรุปผลการวิจัย	48
5.1.1 ประเด็นเรื่องรูปแบบอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากความล้มเหลวในการให้บริการ	48
5.1.2 ประเด็นเรื่องพฤติกรรมที่เกิดจากความผิดพลาด	50
5.1.3 ประเด็นเรื่องอารมณ์ และพฤติกรรมที่เกิดจากการชดเชยข้อผิดพลาด	50
5.2 ประโยชน์ที่ได้รับ	53
5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย	54
5.4 ข้อเสนอแนะ	54
5.4.1 ข้อเสนอแนะด้านวิชาการ	54
5.4.2 ข้อเสนอแนะด้านธุรกิจ	54
5.4.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต	55
บรรณานุกรม	56
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ตารางสรุปบันทึกข้อมูล	61
ภาคผนวก ข บันทึกข้อมูลแบบไดอารี่ (Diary)	67
ภาคผนวก ค บทสัมภาษณ์เชิงลึก	117
ประวัติผู้เขียน	126

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 The Consumption Emotion Set	10
3.1 ตารางกำหนดการทำงาน	18
4.1 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างหลังการชดเชยความผิดพลาดของผู้ให้บริการ	37
4.2 การวิเคราะห์ Triangular	41



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ช่องว่างที่ทำให้การบริการด้อยคุณภาพ	7
2.2 พฤติกรรมตอบสนองต่อการบริการที่ล้มเหลว	9
4.1 กรอบแนวคิดการตอบสนองต่อการบริการที่ล้มเหลว	19



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มา และความสำคัญ

ธุรกิจบริการทุกแห่งล้วนแต่มีเป้าหมายในการให้บริการที่ใกล้เคียงกัน คือ การให้บริการที่เป็นเลิศ เพื่อที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า นำมาสู่ความภักดี (Loyalty) ของลูกค้าต่อผู้ให้บริการ ดังเช่น การบินไทย (Thai Airways) ซึ่งเป็นสายการบินที่ได้รับความนิยมในการใช้บริการอย่างแพร่หลาย ได้รับการยกย่องในด้านคุณภาพการบริการ โดยการบินไทยได้รับรางวัลการให้บริการบนเครื่องบินยอดเยี่ยม อันดับ 3 ของโลกจาก สมาร์ททราเวลเอเชีย ประจำปี 2015 (Smart Travel Asia, 2015)

แต่อย่างไรก็ตามความผิดพลาดในการให้บริการ (Service Failure) มีโอกาสเกิดขึ้นได้เสมอในทุกๆ จุดที่มีการติดต่อกับลูกค้า (Contacting Point) นำไปสู่ประสบการณ์ที่เลวร้ายที่ลูกค้าได้รับจากการใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลในแง่ลบกับผู้ให้บริการเอง เช่น ลูกค้าเปลี่ยนไปใช้บริการกับผู้ให้บริการรายอื่น มีการบอกต่อบนอินเทอร์เน็ต (Online W-O-M) เป็นต้น ดังเช่นในกรณีของการบินไทยเองซึ่งก็เคยเกิดความผิดพลาดในการให้บริการ จนทำให้ลูกค้าไม่พอใจ มีการพิมพ์ข้อความต่อว่าบนอินเทอร์เน็ต และถูกสื่อนำไปออกเป็นข่าว ซึ่งสร้างความเสียหายทั้งในด้านชื่อเสียง และรายได้ให้กับบริษัท (Post Today, 2558) เพราะฉะนั้นการเข้าใจถึงธรรมชาติของประสบการณ์อันเลวร้ายจากการใช้บริการของลูกค้า รวมทั้งความรู้สึก และพฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการควรมีความเข้าใจ

ในอีกด้านหนึ่ง การแก้ปัญหาที่เกิดจากความผิดพลาดในการให้บริการก็เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการควรเข้าใจ เช่นเดียวกัน กรอนรูส (Grönroos, 2000) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดการคุณภาพในการบริการให้อยู่ในระดับที่ดีเป็นเรื่องที่สำคัญ แต่การจัดการกับความผิดพลาดในการให้บริการเป็นเรื่องสำคัญยิ่งกว่า

จากการศึกษาวิจัยในอดีต ในต่างประเทศพบว่าม้งานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม และอารมณ์ที่เกิดจากการได้รับการบริการที่ผิดพลาด เช่น งานวิจัยของซีเลนเบิร์ก และพีเตอร์ส (Zeelenberg & Pieters, 2004) ได้ทำงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมตอบสนองต่ออารมณ์เสียตาย (Regret) และผิดหวัง (Disappointment) จากการได้รับการบริการที่ผิดพลาด หรืองานวิจัยเกี่ยวกับประเภทของการบริการที่ผิดพลาด และการแก้ไขปัญหานั้นส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า (Chuang, Cheng, Chang, & Yang, 2012) เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม และ

สภาพแวดล้อม ส่งผลต่ออารมณ์ และพฤติกรรมแตกต่างกัน (Wan, 2013) และในส่วนของประเทศไทยไม่พบงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องโดยตรง

ในประเทศไทยธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่ควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติม เนื่องจากเป็นประเภทของธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อเศรษฐกิจของประเทศ มีการขยายตัวตามการพัฒนาของประเทศ โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 52 ของ GDP และมีอัตราการจ้างงานสูงถึงร้อยละ 49 ของการจ้างงานรวมในปี พ.ศ. 2557 แต่อย่างไรก็ตามเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ ซึ่งใช้ธุรกิจบริการเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 70-80 ของ GDP (วินัยยา, 2557) จึงเห็นได้ว่าธุรกิจบริการในประเทศไทยยังเติบโตได้อีกมาก แต่ในทางกลับกันการศึกษาเกี่ยวกับอารมณ์ และพฤติกรรมของผู้บริโภคกับธุรกิจบริการในประเทศไทยมีอยู่อย่างจำกัด

ดังนั้น จึงควรให้ความสนใจศึกษาเกี่ยวกับการเกิดประสบการณ์เลวร้ายของลูกค้า ที่เกิดจากความผิดพลาดในการให้บริการ ที่อาจส่งผลต่อพฤติกรรมใดๆ รวมถึงการจัดการกับพฤติกรรมของลูกค้าดังกล่าวของผู้ให้บริการ เพื่อให้เป็นแนวทางในการบริการ และแก้ไขความผิดพลาดในการให้บริการที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงประสบการณ์ไม่ดีของลูกค้าจากการใช้บริการที่อาจส่งผลต่ออารมณ์ และพฤติกรรม

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงแนวทางในการแก้ปัญหาในด้านอารมณ์ของลูกค้าที่เกิดจากการได้รับการบริการที่ล้มเหลวของผู้ให้บริการ

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาคั้งนี้เป็นการศึกษาถึงอารมณ์ และพฤติกรรมของลูกค้าในประเทศไทยที่เกิดจากประสบการณ์อันเลวร้ายจากข้อบกพร่องการให้บริการ โดยผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ สำหรับการศึกษาคั้งนี้ เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การวิเคราะห์ตามเหตุการณ์สำคัญ (Critical Incident Technique - CIT) จากการจดบันทึก (Diary) และการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) และได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ ดังนี้



ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล อายุระหว่าง 18-24 ปี ทั้งเพศชาย และหญิง ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกจากนักศึกษาในระดับปริญญาตรี และปริญญาโทของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่เคยได้รับการบริการที่ผิดพลาด และสามารถจดจำถึงความผิดพลาดของผู้ให้บริการ อารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการ ระยะเวลาในการศึกษาเริ่มต้นตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559 ถึงวันที่ 11 พฤษภาคม พ.ศ. 2559

#### 1.4 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

ประสบการณ์ (Experience) หมายถึง ความชัดเจนที่เกิดจากการกระทำ หรือได้พบเห็นมา (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

อารมณ์ (Emotion) หมายถึง ความรู้สึกทางใจที่เปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งเร้า (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง ความสอดคล้องกันของความ ต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ กับระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ อันทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับ (วีรพงษ์, 2543)

#### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 เพื่อเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมบริการ สำหรับการวางแผนปฏิบัติงาน และการรับมือกับอารมณ์ของลูกค้าจากความล้มเหลวในการให้บริการ

1.5.2 เพื่อทราบถึงแนวทางในการแก้ไขช่องว่างการให้บริการ (Gaps) และผลของ ช่องว่างที่มีต่อผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะ Gap 3, 4 และ 5

## บทที่ 2

### วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บททบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะศึกษางานวิจัย บทความ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นกรอบแนวทางในการวิเคราะห์ และอธิบายผลกระทบทางด้านอารมณ์ที่ทำให้ลูกค้าเกิดการจดจำประสบการณ์การได้รับการบริการที่ล้มเหลว และการแก้ไขปัญหาจากผู้ให้บริการ โดยประเด็นการศึกษาต่างๆ จะนำมาใช้เพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดสมมุติฐานในการศึกษา ใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัย ซึ่งจะครอบคลุมใน 4 ประเด็น ดังนี้

2.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความล้มเหลวในการให้บริการ (Service Failure)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการได้รับบริการที่ล้มเหลว (Emotion Responses to Failed Service)

2.3 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการตอบสนองทางด้านพฤติกรรมของลูกค้า (Behavioral Responses)

2.4 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการชดเชยการบริการ (Service Recovery)

#### 2.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความล้มเหลวในการให้บริการ (Service Failure)

จากการค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวกับความล้มเหลวในการให้บริการ โดยทั่วไปจะกล่าวถึงความหมายของความล้มเหลวในการให้บริการ ลักษณะของปัญหาที่สามารถเกิดขึ้นจากการให้บริการ ปัจจัยที่ลูกค้าใช้ในการประเมินผลจากการใช้บริการ ดังจะกล่าวในรายละเอียดต่อไปนี้

##### 2.1.1 ความหมายของความล้มเหลวในการให้บริการ (Service Failure)

คำจำกัดความของความล้มเหลวในการให้บริการ (Service Failure) ได้ถูกให้คำจำกัดความไว้ เช่น การบริการที่ไม่สามารถส่งมอบการบริการได้ตามความคาดหวังของลูกค้า (Hoffman & Bateson, 2001) การบริการ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ที่มีประสิทธิภาพในการทำงานต่ำกว่าระดับความคาดหวัง และระดับความอดทนของลูกค้า (Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1993) เป็นต้น ซึ่งความล้มเหลวของการบริการมีโอกาสดังเกิดขึ้นได้ทั้งในช่วงของการส่งมอบบริการ และการบริโภคบริการของลูกค้า (Grönroos, 2007)

กล่าวโดยสรุป คือ ความล้มเหลวในการให้บริการ เกิดจากการที่ผู้ให้บริการไม่สามารถให้บริการได้ตามระดับความคาดหวังที่ลูกค้าได้ตั้งไว้ และต่ำกว่าระดับที่ลูกค้าสามารถทนได้

### 2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพงานบริการ (Service Quality)

ลิวอิส และบูมส์ (Lewis & Booms, 1983) ได้ให้คำนิยามสำหรับคุณภาพงานบริการ (Service Quality) ว่าคุณภาพงานบริการ หมายถึง การวัดว่างานบริการที่ส่งมอบไปยังลูกค้า นั้นๆ ว่าสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าได้ดีแค่ไหน

ในขณะที่พาราซูรามาน (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) ได้ให้คำนิยามสำหรับคุณภาพงานบริการ (Service Quality) ว่าเป็นสิ่งที่เป็นรูปธรรม จับต้องไม่ได้ ซึ่งเกิดจากองค์ประกอบเฉพาะตัวสามอย่างของงานบริการ คือ การจับต้องไม่ได้ มีความแตกต่างกันในการบริการแต่ละครั้ง และการผลิต และการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมๆ กัน ซึ่งลูกค้าจะมีการประเมินคุณภาพงานบริการโดยประเมินจากภาพรวมของการใช้บริการ และใช้เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของการบริการที่คล้ายคลึงกันในหลายประเภทของงานบริการถึงแม้จะเป็นการบริการคนละอย่างก็ตาม

SERVQUAL Model (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988, 1991) เป็นเครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพการบริการในเชิงปริมาณ (Quantitative) ซึ่งโมเดลนี้จะเป็นการวัดคุณภาพการบริการจากผลที่ผู้ใช้บริการได้รับ (Perceived Quality) ทำให้ผู้ใช้โมเดลนี้มีความเข้าใจถึงความคาดหวัง และมุมมองของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ โดยจะทำการวัดใน 5 มุมมองซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของธุรกิจบริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองของการให้บริการ (Responsiveness) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) และความใส่ใจของผู้ให้บริการ (Empathy)

ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) คือ สถานที่ อุปกรณ์ ภาพลักษณ์ของบุคคลที่ติดต่อด้วย

ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ การที่สามารถให้บริการได้ตามที่สัญญาเอาไว้ได้อย่างถูกต้อง

การตอบสนองของการให้บริการ (Responsiveness) คือ ความเต็มใจที่จะให้บริการ และช่วยแก้ปัญหาให้กับของลูกค้า

การสร้างความมั่นใจ (Assurance) คือ การมีความรู้ความเข้าใจในบริการ และสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจให้กับลูกค้า

ความใส่ใจของผู้ให้บริการ (Empathy) คือ ความใส่ใจ และให้ความสนใจ ความเข้าใจเป็นรายบุคคลกับลูกค้าในการให้บริการ

### 2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับช่องว่างที่ทำให้การบริการด้อยคุณภาพ

#### (Service Quality Gaps)

โมเดลช่องว่างที่ทำให้การบริการด้อยคุณภาพ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) เป็นโมเดลที่ใช้อธิบายถึงจุดที่การบริการสามารถเกิดข้อผิดพลาดหรือช่องว่าง ซึ่งช่องว่างเหล่านี้ เป็นตัวที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพงานบริการ ก่อให้เกิดความล้มเหลวในการให้บริการ เป็นช่องว่างที่ผู้ให้บริการจะต้องควบคุม และพยายามปิดช่องว่างเหล่านี้ลง โดยมีทั้งปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยมีช่องว่างทั้งหมด 5 ช่องว่าง ได้แก่

Gap 1: ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้ากับมุมมองของผู้บริหาร เกิดจากการที่ผู้บริหารมองความต้องการของลูกค้าไม่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

Gap 2: ช่องว่างระหว่างมุมมองของผู้บริหารกับมาตรฐานงานบริการ เกิดจากการที่ไม่สามารถกำหนดมาตรฐานงานบริการได้ตามนโยบายของผู้บริหาร

Gap 3: ช่องว่างระหว่างมาตรฐานงานบริการกับการส่งมอบการบริการ เกิดจากการที่ไม่สามารถส่งมอบการบริการได้ตามมาตรฐานงานบริการโดยเกิดจากความสามารถของพนักงานที่ต้องติดต่อกับลูกค้า

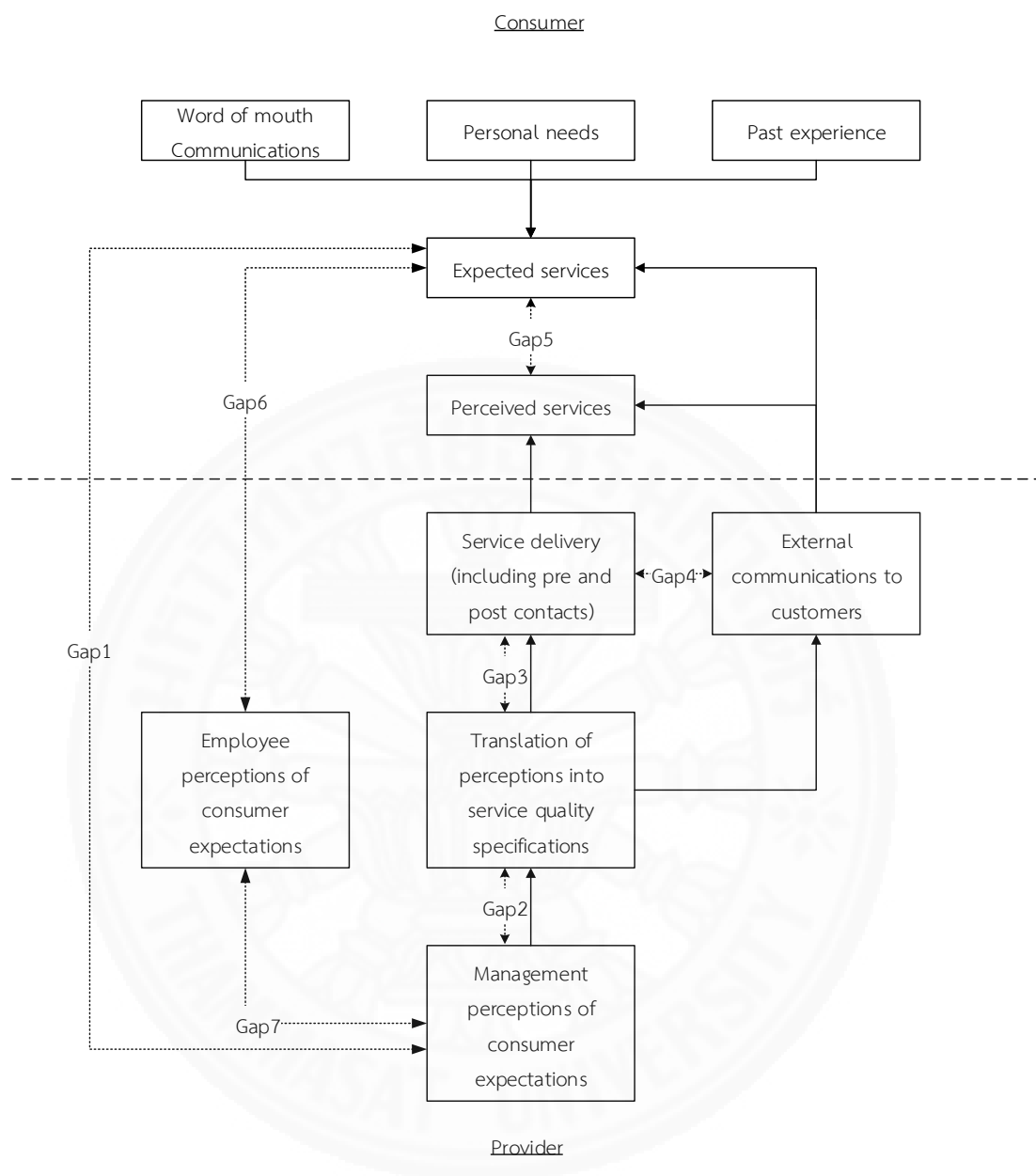
Gap 4: ช่องว่างระหว่างการส่งมอบงานบริการกับการสื่อสารขององค์กรไปยังภายนอกองค์กร เกิดจากการที่องค์กรสื่อสารไปยังบุคคลภายนอกองค์กร เช่น การโฆษณา เป็นต้น ซึ่งการสื่อสารเหล่านี้จะสร้างความคาดหวัง และทัศนคติต่อการใช้บริการ แต่เมื่อมาใช้บริการจริง บริการที่ส่งมอบอาจไม่ตรงกับสิ่งที่ได้สื่อสารออกไป

Gap 5: ช่องว่างระหว่างการบริการที่คาดหวังว่าจะได้รับกับการบริการที่ได้รับจริง เกิดจากการบริการที่ลูกค้าได้รับจริงกับความคาดหวังในบริการที่จะได้รับไม่ตรงกัน

ลูค และเลย์ตัน (Luk & Layton, 2002) ได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมในด้านความคาดหวังของลูกค้าในมุมมองของพนักงาน ซึ่งทำให้เกิดช่องว่างในการให้บริการเพิ่มขึ้นไปอีก 2 ช่องว่างตามภาพที่ 2.1 ได้แก่

Gap 6: ช่องว่างระหว่างมุมมองของพนักงานกับการบริการที่คาดหวังจากลูกค้า โดยพนักงานมีมุมมองต่อความต้องการของลูกค้าไม่ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า

Gap 7: ช่องว่างระหว่างมุมมองของพนักงานกับมุมมองของผู้บริหาร โดยพนักงาน และผู้บริหารมีมุมมองต่อความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน



ภาพที่ 2.1 ช่องว่างที่ทำให้การบริการด้อยคุณภาพ (Luk & Layton, 2002)

#### 2.1.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง (Confirmation and Disconfirmation of Expectation)

Confirmation and Disconfirmation of Expectation เป็นทฤษฎีที่ใช้ศึกษาความคาดหวังของลูกค้าในการซื้อสินค้า (Tse, Nicosia, & Wilton, 1990) โดยลูกค้าจะมีการตั้งความคาดหวังไว้ก่อนที่จะมีการซื้อสินค้า หรือบริการ ว่าเมื่อบริโภคนั้นจะให้ผลอย่างไร และเมื่อใช้สินค้า

และบริการนั้นจริง ลูกค้าจะมีการเปรียบเทียบผลที่ได้รับ กับความคาดหวังที่ตั้งเอาไว้ (Woodruff, Cadotte, & Jenkins, 1983) ผลที่ออกมาจะแบ่งออกได้เป็น 2 กรณี ได้แก่

Confirmation of Expectation คือ ผลจากการใช้เป็นไปตามความคาดหวัง ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ (Satisfaction)

Disconfirmation of Expectation คือ ผลไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง ซึ่งจะสามารถแบ่งออกได้อีก 2 กลุ่ม ได้แก่

Positive Disconfirmation คือ ผลจากการใช้ดีกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ (Satisfaction)

Negative Disconfirmation คือ ผลจากการใช้ต่ำกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction)

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการได้รับบริการที่ล้มเหลว (Emotion Responses to Failed Service)

จากการศึกษา (Machleit & Eroglu, 2000) พบว่าในการเลือกซื้อสินค้าและบริการของลูกค้าสามารถก่อให้เกิดอารมณ์ต่างๆ ที่เป็นผลมาจากสิ่งแวดล้อม และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับลูกค้า อารมณ์เหล่านั้นเป็นตัวกระตุ้นพฤติกรรมต่อเนื่องของลูกค้า ซึ่งแนวคิด และทฤษฎีที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับอารมณ์ของลูกค้าที่เกิดจากการได้รับบริการ จะทำการศึกษเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้า และอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการได้รับบริการ โดยผู้ศึกษาจะเลือกเฉพาะแนวคิดเกี่ยวกับอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการได้รับบริการที่ล้มเหลว เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้

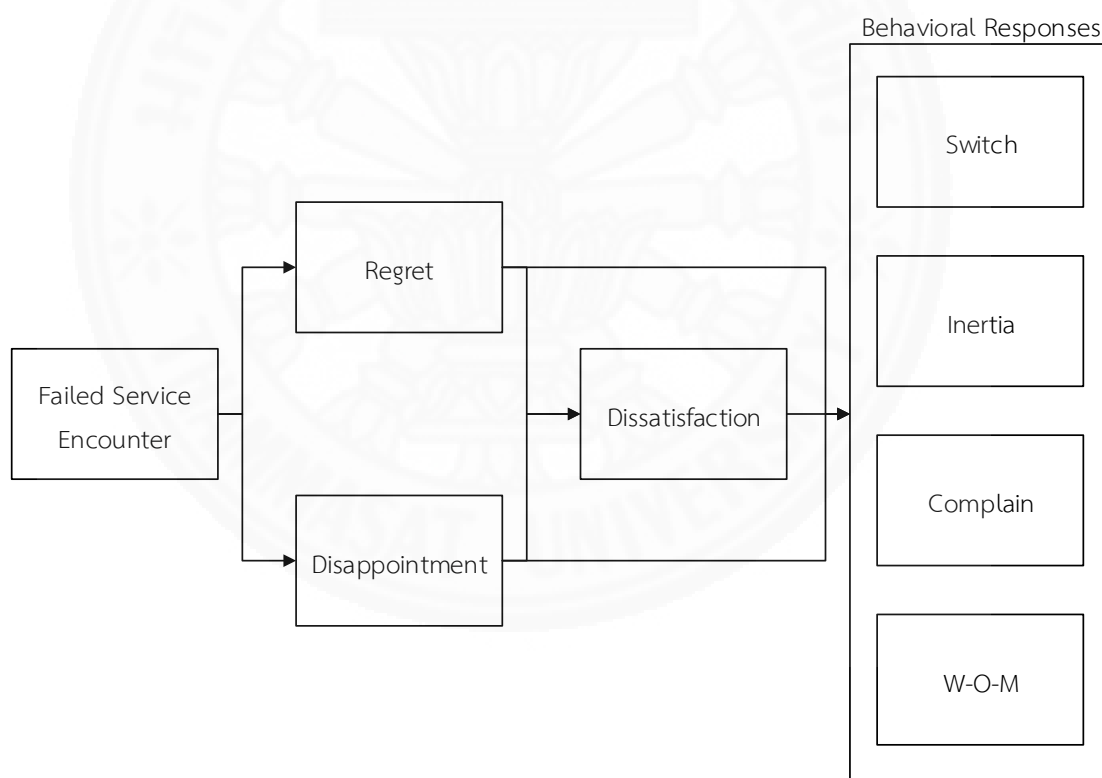
ในการศึกษาของซีเลนเบิร์ก และพีเตอร์ส (Zeelenberg & Pieters, 2004) ได้ศึกษาถึงอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการได้รับบริการที่ล้มเหลว ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองในด้านพฤติกรรมของลูกค้า โดยในการศึกษาได้ใช้ Valence Based และ Specific Emotions ร่วมกันในการแบ่งประเภทอารมณ์ที่จะทำการศึกษา

Valence Based เป็นวิธีที่แบ่งอารมณ์ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ อารมณ์ในด้านบวก และอารมณ์ในด้านลบ (Bradley & Lang, 2000) โดยในการศึกษาของซีเลนเบิร์ก และพีเตอร์สจะแบ่งอารมณ์เป็นพึงพอใจ (Satisfaction) ซึ่งเป็นอารมณ์ในด้านบวก และไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) ซึ่งเป็นอารมณ์ในด้านลบ โดยจะเลือกศึกษาเฉพาะอารมณ์ไม่พึงพอใจเนื่องจากการให้บริการที่ล้มเหลว จะนำไปสู่อารมณ์ไม่พึงพอใจของลูกค้า

Specific Emotions เป็นการแบ่งประเภทของอารมณ์โดยที่เจาะลึกลงไปในแต่ละด้านของอารมณ์ที่เป็น Valence Based เช่น อารมณ์ในด้านลบ สามารถแบ่งได้อีกเป็นอารมณ์โกรธ กลัว ผิดหวัง เป็นต้น (Nyklicek, Vingerhoets, & Zeelenberg, 2011) ในการศึกษาของซีเลนเบิร์ก และพีเตอร์สจะแบ่งอารมณ์ออกเป็น 2 อารมณ์ ได้แก่ อารมณ์เสียใจที่ไม่ได้ใช้ทางเลือกอื่น (Regret) และอารมณ์ผิดหวัง (Disappointment) โดยทั้งสองอารมณ์จะส่งผลถึงการตอบสนองทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Responses) ของลูกค้าที่แตกต่างกันตามภาพที่ 2.2

อารมณ์เสียใจที่ไม่ได้ใช้ทางเลือกอื่น ลูกค้ามักจะโทษตัวเองสำหรับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จึงมีพฤติกรรมตอบสนองส่วนใหญ่เป็นการเปลี่ยนไปใช้ผู้ให้บริการรายอื่น (Switch)

อารมณ์ผิดหวังลูกค้ามักจะโทษผู้ให้บริการสำหรับความผิดพลาดที่เกิดขึ้น ส่วนใหญ่จึงมีการตอบสนองทางด้านพฤติกรรมเป็นการร้องทุกข์ (Complain) ส่วนพฤติกรรมอื่นๆ จะมีน้อยลงมา



ภาพที่ 2.2 พฤติกรรมตอบสนองต่อการบริการที่ล้มเหลว (Zeelenberg & Pieters, 2004)

งานวิจัยเกี่ยวกับอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการซื้อสินค้าและบริการ (Machleit & Eroglu, 2000) พบว่าอารมณ์ที่เกิดขึ้นเป็นไปได้ทั้งด้านบวก และด้านลบ ขึ้นกับว่าประสบการณ์ที่เกิดขึ้นสูงกว่า หรือต่ำกว่าเป้าหมายที่ได้คาดการณ์ไว้ โดยอารมณ์ที่เกิดขึ้นสามารถวัดได้โดยใช้โมเดลมาตราวัด

อารมณ์ (Emotion Measure) ซึ่งสำหรับการบริโภคสินค้าและบริการ โมเดลมาตรวัดอารมณ์ที่สามารถใช้อธิบายได้ดี คือ โมเดล The Consumption Emotion Set (Richins, 1997) ซึ่งเป็นกลุ่มอารมณ์ที่พบได้บ่อยในการบริโภค โดยมีรายละเอียดประเภทของอารมณ์ตามตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 The Consumption Emotion Set (Richins, 1997)

Categories/Dimensions	Descriptors
Anger	Frustrated, Angry, Irritated
Discontent	Unfulfilled, Discontented
Worry	Nervous, Worried, Tense
Sadness	Depressed, Sad, Miserable
Fear	Scared, Afraid, Panicky
Shame	Embarrassed, Ashamed, Humiliated
Envy	Envious, Jealous
Loneliness	Lonely, Homesick
Romantic Love	Sexy, Romantic, Passionate
Love	Loving, Sentimental, Warm Hearted
Peacefulness	Calm, Peaceful
Contentment	Contented, Fulfilled
Optimism	Optimistic, Encourage, Hopeful
Joy	Happy, Pleased, Joyful
Excitement	Excited, Thrilled, Enthusiastic
Surprise	Surprised, Amazed, Astonished
Others	Guilty, Proud, Eager, Relieved

โดยสรุปแล้วเมื่อลูกค้าได้ใช้บริการ แล้วการบริการไม่เป็นไปตามที่คาดหวังเอาไว้ โดยผลที่ตามมาต่ำกว่าที่คาดการณ์ (Negative Disconfirmation) หากแบ่งอารมณ์แบบ Valence Based ลูกค้าจะมีความรู้สึกในด้านลบ ไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) และเมื่อแบ่งอารมณ์ในด้านลบโดยใช้



Specific Emotion จะสามารถแบ่งประเภทของอารมณ์ได้อีกหลายรูปแบบนำไปสู่การตอบสนองทางด้านพฤติกรรมที่แตกต่างกันในลำดับถัดไป

### 2.3 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการตอบสนองทางด้านพฤติกรรมของลูกค้า (Behavioral Responses)

จากการศึกษา (Zeelenberg & Pieters, 2004) พบว่าการตอบสนองทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Responses) ของลูกค้าจากการได้รับการบริการที่ล้มเหลว สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 พฤติกรรมตามภาพที่ 2.2 ได้แก่ การเปลี่ยน (Switch) การนิ่งเฉย (Inertia) การร้องทุกข์ (Complain) และการบอกต่อ (Word-of-Mouth)

การเปลี่ยน (Switch) คือ การที่ลูกค้าเลือกที่จะจบความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ โดยเปลี่ยนไปใช้บริการกับผู้ให้บริการรายอื่นแทน เนื่องจากลูกค้ารู้สึกว่ามีความทางเลือกอื่นที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ดีกว่า และไม่ได้ต้องการการชดเชยใดๆ จากผู้ให้บริการอีกแล้ว ซึ่งลูกค้าที่ไม่พึงพอใจในการให้บริการมีแนวโน้มที่จะมีการเปลี่ยนมากกว่าลูกค้าที่มีความพอใจในการให้บริการ

การนิ่งเฉย (Inertia) คือ การไม่ตอบสนองใดๆ ต่อการบริการที่ผิดพลาด

การร้องทุกข์ (Complain) คือ การที่ลูกค้าสื่อสารในด้านลบกลับไปยังผู้ให้บริการ โดยมีเป้าหมายให้ผู้ให้บริการได้รับรู้ ซึ่งอาจเกิดได้ทั้งจากการที่ผู้ให้บริการสร้างความคาดหวังที่สูงเกินจริงให้กับผู้ใช้บริการ หรือผู้ให้บริการไม่สามารถส่งมอบการบริการได้ตรงตามมาตรฐาน ช่องทางที่ลูกค้าใช้ในการสื่อสารมีทั้งช่องทางตรง ผู้ให้บริการในลำดับถัดมา หรือตัวแทนภายนอก เช่น รัฐบาล เป็นต้น

การบอกต่อ (Word-of-Mouth) คือ การสื่อสารไปยังบุคคลรอบตัว โดยไม่ได้มีเป้าหมายหลักที่จะต้องการให้ผู้ให้บริการรับรู้ แต่ต้องการที่จะสร้างผลกระทบในแง่ลบให้กับผู้ให้บริการ โดยส่วนมากจะเป็นการสื่อสารไปยังบุคคลอื่น เช่น ครอบครัว กลุ่มเพื่อน ลูกค้ารายอื่นๆ เป็นต้น

### 2.4 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการชดเชยการบริการ (Service Recovery)

เมื่อลูกค้ารู้สึกถึงความไม่พึงพอใจหลังจากได้ใช้สินค้าหรือบริการ ลูกค้าจะมีการตอบสนองทางด้านพฤติกรรมต่อความไม่พึงพอใจเหล่านั้นใน 4 รูปแบบ (Zeelenberg & Pieters, 2004) โดยคาดหวังว่าจะได้รับการตอบสนองจากผู้รับผิดชอบเพื่อที่จะได้รับความเป็นธรรม ซึ่งความรู้สึกเป็นธรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท (3 Dimensions of Equity) (Clemmer & Schneider, 1996) ได้แก่ ความเป็นธรรมในการจัดสรร (Distributive Justice) ความเป็นธรรม

จากการมีปฏิสัมพันธ์ (Interactional Justice) และความเป็นธรรมตามขั้นตอน กฎระเบียบ (Procedural Justice)

ความเป็นธรรมในการจัดสรร (Distributive Justice) คือ การได้รับการชดเชยที่เป็นรูปธรรม เช่น การคืนเงิน การได้รับส่วนลด การได้รับของขวัญ เป็นต้น (Kelley, Hoffman, & Davis, 1993)

ความเป็นธรรมจากการมีปฏิสัมพันธ์ (Interactional Justice) คือ กิริยาท่าทางมารยาท ที่ลูกค้าได้รับการปฏิบัติขณะชดเชย เช่น การขอโทษ การยอมรับในความผิดพลาด เป็นต้น (Goodwin & Ross, 1989)

ความเป็นธรรมตามขั้นตอน กฎระเบียบ (Procedural Justice) คือ การได้รับความเป็นธรรมจากนโยบาย ขั้นตอน กฎระเบียบ การยืดหยุ่นกฎระเบียบ การตอบสนอง (Clemmer, 1993)

ซึ่งการที่ผู้ให้บริการสามารถชดเชยในความผิดพลาดได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า จะเป็นการเพิ่มความระมัดระวังความพึงพอใจของลูกค้า แต่อย่างไรก็ตามระดับความพึงพอใจขึ้นอยู่กับระดับความรุนแรงของความผิดพลาดที่เกิดขึ้นเช่นกัน (Chuang, Cheng, Chang, & Yang, 2012) แต่ในทางกลับกัน การที่ไม่สามารถชดเชยความผิดพลาดได้อย่างถูกต้อง จะเป็นการลดระดับความพึงพอใจของลูกค้าลงไปอีก (Hart, Heskett, & Sasser Jr., 1989) โดยที่ไม่ว่าลูกค้าจะพอใจหรือไม่พอใจ จะส่งผลต่ออารมณ์ และพฤติกรรมของลูกค้าต่อไป

โดยสรุปแล้วจากงานวิจัยต่างๆ จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันถึงแม้ว่าจะมีการศึกษาถึงอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการบริการที่ล้มเหลว แต่อารมณ์ที่ถูกใช้ในการศึกษานั้นมีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งจากงานวิจัยในด้านอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการยังมีอีกหลายอารมณ์ที่สามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ว่าอารมณ์เหล่านี้อารมณ์ใดที่ทำให้ลูกค้าจดจำถึงประสบการณ์การใช้บริการที่ล้มเหลว และอารมณ์ที่แตกต่างกัน จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของลูกค้าแตกต่างกันออกไปอย่างไร นอกจากนี้ความเข้าใจในอารมณ์ที่เกิดขึ้นจะทำให้การชดเชยการบริการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์ตามเหตุการณ์สำคัญ โดยใช้วิธีการบันทึกข้อมูลในแบบไดอารี่ (Diary) บันทึกตามเหตุการณ์สำคัญ (Event-based) จากกลุ่มตัวอย่าง 40 คน การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่าง 8 คน และการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่เคยได้รับการบริการที่ล้มเหลวจากการใช้บริการธุรกิจบริการประเภทต่างๆ เพื่อที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างอารมณ์ และพฤติกรรมของลูกค้ำ ที่เกิดจากการใช้บริการ และการแก้ปัญหาของผู้ให้บริการ

#### 3.1 คำถามการวิจัย

3.1.1 รูปแบบความผิดพลาดในการให้บริการมีผลต่ออารมณ์ของลูกค้ำอย่างไร

3.1.2 อารมณ์ที่แตกต่างกันของลูกค้ำจากการได้รับการบริการที่ล้มเหลว มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้ำอย่างไร

3.1.3 อารมณ์ ความรู้สึก และการรับรู้ถึงการชดเชยความผิดพลาดมีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้ำอย่างไร

#### 3.2 วิธีการวิจัย

การศึกษานี้ ผู้ศึกษาใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูล ความคิดเห็นของลูกค้ำ โดยผู้ศึกษาเลือกใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยวิธีนี้จะเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับข้อมูลจากการใช้วิธีการที่ต่างกัน จะทำให้เกิดการได้รับผลของข้อมูลที่มากขึ้น เป็นการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เห็นภาพรวมของข้อมูล และเป็นการลดจุดบอดของข้อมูลที่เกิดจากการเก็บรวบรวมด้วยวิธีเดียว (Holtzhausen, 2001) ซึ่งวิธีที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลทั้งหมด 3 วิธี ได้แก่

3.2.1 วิธีการวิเคราะห์ตามเหตุการณ์สำคัญ (Critical Incident Technique - CIT) โดยใช้การวิเคราะห์จากบันทึก (Diary)

3.2.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

### 3.2.3 การศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 3.2.1 วิธีการวิเคราะห์ตามเหตุการณ์สำคัญ (Critical Incident Technique - CIT) โดยใช้การวิเคราะห์จากบันทึก (Diary)

วิธีการวิเคราะห์ตามเหตุการณ์สำคัญ (Critical Incident Technique - CIT) ใช้ในการเก็บข้อมูลโดยตรงเกี่ยวกับการสังเกตพฤติกรรมของมนุษย์ ซึ่งสถานการณ์ที่จะถูกเก็บข้อมูลจะต้องเป็นสถานการณ์ที่มีความสำคัญตามเกณฑ์ที่ผู้สำรวจสร้างเอาไว้ โดยมีลักษณะคือ วัตถุประสงค์ของการกระทำสามารถทำการสำรวจได้ และสามารถสร้างข้อสงสัยเกี่ยวกับผลของสถานการณ์เหล่านั้นได้โดยมีทั้งหมด 5 ขั้นตอนในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ ได้แก่ การกำหนดจุดมุ่งหมาย การสร้างแผน และกำหนดเกณฑ์ในการสำรวจ การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการวิเคราะห์ และรายงานผล โดยวิธีที่ใช้ในการเก็บข้อมูลมีทั้งการสัมภาษณ์รายบุคคล การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม การสร้างแบบบันทึกข้อมูล (Flanagan, 1954)

การวิจัยโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ตามเหตุการณ์สำคัญถูกใช้ในงานวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการประเมินทางความคิด (Cognitive Appraisal Processes) และการศึกษาทางด้านอารมณ์ และถูกพิสูจน์ว่ามีประโยชน์ในการศึกษาเกี่ยวกับการเข้าใจถึงกระบวนการรับรู้ อารมณ์ และพฤติกรรมของลูกค้าธุรกิจบริการ (Bitner, Booms, & Tetreault, 1990; Surachartkumtonkun, Patterson, & Mccoll-Kennedy, 2013) เนื่องจากการวิจัยด้วยวิธีนี้สามารถทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกของผู้ถูกสำรวจเนื่องจากทำให้ผู้ถูกสำรวจได้คิดถึงเหตุการณ์ได้ด้วยตัวเองโดยปราศจากการชักนำของผู้วิจัย ซึ่งเป็นการลดอคติในงานวิจัยลง

การบันทึกข้อมูลโดยใช้การเขียนจดบันทึกเหตุการณ์ (Diary) ในการศึกษาจะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลในชีวิตประจำวันในสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติของผู้ถูกบันทึกข้อมูล ลดการเกิดอคติที่เกิดจากการชักนำของแบบสอบถาม ช่วยทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงอันเกิดขึ้นจากช่วงเวลา และสามารถบอกถึงระดับของความรู้สึกได้ชัดเจนกว่าการทำแบบสอบถาม (Iida, Shrout, Laurenceau, & Bolger, 2012) โดยการทำวิจัยโดยใช้ข้อมูลจากการจดบันทึกเหตุการณ์ ถูกนำไปใช้ในงานวิจัยหลากหลายด้าน เช่น ด้าน จิตวิทยา สังคม ลักษณะนิสัย เป็นต้น

การเขียน Diary จะถูกแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

แบบระยะเวลา (Time-based) ซึ่งจะเก็บข้อมูลตามตารางเวลาที่กำหนดไว้ (Fixed-intervals) หรือรอบระยะเวลาผันแปรตามแต่ผู้ทำวิจัย (Variable-intervals) ซึ่งผู้บันทึกข้อมูลจะต้องมีการบันทึกข้อมูลอย่างสม่ำเสมอตลอดเวลา เช่น ทุกวันหรือทุกชั่วโมง เป็นต้น โดยจะมี

จุดเด่นของการบันทึกข้อมูลในลักษณะนี้ คือ สามารถเห็นการเปลี่ยนแปลงตามช่วงเวลาของผู้บันทึกข้อมูล

แบบเหตุการณ์ (Event-based) ซึ่งจะเก็บข้อมูลเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ผู้สำรวจให้ความสนใจขึ้น โดยผู้ออกแบบงานวิจัยจะต้องอธิบายถึงลักษณะของเหตุการณ์ที่ต้องการให้จดบันทึกอย่างชัดเจน ซึ่งจะมีจุดเด่นที่ข้อมูลที่ถูกรบันทึกจะมีลักษณะที่ตรงกับลักษณะที่ต้องการของแบบสำรวจมากกว่า จุดอ่อนสำหรับการใช้คือ การเลือกจดบันทึกจะขึ้นกับการตัดสินใจของผู้จดบันทึกเอง ซึ่งอาจทำให้บางเหตุการณ์ไม่ได้รับการบันทึกข้อมูล

ผู้ศึกษาเลือกใช้วิธีการวิเคราะห์จากบันทึก (Diary) โดยมีการสร้างคำถามกำหนด และอธิบายเกณฑ์ที่ให้ผู้ถูกศึกษาใช้เลือกเหตุการณ์ และให้ผู้ถูกศึกษาใช้การบันทึกแบบเหตุการณ์ (Event-Based) ออกมาเป็นสายลักษณะอักษรเนื่องจากเป็นวิธีที่ทำให้ผู้ถูกศึกษาได้มีการไตร่ตรองถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยเหตุการณ์ที่ถูกเลือกขึ้นมาโดยผู้ถูกศึกษาจะเป็นเหตุการณ์ที่สร้างผลกระทบต่อความรู้สึก และอารมณ์ของผู้ถูกศึกษาจนทำให้สามารถจดจำเหตุการณ์เหล่านั้นได้ ซึ่งจะเป็นการคัดกรองข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา และการใช้การบันทึกแบบเหตุการณ์เนื่องจากข้อจำกัดในด้านเวลา และค่าใช้จ่ายในการศึกษา

### 3.2.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นวิธีที่ใช้ในการศึกษาถึงทัศนคติของผู้ถูกสัมภาษณ์ที่มีต่อเหตุการณ์หรือแนวความคิดต่างๆ โดยจะใช้การสัมภาษณ์กับกลุ่มคนจำนวนน้อยในการสัมภาษณ์แต่ละครั้งเพื่อให้ได้รายละเอียดของข้อมูล (Royce & Neale, 2006) ทำให้เข้าใจถึงความรู้สึก ความคิดเห็นต่างๆ ของผู้บริโภครได้

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกมีความยืดหยุ่นทำให้สามารถดัดแปลง แก้ไขคำถามเพื่อความเหมาะสมกับผู้ถูกสัมภาษณ์แต่ละคนโดยคำถามจะมีพื้นฐานโครงสร้างมาจากประเด็นที่ผู้สัมภาษณ์ทำการศึกษา การสัมภาษณ์จะใช้การตั้งคำถามโดยที่ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถตอบคำถามได้อย่างอิสระ โดยผู้สัมภาษณ์จะมีการใช้ประเด็นจากคำตอบจากผู้ถูกสัมภาษณ์ในการถามคำถามต่อไปเพื่อเป็นการเจาะลึก และทำให้เข้าใจในคำตอบของผู้ถูกสัมภาษณ์มากยิ่งขึ้น การสัมภาษณ์จะต้องนำไปสู่จุดที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ไปสู่ประเด็นที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่ได้คำนึงถึง เป็นการสร้างความรู้หรือแนวความคิดใหม่ขึ้นมา (Legard, Keegan, & Ward, 2003)

การสัมภาษณ์เชิงลึกมีทั้งหมด 5 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างความคุ้นเคยให้กับผู้ถูกสัมภาษณ์ โดยในขั้นตอนนี้ผู้สัมภาษณ์จะต้องทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์รู้สึกที่สามารถควบคุมสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ โดยใช้การ

พูดคุยกัน ในขั้นตอนนี้ยังไม่มีการพูดคุยถึงเนื้อหาที่จะสัมภาษณ์จนกว่าจะเริ่มการสัมภาษณ์ในขั้นตอนถัดไป

ขั้นตอนที่ 2 การแนะนำเนื้อหาการวิจัย ในขั้นตอนนี้ผู้สัมภาษณ์จะต้องแนะนำถึงหัวข้อการวิจัย ความสำคัญ การเก็บข้อมูลเป็นความลับ และการขออนุญาตบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ รวมถึงการทำให้บรรยากาศการสัมภาษณ์เป็นไปโดยสงบ ไม่มีปัจจัยรบกวน

ขั้นตอนที่ 3 การเริ่มสัมภาษณ์ ควรจะเริ่มโดยใช้เนื้อหาที่ผู้ถูกสัมภาษณ์มีความคุ้นเคย สามารถเข้าใจได้ง่ายเพื่อเป็นการสร้างความคุ้นเคยและเป็นการเปิดใจผู้ถูกสัมภาษณ์ เช่น การถามถึงรายละเอียดส่วนตัว เช่น อายุ การศึกษา เป็นต้น ในอีกด้านหนึ่งก็จะเป็นประโยชน์แก่ผู้สัมภาษณ์ในการเข้าใจถึงสถานภาพ สังคม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลของการสัมภาษณ์ โดยคำถามจะมีการถามคำถามต่อเนื่องจากคำถามตั้งต้นเพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มีความเคยชินกับลักษณะการถามคำถาม ซึ่งจะทำให้เกิดความเคยชินกับบรรยากาศในการสัมภาษณ์ในขั้นตอนถัดไป

ขั้นตอนที่ 4 ในระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์จะต้องนำผู้ถูกสัมภาษณ์ไปยังประเด็นหลักที่สนใจต่างๆ โดยการถามคำถามจะเน้นถึงรายละเอียดเชิงลึก มีการถามทั้งในประเด็นที่ผู้สัมภาษณ์สนใจ และประเด็นที่เกิดจากการถามคำถามต่อเนื่อง ซึ่งจะเน้นให้เกิดแนวความคิดใหม่ๆ

ขั้นตอนที่ 5 การจบการสัมภาษณ์ มีการส่งสัญญาณให้ผู้ถูกสัมภาษณ์รู้ว่าการสัมภาษณ์กำลังจะจบลง และตรวจสอบว่าผู้ถูกสัมภาษณ์ยังมีประเด็นอะไรที่ยังติดค้างยังไม่ได้พูด เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการตกหล่นใดๆ มีการกล่าวขอบคุณผู้ถูกสัมภาษณ์ และกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์

### 3.2.3 การศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ใช้การนำงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมารวบรวมอธิบายกับการอ้างอิงทฤษฎี และงานวิจัยอื่นๆ มาประกอบการวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่เกิดจากการวิจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์ตามเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้น (Critical Incident Technique - CIT) โดยใช้การวิเคราะห์จากบันทึก (Diary) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อให้การนำเสนอมีน้ำหนัก มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

### 3.3 ผู้ให้ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้เนื่องจากไม่สามารถทำการศึกษากับประชากรทุกหน่วยได้ เนื่องจากข้อจำกัดในด้านเวลา และค่าใช้จ่ายในการศึกษา จึงใช้วิธีการเลือกศึกษาเฉพาะบางส่วนของประชากร โดยจะใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกกลุ่มประชากรจากหลายประเภทของการบริการ ที่เคยได้รับการบริการที่ล้มเหลว โดยเลือกกลุ่มประชากรที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี

เนื่องจากพบหลักฐานว่าผู้ใหญ่ (Adulthood) ที่มีอายุน้อยกว่ามีแนวโน้มที่จะมีอารมณ์ในด้านลบต่อเหตุการณ์ที่รุนแรงกว่ากลุ่มที่มีอายุมากกว่า (Mroczek, 2001) ประชากรช่วงอายุนี้ในประเทศไทยมีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 10 ของจำนวนประชากรทั้งหมด (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2558)

จากวัตถุประสงค์ในการศึกษาที่ต้องการศึกษาถึงประสบการณ์ไม่ดี ที่อาจส่งผลกระทบต่ออารมณ์ ความรู้สึก พฤติกรรม และแนวทางในการแก้ปัญหาในด้านอารมณ์ของลูกค้า ผู้ศึกษาจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างที่สามารถจดจำเหตุการณ์ สามารถระบุอารมณ์ และความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการได้รับการบริการที่ล้มเหลว รวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นต่อเนื่อง โดยไม่มีการจำกัดประเภทของการธุรกิจบริการที่ผู้ถูกสัมภาษณ์เคยใช้บริการ

สำหรับวิธีการวิเคราะห์ตามเหตุการณ์สำคัญ (Critical Incident Technique - CIT) โดยใช้การวิเคราะห์จากบันทึก ผู้ศึกษาจะทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อให้มีความหลากหลายของเหตุการณ์ และให้ระยะเวลาในการบันทึกข้อมูลคนละ 1 สัปดาห์เพื่อให้ผู้ถูกศึกษาได้คิดพิจารณาถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ส่วนวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ศึกษาจะทำการศึกษากับตัวอย่างจำนวน 8 คนโดยใช้หลักเกณฑ์เดียวกัน

### 3.4 การวิเคราะห์ และการนำเสนอข้อมูล

ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาจะนำรายละเอียดข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการบันทึก (Diary) ของผู้ถูกศึกษามาแยกเป็นประเด็นสำคัญ โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น อารมณ์ของลูกค้าที่เกิดจากการได้รับการบริการที่ล้มเหลว พฤติกรรมของลูกค้าที่เกิดขึ้นจากอารมณ์แต่ละอารมณ์ อารมณ์ที่เกิดขึ้นจากวิธีการแก้ไขปัญหาของผู้ให้บริการ พฤติกรรมของลูกค้าที่เกิดขึ้นจากอารมณ์ ซึ่งเป็นผลมาจากการแก้ไขปัญหาของผู้ให้บริการ โดยทำการจัดกลุ่มข้อมูลในแต่ละประเด็น

หลังจากนั้นจึงเลือกกลุ่มตัวอย่าง 8 คน เพื่อมาทำการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม แล้วนำมาเปรียบเทียบวิเคราะห์ความแตกต่างเพื่อหาความสัมพันธ์ และรูปแบบ (Pattern) ของอารมณ์ และเหตุการณ์ร่วมกับการใช้ทฤษฎีหรือแนวความคิดมาร่วมในการพิจารณาปัญหาของการบริการ วิเคราะห์ข้อมูลแบบการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) โดยการตีความสร้างข้อสรุปอุปนัย (Analytic Induction) ในรูปแบบเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) จากนั้นจึงจัดเรียงเรียงข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย

### 3.5 กำหนดการทำงาน

ตารางที่ 3.1 ตารางกำหนดการทำงาน

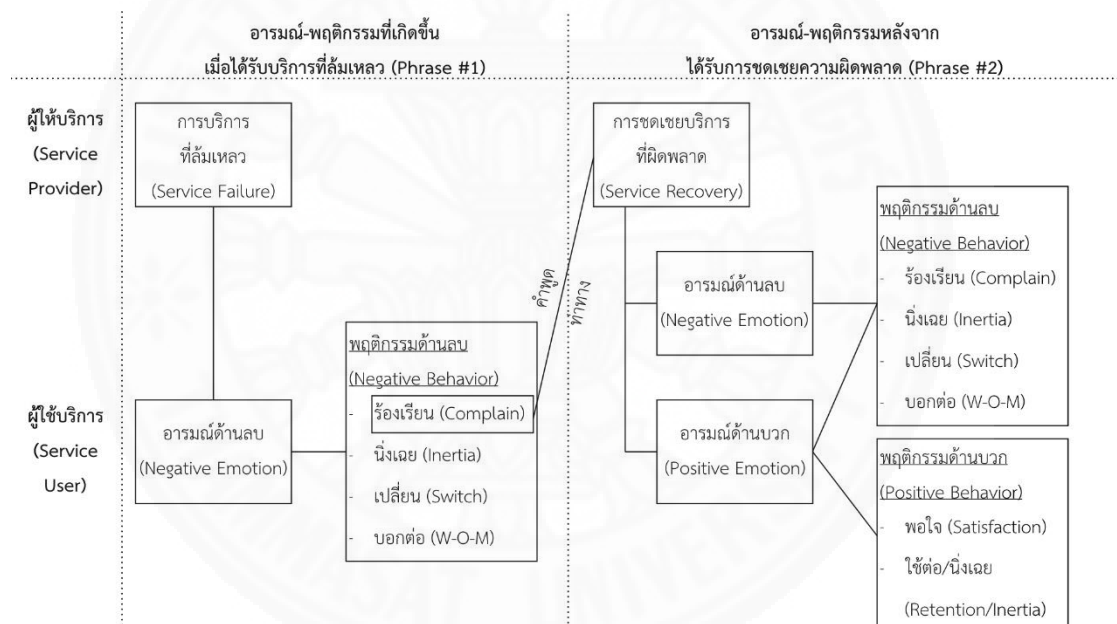
	กุมภาพันธ์		มีนาคม		เมษายน	
	1 - 15	16 - 29	1 - 15	16 - 31	1 - 15	16 - 30
กำหนดการหัวข้อ และวัตถุประสงค์ งานวิจัย						
ทบทวนวรรณกรรม						
ออกแบบวิธีการเก็บ ข้อมูล						
เก็บข้อมูล						
วิเคราะห์ข้อมูล และ สรุปผล						



## บทที่ 4

### ผลของการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบันทึก และการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีกระบวนการในการตอบสนองต่อการบริการที่ล้มเหลว (Service Failure) ตามภาพที่ 4.1 ซึ่งอธิบายได้ว่า หลังจากที่ได้รับบริการที่ล้มเหลวแล้ว กลุ่มตัวอย่างจะมีอารมณ์ต่างๆ เกิดขึ้น ซึ่งจะอธิบายต่อไปในบทนี้ หลังจากนั้นจะมีพฤติกรรมตามมา แต่หากมีการร้องเรียน ผู้ให้บริการบางรายจะมีการชดเชยต่อความผิดพลาดที่เกิดขึ้น ซึ่งไม่ว่าจะมีการชดเชยหรือไม่ก็ตาม กลุ่มตัวอย่างจะมีความรู้สึกว่าการชดเชยที่ได้รับเป็นธรรมหรือไม่ หลังจากนั้นจะมีอารมณ์เกิดขึ้น และมีพฤติกรรมต่างๆ ต่อไป



ภาพที่ 4.1 กรอบแนวคิดการตอบสนองต่อการบริการที่ล้มเหลว

ในบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอผลของการวิจัยโดยจะทำการเรียงเรียงประเด็นของผลการวิจัย และอธิบายถึงผลการศึกษาที่ได้ รวมถึงอ้างอิงทฤษฎี และแนวความคิดที่เกี่ยวข้องเพื่อมาประกอบการวิเคราะห์ โดยจะเรียงตามลำดับ ดังต่อไปนี้

- 4.1 บ่อเกิดปัญหาของประสบการณ์เลวร้าย
- 4.2 อารมณ์ และความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับบริการที่ล้มเหลว
- 4.3 พฤติกรรมที่เกิดขึ้นหลังจากได้รับบริการที่ล้มเหลว
- 4.4 การชดเชยความผิดพลาด

4.5 อารมณ์ และความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการชดเชยความผิดพลาด

4.6 พฤติกรรมหลังการชดเชยความผิดพลาด

#### 4.1 บ่อเกิดปัญหาของประสบการณ์เลวร้าย

การที่ลูกค้าจะมีประสบการณ์ฝังใจกับการให้บริการที่ล้มเหลว จากวิจัยพบว่า การบริการที่ล้มเหลวเหล่านี้มีที่มาที่สามารถอธิบายได้ใน 2 รูปแบบด้วยกัน คือ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นมาจาก ช่องว่างการให้บริการ (Service Gaps) และคุณค่าการบริการ (Service Quality) ที่โดนทำลาย ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

##### 4.1.1 ช่องว่างในการให้บริการ (Service Gaps)

จากการการวิจัยพบว่าประสบการณ์อันเลวร้ายที่ได้รับจากการใช้บริการ เกิดจากการบริการที่ผิดพลาด ไม่ว่าจะเป็นการบริการที่กลุ่มตัวอย่างได้รับไม่เป็นไปตามที่คาด พนักงานไม่ได้ปฏิบัติตามระเบียบ หรือการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง ซึ่งสามารถอธิบายด้วยแนวคิด ช่องว่างที่ทำให้การบริการด้อยคุณภาพ (Service Quality Gaps: Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) อันประกอบด้วย 7 ช่องว่าง (ดังมีรายละเอียดในภาพที่ 2.1, หน้า 7) ทั้งนี้จาก ผลการวิจัยพบว่าตรงกับ 3 ช่องว่าง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1.) กลุ่มตัวอย่างได้รับบริการไม่ตรงกับความคาดหวัง (Service Gap No.5) กล่าวคือต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ โดยเป็นช่องว่างที่พบจากผู้ให้ข้อมูลทุกคน (40 ใน 40 คน) สอดคล้องกับ ทฤษฎี Disconfirmation of Expectation อีกด้วย เช่น

“...พนักงานก็บอกผมว่า ผมต้องไปหาห้องตรวจเอง ผมก็รู้สึกแปลกใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากไม่เคยตรวจที่โรงพยาบาล และทำไมต้องเดินเรื่องเอง...”

(ผู้บันทึก 3, 20 ปี)

จากบันทึกพบว่าผู้ให้ข้อมูลมีความคาดหวังว่าผู้ให้บริการจะดำเนินการให้ แต่กลับต้องดำเนินการเองทั้งหมด เช่นเดียวกับตัวอย่างอีกท่านหนึ่ง ที่ให้ข้อมูลว่า มีความคาดหวังสูงกว่าการบริการที่ตนได้รับ

“...บรรยากาศในห้องยอมรับว่าตบแต่งโอเคมาก ยอมรับว่าห้องสวยจนกระทั่งเปิดแอร์แล้วพบว่าแอร์มันไม่เย็น ก็เลยลองเช็คดูเจอว่าแอร์ไม่ได้ล้าง ฝุ่นหนามาก ที่วีในห้องก็เป็นรุ่นเก่า ตอนแรกตั้งใจว่าจะเอาต่อกับ iPad เพื่อดูฟุตบอล ปรากฏว่าใช้ไม่ได้ ก็เสียใจนะ เพราะตั้งใจเอามาเพื่อที่จะดูโดยเฉพาะแล้วก็เจอของที่ทิ้ง

ไว้จากคนก่อนหน้าในตู้เย็น เจอผลไม้เก่า ขวดน้ำเปิดแล้ว เราก็อังโอเคอยู่ว่ามันยังไม่เน่า แต่ก็รู้สึกว่ามันไม่ได้เตรียมความพร้อมห้องหรือ รู้สึกแย่นั่น...”

(สัมภาษณ์ 3, 24 ปี)

(2.) การประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ เช่น โฆษณา เว็บไซต์ เป็นต้น ที่กลุ่มตัวอย่าง (16 ใน 40 คน) ได้พบไม่ตรงกับการบริการที่กลุ่มตัวอย่างได้รับจริง (Service Gap No.4) เช่น

“ข้าพเจ้าได้เคยมีโอกาสใช้บริการโรงแรม เนื่องจากเป็นโรงแรมที่อยู่กลางตัวเมือง เดินทางสะดวก และดูจากในรูปของเว็บไซต์ก็นับว่ามีสภาพที่ดีในระดับหนึ่ง...เมื่อเดินทางไปถึงก็พบว่าโรงแรมเก่ามากตั้งแต่พรมที่ปูก็มีกลิ่นอับ ลิฟต์ก็เป็นแบบเก่าที่ยังใช้เชือกกรงอยู่ เมื่อถึงห้องพักก็เกิดความรู้สึกไม่ประทับใจมาก เป็นห้องเล็กๆ สองห้องที่เชื่อมต่อกัน โดยมีห้องน้ำรวมเล็กๆ เพียงห้องเดียว...”

(ผู้บันทึก 2, 23 ปี)

จากบันทึกจะเห็นได้ว่าภาพที่ผู้ให้บริการประชาสัมพันธ์ออกไปดีกว่าสถานที่จริง เช่นเดียวกันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตัวอย่างอีกท่านหนึ่ง ที่ผู้ให้บริการได้โฆษณาถึงผลจากการใช้บริการไว้สูงกว่าการบริการที่กลุ่มตัวอย่างได้รับ

“...ทำการเสนอขายคอร์สลดน้ำหนักกระชับสัดส่วนให้ฝ่าย ซึ่งคอร์สเต็มมีราคา 15,000 บาท เมื่อเข้าคอร์สแล้วน้ำหนักจะลดลง และจะเห็นผลอย่างรวดเร็ว...หลังจากทำคอร์สทดลองนี้เสร็จสิ้น น้ำหนักฝ่ายได้ลดไปเพียง 4 ชีด...”

(ผู้บันทึก 27, 21 ปี)

(3.) การบริการที่ส่งมอบไม่ตรงกับมาตรฐานของผู้ให้บริการ (Service Gap No.3) โดยมักเป็นเหตุการณ์ที่พนักงานให้บริการ ไม่ได้ปฏิบัติตามระเบียบ หรือปฏิบัติอย่างมีมารยาทในเบื้องต้นกับกลุ่มตัวอย่าง (16 ใน 40 คน) เช่น

“...ตอนที่ดิฉันไปแลกบัตรพนักงานแลกบัตรกำลังยืนคุยกับร้านอาหารที่อยู่ใกล้เคียง ซึ่งตอนนั้น ไม่ใช่แค่ดิฉันที่อยู่รอลูกค้าก่อนหน้าก็มียืนรออยู่ เลยไม่ทราบว่ามัลลิก้ามายืนรออยู่ทำไมไม่มาให้บริการ...พนักงานมาที่เคาน์เตอร์แล้วจึงให้บริการเรา ทั้งขณะแลกเงินเป็นบัตรอาหารให้เราก็อังคุยโทรศัพท์...”

(ผู้บันทึก 5, 21 ปี)

จากบันทึกจะเห็นได้ว่าพนักงานไม่ได้เข้ามาปฏิบัติหน้าที่ และไม่มีมารยาทในการทำงาน เช่นเดียวกันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับตัวอย่างท่านหนึ่ง ที่พนักงานไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่ตามระเบียบ หรือมารยาท ที่ควรจะเป็น

“ตอนกำลังได้รับเงินทอนจากพนักงานผู้หญิงคนหนึ่ง แทนที่จะให้เงินทอนคืนดีๆ เธอดันโยนเหรียญลิบบาทกลับมา ซึ่งไม่มีแม้แต่คำขอโทษ” (ผู้บันทึก 10, 24 ปี)

จากช่องว่างที่เกิดขึ้นจะเป็นการลดคุณค่าการบริการที่กลุ่มตัวอย่างได้รับในด้านต่างๆ อารมณ์ ความรู้สึก และพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในลำดับถัดไป

#### 4.1.2 คุณค่าการบริการ (Service Quality) ที่ได้รับผลกระทบ

จากการบันทึกข้อมูลประสบการณ์การได้รับบริการที่เลวร้ายจากข้อบกพร่องการบริการของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่แล้ว (36 จาก 40 คน) เกิดจากบริการที่ได้รับต่ำกว่าระดับมาตรฐานที่ควรจะเป็นในความคิดของกลุ่มตัวอย่าง หรือไม่ปฏิบัติตามที่ผู้ให้บริการได้ให้คำสัญญาไว้ ซึ่งเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับแนวคิดเรื่องคุณภาพงานบริการ (Service Quality) โดยใช้ SERVQUAL Model (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988, 1991) พบว่าข้อมูลจากการการวิจัยกับแนวความคิดนี้มีความสอดคล้องกัน โดยการที่ผู้ให้บริการไม่สามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ควรจะเป็น จะเป็นการลดคุณภาพด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ลงไป เช่น

- “บริษัทจะทำการซ่อมให้เสร็จภายใน 1 สัปดาห์ แต่เมื่อครบกำหนดที่ทางบริษัทได้แจ้งไว้ก็ยังไม่สามารถใช้งานได้ และยังไม่มี การติดต่อกลับมาใดๆ จนต้องติดต่อไปอีกครั้ง” (ผู้บันทึก 11, 23 ปี)
- “ตามกำหนดการจะต้องไปถึงเชียงใหม่ช่วงบ่าย 2 บ่าย 3 ซึ่งไฟลต์ก็พอดีกับแผนเที่ยวที่ได้วางไว้ว่าพอไปถึงก็เข้าที่พักก่อน แล้วก็มีความเที่ยวต่อได้ แต่พอถึงเวลาไปจริงกลายเป็นว่าไฟลต์ดีเลย์ กว่าที่จะถึงเชียงใหม่ก็ 5 โมงเย็น” (สัมภาษณ์ 4, 23 ปี)

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้บริการที่ได้ให้สัญญาในรูปแบบต่างๆ เช่น การบอกกล่าว หรือการเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร เป็นต้น กับกลุ่มตัวอย่างแต่กลับไม่สามารถปฏิบัติตามได้ไม่ จะเป็นการที่ผู้ให้บริการไม่สามารถให้บริการได้ หรือให้บริการได้ไม่เท่าที่บอกไว้ จะกระทบความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่าง

ในขณะเดียวกัน จากการวิจัยยังพบปัญหาคุณภาพงานบริการในด้านอื่นๆ ได้แก่

(1.) คุณภาพในการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) เป็นอีกด้านหนึ่งที่พบเป็นจำนวนมาก (35 จาก 40 คน) โดยส่วนมากจะเกิดจากลูกค้าได้รับการบริการที่ล่าช้า พนักงานผู้ให้บริการไม่พร้อมหรือไม่เต็มใจที่จะให้บริการกับลูกค้า

- “ทางทรูได้ขอเบอร์โทรศัพท์ไว้สำหรับติดต่อกลับ หลังจากนั้นสองวัน ไม่มีการติดต่อกลับมาหรือแจ้งความคืบหน้าใดๆ จนต้องโทรไปที่คอลเซ็นเตอร์ของทรูอีกครั้งเพื่อสอบถามความคืบหน้า” (ผู้บันทึก 11, 23 ปี)

- “พนักงานก็บอกว่าจะไปตามให้ แล้วก็หายไปเลยจนอีกพักใหญ่ รู้สึกว่านานเกินไปจึงได้ท้วงอีกที แต่พนักงานก็รับรู้แล้วหายไปอีก ก็ยังไม่มีอะไรมาเสิร์ฟระหว่างที่รอคือนั่งคุยไปเรื่อยๆ เพลินๆ แต่ก็ยังรู้สึกว่ามัน (รวมๆ กันแล้วลืบลืบท่านาที)” (ผู้บันทึก 23, 22 ปี)

จากบันทึกจะเห็นได้ว่าคุณภาพในด้านการตอบสนองส่วนใหญ่เกิดจากผู้ให้บริการตอบสนองต่อกลุ่มตัวอย่างล่าช้า หรือไม่มีการตอบสนอง จนในบางครั้งทำให้กลุ่มตัวอย่างต้องเป็นผู้ติดต่อไปยังผู้ให้บริการอีกครั้งเอง ซึ่งสิ่งเหล่านี้กระทบกับความรู้สึก และอารมณ์ของกลุ่มตัวอย่าง

(2.) คุณภาพในการสร้างความมั่นใจ (Assurance) ที่พบ (27 จาก 40 คน) เกิดจากการที่พนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ความเข้าใจในการบริการหรือมีความเข้าใจที่ผิดพลาด

- “พนักงานก็ได้บอกว่าถ้าเป็นนักศึกษาแล้วสมัครบัตร m-gen กับ m-cash จะสามารถลดได้อีกแต่ต้องนำบัตรนี้ไปซื้อกับที่ตู้ซื้อตั๋วอัตโนมัติ และพนักงานบอกว่าสามารถลดค่าบริการครั้งนี้ได้เลย ผม และเพื่อนๆ เห็นว่าสามารถลดได้อีกจึงตัดสินใจสมัครบัตร m-gen กับ m-cash กัน เมื่อสมัครเสร็จแล้วก็ได้นำบัตร m-cash ไปใช้ที่ตู้ซื้อตั๋วอัตโนมัติ ตั้งอยู่ แต่เมื่อนำไปใช้จริงปรากฏว่าไม่สามารถลดได้” (ผู้บันทึก 8, 22 ปี)
- “ปัญหาที่เกิดขึ้นอาจจะเพราะความไม่เข้ากันของการจัดสเปคคอมพิวเตอร์ ตั้งแต่แรก (ซึ่งเขาเป็นคนแนะนำสเปคให้)” (ผู้บันทึก 1, 23 ปี)

จากบันทึกจะเห็นได้ว่าผู้ให้บริการที่ไม่เข้าใจในระบบของตนเอง ไม่มีความรู้ในการให้บริการ จะก่อให้เกิดความเสียหายขึ้น เช่น การให้คำแนะนำที่ผิด ไม่สามารถให้บริการได้ เสียเวลา การโต้เถียง เป็นต้น จะกระทบกับอารมณ์ และความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่าง

(3.) คุณภาพความใส่ใจของผู้ให้บริการ (Empathy) ส่วนใหญ่ (22 จาก 40 คน) จะเกิดจากการที่พนักงานผู้ให้บริการไม่ได้ปฏิบัติตามคำขอส่วนตัวต่างๆ

- “หลังจากถึงเวลาขึ้นเครื่องบินไปแล้ว ขณะบินได้ประมาณ 10-15 นาที พบว่าหน้าจอ TV บนที่นั่ง ของผมไม่สามารถขยับหรือปรับให้หันมาหาผู้โดยสารได้ ทำให้ไม่สามารถดู TV ได้ จึงได้แจ้งให้ทางแอร์ของมาช่วยปรับให้ เพราะเราอาจจะปรับไม่เป็น ทางแอร์ก็พยายามปรับ TV ให้ แต่ไม่สามารถปรับได้เช่นกัน ทางแอร์จึงบอกว่าเดี๋ยวจะหาที่นั่งให้ใหม่ แต่ตลอดการเดินทางทั้งไฟลท์การบินผมกับพ่อได้นั่งที่เดิม” (ผู้บันทึก 9, 23 ปี)
- “เราก็พูดว่าพี่คะช่วยถอดเข็มหน่อยได้ไหมคะ เขาก็ทำหน้าไม่รับแขก ยืนนิ่ง ไม่ตอบทำเป็นมองๆ ไปที่โต๊ะ และหันมาตอบว่า “ไม่มี” (ผู้บันทึก 15, 21 ปี)

จากตัวอย่างดังกล่าวพบว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการความช่วยเหลือจากผู้ให้บริการ โดยจะเป็นเรื่องที่อยู่ในขอบข่ายการให้บริการ แต่ผู้ให้บริการมักจะมีพฤติกรรมที่รับคำขอมา แต่ไม่ได้ให้บริการตามที่ขอจนถึงการปฏิเสธคำขอ กระทั่งต่อความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่าง

(4.) สิ่งที่เป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ส่วนใหญ่ (11 จาก 40 คน) จะเกิดจากบรรยากาศของสถานที่ให้บริการแย่กว่าความคาดหวังที่ตั้งเอาไว้ อาทิเช่น

- “ศูนย์บริการมีลักษณะเป็น Home Office ที่มี 3-4 ชั้น พอเข้าไปข้างใน จะมีของวางระเกะระกะอยู่มากมายทั้งชั้นส่วนของคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ช่างต่างๆ...ในตอนแรกผมเข้าใจว่าบริษัท ซึ่งเป็นบริษัทระดับโลกจะมีสำนักงานที่ได้มาตรฐานเป็นห้องแล็บ และมีการควบคุม QC ที่ดีกว่านี้ แต่จากสภาพที่เห็นทางบริษัทคงเน้นในเรื่องของการ Minimize Cost มาก” (ผู้บันทึก 1, 23 ปี)
- “รสชาติของน้ำแปลกๆ เหมือนมีดินหรือเลือดผสม ไม่ใช่รสชาติสะอาดในความคิดเรามีกระเบื้องแตกตามมุมยิบๆ ย่อยๆ” (สัมภาษณ์ 3, 24 ปี)

จากบทสัมภาษณ์ดังกล่าวเราจะพบว่าบริษัทที่มีภาพพจน์ที่ดี กลับถูกกระทบด้วยสิ่งที่เป็นรูปธรรมต่างๆ ที่บกพร่อง เช่น มีของวางระเกะระกะ สถานที่สกปรก อุปกรณ์ชำรุด ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นตัวที่กระทบกับความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างโดยตรง

นอกจากนี้ จากการวิจัยพบว่าการบริการที่ล้มเหลว มักกระทบคุณค่าการบริการหลายๆด้านพร้อมกัน (38 จาก 40 คน) อาทิเช่น

- “เมื่อเดินทางไปถึงก็พบว่าโรงแรมเก่ามาก ตั้งแต่พรมที่ปูก็มึกลิ่นอับ ลิฟต์ก็เป็นแบบเก่าที่ยังใช้ซีลูกกรงอยู่ เมื่อถึงห้องพักก็เกิดความรู้สึกไม่ประทับใจมาก... เจ้าของโรงแรมชอบทำอาหาร ส่งกลิ่นคละคลุ้งไปทั่วห้องโถงเป็นประจำ และชอบเปิดเพลงเสียงดังเวลากลางคืน...อาหารที่แช่ไว้ในตู้เย็นหายไปแต่เมื่อแจ้งเจ้าของโรงแรม เขาก็บอกว่าทำอะไรไม่ได้...เมื่อผ่านไปสองสัปดาห์โรงแรมขอขึ้นค่าเช่าโดยพลการ” (ผู้บันทึก 2, 23 ปี)
- “สั่งอาหารไปรออาหารเป็นระยะเวลานานมากๆ เป็นเวลากว่า 2 ชั่วโมง...ได้ถามพนักงานเป็นระยะ โดยพนักงานก็ตอบเพียงแค่ว่า “ค่ะๆ เดี๋ยวตามให้ค่ะ” ซึ่งตลอดระยะเวลาที่รออาหารก็มีอาหารออกจากครัวตลอด แต่ก็ไม่ใช้รายการอาหารที่เราสั่งไปซักที...เมื่อชิมซุปรูปรากรูว่าซุปรที่นำมาเสิร์ฟนั้นไม่ได้มีความร้อนเลย...พนักงานก็ไม่ได้มีท่าทีกระตือรือร้นในการที่จะบริการ ตอบเพียงส่งๆ” (ผู้บันทึก 26, 22 ปี)

จากการวิจัยจะเห็นได้ว่าในการให้บริการที่ล้มเหลวเพียงครั้งเดียวสามารถส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการในหลายด้านพร้อมกันได้ ซึ่งกระทบกับอารมณ์ และความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่าง

#### 4.2 อารมณ์ และความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับบริการที่ล้มเหลว

จากการวิจัยพบว่าเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่เป็นไปตามความคาดหวังแล้ว จะก่อให้เกิดอารมณ์ตามมา ซึ่งระดับความรุนแรงของอารมณ์จะขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย อาทิเช่น ระดับความคาดหวังที่ตั้งเอาไว้, ความรุนแรงของเหตุการณ์, ลักษณะนิสัยส่วนตัว, และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนหน้า โดยในแต่ละครั้งที่เข้าใช้บริการหากพบข้อผิดพลาด สามารถส่งผลให้เกิดอารมณ์ในด้านลบ ซึ่งเป็นได้ทั้งอารมณ์ที่ผสมหลายๆ อารมณ์เข้าด้วยกัน เช่น ทั้งโกรธ และอับอาย หรือเกิดอารมณ์เดียว เช่น หงุดหงิด เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์พบว่าอารมณ์ด้านลบที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดในการให้บริการนั้น หากแบ่งประเภทของอารมณ์โดยใช้วิธีอารมณ์เฉพาะ (Specific Emotions Approach) จะพบอารมณ์ เช่น โกรธ หงุดหงิด เป็นต้น ซึ่งมักเป็นอารมณ์ที่ผสมกันไป ในประเด็นนี้ได้ผลสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยในอดีต (Machleit & Eroglu, 2000) โดยอารมณ์ที่เกิดขึ้นมากที่สุด ได้แก่ อารมณ์ไม่พอใจ (Disappoint) (29 จาก 40 คน), อารมณ์โกรธ (Anger) (14 จาก 40 คน), และอารมณ์น้อยใจ (Disregarded) (4 จาก 40 คน) ตามลำดับ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1.) อารมณ์ไม่พอใจ (Discontent) เป็นอารมณ์ที่มีระดับความรุนแรงของอารมณ์ต่ำ โดยมากเกิดจากกลุ่มตัวอย่างไม่ได้รับความใส่ใจ (Neglect) จากผู้ให้บริการ หรือการบริการไม่เป็นไปตามที่คิดไว้ เช่น

- “เราคิดว่าคงไม่นาน ลักครึ่งชั่วโมง สูงสุดไม่น่าจะเกิน 45 นาที เพราะเค้าให้รออยู่บนเครื่องเลย แต่กลายเป็นว่ารออยู่ประมาณ 2-3 ชั่วโมงได้ คือนานมาก น่าจะถึงเชียงใหม่ไปแล้ว ระหว่างรอก็ไม่มีการประกาศอะไรเลย ตอนนั้นไม่พอใจมาก...รู้สึกว่ามันนานเกินไป แล้วพูดมาก็ทำไม่ได้แบบที่พูด”

(สัมภาษณ์ 4, 23 ปี)

- “ได้ไปสอบถามกับ True ในเรื่องปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งข้าพเจ้ามีความไม่พอใจอยู่แล้วเนื่องด้วยความล่าช้าของสินค้าประกอบกับการให้บริการของลูกค้า True ที่ตอบคำถามของเราไม่ได้เลยสักอย่าง” (ผู้บันทึก 13, 22 ปี)

จะเห็นจากบทสัมภาษณ์ได้ว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจะเป็นความผิดพลาดเล็กน้อย เช่น ไม่สามารถตอบคำถามได้ ความล่าช้าในการให้บริการ เป็นต้น ซึ่งเกิดจากระบบการทำงาน โดยกลุ่มตัวอย่างมักรู้สึกไม่พอใจกับการบริการที่มีความล่าช้า ไม่สามารถให้บริการได้ตามกำหนดการ

(2.) อารมณ์โกรธ (Anger) เป็นอารมณ์ที่มีระดับความรุนแรงของอารมณ์มากที่สุด สาเหตุของการเกิดอารมณ์โกรธที่พบ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กรณี คือ (2.1) จากการได้รับเหตุการณ์ที่กระทบรุนแรงกับความรู้สึก และ (2.2) มีเหตุการณ์ก่อนหน้าที่ทำให้รู้สึกไม่ดีอยู่แล้ว

(2.1) อารมณ์โกรธที่เกิดจากการได้รับเหตุการณ์ที่กระทบรุนแรง มีลักษณะ คือ กลุ่มตัวอย่างไม่ได้มีอารมณ์ในด้านลบใดๆ ก่อนใช้บริการ แต่ความล้มเหลวในการให้บริการที่เกิดขึ้น ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดอารมณ์โกรธในทันที

- “พูดกับพนักงานว่าขอใบเสร็จหน่อยค่ะ สิ่งที่พนักงานทำให้คือ ปกติใบเสร็จจะต้องเขียนรายการอาหารใช่ไหมว่ามีรายการอะไรบ้าง แต่ที่เค้าทำให้คือแค่ลากเส้นแล้วก็เขียนเลข 2 แล้วก็เขียนยอดเงินพียง คือตั้งใจกวนใจ ตอนนั้นก็ปรี๊ดเลย...โมโหค่ะ รู้สึกว่าตอนแรกก็พูดดีกับเค้าแล้ว แต่มากวนใส่ ก็เลยเอาคืนเลย ขอเจอเจ้าของร้านเลย”

(สัมภาษณ์ 2, 23 ปี)

- “ถามว่าช่วยถอดчимหน่อยได้ไหมคะ พนักงานทำหน้าที่ไม่รับแขก ยืนนิ่ง ไม่ตอบ และหันมาตอบว่า “ไม่มี...ไปที่ร้านโน้น ที่นี่ไม่มีหรอก” ทำเสียงเหมือนเราเป็นขอทานมาขอเงิน พร้อมชี้มือให้ไปที่อื่น...เราเลยพูดว่าบริการแค่นี้ไม่ได้เหรอคะ? เขาก็ตอบกลับมาว่า “ไม่ได้” พร้อมเมินหน้าใส่ เราเลยรู้สึกโกรธ”

(ผู้บันทึก 15, 21 ปี)

จากบทสัมภาษณ์พบว่าเหตุการณ์ที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างโกรธในทันที จะเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์กับพนักงานผู้ให้บริการที่มีพฤติกรรม ท่าทาง หรือคำพูดที่ไม่สุภาพ พนักงานมีการกล่าวหาว่าความผิดเกิดจากกลุ่มตัวอย่าง ตรงกับการลดคุณค่าการบริการในด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การสร้างความมั่นใจ (Assurance)

(2.2) อารมณ์โกรธที่เกิดจากการมีเหตุการณ์ก่อนหน้าที่ทำให้รู้สึกไม่ดีอยู่แล้ว มักจะมีเหตุการณ์จากการใช้บริการที่ทำให้ผู้ใช้ข้อมูลรู้สึกไม่พอใจ หรือน้อยใจอยู่แล้ว และเกิดเหตุการณ์ที่ผิดพลาดซ้ำในการใช้บริการครั้งเดียวกัน ทำให้มีอารมณ์โกรธ

- “ทั้งขณะแลกเงินเป็นบัตรอาหารให้เรายังคุยโทรศัพท์ทำให้รู้สึกแย่มากๆ ... พนักงานแลกบัตรใส่เงินมาให้ในบัตรไม่ครบ...เมื่อหาที่นั่งได้เรียบร้อยก็วางจานข้าวไว้ที่โต๊ะแล้วเราก็เดินไปซื้อน้ำ ซึ่งร้านก็อยู่บริเวณนั้น พอกลับมาที่โต๊ะจะทาน



ข้าว จานข้าวหาย ตอนนั้นรู้สึกโกรธมากแบบว่าเจอเรื่องพนักงานแลกบัตรมาที่พอสมควรแล้วใครขโมยข้าวเราไปอีก” (ผู้บันทึก 5, 21 ปี)

- “สิ่งที่ทำให้รู้สึกไม่พอใจอย่างแรกคือ เมื่อยื่นโทรศัพท์ให้พนักงานเช็ครายการพนักงานกลับทำหน้าที่นิ่ง เหมือนไม่เคยเห็นระบบนี้มาก่อน...พนักงานก็เดินไปเช็คออเดอร์ ปรากฏว่าไม่มีการทำรายการของข้าพเจ้า...พนักงานที่ดูแลออเดอร์ข้าพเจ้าตอบกลับมาเพียงแค่ว่า “ไม่มีออเดอร่นะคะคุณลูกค้า รบกวนโทรไปเช็คกับทาง Call Center นะคะ” แล้วก็เดินไปให้บริการลูกค้าท่านอื่น ตอนนั้นข้าพเจ้าเริ่มโมโห และหิวมากแล้ว แทนที่จะได้ความสะดวกสบายมากขึ้นกลับต้องมาเสียเวลากับขั้นตอนใหม่ทั้งหมด” (ผู้บันทึก 4, 23 ปี)

จากการสัมภาษณ์พบว่ามีความผิดพลาดของการบริการเกิดขึ้นหลายครั้ง ลักษณะของความผิดพลาดส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องเล็กๆ โดยในครั้งแรกๆ จะมีอารมณ์ เช่น ไม่พอใจ หรือน้อยใจ เป็นต้น โดยส่วนมากกลุ่มตัวอย่างจะมีพฤติกรรมนิ่งเฉยต่อเหตุการณ์ จึงยังไม่ได้มีการแก้ปัญหาจากผู้ให้บริการ แต่เมื่อเกิดความผิดพลาดขึ้นซ้ำ ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีอารมณ์โกรธในที่สุด ตรงกับการลดคุณค่าการบริการในด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) และความน่าเชื่อถือ (Reliability)

(3.) อารมณ์น้อยใจ (Disregarded) เป็นอารมณ์ที่ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าไม่ได้รับความใส่ใจมากเท่าที่ควรจากผู้ให้บริการ โดยผู้ใช้บริการมีความคิดว่าไม่มีประโยชน์ในการเรียกร้องเพื่อแก้ไขปัญหา หรือความผิดพลาดในการบริการที่เกิดขึ้นไม่สามารถแก้ไขได้

- “...น้อยใจจัง รู้สึกเหมือนเค้าไม่ได้สนใจที่เราบอกไปเลย เราก็อุตส่าห์นั่งหาทรงผมก่อนจะไปทำต้งนาน พอออกมาก็ไม่เหมือนที่หาไว้ รู้สึกที่หามาที่เปล่าประโยชน์...ไม่ได้บอกช่างนะ ด้วยความที่ตอนนั้นต้องรีบไปงานแล้ว และเป็นคนที่ไม่ค่อยกล้าเถียงคนอื่น ยิ่งตอนนั้นเสียเซลฟี่อยู่ แล้วรู้สึกว่าบอกไปก็ไม่มีประโยชน์อะไร ถ้าเค้าสนใจจะทำเค้าก็คงจะทำให้ดีแต่แรกแล้ว นี่เค้าไม่สนใจเลย” (สัมภาษณ์ 1, 23 ปี)
- “...บอกทรงผมที่ต้องการเหมือนกับที่เคยบอกพี่คนเดิม แต่ผลสุดท้ายผมคิดค้นที่ออกมาทำให้ดิฉันถึงกับต้องร้องไห้ เพราะเนื่องจากมันดูสั้น เลยเหนือขึ้นไปกว่าต้งหูเสียอีก ต้งหูก็ว่าสั้นพอแล้ว แต่นี่สั้นเหนือขึ้นไปกว่าต้งหู ทำให้ยังดูสั้นเข้าไปใหญ่ มันดูเป็นเด็กเออ...พี่คนที่ตัดผมให้ดิฉันได้ขอโทษดิฉัน แต่เหมือนไม่เต็มใจที่จะขอโทษ เพราะเขาก็คงคิดว่าเขาตัดตามที่เราต้องการแล้ว...”

(ผู้บันทึก 20, 18 ปี)

จากบทสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าผู้ให้บริการมีความสามารถ แต่ไม่มีความใส่ใจมากพอจึงเกิดความล้มเหลวในการให้บริการขึ้น มีความรู้สึกว่ามีข้อบกพร่องปัญหาไปก็ไม่สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้จากข้อจำกัดต่างๆ เช่น เวลา ทรัพยากร เป็นต้น นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างจะรู้สึกเสียความมั่นใจในตนเองไปจึงไม่กล้าที่เรียกร้องกับผู้ให้บริการ ตรงกับการลดคุณค่าการบริการในด้านการสร้างความมั่นใจ (Assurance) และความใส่ใจของผู้ให้บริการ (Empathy)

อย่างไรก็ตามจากการการวิจัยพบว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแม้จะมีความคล้ายคลึงกัน แต่อารมณ์ที่เกิดขึ้นจะมีระดับความรุนแรงที่แตกต่างกันออกไปได้ ขึ้นกับลักษณะนิสัย และประสบการณ์ส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเอง

#### 4.3 พฤติกรรมที่เกิดขึ้นหลังจากได้รับบริการที่ล้มเหลว

จากการวิจัยพบว่าหลังจากที่ลูกค้าประสบกับการบริการที่ล้มเหลว จะเกิดพฤติกรรมที่ตามมาในหลายรูปแบบ ได้แก่ การร้องทุกข์ (Complain), การเปลี่ยนไปใช้บริการจากคู่แข่ง (Switch), และการนิ่งเฉย (Inertia) สอดคล้องกับแนวคิด Behavioral Responses (Zeelenberg & Pieters, 2004)

การร้องทุกข์ (Complain) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นสูงสุด (33 จาก 40 คน) กลุ่มตัวอย่างจะทำการร้องทุกข์กับพนักงานผู้ให้บริการ

- “เมื่อสมัครเสร็จแล้วก็ได้นำบัตร m-cash ไปใช้ที่ตู้ซื้อตั๋วอัตโนมัติ แต่เมื่อนำไปใช้จริงปรากฏว่าไม่สามารถลดราคาได้ จึงลองทำอีกประมาณ 2-3 ครั้ง...จึงได้ตัดสินใจเดินออกไปถามพนักงานที่เคาน์เตอร์” (ผู้บันทึก 8, 22 ปี)
- “ได้ลองต่อโมเด็มก็พบว่ายังใช้งานไม่ได้ เลยลองทำใหม่หลายครั้งเพราะไม่แน่ใจว่าทำถูกหรือไม่ และเปิดเช็คทุกๆ 20 นาทีด้วยความคาดหวังว่าจะใช้ได้ เพราะวันนั้นมีความจำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตมาก ปรากฏว่าก็ใช้งานไม่ได้ เมื่อโทรเข้าศูนย์ย่อยก็เป็นเวลาปิดทำการ จึงโทรไปที่ศูนย์ใหญ่เพื่อสอบถามว่าเป็นเพราะอะไร” (ผู้บันทึก 28, 22 ปี)

จากการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (18 จาก 33 คน) ร้องทุกข์ทันทีที่พบปัญหา การร้องทุกข์จุดมุ่งหมาย คือ ต้องการให้ผู้ให้บริการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น หรือแสดงความรับผิดชอบต่อปัญหา เพื่อสร้างความเป็นธรรม (Justice) ให้กับตนเอง

แต่อย่างไรก็ตาม ในบางกรณีที่ผู้ให้ข้อมูลมีอารมณ์โกรธ (Angry) ถึงแม้ว่าจะมีการร้องทุกข์ (Complain) แต่มีจุดมุ่งหมายที่ต่างออกไป กล่าวคือ ต้องการทำให้เป็นการระบายอารมณ์

ไม่ได้ต้องการที่จะได้รับการแก้ปัญหา และจะมีพฤติกรรมตามมา คือ การไม่กลับไปใช้บริการอีก (Switch) เช่น

“...หลังจากที่ตามอาหารเข้ากับพนักงาน แต่พนักงานมีกิริยา และใช้คำพูดที่ไม่ดี ทำให้รู้สึกโกรธ จึงได้บอกให้ไปเรียกผู้จัดการมาคุยว่าทำไมพนักงานถึงได้พูดแบบนี้ พนักงานก็ทำท่าทางไม่พอใจแล้วเดินไปเรียกผู้จัดการมา ผู้จัดการก็เดินมาขอโทษแล้วบอกว่าเดี๋ยวจะรีบตามอาหารให้ ให้ไปรอก่อน แต่ผมอารมณ์ไม่ดีเอามากๆ จึงได้ตอบกลับไปด้วยน้ำเสียงค่อนข้างรุนแรงว่า ไม่กินแล้ว ให้ออขนาดนี้ แล้วก็เดินออกจากร้านไปเลย...หลังจากนั้นผมก็ยังโมโห KFC อยู่มาก ถ้าให้เลือกได้ก็จะไม่กิน KFC อีก” (ผู้บันทึก 23, 22 ปี)

การเปลี่ยน (Switch) เป็นพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่าง (3 จาก 40 คน) เลิกใช้บริการ และเปลี่ยนไปใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่นแทน หรือเลิกใช้บริการ

- “ไม่ได้บอกช่างนะ ด้วยความที่ตอนนั้นต้องรีบไปงานแล้ว และเป็นคนที่ไม่ค่อยกล้าเถียงคนอื่น ยิ่งตอนนั้นเสียเซลฟี่อยู่ แล้วรู้สึกว่าจะบอกไปก็ไม่มีประโยชน์อะไร ถ้าเค้าสนใจจะทำเค้าก็คงจะทำให้ดีแต่แรกแล้ว นี่เค้าไม่สนใจเลย...ไม่กลับไปใช้อีกหรอก จริงๆ ตอนแรกถ้าทำดีวันจริงก็กะว่าจะกลับไปทำอีก...ถ้าทางร้านขอโทษหรือมีการชดเชยก็ยังไม่กลับไปอยู่ดี..รู้สึกว่ามีความเสี่ยงที่อาจเกิดเหตุการณ์ไม่ดีขึ้นอีกครั้งได้ ไม่อยากได้คำขอโทษเป็นครั้งที่สอง” (สัมภาษณ์ 1, 23 ปี)
- “จากเหตุการณ์ครั้งนี้ ดิฉันไม่กลับไปตัดผมที่ร้านนี้อีก แม้ว่าเจ้าของร้านจะให้ตัดผมฟรีในครั้งถัดไปก็ตาม” (ผู้บันทึก 20, 18 ปี)

จากบทสัมภาษณ์พบว่าผู้ให้ข้อมูลรู้สึกไม่มั่นใจในผู้ให้บริการ รู้สึกเป็นไปได้ที่จะเกิดความล้มเหลวขึ้นซ้ำอีก หรือมีความรู้สึกว่าจะปัญหาที่เกิดขึ้นจะไม่ได้รับการแก้ไข จึงไม่ต้องการที่จะกลับไปใช้บริการอีก

การนิ่งเฉย (Inertia) เป็นพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่าง (22 จาก 40 คน) ใช้บริการต่อไปโดยไม่ได้มีการเรียกร้องกับผู้ให้บริการเพื่อให้อแก้ปัญหา

- “สถานที่ในศูนย์บริการดูสกปรก และมีกลิ่น ที่นั่งรอมีจำนวนน้อย ทำให้รู้สึกผิดหวัง แต่ยังไม่แสดงอาการออกมาจนกว่าจะนั่งรอตามปกติ” (ผู้บันทึก 7, 22 ปี)
- “พนักงานบริการก็ไม่เข้ามาถาม แต่เป็นเราที่ต้องเดินเข้าไปหาเขาเอง และโดนพูดจาห้วนๆ รวมกับหน้าตาที่บูดบึ้งใส่ ในขณะที่นั้นไม่ค่อยชอบแต่ก็ไม่ได้คิดอะไร เพราะ ร้านอื่นก็มีแบบนี้บ้าง รวมทั้งอยากที่จะลองกินอาหารร้านนี้” (ผู้บันทึก 17, 22 ปี)

จากบันทึกพบว่าผู้ให้ข้อมูลพบว่า การนั่งเฉยมักจะเกิดกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอารมณ์ผิดหวัง (Disappoint) โดยรู้สึกว่าเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นยังสามารถทนได้ เป็นปัญหาเล็กๆ เป็นเหตุการณ์ที่สามารถเกิดขึ้นได้ตามธรรมชาติของอุตสาหกรรม หรือสามารถแก้ไขความผิดพลาดได้เอง ยังไม่จำเป็นที่จะต้องร้องทุกข์ไปยังผู้ให้บริการ

#### 4.4 การชดเชยความผิดพลาด

จากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ที่พบการบริการที่ผิดพลาดจะมีพฤติกรรมการร้องทุกข์ (Complain) เพราะต้องการความเป็นธรรมจากผู้ให้บริการ โดยแต่ละคนจะต้องการความเป็นธรรมในแต่ละด้านที่แตกต่างกันไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดความเป็นธรรม 3 ประเภท (3 Dimensions of Equity) (Clemmer & Schneider, 1996) ได้แก่ ความเป็นธรรมในการจัดสรร (Distributive Justice), ความเป็นธรรมจากการมีปฏิสัมพันธ์ (Interactional Justice), และความเป็นธรรมตามขั้นตอน กฎระเบียบ (Procedural Justice) โดยกลุ่มตัวอย่างจะมีความคาดหวังในการชดเชยที่สร้างขึ้น ซึ่งสามารถใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง (Confirmation and Disconfirmation of Expectation) (Tse, Nicosia, & Wilton, 1990) ในการอธิบายได้ เนื่องจากการชดเชยที่กลุ่มตัวอย่างได้รับมีทั้ง (a) ตรงกับความคาดหวังที่ตั้งไว้ (Confirmation of Expectation) (b) สูงกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ (Positive Disconfirmation) และ (c) ต่ำกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ (Negative Disconfirmation)

โดยการชดเชยที่ต่ำกว่าความคาดหวังสามารถอธิบายด้วยแนวคิดช่องว่างที่ทำให้การบริการด้อยคุณภาพ (Service Quality Gaps: Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) พบว่าตรงกับ 2 ช่องว่างโดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1.) กลุ่มตัวอย่าง (28 จาก 31 คน) ได้รับการชดเชยไม่ตรงกับความคาดหวัง (Service Gap No.5) กล่าวคือ ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้

- “ผู้จัดการก็เดินมาขอโทษแล้วบอกว่าเดี๋ยวจะรีบตามอาหารให้ ให้ไปรอก่อน แต่ผมอารมณ์ไม่ดีเอามากๆ จึงได้ตอบกลับไปด้วยน้ำเสียงค่อนข้างรุนแรงว่า ไม่แถมมันแล้ว ให้รอขนาดนี้ แล้วก็เดินออกจากร้านไปเลย” (ผู้บันทึก 23, 22 ปี)
- “ได้คุยๆ กับเพื่อนไว้ว่า “คิดว่าร้านจะมีส่วนลดหรือโปรโมชั่นอะไรเป็นพิเศษไหมเพื่อขอโทษ” จนถึงตอนสุดท้าย ก็ไม่ได้รับส่วนลดหรือคูปองใดๆ ทั้งสิ้น” (ผู้บันทึก 16, 22 ปี)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าผู้ให้บริการมีการชดเชยไม่ตรงกับที่กลุ่มตัวอย่างตั้งความคาดหวังเอาไว้ จึงทำให้รู้สึกไม่ได้รับความเป็นธรรมจากผู้ให้บริการ

(2.) พนักงานได้ทำการชดเชยให้กับกลุ่มตัวอย่าง (9 จาก 31 คน) แต่การชดเชยไม่ตรงกับความต้องการ (ช่องว่างที่ 6)

- “...งานน้อง และเพื่อนหลุดไปแล้ว เนื่องจากไม่ส่งเอกสาร และจ่ายเงินค่าสัมภาระตามกำหนดเวลา...พี่พนักงานจึงแก้ปัญหาโดยเสนองานใหม่ให้ ซึ่งอยู่ในเมืองชนบทในอเมริกา ดิฉัน และเพื่อนโกรธมาก” (สัมภาษณ์ 6, 23 ปี)
- “...มีประกาศขอโทษ แล้วก็แจกของว่าง และเครื่องดื่มให้ฟรี แต่ของว่างที่ได้เป็นข้าวเหนียวแก้วกับน้ำกระป๋องที่ดูไม่ได้มีมูลค่าอะไร รู้สึกว่ามีขนมไทยอีกหลายอย่างที่ดูประณีตกว่านี้ แต่เค้าก็ไม่ได้เอามา...” (สัมภาษณ์ 4, 23 ปี)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าพนักงานผู้ให้บริการไม่เข้าใจการชดเชยที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ จึงได้เสนอการชดเชยที่กลุ่มตัวอย่างไม่ได้ต้องการ

ผลจากการชดเชยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ การชดเชยที่ผู้บริโภครพอใจ และการชดเชยที่ผู้บริโภครไม่พอใจ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 4.4.1 การชดเชยที่ผู้บริโภครพึงพอใจ

การชดเชยที่ทำให้ผู้บริโภครพึงพอใจ คือ การชดเชยที่ตรงหรือมากกว่าความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่าง ทำให้รู้สึกว่าได้ได้รับความเป็นธรรมจากผู้ให้บริการ (Justice)

- “ผู้จัดการก็ได้ขอโทษพวกเราพร้อมกับให้บัตรสะสมแต้มของร้านที่ปั้มครบทุกดวงเพื่อใช้ในการกินฟรีครั้งต่อไปได้เลยไม่ต้องรอให้มารับประทานถึงลิบรอบ ซึ่งก็ถือว่าเป็นวิธีจัดการที่ดีไม่ใช่เพราะเราได้ของฟรีในครั้งต่อไปแต่ก็รีบแล้ววิธีจัดการปัญหาของผู้จัดการรวดเร็วพร้อมจัดการในทันทีไม่มีที่ท่าลังเลหรือให้เรา รอใดๆ” (ผู้บันทึก 10, 24 ปี)
- “ทางโรงแรมจึงแก้ไขปัญหาโดยการหาห้องพักพิเศษให้ ซึ่งเป็นห้องระดับ Suite Room เพราะมันมีห้องว่างอยู่...ทำให้ข้าพเจ้ารู้สึกดีขึ้นมาก เพราะอย่างน้อยก็มีที่พัก และได้ห้องดีกว่าเดิม จึงชดเชยความรู้สึกในด้านลบตอนแรกไปได้ และการให้บริการของพนักงานก็ถือว่าดีทีเดียว เพราะมีการติดต่อสอบถามกัน เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ไม่มีการวิน การเหวี่ยง บอกรายละเอียดต่างๆ ด้วยถ้อยคำสุภาพ และมีการกล่าวขอโทษทางครอบครัวข้าพเจ้า” (ผู้บันทึก 24, 20 ปี)

โดยจากการวิจัยพบว่าลักษณะการชดเชยที่กลุ่มตัวอย่างพอใจมีลักษณะ คือ ผู้ให้บริการขอโทษทันทีที่ได้รับการร้องเรียน มีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกที่ ผู้ให้บริการรับผิดชอบต่อความผิดพลาดที่เกิดขึ้น และส่วนใหญ่มีการชดเชยสูงกว่าความคาดหวังของ กลุ่มตัวอย่าง เช่น ได้อัพเกรดห้องพัก เป็นต้น

#### 4.4.2 การชดเชยที่ผู้บริโภคไม่พอใจ

การชดเชยที่ผู้บริโภคไม่พอใจ คือ การชดเชยที่ได้รับต่ำกว่าความคาดหวังของ กลุ่มตัวอย่าง ก่อให้เกิดความรู้สึกไม่เป็นธรรม (Injustice) กับผู้ใช้บริการ และสามารถทำลายคุณ ค่าบริการ (Service Quality) เพิ่มขึ้น

จากการวิจัยพบว่าคุณค่าการบริการที่โดนทำลายในแต่ละด้านจะแตกต่างกันไป ตามพฤติกรรมที่ตอบสนองต่อการร้องเรียนของพนักงาน ซึ่งสามารถแบ่งพฤติกรรมออกได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ (a) การขอโทษแต่ไม่ได้มีการแก้ปัญหา (b) การขอโทษแต่การชดเชยไม่ตรงกับความต้องการ และ (c) การที่ผู้ให้บริการไม่ขอโทษ และไม่มีการชดเชย

(a) การขอโทษแต่ไม่ได้มีการแก้ปัญหา พนักงานมีการกล่าวขอโทษ และรับปาก กับกลุ่มตัวอย่างว่าจะแก้ปัญหา แต่ปัญหาไม่ถูกแก้ไข

- “ทางทรูบอกว่า ที่ไม่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้เนื่องจากจุดส่งสัญญาณของ ทรูบริเวณนั้นเสีย ต้องใช้เวลาในการซ่อมทำให้ล่าช้า แต่จะทำการซ่อมให้เสร็จ ภายใน 1 สัปดาห์ และเมื่อครบกำหนดที่ทางทรูได้แจ้งไว้ก็ยังไม่สามารถใช้งานได้ และยังไม่มี การติดต่อกลับมาใดๆ จนต้องติดต่อไปอีกครั้ง แต่ทางทรูกลับบอกว่า จะรับเรื่องไว้ และจะให้ช่างทำการแก้ไข ตอนนั้นเริ่มรู้สึกไม่ดีแล้ว เพราะดูเหมือน ไม่ใส่ใจ” (ผู้บันทึก 11, 23 ปี)
- “พนักงานคนนั้นก็ยอมรับว่าตนลืมว่ามีพวกผมรอคิวอยู่ ผมจึงบอกกับพนักงาน ว่า “โอเคถ้าจะให้พวกผมเข้าไปนั่งแทนโต๊ะที่เพิ่งเข้าไปได้ไหมแต่พนักงานให้รอคิว ต่อไป” (ผู้บันทึก 16, 22 ปี)

จากบันทึกของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ต้องการความเป็นธรรมในการจัดสรร (Distributive Justice) โดยการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น แต่ผู้ให้บริการทำเพียงขอโทษแต่ไม่ได้มีการ แก้ปัญหา ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกว่าผู้ให้บริการไม่ได้มีความใส่ใจในการแก้ปัญหา และไม่ได้รับความ เป็นธรรม

นอกจากนี้ยังเป็นการลดคุณค่าการบริการในด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability), การตอบสนองการให้บริการ (Responsiveness), การสร้างความมั่นใจ (Assurance), ความใส่ใจของ ผู้ให้บริการ (Empathy), หรือสิ่งที่เป็นรูปธรรม (Tangibles)

(b) การขอโทษแต่การชดเชยไม่ตรงกับความต้องการ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังที่จะได้รับการชดเชยที่มากกว่าการขอโทษ เช่น การให้ส่วนลด การลงโทษพนักงานตามกฎระเบียบ เป็นต้น แต่การชดเชยที่เกิดขึ้นจริงไม่ตรงหรือต่ำกว่าที่คาดหวังไว้

- “ก็มีประกาศขอโทษ แล้วก็แจกของว่าง และเครื่องดื่มให้ฟรี แต่ของว่างที่ได้เป็นข้าวเหนียวแก้วกับน้ำกระป๋องที่ดูไม่ได้มีมูลค่าอะไร รู้สึกว่ามีขนมไทยอีกหลายอย่างที่ดูประณีตกว่านี้ แต่เค้าก็ไม่ได้เอามา...การชดเชยที่ให้เหมือนไม่เต็มใจ ขอโทษส่งๆ ไป” (สัมภาษณ์ 4, 23 ปี)
- “ผมก็ได้รับจดหมายตอบกลับจากทางสายการบิน ตอบมาในส่วนของบริการบนเครื่องบินว่า “ขอโทษที่ทำให้ผิดหวังกับระบบ In-flight Entertainment System” แต่ไม่มีการพูดถึงการบริการของ Ground ที่ทางเราได้ร้องเรียนไป จึงส่ง E-mail ไปสอบถาม...หลังจากนั้น 2 วันก็มี E-mail ตอบกลับมาบอกว่า เรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญมาก กำลังสอบสวนกับทางเจ้าหน้าที่ ที่ดูแลในส่วนของ In Town Check In ให้อยู่ แต่ผ่านไปหลังจากที่ได้รับ E-mail เกือบ 3 เดือนทางสายการบินเพียงแค่ว่าแจ้งมาว่ากำลังตามกรณีนี้ให้อยู่จนกระทั่งถึงตอนนี้ผ่านไปเกือบ 2 ปี กว่าผมก็ยังไม่ได้รับคำตอบจากทางสายการบิน” (ผู้บันทึก 9, 23 ปี)

จากการสัมภาษณ์พบว่า การชดเชยที่ไม่ตรงกับความต้องการ กล่าวคือต่ำกว่าความต้องการ ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกว่ายังไม่ได้รับความเป็นธรรม ไม่ได้ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกดีขึ้น แต่ให้ผลในทางตรงกันข้าม คือ มีความรู้สึกที่ไม่ดีกับผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น เช่น รู้สึกว่าผู้ให้บริการไม่ได้ตั้งใจที่จะแก้ปัญหา เป็นต้น โดยเป็นการลดคุณค่าการบริการในด้านการตอบสนองการให้บริการ (Responsiveness) สิ่งที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) และความใส่ใจของผู้ให้บริการ (Empathy)

(c) การที่ผู้ให้บริการไม่ขอโทษ และไม่มีการชดเชยใด คือ พนักงานไม่ได้กล่าวขอโทษ โดยอาจมีการปฏิเสธความรับผิดชอบ หรือกล่าวโทษว่าเป็นความผิดของกลุ่มตัวอย่าง

- “พนักงานหยิบแก้วขึ้นมาดูแล้วพูดห้วนๆ ว่า “ไม่น่าจะเป็นไปได้นะ แล้วคุณหยิบแก้วมาได้มองเหอว่ามีแมลงสาบในแก้ว” เพื่อนผมก็โกรธสิครับ ตอบพนักงานไปว่า “สรุปคือมีแมลงสาบในแก้วน้ำลูกค้า เป็นความผิดของลูกค้าเหอครับ” (ผู้บันทึก 18, 21 ปี)
- “เมื่อข้าพเจ้าแกะห่อออกมา ก็พบว่าเมนูที่ได้เป็นเมนู McMuffin with Egg ซึ่งสองเมนูนี้ถ้าดูภายนอกมันถูกห่ออยู่ก็ดูไม่รู้ว่ามันเป็นเมนูไหน ข้าพเจ้าเลยเดินไปที่เคาน์เตอร์เพื่อบอกพนักงานว่าเมนูที่ได้มามันผิด พนักงานจึงบอกว่า “ไม่นะ ลูกค้าสั่งเมนู McMuffin with Egg นี่” (ผู้บันทึก 25, 20 ปี)

จากการสัมภาษณ์พบว่าในมุมมองของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้บริการไม่ยอมรับความผิดพลาดที่เกิดขึ้น ทำให้รู้สึกไม่ได้รับความเป็นธรรมใดๆ ปัญหาที่เกิดขึ้นไม่ได้รับการแก้ไข และยังทำให้รู้สึกว่าโดนกล่าวหา เป็นการลดคุณค่าการบริการในด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองการให้บริการ (Responsiveness) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) และความใส่ใจของผู้ให้บริการ (Empathy)

#### 4.5 อารมณ์ และความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการชดเชยความผิดพลาด

จากการวิจัยพบว่าหลังจากการได้รับการชดเชยในรูปแบบต่างๆ จากผู้ให้บริการ กลุ่มตัวอย่างจะมีอารมณ์เกิดขึ้น โดยอารมณ์เป็นได้ทั้งอารมณ์ในเชิงบวกซึ่งเกิดจากการชดเชยที่ผู้บริโภครอคอย และอารมณ์ในแง่ลบที่เกิดจากการชดเชยที่ผู้บริโภครอคอยไม่พอใจ

อารมณ์ที่เกิดขึ้นถ้าแบ่งอารมณ์แบบ Specific Emotion Approach พบว่ามีความหลากหลายของอารมณ์ โดยอารมณ์ที่เกิดขึ้นมากที่สุด ได้แก่ อารมณ์โกรธ (Anger) (12 จาก 37 คน), อารมณ์ผิดหวัง (Disappoint) (11 จาก 37 คน), อารมณ์พึงพอใจ (Contentment) (8 จาก 37 คน) และอารมณ์หงุดหงิด (Upset) (7 จาก 37 คน) ตามลำดับโดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1.) อารมณ์โกรธ (Anger) จากการวิจัยพบว่าเป็นอารมณ์ที่มีระดับความรุนแรงสูงที่สุด โดยมีสาเหตุจากการไม่ได้รับการชดเชยใดๆ หรือผู้ใช้บริการรู้สึกว่าผู้ให้บริการไม่ยอมรับสำหรับความผิดพลาด ไม่แก้ปัญหามีกิริยาทำทางที่ไม่ดี

- “พนักงานทำหน้าที่เรื่อยๆ แล้วพูดว่า “สักครู่นะ”... พร้อมเดินไปตักน้ำแก้วใหม่มาให้ แล้วเดินหนีไป เพื่อนผมโกรธพนักงานคนนี้นัก” (ผู้บันทึก 18, 21 ปี)
- “พนักงานพึงเสิร์ฟก็เหมือนหันหน้าไปดูหลังร้านแล้วทำหน้าที่ไม่พอใจ พูดประมาณว่า ดึกขนาดนี้แล้วใครจะมาทำให้กินเลยเกิดอารมณ์โมโหมาก...ผู้จัดการก็เดินมาขอโทษแล้วบอกว่าเดี๋ยวจะรีบตามอาหารให้ ให้ไปรอก่อน แต่ผมอารมณ์ไม่ดีเอามากๆ จึงได้ตอบกลับไปว่า ไม่แดกมันแล้ว” (ผู้บันทึก 23, 22 ปี)

จากบทสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลมีความรู้สึกที่ปัญหาไม่ได้รับการแก้ไข โดยที่ไม่สนใจที่จะแก้ปัญหา มีกิริยา และใช้คำพูดที่ไม่สุภาพ ไม่ยอมรับความผิด และในบางครั้งพฤติกรรมทำทนายกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งพบว่าลักษณะของเหตุการณ์จะเกิดจากตัวบุคลากร

(2.) อารมณ์ผิดหวัง (Disappoint) มักจะเกิดจากผู้ให้บริการได้มีการชดเชยในความผิดพลาดที่เกิดขึ้น แต่ไม่ตรงตามที่ตั้งความคาดหวังไว้



- “ผมก็ได้รับจดหมายตอบกลับจากทางสายการบิน ตอบมาในส่วนของการบิน บินเครื่องบินว่า “ขอโทษที่ทำให้ผิดหวังกับระบบ In-flight Entertainment System” และไม่มีการพูดถึงการบริการของ Ground ที่ทางเราได้ร้องเรียนไป จึงส่ง E-mail ไปสอบถาม ทาง Cathay และหลังจากนั้น 2 วันก็มี E-mail ตอบ กลับมาบอกว่า เรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญมาก กำลังสอบสวนกับทางเจ้าหน้าที่ที่ดูแล ในส่วนของ In Town Check In ให้อยู่ แต่ผ่านไปหลังจากที่ได้รับ E-mail เกือบ 3 เดือนทางสายการบินเพียงแค่ว่าแจ้งมาว่ากำลังตามกรณีนี้ให้อยู่จนกระทั่งถึง ตอนนี้อยู่ผ่านไปเกือบ 2 ปี กว่าผมก็ยังไม่ได้รับคำตอบจากทางสายการบิน” (ผู้บันทึก 9, 23 ปี)
- “รู้สึกว่าจะจริงๆ ก็ทำได้แต่ทำไมไม่ทำตั้งแต่แรก ทำไมต้องรอให้เกิดความรู้สึกที่ไม่ดี ต้องเกิดการต่อว่ากันก่อนถึงจะดำเนินการให้จริงๆ ก็เข้าใจว่าอาจจะต้องรักษา ลูกค้าหรือไม่ต้องการเสียลูกค้า แต่การแก้ปัญหาหรือการกระทำแบบนี้มันไม่ โอเค” (ผู้บันทึก 14, 21 ปี)

จากการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้รับการชดเชยจากผู้ให้บริการ แต่การชดเชยที่เกิดขึ้นไม่ครบตามที่คาดหวัง หรือมีการชดเชยที่ช้า โดยกลุ่มตัวอย่างรู้สึกพอใจกับการแก้ปัญหาในระดับหนึ่ง แต่ก็รู้สึกว่าผู้ให้บริการมีความสามารถที่จะชดเชยตามที่หวังไว้ได้ แต่ไม่ได้ทำตามครบถ้วน ในทันที

(3.) อารมณ์พึงพอใจ (Contentment) เป็นความรู้สึกในด้านบวก เกิดจากการแก้ปัญหาของผู้ให้บริการที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างได้รับความเป็นธรรม

- “ได้คุยเจ้าของร้าน เจ้าของร้านก็มาคุยไกล่เกลี่ยให้ ประมาณว่า ลูกค้ามาขอ ใบเสร็จแค่นี้ทำไมไม่ให้ พนักงานคนนั้นก็ยกมือไหว้ขอโทษ ก็เลยบอกว่าไม่ต้อง ขอโทษหรอกค่ะ แต่ก็อย่าไปทำแบบนี้กับใครอีก...ที่เจ้าของร้านช่วยเหลือให้ รู้สึกโอเคนะ” (สัมภาษณ์ 2, 23 ปี)
- “ผู้จัดการก็ได้ขอโทษพวกเราพร้อมกับให้บัตรสะสมแต้มของร้านที่บ่มครบทุก ดวงเพื่อใช้ในการกินฟรีครั้งต่อไปได้เลย...กิริยาแล้ววิธีจัดการปัญหาของผู้จัดการ รวดเร็วพร้อมจัดการในทันทีไม่มีที่ท่าลังเลหรือให้เรารอใดๆ ตัดสินใจเร็ว ซึ่งทำให้ พวกเราพอใจมาก จึงไม่ติดใจที่จะกลับไปททานในครั้งต่อไป เพราะถือว่าเป็นแค่สิ่ง ที่พนักงานคนหนึ่งทำไมใช้การบริหารจัดการการบริการทั้งหมดของร้าน จึงรู้สึก โอเคที่จะกลับไปใช้บริการอีกครั้ง” (ผู้บันทึก 10, 24 ปี)

จากบทสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะพอใจกับการแก้ปัญหาที่รวดเร็ว ผู้ให้บริการยอมรับในความผิดพลาดที่เกิดขึ้น รู้สึกได้รับความเป็นธรรมจากผู้ให้บริการ และการแก้ปัญหาเป็นไปตามความคาดหวัง หรือสูงกว่าความคาดหวัง

(4.) อารมณ์หงุดหงิด (Upset) เป็นอารมณ์ที่มีระดับความรุนแรงของอารมณ์รองลงมา จากอารมณ์โกรธ กลุ่มตัวอย่างรู้สึกไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น มีการแจ้งผู้ให้บริการถึงปัญหา แต่ไม่สามารถแก้ไขปัญหาคือ

- “รอประมาณ 30 นาที และหิวมากๆ เพื่อนผมก็สังเกตเห็นว่ามีโต๊ะๆ หนึ่งลุกออกไป และพนักงานเชิญลูกค้าคิวต่อจากผมเข้าไปนั่ง ผมกับเพื่อนก็เลยเดินเข้าไปหาพนักงานแล้วถาม ตอนแรกพนักงานก็ไม่ยอมรับว่าเป็นความผิดของตัวเอง เกือบจะนานกว่า 10 นาที จนตอนสุดท้าย พนักงานคนนั้นก็ยอมรับว่าตนลืมนว่ามีพวกผมรอคิวอยู่...ได้เรียกรองให้เข้าไปนั่งแทนโต๊ะที่เพิ่งเข้าไปแต่พนักงานปฏิเสธ และแจ้งให้ลูกค้ารอต่อไป...ผมกับเพื่อนหงุดหงิดมาก” (ผู้บันทึก 16, 22 ปี)
- “...อินเตอร์เน็ตเริ่มมีปัญหาจึงได้ติดต่อกับทาง True ผ่านทางแอปพลิเคชัน เจ้าหน้าที่ ที่เข้ามาพิมพ์ตอบก็แก้ไขปัญหาโดยการรีเซ็ตสัญญาณให้ แต่ปัญหาก็เหมือนเดิม...ติดต่อไปใหม่ในวันรุ่งขึ้นเจ้าหน้าที่ก็แก้ไขปัญหาคือแบบเดิม...ไปที่ร้านของ True ในห้างสรรพสินค้า แต่พนักงานไม่สามารถตอบคำถามผมได้ โยนกันไปมา และนัดช่างมาซ่อม...ช่างแจ้งว่าสายภายในของที่บ้านมีปัญหา ต้องเสียเงินซ่อมเอง...คิดว่าทุกๆ ที่ตอนติดตั้งยังติดให้ฟรี แต่พอเสียต้องจ่ายค่าซ่อมเอง สูญเสียแล้วติดตั้งใหม่ยิ่งดีกว่า เลยไม่ได้ซ่อม...คิดว่าปัญหาทั้งหมดนี้อาจจะไม่ถึงขั้นเร็วร้ายมาก แต่มันก็ทำให้เราเสียอารมณ์ หงุดหงิด เสียเวลามาก...อยู่ดีๆ ก็ใช้ได้เองโดยไม่ได้ซ่อมอะไร สงสัยที่ช่างบอกว่าปัญหาที่สายภายในจริงหรือไม่” (ผู้บันทึก 22, 22 ปี)

จากการสัมภาษณ์พบว่าโดยส่วนมากจะเกิดจากการร้องเรียนถึงปัญหาหลายๆ ครั้งแต่ผู้ให้บริการไม่ได้มีการแก้ปัญหา ผู้ให้บริการไม่ยอมรับความผิดพลาดที่เกิดขึ้น จนทำให้กลุ่มตัวอย่างมีอารมณ์หงุดหงิด โดยปัญหาสามารถเกิดขึ้นทั้งจากระบบการให้บริการ และตัวพนักงาน

#### 4.6 พฤติกรรมหลังจากการชดเชยความผิดพลาด

จากการวิจัยพบว่าหลังจากที่ผู้ให้บริการได้ชดเชยความผิดพลาด กลุ่มตัวอย่างจะมีพฤติกรรมที่ตามมาในหลายรูปแบบ ได้แก่ การเปลี่ยนไปใช้บริการจากคู่แข่ง (Switch), การร้องทุกข์

(Complain), และการนิ่งเฉย (Inertia), และการบอกต่อ (W-O-M) โดยจะแบ่งพฤติกรรมออกได้เป็น 2 กรณี คือ กรณีที่กลุ่มตัวอย่างพอใจกับการชดเชย และกรณีที่กลุ่มตัวอย่างไม่พอใจกับการชดเชย

กรณีที่กลุ่มตัวอย่างพอใจกับการชดเชย ส่วนใหญ่จะใช้บริการต่อไป แต่หากเป็นกรณีที่กลุ่มตัวอย่างไม่พอใจกับการชดเชย ส่วนใหญ่จะเปลี่ยนไปใช้บริการกับผู้ให้บริการรายอื่นแทน

ตารางที่ 4.1 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างหลังการชดเชยความผิดพลาดของผู้ให้บริการ

การชดเชยที่ผู้บริโภคพอใจ	การชดเชยที่ผู้บริโภคไม่พอใจ
1. นิ่งเฉย (Inertia)	1. เปลี่ยน (Switch)
2. เปลี่ยน (Switch)	2. ร้องทุกข์ (Complain)
	3. บอกต่อ (W-O-M)
	4. นิ่งเฉย (Inertia)

การเปลี่ยน (Switch) เกิดขึ้นได้ทั้งกับผู้ให้บริการที่มีความพอใจ และไม่พอใจในการชดเชย ในกรณีที่พอใจกับการแก้ปัญหาของผู้ให้บริการ (24 จาก 37 คน) เช่น

- “ที่เจ้าของร้านช่วยเคลียร์ให้รู้สึกโอเคนะ...แต่ไม่อยากกลับไปอีก..เพราะรู้สึกว่าร้านกวน ก่อนหน้านี้ก็มีความประทับใจมาเรื่อยๆ นะ แต่มาเจอเรื่องเสียเรื่องเดียวก็รู้สึกช่างเถอะ แล้วคือมีอีกหลายร้านให้เลือกเต็มไปหมด กินร้านอื่นก็ได้” (สัมภาษณ์ 2, 23 ปี)
- “จริงๆ แล้วไม่อยากได้อะไรเลย แค่อยากให้เค้าปรับปรุงให้ดี เพราะส่วนตัวคงไม่อยากจะกลับไปพักอีกแล้ว ถึงจะได้ Voucher อะไรมาก็คงไม่ไป ถึงเค้าจะปรับปรุงใหม่ก็คงไม่กลับไปอีกแล้วจริงๆ แล้วตัวเลือกโรงแรมที่หัวหินมีเยอะมาก ที่พักที่เคยไปที่รู้สึกว่ายังไม่ค่อยได้กลับไปพักเลย เพราะอยากจะลองที่ใหม่ไปเรื่อยๆ แล้วที่ไม่ดีจะไปทำไม แล้วเราก็ไปรีวิวต่อให้คนอื่นฟังด้วยว่าที่นี่ไม่โอเค” (สัมภาษณ์ 3, 24 ปี)

จากการสัมภาษณ์จะเห็นได้ว่าความผิดพลาดเกิดขึ้นกับ Core Service โดยผู้ให้ข้อมูลไม่ต้องการที่จะกลับไปใช้บริการอีก ถึงจะพอใจกับการชดเชยก็ตาม เพราะรู้สึกไม่ดี และไม่มั่นใจในตัวผู้ให้บริการ และมีผู้ให้บริการรายอื่นหลายรายที่สามารถให้บริการในลักษณะเดียวกันได้

ในกรณีที่ไม่พอใจในการชดเชย ผู้ให้ข้อมูลมีความรู้สึกว่ายากที่จะเกิดขึ้นไม่ได้รับการแก้ไขตามที่ต้องการ จึงเลิกใช้บริการหรือเปลี่ยนไปใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น

- “...พนักงานจึงแก้ปัญหาโดยเสนองานใหม่ให้ ซึ่งอยู่ในเมืองชนบทในอเมริกา ดิฉัน และเพื่อนโกรธมากจึงตัดสินใจยกเลิกการสมัคร และขอเงินค่าสมัครคืน... หลังจากนั้นจึงได้ลองไปสมัครกับเอเจนซี่แห่งอื่น... แม้บริษัทจะมีความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงอย่างยาวนานเพียงไร ก็สามารถถูกทำลายได้เพียงเพราะ ความไร้ความรับผิดชอบ และการไม่เอาใจใส่ของพนักงานคนหนึ่ง” (สัมภาษณ์ 6, 23 ปี)
- “...ได้โทรไปร้องเรียนเรื่องการให้บริการกับทาง Call Center...ผู้จัดการร้าน Pizza Hut โทรมาขอโทษ...ไม่ไปรับประทานอาหารที่ร้าน Pizza Hut อีกเลย เนื่องจากเสียความรู้สึกกับ Pizza Hut ไปแล้ว...หลังจากนั้นเมื่ออยากทานพิซซ่าก็เลือกที่จะไปรับประทานอาหารที่ร้าน Pizza Company ที่เป็นคู่แข่งของ Pizza Hut แทน (ผู้บันทึก 26, 22 ปี)

จากบทสัมภาษณ์จะเห็นได้ว่าประเภทของการบริการที่กลุ่มตัวอย่างเปลี่ยน (Switch) มักเป็นการบริการที่มีคู่แข่งชั้นที่สามารถให้บริการได้เหมือนกัน หรือใกล้เคียงกัน โดยอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการได้รับชดเชยไม่ว่าจะเป็นอารมณ์ใดๆ สามารถมีพฤติกรรมเปลี่ยนได้ แต่หากเป็นอารมณ์โกรธมักจะเปลี่ยนไปใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น

การนิ่งเฉย (Inertia) เกิดขึ้นได้ทั้งกับผู้ให้บริการที่มีความพอใจ และไม่พอใจในการชดเชย (13 จาก 37 คน) โดยกลุ่มตัวอย่างที่พอใจกับการชดเชยจะเกิดการใช้ต่อ (Retention)

- “...ทางโรงแรมจึงแก้ไขปัญหาโดยการหาห้องพักพิเศษให้ ซึ่งเป็นห้องระดับ Suite Room เพราะมันมีห้องว่างอยู่ ซึ่งเป็นห้องที่ระดับดีกว่าที่ข้าพเจ้าจองไว้... ทำให้ข้าพเจ้ารู้สึกดีขึ้นมาก เพราะอย่างน้อยก็มีที่พัก และได้ห้องดีกว่าเดิม จึงชดเชยความรู้สึกในด้านลบตอนแรกไปได้ และการให้บริการของพนักงานก็ถือว่าดีทีเดียว...การแก้ไขดังกล่าวทำให้ครอบครัวข้าพเจ้าไม่ได้ติดใจอะไร ข้าพเจ้าชื่นชมกับการให้บริการของโรงแรม...” (ผู้บันทึก 24, 20 ปี)
- “...ผู้จัดการก็ได้ขอโทษพวกเราพร้อมกับให้บัตรสะสมแต้มของร้านที่ใช้ในการกินฟรีครั้งต่อไปได้เลย ซึ่งก็ถือว่าเป็นวิธีจัดการที่ดีไม่ใช่เพราะเราได้ของฟรีในครั้งต่อไปแต่ก็ริยาแล้ววิธีจัดการปัญหาของผู้จัดการรวดเร็วพร้อมจัดการในทันทีไม่มีที่ตำลึงเลหรือให้เรารอใดๆ ทำให้พวกเราพอใจมาก จึงไม่ติดใจที่จะกลับไปทานในครั้งต่อไปเพราะถือว่าเป็นแค่สิ่งที่พนักงานคนหนึ่งทำไม่ใช่การบริหารจัดการการบริการทั้งหมดของร้าน จึงรู้สึกโอเคที่จะกลับไปใช้บริการอีกครั้ง” (ผู้บันทึก 10, 24 ปี)

จากบันทึกพบว่ากลุ่มตัวอย่างรู้สึกพอใจกับการแก้ปัญหาที่รวดเร็ว ได้รับการขอโทษทันทีที่เกิดปัญหา ผู้ให้บริการมีกิริยาท่าทาง การใช้คำพูดที่ดี ยอมรับในความผิดพลาดที่เกิดขึ้น และได้รับการชดเชยที่เกินกว่าความคาดหวัง

ในกรณีที่ไม่พอใจในการชดเชยแต่ยังใช้บริการต่อ มักเกิดในกรณีที่ไม่มีผู้ให้บริการรายอื่นที่สามารถทดแทนได้ หรือเป็นเหตุการณ์ที่ไม่รุนแรงซึ่ง

- “...ทาง ASUS แจ้งให้ไปรับคอมพิวเตอร์ พบว่าเปลี่ยนคอมพิวเตอร์ให้คนละรุ่น คนละสี ตกใจในตอนแรก เพราะรู้สึกถึงความไม่โปร่งใสเนื่องด้วยคอมที่จะเปลี่ยนนั้นราคาก็ต่างกัน เมื่อถามพนักงานพนักงานก็ยังไม่แน่ใจกับข้อมูลที่มี กลับบอกให้ผมหาข้อมูลเอง ไม่มีทางเลือกอื่นใดจึงต้องจำใจยื่นรับข้อเสนอนี้ เพราะเครื่องเดิมไม่มีอะไหล่ในการซ่อมแซม” (ผู้บันทึก 7, 22 ปี)
- “...พอเวลากลางวันก็มีช่างเข้ามาแก้ปัญหาให้เรียบร้อย และใช้อินเตอร์เน็ตได้ในที่สุด...สุดท้ายแล้วก็ยังคงใช้บริการต่อไปถึงจะรู้สึกแย่มาก เพราะปัญหาครั้งสุดท้ายถูกแก้ และถึงเลิกใช้บริการไปก็ไม่มีใครได้ผลประโยชน์ พนักงานไม่ถูกต่อว่าเอาเรื่อง มีแต่เราเองจะเดือดร้อนเสียเวลาอีก” (ผู้บันทึก 28, 22 ปี)

จากบันทึกพบว่ากลุ่มตัวอย่างยังใช้บริการต่อ เพราะปัญหาของการบริการที่ได้ร้องเรียนได้รับการแก้ไข ถึงแม้จะไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการร้องเรียนก็ตาม โดยมีความรู้สึกที่ตนเองจะเป็นฝ่ายเสียประโยชน์หากจะมีการร้องทุกข์ หรือการเปลี่ยนไปใช้ผู้บริการรายอื่นจากข้อจำกัดในด้านตัวบริการที่ไม่มีผู้ให้บริการรายอื่นทดแทนได้

การร้องทุกข์ (Complain) กลุ่มตัวอย่าง (12 จาก 37 คน) มีความรู้สึกยังไม่พอใจกับการแก้ไขที่เกิดขึ้น ต้องการให้ผู้ให้บริการแก้ปัญหาต่อ

- “...ได้พิชซ่าไม่ครบ จึงถามพนักงานคนเดิมว่าหยาบให้หิดหรือเปล่า เมื่อพนักงานกลับไปเช็คอีกครั้ง สรุปได้ว่าอีกออเดอร์ตกหล่น...ข้าพเจ้าไม่สามารถทนกับการให้บริการเช่นนี้ได้จึงโทรเข้า Call Center เพื่อร้องเรียนการให้บริการ หลังจากวางสายไปได้สักพัก ผู้จัดการร้านก็เดินมาหาเพื่อเช็ครายการอาหารที่สั่ง พร้อมกล่าวขอโทษกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น...” (ผู้บันทึก 4, 23 ปี)
- “...พีร์บมันมีแมลงสาบในแก้วเพื่อนผม มันเกิดขึ้นได้อย่างไร พนักงานหยิบแก้วขึ้นมาดูแล้วพูดหัวง ๆ ว่า “ไม่น่าจะเป็นไปได้นะ แล้วคุณหยิบแก้วมาได้มองหรือว่ามีแมลงสาบในแก้ว”...ไม่พอใจกับการแก้ปัญหา และท่าทางของพนักงาน โกรธพนักงานคนนี้มาก เลยกบอกกับพนักงานที่เดินผ่านว่า ต้องการพบผู้จัดการร้าน...” (ผู้บันทึก 18, 21 ปี)

จากบันทึกพบว่ากลุ่มตัวอย่างยังไม่ได้รับการแก้ปัญหา หรือเกิดปัญหาขึ้นเพิ่มเติม จึงมีการร้องทุกข์ซ้ำ โดยอาจร้องทุกข์กับผู้ให้บริการที่มีอำนาจสูงกว่าเดิมเพื่อให้แก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และจะเกิดพฤติกรรมอื่นๆ ตามมาหลังจากได้รับการชดเชยจากผู้ให้บริการ ได้แก่ การเปลี่ยน การนั่งเฉย และการบอกต่อ

การบอกต่อ (W-O-M) (11 จาก 37 คน) จะมีการบอกต่อให้กับคนใกล้ชิดตัวฟัง หรือมีการโพสต์ข้อความลงบนหน้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook, Pantip.com เป็นต้น

- “อินเทอร์เน็ตมีปัญหา ได้ร้องเรียนหลายรอบ แต่ก็แก้ไขไม่ได้...อยากให้ทรูปรับปรุงตรงจุดนี้ให้ดีขึ้น แต่ไม่ได้จะเลิกใช้ทรูไปเลย เพราะโทรศัพท์บ้านก็ใช้ทรูซึ่งมันสะดวกเวลาเสียค่าบริการจะได้เสียทีเดียว หลังจากนั้น ทางทรูได้โทรมาแจ้งว่าจะลดค่าบริการครึ่งหนึ่งในช่วงที่ไม่ได้ใช้งาน และสามารถใช้งานได้ปกติ เหตุการณ์กับการผู้ให้บริการก็จบตรงนั้น แต่ในด้านความรู้สึกของเราก็งงไม่พอใจในบริการที่ล่าช้าไร้ประสิทธิภาพ เราได้การบอกต่อกับเพื่อนๆ ถึงสาเหตุที่ไม่สามารถออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ตได้รวมถึงการให้บริการอื่นๆ ที่ขาดความใส่ใจของทรู...” (ผู้บันทึก 11, 23 ปี)
- “...เมื่อตกลงกันเรื่องย้ายออก และได้เงินคืนบางส่วนแล้ว จึงรีบพากันย้ายออกทันที และไปเขียนแสดงความคิดเห็นในแง่ลบกับโรงแรมลงในเว็บไซต์ เพื่อเตือนแก่ผู้อื่นที่คิดจะมาพักโรงแรมนี้ให้ตัดสินใจดีๆ จะได้ไม่ได้รับประสบการณ์แย่ๆ แบบที่พวกเราเคยเจอ” (ผู้บันทึก 2, 23 ปี)

จากบทสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมบอกต่อจะไม่พอใจกับการแก้ปัญหาของผู้ให้บริการ ดังนั้นพฤติกรรมบอกต่อมักเกิดพร้อมกับพฤติกรรมเปลี่ยน ผู้ที่บอกต่อมีจุดมุ่งหมายเพื่อเตือนผู้ใช้บริการคนอื่นๆ ที่กำลังจะเลือกใช้บริการ โดยการบอกต่อจะเกิดกับคนใกล้ชิดตัวมากที่สุด และมีกลุ่มตัวอย่างบางคนก็เขียนรีวิวถึงปัญหาที่เกิดขึ้นลงบนเว็บไซต์ต่างๆ

จากผลของการวิจัยที่พบสามารถสรุปภาพรวมอารมณ์ ความรู้สึก และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการได้รับบริการที่ล้มเหลว และการชดเชยความผิดพลาด ทั้งในส่วนของ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการเขียนบันทึก (Diary) ดังปรากฏในตารางที่ 4.2 ในหน้า 41 - 47

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ Triangular

อารมณ์ (Richins, 1997)	ช่องว่างการให้บริการ (Service Gap)		
	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามมาตรฐาน (Gap 3)	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามที่สื่อสารออกไป (Gap 4)	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามความคาดหวังของลูกค้า (Gap 5)
อารมณ์บวก			
พึงพอใจ (Contentment)	พอใจมาก, รู้สึกโอเค, ใจเย็นลง	ไม่พุดถึงความผิดพลาดที่เกิดขึ้นอีก	ขอชมเชย, พอใจ, ยอมรับในความผิดพลาดได้, รู้สึกดีขึ้นมาก, ยอมรับได้*, ยังโอเค*
อารมณ์ลบ			
โกรธ (Anger)	โมโหมาก, โกรธมาก, โกรธ, ฉุน, โมโห, อารมณ์เสียมาก, อารมณ์ไม่ดีมากๆ, ปรี๊ดเลย*, โมโห*, โกรธ*		อารมณ์เสีย, โกรธ, โกรธมาก, โกรธเป็นอย่างยิ่ง, หัวเสียมาก, โมโห, หงุดหงิด, อารมณ์เสีย*, โกรธ*, โกรธมากๆ*, โมโห*

หมายเหตุ ข้อความที่มีเครื่องหมายดอกจัน (\*) เป็นอารมณ์ หรือพฤติกรรมที่พบจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ Triangular (ต่อ)

อารมณ์ (Richins, 1997)	ช่องว่างการให้บริการ (Service Gap)		
	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามมาตรฐาน (Gap 3)	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามที่สื่อสารออกไป (Gap 4)	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามความคาดหวังของลูกค้า (Gap 5)
อารมณ์ลบ			
ไม่พอใจ (Discontent)	ไม่สามารถทนกับการบริการเช่นนี้ได้, รู้สึกแย่มากๆ, ถึงกับพูดไม่ออก, เจ็บใจ, รู้สึกแย่, รู้สึกยอมไม่ได้, พูดไม่ออก, เจ็บใจ, ไม่พอใจ, ถูกเอาเปรียบ, ไม่เชื่อมั่น, รู้สึกแย่*, ไม่พอใจ*	ไม่ประทับใจ, ไม่พอใจ, เสียความรู้สึก, รู้สึกแย่, ไม่พอใจอย่างมาก, พอรับได้, ผิดหวัง, แย่มาก*, ทำไม่ได้แบบที่พูด*, ทนไม่ไหว*, ผิดหวัง*	ยิ่งพบบริการไม่น่าประทับใจ, ทำอะไรไม่ได้, ตกใจมาก, แปลกใจอย่างมาก, ไม่ได้ยินดี, รู้สึกไม่ดี, ไม่พอใจ, ไม่ประทับใจ, ไม่ค่อยพอใจ, ไม่ชอบ, เสียความรู้สึก, นานเกินไป, ไม่โอเค, ทนไม่ไหว, รู้สึกแย่, เสียเวลาไปทำไม, ผิดหวัง, เปล่าประโยชน์*, เสียใจ*, รู้สึกแย่*, ไม่เต็มใจ*, ไม่พอใจ*, ยิ่งไม่พอใจ*, ไม่พอใจมากๆ*, ผิดหวัง*, ยอมรับว่าไม่ดีมากจริงๆ*, น้อยใจ*
กังวล (Worry)	กอดตัน, เครียด, อันตราย*	กังวล*	ไม่มั่นใจ, ไม่ไว้ใจ*, น้อยใจ*
เศร้า (Sadness)			น้อยใจ*

หมายเหตุ ข้อความที่มีเครื่องหมายดอกจัน (\*) เป็นอารมณ์ หรือพฤติกรรมที่พบจากการสัมภาษณ์เชิงลึก



ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ Triangular (ต่อ)

	ช่องว่างการให้บริการ (Service Gap)		
อารมณ์ (Richins, 1997)	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามมาตรฐาน (Gap 3)	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามที่สื่อสารออกไป (Gap 4)	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามความคาดหวังของลูกค้า (Gap 5)
อารมณ์ลบ			
กลัว (Fear)			กลัว
อับอาย (Shame)	เหมือนเป็นขอทาน		เหมือนโดนดูถูก
อารมณ์อื่นๆ ที่พบ			
	ไม่เป็นไร		

หมายเหตุ ข้อความที่มีเครื่องหมายดอกจัน (\*) เป็นอารมณ์ หรือพฤติกรรมที่พบจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ Triangular (ต่อ)

	ช่องว่างการให้บริการ (Service Gap)		
พฤติกรรม (Zeelenberg & Pieters, 2004)	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามมาตรฐาน (Gap 3)	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามที่สื่อสารออกไป (Gap 4)	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามความคาดหวังของลูกค้า (Gap 5)
เปลี่ยน (Switch)	ไม่มาอีก, หลีกเลี่ยงการใช้บริการ, ขอเงินคืน, ไม่กินอีก, ไม่กลับมา*	ขอยกเลิกบริการ, กลับไปใช้บริการกับที่เดิม, ไม่ใช่อีก*	ไม่คิดจะกลับมาอีกเลย, ตัดสินใจย้ายออก, ย้ายผู้ให้บริการ, ไม่กลับมาอีก, ไม่ไปรับบริการ, ไม่กลับไปร้านนี้อีก, ยกเลิกรายการ, ไม่ไปอีก, เลิกใช้บริการ, ไม่เดินผ่านบริเวณนั้นอีกเลย, ไม่กลับมาอีก, ไม่จ้างต่อ ทำเอง, ไปที่อื่นแทน, ไม่พักกับที่นี่, หลีกเลี่ยง, ไม่กลับไปใช้บริการอีก*, ไม่กลับมาอีกแล้ว*, ไม่ใช่อีก*, ไม่ไปอีก*, ขอเงินคืน*

หมายเหตุ ข้อความที่มีเครื่องหมายดอกจัน (\*) เป็นอารมณ์ หรือพฤติกรรมที่พบจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ Triangular (ต่อ)

พฤติกรรม (Zeelenberg & Pieters, 2004)	ช่องว่างการให้บริการ (Service Gap)		
	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามมาตรฐาน (Gap 3)	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามที่สื่อสารออกไป (Gap 4)	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามความคาดหวังของลูกค้า (Gap 5)
ร้องทุกข์ (Complain)	โทรเข้า Call Center, โทรหาผู้จัดการ, แจ้งรายงานความประพฤติ, เดินเข้าไปกลางเคาน์เตอร์, แจ้งพนักงาน, เรียกพนักงานมาดู, ถามพนักงาน, โทรไปตำหนิ, บอกให้ไปเรียกผู้จัดการ, คุยกับเจ้าของ*, โทรไปต่อว่า*	โทรไปที่ศูนย์, ต่อว่า, บอกปัญหาให้กับพนักงาน, ติดต่อกับพนักงาน*	เข้าไปพูดคุย, แจ้งแม่บ้าน, เขียนแสดงความคิดเห็นในแง่ลบ, เข้าไปถาม, ถามพนักงาน, แจ้งพนักงาน, เขียนใบร้องเรียน, โทรไปต่อว่า, สอบถามพนักงาน, เดินไปถามพนักงาน, เถียงกับพนักงาน, ส่ง E-mail ไป ถาม, โทรไป Call Center, เดินเข้าไป ถาม, เรียกเจ้าของมาคุย, ต่อว่า, เดินเข้าไปถาม, ติดต่อกลับไป, ท้วงกับพนักงาน, เดินไปถามพนักงาน, ติดต่อบอกถาม, บอกพนักงาน, โทรหาศูนย์บริการ, ถามพนักงาน*

หมายเหตุ ข้อความที่มีเครื่องหมายดอกจัน (\*) เป็นอารมณ์ หรือพฤติกรรมที่พบจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ Triangular (ต่อ)

พฤติกรรม (Zeelenberg & Pieters, 2004)	ช่องว่างการให้บริการ (Service Gap)		
	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามมาตรฐาน (Gap 3)	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามที่สื่อสารออกไป (Gap 4)	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามความคาดหวังของลูกค้า (Gap 5)
นิ่งเฉย (Inertia)	กลับไปใช้บริการอีกครั้ง, พอใจกับการแก้ปัญหา, ไม่ได้ทวงถาม, เดินหนี, ปล่อยให้เรื่องจบ, อยากรอคอมเมนต์ แต่ไม่รู้จะบอกใคร*, ยังใช้บริการอยู่*	ไม่ได้บอกต่อ, จำใจอยู่ไปก่อน, ยอมจ่ายเงินเพิ่ม, ใช้บริการต่อ, อยากร้องเรียน แต่ไม่รู้ว่าจะทำอย่างไร*, รอ*, ไม่ได้แจ้งพนักงาน*	ไม่เอาเรื่อง, ใช้บริการต่อไป, ไม่ติดใจอะไร, ยอมรับชะตากรรม, รอต่ออีกสักนิด, ใช้บริการต่อ, นั่งรอต่อไป, จำใจรับข้อเสนอ, ยอมและข้ามเรื่องนี้ไป, ไม่ได้ทำอะไร, พอทนได้, ไม่คิดอะไร, ทนต่อไป, ช่างมัน, ยอมเสียเงินเพิ่ม, ไม่รู้จะแจ้งกับใคร, ไม่ได้บอกพนักงาน*, ยอมรับข้อเสีย*, อยากร้องเรียน แต่ไม่รู้ช่องทาง*

หมายเหตุ ข้อความที่มีเครื่องหมายดอกจัน (\*) เป็นอารมณ์ หรือพฤติกรรมที่พบจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ Triangular (ต่อ)

พฤติกรรม (Zeelenberg & Pieters, 2004)	ช่องว่างการให้บริการ (Service Gap)		
	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามมาตรฐาน (Gap 3)	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามที่สื่อสารออกไป (Gap 4)	ไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามความคาดหวังของลูกค้า (Gap 5)
บอกต่อ (WOM)	บอกเพื่อน	บอกกับที่บ้าน*	เล่าให้คนอื่นฟัง, บอกต่อกับเพื่อน, บอกต่อ, จะแนะนำไปตามจริง, เล่าต่อให้เพื่อนๆ, แนะนำว่าอย่าไป, รีวิวต่อให้คนอื่นฟัง*, บอกเพื่อน*

หมายเหตุ ข้อความที่มีเครื่องหมายดอกจัน (\*) เป็นอารมณ์ หรือพฤติกรรมที่พบจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 การอภิปราย และสรุปผลการวิจัย

##### 5.1.1 ประเด็นเรื่องรูปแบบอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากความล้มเหลวในการให้บริการ

ความล้มเหลวในการให้บริการที่พบมีความสอดคล้องกับแนวคิด Service Quality Gap (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) พบว่าส่วนใหญ่แล้ว ผู้ใช้บริการจะมีความคาดหวังในการใช้บริการที่สูงกว่าการบริการที่ได้รับจริงจากผู้ให้บริการ (Gap 5) แต่ส่วนหนึ่งแล้ว ความคาดหวังของผู้บริโภคเกิดจากผู้ให้บริการมีการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ตรงกับการบริการที่ส่งมอบให้กับผู้บริโภค (Gap 4) ในขณะที่อีกด้านหนึ่ง ความล้มเหลวเกิดขึ้นจากการบริการที่ส่งมอบไม่ตรงกับมาตรฐานของผู้ให้บริการ (Gap 3) โดยไม่ว่าความล้มเหลวในการให้บริการจะเกิดขึ้นจาก Gap ใดก็ตาม ผู้บริโภคจะเกิดอารมณ์ในด้านลบต่างๆ ซึ่งอารมณ์ที่พบส่วนใหญ่แล้วมีความสอดคล้องกับ 6 กลุ่มอารมณ์จากงานวิจัยของ (Richins, 1997) ที่ได้ศึกษาประเภทของอารมณ์ที่พบในการบริโภค

อารมณ์ที่เกิดจาก Gap 5 ส่วนมากจะมีความสอดคล้องกับอารมณ์ในกลุ่มไม่พอใจ (Discontent) เช่น ไม่พอใจ ไม่ประทับใจ นานเกินไป เป็นต้น เนื่องจากลักษณะของความผิดพลาดที่เกิดขึ้น จะเป็นความผิดพลาดเล็กๆ น้อยๆ มีการให้บริการที่ช้ากว่าความคาดหวัง แต่ในขณะเดียวกันก็มีอารมณ์ที่สอดคล้องกับอารมณ์ในกลุ่มโกรธ (Anger) เช่น หงุดหงิด โมโห โกรธ เป็นต้น โดยสาเหตุของความโกรธจะมาจากบริการที่ไม่เป็นไปตามความคาดหวังในหลายๆ เรื่องสะสม จนทำให้จากเดิมที่มีอารมณ์ในกลุ่มไม่พอใจ จะเพิ่มมาเป็นอารมณ์โกรธ ในลำดับถัดมา ในขณะเดียวกันก็จะมีอารมณ์ที่สอดคล้องกับอารมณ์ในกลุ่มอื่นๆ ได้แก่ กังวล (Worry) เศร้า (Sadness) กลัว (Fear) และอับอาย (Shame) และอารมณ์ที่สอดคล้องกับอารมณ์ในหลายกลุ่ม คือน้อยใจ ที่มีความสอดคล้องกับอารมณ์ไม่พอใจ กังวล และเศร้า

อารมณ์ที่เกิดจาก Gap 3 ส่วนมากจะสอดคล้องกับอารมณ์ในกลุ่มไม่พอใจ (Discontent) โดยจะมีอารมณ์ เช่น รู้สึกแย่ ไม่พอใจ เป็นต้น เนื่องจากลักษณะของความผิดพลาดเป็นความผิดพลาดเล็กๆ น้อยๆ แต่ก็มีผู้บริโภคที่มีอารมณ์ที่สอดคล้องกับอารมณ์ในกลุ่มโกรธ (Anger) เช่น โมโหมาก โกรธมาก เป็นต้น แต่ลักษณะของการเกิดอารมณ์จะไม่ได้มีเพียงจากการบริการที่ไม่เป็นไปตามความคาดหวังในหลายๆ เรื่องสะสมเพียงอย่างเดียว แต่จะมีผู้บริโภคที่เกิดอารมณ์โกรธในทันทีที่ได้รับการบริการที่ไม่ดี โดยลักษณะของเหตุการณ์จะเกิดจากมารยาท และการปฏิบัติตัวของพนักงานผู้ให้บริการ ในขณะเดียวกันก็จะมีอารมณ์ที่สอดคล้องกับอารมณ์ในกลุ่มอื่นๆ ได้แก่

กังวล (Worry) และอับอาย (Shame) เช่นกัน แต่ในขณะเดียวกันก็พบอารมณ์ที่ไม่สอดคล้องกับกลุ่มอารมณ์อื่นๆ คือ ความรู้สึกไม่เป็นไร ซึ่งเป็นอารมณ์กลางๆ

อารมณ์ที่เกิดจาก Gap 4 ส่วนมากจะสอดคล้องกับอารมณ์ในกลุ่มไม่พอใจ (Discontent) เช่น ไม่ประทับใจ เสียความรู้สึก เป็นต้น เนื่องจากลักษณะของความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจะไม่รุนแรง และพบอารมณ์ที่สอดคล้องกับอารมณ์ในกลุ่มกังวล (Worry)

เมื่อเปรียบเทียบอารมณ์ที่เกิดจากแต่ละ Gap จะพบได้ว่าอารมณ์ที่เกิดจาก Gap 3 และ Gap 5 มีลักษณะของอารมณ์ที่ใกล้เคียงกัน โดยความผิดพลาดในการให้บริการของทั้งสองช่องว่างนี้มักเกิดจากพนักงานผู้ให้บริการ ในขณะที่อารมณ์ที่เกิดจาก Gap 4 จะมีความรุนแรงที่น้อยกว่า ความผิดพลาดในการให้บริการจะเกิดจากบรรยากาศ สถานที่ การบริการ ที่ไม่ตรงกับที่ประชาสัมพันธ์ ซึ่งสาเหตุของอารมณ์ที่รุนแรงส่วนใหญ่จะมาจากการบริการของพนักงาน ซึ่งเป็นสิ่งแวดล้อมทางสังคม (Social Environment) โดยพบว่ามีความแตกต่างจากงานวิจัยของ Lin และ Liang (Lin & Liang, 2011) ที่พบว่าสิ่งแวดล้อมทางการภาพ (Physical Environment) มีผลต่ออารมณ์ และความพึงพอใจของผู้บริโภคมากกว่าสิ่งแวดล้อมทางสังคม (Social Environment)

นอกจากนี้แล้วความล้มเหลวในการให้บริการที่พบ มีความสอดคล้องกับ SERVQUAL Model (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988, 1991) โดยพบว่าบริการที่ล้มเหลวเกิดขึ้นจากการทำลายคุณภาพบริการ (Service Quality) ของลูกค้า ทั้ง 5 ด้าน โดยสถานการณ์หลักที่ทำลายคุณภาพบริการแต่ละด้าน มีดังนี้

- (a) ความน่าเชื่อถือ (Reliability): ไม่สามารถให้บริการตามที่สัญญาไว้ได้
- (b) การตอบสนองของการให้บริการ (Responsiveness): บริการช้า หรือไม่มี การตอบสนองจากผู้ให้บริการ
- (c) การสร้างความมั่นใจ (Assurance): พนักงานไม่มีความรู้เกี่ยวกับการบริการ
- (d) ความใส่ใจของผู้ให้บริการ (Empathy): รับคำขอจากลูกค้า แต่ไม่ได้ปฏิบัติ
- (e) ความเป็นรูปธรรม (Tangibles): สิ่งที่เป็นรูปธรรมต่างๆ เช่น การตกแต่งสถานที่ เป็นต้น

โดยคุณภาพการบริการส่วนใหญ่จะโดนทำลายลงหลายด้านพร้อมๆ กัน เมื่อเกิดการบริการที่ล้มเหลวขึ้น ทำให้เกิดอารมณ์ในด้านลบขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (Wong, 2004) ที่พบว่าคุณภาพบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจทางอารมณ์ (Emotional Satisfaction)

### 5.1.2 ประเด็นเรื่องพฤติกรรมที่เกิดจากความผิดพลาด

หลังจากได้รับการบริการที่ล้มเหลว ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อผู้ให้บริการในรูปแบบต่างๆ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Zeelenberg & Pieters, 2004) ที่ได้แบ่งพฤติกรรมตอบสนองต่อการบริการที่ล้มเหลวออกเป็น 4 พฤติกรรม โดยพบพฤติกรรมที่สอดคล้องกัน 3 พฤติกรรม ได้แก่ ร้องทุกข์ (Complain) นิ่งเฉย (Inertia) และเปลี่ยน (Switch)

ผู้บริโภคที่มีอารมณ์ในกลุ่มไม่พอใจส่วนใหญ่ จะมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับการร้องทุกข์ (Complain) เช่น แจ้งพนักงาน เดินเข้าไปถาม เป็นต้น โดยผู้บริโภคต้องการได้รับการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับการนิ่งเฉย (Inertia) เช่น ทนได้ ไม่ได้ทวงถาม เป็นต้น โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้จะรู้สึกว่าเป็นปัญหาที่เกิดขึ้น ยังไม่จำเป็นต้องให้พนักงานแก้ปัญหา

ผู้บริโภคที่มีอารมณ์ในกลุ่มโกรธส่วนใหญ่ จะมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับการร้องทุกข์ โดยผู้บริโภคต้องการได้รับการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ในขณะเดียวกันก็มีผู้บริโภคที่มีการร้องทุกข์ แต่มีจุดประสงค์ที่ต่างออกไป คือ เพื่อระบายอารมณ์

ผู้บริโภคที่มีอารมณ์น้อยใจส่วนใหญ่ จะมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับการเปลี่ยน (Switch) โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้รู้สึกไม่มั่นใจในผู้ให้บริการ รู้สึกเป็นไปได้ที่จะเกิดความล้มเหลวขึ้นซ้ำอีก ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีอารมณ์ที่มีอารมณ์อื่นๆ ที่เหลือจะมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับการร้องทุกข์

จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมร้องทุกข์ โดยจะทำการร้องทุกข์กับผู้ให้บริการในทันทีที่เกิดปัญหาขึ้น เพื่อต้องการได้รับการแก้ไขปัญหาจากผู้ให้บริการ หรือต้องการการชดเชยในลักษณะต่างๆ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Clemmer & Schneider, 1996) ที่ว่า ผู้บริโภคต้องการความเป็นธรรมจากผู้ให้บริการในลักษณะต่างๆ

ผู้บริโภคส่วนหนึ่งที่มีพฤติกรรมนิ่งเฉยเกิดขึ้น เพราะรู้สึกว่ามีต้นทุนในการร้องเรียน เช่น ความยากในการร้องเรียน เสียเวลา เป็นต้น แต่การนิ่งเฉยที่เกิดขึ้นไม่ได้เป็นการปล่อยผ่านปัญหาเหล่านั้นไป แต่จะเก็บปัญหาที่เกิดขึ้นเอาไว้เรื่อยๆ หากเกิดความผิดพลาดขึ้นอีก อารมณ์และพฤติกรรมก็จะรุนแรงมากขึ้น

นอกจากนี้แล้วเมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมที่เกิดขึ้นกับแต่ละ Gap พบว่า ไม่ว่าความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจะมาจาก Gap ใด ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมที่ใกล้เคียงกัน

### 5.1.3 ประเด็นเรื่องอารมณ์ และพฤติกรรมที่เกิดจากการชดเชยข้อผิดพลาด

หลังจากที่ผู้บริโภคได้ทำการร้องเรียน โดยผลของการร้องเรียนที่เกิดขึ้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ พอใจกับการชดเชย และไม่พอใจกับการชดเชย

การชดเชยที่ผู้บริโภคพอใจ จะมีการตอบสนองต่อการร้องเรียนที่เร็ว มีการขอโทษในทันที และสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (Wirtz & Mattila,



2004) ที่ว่า การตอบสนองต่อความผิดพลาดในการให้บริการที่ดี จะต้องมีการตอบสนองที่รวดเร็ว ร่วมกับการขอโทษ โดยการชดเชยที่เกิดขึ้นจะตรง หรือสูงกว่าความคาดหวังของผู้บริโภค ทำให้รู้สึกว่าได้รับความเป็นธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Smith, Bolton, & Wagner, 1999) ที่ว่าการชดเชยชดเชยจะได้ผลมากที่สุด เมื่อมีการชดเชยที่ตรงกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ

อารมณ์ที่เกิดขึ้นเป็นอารมณ์ในด้านบวก ไม่ว่าจะปัญหาที่เกิดขึ้นจะมาจาก Gap ใดก็ตาม โดยอารมณ์ที่พบ เช่น พอใจมาก รู้สึกโอเค เป็นต้น มีความสอดคล้องกับอารมณ์ในกลุ่มพึงพอใจ (Contentment) จากงานวิจัยของ (Richins, 1997) ที่ได้ศึกษาประเภทของอารมณ์ที่พบในการบริโภค

การชดเชยที่ผู้บริโภคไม่พอใจ จะมีทั้งการขอโทษแต่ไม่ได้แก้ปัญหา ขอโทษแต่มีการชดเชยด้านอื่นๆ ที่ไม่ตรงกับความต้องการ และไม่ขอโทษ ซึ่งการชดเชยที่ได้รับต่ำกว่าความคาดหวัง ทำให้ผู้บริโภครู้สึกไม่ได้รับความเป็นธรรม อารมณ์ที่เกิดขึ้นเป็นอารมณ์ในด้านลบ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Hart, Heskett, & Sasser Jr., 1989) ที่ว่าการที่ไม่สามารถชดเชยความผิดพลาดได้อย่างถูกต้อง จะเป็นการลดระดับความพึงพอใจของลูกค้าลงไป

อารมณ์ในด้านลบที่เกิดขึ้นส่วนมากมีความสอดคล้องกับอารมณ์ในกลุ่มโกรธ (Anger) เช่น โกรธมาก โมโห เป็นต้น โดยจะเกิดกับผู้ให้บริการที่ไม่มีการชดเชย หรือการชดเชยไม่ได้แก้ปัญหา มีพนักงานมีกิริยา และใช้คำพูดที่ไม่สุภาพกับผู้บริโภค โดยจะเกิดอารมณ์ในกลุ่มนี้กับความผิดพลาดในการให้บริการที่มาจาก Gap 3 และ Gap 5

อารมณ์ที่พบในลำดับถัดมาเป็นอารมณ์หงุดหงิด ซึ่งมีความสอดคล้องกับอารมณ์ในกลุ่มโกรธ (Anger) เช่นเดียวกัน แต่จะมีระดับความรุนแรงของอารมณ์ที่ต่ำกว่า โดยลักษณะของการชดเชยที่ทำให้ผู้บริโภคมีอารมณ์หงุดหงิด ส่วนใหญ่จะมีการร้องเรียนถึงปัญหาหลายครั้ง แต่ผู้ให้บริการไม่สามารถแก้ปัญหาได้ ไม่มีการชดเชยที่ตรงกับความต้องการ หรือไม่ยอมรับความผิดพลาดที่เกิดขึ้น โดยจะเกิดอารมณ์ในกลุ่มนี้กับความผิดพลาดในการให้บริการที่มาจาก Gap 3 และ Gap 5

อารมณ์ผิดหวัง พบว่ามีความสอดคล้องกับอารมณ์ในกลุ่มไม่พอใจ (Discontent) โดยผู้บริโภคได้รับการชดเชยจากผู้ให้บริการ แต่ไม่เป็นไปตามที่คาด หรือมีการชดเชยที่ซ้ำ โดยผู้บริโภครู้สึกพอใจกับการแก้ปัญหาในระดับหนึ่ง โดยจะเกิดอารมณ์ในกลุ่มนี้กับความผิดพลาดในการให้บริการที่มาจาก Gap 3 ,Gap 4 และ Gap 5

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการชดเชยที่ทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกในด้านบวกกับผู้ให้บริการ จะต้องมีการตอบสนองต่อปัญหาในทันที โดยเริ่มที่การขอโทษเพื่อเป็นการรักษาความรู้สึก และมีกิริยาท่าทางที่สุภาพเพื่อป้องกันไม่ให้อารมณ์ของผู้บริโภครุนแรงขึ้น

เช่นเดียวกับอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากความล้มเหลวในการให้บริการ อารมณ์ที่เกิดจากการชดเชยจะมีความรุนแรงเมื่อได้รับการปฏิบัติที่ไม่ดีจากตัวบุคคล พบว่ามีความแตกต่างจากงานวิจัยของ Lin และ Liang (Lin & Liang, 2011) ที่พบว่าสิ่งแวดล้อมทางการภาพ (Physical Environment) มีผลต่ออารมณ์ และความพึงพอใจของผู้บริโภคมากกว่าสิ่งแวดล้อมทางสังคม (Social Environment)

ซึ่งอารมณ์ทั้งด้านบวก และด้านลบที่พบมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ (Wirtz & Mattila, 2004) ที่ว่า การชดเชยที่แย่ (การชดเชยที่ล่าช้า และไม่มีการขอโทษ) ถึงแม้จะมีการให้สิ่งของชดเชย หรือค่าชดเชยไม่ได้ทำให้ผู้บริโภครู้สึกพึงพอใจมากขึ้น และการขอโทษแต่มีการแก้ไขที่ล่าช้าทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกพึงพอใจน้อยกว่าการขอโทษและแก้ไขในทันที

หลังจากได้รับการชดเชย ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อผู้ให้บริการในรูปแบบต่างๆ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Zeelenberg & Pieters, 2004) ที่ได้แบ่งพฤติกรรมตอบสนองต่อการบริการที่ล้มเหลวออกเป็น 4 พฤติกรรม

ผู้บริโภคที่มีอารมณ์ในด้านบวกส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับการนิ่งเฉย (Inertia) เช่น ยังใช้บริการอยู่ เป็นต้น โดยผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรม พอใจกับการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น จึงมีการใช้บริการต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Kau & Wan-Yiun Loh, 2006) ที่ว่า ผู้บริโภคที่พึงพอใจกับการชดเชยจะมีระดับความเชื่อมั่น และความภักดีต่อผู้ให้บริการสูงกว่าผู้บริโภคที่ไม่พึงพอใจ

แต่อย่างไรก็ตามมีผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมสอดคล้องกับการเปลี่ยน (Switch) ถึงแม้จะมีอารมณ์ในด้านบวกก็ตาม โดยรู้สึกว่าการบริการที่ผิดพลาด ทำให้ไม่มั่นใจกับผู้ให้บริการ และมีผู้ให้บริการรายอื่นที่สามารถให้บริการในลักษณะเดียวกันได้ สอดคล้องกับการวิจัย (Keaveney, 1995) ที่ว่า ผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปใช้บริการกับผู้ให้บริการที่ดีกว่าผู้ให้บริการที่ไม่สามารถให้บริการที่ผู้บริโภคพึงพอใจ

ผู้บริโภคที่มีอารมณ์ในด้านลบส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับการเปลี่ยน (Switch) โดยจะเปลี่ยนไปใช้บริการกับผู้ให้บริการรายอื่นไม่ว่าจะมีอารมณ์อะไรก็ตาม แต่ถ้าเป็น ผู้บริโภคที่มีอารมณ์โกรธทั้งหมดจะมีพฤติกรรมการเปลี่ยน ซึ่งเกิดจากการที่ผู้ให้บริการไม่มีการชดเชย หรือมีการตอบสนองที่ผู้บริโภคยังรู้สึกว่าไม่ได้รับความเป็นธรรม ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัย (Keaveney, 1995) ที่ว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเปลี่ยนเนื่องจากผู้ให้บริการไม่สามารถรับมือความผิดพลาดได้อย่างเหมาะสม

ผู้บริโภคที่มีอารมณ์ในด้านลบในกรณีที่ยังไม่พอใจกับการแก้ปัญหา หรือเกิดปัญหาขึ้นเพิ่มเติม ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับการร้องเรียน (Complain) โดยจะร้องเรียนกับผู้ให้บริการที่มีตำแหน่งสูงขึ้นกว่าเดิม

ผู้บริโภคที่มีอารมณ์ในด้านลบส่วนหนึ่งมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับการบอกต่อ (W-O-M) โดยจะบอกเล่าประสบการณ์ในด้านลบกับคนใกล้ชิด เนื่องจากไม่พอใจกับการแก้ปัญหาของผู้ให้บริการ ดังนั้นพฤติกรรมบอกต่อมักเกิดพร้อมกับพฤติกรรมเปลี่ยน (Switch) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Kau & Wan-Yiun Loh, 2006) ที่ว่า ผู้บริโภคที่ไม่พอใจกับผลการร้องเรียนที่เกิดขึ้นจะมีระดับความเชื่อถือในผู้ให้บริการที่ลดลง และมีพฤติกรรมบอกต่อในด้านลบ

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้บริโภคที่มีอารมณ์ในด้านลบ แต่มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับการนิ่งเฉย (Inertia) เช่น ทนต่อไป เป็นต้น เนื่องจากปัญหาของการบริการที่ได้รับบริการแก้ไข ถึงแม้จะไม่ดีเท่าที่คาด และรู้สึกว่ายังไม่ได้รับความเป็นธรรม โดยมีความคิดว่าตนเองจะเป็นฝ่ายเสียประโยชน์หากจะมีพฤติกรรมในรูปแบบอื่น มีข้อจำกัด เช่น บริการไม่สามารถทดแทนได้ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Han, Kim, & Hyun, 2011) ที่ว่าต้นทุนของการเปลี่ยน (Switching Cost) ส่งผลต่อความตั้งใจในการเปลี่ยนผู้ให้บริการของผู้บริโภค

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการชดเชยที่ไม่สามารถทำให้ผู้บริโภครู้สึกเป็นธรรมได้ จะทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกในด้านลบกับผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะเกิดจากการเปลี่ยน หรือการนิ่งเฉยก็ตาม เพราะจะทำให้ความรู้สึกจงรักภักดี (Royalty) ในผู้ให้บริการถูกทำลายลงไป และพร้อมที่จะเปลี่ยนไปใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น หากมีคุณค่าที่สามารถทดแทนได้ สังเกตได้จากผู้บริโภคที่รู้สึกไม่ได้รับความเป็นธรรม แต่มีพฤติกรรมนิ่งเฉย จะมีความรู้สึกที่ตนเองจะเสียประโยชน์ถ้าเปลี่ยนไปใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น หรือมีพฤติกรรมอื่น

เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้บริโภคในแต่ละ Gap พบว่ามีพฤติกรรมที่ใกล้เคียงกันไม่ว่าความผิดพลาดจะเกิดขึ้นจาก Gap ใดก็ตาม

## 5.2 ประโยชน์ที่ได้รับ

นักการตลาดสามารถใช้งานวิจัยชิ้นนี้ในการวางแผนในการรับมือความผิดพลาดของการให้บริการ ตั้งแต่ขั้นตอนของการให้บริการ การรับมือกับอารมณ์ และพฤติกรรมต่างๆ ไปจนถึงแนวทางในการชดเชยที่จะทำให้ผู้บริโภคใช้บริการต่อไป

ในแง่ของการศึกษางานวิจัยชิ้นนี้แสดงให้เห็นถึงกระบวนการตั้งแต่สาเหตุของการบริการที่ล้มเหลว แนวทางการชดเชยความผิดพลาด อารมณ์ และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการบริการที่

ลั้มเหลว และการชดเชยผ่านมุมมองของผู้บริโภค เพื่อที่จะสามารถเป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับ อารมณ์ และพฤติกรรมจากความล้มเหลวในการให้บริการต่อไปได้

### 5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย

อารมณ์ของกลุ่มตัวอย่างที่พบในงานวิจัยชิ้นนี้ บางอารมณ์มีลักษณะของอารมณ์หลาย อารมณ์ผสมผสานกัน ซึ่งการแยกแยะลักษณะของอารมณ์มิได้หลายมิติ จึงทำให้การตีความอารมณ์ เป็นไปตามดุลยพินิจของผู้วิจัย

นอกจากนี้ด้วยข้อจำกัดในด้านของเวลา จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างที่ถูกเลือกมากทำการวิจัย ส่วนใหญ่จึงเป็นนักศึกษา ซึ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างขาดความหลากหลายของข้อมูล

### 5.4 ข้อเสนอแนะ

#### 5.4.1 ข้อเสนอแนะด้านวิชาการ

งานวิจัยชิ้นนี้พบว่าความล้มเหลวในการให้บริการที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมทางสังคม เช่น พนักงานผู้ให้บริการ ผู้บริโภคจะมีอารมณ์ที่รุนแรงกว่าความผิดพลาดที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมทาง กายภาพ เช่น สถานที่ให้บริการ ซึ่งมีความแตกต่างจากงานวิจัยของ Lin และ Liang (Lin & Liang, 2011) ที่ว่า สิ่งแวดล้อมทางการภาพ (Physical Environment) มีผลต่ออารมณ์ และความพึงพอใจ ของผู้บริโภคมากกว่าสิ่งแวดล้อมทางสังคม (Social Environment) ผู้วิจัยมีความเห็นว่าเนื่องจาก บริบทของสังคมที่แตกต่างกัน จึงทำให้อารมณ์ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันออกไป

#### 5.4.2 ข้อเสนอแนะด้านธุรกิจ

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าความผิดพลาดในการให้บริการที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่แล้วจะเกิด จากการให้บริการที่ไม่เป็นไปตามความคาดหวัง หรือไม่ได้ปฏิบัติตามมารยาท ซึ่งเป็นเรื่องพื้นฐานของ การให้บริการ ผู้ประกอบธุรกิจบริการจึงควรที่จะมีการฝึกอบรมพนักงานที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ก่อนที่จะให้มีการปฏิบัติงานจริง ทั้งในด้านของมารยาท คำพูด และมีความเข้าใจในหน้าที่ของตนเอง เพื่อเป็นการลดโอกาสในการเกิดความผิดพลาดในการให้บริการ

แต่หากเกิดความผิดพลาดในการให้บริการขึ้นแล้วผู้ให้บริการควรมีแผนการใน การรับมือความผิดพลาดที่เกิดขึ้น โดยจะต้องมีการตอบสนองที่รวดเร็วด้วยการขอโทษ และแก้ปัญหา ที่เกิดในทันที เพื่อลดโอกาสที่ลูกค้าจะเกิดอารมณ์ในด้านลบ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดพฤติกรรมในด้าน ลบต่างๆ โดยควรมีการทำแผนระบุหน้าที่ผู้ที่จะรับมือต่อสถานการณ์ความผิดพลาดที่เกิดขึ้น รวมถึงมี

ช่องทางให้ผู้บริโภคได้ร้องเรียนถึงการแก้ปัญหาได้อย่างสะดวกเพื่อให้ผู้บริโภคมีโอกาสได้แจ้งถึงความผิดพลาดที่เกิดขึ้น และทำให้ผู้ให้บริการสามารถแก้ไขความผิดพลาดเพื่อสร้างความรู้สึกเป็นธรรมให้กับผู้บริโภค ซึ่งจะเพิ่มโอกาสที่ผู้บริโภคจะใช้บริการต่อ

นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรมีการควบคุมระดับความคาดหวังของลูกค้าให้ใกล้เคียงกับระดับของการบริการที่สามารถส่งมอบได้จริง ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ การแสดงให้เห็นถึงการบริการ ผลลัพธ์ที่จะได้รับ และการควบคุมคุณภาพการบริการให้เป็นไปตามที่ได้สื่อสารออกไป

#### 5.4.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นไปที่ผู้ใช้บริการที่มีอารมณ์ และพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผู้บริโภคมีความเห็นว่าเป็นประสบการณ์อันเลวร้าย ซึ่งทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่พึงพอใจกับการแก้ปัญหา และเลิกใช้บริการกับผู้ให้บริการรายเดิม หากแต่ยังมีผู้บริโภคที่เคยได้รับการบริการที่ผิดพลาด แต่มีการแก้ปัญหามุ่งเน้นไปที่การแก้ปัญหา ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีอารมณ์ และพฤติกรรมที่เกิดจากการแก้ปัญหานั้นแตกต่างออกไปจากกลุ่มตัวอย่างของผู้วิจัย เป็นอีกกลุ่มตัวอย่างที่มีความน่าสนใจในการศึกษา ซึ่งอาจทำให้เห็นแนวทางในการรับมือพฤติกรรมที่แตกต่างออกไป

นอกจากนี้ การใช้บริการที่มีระดับของความเกี่ยวข้องกับผู้ใช้ เช่น ความเกี่ยวข้องในระดับสูง/ต่ำ (High and low involvement) ก็เป็นสิ่งที่น่าสนใจ และอาจส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึก และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นได้ เป็นอีกกลุ่มการวิจัยที่มีความน่าสนใจในการศึกษา

## บรรณานุกรม

### หนังสือและบทความในหนังสือ

- เฉลิมจิระรัตน์ วีรพงษ์. (2543). *คุณภาพในงานบริการ 1 (QUALITY IN SERVICE)*. กรุงเทพฯ: ภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่น.

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2558). *สถิติประชากรและบ้าน - จำนวนประชากรแยกกรายอายุ*. กรุงเทพฯ: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. เข้าถึงได้จาก กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.
- นัสยา สุริยาธานินทร์. (2557). *ภาคบริการ...แรงขับเคลื่อนใหม่ของระบบเศรษฐกิจไทย*. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- Post Today. (21 มีนาคม 2558). *บินไทยแจงถูกโวยทิ้งผู้โดยสารที่ฮ่องกง*. เข้าถึงได้จาก Post Today: <http://www.posttoday.com/biz/news/354719>

### Books and Book Articles

- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetreault, M. S. (1990). The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents. *Journal of Marketing*, 54, 71-84.
- Blodgett, J. G., Granbois, D. H., & Walters, R. G. (1994). The effects of perceived justice on complainants' negative word-of-mouth behavior and repatronage intentions. *Journal of Retailing*, 69(4), 399-428.
- Blodgett, J. G., Hill, D. J., & Tax, S. S. (1997). The Effects of Distributive, Procedural, and Interactional Justice on Postcomplaint Behavior. *Journal of Retailing*, 73(2), 185-210.

- Bradley, M. M., & Lang, P. J. (2000). Measuring emotion: Behavior, feeling and physiology. In R. D. Lane, L. Nadel, & G. Ahern, *Cognitive neuroscience of emotion* (pp. 242-276). New York, NY: Oxford University Press.
- Chris Lin, J.-S., & Liang, H.-Y. (2011). The influence of service environments on customer emotion and service outcomes. *Managing Service Quality: An International Journal*, 21(4), 350-372.
- Chuang, S.-C., Cheng, Y.-H., Chang, C.-J., & Yang, S.-W. (2012). The effect of service failure types and service recovery on customer satisfaction: a mental accounting perspective. *The Service Industries Journal*, 32(2), 257-271.
- Clemmer, E. C. (1993). An investigation into the relationship of fairness and customer satisfaction with services. *Justice in the workplace: Approaching fairness in human resource management*, 193-207.
- Clemmer, E. C., & Schneider, B. (1996). Fair Service. *Advances in services marketing and management*, 5, 109-126.
- Donovan, R. J., & Rossiter, J. R. (1982). Store Atmosphere: An Environmental Psychology Approach. *Journal of Retailing*, 58, 34-57.
- Flanagan, J. C. (1954). The critical incident technique. *Psychological Bulletin*, 51(4), 327-358.
- Goodwin, C., & Ross, I. (1989). Salient Dimensions of Perceived Fairness in Resolution of Service Complaints. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction, and Complaining Behavior*, 2, 87-92.
- Gronroos, C. (2007). *Service management and marketing: customer management in service competition*. Chichester, West Sussex, England: J. Wiley & Sons.
- Han, H., Kim, W., & Hyun, S. S. (2011, September). Switching intention model development: Role of service performances, customer satisfaction, and switching barriers in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 30(3), 619-629.
- Hart, C. W., Heskett, J. L., & Sasser Jr., W. E. (1989). The Profitable Art of Service Recovery. *Harvard Business Review*, 68(4), 148-156.

- Hoffman, K. D., & Bateson, J. E. (2001). *Essentials of services marketing: Concepts, strategies and cases*. Fort Worth, TX: Dryden.
- Iida, M., Shrout, P. E., Laurenceau, J.-P., & Bolger, N. (2012). Using diary methods in psychological research. (C. H., Ed.) *APA handbook of research methods in psychology, Vol 1: Foundations, planning, measures, and psychometrics*, 277-305.
- Kau, A.-K., & Wan-Yiun Loh, E. (2006). The effects of service recovery on consumer satisfaction: a comparison between complainants and non-complainants. *Journal of Services Marketing*, 20(2), 101-111.
- Keaveney, S. (1995, April). Customer Switching Behavior in Service Industries: An Exploratory Study. *Journal of Marketing*, 59(2), 71-82.
- Kelley, S. W., Hoffman, K., & Davis, M. A. (1993). A typology of retail failures and recoveries. *Journal of Retailing*, 69(4), 429-452.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). The Buying Decision Process: The Five-Stage Model. In P. Kotler, & K. L. Keller, *Marketing Management* (14 ed., pp. 166-172). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Legard, R., Keegan, J., & Ward, K. (2003). In-depth interviews. *Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers*, 138-169.
- Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). The marketing aspects of service quality. *Emerging perspectives on services marketing*, 65(4), 99-107.
- Lin, J.-S., & Liang, H.-Y. (2011). The influence of service environments on customer emotion and service outcomes. *Journal of Service Theory and Practice*, 350-372.
- Luk, S. T., & Layton, R. (2002). Perception Gaps in Customer Expectations: Managers Versus Service Providers and Customers. *The Service Industries Journal*, 22(2), 109-128.
- Machleit, K. A., & Eroglu, S. A. (2000). Describing and Measuring Emotional Response to Shopping Experience. *Journal of Business Research*, 49, 101-111.
- Mroczek, D. K. (2001). Age and Emotion in Adulthood. *Current Directions in Psychological Science Current Directions in Psychol Sci*, 10(3), 87-90.



- Nyklíček, I., Vingerhoets, A. J., & Zeelenberg, M. (2011). *Emotion regulation and well-being*. New York: Springer.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 67, 420-450.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Richins, M. L. (1997). Measuring Emotions in the Consumption Experience. *Journal of Consumer Research*, 24(2), 127-146.
- Royce, C., & Neale, P. (2006). *Conducting In-depth Interviews: A Guide for Designing and Conducting In-depth Interviews for Evaluation Input*. Watertown: Pathfinder International.
- Shahin, A. (2004). SERVQUAL and Model of Service Quality Gaps: A Framework for Determining and Prioritizing Critical Factors in Delivering Quality Services.
- Smith, A., Bolton, R., & Wagner, J. (1999). A Model of Customer Satisfaction with Service Encounters Involving Failure and Recovery. *Journal of Marketing Research*, 36(3), 356-372.
- Surachartkumtonkun, J., Patterson, P. G., & Mccoll-Kennedy, J. R. (2013). Customer Rage Back-Story: Linking Needs-Based Cognitive Appraisal to Service Failure Type. *Journal of Retailing*, 89(1), 72-87.
- Tse, D. K., Nicosia, F. M., & Wilton, P. C. (1990). Consumer Satisfaction as a Process. *Psychology & Marketing*, 7(3), 177-193.
- Wan, L. C. (2013). Culture's impact on consumer complaining responses to embarrassing service failure. *Journal of Business Research*, 66, 298-305.
- Wirtz, J., & Mattila, A. (2004). Consumer responses to compensation, speed of recovery and apology after a service failure. *International Journal of Service Industry Management*, 15(2), 150-166.

- Wong, A. (2004). The role of emotional satisfaction in service encounters. *Managing Service Quality: An International Journal*, 14(5), 365-376.
- Woodruff, R. B., Cadotte, E. R., & Jenkins, R. L. (1983). Modeling Consumer Satisfaction Processes Using Experience-Based Norms. *Journal of Marketing Research*, 20(3), 296-304.
- Zeelenberg, M., & Pieters, R. (1999). Comparing Service Deliver to What Might Have Been: Behavioral Responses to Regret and Disappointment. *Journal of Service Research*, 2(1), 86-97.
- Zeelenberg, M., & Pieters, R. (2004). Beyond Valence in Customer Dissatisfaction. *Journal of Business Research*, 57, 445-455.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1993). The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21(1), 1-12.

### **Electronic Resources**

- Holtzhausen, S. (2001, July 16-18). *University of Leeds*. Retrieved from Triangulation as a powerful tool to strengthen the qualitative research design: the Resource-based Learning Career Preparation Programme (RBLCPP) as a case study: <http://www.leeds.ac.uk/educol/documents/00001759.htm>
- Smart Travel Asia. (2015, 8 21). *Result of the Smart Travel Asia Best in Travel Poll 2015*. Retrieved from Smart Travel Asia: <http://www.smarttravelasia.com/travelpoll.htm#Service>



ภาคผนวก

**ภาคผนวก ก**  
**ตารางสรุปบันทึกข้อมูล**

ผู้บันทึก	ชื่อ	อายุ	บริการที่ใช้	GAP	การบริการที่มีปัญหา	อารมณ์ / Keyword	พฤติกรรม 1	Justice	อารมณ์ 2	พฤติกรรม 2
1	ภูมิอนันต์	23	Distribution	Gap 5	Reliability, Assurance	ผิดหวัง รู้สึกแย่มากๆ	Complain	No	ผิดหวัง	Inertia
			Computer Service	Gap 5	Tangibles, Responsiveness	ไม่เข้าใจสงสัย	Inertia	Yes	N/A	N/A
2	บัณฑิตชา	23	Lodging	Gap 4, Gap 5	Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy	ไม่ประทับใจมาก ไม่น่าประทับใจทำอะไรไม่ได้ตกใจมาก	Inertia, Complain	No	กลัว	Inertia, Switch, WOM
3	ศุภณัฐ	20	Healthcare	Gap 3, Gap 5	Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy	แปลกใจ, โกรธ, โกรธสุดขีด	Inertia, Complain	No	โกรธ	Switch, WOM
4	ศุภากร	23	Restaurants	Gap 3, Gap 4, Gap 5	Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy	ไม่พอใจ โกรธ	Inertia, Complain	No	โมโห, โมโหมาก, ไม่สามารถทนได้, ไม่ยินดี	Complain, Switch
5	ศศิประภา	21	Restaurants	Gap 3,	Reliability, Responsiveness	รู้สึกแย่มากๆ,	Inertia, Complain	Yes	พียงพอใจ	Inertia

ผู้ บันทึก	ชื่อ	อายุ	บริการที่ใช้	GAP	การบริการที่มี ปัญหา	อารมณ์ / Keyword	พฤติกรรม ม 1	Justice	อารมณ์ 2	พฤติกรรม ม 2
				Gap 5	ss, Assurance, Empathy	โกรธ น้อยใจ	in			
6	กมลวัฒน์	23	Education	Gap 3, Gap 5	Reliability, Responsiveness, Assurance	ตกใจ ไม่พอใจ โกรธ	Inertia, Complain, WOM	Yes	พึง พอใจ	Switch
7	พรวิชัย	22	Computer Service	Gap 5	Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy	ผิดหวัง, ไม่พอใจ , หงุดหงิด, อารมณ์ เสีย	Inertia, Complain	No	ตกใจ, ไม่ พอใจ, ไม่ โปร่งใส	Inertia
8	จักรภัทร	22	Entertainment	Gap 5	Reliability, Responsiveness, Assurance	หงุดหงิด, ไม่ พอใจ	Complain	Yes	หงุดหงิด, ยอมรับ ใน ความ ผิดพลาด	Complain, Inertia
9	ชัยพฤกษ์	23	Transportation - Passenger	Gap 4, Gap 5	Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy	ไม่พอใจ , โดน สับสน ประมาณ ๓, โดน ดูถูก	Complain	No	ผิดหวัง	Complain, Switch
10	กชกร	24	Restaurants	Gap 3, Gap 5	Responsiveness	โมโห, ยอม ไม่ได้, รับไม่ได้	Complain	Yes	พอใจ มาก, รู้สึก โอเค	Inertia
11	ณัฏฐา	23	Telecommunications	Gap 4, Gap 5	Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy	ไม่พอใจ , รู้สึก ไม่ดี, ไม่ได้ รับ ความ ใส่ใจ	Complain	No	ไม่ได้ รู้สึกดี, ไม่ พอใจ	Inertia, WOM

ผู้ บันทึก	ชื่อ	อายุ	บริการที่ใช้	GAP	การบริการที่มี ปัญหา	อารมณ์ / Keyword	พฤติกรรม ม 1	Justice	อารมณ์ 2	พฤติกรรม ม 2
12	สกุล กานต์	22	Healthcare	Gap 3, Gap 5	Reliability, Responsiveness, Assurance	พูดไม่ ออก, ตกใจ เสียใจ	Inertia, Complain	No	เจ็บใจ	Inertia
13	ปองพล	22	Telecommunications	Gap 4, Gap 5	Reliability, Responsiveness, Assurance	ไม่พอใจ , ไม่ ประทับใจ	Inertia, Complain	No	ผิดหวัง	Switch, W-O-M
14	รติพร	21	Telecommunications	Gap 4, Gap 5	Reliability, Responsiveness, Empathy	ดำเนินการ ช้า, ไม่พอใจ , โมโห	Inertia, Complain	No	ไม่โอเค , ดิตลบ , ไม่ ชอบ	Switch, WOM
15	จิรวาดิ	21	Telecommunications	Gap 3, Gap 5	Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy	รู้สึก เหมือน เป็น ขอทาน, โกรธ	Complain	No	โกรธ	Complain, Switch
16	ธนต์	22	Restaurants	Gap 5	Reliability, Responsiveness, Empathy	ไม่พอใจ	Complain	No	หงุดหงิด, หงุดหงิด ดีมาก ที่สุด	Complain, Switch, WOM
17	จิตาภา	22	Restaurants	Gap 3, Gap 5	Responsiveness, Assurance, Empathy	ไม่ค่อย ชอบ, ตกใจ ไม่พอใจ โกรธ	Inertia, Complain	No	ทนไม่ ไหว, โกรธ	Complain, Switch
18	ชนวีร์	21	Restaurants	Gap 3, Gap 5	Tangibles, Reliability, Responsiveness, Empathy	ไม่ เป็นไร	Complain	Yes	โกรธ, ใจเย็น ลง, พึง พอใจ	Inertia
19	อารีญา	23	Tourism	Gap 5	Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy	ไม่พอใจ ,อย่าง มาก, กังวล	Complain	No	ไม่ พอใจ	Switch

ผู้ บันทึก	ชื่อ	อายุ	บริการที่ใช้	GAP	การบริการที่มี ปัญหา	อารมณ์ / Keyword	พฤติกรรม ม 1	Justice	อารมณ์ 2	พฤติกรรม ม 2
20	สุขขญา	18	Utilities	Gap 5	Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy	อาย, น้อยใจ, กลัว, กังวล ไม่พอใจ อย่างมาก	Switch	No		
21	ปาริษา	22	Transportation - Passenger	Gap 4, Gap 5	Tangibles, Reliability, Assurance	ง ไม่ พอใจ	Inertia, Complain	No	ไม่ เชื่อมั่น	Switch, Complain
22	พงศธร	22	Telecommunications	Gap 5	Reliability, Responsiveness, Assurance	ไม่พอใจ	Complain	No	เสีย ความรู้ สึก หงุดหงิด, สงสัย	Inertia
23	พิพัฒน์	22	Restaurants	Gap 3, Gap 5	Reliability, Responsiveness, Empathy	ไม่พอใจ	Complain	No	โกรธ, โมโห มาก, อารมณ์ ไม่ดี มากๆ	Complain, Switch
24	ตุลาพร	20	Lodging	Gap 5	Reliability	กังวล, ไม่โอเค	Complain	Yes	พอใจ	Inertia
25	จรัสกร	20	Restaurants	Gap 3, Gap 5	Reliability, Responsiveness	ไม่พอใจ	Complain	Yes	ไม่ พอใจ, เครียด, ฟัง พอใจ	Inertia
26	มาเรียม	22	Restaurants	Gap 5	Reliability, Responsiveness, Empathy	ไม่พอใจ โกรธ	Inertia, Complain	No	ทนไม่ ไหว, โกรธ	Switch, WOM

ผู้ บันทึก	ชื่อ	อายุ	บริการที่ใช้	GAP	การบริการที่มี ปัญหา	อารมณ์ / Keyword	พฤติกรรม ม 1	Justice	อารมณ์ 2	พฤติกรรม ม 2
27	ปาณิสตา	21	Healthcare	Gap 4, Gap 5	Reliability, Responsiveness	ไม่พอใจ	Inertia, Complain	No	ผิดหวัง, หงุดหงิด	Switch, WOM
28	ณิชากัทธ	22	Telecommunications	Gap 4, Gap 5	Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy	ไม่พอใจ	Complain	No	ผิดหวัง, รู้สึกแย่, ไม่ พอใจ, เสีย ความรู้ สึก	Complain, Inertia
29	กันต์	21	Transportation - Passenger	Gap 4, Gap 5	Reliability, Responsiveness, Empathy	ไม่พอใจ กังวล	Inertia, Complain	No	โกรธ	Switch
30	นฤ มลวรรณ	23	Restaurants	Gap 3, Gap 5	Responsiveness, Empathy	โกรธ	Complain	Yes	พึง พอใจ	Switch
31	นภัสสร	23	Utilities	Gap 5	Reliability, Assurance	ไม่มั่นใจ, ไม่ พอใจ น้อยใจ	Switch	No	N/A	N/A
32	ภูมิศาสตร์	23	Transportation - Passenger	Gap 4, Gap 5	Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy	ไม่พอใจ, พอรับ ได้	Complain	No	หงุดหงิด, ไม่ พอใจ	Switch
33	ชญาสิน	22	Transportation - Passenger	Gap 3, Gap 5	Reliability, Assurance	ไม่พอใจ	Inertia, Complain	No	หงุดหงิด	Switch
34	ณภัทรา	23	Restaurants	Gap 4, Gap 5	Tangibles, Responsiveness, Assurance, Empathy	ไม่พอใจ ผิดหวัง	Inertia, Complain	No	ไม่พึง พอใจ	Switch, WOM



ผู้ บันทึก	ชื่อ	อายุ	บริการที่ใช้	GAP	การบริการที่มี ปัญหา	อารมณ์ / Keyword	พฤติกรรม ม 1	Justice	อารมณ์ 2	พฤติกรรม ม 2
35	ภัทรลภา	24	Lodging	Gap 3, Gap 4, Gap 5	Tangibles, Reliability, Responsiveness, Empathy	ไม่พอใจ	Inertia, Complain	No	ผิดหวัง	Switch, WOM
36	ภัตสร ราณัฐ	23	Consulting	Gap 3, Gap 4, Gap 5	Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy	ไม่พอใจ โกรธ	Inertia, Complain	No	โกรธ	Switch, Complain, WOM
37	อรชญา	22	Maintenance and Repair	Gap 3, Gap 5	Reliability, Responsiveness, Assurance	ไม่พอใจ	Complain	No	โกรธ	Switch
38	วิภูษิต	23	Lodging	Gap 4, Gap 5	Tangibles, Reliability, Responsiveness	ผิดหวัง, ไม่พอใจ	Inertia, Switch, WOM	No	N/A	N/A
39	วีรภัทร	22	Restaurants	Gap 5	Reliability, Assurance	ไม่พอใจ โกรธ	Complain	Yes	พึงพอใจ	Inertia
40	สุภัสชา	23	Transportation - Passenger	Gap 4, Gap 5	Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy	ไม่พอใจ , หงุดหงิด	Inertia, Switch	No	N/A	N/A

## ภาคผนวก ข

### บันทึกข้อมูลแบบไดอารี่ (Diary)

#### ภูมือนันต์ (23 ปี) , ผู้บันทึก 1

ต้องขออธิบายก่อนว่า เนื่องจากคอมพิวเตอร์เครื่องเก่าของผมเสียหลังจากการใช้งานมานานหลายปี ผมจึงอยากได้คอมพิวเตอร์เครื่องใหม่ และจากการศึกษาหาข้อมูล (Information Search) ต่างๆ มากมายหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นจากใน Internet จากการสอบถามคนที่รู้จัก (Reference Group) และการถามพนักงานขายจากร้านขายอุปกรณ์ IT ต่างๆ ผมจึงได้ตัดสินใจว่าจะซื้อคอมพิวเตอร์ประกอบ ซึ่งหมายถึงการซื้อชิ้นส่วนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Main Board, VGA Card, RAM, CPU ฯลฯ เพื่อมาให้ทางร้านประกอบให้ ซึ่งร้านที่ผมเลือกครั้งนี้ก็คือ JIB ซึ่งเป็นร้านขายอุปกรณ์ IT ที่มีชื่อเสียง และใหญ่พอสมควร เนื่องจากมีหลายสาขาทั่วประเทศ โดยผมได้เดินทางไปศูนย์การค้าพันทิพย์บางกะปิ ซึ่งอยู่ใกล้บ้านเพื่อหาร้าน JIB ให้ประกอบคอมพิวเตอร์ให้

ในวันที่ประกอบ ผมได้บอกสเป็คคร่าวๆ ของคอมพิวเตอร์ที่ผมต้องการ เช่น เรื่องของ CPU, VGA Card และงบประมาณที่ผมมี โดยทางร้านได้จัดสเป็คคอมพิวเตอร์ และคำนวณราคามาให้ ซึ่งก็ผ่านไปได้ด้วยดี หลังจากนั้นผมก็รอ 1-2 ชั่วโมง ให้ทางร้านประกอบคอมพิวเตอร์ให้ หลังจากเวลาผ่านไปผมก็มารับของ ลองเปิดเครื่องทุกอย่างเรียบร้อยไม่มีปัญหา นำคอมพิวเตอร์กลับบ้านจ่ายเงินเสร็จสรรพเรียบร้อย

หลังจากเหตุการณ์ผ่านไปได้ 2-3 เดือน คอมพิวเตอร์เกิดมีปัญหาขึ้นมา โดยอาการ คือ เปิดติดบ้าง ไม่ติดบ้าง เครื่อง Boot ช้า ผมจึงตัดสินใจนำเครื่องกลับไปร้านที่พันทิพย์บางกะปิเพื่อให้ทาง JIB ได้ช่วยดู ทางฝ่ายช่างประจำร้านได้ลองถอดเครื่อง และลองเช็คอุปกรณ์ต่างๆ จนได้ความว่าน่าจะเป็นที่ Mainboard เสีย ซึ่ง Mainboard ตัวนี้เป็นของบริษัท Gigabytes ซึ่งเป็นบริษัทผลิตอุปกรณ์ Hardware ชั้นนำระดับโลก หลังจากนั้นเขาก็แจ้งกับผมว่าจะต้องส่งซ่อมอาจจะใช้เวลา 2-4 สัปดาห์ ผมก็ได้แต่ต้องยอมรับชะตากรรม รับใบเคลมสินค้า และยกของที่เหลือกลับบ้าน

ผ่านไป 2 สัปดาห์ เนื่องจากภายในคอมพิวเตอร์เครื่องนั้นมีข้อมูลที่ผมต้องใช้งาน ผมจึงพยายามทุกวิถีทางเพื่อที่จะได้ตัว Mainboard กลับมาเร็วขึ้น ผมจึงลองกลับไปค้นหาข้อมูลใน Internet อีกครั้ง และได้พบว่าจริงๆ แล้วระบบของร้าน JIB นั้นหากเราจะเคลมสินค้าอะไรก็ตาม ทาง JIB สาขาอื่นจะรับของไว้ แล้วส่งต่อไปที่สาขาเซียร์รังสิต แล้วจะส่งต่อไปยังศูนย์บริการซ่อมเคลมต่างๆ ตามสินค้าแต่ละยี่ห้อ แต่ในวันที่ผมนำสินค้าไปเคลม ทางพนักงานไม่ได้แจ้งไว้ก่อน เพราะถ้าหากผมรู้ตั้งแต่แรก ผมจะนำสินค้าไปเคลมที่เซียร์รังสิต เนื่องจากใกล้ธรรมชาติ และได้สินค้าคืน

เร็วมากกว่า และจากการค้นคว้าทำให้ได้รู้ว่าหากเราลองโทรไปคุยกับทางศูนย์ซ่อมของ Gigabytes เองเลย เราสามารถไปรับของเองได้ ไม่จำเป็นจะต้องไปรับจากทางร้านที่ JIB ซึ่งจะเป็นวิธีที่เร็วกว่า ระบบการขนส่งของทาง JIB และ Gigabytes ผมจึงได้โทรติดต่อกับทาง Gigabytes และได้ความว่า Mainboard ของผมเพิ่งไปถึงศูนย์ และทางช่าง Gigabytes กำลังจะดูให้ อาจจะใช้เวลาประมาณ 2-3 วัน ผมจึงได้ตกลงกับทาง Gigabytes ว่าหากซ่อมเสร็จให้ช่วยแจ้งกลับมาตามเบอร์ติดต่อนี้ด้วย แล้วผมจะไปรับของเอง ซึ่งผมก็ไม่เข้าใจว่าทำไมบริการหลังการขายของประเทศไทยจะต้องให้ลูกค้าโทรตามโทรเร่งบริการเอง ในเมื่อเราเป็นคนจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้า และบริการหลังการขาย

และเมื่อถึงเวลา ทาง Gigabytes ไม่ได้โทรมา ผมจึงลองโทรไปเช็คดู ปรากฏว่า Mainboard ซ่อมเสร็จแล้ว ทาง Gigabytes บอกให้มารับได้เลย ผมจึงได้ตกลงวันที่จะไปรับ เนื่องจากวันนั้นผมเรียนจนถึงเย็น ยังไม่สะดวกไปรับ และในวันที่ไปผมได้ขับรถไปจากบ้านถึงศูนย์บริการ Gigabytes เมื่อไปถึงศูนย์บริการที่ว่า คือ มีลักษณะเป็น Home Office ที่มี 3-4 ชั้น พอเข้าไปข้างในจะมีของวางระเกะระกะอยู่มากมาย ทั้งชิ้นส่วนของคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ช่างต่างๆ เมื่อผมเดินเข้าไป พนักงานซึ่งก็คือช่างที่กำลังนั่งซ่อมชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ก็หันเข้ามามองผมด้วย สายตาไม่ค่อยเป็นมิตร และทำท่าเหมือนไม่พอใจ ในตอนแรกผมเข้าใจว่าบริษัท Gigabytes ซึ่งเป็นบริษัทระดับโลกจะมีสำนักงานที่ได้มาตรฐาน เป็นห้องแล็บ และมีการควบคุม QC ที่ดีกว่านี้ แต่จากสภาพที่เห็น ทางบริษัท Gigabytes คงเน้นในเรื่องของการ Minimize Cost มาก หลังจากยืนรอ เพราะไม่มีที่นั่งประมาณ 10 นาที ก็มีช่าง Gigabytes คนหนึ่งได้นำ Mainboard ของผมมาให้ และพูดว่า “ผมลอง Test ไฟให้แล้วนะ ปกติทุกอย่าง” หลังจากนั้นผมก็ถามให้แน่ใจอีก 2-3 ครั้งว่า เรียบร้อยนะครับ คำตอบที่ได้คือเหมือนกับว่า Mainboard ของผมไม่ได้เสีย

หลังจากนั้น ผมได้ขับรถจากบริษัท Gigabytes มาที่พันทิพย์บางกะปิเพื่อให้ทาง JIB ได้ลองประกอบดูอีกครั้ง และหลังจากรอไป 1 ชั่วโมง ปรากฏว่าอาการยังเป็นเหมือนเดิม ไม่ได้มีอะไรเปลี่ยนแปลง ทางช่าง JIB ก็อุทาน และสับสนเป็นคำหยาบประมาณว่าทางช่าง Gigabytes ไม่ได้ทำอะไรเลย ในตอนนั้นผมรู้สึกแย่มากที่เสียเวลาชีวิตในการนั่งรอขับรถฝารถติดหลายชั่วโมง แล้วไม่ได้ทำอะไรเลย จากนั้นผมก็เริ่มถามหาความรับผิดชอบว่าทางร้าน JIB จะช่วยอะไรผมได้บ้าง ทางผู้จัดการของของร้านก็ตอบว่า “เดี๋ยวจะลองดูให้” แล้วก็หายไปโทรศัพท์

เกือบๆ 30 นาทีต่อมา เขาได้บอกกับผมว่าจะเอาไปซ่อมให้เป็นกรณีพิเศษ และได้ให้ใบเคลมสินค้าใบใหม่มาให้ผม แต่ใบเคลมนี้จะไม่เหมือนใบเคลมคราวที่แล้ว เพราะเขาบอกว่าเป็นการเคลมแบบพิเศษ และจะใช้เวลาประมาณ 2 สัปดาห์ ผมก็ได้แต่รับชะตากรรมต่อไป 2 สัปดาห์

ต่อมาเค้าบอกว่าของมาถึงร้านแล้ว ผมจึงได้ยกอุปกรณ์ที่เหลือไปที่ร้านที่บางกะปิอีกรอบ และให้ทางร้านลองประกอบดู เมื่อลองประกอบปรากฏว่าอาการเหมือนเดิม ทั้งๆ ที่เปลี่ยน

Mainboard แล้ว และช่างของทาง JIB อีกคนได้เข้ามา และลองเช็คอาการให้อีกครั้ง ซึ่งช่างคนนี้เป็นคนละคนกับคนแรกที่เช็ค ช่างคนที่ 2 บอกว่าจริงๆ แล้วอาจจะเป็นที่ VGA Card ผมนี่ถึงกับอ้าปากค้าง แล้วที่ผ่านมาก็อะไร เขาจึงบอกว่าจะต้องเคลม VGA Card ซึ่งผมก็ได้แต่ยอมรับชะตากรรมต่อไป แต่เขาบอกว่าจะช่วยไปเคลมที่ศูนย์โดยตรงให้จะได้เร็วกว่า

และแล้วอีก 2 สัปดาห์ก็ผ่านไปมันไม่ได้ไวเหมือนโกหก แต่ในครั้งนี้อคติที่ทาง JIB เอาไปเคลมแค่ VGA Card ผมจึงยังสามารถใช้คอมพิวเตอร์ทำงานได้ปกติ และเมื่อ 2 สัปดาห์ผ่านไปทางร้านได้โทรมาแจ้งว่าของมาแล้ว ผมจึงยกคอมพิวเตอร์ทั้งตัวไปเพื่อทดสอบ และผลก็ปรากฏออกมาว่าอาการเหมือนเดิม แต่ในครั้งนี้อคติดีขึ้น คือไม่ได้ค้าง และ Boot ช้าตลอด แต่จะเป็นแค่บางครั้ง

ผม และช่างของ JIB นั่งมองหน้ากันแบบงงๆ และทางช่าง 2-3 คนที่เคยมาช่วยผมก็บอกว่า “พี่ไม่รู้จะทำยังไงแล้วเหมือนกันนี่” โดยรวมแล้วก็คือ เค้าบอกผมว่าปัญหาที่เกิดขึ้นอาจจะ เป็นเพราะความไม่เข้ากันของการจัดสเปคคอมพิวเตอร์ตั้งแต่แรก (ซึ่งเขาเป็นคนแนะนำสเปคให้) เขา จึงแนะนำให้ผมลองเปลี่ยน VGA Card ให้เข้ากับ Mainboard แต่ผมปฏิเสธเพราะคิดว่ามันไม่ใช่เรื่อง ที่จะต้องมีเสียเงินซ้ำซ้อนหลายๆ รอบ ผลสรุปก็คือ การที่ผมต้องรอรการเคลมอุปกรณ์ต่างๆ ค่าเสียค่า โอกาส (Opportunities Cost) ของผมนั้นตีออกมาเป็นเงินไม่ได้ รวมไปถึงค่าเสียเวลา และทรัพยากร ต่างๆ มากมายที่ผมได้เสียไป ก็ได้เสียไปพร้อมกับความรู้สึกของผมที่มีต่อการบริการ และระบบการ ประสานงานของทาง JIB, Gigabytes และ Supplier เช่นกัน แต่ยังคงขอชมเชยพนักงาน JIB หลายๆ คนที่พูดจาอยู่ในระดับที่โอเค และพยายามที่จะหาทางช่วยลูกค้าตาต่างๆ อย่างผมจริงๆ ข้อคิด ที่ได้จากการซื้อคอมพิวเตอร์ประกอบครั้งนี้คือ อย่าไว้ใจ “บริการหลังการขาย” และ “ตนเป็นที่พึ่ง แห่งตน”

## บัณฑิตา (23 ปี) , ผู้บันทึก 2

ข้าพเจ้าได้เคยมีโอกาสใช้บริการโรงแรมชื่อ St. Moritz Hotel เมือง San Francisco ประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงเดือนมีนาคมปี 2014 เนื่องจากเป็นโรงแรมที่อยู่กลางตัวเมือง เดินทาง สะดวก และดูจากในรูปของเว็บไซต์ก็นับว่ามีสภาพที่ดีในระดับหนึ่ง

ข้าพเจ้า กับเพื่อนจึงตัดสินใจจองโรงแรมนี้ กับเพื่อนอีก 5 คน โดยเพื่อนของข้าพเจ้า เดินทางไปถึงก่อน 3 คน ข้าพเจ้ากับเพื่อนอีก 2 คนได้ตามไปที่หลัง เมื่อเดินทางไปถึงก็พบว่าโรงแรม เก่ามากตั้งแต่พรมที่ปูก็มีกลิ่นอับ ลิฟต์ก็เป็นแบบเก่าที่ยังใช้โซ่ลูกกรงอยู่ เมื่อถึงห้องพักก็เกิดความรู้สึก ไม่ประทับใจมาก เป็นห้องเล็กๆ สองห้องที่เชื่อมต่อกัน โดยมีห้องน้ำรวมเล็กๆ เพียงห้องเดียว แต่ต้อง

ใช้ร่วมกันถึง 6 คน แต่เพื่อนของข้าพเจ้าจ่ายเงินค่าห้องไปแล้ว จึงต้องจำใจอยู่ไปก่อน และคิดว่าน่าจะทนได้

แต่เมื่ออยู่ต่อไปก็ยิ่งพบบริการที่ไม่น่าประทับใจ ทั้งการจ่ายเงินก็ไม่มีหลักฐานการเงินใดๆ ให้ ราคาห้องพักตกอยู่ราคา 3,000 ต่อเดือน รวมหกคนจึงเท่ากับคนละ 500 ดอลลาร์ต่อเดือน หากเทียบกับสภาพห้องนั้นแล้วถือว่ามียาแพงมาก อีกทั้งเจ้าของโรงแรมเป็นคนอินเดียที่ชอบทำอาหารอินเดีย ส่งกลิ่นคลุ้งไปทั่วห้องโถงเป็นประจำ และชอบเปิดเพลงเสียงดังเวลากลางคืน อีกทั้งยังจัดปาร์ตี้กันบ่อยมาก โดยที่ไม่เกรงใจแขก เพื่อนคนหนึ่งของข้าพเจ้าจึงเข้าไปพูดคุย ขอร้อง แต่ก็ไม่ได้ผล ยังคงมีการจัดปาร์ตี้กันบ่อยๆ เช่นเดิม สภาพเครื่องนอนก็สกปรก เพื่อนของข้าพเจ้าโดน Bed Bug กัด แต่ก็ทำอะไรไม่ได้นอกจากแจ้งให้แม่บ้านนำเครื่องนอนไปทำความสะอาด และเปลี่ยนใหม่ให้ แต่ก็ยังพบว่ามี Bed Bug อยู่ดี

โรงแรมนี้มีห้องครัวรวมที่แขกทุกคนสามารถไปใช้บริการได้ เพื่อนของข้าพเจ้าก็นำอาหารสดที่เหลือจากการทำอาหารไปแช่ไว้ในตู้เย็น เมื่อกลับไปตรวจดูอีกครั้งก็พบว่าอาหารสดหายไปแล้ว จึงไปแจ้งเจ้าของโรงแรม เขาก็บอกว่าทำอะไรไม่ได้ เพราะในห้องครัวไม่มีกล้องวงจรปิด ครัวหลังให้หมั่นตรวจเช็คเอาเอง

เมื่อผ่านไปสองสัปดาห์ เจ้าของโรงแรมก็มาคุยกับพวกเรา เพื่อขอขึ้นค่าเช่า เพราะพวกเราอยู่กันหลายคน ซึ่งพวกเราก็ได้กลับว่าไม่มีสัญญาใดๆ เลยตั้งแต่เข้ามาอยู่ จะมาขึ้นค่าเช่าโดยพลการไม่ได้ แต่เจ้าของโรงแรมก็ไม่ยอมเราจึงต้องจำใจจ่ายเพิ่มไปก่อนอีก 1,000 ดอลลาร์ โดยระหว่างนั้นก็อยู่ในช่วงที่หาโรงแรมใหม่ และคิดว่าหากหาโรงแรมใหม่ได้จะย้ายทันที รวมทั้งระบบรักษาความปลอดภัยก็แย่มาก กลางดึกคืนหนึ่งเวลาประมาณตีสาม มีคนส่งเสียงเอะอะโวยวาย และมาเคาะห้องของทุกคนในโรงแรม พวกเราก็ตกใจมากจึงส่งเพื่อนที่เป็นผู้ชายออกไปดู ทราบเรื่องว่าเป็นโฮมเลสบุกขึ้นมาก่อวุ่นวายไล่เคาะประตูของทุกห้อง เพื่อที่ต้องการให้เจ้าของโรงแรมแจ้งตำรวจ เพราะเขาอยากติดคุก พวกเราจึงรู้สึกไม่ปลอดภัยมาก นอกจากให้บริการที่แย่แล้ว ยังไม่ห่วงทรัพย์สินและความปลอดภัยของแขกที่มาพักอีก ราคาก็ไม่สมเหตุสมผล และตอนนั้นพวกเราหาโรงแรมใหม่ได้พอดีจึงตัดสินใจย้ายออก และขอเงินคืนครึ่งหนึ่ง เพราะอยู่ไม่ถึงเดือน แต่เราได้คืนเพียง 30% จากการต่อรอง แต่ในตอนนั้นพวกเราไม่สนเรื่องเงินแล้ว ขอเพียงแค่อย้ายออกจากที่โรงแรมนี้เป็นพอ

เมื่อตกลงกันเรื่องย้ายออก และได้เงินคืนบางส่วนแล้ว จึงรีบพากันย้ายออกทันที และไปเขียนแสดงความคิดเห็นในแง่ลบกับโรงแรมลงในเว็บไซต์ เพื่อเตือนแก่ผู้อื่นที่คิดจะมาพักโรงแรมนี้ให้ตัดสินใจดีๆ จะได้ไม่ได้รับประสบการณ์แย่ๆ แบบที่พวกเราเคยเจอ

### ศุภณัฐ (20 ปี) , ผู้บันทึก 3

เหตุการณ์นี้เกิดขึ้นเมื่อประมาณกลางปีที่แล้ว เมื่อผมเป็นนักศึกษาปี 1 ต้องเข้ารับการตรวจร่างกายเพื่อบันทึกประวัตินักศึกษาในระบบมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผมเลือกที่จะใช้บริการของโรงพยาบาลธรรมศาสตร์ เพราะอยู่ใกล้กับหอพัก เมื่อผมเดินทางถึงโรงพยาบาลสิ่งแรกที่ต้องทำคือ กดบัตรคิวเพื่อทำบัตรผู้ป่วยก่อน ซึ่งใช้เวลาพอสมควร แต่ผมก็ไม่ได้กังวลอะไร เพราะเตรียมใจไว้อยู่แล้ว จากนั้นผมก็ต้องไปกรอกเอกสารที่ห้องตรวจสุขภาพ เพื่อเข้ารับการตรวจ ในเอกสารนั้นระบุรายละเอียดไว้ชัดเจนว่ามีบริการตรวจอะไรบ้าง ผมก็เลือกบริการตรวจที่ทางมหาวิทยาลัยกำหนด และเลือกตรวจหมู่โลหิต หลังจากส่งเอกสาร เมื่อพนักงานตรวจเอกสารเสร็จ พนักงานก็บอกผมว่าต้องไปหาห้องตรวจเอง ผมก็รู้สึกแปลกใจเป็นอย่างมากเนื่องจากไม่เคยตรวจที่โรงพยาบาล และทำไมต้องเดินเรื่องเอง ผมก็เลยไปตรวจตามแผนกต่างๆ กว่าจะเสร็จใช้เวลาไปไม่น้อยกว่า 2 ชั่วโมง และต้องกลับเอาผลตรวจมาส่งที่ห้องแรกที่กรอกเอกสาร เพื่อให้หมอออกใบรับรองแพทย์ให้ แต่กลับไม่มีใครอยู่เพราะพนักงานทั้งหมดไปพักเที่ยง

ช่วงเวลานั้นเป็นช่วงที่ผมเริ่มโกรธว่า ทำไมแค่ตรวจสุขภาพถึงต้องยุ่งยาก และใช้เวลานานอย่างนี้ ผมก็ได้แต่นั่งรออย่างเดียว พอพนักงานกลับมาให้บริการ ผมก็เพิ่งมาพบว่าพนักงานที่ตรวจเอกสารได้ขีดลบช่องตรวจหมู่โลหิตของผมออกไป ผมจึงเข้าไปถามว่าทำไมถึงลบออก พนักงานบอกว่าเห็นว่าเป็นนักศึกษามาตรวจเลยลบช่องบริการที่มหาวิทยาลัยไม่ต้องการ นาที่นั้นผมโกรธถึงขีดสุด ผมไม่อยากจะเชื่อว่าพนักงานจะทำตัวรู้ดีกว่าลูกค้าจริงๆ แล้วต้องการอะไร นอกจากนั้นพนักงานยังไม่มีอาการแจ้งให้ทราบด้วยว่าลบอะไรออกไป เหมือนกับว่าอยากจะทำอะไรก็ได้ไม่ต้องถามลูกค้า ผมถือว่าเป็นหนึ่งในสิ่งที่แย่ที่สุดในการให้บริการบนโลกใบนี้ เล่าไปแล้วมาก็ยังรู้สึกโกรธไม่หาย หลังจากนั้นผมก็เลยต้องไปขอเอกสารตรวจโลหิตเพื่อตรวจเพิ่ม และก็อีกเช่นเคยผมต้องรอผลตรวจนานมาก ที่แย่ไปกว่านั้น ผมต้องเดินไปเอาผลตรวจเอง และกลับมาขอใบรับรองแพทย์ที่ห้องเดิม สรุปลงเวลาทั้งหมดที่ผมใช้ไปกับการตรวจสุขภาพที่โรงพยาบาลแห่งนี้ คือประมาณ 7 ชั่วโมง ตั้งแต่เจ็ดโมงเช้ายันบ่ายสอง เหตุการณ์นี้ทำให้ผมสัญญากับตัวเองว่าจะไม่มาโรงพยาบาลนี้อีก หรืออย่างน้อยที่สุดก็ไม่มาตรวจสุขภาพที่นี่อีกแน่นอน นอกจากนี้ผมยังบอกเพื่อนๆ หลายคนด้วยว่าบริการที่โรงพยาบาลนี้เป็นอย่างไร เพื่อเตือนไม่ให้ไปใช้บริการ

### ศุภากร (23 ปี) , ผู้บันทึก 4

ประสบการณ์การใช้บริการ ที่ทำให้เกิดความไม่ประทับใจอย่างมากของข้าพเจ้า เกิดขึ้นจากการสั่ง พิซซ่ากับ The Pizza Company แล้วเกิดความล่าช้าทำให้ต้องรอพิซซ่าถึง 2 ชั่วโมง

เหตุการณ์นี้เกิดขึ้นเมื่อ 3 เดือนที่แล้ว ทางบริษัท The Pizza Company ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย (Promotion) สำหรับลูกค้าที่สั่งพิซซ่าผ่านทางออนไลน์ช่องทางแอปพลิเคชัน: The Pizza Company 1112 จะได้รับสิทธิพิเศษ ซื่อ 1 ถาด แกรมฟรี 1 ถาด สำหรับขนาดถาดกลางขึ้นไป โดยสามารถเลือกจะไปรับที่สาขาใกล้เคียง หรือให้บริการส่ง (Delivery) ก็ได้ ตอนนั้นทางครอบครัวของข้าพเจ้าจึงตัดสินใจเลือกสั่งผ่านทางแอปพลิเคชันแล้วไปรับที่สาขา จะได้ไม่ต้องรอนาน ช่วงเวลาที่ทำการสั่งผ่านทางแอปพลิเคชันนั้น การทำรายการค่อนข้างจะยุ่งยาก อาจจะเป็นเพราะระบบยังไม่เสถียร ทำให้บางตัวเลือกกดไปแล้วก็ไม่ขึ้นรายการ หรือแอปพลิเคชันหยุดชะงักไปเองในหลายครั้ง จนต้องกดดาวโหลดแอปพลิเคชันใหม่ ซึ่งกว่าจะทำรายการสั่งได้สำเร็จใช้เวลาประมาณ 20 นาที ซึ่งถือว่าค่อนข้างนานสำหรับการสั่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ที่ควรจะรองรับการใช้งานให้สะดวกต่อลูกค้ามากกว่านี้

หลังจากที่สั่งเสร็จแล้ว ขณะนั้นเป็นเวลา 11.00 น. ของวันเสาร์ และคิดว่ายังไม่ถึงเที่ยง คนคงไม่เยอะ ไม่น่าจะรอนาน จึงไปทำธุระที่อื่นก่อนแล้วจึงไปรับที่สาขา โดยในแอปพลิเคชันได้ระบุไว้ว่าจะต้องรอประมาณ 20 นาที โดยสามารถเช็คสถานะของออเดอร์ในแอปพลิเคชันได้เสมอว่าถึงขั้นตอนไหนแล้ว ซึ่งประมาณ 20 นาทีผ่านไป สถานะออเดอร์ของข้าพเจ้าก็ขึ้นว่าพิซซ่าเสร็จแล้วสามารถไปรับได้เลย

พอเช็คสถานะออเดอร์เรียบร้อย ข้าพเจ้าก็ไปรอรับพิซซ่าที่ร้านสาขาที่สั่งไว้ สิ่งที่ทำให้รู้สึกไม่พอใจอย่างแรกคือ เมื่อยื่นโทรศัพท์ให้พนักงานเช็ครายการ พนักงานกลับทำหน้ามึนงง เหมือนไม่เคยเห็นระบบนี้มาก่อน แล้วจึงเรียกพนักงานคนอื่นๆ มาดูว่าคืออะไร จนต้องอธิบายพนักงานว่าได้ทำการสั่งผ่านทางออนไลน์แล้วมารับพิซซ่าที่สั่งไว้ พนักงานก็เดินไปเช็คออเดอร์ปรากฏว่าไม่มีการทำรายการของข้าพเจ้า แต่ข้าพเจ้าก็ยืนยันไปแล้วว่าได้สั่งไปแล้วพร้อมจ่ายเงินผ่านทางบัตรเครดิตเรียบร้อยแล้ว ตอนนั้นก็เป็นเวลาประมาณเที่ยงกว่าๆ แล้ว คนในร้านเริ่มเยอะขึ้นเรื่อยๆ รวมทั้งออเดอร์เดลิเวอรี่ก็น่าจะเยอะเช่นกัน ทำให้พนักงานในร้านดูยุ่ง จากนั้นพนักงานที่ดูแลออเดอร์ข้าพเจ้าตอบกลับมาเพียงแค่ว่า “ไม่มีออเดอร์นะคะคุณลูกค้า รบกวนโทรไปเช็คกับทาง Call Center นะคะ” แล้วก็เดินไปให้บริการลูกค้าท่านอื่น ตอนนั้นข้าพเจ้าเริ่มโมโห และทิวมากแล้ว แทนที่จะได้ความสะดวกรสบายมากขึ้นกลับต้องมาเสียเวลากับขั้นตอนใหม่ทั้งหมด พอเมื่อโทรไปเช็คกับทาง Call Center ก็พบว่าระบบขัดข้องต้องทำรายการใหม่ สามารถสั่งได้ที่เคาน์เตอร์ได้เลย โดยไม่ต้องจ่ายเงินอีกครั้ง ตอนนั้นจะถอดใจเปลี่ยนไปทานอย่างอื่น แต่คุณพ่อบอกว่าไหนๆ มาแล้วก็รออีกสักนิด

เมื่อสั่งรายการใหม่กับทางพนักงาน พร้อมบอกว่าขอใช้โปรโมชันตามออนไลน์ คือ ซื่อ 1 แกรม 1 พนักงานก็ตกลง และรับออเดอร์ไป พร้อมบอกให้รออีก 20 นาที ตอนนั้นข้าพเจ้านั่งรออยู่

หน้าร้าน จนพนักงานเดินเอาพิซซ่ามาให้ แต่กลับได้พิซซ่าเพียงถาดเดียว!! จึงถามพนักงานคนเดิมว่า หยิบให้ผิดหรือเปล่า เมื่อพนักงานกลับไปเช็คอีกครั้ง สรุปลงได้ว่าอีกออเดอร์ตกหล่น ยังไม่ได้ทำ โดยที่ข้าพเจ้าต้องรออีก 10 นาทีสำหรับอีกหนึ่งถาด ตอนนั้นค่อนข้างโมโหมาก เพราะรอมานานรวมเวลาที่ชิวโหมงกว่าแล้ว อีกทั้งพนักงานที่รับออเดอร์ทำสีหน้าไม่พอใจอย่างเห็นได้ชัด และเอาไปนินทาหลังกับพนักงานคนอื่น ทำให้ข้าพเจ้าไม่สามารถทนกับการให้บริการเช่นนี้ได้จึงโทรเข้า Call Center เพื่อร้องเรียนการให้บริการ หลังจากวางสายไปได้สักพัก ผู้จัดการร้านก็เดินมาหาเพื่อเช็ครายการอาหารที่สั่ง พร้อมกล่าวขอโทษกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และยินดีจะเปลี่ยนขนาดพิซซ่าถาดที่ 2 จากถาดเล็กเป็นถาดใหญ่ให้ แถมปิกโก้ 1 กล่อง และ Pepsi ให้ 1 ขวด แต่ช่วงเวลาตอนนั้นไม่ได้ยินดีกับสิทธิพิเศษที่ได้รับเพิ่มขึ้น แต่กลับทำให้รู้สึกแย่มากขึ้นที่ไม่เกิดปัญหาค่อนข้างนานแล้ว แต่ผู้จัดการร้านกลับเพิ่งมาขอโทษ ถ้าไม่โทรไปแจ้งก็จะไม่เกิดอะไรขึ้นใช่ไหม หลังจากเหตุการณ์นี้ครอบครัวของข้าพเจ้าก็ไม่คิดจะสั่งพิซซ่ามาทานอีกเลย เชื่อกับการทนรอนาน และการให้บริการที่ไม่น่าประทับใจเช่นนี้

สิ่งที่ข้าพเจ้าคิดว่าปัญหาสำคัญสำหรับเหตุการณ์การให้บริการในครั้งนี้ เกิดจากจุดเริ่มต้นของการวางระบบช่องทางการสั่งออนไลน์ทางแอปพลิเคชันที่ยังไม่เสถียร ทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา ทางที่ดีควรเช็คระบบให้แน่ชัดทั้งหมดก่อนที่จะเปิดให้ใช้บริการ และระหว่างการให้บริการอีกทั้งควรทำให้ระบบสะดวกต่อการใช้งานของลูกค้าด้วย (User Friendly) ต่อมาคือความพร้อมของพนักงานที่ยังไม่เข้าใจระบบการให้บริการรูปแบบใหม่ นี้อาจจะเป็นปัญหาด้านการสื่อสารภายในองค์กรที่ควรจะมีการสื่อสารให้พนักงานทุกคนเข้าใจตรงกันถึงบริการหรือโปรโมชั่นใหม่อยู่เสมอ และอีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญคือการอบรมพนักงานให้มีความพร้อม และยินดีให้บริการอยู่เสมอ สิ่งนี้เป็นหัวใจสำคัญที่จะสร้างหรือลดความประทับใจของลูกค้า บริษัทควรจัดการอบรมการบริการที่ดีให้แก่พนักงาน และผู้จัดการร้าน รวมทั้งการหาแนวทางจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างทันถ่วงที ที่จะไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่ดีกับการให้บริการ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพื่อสร้างความประทับใจในการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างยั่งยืน

### ศศิประภา (21 ปี) , ผู้บันทึก 5

เรื่องเกิด 2 ปีที่แล้ว เนื่องจากต้องเดินทางไปทำธุระนอกบ้าน ช่วงพักกลางวันทำให้ต้องหาสถานที่เพื่อต้องการรับประทานกลางวัน จึงตัดสินใจแวะโลตัสหนองจอก ซึ่งมีศูนย์อาหารไว้ให้บริการ ดิฉันเข้าไปในศูนย์อาหารก็ไปแลกบัตรซื้ออาหาร ซึ่งพนักงานที่เคาน์เตอร์แลกบัตรที่โลตัสแห่งนี้ตอนที่ดิฉันไปแลกบัตร พนักงานแลกบัตรกำลังยืนคุยกับร้านอาหารที่อยู่ใกล้เคียง ซึ่งตอนนั้นไม่ใช่แค่ดิฉันที่อยู่รอ ลูกค้าก่อนหน้าก็มียืนรออยู่ เลยไม่ทราบว่ามีการยืนรออยู่ทำไมไม่มาให้บริการ ก็เลยคิดๆ จะไม่รอแล้ว แต่สุดท้ายก็ตัดสินใจว่าจะรอต่อไปอีกสักหน่อย เพราะไม่อยาก



เสียเวลาไปเดินหาที่กินอาหารกลางวันใหม่ ลูกค้าบางคนก็ตัดสินใจออกไปไม่รอแล้วทำให้เหลือลูกค้าที่ต่อแถว 2-3 คน รอประมาณ 10 นาที พนักงานจึงมาที่เคาน์เตอร์แล้วจึงให้บริการเรา ทั้งขณะแลกเงินเป็นบัตรอาหารให้เราที่ยังคุ้ยโทรศัพท์ทำให้รู้สึกแย่มากๆ จนกระทั่งไปซื้ออาหารแล้วจ่ายบัตรอาหารไปซึ่งเป็นแบบบัตรรูดตัดยอดเงินอัตโนมัติในบัตรจึงรู้ว่าพนักงานแลกบัตรเขาใส่เงินมาให้ในบัตรไม่ครบคือ ให้เงินไป 250 บาท แต่เงินในบัตรมี 230 บาท แต่ก็ไม่ได้ถามทวงพนักงานแลกบัตรนั้น แต่อย่างไร ซึ่งก็รับรู้ได้ถึงความไม่ใส่ใจ และไม่สนใจปฏิบัติงานให้ดี ถ้าพนักงานใส่ใจในงานมากกว่านี้ ความผิดพลาดก็อาจไม่เกิดขึ้นก็ได้

เมื่อซื้ออาหารแล้วก็ไปหาที่นั่งในศูนย์อาหารนั้นซึ่งกว้างขวางพอสมควร ผู้คนที่เยอะ ณ เวลานั้น เมื่อหาที่นั่งได้เรียบร้อยก็วางจานข้าวไว้ที่โต๊ะแล้วเราก็เดินไปซื้อน้ำซึ่งร้านก็อยู่บริเวณนั้น พอกลับมาที่โต๊ะจะทานข้าว จานข้าวหาย ตอนนั้นรู้สึกโกรธมาก แบบว่าเจอเรื่องพนักงานแลกบัตรมาก็พอสมควรแล้วใครขโมยข้าวเราไปอีก สักพักจึงรู้สาเหตุของข้าวหาย คือ บริเวณนั้นมีพนักงานเก็บงานที่กำลังเช็คโต๊ะอาหารข้างๆ อยู่ ดิฉันมองเข้าไปที่ถังเก็บงานในรถเข็นของพนักงานเห็นจานข้าวเรายังมีข้าว และกับข้าวเราอยู่เต็มจานเลย ตอนนั้นก็รู้สึกไม่ดีว่าพนักงานเขาไม่รู้เลยหรือว่าจานข้าวลูกค้าที่วางอยู่ยังไม่ได้ทานเลย ดิฉันก็เลยถามพนักงานเก็บงานว่าเก็บงานจากโต๊ะเราไปใช่ไหม ปรากฏว่าใช้จานข้าวของเราเอง พนักงานก็ขอโทษขอโพย ซึ่งในภวะนั้นก็เป็นความรู้สึกไม่ดีสะสมมาตั้งแต่จุดแลกบัตรแล้ว จนมาเจอพนักงานเก็บงานอีก ในตอนนั้นก็คิดว่าจะไปหาอาหารทานที่อื่นแล้ว ซึ่งก่อนออกไปก็แวะที่เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ ดิฉันบอกพนักงานถึงปัญหาที่เจอจริงๆ เลยว่าเราไม่พอใจ ทั้งยังกรอกใบแสดงความคิดเห็นเขียนตำหนิความผิดพลาดที่เกิดขึ้นกับเรา ทางพนักงานประชาสัมพันธ์ก็ขอชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์เราไว้ หลังจากนั้นผ่านไปประมาณ 1 อาทิตย์ ไปรษณีย์ก็มาส่งบัตรส่วนลดบัตรของก้านัล และบัตรศูนย์อาหารฟรีมูลค่า 500 บาท จากโลตัสมาให้เรา ซึ่งคาดว่าน่าจะเป็นการขอโทษลูกค้า หรือการแสดงความรักในเรื่องราวที่เกิดขึ้นนี้

### กมลวิทย์ (อายุ 23 ปี) , ผู้บันทึก 6

ปิดเทอมใหญ่ที่ผ่านมามีความต้องการที่จะฝึกขับรถ โดยเริ่มแรกก็ขอร้องให้พ่อสอนให้ เพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย แต่พ่อกลับที่จะสอนลูกตัวเองขับรถ เพราะทั้งกลัวอุบัติเหตุเนื่องจากรถที่ใช้ปกติมีเบรกแค่ฝั่งคนขับเพียงฝั่งเดียวเท่านั้น ซึ่งต่างจากรถที่โรงเรียนสอนขับรถใช้ ที่มีเบรกฝั่งของผู้โดยสารเบาะหน้า รวมถึงพ่อกลับทะเลาะกับลูกระหว่างการสอน จึงตัดสินใจให้เงินแก่ผมไปหาที่เรียนขับรถเอง

เริ่มจากการหาข้อมูลโรงเรียนสอนขับรถจากเพื่อนสนิท 2 คน คนแรกเรียนขับรถกับขนส่ง เพราะเพื่อนคนนี้เรียนที่ขนส่งแล้วสอบที่เดียวผ่าน เนื่องจากขนส่งสอนตัวเข้มในส่วนของที่

นำเอาไปสอบโดยเฉพาะ เน้นเฉพาะที่สอบ ส่วนที่ไม่สอบแทบจะไม่สอน ทำให้เพื่อนของผมคนนี้ได้ใบขับขี่ที่ต่างๆ ที่ขาดทักษะในเรื่องของการออกถนนใหญ่ ส่วนคนที่สองเรียนขับรถกับโรงเรียนเล็กๆ ที่ไม่มีชื่อเสียง ใช้งบค่าๆ แต่เพื่อนรับประกันว่าสอนดี สอนครบถ้วน และสอบผ่านภายในครั้งแรกที่สอบเช่นเดียวกัน จากข้อมูลที่ผมสอบถามเพื่อน ผมสนใจในโรงเรียนสอนขับรถของเพื่อนคนที่สอง แต่ติดอยู่อย่างเดียวคือไกลบ้านมาก เดินทางไม่สะดวกอย่างยิ่ง จนสุดท้ายผมต้องหาที่เรียนด้วยตนเอง และได้ที่เรียนขับรถแถวๆ บ้าน ซึ่งมีราคาแพงกว่าของเพื่อนที่เรียนอยู่ 1,000 บาท แต่ด้วยความที่ผมรักสะดวกขึ้นก็เลยเดินทางไกลจึงเป็นเหตุให้ผมตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนขับรถแห่งนี้

โรงเรียนสอนขับรถแห่งนี้มีชื่อว่า “โรงเรียนรุ่งนครสอนขับรถ” ซึ่งเป็นโรงเรียนสอนขับรถชื่อดัง มีหลายสาขา มีการรับรองของกระทรวงศึกษาธิการ และมีคอร์สให้เลือกเรียนหลายคอร์สตามพื้นฐานของผู้เรียน ซึ่งผมเลือกเรียนคอร์สราคา 4,000 บาท เป็นคอร์สที่สอนทั้งสองเกียร์ ระยะเวลาเรียน 14 ชั่วโมงซึ่งสำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้เลย ส่วนถ้าผู้เรียนพอมีพื้นฐานค่าเรียนจะอยู่ที่ 3,000 บาท ระยะเวลาเรียน 10 ชั่วโมง

วันแรกที่ผมเรียน เริ่มต้นจากโทรทัศน์เวลากับครูสอนขับรถล่วงหน้า 1 วัน เรียนวันละ 2 ชั่วโมง โดยทางโรงเรียนจะเป็นผู้จัดครูสอนขับรถให้แก่เราเอง ครูที่สอนผมขับรถในแรกเป็นครูผู้ชาย อธิบายดีมาก เริ่มจากสอนการเข้าเกียร์ เหยียบคลัตช์ชนิดหน้อย แล้วก็ปล่อยให้ผมขับโดยมีครูคอยระวังอยู่ข้างๆ และแนะนำเทคนิคต่างๆ การเรียนวันแรกของผมเป็นไปได้ด้วยดี ไม่มีปัญหาติดขัดใดๆ วันต่อมาของการเรียนขับรถ วันนี้ครูที่สอนผมเป็นครูผู้หญิงที่มีลักษณะห้าๆ ดูออกทอมบอย ครูคนใหม่บอกกับผมว่าเขามาสอนแทนครูคนเมื่อวานไม่ว่าง เนื่องจากครูผู้ชายคนดังกล่าวไม่ว่าง เริ่มแรกครูทอมคนนี้ก็พูดจาดี ให้ผมขับรถไปเรื่อยๆ แล้วแกก็แนะนำเทคนิคหรือสอนอยู่ข้างๆ ผมขับรถไปซึกพักด้วยการที่ผมไม่ชำนาญ และนี่เป็นการขับรถครั้งที่ 2 ของผม ทำให้ตอนเปลี่ยนเกียร์ผมทำรถดับ ครูผู้สอนของผมนั้นดูทันที ซึ่งผมตกใจเพราะในใจคิดว่าครูมีสิทธิ์อะไรถึงมาดูผมได้ แต่ด้วยความที่ผมใจเย็นผมจึงทำที่เป็นไม่สนใจแล้วนั่งขับต่อไป พอถึงเหตุการณ์ที่จะต้องขึ้นสะพานเกือกม้า ตอนเข้าโค้งบนสะพานผมเกือบทำรถดับอีกครั้งเนื่องจากไม่ได้ลดเกียร์ลง ครูทอมคนนั้นทวาดผมทันที ตอนนั้นผมหัวเสียมากเพราะในใจคิดว่านี่ไม่ได้มาขอเรียนกันฟรีๆ รวมถึงคนเพิ่งขับรถจะมาดูว่ากันทำไม ถ้าขับเป็นไม่ทำรถดับก็ไม่ต้องเสียเงินมาเรียนแล้ว ซึ่งตอนนั้นผมไม่อยากจะเรียนแล้ว โมโหครูคนนี้มาก อยากจะจอดรถไว้กลางถนนแล้วออกจากรถ แต่คิดได้ขึ้นมาว่าถ้าทำไปไม่มีอะไรดีขึ้น มีแต่ผลเสียที่ตามมา เพราะตรงที่ขับมากก็ไกลบ้านมากไม่รู้จะกลับบ้านอย่างไร ทำให้ผมทนเรียนไปให้จบวัน

จนกลับบ้านไปเล่าให้พ่อแม่ฟัง เมื่อพ่อฟังพ่อหัวเสียมาก พ่อโทรไปต่อว่าโรงเรียนสอนขับรถทันที โรงเรียนสอนขับรถอยากทราบถึงเหตุการณ์ดังกล่าวมาก จึงขอให้ผมไปที่โรงเรียนแล้วเล่า

เหตุการณ์ดังกล่าวด้วยตัวเอง หลังจากที่ผมเล่าถึงความไม่พอใจจากครูสอนขับรถ ทางโรงเรียนได้กล่าวขอโทษ และจะจัดหาครูคนใหม่ให้ แต่ผมปฏิเสธ เพราะเหตุการณ์ดังกล่าวทำให้ผมไม่อยากเรียนแล้ว และอีกอย่างหนึ่ง จากที่ผมได้เรียนมาสองวันผมพอจะขับรถได้แล้ว ทำให้โรงเรียนสอนขับรถคืนเงินเรียนให้ โดยหักออกไป 4 ชั่วโมง ผมได้เงินคืน 3,000 บาท รววกว่าผมเรียนขับรถครั้งนี้ในราคา 1,000 บาท ซึ่งผมพอใจ และไม่เอาเรื่องกับโรงเรียนแห่งนี้อีก เพราะโรงเรียนสอนขับรถแห่งนี้พูดจาดีมาก และขอโทษทั้งผม และพ่อยกใหญ่ และมีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เนื่องจากกลัวผมไปฟ้องกับกระทรวงศึกษาธิการ เพราะเป็นโรงเรียนที่อยู่ภายใต้ความดูแลของกระทรวงฯ

### พรวิชัย (22 ปี) , ผู้บันทึก 7

เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น : เมื่อช่วงปลายปี 2557 ผมได้ซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กรุ่น T100 สีดำ เมื่อใช้ได้ประมาณ 2 อาทิตย์จึงพบว่ามีปัญหาเกิดขึ้น โดยปัญหานั้นเกิดจากการที่แบตเตอรี่นั้นชาร์ตไฟไม่เข้า ทำให้ผมไม่สามารถเปิดเครื่องได้ ข้อมูลเนื้อหาต่างๆ ที่ผมไม่ได้ back up ไว้ในระบบ Online หรือตัวเก็บข้อมูลจึงใช้การไม่ได้ด้วย ผมจึงรีบติดต่อไปที่ศูนย์บริการที่อยู่ใกล้ๆ นั่นก็คือที่ “เซียร์รังสิต”

สถานที่ในศูนย์บริการดูสกปรก และมีกลิ่น ที่นั่งรอมีจำนวนน้อย ทำให้รู้สึกผิดหวัง แต่ยังไม่แสดงอาการออกมากนักจึงนั่งรอตามปกติ ยังดีที่ผมมีโทรศัพท์พกมาด้วย เลยเล่นฆ่าเวลาไปได้ แต่ด้วยระบบการจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ บัตรคิวไม่ได้เรื่อง เป็นกระดาดเหมือนกระดาดขี้ขู ไม่เรียงตามเบอร์ มีคนแซง แต่พนักงานกลับไม่ทำอะไร ต้องรอคิวนานมากทั้งๆ ที่จำนวนคนมาซ่อมมีไม่เยอะ รู้สึกหงุดหงิด และเริ่มมองไปที่พนักงาน แสดงหน้าตาถึงความไม่พอใจเมื่อถึงคิวของผมเลยได้สอบถามว่าทำไมถึงมีการบริการที่ช้า พนักงานจึงกล่าวขอโทษ และบอกว่าเป็นช่วงเวลาที่ช่างขาดพอดี และพนักงานบางส่วนออกไป

พนักงานได้แจ้งว่าไม่สามารถระบุเวลาซ่อมได้ทางฝ่าย ASUS จะเป็นฝ่ายแจ้งให้ทราบเอง ทำให้อารมณ์เสีย และเริ่มเล่าให้กับคนอื่นฟังว่าไม่ควรซื้อคอมยี่ห้อนี้ เพราะมีปัญหาเยอะในการซ่อมแซม และการบริการหลังการขาย เมื่อคอมพิวเตอร์ถูกซ่อมเสร็จซึ่งใช้เวลาเกือบ 3 เดือน ในการรอ

ทาง ASUS แจ้งให้ไปปรับคอมพิวเตอร์ พบว่าเปลี่ยนคอมพิวเตอร์ให้คนละรุ่น คนละสี ตกใจในตอนแรก เพราะรู้สึกถึงความไม่โปร่งใสเนื่องด้วยคอมที่จะเปลี่ยนนั้นราคาก็ต่างกัน เมื่อถามพนักงานพนักงานก็ยังไม่แน่ใจกับข้อมูลที่มี กลับบอกให้ผมหาข้อมูลเอง ไม่มีทางเลือกอื่นใด จึงต้องจำใจยื่นรับข้อเสนอนี้ เพราะเครื่องเดิมไม่มีอะไรในการซ่อมแซม

## จักรภัทร (22 ปี) , ผู้บันทึก 8

ประสบการณ์ที่รู้สึกแย่ๆ เกิดขึ้นเมื่อเดือนที่ผ่านมา ผม และกลุ่มเพื่อนได้มีโอกาสใช้บริการดูภาพยนตร์ในเครือเมเจอร์ และสาขาที่ใช้บริการคือ สาขาเมเจอร์รังสิต ซึ่งตั้งใจว่าจะไปดูภาพยนตร์ เนื่องจากได้บัตรส่วนลดมา

เมื่อไปถึงเมเจอร์รังสิต ก็ได้เดินไปที่เคาน์เตอร์เพื่อติดต่อซื้อตั๋วเพื่อจะดู เมื่อไปถึงเคาน์เตอร์เพื่อจะซื้อตั๋วพนักงานก็ได้บอกว่า ถ้าเป็นนักศึกษา แล้วสมัครบัตร m-gen กับ m-cash จะสามารถลดได้อีก แต่ต้องนำบัตรนี้ไปซื้อกับที่ตู้ซื้อตั๋วอัตโนมัติ และพนักงานบอกว่าสามารถลดค่าบริการครั้งนี้ได้เลย ผม และเพื่อนๆ เห็นว่าสามารถลดได้อีก จึงตัดสินใจสมัครบัตร m-gen กับ m-cash กัน

เมื่อสมัครเสร็จแล้วก็ได้นำบัตร m-cash ไปใช้ที่ตู้ซื้อตั๋วอัตโนมัติ แต่เมื่อนำไปใช้จริงปรากฏว่าไม่สามารถลดได้ จึงลองทำอีกประมาณสองถึงสามครั้ง แต่เนื่องด้วยเวลานั้นที่ไปดูภาพยนตร์นั้นเป็นวันอาทิตย์ ทำให้คนเยอะเป็นพิเศษ และต่อคิวรอซื้อตั๋วที่เครื่องอัตโนมัติค่อนข้างที่จะยาว จึงได้ตัดสินใจเดินออกไปถามพนักงานที่เคาน์เตอร์ เพื่อถามเกี่ยวกับรายละเอียดว่าจะสามารถใช้บัตรนี้ลดได้จริงๆ ไหม พนักงานก็ยืนยันอย่างมั่นใจว่าสามารถใช้ลดได้จริงๆ และให้ลองกลับไปทำที่เครื่องซื้อตั๋วอัตโนมัติอีกครั้ง พวกผม และเพื่อนๆ ก็พากันไปที่เครื่องซื้อตั๋วอัตโนมัติอีกครั้งหนึ่ง ปรากฏว่ายังไม่สามารถซื้อตั๋วที่มีส่วนลดได้ เพื่อนๆ บางส่วนเริ่มเกิดอาการไม่พอใจ หงุดหงิดกันขึ้น ผม และกลุ่มเพื่อนจึงเดินไปที่เคาน์เตอร์ซื้อตั๋วอีกครั้งหนึ่ง และถามพนักงานพูดด้วยอาการน้ำเสียงเหยียงว่า “พี่มันไม่สามารถซื้อลดที่พี่บอกได้ ทำรอบที่สองแล้วเนี่ยพี่ บอกครั้งแรกก็ยังไม่เชื่ออีก” พนักงานก็ยืนยันว่าสามารถใช้ลดได้จริงๆ เสียงแข็งหนักแน่นท่าทางมีอารมณ์เล็กน้อย และผม และกลุ่มเพื่อนจึงขอให้พนักงานมาดู และทำการซื้อตั๋วที่เครื่องอัตโนมัติให้

เมื่อพนักงานเห็นท่าทางไม่พอใจของผม และกลุ่มเพื่อนๆ แล้วจึงเดินมาซื้อตั๋วที่ตู้อัตโนมัติให้ ปรากฏผลว่ายังเป็นเหมือนเดิม ไม่สามารถซื้อตั๋วที่มีส่วนลดได้ พนักงานทำหน้าที่นั่งอยู่สักพักหนึ่ง และได้ขอตัวไปถามหัวหน้าถึงปัญหาที่เกิดขึ้น เมื่อหัวหน้าออกมาก็ได้เล่าถึงปัญหาที่เกิดขึ้นให้หัวหน้าฟัง และหัวหน้าชี้แจงให้ฟังว่าเกิดการเข้าใจผิดกันเกิดขึ้น บัตรนี้จะต้องใช้ในครั้งหน้าที่จะมาดู ยังไม่สามารถใช้ได้เลย จึงได้ถามว่าถ้าเป็นอย่างนี้แล้วจะอย่างไร และจะแก้ปัญหานี้อย่างไรได้บ้าง หัวหน้าก็ได้แต่กล่าวขอโทษที่เกิดการสื่อสารผิดพลาด รวมทั้งเพื่อนในกลุ่มยังกล่าวตักเตือนว่าควรตรวจสอบเงื่อนไขการใช้บริการของทุกโปรโมชั่นให้ดีเสียก่อน ไม่ใช่บอกแบบผิดทำให้ผู้บริโภคเสียเวลา และทำให้เสียความรู้สึกด้วย อีกทั้งพนักงานก็ควรจะออกมาช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหา เพราะผู้บริโภคบางคนอาจจะมาซื้อตั๋วที่ตู้อัตโนมัติเป็นครั้งแรก ไม่ใช่ยืนยันอย่างมั่นใจว่าสามารถใช้ได้ และให้ลองทำเองถึงสองครั้ง ซึ่งหัวหน้าก็รับฟัง และขอโทษ และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นโดยให้ไปซื้อตั๋วที่หน้า

เคาน์เตอร์แทนที่ไม่มีส่วนลดจากบัตร ซึ่งทั้งผม และกลุ่มเพื่อนเห็นว่าคงแก้ปัญหาไปได้มากกว่านี้ไม่ได้ เพราะตั้งใจว่าจะมาดูภาพยนตร์กันอยู่แล้ว จึงไม่อยากอารมณ์เสียไปมากกว่านี้ จึงตัดสินใจเดินไปซื้อตั๋วที่เคาน์เตอร์ หลังจากซื้อตั๋วเสร็จที่เคาน์เตอร์พนักงานคนเดิมก็ได้กล่าวขอโทษอีกครั้ง พร้อมกับพูดคำว่า “ดูภาพยนตร์ให้สนุกนะครับ” ทำให้รู้สึกว่ายอมรับในสิ่งที่บริการผิดพลาดไป

### ชัยพลักษณ์ (23 ปี) , ผู้บันทึก 9

เมื่อเดือนธันวาคมเมื่อ 2 ปีที่แล้ว ซึ่งตรงกับช่วงเทศกาลวันพ่อ ผมได้โอกาสพาคุณพ่อไปเที่ยวที่ประเทศฮ่องกง ด้วยสายการบิน Cathay Pacific สาเหตุที่เลือกสายการบินนี้ ก็เพราะว่ามีการจัดโปรโมชั่นซื้อตั๋ว Business Class ราคาประมาณ 8,000 บาท ต่อหนึ่งที่นั่ง ซึ่งถูกกว่าราคาเดิมประมาณ 30% ประกอบกับการอยากลองนั่งชั้นธุรกิจของทาง Cathay Pacific ดูบ้าง เพราะได้ยินมาว่าได้รับรางวัลเรื่องการบริการ และสะดวกสบายในการเดินทางในชั้นธุรกิจ กำหนดเดินทางในช่วงวันที่ 4 ธันวาคม และกลับวันที่ 8 ธันวาคม ซึ่งการเดินทางขาออกจากกรุงเทพฯ ไปฮ่องกงตั้งแต่การเช็คอินที่เคาน์เตอร์ ณ สุวรรณภูมิ และการบริการบนเครื่องบินเป็นไปอย่างดี เจ้าหน้าที่สุภาพ และได้รับบริการที่ดีไม่มีปัญหาใดๆ เกิดขึ้น เรียกได้ว่าประทับใจมาก สมคำร่ำลือจริงๆ อาจจะเป็นเพราะว่าเป็นการนั่งเครื่องบินในชั้น Business Class เป็นครั้งแรกก็เป็นได้

แต่ประสบการณ์แย่ๆ ที่เกิดขึ้นนั้น เกิดขึ้นเมื่อวันที่จะกลับ เดินทางออกจากสนามบินที่ผม และคุณพ่อเดินทางไปเช็คอินแบบ In Town Check In ที่ในห้างฯ หนึ่งย่านเกาลูน ในเวลาประมาณบ่ายโมงกว่าๆ กำหนดเดินทางออกประมาณ 1 ทุ่ม ของฮ่องกง สาเหตุที่ใช้บริการนี้ก็เพราะว่ามั่นใจสามารถโหลดกระเป๋าไปได้เลย ไม่ต้องแบกกระเป๋าหนัก เพราะที่ผม และคุณต้องการจะเที่ยวที่อื่นต่อก่อนที่จะเดินทางกลับ

ในระหว่างการเช็คอินที่เคาน์เตอร์ พอขึ้นรถได้ซักพักก็มีเจ้าหน้าที่กราวด์ของสายการบินเดินเข้ามาหา พร้อมกับทำที่มาขอเปิดเอกสารที่อยู่ในมือของผมมาดู และบทสนทนาของผมกับเจ้าหน้าที่กราวด์ของสายการบินก็เกิดขึ้น ที่พอจำได้ก็ประมาณว่า

พนักงาน Cathay: คุณจะเดินทางไปไหน

ผม : กำลังจะเดินทางไปกรุงเทพฯ ครับ เกิดอะไรขึ้นรีเปล่าครับ

พนักงาน Cathay : ไม่มีอะไรค่ะ และพร้อมกับพูดว่า คุณเป็นสมาชิกที่จะรับสิทธิพิเศษของสายการบิน (Marco Polo Club) รีเปล่าค่ะ

ผม : ฉัน เป็น Asia Miles member (Asia Miles member จะมีอภิสิทธิ์ต่ำกว่า Marco Polo Club แต่ก็ไม่ถึงขั้น Economy Class พุดง่ายๆ ก็เป็นสมาชิกลำดับที่ 2 ของสายการบิน)

พนักงาน Cathay : คุณต้องไปเช็คอินที่ช่องอื่นค่ะ พร้อมทั้งใช้มือชี้ไปที่ป้ายเช็คอินของ  
แถวถัดไป ว่าให้ไปเข้าแถวของ Economy Class/Asia Miles  
เหมือนว่าผมกับ คุณพ่อมาเช็คอินผิดแถว เพราะซื้อตั๋วชั้นประหยัด  
ผมจึงเกิดอาการงง และตอบไปว่า

ผม : No, I'm the business class passenger.

พนักงาน Cathay : ก็ได้แต่ตอบว่า Oh!! OK ปรากฏจากคำขอโทษที่สับสนประมาทลูกค้า  
หลังจากนั้นก็ถึงคิวที่จะต้องเช็คอินพอดี ผมก็ได้บอกกับเจ้าหน้าที่ที่เช็คอินว่าผมได้ทำ  
การ Book ที่นั่งไว้ล่วงหน้าตั้งแต่อยู่ที่ประเทศไทยก่อนออกเดินทางกับทาง Call Center ของ  
Cathay Pacific ไว้แล้ว ซึ่งขาออกก็ได้ที่นั่งปกติตามที่จองไว้ แต่ในตอนนี้พนักงานเช็คอินกลับเปลี่ยน  
ที่นั่งจากเดิมที่จองไว้ คือ แถวที่ 15 และ 16 เป็นแถวที่ 24 และ 25 ซึ่งก็ได้แจ้งกับเจ้าหน้าที่ไป แต่ก็  
ได้คำตอบมาแค่ว่าไม่สามารถให้นั่งที่นั่งได้ ผมก็ถามว่าเพราะอะไร ทำไมถึงไม่ได้ เพราะตอนที่  
Booking ตัวล่วงหน้าก็สามารถดำเนินการได้โดยสำเร็จ ไม่มีข้อผิดพลาดอะไร พนักงานก็ได้แต่แจ้งว่า  
ไม่ได้จริงๆ เลียงกับพนักงาน และพนักงานก็ตรวจสอบอยู่ประมาณ 10 นาที คุณพ่อของผมก็ไม่อยาก  
เสียเวลา เพราะต้องไปซื้อของฝากอีกหลายที่ จึงเห็นว่าแค่เปลี่ยนที่นั่งคงไม่เป็นอะไร เพราะยังงักได้  
นั่งใกล้กันอยู่แล้ว ผมจึงยอม และข้ามเรื่องนี้ไป

หลังจากถึงเวลาขึ้นเครื่องบินไปแล้ว ขณะบินได้ประมาณ 10-15 นาที พบว่าหน้าจอ TV  
บนที่นั่งของผมไม่สามารถขยับหรือปรับให้หันมาหาผู้โดยสารได้ ทำให้ไม่สามารถดู TV ได้ จึงได้แจ้งให้  
ทางแอร์ของ Cathay มาช่วยปรับให้ เพราะเราอาจจะปรับไม่เป็น ทางแอร์ก็พยายามปรับ TV ให้ แต่  
ไม่สามารถปรับได้เช่นกัน ทางแอร์จึงบอกว่าเดี๋ยวจะหาที่นั่งให้ใหม่ แต่ตลอดการเดินทางทั้ง  
ไฟล์ต์การบินผมกับพ่อได้ที่นั่งที่เดิม ไม่มีอะไรทำนอกจากทานอาหาร เพราะทีวีก็ไม่สามารถดูได้ และไม่  
มีการเปลี่ยนที่นั่งให้

ทางผมได้คุยกับแอร์คนไทยบนเครื่องชื่อคุณแอน ซึ่งคุณแอนบริการดีมาก และสุขภาพ  
อาจเพราะว่าเป็นคนไทยด้วยกัน ผมก็ได้เล่าเรื่องทั้งหมดให้คุณแอนฟัง โดยคุณแอนก็แนะนำให้เรา  
เขียนจดหมายร้องเรียนบนเครื่อง โดยได้นำจดหมายร้องเรียนมาเขียนขณะที่อยู่บนเครื่อง ซึ่งผมได้  
เขียนไปเกี่ยวกับประสบการณ์ที่เจอทั้งเรื่องบนเครื่องบิน เรื่องที่เคาน์เตอร์เช็คอิน และพนักงาน  
Ground และจากนั้นก็มานั่งคิดๆ ระหว่างที่เดินทางว่าทำไมต้องเจอประสบการณ์ที่ไม่ดีในขากลับ มา  
เช็คอินก็โดนไล่ให้ไปแถว Economy เหมือนโดนดูถูกว่าอ่านป้ายไม่ออก มาเช็คอินผิดแถว แถมนักบิน  
เครื่องก็ยังเสีย ดูไม่ได้ตลอด 2 ชั่วโมงกว่าในการเดินทาง ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่แย่มากๆ ถ้าเทียบกับ  
การบริการขาไป และราคาตั๋วที่ขึ้นชื่อว่า Business Class

พอลกลับถึงประเทศไทยได้ประมาณ 1-2 อาทิตย์ ผมก็ได้รับจดหมายตอบกลับจากทางสายการบิน ตอบมาในส่วนของบริการบนเครื่องบินว่า “ขอโทษที่ทำให้ผิดหวังกับระบบ In-flight Entertainment System” และไม่มีการพูดถึงการบริการของ Ground ที่ทางเราได้ร้องเรียนไป ผมจึงส่ง E-mail ไปสอบถาม ทาง Cathay และหลังจากนั้น 2 วันก็มี E-mail ตอบกลับมาบอกว่า เรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญมาก กำลังสอบสวนกับทางเจ้าหน้าที่ที่ดูแลในส่วนของ In Town Check In ให้อยู่

แต่ผ่านไปหลังจากที่ได้รับ E-mail เกือบ 3 เดือน ทางสายการบินเพียงแค่แจ้งมาว่า กำลังตามกรณีนี้ให้อยู่ จนกระทั่งถึงตอนนี้ผ่านไปเกือบ 2 ปี กว่าผมก็ยังไม่ได้รับคำตอบจากทางสายการบิน Cathay Pacific แต่อย่างใด

### กขกร (24 ปี) , ผู้บันทึก 10

ประสบการณ์แย่ๆ ครั้งนี้เกิดขึ้นตอนที่ไปรับประทานหมูกระทะร้านดังริมแม่น้ำ ช้างสะพานพระรามแปด เหตุเกิดตอนกำลังได้รับเงินทอนจากพนักงานผู้หญิงคนหนึ่ง แทนที่จะให้เงินทอนคืนดีๆ เธอดันโยนเหรียญสิบบาทกลับมา ซึ่งไม่มีแม้แต่คำขอโทษ เพราะฉะนั้นมันไม่ใช่อุบัติเหตุแน่ๆ เธอจงใจทำ วินาทีนั้นคือโมโหมากถึงแม้ร้านอาหารไม่ใช่ร้านอาหารหรู ราคาอาหารไม่ได้แพง แต่พนักงานก็ไม่ควรทำกับลูกค้าแบบนี้ ถึงแม้ว่าพวกเราจะเป็นเด็กด้วยก็ตาม เพราะตอนนั้นยังอยู่มัธยมชั้นปีที่ 3 แต่ก็ไม่ควรทำกิริยาแบบนี้ใส่ เพราะยังไงเราก็คือลูกค้า เลยมีความรู้สึกว่ายอมไม่ได้ แต่จะให้ด่าก็มีความรู้สึกว่าคุณแบบนี้ยังไม่สำนึก เพราะมันเป็นนิสัยอยู่แล้ว คืออะไรกับการโยนเงินคืนลูกค้า เป็นสิ่งที่รับไม่ได้มากๆ จึงตัดสินใจที่จะโทรศัพท์หาผู้จัดการตามเบอร์ที่ติดตามฝาผนังว่า หากไม่พอใจบริการให้โทรศัพท์ติดต่อเบอร์ที่ให้ คิดว่าน่าจะมีเหตุการณ์แบบนี้เกิดขึ้นบ่อยครั้ง ทางร้านจึงติดเบอร์โทรศัพท์ไว้ให้ติดต่อเองโดยที่ไม่ต้องร้องขอใดๆ

พอผู้จัดการมาคุยเราก็ต่อว่าพร้อมกับเล่าทุกกริยาที่เธอทำ ผู้จัดการก็ได้ขอโทษพวกเรา พร้อมกับให้บัตรสะสมแต้มของร้านที่ปั๊มครบทุกดวงเพื่อใช้ในการกินฟรีครั้งต่อไปได้โดยไม่ต้องรอให้มารับประทานถึงสิบลรอบ ซึ่งก็ถือว่าเป็นวิธีจัดการที่ดีไม่ใช่เพราะเราได้ของฟรีในครั้งต่อไป แต่กริยาแล้ววิธีจัดการปัญหาของผู้จัดการรวดเร็วพร้อมจัดการในทันทีไม่มีที่ท่าลังเลหรือให้เรารอใดๆ ตัดสินใจเร็ว ซึ่งทำให้พวกเราพอใจมาก จึงไม่ติดใจที่จะกลับไปทานในครั้งต่อไป เพราะถือว่าเป็นแค่สิ่งที่คุณพนักงานคนหนึ่งทำ ไม่ใช่การบริหารจัดการการบริการทั้งหมดของร้าน จึงรู้สึกโอเคที่จะกลับไปใช้บริการอีกครั้ง

### ณัฐธา (23 ปี) , ผู้บันทึก 11

ปัจจุบันการใช้บริการอินเทอร์เน็ตถือว่าเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิต เนื่องจากเป็นช่องทางในการเข้าถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายในโลกได้อย่างรวดเร็ว และยังสามารถ

ติดต่อสื่อสารได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อผ่านอีเมล, แชท, Video conference รวมถึง การติดต่อสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันในสมาร์ทโฟน ซึ่งทำได้ง่าย และรวดเร็วด้วยระบบอินเทอร์เน็ต ด้วย เหตุนี้ทำให้ทุกคนเลือกใช้การติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้นกว่าแต่ก่อน

เครือข่ายโทรศัพท์มักจะรับผิดชอบติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตภายในอาคาร โดยมีค่าใช้จ่ายเป็น รายเดือน เพื่อตอบสนองความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตของคนในปัจจุบันที่มีเพิ่มขึ้นทุกวัน ซึ่งจำนวน ผู้ใช้ที่มีมากอาจทำให้การให้บริการหลังการขายไม่มีประสิทธิภาพได้ ทั้งในเรื่องการให้บริการที่เป็นจุด ข้าราชการบริการ หรือการให้บริการซ่อมเมื่อเกิดเหตุขัดข้อง และไม่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้

จากประสบการณ์ที่เคยเจอมาเมื่อไม่นานมานี้ คือการให้บริการแก้ไขเหตุขัดข้องของทรู อินเทอร์เน็ต ซึ่งเกิดจากอินเทอร์เน็ตขัดข้อง ไม่สามารถใช้งานได้ นอกจากบ้านของตนเอง บ้านที่ใ้ ใช้งานอินเทอร์เน็ตในบริเวณใกล้เคียงก็ไม่สามารถใช้งานได้เช่นกัน จึงได้ติดต่อไปที่ทรูเพื่อแจ้ง เหตุขัดข้อง

ทางคอลเซ็นเตอร์ของทรูมีการตรวจเช็คสัญญาณเพื่อทำการแก้ไขเบื้องต้น แต่ก็ไม่ สามารถแก้ไขได้ จึงต้องส่งเรื่องไปให้ช่างซ่อมเพื่อลงพื้นที่หาสาเหตุ แล้วจะโทรแจ้งในภายหลัง ซึ่ง ทางทรูได้ขอเบอร์โทรศัพท์ไว้สำหรับติดต่อกลับ หลังจากนั้นสองวัน ไม่มีการติดต่อกลับมา หรือแจ้ง ความคืบหน้าใดๆ จนต้องโทรไปที่คอลเซ็นเตอร์ของทรูอีกครั้งเพื่อสอบถามความคืบหน้า ทางทรูบอก ว่าที่ไม่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้เนื่องจากจุดส่งสัญญาณของทรูบริเวณนั้นเสีย ต้องใช้เวลาในการ ซ่อมทำให้ล่าช้า แต่จะทำการซ่อมให้เสร็จภายใน 1 สัปดาห์ และเมื่อครบกำหนดที่ทางทรูได้แจ้งไว้ก็ ยังไม่สามารถใช้งานได้ และยังไม่มี การติดต่อกลับมาใดๆ จนต้องติดต่อไปอีกครั้ง แต่ทางทรูกลับบอก ว่าจะรับเรื่องไว้ และจะให้ช่างทำการแก้ไข ตอนนั้นเริ่มรู้สึกไม่ดีแล้ว เพราะดูเหมือนไม่ใส่ใจ บอกว่า จะแจ้งความคืบหน้าก็ไม่มี ทำงานยึดเยื้อไม่เสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด พอติดต่อไปอีกทำเหมือนเรา ไม่เคยแจ้งมาตั้งแต่ต้น จนต้องพูดในเชิงตำหนิว่าแจ้งไปหลายรอบแล้ว ทำไมยังใช้งานไม่ได้สักที ยึดเยื้อมาจะเป็นเดือนที่ไม่มีอินเทอร์เน็ตใช้ แล้วค่าบริการรายเดือนต้องจ่ายรีเปลา

หลังจากพูดไปประมาณนี้ทางทรูก็ขอยกย และจะให้ช่างซ่อมลงพื้นที่แก้ไขให้เสร็จสิ้น ภายใน 24 ชั่วโมง โดยจะโทรแจ้งความคืบหน้า คือพูดเหมือนเดิมกับครั้งแรก ส่วนเรื่องค่าใช้จ่ายจะมี ส่วนลดให้ ณ ตอนนั้นก็ไม่ได้รู้สึกดีอะไรกับส่วนลด แต่กลับรู้สึกว่าถ้าครบกำหนดแล้วยังใช้ไม่ได้อีก หรือต้องโทรไปแจ้งอีกรอบเป็นรอบที่ 4 ก็จะไปเขียนร้องเรียนลงเว็บให้คนอื่นเห็นว่าบริการแย่ และ อยากให้ทรูปรับปรุงตรงจุดนี้ให้ดีขึ้น แต่ไม่ได้จะเลิกใช้ทรูไปเลย เพราะโทรศัพท์บ้านก็ใช้ทรู ซึ่งมัน สะดวกเวลาเสียค่าบริการจะได้เสียทีเดียว หลังจากนั้นทางทรูได้โทรมาแจ้งว่าจะลดค่าบริการครึ่งหนึ่ง ในช่วงที่ไม่ได้ใช้งาน และได้ให้เราลองเช็คการใช้งานได้หรือยัง ซึ่งก็สามารถใช้งานได้ปกติ เหตุการณ์กับ การผู้ให้บริการก็จบตรงนั้น แต่ในด้านความรู้สึกของเราก็กังไม่พอใจในบริการที่ล่าช้าไร้ประสิทธิภาพ



เราได้รับการบอกต่อกับเพื่อนๆ ถึงสาเหตุที่ไม่สามารถออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ตได้ รวมถึงการให้บริการแยๆ ที่ขาดความใส่ใจของทรู

เพราะอินเทอร์เน็ตกลายเป็นส่วนหนึ่งในการติดต่อสื่อสารในชีวิตประจำวัน ทุกวันนี้คนใช้อินเทอร์เน็ตทำหลายอย่าง ทั้งทำงานหาข้อมูลต่างๆ และติดต่อสื่อสารซึ่งกลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับคนในปัจจุบัน เครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เป็นผู้ให้บริการก็ควรจะให้ความสำคัญกับบริการหลังการขาย ต้องสามารถแก้ไขปัญหาการใช้งานได้ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง ยังมีลูกค้าจำนวนมากที่ใช้บริการก็ควรจะต้องรักษาไว้ โดยต้องเข้าใจ และใส่ใจความต้องการของลูกค้า ให้ลูกค้ารู้สึกเชื่อมั่น มั่นใจในการให้บริการ และเกิดเป็นความภักดีต่อแบรนด์ ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการนี้ต่อไปโดยไม่เปลี่ยนใจไปใช้แบรนด์คู่แข่ง ไม่ใช่ว่าลูกค้าเอเย่แล้วจะให้บริการอย่างไรก็ได้ เพราะว่าถ้าหากเกิดเหตุการณ์เช่นนี้อีกครั้ง อาจมีผลต่อการตัดสินใจว่าควรจะใช้บริการต่อ หรือควรจะเลิกใช้ และไปหาแบรนด์ที่มีบริการดีกว่านี้ดี

### สกุลกานต์ (22 ปี) , ผู้บันทึก 12

ดิฉันมีโอกาสได้เข้ารับการตรวจสุขภาพ ณ โรงพยาบาลของรัฐบาลชื่อดังแห่งหนึ่งตามการนัดของแพทย์ผู้รักษา ดิฉันได้ไปวางใบบนัดพบแพทย์บริเวณเคาน์เตอร์พยาบาลตามปกติที่เคยมาตรวจที่โรงพยาบาลแห่งนี้ทุกครั้ง ซึ่งก่อนการเข้ารับการตรวจต้องผ่านจุดคัดกรองผู้ป่วยก่อนเสมอผ่านการเรียกชื่อตามระยะเวลาในการวางใบบนัดแพทย์

เมื่อพยาบาลที่เคาน์เตอร์เรียกชื่อของดิฉัน ดิฉันจึงเข้าไปซักประวัติคนไข้ตามปกติ แต่ทว่าครั้งนี้เป็นครั้งแรกที่ดิฉันไม่ได้เข้าไป ณ จุดคัดกรองคนไข้พร้อมกับผู้ปกครอง เมื่อดิฉันนั่งลงข้างเคาน์เตอร์เพื่อซักถามประวัติคนไข้ พยาบาลที่จุดดังกล่าวก็สอบถามถึงชื่อของดิฉัน แพทย์ที่ดิฉันมาพบตามนัด และรายละเอียดในการเข้าพบแพทย์ในครั้งนี้ ซึ่งในคำถามสุดท้ายนั้นดิฉันไม่แน่ใจว่าต้องตอบอย่างไรจึงจะถูกต่องาน น้าสาวของดิฉันได้เดินมาด้านหลังดิฉันพอดี ดิฉันจึงหันไปสบตาน้าสาวเพื่อจะถามว่าต้องตอบคำถามดังกล่าวอย่างไร เมื่อได้คำตอบจากน้าสาวแล้ว ดิฉันจึงหันกลับไปไปที่เคาน์เตอร์เพื่อตอบคำถามพยาบาลคนดังกล่าว เมื่อตอบคำถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว พยาบาลคนนั้นก็กลับกล่าวกับดิฉันต่อว่า “คำถามว่ามาทำอะไรแค่นี้ยังต้องหันไปถามคุณแม่ (พยาบาลคนดังกล่าวเข้าใจผิดว่าน้าสาวคือคุณแม่ของดิฉัน) แล้วเวลาสอบแอดมิชชันไม่ต้องพาคู่คุณแม่เข้าไปด้วยหรือคะ”

หลังจากฉันได้ยินคำพูดดังกล่าวดิฉันก็ถึงกับพูดไม่ออก เนื่องจากช่วงเวลาที่ดีฉันไปพบแพทย์ในครั้งนั้นตรงกับช่วงเวลาในการรอประกาศผลการยื่นคะแนนแอดมิชชันเข้ามหาวิทยาลัยของดิฉันอยู่พอดี ด้านน้าสาวของดิฉันที่ยืนอยู่ด้านหลังเมื่อได้ยินคำพูดทั้งหมดจึงเข้าไปสอบถามชื่อกับพยาบาลคนดังกล่าว เพื่อจะแจ้งรายงานความประพฤติ เพราะน้าสาวของดิฉันเองทำงานเป็นพยาบาล

อยู่ ณ โรงพยาบาลแห่งนั้นด้วย แต่ปรากฏว่าพยาบาลคนดังกล่าวก็ไม่ยินยอมให้ชื่อแก่น้ำสาวของฉัน และพูดคุยกันอยู่สักพักหนึ่งน้ำสาวของฉันจึงเดินออกมา ส่วนดิฉันที่กำลังอยู่ในสภาวะกดดัน และเครียดกับการรอผลการประกาศคะแนน ได้เดินออกมาเพื่อนั่งรอประกาศเรียกพบแพทย์ และนั่งร้องไห้อยู่บริเวณนั้น เนื่องจากเป็นเหตุการณ์ที่ดิฉันไม่เคยคิดว่าจะเกิดขึ้นภายในโรงพยาบาลจากพยาบาลภายในแผนกกุมารเวช

ทั้งนี้ข้อสรุปของเรื่องดังกล่าวก็คือ ดิฉัน และน้ำสาวก็ได้แต่รู้สึกเจ็บใจ และบ่นพึมพำกับตนเองตลอดการเดินทางกลับบ้าน สิ่งสำคัญที่ดิฉันได้รับบทเรียนจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น คือ การบริการที่แย่อสามารถเกิดขึ้นได้ทุกสถานที่ ไม่ว่าจะผู้ให้บริการจะเป็นใครก็ตาม อีกทั้งการบริการที่แย่อเพียงครั้งเดียวก็สามารถสร้างประสบการณ์ที่ไม่ดี และภาพลักษณ์ที่ไม่ดีขององค์กรที่มีในใจของผู้บริโภคได้ทันที

### ปองพล (22 ปี) , ผู้บันทึก 13

ประสบการณ์แย่อๆ ที่ข้าพเจ้าเคยพบในการบริโภคธุรกิจประเภทบริการนั้น อันที่จริงในแต่ละวันหรือเกือบทุกวัน การใช้ชีวิตประจำวันก็ประสบพบ แต่เรื่องที่ไม่พอใจในการใช้บริการอยู่แล้ว อาจจะเพราะธุรกิจประเภทบริการเป็นธุรกิจที่ควบคุมได้ยาก เพราะต้องมีพนักงานในกระบวนการให้บริการ แต่ประสบการณ์ของข้าพเจ้าที่พอจะจำได้นั้นเป็นการไปใช้บริการหลังการขายของ True

ในช่วงซัก 3-4 ปีที่ผ่านมาด้วยกระแสที่มาแรงของการเปิดตัว iPhone4 ด้วยนวัตกรรมที่ล้ำขึ้นมา โดยเป็นการพัฒนาที่ค่อนข้างมากถ้าเทียบกับ iPhone3GS ที่เป็นรุ่นใหม่ที่สุดในขณะนั้น ทำให้เกิดกระแสความต้องการ iPhone4 อย่างมาก ผลกระทบที่ตามมาคือ iPhone4 หมดทุกศูนย์ให้บริการ (True, Dtac, AIS) ทำให้ต้องใช้ระบบการจอง โดยเป็นการวางมัดจำไว้พร้อมกับได้ใบจองแล้วถ้าสินค้า คือ iPhone4 เข้ามา ก็นำไปจองไปรับสินค้าพร้อมกับชำระค่าสินค้าที่เหลือ ตัวข้าพเจ้าเองจึงมีความต้องการอยากใช้ iPhone4 และเมื่อทำการพิจารณาตัวเลือกทั้งหมดที่มีไม่ว่าจะเป็นราคา การรับประกัน หรือโปรโมชั่น จึงได้ตัดสินใจเลือกซื้อ iPhone4 กับ True

หลังจากไปจองกับ True แล้ว โดยทาง True นั้นบอกว่าต้องรอประมาณ 2 อาทิตย์ เวลาผ่านไป 3-4 อาทิตย์ ข้าพเจ้าก็ยังไม่ได้รับสินค้า จึงได้หาข้อมูลจาก Internet ว่าจะอย่างไรกับความล่าช้าของการให้บริการของ True ก็เข้าไปเจอกับตัวเลือกที่น่าสนใจตัวเลือกหนึ่ง คือถ้าเรารอไม่ไหว ก็ให้นำใบจองมาขายในเว็บบอร์ด โดยอาจจะลดราคาบ้างเล็กน้อย ตัวข้าพเจ้าก็ได้ทำการลงขายใบจองไว้ด้วย โดยก็ยังไม่แน่ใจว่าจะขายดีหรือไม่ วันต่อมาจึงได้ไปสอบถามกับ True ในเรื่องปัญหาที่เกิดขึ้นซึ่งข้าพเจ้ามีความไม่พอใจอยู่แล้ว เนื่องด้วยความล่าช้าของสินค้า ประกอบกับการให้บริการของ True ที่ตอบคำถามของเราไม่ได้เลยสักอย่าง การบริการที่ไม่ดีเกิดความไม่ประทับใจต่อการ

ให้บริการของ True แต่ก็ไม่ได้ทำอะไร เพียงแต่ความรู้สึกไม่ประทับใจ และนำไปบอกต่อกับคนใกล้ตัวถึงสิ่งที่เกิดขึ้น

เวลาผ่านไปประมาณ 5-6 สัปดาห์ก็ได้รับ iPhone4 ซึ่งในระหว่างนั้นใบจองก็สามารถขายได้ แต่ก็ไม่ได้ขายเพราะคิดว่ารอมานานแล้ว รอต่อไปอีกสักนิดก็คงจะได้แล้ว ในปัจจุบันก็ได้ทำการย้ายเครือข่ายที่ให้บริการ เพราะไม่พอใจในการให้บริการของ True โดยเกิดจากเหตุการณ์ครั้งนี้พร้อมๆ กับบอกต่อให้คนรู้จักที่กำลังหาซื้อถูกรับทราบถึงประสบการณ์ตรงที่เราเคยได้รับมาจากการไปใช้บริการ True ทั้งๆ ที่ก่อนหน้านี้จะเกิดเหตุการณ์ ข้าพเจ้าเป็นผู้ใช้บริการของ True มาโดยตลอด แต่ในส่วนอื่นๆ ที่เป็นผู้ใช้บริการของ True เช่น Internet หรือทีวีเคเบิล ก็ยังคงใช้บริการกับทาง True อยู่ดี เนื่องด้วยคุณภาพของ True ที่ข้าพเจ้ามองว่าคุ้มค่ากับตัวเงินที่จ่ายไป คุณภาพที่ได้รับถ้าเปรียบเทียบกับบริการที่ไม่ค่อยดีเท่าไรหรอก ก็ถือว่ายังพอที่จะรับได้ จึงเลือกใช้บริการในส่วน Internet หรือทีวีเคเบิลของทาง True อยู่นั่นเอง

#### รติพร (21 ปี) , ผู้บันทึก 14

เป็นประสบการณ์ที่ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ของ AIS เนื่องจากไปดูดวงเบอร์โทรศัพท์มงคลมาแล้ว ได้เบอร์ของเครือข่าย AIS ใช้มาประมาณ 6 เดือน แต่คนในครอบครัวคุยกันและตกลงกันว่าต้องการจะเปลี่ยนกลับไปใช้บริการของเครือข่าย Dtac เพราะเคยใช้มาก่อน และชอบเครือข่าย Dtac มากกว่า AIS ซึ่งกระบวนการในการเปลี่ยนเครือข่าย คือต้องไปที่ศูนย์ให้บริการด้วยตนเอง พร้อมนำบัตรประชาชนไปแสดง โดยที่ต้องไปติดต่อกับ AIS และ Dtac

ในตอนแรกที่เป็นติดต่อกับ AIS ว่าขอย้ายเปลี่ยน ซึ่งพนักงานก็บอกว่าจะใช้เวลาในการโอนเครือข่ายไป Dtac ภายใน 24 ชั่วโมง โดยจะส่งข้อความมาให้เมื่อย้ายเครือข่ายเรียบร้อยแล้ว แต่หลังจากผ่านไป 24 ชั่วโมงก็ยังไม่สามารถใช้ได้อยู่ที่ รอไปประมาณ 3-4 วัน ก็เริ่มรู้สึกไม่ค่อยโอเคกับการที่ใช้โทรศัพท์ไม่ได้ และรู้สึกว่าการทำงานช้ามากแต่ก็ยังพอทนได้นิดหน่อย จนกระทั่งวันที่ 5 Dtac ส่งข้อความมาบอกว่า Dtac พร้อมให้บริการแล้ว แต่รอการดำเนินงานของ AIS อยู่ จึงทำให้ครอบครัวโมโหมากเพราะในช่วง 4-5 วันที่ผ่านมา ไม่สามารถใช้โทรศัพท์ติดต่อใครได้ ต้องใช้ติดต่อกันทางไลน์เท่านั้น และที่สำคัญคือ Dtac พร้อมแล้ว แต่ AIS กลับช้าไม่ยอมดำเนินการให้ ซึ่งทำให้การทำงานธุรกิจครอบครัวนั้นดำเนินไปได้อย่างไม่ค่อยสะดวก ซึ่งสาเหตุเกิดจากการแจ้งเรื่องแล้ว แต่ AIS ไม่ดำเนินการให้

คุณแม่จึงโมโหมาก และโทรไปหา Call center ของ AIS “ไหนคุณบอกว่าจะดำเนินการให้ภายใน 24 ชั่วโมง ในการเปลี่ยนย้ายเครือข่าย แต่รอมมา 5 วันแล้วก็ยังไม่สามารถใช้ได้ ทำไมไม่

ดำเนินการให้ซะที บริการแย่มาก ไม่มีความรับผิดชอบ ถ้าไม่เชื่อมต่อสัญญาณให้ภายใน 24 ชั่วโมง รู้เรื่องแน่”

แล้วหลังจากนั้นไม่นานก็ได้รับข้อความยืนยัน และสัญญาณโทรศัพท์ก็สามารถใช้ได้ ซึ่งก็ทำให้รู้สึกว่าจะจริงๆ ก็ทำได้ แต่ทำไมไม่ทำตั้งแต่แรก ทำไมต้องรอให้เกิดความรู้สึกที่ไม่ดี ต้องเกิดการต่อว่ากันก่อนถึงจะดำเนินการให้จริงๆ ก็เข้าใจว่าอาจจะต้องรักษาลูกค้า หรือไม่ต้องการเสียลูกค้า แต่การแก้ปัญหาหรือการกระทำแบบนี้มันไม่โอเค ไม่ได้มีการทำให้รู้สึกอยากใช้ต่อ หรือประทับใจ แต่มันกลับกลายเป็นเกิดความรู้สึกที่ติดลบกับ AIS มากกว่าตอนแรกด้วยซ้ำ จากที่แค่รู้สึกชอบ Dtac มากกว่าเฉยๆ แต่ตอนนี้กลายเป็นความรู้สึกที่ไม่ชอบ AIS

### จิราวดี (21 ปี) , ผู้บันทึก 15

เหตุการณ์เกิดที่ โทรูมฟ สาขา บิ๊กซีนครปฐม เกิดนานแล้วค่ะ ผ่านมาประมาณ 2 ปีแล้ว ดิฉัน และครอบครัวเดินทางกลับจากไปเที่ยวต่างจังหวัด ในระหว่างที่เดินทางกลับก็แวะซื้อของที่บิ๊กซี นครปฐม ด้วยความต้องการที่พี่ของดิฉันรับใช้โทรศัพท์ เลยเดินตรงดิ่งไปที่โทรูมฟ เพียงต้องการขอความช่วยเหลือจากพนักงานในการถอดซิม ที่สาขามีคนเยอะ แต่เราเหลือบมองไปเห็นพนักงานคนหนึ่งที่ยืนอยู่เฉยๆ ไม่ทำอะไร ในขณะที่พนักงานคนอื่นกำลังยุ่งอยู่กับลูกค้าคนอื่นๆ เราก็พูดว่า “พี่คะ ช่วยถอดซิมหน่อยได้ไหมคะ” เขาก็ทำหน้าที่ไม่รับแขก ยืนนิ่ง ไม่ตอบ ทำเป็นมองๆ ไปที่โต๊ะ และหันมาตอบว่า “ไม่มี” เขาคงเห็นเราถือซิมดีแทคในมือจึงพูดว่า “ไปที่ดีแทคโนน ที่นี่ไม่มีหรอก” ทำเสียงเหมือนเราเป็นขอทานมาขอเงิน พร้อมชี้มือให้ไปที่อื่น เราก็คิดอะไรแค่เข็มจิ้มออกจากไอโฟน ขอยืมไม่ได้ เลยพูดว่าบริการแบบนี้ไม่ได้หรือคะ? เขาก็ตอบกลับมาว่า “ไม่ได้” พร้อมเมินหน้าใส่ เรากับพี่เลยเดินหนีไปที่ดีแทค เอาคลิปหนีบกระดาษจิ้มออกเอง แล้วก็เดินกลับมาหาพ่อแม่ และญาติๆ ที่รออยู่บริเวณหน้าโทรูมฟ

ด้วยความที่ยังฉุนไม่หาย เลยหยิบโทรศัพท์ขึ้นมาคิดว่าจะถ่ายรูปไว้เป็นหลักฐานจริงๆ จะแค่ถ่ายแล้วก็จากไป เลยยืนอยู่ไกลๆ และเขาก็หันหน้ามาพอดีแล้วก็พูดว่า “จะเอาอะไรอีกละมึง” ด้วยประโยคนี้เองที่ทำให้เรารู้สึกโกรธมาก จึงตัดสินใจเดินเข้าไปกลางหน้าเคาน์เตอร์ “พี่คะถ้าจะแจ้งเรื่องนี้ต้องทำยังไง พนักงานคุณพูดจาแยๆ กับลูกค้าได้ยังไง นี่แค่ขอความช่วยเหลือเล็กน้อย และพูดแค่พี่คะ ช่วยถอดซิมหน่อยได้ไหมคะ” พนักงานคนนั้นจึงพูดว่า “ก็ผมตอบไปแล้วว่าไม่มี” พนักงานที่เคาน์เตอร์จึงพูดว่า “ทางเราถอดให้ไม่ได้จริงๆ ค่ะ ถ้าเกิดความเสียหายขึ้นกับซิม เราจะไม่รับผิดชอบ” เราจึงพูดว่า “คือดิฉันแค่ขอยืมที่ถอดซิม หรือจะแค่คลิปหนีบกระดาษก็ได้ค่ะ แล้วดิฉันเป็นคนถอดเอง พวกคุณขายซิม แต่ไม่มีที่ถอดซิมหรือคะ?” พนักงานที่เคาน์เตอร์จึงพูดว่า “เชิญลูกค้าไปคุยกันเองทางนี้นะคะ” ประมาณว่าไม่อยากรุงแล้ว เราก็พูดว่า “นี่จะต้องให้ถึงกับถ่ายคลิปไว้ไหม ขอชื่อพนักงานคนนั้นด้วยค่ะ” พนักงานพูด “ทางเราไม่รู้จักชื่อเขาจริงๆ ค่ะ” เราพูด “พวก

คุณทำงานด้วยกันไม่รู้จักชื่อกันได้อย่างไร” พนักงานคนนั้นก็พูดด้วยอารมณ์โกรธว่า “จะเอาบัตรประชาชนไปเลยไหม ก็บอกไปแล้วว่าไม่มีฯ จะเอาอะไรอีกไม่จบหรือ” พี่เราจึงพูดว่า “จะให้หรือไม่ให้คะ ขอซื้อด้วยคะ” พร้อมมองไปทางเขา และพูดว่า “ทำผิดช่วยยอมรับผิดด้วยคะ ทั้งชื่อนามสกุล เลขบัตร มีอะไรก็เอามา” มีพนักงานคนหนึ่งคงเห็นสถานการณ์ไม่ดีเลยยอมจดชื่อ นามสกุล กับ เลขพนักงานมาให้ เราจึงตอบไปว่า “ไม่ใช่จดชื่อใครมั่วๆ มาให้นะ” พนักงานบอก “จดมาจากบัตรของเค้าคะ” ไปได้ในกระดาดเขียนว่าพนักงานชื่อ “.....” พี่ของดิฉันยื่นจ้องบัตร หยิบโทรศัพท์ขึ้นมาจะถ่ายรูป พนักงานคนนั้นรีบกระซอกบัตรคืนสุดฤทธิ์ เราจึงบอก “เอามานี้จะถ่ายรูป” เขาก็ยังคงอุทกระซอกของมันคืน พร้อมพูดว่า “ก็คุณจะทำอะไรของผมนะ.....” เขาพูด “ไม่จบหรือไง” เราจึงบอก “ขอโทษเป็นไหม” พนักงานที่เคาน์เตอร์จึงพูดว่า “ขอโทษลูกค้าไปจะได้จบๆ” แต่เขาก็ไม่ขอโทษ และพูดว่า “ผมจะออก.... ผมลาออกก็ได้ ไม่สนใจอยู่แล้ว” เรา และพี่ก็เดินออกจากทริพพามา แต่เขายังเดินตามออกมาพูดใส่เราที่หน้าร้านว่า “ผมออกแน่ ผมไม่สนใจ” เราจึงพูด “คะ ออกให้มันจริงนะจะคอยดู” เขาบอก “เออ ไม่สนใจอยู่แล้ว” พี่ และดิฉันจึงปล่อยให้เรื่องจบลง ณ จุดนั้น และเดินทางกลับบ้าน

ในความคิดเห็นส่วนตัว ต้องการให้ทริพพัฒนาเรื่องการบริการของพนักงานให้ดีกว่านี้คะ ไม่ทราบว่าจะมีลูกค้าเจอเหตุการณ์แบบนี้บ่อยไหม แต่โดยส่วนตัวคิดว่าทางทริพน่าจะเคร่งครัดในเรื่องของพนักงานให้บริการมากขึ้นกว่าเมื่อ 2 ปีที่แล้ว

### ธนต์ (22 ปี) , ผู้บันทึก 16

อันนี้เป็นประสบการณ์แย่ๆ ของการบริการที่เกิดขึ้นกับผม คือ เมื่อสมัยตอนอยู่ปี 1 ผมไปกินร้านชาบูร้านหนึ่ง แถวมหาวิทยาลัยรังสิตตอนเย็นๆ ไปถึงที่ร้านมีคนเป็นจำนวนมาก ต้องรอคิวรวมกับที่ไม่ได้กินข้าวมาทั้งวัน ทำให้รู้สึกหิวมากๆ ก็ได้เดินเข้าไปหาพนักงานต้อนรับ พนักงานบอกว่าผมเป็นคิวล่าสุด แต่อาจจะต้องรอนานหน่อยนะ ประมาณ 30-45 นาที เพราะลูกค้าแต่ละโต๊ะเพิ่งกินอาหาร ผมก็ได้คุยกับเพื่อนว่าจะเอายังไง สุดท้ายได้ข้อสรุปที่ว่า “รอคิวเลยละกัน ไหนๆ ก็ตั้งใจมาเพื่อกินร้านนี้ละ” ก็ได้เดินเข้าไปหาพนักงานเพื่อรับบัตรคิว โดยที่ตอนแรกผมบอกพนักงานว่า “เดี๋ยวอีกสัก 20 นาทีกลับมาละกัน ขอไปเดินเล่นก่อน” ก็ได้เดินออกไปหาเพื่อนเพื่อชวนเพื่อนไปเดินฆ่าเวลา แต่เพื่อนบอกว่าวันนี้ปวดขา ขอนั่งรอหน้าร้านละกัน ผมก็เลยได้เดินเข้าไปหาพนักงานอีกรอบ พร้อมกับบอกว่า “เปลี่ยนใจละ ขอนั่งรอคิวดีกว่า ให้นั่งรอคิวตรงไหนครับ” พนักงานก็ตอบกลับมามาว่า “อ้อ เชิญนั่งตรงนู้นได้เลยคะ (หน้าร้าน) แล้วเดี๋ยวมีโต๊ะว่างจะเดินออกไปเรียกนะคะ เชิญเอาเมนูไปเลือกดูก่อนได้เลยคะ (พร้อมทั้งแจกเมนูให้ผม และเพื่อนผม)”

เมื่อได้นั่งรอประมาณ 30 นาที และหิวมากๆ เพื่อนผมก็สังเกตเห็นว่ามีโต๊ะๆ หนึ่งลูก ออกไป และพนักงานเชิญลูกค้าคิวต่อจากผมเข้าไปนั่ง ผมกับเพื่อนก็เลยเดินเข้าไปหาพนักงานแล้วถามว่า “นี่ยังไม่ถึงคิวผมหรือ ทำไมคนที่มาทีหลังผมถึงได้เข้าไปนั่งก่อน” พนักงานก็ตอบกลับมาว่า “อ้าว ไหนบอกจะไปเดินเล่นรอไงครับ” ผมจึงตอบกลับว่า “ก็เพิ่งจะคุยกันเมื่อกี้เนี่ยเองว่าผมจะไม่ไปเดินเล่นแล้ว แล้วพี่ยังเป็นคนเอาเมนูมาให้ผมดู พร้อมกับบอกให้ไปนั่งรอตรงนู่น” ก็เถียงๆ กับพนักงานอยู่ประมาณ 10 นาที ตอนแรกพนักงานก็ไม่ยอมรับว่าเป็นความผิดของตัวเอง จนตอนสุดท้าย พนักงานคนนั้นก็ยอมรับว่าตนลืมนั่งว่ามีพวกผมรอคิวอยู่ ผมจึงบอกกับพนักงานว่า “โอเค ถ้าจะให้พวกผมเข้าไปนั่งแทนโต๊ะที่เพิ่งเข้าไปได้ไหม เพราะว่าโต๊ะนั้นก็ยังไม่ได้อาหารอะไรเลย และผมก็มาก่อน” พนักงานจึงตอบกลับมาว่า “เออ ต้องขอโทษจริงๆ นะคะ พี่เป็นคนผิดเอง แต่พนักงานอีกคนได้เทศน์ให้โต๊ะนั้นไปแล้ว รอคิวอีกได้ไหมคะ” ผมจึงบอกพนักงานว่า “คือแค่เทศน์เนี่ย เปลี่ยนที่กับลูกค้าคนที่เข้าไปนั่งก่อนไม่ได้หรือ และมันก็ไม่ใช่ความผิดของพวกผม ผมเอาเวลามานั่งเถียงกับคุณ ที่คุณไม่ยอมรับว่าคุณผิด จนพนักงานอีกคนเอาน้ำซุปรามาเทแล้ว แทนที่พวกคุณจะมาขอโทษผมทำไมไม่ไปขอโทษลูกค้าคนที่เข้าไปนั่งก่อนหน้าผม ว่าเป็นความผิดของคุณในการจัดคิว ช่วยลูกออกมาก่อนได้ไหม” พนักงานคนนั้นก็ยังคงยืนยันจะให้ผมรอดต่อไป

ผมกับเพื่อนหงุดหงิดมาก จึงเรียกเจ้าของร้านมาคุย เจ้าของร้านก็ได้เข้ามาขอโทษ ว่าเป็นความผิดของทางร้านเอง ขอโทษซ้ำไปซ้ำมา พร้อมทั้งบอกให้ใจเย็นๆ แต่ไม่แก้ไขสถานการณ์อะไรเลย พร้อมทั้งเดินกลับเข้าไปในห้อง จังหวะนั้นผมกำลังเดินเข้าไปหาเจ้าของร้านอีกรอบเพื่อถามว่า “นี่คุณจะไม่แก้ไขอะไรหน่อยหรือ นอกจากคำพูดว่าขอโทษ” แต่ตอนนั้นเองมีลูกค้าอีกโต๊ะหนึ่งกำลังลุกออกพอดี ด้วยความที่เหนื่อยมาทั้งวัน และยังไม่ได้อะไรมาเลย ก็ชี้แจงเถียงกับพนักงาน และเจ้าของร้านแล้ว เลยเข้าไปนั่งกิน ตอนนั้นผมกับเพื่อนหงุดหงิดมากที่สุด และได้คุยๆ กับเพื่อนไว้ว่า “คิดว่าร้านจะมีส่วนลดหรือโปรโมชั่นอะไรเป็นพิเศษไหมเพื่อขอโทษ” จนถึงตอนสุดท้าย ก็ไม่ได้รับส่วนลดหรือคูปองใดๆ ทั้งสิ้น ผมก็เลยคุยกับเพื่อนไว้ว่า ให้ตายยังไงก็ไม่กลับมากินร้านนี้อีก พร้อมทั้งเอาไปบอกเล่าให้คนที่รู้จัก รวมทั้งไปโพสต์เฟสบุ๊คดาร้านนี้ และบอกไม่ไหวเพื่อนๆ ไปกินร้านนี้ เพราะบริการห่วยแตกมาก

### จิตภา (22 ปี) , ผู้บันทึก 17

ร้าน Escapade Burgers & Shakes เป็นร้านอาหารขึ้นชื่อ อยู่แถวท่าพระอาทิตย์ เชื่อว่าหลายคนน่าจะเคยได้ยินกิตติศัพท์ของร้านนี้กันเป็นอย่างดี เนื่องจากการบริการยอดเยี่ยม รวมทั้งการพูดจาที่ไม่เห็นหัวของลูกค้า (บางคนคิดว่าเป็นเอกลักษณ์ของเจ้าของร้าน แต่ส่วนตัวคิดว่าเป็นนิสัยแยๆ ของคนมากกว่า)

สิ่งที่เกิดขึ้น คือ ไปกินข้าวแถวท่าพระอาทิตย์ และเลือกที่จะกินร้านนี้ เมื่อเข้าไปในร้านอาหาร พนักงานบริการก็ไม่เข้ามาถาม แต่เป็นเราที่ต้องเดินเข้าไปหาเขาเอง และโดนพูดจาห้วนๆ รวมกับหน้าตาที่บูดบึ้งใส่ ในขณะนั้นไม่ค่อยชอบ แต่ก็ไม่ได้คิดอะไร เพราะร้านอื่นก็มีแบบนี้บ้าง รวมทั้งอยากที่จะลองกินอาหารร้านนี้

แต่สิ่งที่เกิดขึ้นคือ เมื่ออาหารมาถึงที่โต๊ะ และได้เริ่มรับประทานอาหาร กลับรู้สึกว่าการที่ร้านให้ขอสมาน้อยเกินไป จึงขอเพิ่มกับทางพนักงาน แต่เมื่อเจ้าของร้านได้ยินก็ตอบกลับมาว่า “ถ้าต้องการกินซอสเยอะๆ แบบนั้นไปกินที่อื่นเถอะ” ด้วยน้ำเสียงห้วนๆ (ห้วนทั้งเจ้าของร้าน และพนักงาน) ตอนนั้นก็ตกใจมาก และโกรธมาก แต่ก็ไม่สามารถทำอะไรได้ เพราะอาหารก็มาแล้ว จะลุกออกไปเลยก็เสียตัง จะตักกลับก็กลัวโดนรุมตักกลับ จึงนั่งทนกินต่อให้เสร็จ ซึ่งเวลานั้นไปกับคุณแม่แล้วผู้ใหญ่ส่วนใหญ่ก็จะไม่ชอบกินส่วนของขนมปัง ดังนั้นคุณแม่จึงเหลือขนมปังเอาไว้ พอเจ้าของร้านเห็นก็พูดขึ้นมาว่า “ถ้ากินแบบนี้ผมขอขนมปังคืนมาดีกว่า เปลือง” ณ จุดนั้นเริ่มจะทนไม่ไหวจึงพูดว่า “ทำไมพูดจาแยแบบนี้ ฉันเป็นลูกค้านะ” เจ้าของร้านตอบกลับมาว่า “ครับ” แล้วก็ยิ้ม (ณ จุดนั้นคิดว่าเขาคงประชด) เลยโกรธจนทนไม่ไหว จึงจ่ายเงินแล้วเดินออกจากร้าน แต่ก่อนออกจากร้านก็ได้ยินเจ้าของร้านพูดกับพนักงานว่า “ครับๆ ผมทุเรศเอง” แล้วก็หันไปหัวเราะกันเอง ถือว่าเป็นร้านอาหารที่แย่มากเท่าที่เคยได้กินมาในชีวิต

### ชนวีร์ (21 ปี) , ผู้บันทึก 18

เหตุการณ์แย่ๆ เกี่ยวกับการได้รับบริการจากพนักงานที่ผมประสบพบเจอมีมากมายนับไม่ถ้วนจริงๆ ครับ แต่มีเหตุการณ์หนึ่งที่พีคที่สุด จนต้องเดินออกจากร้าน ไม่ทานต่อกันเลยทีเดียว

เหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นที่ร้านชาบูชิ สาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ วันที่ไปมีเพื่อนร่วมชะตากรรมอยู่ 1 คน ก็รอคิวเป็นปกติตามธรรมเนียมชาบูชิ พอถึงคิวเราก็เข้าไปตามปกติ โต๊ะที่นั่งวันนั้นเป็นโต๊ะบาร์ มีหม้อส่วนตัวหน้าลูกค้า แต่ละคน ผมกับเพื่อนก็สั่งน้ำซุปรตามปกติ พอเราสั่งเสร็จก็แยกย้ายกันไปตักอาหาร ก็ทานกันไปอย่างสนุกสนาน แต่เรื่องมันดันเกิดตอนที่น้ำหมด ผมอาสาเพื่อนว่า ผมจะไปตักน้ำให้ เอาน้ำอะไร เพื่อนบอกเอาน้ำพืชน์ ผมก็เดินไปกตน้ำ ตอนกตน้ำแข่งกับกตน้ำ ก็ไม่ได้คิดอะไร รีบกต และมานั่งที่ตามเดิม แต่พอตอนวางแก้วแล้วนั่งที่เก้าอี้ ผมถึงกับช็อก เพราะในแก้วตรงหน้าผมมีแมลงสาบตัวเล็กลอยโตนงอยู่ในแก้ว ผมหายใจเฮือกหนึ่ง แล้วคิดว่าไม่เป็นไร ไปตักแก้วใหม่ก็ได้ เพราะผมก็ทำร้านอาหารอยู่ ไม่อยากด่าเขา กลัวเวรกรรมตามทันแล้วเจอกับร้านตัวเอง แต่เพื่อนผมไม่ยอม พร้อมกับยกมือเรียกพนักงานมาดูว่าเกิดอะไรขึ้น บทสนทนาเริ่มต้นนี้

เพื่อนผม “พี่ครับมันมีแมลงสาบในแก้วเพื่อนผม มันเกิดขึ้นได้อย่างไร” พนักงานหยิบแก้วขึ้นมาดู แล้วพูดห้วนๆ ว่า “ไม่น่าจะเป็นไปได้นะ แล้วคุณหยิบแก้วมาไม่ได้มองหรือว่ามี

แมลงสาบในแก้ว” เพื่อนผมก็โกรธสิครับ ตอบพนักงานไปว่า “สรุปคือมีแมลงสาบในแก้วน้ำลูกค้า เป็นความผิดของลูกค้าหรือครับ” พนักงานทำหน้าที่เหวี่ยงๆ แล้วพูดว่า “สักครู่ค่ะ” (สับดบ๊อป) พร้อมเดินไปตักน้ำแก้วใหม่มาให้ แล้วเดินหนีไป เพื่อนผมโกรธพนักงานคนนี้นัก เลยบอกกับพนักงานที่เดินผ่านว่า “ต้องการพบผู้จัดการร้าน”

สักครู่ผู้จัดการก็เดินมา ผม และเพื่อนก็อธิบายเรื่องที่เกิดขึ้นให้ฟัง พร้อมหยิบรูปแมลงสาบในแก้วที่ถ่ายไว้ให้ดู ผู้จัดการร้านก็ขอโทษ ขอโทษ ยกใหญ่ และบอกว่าจะมีการลงโทษพนักงานคนนั้น โชคดีที่เพื่อนผมเริ่มใจเย็นลง เลยบอกกับผู้จัดการว่า “แค่ตักเตือนก็พอ อายารุนแรงกว่านั้นเลย” สุดท้ายทุกอย่างก็จบลงด้วยดี ผู้จัดการร้านสัญญาว่าจะส่งเรื่องความไม่สะอาดนี้ไปถึงผู้บริหารให้ (ไม่รู้จะถึงไหม) แถมยังให้บัตรกำนัลทานฟรีครึ่งหน้า 2 ที่ และมือนี่ไม่ต้องจ่าย แลกกับการลบรูปที่ถ่ายไว้ และเป็นการขอโทษกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

### อาริยา (23 ปี) , ผู้บันทึก 19

เรื่องนี้เกิดขึ้นเมื่อปีที่ผ่านๆ มา เมื่อตัวดิฉันเองได้ไปเข้าร่วมโครงการ Work&Travel แลกเปลี่ยนที่ประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อเป็นการหาประสบการณ์จากการทำงาน และการใช้ชีวิตอยู่ในต่างแดน เรื่องราวที่เกิดขึ้นนี้มีอยู่ว่าเมื่อดิฉัน และเพื่อนอีกสองคนเสร็จสิ้นการทำงานตามทีโครงการได้ระบุไว้ โดยดิฉัน และเพื่อนๆ ก็ได้วางแผนกันไปเที่ยวที่มลรัฐอื่นๆ ในประเทศสหรัฐอเมริกา ดิฉันเลยได้หารีวิวตามเว็บไซต์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์พันทิป เป็นคู่มือในการเที่ยวที่ลาสเวกัส และแกรนด์แคนยอน โดยคนในเว็บได้แนะนำให้ไปกับทัวร์จีน ซึ่งปกติดิฉัน และเพื่อนจะไปกันเอง ไม่ได้อาศัยทัวร์ท่องเที่ยว แต่การไปเที่ยวที่แกรนด์แคนยอนมันค่อนข้างเดินทางลำบากหากไม่มีรถ ดังนั้นดิฉันเลยตัดสินใจจองทัวร์จีนไป (ทัวร์ท่องเที่ยวของบริษัทคนจีน ซึ่งคนส่วนมากที่ใช้บริการเป็นคนจีน และอาจมีคนไทยอยู่บ้าง)

พอถึงวันจริงของการไปเที่ยวที่ลาสเวกัสทุกอย่างดูปกติ รถทัวร์ที่มารับสภาพใช้ได้ ถึงแม้คนที่เป็นคนโก้จะพูดภาษาจีนเป็นส่วนมาก แต่ก็สามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษกับดิฉันได้เล็กน้อย ซึ่งก็อาจทำให้เกิดความสับสนอยู่บ้าง ในวันที่ 2 ซึ่งเป็นวันสุดท้ายของทริป ระหว่างเดินทางกลับจากแกรนด์แคนยอนเพื่อไปลาสเวกัสนี้เอง รถทัวร์เริ่มแอร์ไม่ทำงาน ทำให้ลูกทัวร์บ่นทั้งคัน แล้วต่อมาคนขับรถก็ได้แวะปั๊มข้างทางเพื่อตรวจสอบสภาพของรถทัวร์ ซึ่งทำให้ลูกทัวร์ทุกคนต้องลงจากรถมานั่งข้างนอกที่มีแต่ทะเลทราย มองไปทางไหนก็มีแต่ทะเลทราย และด้วยอากาศที่ร้อนถึง 46 องศา ทำให้ลูกทัวร์คนอื่นๆ รวมถึงดิฉันด้วยเกิดอารมณ์ไม่พอใจอย่างมาก เพราะเนื่องจากดิฉันต้องรีบไปขึ้นรถ Grayhour Bus ให้ทันเวลาในรอบที่จองไว้ เพื่อเดินทางไปที่พักซานฟรานซิสโกตามแผนที่ได้วางเอาไว้ ด้วยอารมณ์ที่ไม่พอใจอย่างมาก ดิฉันเลยเดินเข้าไปถามไกด์ทัวร์ว่าจะแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างไร และจะอย่างไรหากดิฉัน และเพื่อนต้องตรกรถรอบไปซานฟรานซิสโก ซึ่งสิ่งที่ดิฉันได้รับคำตอบ



กลับมาแล้วยังทำให้ดิฉันไม่พอใจ เนื่องจากโกด์ทัวร์ และตัวบริษัทสำนักงานในลาสเวกัสไม่มีการประสานงานที่ดี ไม่สามารถให้คำตอบที่แน่ชัดได้

หลังจากนั้นอีก 2 ชั่วโมงต่อมา โกด์ทัวร์ก็บอกว่ารถทัวร์คันใหม่มาถึงแล้ว ซึ่งตอนนั้นดิฉัน และเพื่อนๆ ใจชื้นขึ้นไปนิดหนึ่งว่าจะมีลุ้นไปทันรอบรถหรือเปล่า และสุดท้ายดิฉันก็กลับไปทันเก็บของแล้วไปขึ้น Grayhour Bus ได้ทันเวลาพอดี

- ปัญหาที่เกิดขึ้น :
1. โกด์ทัวร์ยังไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดีพอ
  2. รถทัวร์เสียระหว่างทาง
  3. การสื่อสารที่ไม่ตรงกันระหว่างโกด์ทัวร์ และสำนักงานในลาสเวกัส

ลาสเวกัส

การแก้ไขจากผู้ให้บริการ : ส่งรถทัวร์อีกคันมาเปลี่ยนลูกทัวร์ขึ้นรถ เพื่อไปส่งที่ลาสเวกัส

ข้อสรุปจากเหตุการณ์นี้ : หลังจากเหตุการณ์นี้ทำให้ดิฉันเกิดความไม่พอใจ เพราะทำให้ดิฉันต้องเสียเวลา และเกือบตกรถ ดังนั้นดิฉันจึงคิดว่าถ้าครั้งหน้าดิฉันก็คงไม่ไปรับบริการจากทัวร์จีนบริษัทนี้อีกแล้ว เพราะไม่มีการแก้ปัญหาที่ดีกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

### สุขขญา (18 ปี) , ผู้บันทึก 20

เรื่องนี้เกิดขึ้นเมื่อดิฉันเรียนอยู่ชั้นมัธยมต้น ม.3 เนื่องด้วยตอนที่ดิฉันเรียนอยู่โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย ซึ่งเป็นโรงเรียนรัฐบาล ซึ่งสมัยก่อนโรงเรียนของรัฐบาลมีกฎเกณฑ์ว่าเด็กผู้หญิงมัธยมต้นทุกคนต้องไว้ผมสั้นเท่าตี่งหู ดังนั้นเมื่อเวลาที่มีประกาศจากคุณครูฝ่ายปกครองว่าจะตรวจร่างกายในวันไหน ดิฉันก็มักจะไปตัดผมวันก่อนหน้าวันตรวจผม 1 วัน เนื่องจากดิฉันอายุที่มีผมเท่าตี่งหู มันดูสั้น ดูไม่สวยสำหรับดิฉัน และหลายคนก็คงอายุแบบเดียวกัน

เวลาไปใช้บริการร้านตัดผม ดิฉันจะไปใช้บริการร้านตัดผมที่มีอยู่เพียงร้านเดียวในหมู่บ้าน ซึ่งก็ตัดแบบนี้เป็นเวลาตลอด 2 ปีที่ผ่านมา เพราะพี่คนที่ตัดผมจะรู้ว่าต้องตัดแบบไหนที่ผ่านการตรวจผม โดยเมื่ออาทิตย์สุดท้ายของการเป็นนักเรียนชั้น ม.3 อาจารย์ก็ได้สั่งให้ไปตัดผมมา

เย็นวันนั้นดิฉันก็ไปร้านเดิม แต่สิ่งที่ต่างไปจากเดิม คือ พี่คนตัดผมเดิมที่รู้ว่าจะต้องตัดให้ดิฉันอย่างไรไม่สบาย พนักงานคนใหม่เลยเป็นคนมาตัดผมของดิฉันแทน โดยที่ดิฉันก็เห็นว่าเป็นคนใหม่ ก็เลยบอกทรงผมที่ต้องการจะได้ตัดผมออกมาแล้วเหมือนกับที่เคยบอกพี่คนเดิม แต่ผลสุดท้ายผมดิฉันที่ออกมาทำให้ดิฉันถึงกับต้องร้องไห้ เพราะเนื่องจากมันดูสั้นเลยเหนือขึ้นไปกว่าตี่งหูเสียอีกตี่งหูก็ว่าสั้นพอแล้ว แต่นี่สั้นเหนือขึ้นไปกว่าตี่งหู ทำให้ยังดูสั้นเข้าไปใหญ่ มันดูเป็นเด็กเอ๋อ

พี่คนที่ตัดผมให้ดิฉันได้ขอโทษดิฉัน แต่เหมือนไม่เต็มใจที่จะขอโทษ เพราะเขาก็คงคิดว่าเขาตัดตามที่เราร้องการแล้ว แล้วส่วนเจ้าของร้านบอกว่าเดี๋ยวจะตัดให้ฟรีในรอบหน้า พอวันต่อมา

ดิฉันแทบอยากจะไม่ไปโรงเรียน ไม่อยากไปตรวจระเบียบที่โรงเรียน เพราะอายุเพื่อนๆ มาก กลัวเพื่อนๆ ล้อ และจากเหตุการณ์นี้เองก็ทำให้ดิฉันไม่ไปตัดผมที่ร้านนี้อีกเลย

ปัญหาที่เกิดขึ้น : การให้บริการการตัดผมของพี่คนเดิมกับคนใหม่ต่างกัน แม้ว่าจะคิดราคาเท่ากัน ทำที่เดียวกัน แต่ดิฉันมีความพอใจที่คนตัดเดิมมากกว่าคนใหม่

การแก้ไขจากผู้ให้บริการ : เกิดการขอโทษจากพี่คนตัดผมใหม่ และให้บริการตัดผมฟรี โดยไม่คิดค่าบริการในครั้งหน้าจากเจ้าของร้าน

ข้อสรุปจากเหตุการณ์นี้ : หลังจากเหตุการณ์นี้ทำให้ดิฉันเกิดความไม่พอใจอย่างมาก เพราะทำให้ดิฉันรู้สึกถึงความอับอายที่มีผมสั้นกว่าตุงหู เกิดความไม่ยอมไปโรงเรียน และไม่อยากจะเจอหน้าเพื่อนๆ ดังนั้นจากเหตุการณ์ครั้งนี้ ดิฉันไม่กลับไปตัดผมที่ร้านนี้อีก แม้ว่าเจ้าของร้านจะให้ตัดผมฟรีในครั้งถัดไปก็ตาม

### ปารีชา (22 ปี) , ผู้บันทึก 21

ข้าพเจ้ากับเพื่อนข้าพเจ้าได้เดินทางไปที่ท่องเที่ยวที่เชียงใหม่ จังหวัดเลย โดยเลือกที่จะใช้บริการรถทัวร์ของบริษัท บขส. จากสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (หมอชิต 2) ไปยังเชียงใหม่ ทั้งขาไปและขากลับ

ขาไปได้เลือกรถทัวร์บริษัท บขส. ที่เป็นรถวิโอพี (ม.4ก) ออกเดินทางสี่ทุ่ม ไปถึงเชียงใหม่แปดโมงเช้า ข้าพเจ้ากับเพื่อนของข้าพเจ้าได้รับบริการที่ดีจากทางบริษัท ไม่ว่าจะเป็นการดูแลที่ดีของพนักงานที่มีสีหน้าที่เป็นมิตร ยิ้มแย้ม และมีอัธยาศัยที่ดีกับผู้โดยสารทุกท่าน อีกทั้งพนักงานขับรถมีการขับอย่างปลอดภัย

แต่ในขากลับได้เลือกรถทัวร์แบบปกติ (ม.4ข) รอบหนึ่งทุ่ม ทางรถทัวร์ออกจากจุดนัดหมายเพื่อมายัง กทม. ช้าไปกว่ากำหนดเกือบ 1 ชั่วโมง และไม่มีการแวะพักระหว่างเดินทางไปยังหมอชิต 2 ตลอด 10 ชั่วโมง มีเพียงแวะในจุดที่แวะรับผู้โดยสารท่านที่เหลือในตัวอำเภอเมืองเลยเท่านั้น

ในตอนนั้นเพื่อนข้าพเจ้ารู้สึกปวดปัสสาวะ แต่ไม่สามารถใช้บริการห้องน้ำในบริเวณนั้นได้ เนื่องจากห้องน้ำมีให้บริการเพียงหนึ่งห้องเท่านั้น แต่มีผู้โดยสารรอใช้บริการเป็นจำนวนมาก และทางพนักงานให้เวลาจำกัดในการแวะพัก เพราะเป็นการแวะพักเพื่อรับผู้โดยสารท่านั้น หลังจากรถออกข้าพเจ้ากับเพื่อนข้าพเจ้าก็กลับ เพื่อหวังว่าต้นมาจะได้เข้าห้องน้ำตรงจุดแวะพักรับประทานอาหาร แต่ข้าพเจ้าต้นมาตอนตี 2 ก็ยังไม่เห็นจะมีการแวะพักใดๆ ทั้งสิ้น ซึ่งโดยปกติแล้วทางรถทัวร์จะมีการแวะพักระหว่างทางให้ผู้โดยสารแวะห้องน้ำ รับประทานอาหาร ซึ่งผู้โดยสารจะได้รับคูปองจากทางรถทัวร์แทนเงินสดในการรับประทานอาหารที่สุดแวะพัก นอกเหนือจากกล่องขนม และน้ำที่ให้บริการบนรถทัวร์

ข้าพเจ้าจึงสอบถามพนักงานบริการบนรถทัวร์ว่าเมื่อไหร่จะถึงจุดแวะพัก พนักงานตอบแค่เพียงว่าไม่มีการแวะพักนะครับ รถทัวร์จะเดินทางตรงสู่สถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพ (หมอชิต 2) เลย ข้าพเจ้ากับเพื่อนข้าพเจ้างงมาก และรู้สึกไม่พอใจ เนื่องจากปวดปัสสาวะ อูจจาระ และหิวข้าว เพราะพวกข้าพเจ้าทานอาหารตั้งแต่ 6 โมงเย็นก่อนขึ้นรถทัวร์ เพื่อนข้าพเจ้าจะใช้ห้องน้ำในรถทัวร์ แต่ห้องน้ำก็ไม่สะอาด และไม่สามารถใช้บริการได้ น้ำไม่ไหล ทำให้เพื่อนข้าพเจ้าไม่สามารถที่จะทำอะไรได้ เนื่องจากไม่อยากที่จะให้รถทัวร์ช้าไปกว่ากำหนดอีก และเมื่อถึงสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพ (หมอชิต 2) เพื่อนข้าพเจ้าก็รีบเร่งที่จะไปเข้าห้องน้ำเพื่อทำธุระส่วนตัว อีกทั้งจากการที่รถทัวร์ออกจากเชียงใหม่ช้ากว่ากำหนด ทำให้รถทัวร์มาถึงที่หมายช้ากว่ากำหนดไป 1 ชั่วโมง ทำให้ถึงสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพ (หมอชิต 2) หกโมงกว่า ซึ่งตามกำหนดควรจะถึงตี 5 ทำให้เพื่อนข้าพเจ้าที่ต้องไปทำงานต่อในวันนั้นต้องรีบเร่ง และเสียเงินเพิ่มเติมในการใช้บริการรถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง เพื่อให้ทันเวลาในการทำงาน ทำให้วันนั้นเพื่อนข้าพเจ้ามีความเหนื่อยล้าเป็นอย่างมาก และจากนั้นข้าพเจ้าได้โทรไปตำหนิกับบริษัท บขส. เรื่องการไม่แวะพักที่จุดรับประทานอาหาร ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตาม ถือว่าเป็นการเอาเปรียบผู้โดยสารให้ไม่สามารถใช้สิทธิ์ในการใช้คู่มือแลกรับอาหาร และไม่ได้เข้าห้องน้ำ รวมถึงการถึงจุดหมายล่าช้ากว่าเวลาที่กำหนด

ทางพนักงานจึงขอโทษ และจะตรวจสอบแก้ไขไม่ให้เกิดปัญหาอย่างนี้ขึ้นอีก จากการใช้บริการครั้งนี้ทำให้ความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัท บขส. ลดลง ทำให้ในครั้งต่อไป ข้าพเจ้าและเพื่อนข้าพเจ้าจะพิจารณาที่จะใช้บริการรถทัวร์จากบริษัทอื่นๆ ด้วย แล้วจะหลีกเลี่ยงการใช้บริการรถทัวร์จาก บขส.

## พงศธร (22 ปี) , ผู้บันทึก 22

สืบเนื่องจากที่บ้านของผมใช้อินเตอร์เน็ตของค่าย True ซึ่งได้ใช้บริการมานานมากแล้ว (เป็น 10 ปีได้ ตั้งแต่สมัยเป็นโมเด็มธรรมดา ต่อเน็ตครั้งละ 3 บาท) โดยส่วนตัวคิดว่าไม่ได้มีปัญหาอะไรเลย ถึงแม้จะได้ยินหลายหลายคนบ่นถึงปัญหา เช่น เวลาฝนตกเน็ตชอบหลุด ช่วงเย็นๆ เน็ตช้าหรืออะไรก็แล้ว แต่ ซึ่งผมมองว่าปัญหานี้เป็นทุกค่าย บางค่ายจะมีอาการหนักกว่านี้ด้วยซ้ำ อาจจะมีบางครั้งที่เกิดปัญหา แต่ไม่นานก็หาย การบริการของ True ก็ใช้ได้เลยทีเดียว (เคยมีอยู่ครั้งหนึ่งคู่สายมีปัญหาโทรไปแจ้ง วันเดียวช่างก็มาโยงสายหน้าบ้านให้ใหม่ก็ใช้ได้ทันที)

แต่เมื่อไม่นานมานี้ ชัก 2-3 เดือนที่ผ่านมา อินเตอร์เน็ตเริ่มมีปัญหาช่วงดึกๆ สักตีสองตีสาม ตีๆ ดับๆ ตลอดจนถึงเช้า อาการก็จะหายไปเอง ช่วงวันแรกๆ ก็คิดว่าไม่มีอะไร เดี่ยวก็คงติด แต่พอเป็นติดต่อกันหลายๆ วันเข้าจึงเริ่มสงสัย และติดต่อทาง True โดยผมติดต่อกับทาง True ผ่านทางแอปพลิเคชัน True iService เพราะคิดว่าเป็นช่องทางที่ติดต่อได้ง่าย สะดวกทั้งเวลา และสถานที่

ค่าใช้จ่ายก็ไม่ต้องเสีย โดยพอเข้าแอปแล้วเลือกหัวข้อ True Care Chat แต่มีข้อแม้ คือ ช่องทางนี้จะสามารถติดต่อได้เฉพาะเวลาแปดโมงเช้า ถึงหกโมงเย็น ผมจึงได้ใช้บริการตอนเช้า ก็แจ้งปัญหาที่เกิดขึ้นไป เจ้าหน้าที่ที่เข้ามาพิมพ์ตอบก็แก้ไขปัญหาโดยการรีเซ็ตสัญญาณให้ แต่เนื่องจากตอนกลางวันอินเทอร์เน็ตมันใช้ได้อยู่แล้ว ดังนั้นพอรีเซ็ตไปมันก็ไม่ได้เหมือนเดิม ไม่เห็นผลอะไร แต่พอมาตอนกลางคืนปัญหาก็กลับมาเหมือนเดิม (ไฟช่องสัญญาณอินเทอร์เน็ตตติๆ ดับๆ) แต่ก็ไม่สามารถติดต่อช่องทางนี้ได้ช่วงที่สัญญาณดับ จึงได้ติดต่อไปใหม่ในวันรุ่งขึ้น

เจ้าหน้าที่ที่แก้ไขปัญหาก็แบบเดิม คือ รีเซ็ตสัญญาณให้ซึ่งมันก็ไม่ได้แก้ปัญหาก็ผมเลย แต่ว่าผมลองเปิดใจลองดูอีกครั้งว่าคืนนั้นจะโอเคขึ้นไหม ผลก็คือปัญหายังเกิดเหมือนเดิมอยู่ดี ช่วงนั้นผมก็กลับมาหอบ้าง เว้นระยะไม่ได้กลับบ้าน พอกลับไปบ้านอีกทีหนึ่ง ปัญหายังเกิดอยู่

ตอนเช้าจึงได้ติดต่อไปใหม่ ถึงแม้เจ้าหน้าที่ที่มาแก้ปัญหาก็จะเปลี่ยนคน แต่วิธีการของเค้าก็ยังเป็นการรีเซ็ตสัญญาณให้ใหม่เหมือนกัน คราวนี้ผมรู้สึกว่าสิ่งที่เขาทำมันไม่ได้ช่วยแก้ปัญหาก็ได้แจ้งไปว่าทำแล้วหลายรอบ ไม่ได้แก้ปัญหาก็เลย ทาง True ก็เว้นระยะการตอบไปสักพักแล้วบอกว่าให้ลองเช็คค่าตามที่เค้าบอกดู ซึ่งสิ่งที่เขาบอกให้เช็คผมทำอยู่แล้ว ทาง True ก็แจ้งว่าคืนนี้ลองดูใหม่ผมก็ลองดูแล้วปัญหาก็เกิดขึ้นอยู่ดี

วันต่อมาผมจะเข้าไปที่ซื้อของ True ในห้างสรรพสินค้าใกล้บ้าน และสอบถามถึงปัญหาว่าคุณสายในละแวกบ้านมีปัญหาไหม ทาง True ก็แจ้งว่าไม่มีปัญหาอะไร ปกติดีทุกอย่าง สัญญาณที่ส่งไปก็ปกติดี เป็นที่เราเตอร์ของเราหรือเปล่า ซึ่งผมเคยลองเปลี่ยนเราเตอร์ตัวอื่นที่ใส่ได้แล้วก็ไม่สามารถใช้ได้ เกิดปัญหาเดียวกัน ในระหว่างนั้นเจ้าหน้าที่ที่ตอบคำถามไม่ได้ก็โยนไปให้ติดต่อกับเจ้าหน้าที่อีกคน ซึ่งก็ไม่สามารถตอบคำถามผมได้ เค้าก็อยากกลับไปเดิม สุดท้ายเค้าต้องกดบัตรคิวให้เราไปติดต่อกับแผนกบริการหลังการขาย ซึ่งทางแผนกนัดวันให้ช่างเข้ามาเช็คให้ ผมจึงโอเค จากนั้นช่างก็เข้ามานัดวันแล้วก็เข้ามาเช็คคุณสายภายในต่างๆ ให้ ผลก็คือคุณสายปกติดีอยู่แล้ว ก็มาเช็คในซึ่งเป็นเวลากลางวัน เวลาที่อินเทอร์เน็ตปกติ ช่างเลยชี้แจงว่าน่าจะเป็นที่สายภายในบ้านเกิดเสื่อมสภาพ และใช้งานไม่ได้เป็นบางเวลา ซึ่งเขาไม่สามารถดำเนินการแก้ไขในส่วนนี้ให้ได้ ต้องเดินสายใหม่เอง หรือไม่ก็จ้างช่างของ True นี้แหละ แต่เป็นการจ้างส่วนตัว (นอกเวลา) ค่าใช้จ่ายก็ต้องรับผิดชอบเอง ซึ่งค่าใช้จ่ายไม่ได้สูงอะไร สายโทรศัพท์ราคาไม่มากเท่าไร ค่าแรงก็ไม่ได้แพงมาก หรือจะเดินสายเองยังได้ แต่มันเสียความรู้สึกเหมือนกันที่ทาง True เวลาถูกคำถามติดตั้งเดินสายฟรี แต่พอสายเสียต้องเดินเอง แบบนี้ผู้ผมยกเลิกใช้แล้วสมัครใหม่ไม่ดีกว่าเหรอ เดียวก็ติดตั้งใหม่เดินสายใหม่เพราะว่าสัญญาที่ทำกับทรูมันแค่ 1 ปี ผมใช้บริการมาเป็น 10 ปีแล้ว ปัญหาทั้งหมดนี้อาจจะไม่ถึงขั้นเลวร้ายมาก แต่มันก็ทำให้เราเสียอารมณ์ หงุดหงิด เสียเวลามาก เหตุการณ์ทั้งหมดนี้เกิดขึ้น และกินเวลาเป็นเดือนๆ (รวมเวลาที่ผมกลับหอแล้วที่บ้านไม่ได้แก้ไขปัญหาคือ) ก็ทำให้ผมรู้สึกว่าเจ้าหน้าที่

ของ True ขาดความรู้ ความเข้าใจในสินค้าของตน ถึงแม้ว่าเจ้าหน้าที่รับเรื่องจะไม่ได้มีความรู้ทางด้านเทคนิค แต่ก็น่าจะรับรู้ถึงกระบวนการ และส่งต่อให้ถูกฝ่าย แต่ว่าที่ผ่านมาเอา แต่ใช้วิธีเดิมๆ ในการแก้ปัญหา ถ้าสมมุติว่าส่งให้ช่างตั้งแต่ครั้งที่สอง หรือสามที่ผมติดต่อไป ปัญหา ก็จะจบลงเร็วกว่านี้ จนกระทั่งถึงทุกวันนี้ผมไม่ได้แก้ไขปัญหาอะไรเลย จนอินเตอร์เน็ตกลับมาเป็นปกติ ไม่หลุดในช่วงกลางคืนเหมือนตอนที่เกิดปัญหา แล้วผมยังไม่ได้แก้อะไร เลยสงสัยเล็กๆ ว่าที่ช่างบอกว่าปัญหามาจากสายภายในนั้นเป็นปัญหาแบบนั้นจริงๆ เหรอ

### พิพัฒน์ (22 ปี) , ผู้บันทึก 23

ผมได้หาร้านกินข้าวกับเพื่อนๆ หลังจากที่ทำงานกันมาเหนื่อยๆ แต่ว่าเลือกร้านไม่ได้สรุปจึงไปจบที่ KFC โดยตอนที่ไป เวลาที่ค่าๆ แล้วสักหนึ่งทุ่มกว่าๆ ทุกคนก็ได้สั่งอาหารของตัวเอง บางคนก็ได้อาหารเลย บางคนก็ต้องรออาหารโดยพนักงานจะมาเสิร์ฟให้ที่โต๊ะ

ทุกคนก็นั่งทาน พนักงานก็นำอาหารที่ไม่ได้มาเสิร์ฟจนครบทุกคนยกเว้นของผม เป็นข้าวยำไก่แซ่บ จนรู้สึกว่านานผิดปกติจึงได้ทักท้วงกับพนักงานที่เดินผ่านไปเช็ดโต๊ะแถวนั้น แล้วพนักงานก็บอกว่าจะไปตามให้ แล้วก็หายไปเลยจนอีกพักใหญ่ รู้สึกว่านานเกินไปจึงได้ท้วงอีกที แต่พนักงานก็รับรู้แล้วหายไปอีก ก็ยังไม่มื่ออะไรมาเสิร์ฟ ระหว่างที่รอคือนั่งคุยไปเรื่อยๆ เพลินๆ แต่ก็ยังรู้สึกว่านาน (รวมๆ กันแล้วสี่สิบห้า นาที)

หลังจากนั้นจึงได้เดินไปถามพนักงานที่เคาน์เตอร์ที่สั่งอาหารว่าทำไมอาหารที่สั่งไปยังไม่ได้ แต่พนักงานฟังเสร็จก็เหมือนกันหน้าไปดูหลังร้านแล้วทำหน้าที่ไม่พอใจ พูดประมาณว่า ดึกขนาดนี้แล้วใครจะมาทำให้กิน ซึ่งผมได้ยืนแบบนั้นแล้วเกิดอารมณ์โมโหมาก ทั้งด้วยความที่รอจนหิวแล้วก็ยังไม่ได้ เพื่อนคนอื่นเค้ากินเสร็จหมดแล้วนั่งรออยู่ อาหารก็ไม่มาสักที พอทวงถามก็หายไป พอมาถามถึงเคาน์เตอร์แล้วได้คำตอบแบบนี้มา จึงได้บอกให้ไปเรียกผู้จัดการมาคุยสิ ทำไมถึงได้พูดแบบนี้ พนักงานก็ทำท่าทางไม่พอใจแล้วเดินไปเรียกผู้จัดการมา ผู้จัดการก็เดินมาขอโทษแล้วบอกว่าเดี๋ยวจะรีบตามอาหารให้ ให้ไปรอก่อน แต่ผมอารมณ์ไม่ดีเอามากๆ จึงได้ตอบกลับไปด้วยน้ำเสียงค่อนข้างรุนแรงว่า ไม่แดกมันแล้ว ให้รอขนาดนี้ แล้วก็เดินออกจากร้านไปเลย

หลังจากนั้นผมก็ยังโมโห KFC อยู่มาก ถ้าให้เลือกได้ก็จะไม่กิน KFC อีก แต่ถ้าต้องกินจะไม่ไปกินสาขานั้นอีกเป็นอันขาด ทุกครั้งที่พูดถึงเหตุการณ์ก็ยังไม่พอใจกับพนักงานนั้นอยู่ทุกที

### ตุลาพร (20 ปี) , ผู้บันทึก 24

เมื่อสามปีที่ผ่านมา ข้าพเจ้าได้โอกาสไปงาน “ไทยเที่ยวไทย” ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์กับครอบครัว ซึ่งเป็นงานที่รวบรวมโปรโมชั่นสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร กับแพ็คเกจ

สุดคุ้ม ซึ่งมีราคาถูกกว่าช้อนอกงาน ซึ่งครอบครัวของข้าพเจ้าก็ได้ซื้อแพ็คเกจที่พักของโรงแรมแห่งหนึ่งมา ชื่อว่า Ambassador City Jomtien Hotel ตั้งอยู่แถวพัทยา ราคาที่พักในโปรโมชั่น คืนละประมาณหนึ่งพันกว่าบาทต่อห้อง ซึ่งลดมาจากราคาเต็มประมาณราคาห้องละสองพันกว่าบาท รวมค่าอาหารตามที่กำหนด แพ็คเกจมีอายุการใช้งานหนึ่งปี

ต่อมาเมื่อเข้าใกล้ช่วงเทศกาลสงกรานต์ แม่ของข้าพเจ้าได้โทรไปคอนเฟิร์มที่โรงแรมแห่งนั้น เพื่อแจ้งวันเช็คอินล่วงหน้าประมาณ 1 อาทิตย์ ทางโรงแรมก็รับทราบแล้ว เมื่อถึงช่วงเทศกาลสงกรานต์ ครอบครัวของข้าพเจ้าก็เดินทางกันไปเที่ยวกันที่พัทยา แวะท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ตามเส้นทางไป เพื่อคาดหวังจะให้ถึงโรงแรมประมาณบ่ายๆ เพื่อจะได้เช็คอินได้เลย

พอไปถึงโรงแรมจะเช็คอิน ปรากฏว่าไม่มีรายชื่อครอบครัวข้าพเจ้าในการจองห้องพัก ห้องพักระดับ Deluxe Room ที่ข้าพเจ้าจองไว้ก็เต็ม ตอนนั้นข้าพเจ้าก็ใจไม่ดี เพราะมาถึงที่แล้ว อีกทั้งยังเป็นช่วงเทศกาลที่มีคนเยอะ ห้องพักรื่นๆ ก็เต็ม และเงินที่เสียไปแล้วตอนจองแพ็คเกจครึ่งหนึ่ง ข้าพเจ้ารู้สึกไม่โอเคเท่าไร เพราะทางคนรับเรื่องของโรงแรมคงมีการผิดพลาด เพราะตอนโทรก็คอนเฟิร์มวันเวลาเรียบร้อยแล้ว เลยได้มีการติดต่อสอบถามกับฝ่ายประชาสัมพันธ์กันอยู่นาน ทางครอบครัวก็ยื่นเอกสารตอนจองแพ็คเกจให้ดู ซึ่งโรงแรมก็เห็นว่ามีการจองจริงๆ ทางพนักงานก็เลยทำเรื่องดำเนินการเคลียร์ห้องพักอยู่ครู่หนึ่ง

บทสรุปสุดท้ายทางโรงแรมจึงแก้ไขปัญหาโดยการหาห้องพักพิเศษให้ ซึ่งเป็นห้องระดับ Suite Room เพราะมันมีห้องว่างอยู่ ซึ่งเป็นห้องที่ระดับดีกว่าที่ข้าพเจ้าจองไว้ ราคาจริงๆ ก็แพงกว่าวิวสวยมองเห็นทะเลกว่า แต่ไม่ได้คิดราคาเพิ่มกับทางครอบครัวข้าพเจ้า ก็ทำให้ข้าพเจ้ารู้สึกดีขึ้นมาก เพราะอย่างน้อยก็มีที่พัก และได้ห้องดีกว่าเดิม จึงขตเซยความรู้สึกในด้านลบตอนแรกไปได้ และการให้บริการของพนักงานก็ถือว่าดีทีเดียว เพราะมีการติดต่อสอบถามกัน เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ไม่มีการวิน การเหวี่ยง บอกรายละเอียดต่างๆ ด้วยถ้อยคำสุภาพ และมีการกล่าวขอโทษทางครอบครัวข้าพเจ้า การแก้ไขดังกล่าวทำให้ครอบครัวข้าพเจ้าไม่ได้ติดใจอะไร ซ้ำยังชื่นชมกับการให้บริการของโรงแรมที่เห็นความสำคัญของลูกค้า ไม่เกี่ยงว่าจะต้องเป็นลูกค้าธรรมดา หรือลูกค้า VIP นี้ก็คือประสบการณ์จากการที่ข้าพเจ้าได้รับจากธุรกิจบริการ

### จรัสกร (20 ปี) , ผู้บันทึก 25

เป็นเหตุการณ์เกี่ยวกับการบริการของพนักงานในร้านอาหารแห่งหนึ่ง ซึ่งข้าพเจ้าไม่ขอเอ่ยชื่อร้าน แต่เป็นร้านที่ผู้คนต่างบอกว่าเฟรนช์ฟรายด์ที่ร้านนี้อร่อยกว่าคู่แข่ง แต่ไก่ทอดของคู่แข่งอร่อยกว่าร้านนี้ บอกเพียงแค่นี้ก็เป็นที่รู้กันว่าร้านนี้คือร้านอะไร เรื่องมีอยู่ว่า ข้าพเจ้าได้สั่งเมนู Sausage McMuffin with Egg ซึ่งพนักงานก็เข้าใจ และมีการทวนรายการอาหารเป็นเมนูนี้อย่าง

ถูกต้องแล้ว แต่เมื่อถึงเวลาที่พนักงานเอามาเสิร์ฟจริงๆ เมื่อข้าพเจ้าแกะห่อออกมา ก็พบว่าเมนูที่ได้ เป็นเมนู McMuffin with Egg ซึ่งสองเมนูนี้ถ้าดูภายนอกมันถูกห่ออยู่ก็ดูไม่รู้ว่ามีมันเป็นเมนูไหน ข้าพเจ้าเลยเดินไปที่เคาน์เตอร์เพื่อบอกพนักงานว่าเมนูที่ได้มามันผิด พนักงานจึงบอกว่า “ไม่นะ ลูกค้าสั่งเมนู McMuffin with Egg นี้” ข้าพเจ้าก็เลยเกิดอารมณ์ไม่ค่อยพอใจ อาจจะเป็นเพราะด้วยความหิว และรอคิวนาน เพราะข้าพเจ้าก็ยืนยันว่าตอนทวนรายการเป็นเมนูที่สั่งจริงๆ แล้วก็ยื่นดูป้ายเมนูอันนั้นอยู่ จึงอาจเป็นไปได้ว่าพนักงานอาจจะรีบคนกดสินค้าให้ผิด และเมนูก็ชื้อคล้ายกัน อีกทั้งคนที่ยื่นสิ่งคิวก่อนหน้าได้สั่งกาแฟปั่นกับพนักงานคนนี้ แต่ได้ผิดเป็นกาแฟธรรมดา จึงมีความเป็นไปได้สูงว่าพนักงานกดผิดจริงๆ

พนักงานจึงได้เรียกผู้จัดการมาคุย ผู้จัดการจึงไปค้นหาบิลมาดู และพนักงานรายล้อม ณ ตอนนั้นประมาณ 3-4 คน ทำให้เกิดความกดดัน อีกทั้งพนักงานก็บอกผู้จัดการว่าเค้าก็ไม่ผิดเหมือนกัน และก็มีสีหน้าออกเล็กน้อย ทำให้ข้าพเจ้าเกิดอารมณ์ไม่พอใจ เพราะตนเองก็ไม่ใช่ว่าผิด แต่พนักงานก็ไม่ยอมรับผิด

ข้าพเจ้าแค่ต้องการคำขอโทษ และแลกเปลี่ยนเป็นอันใหม่ให้ เพราะส่วนต่างเพียงไม่กี่บาท ข้าพเจ้าก็ยินดีจ่ายเพิ่มได้อยู่แล้ว จึงได้มีการโต้เถียงกันอยู่เล็กน้อย

สุดท้ายข้อสรุปที่เกิดขึ้น คือ ผู้จัดการก็ให้พนักงานเปลี่ยนไปทำอันใหม่มาให้ ซึ่งเมนูที่ถูกตองก็คือ Sausage McMuffin with Egg ซึ่งมีทั้งเนื้อ และไข่ ราคาจะแพงกว่าเมนูที่ทำให้ผิด แล้วข้าพเจ้าก็จ่ายส่วนต่างเพิ่มเติม พนักงานคนนั้นก็มากล่าวคำขอโทษ ซึ่งโดยปกติงานด้านการบริการก็ควรฝึกพนักงานให้ดีกว่านี้ เมื่อเกิดปัญหาแบบนี้ควรมีวิธีแก้ยังไงไร หลังจากนั้นผ่านมา พอรับประทานเสร็จก็ไม่ได้ติดใจอะไรแล้ว

### มาเรียม (22 ปี) , ผู้บันทึก 26

เมื่อวันพ่อบ๊ี้ที่แล้ว มาเรียมได้ไปรับประทานอาหารเย็นกับครอบครัวที่ร้าน Pizza Hut สาขาแพชั่นไอส์แลนด์ โดยภายในร้านก็มีลูกค้าเต็มร้าน แต่มีจำนวนคนที่รอคิวไม่มาก พนักงานก็แจกบัตรคิวโดยต้องรอประมาณ 3-4 คิว แต่ก็ใช้เวลารอไม่มากนัก เมื่อถึงคิวก็เข้าไปนั่งในร้าน พนักงานก็ยื่นเมนูให้ก็สั่งอาหาร คือ ซุป พิซซา สปาเก็ตตี้ ซีสบอล เบรดสติ๊ก เมื่อสั่งอาหารไป รออาหารเป็นระยะเวลานานมากๆ เป็นเวลากว่า 2 ชั่วโมง และได้ถามพนักงานเป็นระยะ โดยพนักงานก็ตอบเพียงแค่ว่า “ค่ะๆ เดี๋ยวตามให้ค่ะ” ซึ่งตลอดระยะเวลาที่รออาหารก็มีอาหารออกจากครัวตลอด แต่ก็ไม่ใช้รายการอาหารที่เราสั่งไปซักที จึงได้มีการถามพนักงาน และให้พนักงานเร่งรายการอาหารด้วย

จนคุณพ่อของมาเรียมเริ่มมีอาการโมโห และได้ซักถามพนักงานในร้านว่าอาหารที่สั่งไปรอนานมากแล้ว ทำไมยังไม่ได้ พนักงานก็ยังคงให้คำตอบเดิมว่า “ค่ะๆ เดี๋ยวตามให้ค่ะ” และทำให้ใน

ที่สุดก็ได้ซูปที่สั่งไปมา 1 ถ้วย เมื่อซิมซูปไปปรากฏว่าซูปที่นำมาเสิร์ฟนั้นไม่ได้มีความร้อนเลย เหมือนไม่ได้ผ่านการอุ่น ซูปเย็นมาก เย็นจนเหมือนเพิ่งเอาอาหารออกมาจากตู้เย็น จึงได้มีการแจ้งพนักงาน และได้ยกเลิกรายการอาหารที่สั่งไปทั้งหมดเนื่องจากทนไม่ไหวแล้ว รอนานมากๆ อาหารที่ได้ก็ไม่ร้อน พนักงานก็ไม่ได้มีท่าทีกระตือรือร้นในการที่จะบริการ ตอบเพียงส่งๆ แล้วก็ชำระเงินแล้วออกจากร้าน ไปอย่างเสียความรู้สึก

เมื่อกลับบ้านคุณแม่ของมาเรียนได้โทรไปร้องเรียนเรื่องการให้บริการกับทาง Call Center ของ Pizza Hut โดยทาง Pizza Hut ก็ได้รับเรื่องเอาไว้และบอกว่าจะไปตรวจสอบแล้วจะโทรกลับมา หลังจากนั้นผู้จัดการร้าน Pizza Hut สาขาแพชั่น ไอส์แลนด์ ก็โทรมาขอโทษในเหตุการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้น และหลังจากนั้นก็ผู้จัดการใหญ่ของ Pizza Hut โทรมาถามว่าผู้จัดการร้าน Pizza Hut สาขาแพชั่น ไอส์แลนด์ได้โทรมาขอโทษแล้วหรือยัง รวมทั้งกล่าวขอโทษอีกครั้งกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แต่ครอบครัวของมาเรียนก็ยังคงไม่ไปรับประทานอาหารที่ร้าน Pizza Hut อีกเลยเนื่องจากเสียความรู้สึกกับ Pizza Hut ไปแล้ว

หลังจากนั้นเมื่ออยากทานพิซซ่าก็เลือกที่จะไปรับประทานอาหารที่ร้าน Pizza Company ที่เป็นคู่แข่งของ Pizza Hut แทน และทุกครั้งที่ได้เดินผ่านร้าน Pizza Hut ก็จะนึกถึงการบริการในครั้งนั้น และเล่าให้กับคนรู้จักฟัง รวมทั้งไม่กลับไปรับประทานอาหารที่ร้าน Pizza Hut อีกเลย

### ปาณิสสา (21 ปี) , ผู้บันทึก 27

เมื่อประมาณเดือนมีนาคม ปี พ.ศ. 2557 ฝ่ายได้ไปเดินเล่นคนเดียวที่ศูนย์การค้า Mega Bangna แล้วก็ยังมีพนักงานจาก Slimming Plus สถาบันดูแลรูปร่าง และผิวพรรณครบวงจรเข้ามาแนะนำบริการต่างๆ ของทางสถาบัน แล้วก็โน้มน้าวให้ฝ่ายช่วยลงชื่อ กรอกข้อมูลส่วนตัว เบอร์โทรศัพท์ อาชีพ แล้วก็ให้วัดส่วนสูง ชั่งน้ำหนัก ประมวลผลร่างกาย แล้วพนักงานก็มาวิเคราะห์ผล ข้อมูลให้ฝ่ายฟังโดยบอกว่าน้ำหนักเกินมาตรฐานนะ มีไขมันส่วนเกิน แล้วก็ทำการเสนอขายคอร์สลดน้ำหนักกระชับสัดส่วนให้ฝ่าย ซึ่งคอร์สเต็มมีราคา 15,000 บาท เข้าคอร์สแล้วน้ำหนักลงเห็นผลรวดเร็ว ฝ่ายจึงบอกปฏิเสธไปเนื่องจากคอร์สมีราคาสูงเกินไป แล้วหลังจากนั้นพนักงานคนเดิมจึงเสนอขายคอร์สลดน้ำหนักกระชับสัดส่วนแบบทดลองแทน ในราคา 5,000 บาท ฝ่ายก็ยังเห็นว่ามีความสูง จึงยังไม่ตัดสินใจที่จะซื้อคอร์สทดลอง

เมื่อฝ่ายไม่ตกลงซื้อคอร์สทดลอง พนักงานอีกคนจึงเข้ามาเสนอขายคอร์สทดลองให้ฝ่าย โดยใช้เทคนิคการโน้มน้าวใจต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการให้ดูภาพตัวอย่างคนที่เคยมาใช้บริการทั้งก่อนการใช้บริการ และหลังการใช้บริการ รวมทั้งให้ดูรูปตัวเองก่อนที่จะมาทำงานที่นี้ว่าเคยอ้วนมา



ก่อน และพอมาทำงานที่นี้ ได้ลองเข้าคอร์สเลยผมหลง พุดจาตีไเพราะ ทั้งยังบอกว่าจะให้ราคาพิเศษ 3,000 บาท ฝ่ายจึงใจอ่อนตกลงซื้อบริการ ขอทดลองกับพนักงานขายคนนี้ ซึ่งพนักงานขายคนนี้ก็บอกกับฝ่ายว่าให้ไปใช้บริการที่สาขาซีคอนสแควร์นะ เพราะเขาดูแลอยู่ที่สาขานั้น แล้วจะได้ไม่ต้องโดนเสนอขายคอร์สอีก พร้อมกับให้เบอร์โทรศัพท์ไว้กับฝ่าย เพื่อการติดต่อนัดเวลาเข้ามาเข้าคอร์ส

หลังจากนั้นฝ่ายก็ได้โทรไปหาพนักงานที่สาขาซีคอนสแควร์เพื่อนัดเวลา แต่ฝ่ายกลับไม่สามารถติดต่อพนักงานคนที่ฝ่ายซื้อทดลองนี้ได้ โดยพนักงานคนนี้ปิดโทรศัพท์ ไม่สามารถติดต่อได้ ฝ่ายจึงรู้สึกกังวลว่าที่จ่ายเงินไป 3,000 บาทนั้นจะโดนหลอกหรือไม่ แต่หลังจากนั้นก็ยังมีพนักงานจาก Slimming Plus ของสาขา Mega Bangna โทรมาหาฝ่ายเพื่อนัดเวลา

เมื่อถึงเวลาเข้าคอร์สที่ฝ่ายซื้อ คือ คอร์สทดลองในราคา 3,000 บาท ซึ่งปกติราคา 5,000 บาท พนักงานที่สาขา Mega Bangna กลับบอกฝ่ายว่าคอร์สทดลองนั้นมี 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนกระตุ้นกล้ามเนื้อด้วยไฟฟ้า ขั้นตอนการนวด และขั้นตอนการตีที่อกซ์ผิว แต่ฝ่ายจ่ายแค่ 3,000 บาท สามารถรับบริการได้เพียงแค่ 1 ขั้นตอนเท่านั้น ต้องจ่ายเพิ่มอีก 2,000 บาทจึงจะได้รับบริการครบทั้ง 3 ขั้นตอน แถมพนักงานยังคงคือไม่เลิกจึงตัดสินใจจ่ายเงินเพิ่มเพื่อให้ได้รับบริการครบ 3 ขั้นตอน

ฝ่ายก็ได้เข้าใช้บริการในทั้ง 3 ขั้นตอน ไม่ว่าจะขั้นตอนกระตุ้นกล้ามเนื้อด้วยไฟฟ้า ขั้นตอนการนวด และขั้นตอนตีที่อกซ์ผิว ซึ่งทุกขั้นตอนนั้น พนักงานที่เป็นคนให้บริการในขั้นตอนต่างๆ นั้นมีความสามารถ และความเชี่ยวชาญ ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย ในส่วนของสถานที่ และเครื่องมือ ก็มีความเหมาะสม แต่ว่าในขณะที่รับบริการอยู่นั้น ก็มีพนักงานคอยมาพยายามเสนอขายอย่างต่อเนื่องเป็นระยะๆ ตลอดทั้งการรับบริการ 3 ขั้นตอน เสนอขายคอร์สต่อเสริมโปรโมชันต่างๆ บอกว่าซื้อเพิ่มวันนี้จะได้ราคาพิเศษ พยายามขายคอร์สต่างๆ ตี้อากๆ ที่กำลังผ่อนคลายก็ทำให้รู้สึกหงุดหงิดรำคาญ เซ็ง เพราะเสียเงินแพงแล้ว ยังต้องมาฟังพนักงานเพื่อเสนอขาย แต่คอร์สอยู่นั้นแหละ จึงทำให้ไม่ประทับใจ โดยหลังจากทำคอร์สทดลองนี้เสร็จสิ้น น้ำหนักฝ่ายได้ลดไปเพียง 4 ชีด

พนักงานปิดการขายให้ฝ่ายไม่สำเร็จ เนื่องจากเห็นว่าการใช้บริการที่คอร์สนั้นมีราคาสูง และไม่คุ้มค่า ทั้งพนักงานยังตี้อากจนน่ารำคาญ ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ และไม่อยากจะใช้บริการที่นี้ซ้ำ อีกอย่างรู้สึกไม่พอใจพนักงานขายคนที่ฝ่ายตกลงซื้อคอร์สแล้วปิดเครื่องโทรศัพท์หนี ไม่สามารถติดต่อได้ รวมทั้งบอกข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ไม่ครบถ้วนทำให้เสียความรู้สึก

แม้ว่าฝ่ายจะเลิกใช้ Slimming Plus ไปแล้วตั้งแต่เมื่อเดือนเมษายน ปี พ.ศ. 2557 แต่ Slimming Plus ยังคงโทรมาหาฝ่ายเพื่อชักชวนให้ไปใช้บริการ โดยโทรมาจำนวน 4 ครั้งนับตั้งแต่เดือนกรกฎาคม จนถึงเดือนสิงหาคมปี พ.ศ. 2558 ซึ่งฝ่ายก็บอกปฏิเสธทุกครั้งโทรหา จนครั้งสุดท้ายฝ่ายจึงบอกไปว่าไม่มีเงินค่ะ Slimming Plus ก็ไม่โทรมาอีกเลย

จากประสบการณ์ต่างๆ ทำให้ฝ่ายรู้สึกแย่กับ Slimming Plus และเลิกใช้บริการที่นี้ รวมถึงบอกต่อคนรอบข้างครอบครัวเพื่อนคนรู้จักไม่ให้ไปใช้บริการที่นี้

### ณิชภัทร (22 ปี) , ผู้บันทึก 28

เนื่องจากย้ายเข้ามาอยู่หอใหม่ทำให้ที่ห้องไม่มีอินเทอร์เน็ตใช้ จึงได้ติดต่อใช้บริการกับศูนย์บริการย้อยใกล้ที่พักในตอนเช้า หลังจากจ่ายเงินพนักงานก็บอกว่าสัญญาณจะใช้ได้ตอนเย็น จึงได้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตของโทรศัพท์มือถือจนหมดโปร คิดว่าตอนเย็นจะใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่หอ พอติเย็นวันนั้นได้ลองต่อโมเด็มก็พบว่ายังไม่ทำงานไม่ได้ เลยลองทำใหม่หลายครั้ง เพราะไม่แน่ใจว่าทำถูกหรือไม่ และเปิดเช็คทุกๆ 20 นาทีด้วยความคาดหวังว่าจะใช้ได้ เพราะวันนั้นมีความจำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตมาก ปรากฏว่าก็ไม่ทำงานไม่ได้ เมื่อโทรเข้าศูนย์ย้อยก็เป็นเวลาปิดทำการ จึงโทรไปที่ศูนย์ใหญ่เพื่อสอบถามว่าเป็นเพราะอะไร พนักงานให้คำตอบว่าไม่ทราบ แต่เท่าที่เช็คดูยังไม่มีการใส่ข้อมูลของหอพักที่สมัครใช้บริการเข้าไปเลย และไม่สามารถช่วยอะไร เพียงแต่ให้เบอร์ศูนย์ย้อยให้เราไปสอบถามเอง ซึ่งเวลานั้นศูนย์ย้อยก็ปิดอยู่ก็ไม่มีใครรับโทรศัพท์ จึงถามพนักงานอีกว่าในคืนนั้นจะทำงานได้หรือไม่ พนักงานก็บอกว่าไม่ทราบ แต่คิดว่าน่าจะไม่ได้ เพราะศูนย์ย้อยที่ไปสมัครใช้บริการปิดแล้ว คงไม่มีใครมาใส่ข้อมูลเพื่อปล่อยสัญญาณในคืนนั้น จะใช้งานไม่ได้ในคืนนั้น ทำให้รู้สึกผิดหวังและต้องสมัครอินเทอร์เน็ตจากโทรศัพท์เพื่อใช้ชั่วคราวเป็นรายครั้งสำหรับทำงานในคืนนั้น ทั้งที่วางแผนไว้ดีแล้วว่าถ้าอินเทอร์เน็ตโทรศัพท์หมดจะมีอินเทอร์เน็ตที่หอใช้แทน ทำให้ผิดหวัง เสียเวลาในการเปิดปิดโมเด็มเพื่อรอสัญญาณอินเทอร์เน็ตอยู่หลายชั่วโมง และเสียเงินเพิ่ม

นอกจากนี้เมื่อเช็คดูเงินที่ใช้โทรศัพท์ไป ปรากฏว่ามีการคิดค่าบริการโทรไปที่ศูนย์ใหญ่เพื่อสอบถามปัญหาในราคาแพงกว่าโทรหาเบอร์ปกติ เพราะเป็นเลขหมายพิเศษ มีการคิดค่าโทรเพิ่มแยกต่างหากจากวงเงินค่าโทรศัพท์รายเดือนที่ใช้ได้อีก ทำให้ยิ่งรู้สึกแย่มาก เพราะเราได้รับความเสียหาย เสียเวลา เสียความรู้สึก โทรไปสอบถามเพื่อแก้ปัญหาที่ผู้ให้บริการเป็นคนทำ แต่กลับต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าบริการซึ่งคิดแพงเป็นพิเศษอีก

ในวันต่อมาได้ไปติดต่อที่ศูนย์ย้อยว่าไม่ได้รับสัญญาณ พนักงานนำเอกสารมาดู และพบว่ายังไม่ได้เพิ่มข้อมูลลงไปเพื่อปล่อยสัญญาณอินเทอร์เน็ต เราก็พยายามทำความเข้าใจว่าเค้าจะงานยุ่ง แต่ก็ไม่ค่อยพอใจที่เขารับปาก และไม่ปฏิบัติตามที่พูด ทำให้เราเสียหายหลายอย่างซึ่งเขาก็ไม่รู้ และไม่ได้รับผิดชอบอะไรด้วย วันนั้นพนักงานถามว่ารีบไหม เราก็บอกว่าต้องใช้งานวันนั้น เค้าก็บอกว่ามันยุ่งนิดหน่อย ปล่อยสัญญาณอินเทอร์เน็ตแล้วสัญญาณไม่เข้า จะต้องส่งช่างเข้ามาติดตั้งที่หอด้วย แต่ก็บอกว่าเย็นนี้จะใช้ได้แน่ๆ เราก็ถามย้ำว่าแน่เพราะต้องใช้ เค้าก็รับปาก ปรากฏว่าเย็นมันก็ไม่ใช้ได้ อีก โทรไปที่ศูนย์ย้อยก่อนเวลาปิดไม่นานก็ไม่มีคนรับโทรศัพท์ โทรไปศูนย์ใหญ่ก็บอก

ให้โทรหาศูนย์ย่อยเพราะยังอยู่ในช่วงทำการ เราก็บอกไปว่าโทรไปแล้วไม่มีคนรับ ซึ่งข้อมูลเวลาปิดบริการของศูนย์ย่อยที่ศูนย์ใหญ่ให้มาก็ไม่ตรงกับเวลาปิดจริงๆ ของศูนย์ย่อย ซึ่งปิดไปก่อนหน้านั้น 1 ชั่วโมงแล้ว ผมบอกพนักงานที่ศูนย์ใหญ่ว่าไม่มีคนรับโทรศัพท์ เคื่าก็เช็คให้ว่ามี การปล่อยสัญญาณอินเทอร์เน็ตมาที่หอแล้ว ทางเราก็ลองเปิดปิดโมเด็มใหม่ และเช็คหลายรอบก็ยังไม่พบว่ามีอินเทอร์เน็ต เคื่อก็ให้ถือสายรอแล้วบอกว่าจะติดต่อช่างให้ และปรากฏว่ารอไปสักพักเคื่อก็กลับมาบอกว่าช่างติดงาน ไม่ว่างคุยด้วยได้ แต่สรุปก็คือให้ไปถามที่ศูนย์ใหม่พรุ่งนี้ตอนที่เปิดทำการ ด้วยความไม่พอใจก็ถามอีกว่าถ้าแบบนี้จะขอยกเลิก และขอเงินที่จ่ายไปคืน แล้วจะสมัครอินเทอร์เน็ตจากโทรศัพท์มือถือใช้รายเดือนแทนแล้ว พนักงานก็ตอบว่าไม่สามารถให้คำตอบได้ ก็ให้ไปคุยกับที่ศูนย์ย่อยเองอีกเหมือนกัน ทำให้ยิ่งไม่พอใจที่พนักงาน และบริษัทช่วยอะไรไม่ได้เลย แม้ว่าเราเป็นผู้เสียหาย ก็อาจจะไม่สามารถยกเลิกบริการได้ และให้คำตอบอะไรไม่ได้ ทำให้คืนนั้นเราต้องเสียเวลาเปิดปิดโมเด็มเพื่อลองอีกหลายครั้ง และสุดท้ายก็ต้องเสียเงินสมัครอินเทอร์เน็ตจากโทรศัพท์มือถืออีกครั้ง เพื่อทำงานในคืนนั้น และยังไม่พอใจกว่าในคืนแรก

เช้าวันต่อมา รู้สึกว่าเสียเวลาไม่อยากเข้าไปคุยกับพนักงานที่ศูนย์ย่อยแล้ว จึงโทรไปแทนคนที่รับสายเป็นคนที่เราไม่ได้ติดต่อด้วยตอนไปทำเรื่องตอนแรก เคื่อก็รับฟังปัญหา และบอกว่าจะส่งช่างเข้ามาแก้ด้วย ขอเบอร์ติดต่อเอาไว้ พอเวลากลางวันก็มีช่างเข้ามาแก้ปัญหาให้เรียบร้อย และใช้อินเทอร์เน็ตได้ในที่สุด

อย่างไรก็ตามก็ยังคงเสียความรู้สึกกับการให้บริการอยู่มาก ทั้งการรับปาก และไม่เป็นไปตามที่พูดถึงสองครั้ง โดยทำให้เกิดความเสียหายตามมาหลายอย่าง ส่วนตัวคิดว่าถ้าใช้ไม่ได้ในวันนั้น ก็ควรบอกว่าทำไม่ได้ จะได้ไม่เสียเวลารอ การให้บริการของศูนย์ใหญ่แก้ปัญหาอะไรไม่ได้ ได้แต่บอกเบอร์โทรของศูนย์ย่อยที่ปิดอยู่ให้ เมื่อถามเรื่องจะขอยกเลิกบริการก็ยังไม่ได้อีก แล้วยังคิดค่าโทรแพ่งเป็นพิเศษทั้งที่เขาเป็นฝ่ายสร้างปัญหาให้เราต้องเสียเวลาโทรไปถามทุกอย่าง ทุกความเสียหาย เสียเงิน เสียเวลา เสียความรู้สึก ไม่มีใครรับรู้ และไม่มีใครรับผิดชอบอะไรทั้งสิ้น การบริการดูเหมือนว่าเราจะต้องเข้าไปตามเรื่องเองว่าส่งข้อมูลเราแล้วหรือยัง ส่งแล้วสัญญาณไม่เข้า วันต่อมาเราก็ต้องโทรไปตามให้ช่างมาทำเอง ทั้งที่เคื่ควรจะเป็นฝ่ายทำ และจัดการให้เสร็จได้เลย เพราะพนักงานก็พูดเองเหมือนรู้ว่าต้องส่งช่างเข้ามาทำ แต่เขาก็ไม่ส่งช่างเข้ามาทั้งที่รับปาก

สุดท้ายแล้วก็ยังคงใช้บริการต่อไปถึงจะรู้สึกแย่มาก เพราะปัญหาครั้งสุดท้ายถูกแก้ และถึงเลิกใช้บริการไปก็ไม่มีใครได้รับผลอะไร พนักงานไม่ถูกต่อว่าเอาเรื่อง มีแต่เราเองจะเดือดร้อนเสียเวลาอีก

### กัณฑ์ (21 ปี) , ผู้บันทึก 29

เรื่องเกิดขึ้นขณะอยู่ที่ท่ารถตู้บริเวณโรงแรมเจอร์ สาขาพิวเจอร์พาร์ครังสิต กำลังเตรียมตัวจะเดินทางไปราชบุรี ขณะนั้นเวลาประมาณ 17:30 นาฬิกา แต่พนักงานขายตัวบอกกับผมว่ารถออก 18:00 นาฬิกา ผมจึงซื้อตั๋วแล้วขึ้นไปนั่งรอในรถตู้ จนกระทั่งเวลา 18:25 นาฬิกา ผมไม่เห็นพนักงานขับรถมาที่รถเลย แต่เห็นเขากำลังยืนรอใครสักคนอยู่บริเวณเดียวกับพนักงานขายตัวเวลานั้นผมรู้สึกที่ผมได้รอมานานมากแล้ว และผมมีกำหนดการจะต้องเดินทางกลับจากราชบุรีมารังสิตในวันนั้น และท่ารถตู้เที่ยวสุดท้ายจากราชบุรีมารังสิต คือเวลา 21:30 นาฬิกา โดยที่เดินทางจากรังสิตไปราชบุรีโดยรถตู้ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง หลังจากคิดได้ ผมก็ลงไปหาพนักงานขายตัวกับพนักงานขับรถด้วยความไม่พอใจอย่างมาก แล้วพูดว่า

ผม: ขอโทษนะครับ รถออกก็โมงครับ

พนักงานขายตัว: กำลังจะออกแล้วค่ะ

ผม: คุณเป็นคนบอกผมเองว่ารถออก 18 นาฬิกา ตอนนี้จะ 18:30 นาฬิกาแล้ว (ยกข้อ่มือขายที่มีนาฬิกาขึ้นมา ขณะเดียวกันใช้นิ้วชี้ขวาชี้ที่นาฬิกา) คุณรู้ไหมว่าผมจะต้องกลับจากราชบุรีมารังสิตอีกครั้งภายในคืนนี้

พนักงานขายตัว: (หน้าเสียว) เจียบไปสักประเดี๋ยวแล้วพูดว่า ค่ะ แต่เรามีความจำเป็นต้องรอผู้โดยสารขาประจำ

ผม: จั๊นคืนเงินผม

พนักงานขายตัว: เรามีนโยบายไม่คืนค่าตั๋วโดยสารกับผู้โดยสารไม่ว่ากรณีใดๆ

พนักงานขับรถ: (มองมาที่ผม) ผมกำลังรอลูกค้าขาประจำ อีกนิดเดียวครับ

ผม: ทำหน้าโกรธเกรี้ยวอย่างรุนแรง

พนักงานขับรถ (พูดกระซิบกับพนักงานขายตัว)

พนักงานขายตัว: คืนเงินแบบไม่ค่อยเต็มใจ

ผม: รับเงินแล้วเดินหนีอย่างรวดเร็ว

### สรุป

ปัญหาที่เกิดขึ้น: เกิดจากพนักงานขับรถไม่ตรงเวลา และเห็นความสำคัญของลูกค้าขาประจำ

การตอบโต้: ได้ตอบทวงจาด้วยท่าที่ไม่พอใจทั้งสองฝ่าย

การแก้ไขจากผู้ให้บริการ: คืนค่าตั๋วอย่างไม่เต็มใจ

ความรู้สึก: รู้สึกโกรธเกรี้ยวเป็นอย่างยิ่ง

พฤติกรรมหลังจากนั้น: ไม่เดินผ่านบริเวณนั้นอีกเลย

### นฤมลวรรณ (23 ปี) , ผู้บันทึก 30

เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นประสบการณ์ที่ได้ไปใช้บริการร้านอาหารที่เคยไปรับประทานกับครอบครัวเป็นประจำ โดยได้โทรไปสั่งอาหารล่วงหน้าเพื่อนำกลับมากินที่บ้าน เมื่อไปถึงร้านจึงให้น้องลงไปรับอาหาร พร้อมขอใบเสร็จมาด้วย เพื่อที่จะได้นำไปเบิกค่าอาหารกับพ่อได้ แต่น้องก็ได้เดินกลับมา บอกว่าพนักงานไม่ออกใบเสร็จให้ ดิฉันจึงได้ลงไปคุยกับพนักงานด้วยตัวเอง

ดิฉันได้เข้าไปขอใบเสร็จกับพนักงานที่เคาน์เตอร์ พนักงานก็ได้เขียนใบเสร็จให้ แต่ใบเสร็จที่ได้มา พนักงานทำเพียงขีดเส้นลงมา และราคาอาหาร ซึ่งปกติจะต้องมีระบุว่ามีรายการอะไร ราคาเท่าไรบ้าง เลยทำให้รู้สึกโมโหมาก รู้สึกเหมือนพนักงานตั้งใจแกล้ง เพราะตอนนั้นเป็นเวลาบ่ายที่ไม่ได้มีลูกค้าอื่นอยู่ในร้าน ร้านไม่ได้ยุ่ง จึงรู้สึกว่าไม่มีเหตุผลที่จะต้องทำแบบนี้

ตอนนั้นเห็นพนักงานที่เคยให้บริการเวลามากินเป็นประจำ จึงได้บอกกับพนักงานว่าจะคุยกับเจ้าของร้าน พนักงานคนนั้นก็พยายามจะไกลเกลี่ยให้ บอกว่าจะไปคุยกับแคชเชียร์ให้ แต่ดิฉันยืนยันจะคุยกับเจ้าของร้าน เพราะรู้สึกว่าพนักงานในระดับเดียวกันคงไม่สามารถทำอะไรได้ พนักงานจึงไปตามเจ้าของร้านมาให้

เมื่อเจ้าของมาถึง ก็ได้ถามพนักงานว่าทำไมถึงไม่เขียนใบเสร็จให้ พนักงานก็ได้ยกมือไหว้ขอโทษดิฉัน ดิฉันก็ได้บอกว่าไม่ต้องขอโทษหรอก แต่อย่าทำแบบนี้อีก หลังจากนั้นก็ได้หยุดกินร้านนี้ไปพักหนึ่ง จนตอนหลังที่บ้านยังอยากกินก็จะกลับมากินบ้าง แต่ถ้าดิฉันเลือกได้ก็จะไม่เลือกร้านนี้

### นภัสสร (23 ปี) , ผู้บันทึก 31

ในช่วงที่ใกล้รับปริญญา บรรดาว่าที่บัณฑิตก็มักมีการเตรียมพร้อมสำหรับงานที่จะมาถึง ไม่ว่าจะเป็นการจ้างช่าง แต่งหน้า ทำผม ช่างถ่ายรูป ในระยะหลังๆ มาแล้ว การทำผมแบบเดิมๆ ที่อลังการเหมือนงานแต่งงาน หรืองานราตรีไม่ค่อยได้รับความนิยม

เมื่อต้องการทำผมที่ดูสบายๆ ไม่เป๊ะ ไม่ต้องฉีดสเปรย์แข็งๆ มากนัก ควรใช้เจลจัดทรงแทนไม่มันจะดูแก่ และเซซ จึงเริ่มมีการหา Reference ทรงผมที่ต้องการ เพื่อนำไปให้ช่างทำให้ในวันซ้อมรับปริญญา โดยใช้เวลานานมากกว่าจะได้ทรงที่ต้องการ

พอไปถึงร้านที่อยู่ใกล้หอ เพื่อนพาไป 2 ร้าน คือร้านที่ดูเก่าๆ กับร้านที่ดูใหม่ ตกแต่งสวยงาม จึงตัดสินใจเลือกร้านหลังเพราะดูทันสมัย ช่างก็ดูวัยรุ่นกว่า น่าจะคุยง่าย เข้าใจง่าย ราคาที่แพงกว่าอีกด้วย

เมื่อเข้าร้านก็นำแบบที่เลือกไปให้ช่างดูพร้อมขอคำแนะนำ เพราะไม่รู้ว่าช่างจะทำแบบไหนได้บ้าง เมื่อนำไปให้ช่างดูในระหว่างสระผม ช่างก็แนะนำเป็นทรงที่ 1 เพราะว่ามีคุดสูงทำให้ดูเด็ก และเหมาะกับความยาวของผมในตอนนั้น ก็เลยตกลงไปตามนั้น พร้อมบอกความต้องการว่าไม่

ต้องการให้ดูเป๊ะมากนัก อยากให้ดูหลวมๆ หลังจากสระผมเสร็จช่างก็เริ่มทำผม ตอนนั้นก็นึกเอะใจว่าช่างดูผมไปไม่ถึง 5 วินาที จะทำได้หรือ ก็เลยถามย้ำ และพยายามให้ช่างดูทรงผมในภาพอีกรอบพร้อมวิธีทำด้วย ช่างก็ปฏิเสธ ก็เลยเริ่มไม่มั่นใจ แล้วด้วยความเป็นคนสายตาสั้น ทำให้มองไม่ค่อยเห็นทรงที่ทำอยู่อีกด้วย

เมื่อทำเสร็จก็เป็นอย่างที่คาด เมื่อทรงที่ได้ ไม่เหมือนกับที่ต้องการ และออกมาเป็นทรงรับปริญญาที่ธรรมดามากๆ ทุกคนที่นั่งทำอยู่ด้วยกันแทบจะได้ทรงเหมือนกันหมด จนนึกว่าเขาคงทำเป็นแค่ทรงเดียว แถมผมยังแข็งด้วยสเปรย์ แต่กลับชี้ได้ชี้ได้ ตีโป่งจนดูมีอายุ นอกจากนี้จากที่หวังจะให้ช่างทำสเปรย์ดำให้ ทางร้านก็ไม่สามารถทำได้ ทั้งที่ร้านที่ถูกกว่าทำให้ได้ ยิ่งมาเห็นทรงที่เพื่อนที่ไปทำร้านราคาถูกมา ก็ยิ่งผิดหวัง โดยประสบการณ์ที่จะเล่าในครั้งนี้อาจไม่ถึงกับเลวร้ายมากนัก ราคาที่ไม่ได้ถึงหลักพัน ผลลัพธ์ที่ออกมาก็อยู่ในเกณฑ์ที่รับได้ แต่ด้วยความที่เกิดขึ้นในวันสำคัญ ทำให้รู้สึกไม่พอใจมากกว่าปกติ เพราะก่อให้เกิดความไม่มั่นใจ ดูไม่เป็นตัวเอง ไม่รู้จะเสียเวลาหา Reference ไปทำไม ถ้าเขาไม่ได้ดูด้วยซ้ำ ทำให้ในวันจริงจากที่เคยตั้งใจจะจ้างช่างต่อ ก็หันมาทำผมเอง แม้ไม่ได้แบบที่ต้องการ แต่ก็รู้สึกมั่นใจกว่ามาก

### ภูมิศาสตร์ (23 ปี) , ผู้บันทึก 32

ผมได้ทำการจองตั๋ว Promotion Economy Class ของ Thai Lion Air เดินทางไป-กลับกรุงเทพฯ – อุดรธานี ระหว่างวันที่ 28 และ 30 มกราคม 2559 โดยได้ทำการชำระเงินล่วงหน้าเป็นที่เรียบร้อย เมื่อวันที่ 9 มกราคม 2559 ก็ได้ Booking Confirmation

เรื่องเกิดขึ้นเมื่อวันที่ 28 มกราคม 2559 ผมได้ Booking Confirmation การเดินทางจากสนามบินดอนเมือง กรุงเทพฯ ไปอุดรธานี กับทางสายการบิน Thai Lion Air Flight ที่ SL8600 โดย Flight นี้อกจากท่าอากาศยานดอนเมืองเวลา 6.20 น. ถึง อุดรธานี ประมาณ 7.25 น. โดยก่อนหน้านั้นเมื่อเวลาประมาณ 0.30 น. ผมได้พยายามที่จะกด check-in ล่วงหน้าผ่านทาง แอปพลิเคชัน และทาง Official Website Thai Lion Air แต่เมื่อทำตามขั้นตอนทุกอย่างเสร็จสิ้นแล้วเหมือนปกติทั่วไป โดยปกติเราจะได้ check-in confirmation ทาง e-mail เรา แต่ครั้งนี้กลับไม่มี e-mail ของทาง Thai Lion Air มา Confirm Check-in และได้รับเอกสาร Boarding Pass ซักที ผมพยายามกดใหม่อยู่หลายครั้งก็ไม่มี e-mail check-in มา เนื่องจากตอนนั้นเป็นเวลาที่ดีมากแล้ว ผมจึงรีบนอนและคิดว่าจะไปให้ทัน check-in หน้าเคาน์เตอร์ตอนเช้า

เมื่อถึงเวลาผมได้มาถึงสนามบินประมาณ 5.30 น. แต่ก็มีเหตุร้ายเมื่อมาถึง สายการบินเลื่อนเวลาจาก 6.20 น. เป็นเวลา 6.05 น. ผมไม่สามารถ check-in ขึ้นเครื่องได้แล้วเพราะต้องมาก่อน 45 นาที (แต่ถ้าเครื่องออกเวลาเดิม ผมก็ถือว่ามาทัน) เลื่อนเวลาขึ้นมา 15 นาที แต่ไม่มีการโทรแจ้ง

แต่อย่างไรก็ตาม ผมเลยพยายามถามที่หน้าเคาน์เตอร์ว่าเมื่อคืนก็กด check-in ไปตั้งไม่รู้กี่รอบ แต่ก็ไม่ได้ e-mail confirm มาซักที แถมเลื่อนเวลาก็ไม่มีการโทรแจ้งอีก ทางเจ้าหน้าที่แจ้งว่า “ไม่มีมาตรการ โทรแจ้งลูกค้าค่ะ แต่มีการ e-mail ไปแล้วว่าเลื่อนเวลา ถ้าระบบผิดพลาดต้องรีบมากกว่านี้ค่ะ” ซึ่งก็มีการส่ง e-mail มาจริง แต่โทรศัพท์ผมไม่ได้มี Notification ตัวนี้แจ้งเตือนขึ้นมา แคม Thai Lion Air ยังส่งมาตอนเวลาประมาณ 4.00 น. ซึ่งผมก็ยังนอนอยู่ และตอนตื่นขึ้นมาที่เร่งรีบที่จะออกเดินทางจึงไม่ได้ตรวจดูโทรศัพท์เลย ผมเลยบอกพนักงานหน้าเคาน์เตอร์ไปว่าผมไม่เห็นอีเมล พนักงานก็ตอบกลับมาว่า “ต้องเช็คอีเมลค่ะ ขอโทษด้วยนะคะ ต้องไปจองตัวใหม่ค่ะ ที่หน้าโซน 24” ผมผิดใจไหมที่ไม่ได้ไปเช็ค e-mail เลยเกิดปัญหาแบบนี้ทุกอย่างที่ทุกอย่าง confirm ไปตั้งนานแล้ว ผมเลยเดินไปที่ Thai Lion Air Ticket และจองตัวใหม่เป็นเวลา 9.50 น. เสียเงินเพิ่มไปอีก สรุปคือเสียเงินเสียเวลาไปมากกว่า 4 ชม. ต้องหาที่นั่งทำนู่นนี่แผนการเดินทางก็เปลี่ยนแปลงไปหมด ทั้งๆ ที่เราก็กฎปฏิบัติตามทุกอย่าง ถ้าไม่คิดว่าสายการบินนี้ถูกกว่าสายการบินอื่น ณ เวลานั้น ก็คงเดินไปซื้อสายการบินอื่นไปแล้ว

แต่เหตุการณ์ก็เกิดขึ้น คราวนี้เป็นขากลับในทริปเดียวกัน วันที่ 30 มกราคม 2559 Thai Lion Air Flight ที่ SL8611 โดย Flight นี้ออกจากท่าอากาศยานอุดรธานีเวลา 21.05 น. ถึงดอนเมืองประมาณ 22.10 น. ทุกอย่างเหมือนจะเป็นใจ ผมสามารถ check-in ได้ตั้งแต่วันที่ก่อนขึ้นเครื่อง ผมเลยสบายใจขึ้นนิดนึง แต่ก็ยังรีบมาถึงสายการบินตั้งแต่เวลาประมาณ 19.20 น. ก่อนเครื่องขึ้น 2 ชั่วโมงอยู่ดี เพราะเมื่อเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นจะได้รับมือได้ทัน เหตุการณ์คราวนี้กลับตรงกันข้ามกับขามารอบแรก เมื่อเดินไปดูที่บอร์ดแจ้งตารางเวลาเครื่องออก พบว่าสายการบินเลื่อนเวลาไปแล้วเป็น 21.35 น. ตอนนั้นผมไม่อะไรมาก เลื่อนเวลาแค่ครึ่งชั่วโมงพอรับได้ แต่อีกซักพักเวลาประมาณ 21.00 น. ทางสนามบินก็ประกาศใหม่ ว่าเลื่อนเวลาเครื่องออกของ Flight นี้เป็นเวลา 22.50 น. กลายเป็นว่าเราสามารถที่สนามบินประมาณ 3 ชั่วโมงครึ่ง โดนทั้งไป-กลับ

แต่ท้ายที่สุดผมก็ไม่ได้ทำการเรียกร้องสิ่งใดจาก Thai Lion Air เพียงแค่ไม่เห็นด้วยในหลายๆ เรื่อง ทั้งความรับผิดชอบ "อ้านน้อยนิด" ของ Thai Lion Air หรือการบริการใดๆ เสริม ที่จะช่วยให้เรารู้สึกสบายใจขึ้น หรือคำขอโทษอย่างจริงจัง ไม่ใช่แบบขอไปที ถ้าเลือกได้ครั้งหน้าคงกลับไปบินกับสายการบิน Thai Air Asia เหมือนเดิม

### ชญาณิน (22 ปี) , ผู้บันทึก 33

ประสบการณ์ที่ไม่ดีของผมเกิดจากการใช้บริการ Uber เนื่องจากวันนั้นไปทำงานในหมู่บ้านแถวกรุงเทพ กรีธา ซอย 7 ซึ่งเป็นสถานที่ที่ไกล และผมไม่รู้เส้นทาง ข้าไปโชคดีที่เรียกแท็กซี่แล้วรู้ทาง จึงไปถึงที่หมายตรงเวลาโดยไม่ติดขัดอะไร แต่พอขากลับเนื่องจากเวลาบ่าย 2 กว่า เป็นเวลาเลิกงาน จึงจะหารถแท็กซี่กลับ แต่เนื่องจากอยู่ในหมู่บ้านทำให้ไม่สามารถเรียกแท็กซี่ได้ จึงต้อง

ใช้บริการ Uber โดยวิธีการเรียกโดย แอปพลิเคชัน ซึ่งชำระค่าโดยสารโดยการตัดบัตรเครดิต ซึ่งสะดวกกว่า Grab Taxi ที่ต้องจ่ายเงินสด ซึ่งในตอนนั้นเงินสดติดตัวไม่น่าจะพอ เพราะจากสถานที่ตรงนั้นถึงบ้านไกลมาก

หลังจากใช้แอปพลิเคชันของ Uber เรียกดูว่าพอจะมี Driver อยู่แถวนั้นไหม ปรากฏว่ามี Driver อยู่ในละแวกนั้น ห่างออกไปประมาณ 10-15 นาที จึงโทรติดต่อให้มารับตามสถานที่ที่ผมอยู่ใน location ผมจึงทำอะไรรอ เพราะยังเห็นว่าเวลาในช่วงบ่ายยังไม่ติดจึงไม่รีบเร่ง

ปรากฏว่าผ่านไป 30 นาที Driver ยังไม่มา ผมจึงดูแผนที่ปรากฏว่า Driver ไปคนละทางกับที่จะให้มารับเลย ผมจึงโทรเน้นย้ำชื่อสถานที่ไปอีกครั้ง หลังจากนั้นผ่านไปชั่วโมงกว่า ผมจึงติดต่อไปอีกครั้ง แต่ปรากฏว่า Driver บอกว่าจะถึงแล้ว จึงไม่วางโทรศัพท์ และนัดแนะให้มารับที่สโมสรในหมู่บ้านที่ผมอยู่ ปรากฏว่า Driver บอกว่าถึงแล้ว แต่ผมหาเท่าไรก็ไม่เจอ ถามไปมาจึงพบว่า Driver มาผิดหมู่บ้าน แค่อือคล้ายกัน ดังนั้นผมจึง Cancel และไม่หา Driver ใน Uber อีก เพราะว่าถ้าให้รออีกคงไม่ไหว อีกทั้งไม่รู้ว่าจะคนขับรู้ทางแถวนี้ไหม เพราะผมต้องการคนขับที่ชำนาญทาง และไม่รู้เส้นทางแถวนี้ ขณะนั้นจึงอารมณ์เสียมาก เพราะจากที่ป้าย 2 กวารถยังไม่ติดมาก แต่ตอนนี้รถติดมาก เพราะเป็นเวลาเลิก ดังนั้นผมจึงเลือกเปลี่ยนมาใช้ Grab Taxi แทน ปรากฏว่าคนขับสามารถมาถึงได้ในเวลา 15 นาที

### ณภัทรา (23 ปี) , ผู้บันทึก 34

ประสบการณ์จากการได้รับการบริการที่ไม่พอใจที่จะมาอธิบายครั้งนี้ เป็นการบริการที่มาคู่กับการซื้อสินค้า ซึ่งเพิ่งเกิดขึ้นไม่นานมานี้ จากการไปพักผ่อนสุดสัปดาห์ที่เขาใหญ่ โดยในระหว่างทางขับรถไปเข้าพักที่โรงแรม ในเวลาบ่ายๆ ได้แวะเข้าร้านกาแฟ Yellow Submarine Coffee Tank ซึ่งถือว่าเป็นคาเฟ่ที่คอกาแฟต้องไม่พลาดถ้าเดินทางมาพักผ่อนที่เขาใหญ่ ตนเองได้เคยเห็นร้านนี้ผ่านทางอินสตาแกรมจากผู้ติดตามมาก่อน เห็นว่าบรรยากาศดี ตกแต่งดี ๆ เมื่อศึกษาเพิ่มเติมพบว่าร้านนี้เพิ่งเปิดกิจการได้ไม่นาน แต่ก็มีบริการที่ดีมาก ส่วนตัวคิดว่าเนื่องจากบรรยากาศการตกแต่งร้านที่แตกต่าง เน้นโทนสีดำ และคล้องกับชื่อร้าน กล่าวคือ ภายนอกมีลักษณะคล้ายเรือดำน้ำสีดำ มีมุมฮิปสเตอร์หลายมุมตามสมัยนิยมที่ชื่นชอบการถ่ายรูปอินโฟซิเซียลมีเดีย นอกจากนี้คิดว่ารสชาติกาแฟต้องดีเทียบเท่ากับกาแฟร้านดี ๆ ในกรุงเทพฯ เช่น D'ark หรือ Ink&Lion ซึ่งตนเองเป็นลูกค้าประจำ กล่าวได้ว่าตนเองตั้งใจที่จะเข้าไปลองรสชาติกาแฟของร้านนี้และคาดหวังกับรสชาติ บรรยากาศ รวมถึงการบริการในระดับสูงทีเดียว

เป็นไปตามการคาดการณ์ เมื่อถึงร้านมีรถยนต์จอดภายนอกมากมาย แต่ยังใจสู้เข้าไปภายในร้าน ซึ่งพบว่ามีคนจำนวนมากกว่าที่คาดไว้ นอกจากนี้ร้านยังแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ด้าน



นอกที่มีคอนเตอร์สั่งเครื่องต้ม และบาร์ISTA วิศวกรทักษะในการทำเครื่องต้ม รวมถึงมีที่นั่งด้านนอก ส่วนด้านในจะมีเครื่องปรับอากาศ ซึ่งถือเป็นพื้นที่ประมาณ 20% ของพื้นที่ร้านทั้งหมดเท่านั้น จากการที่มีลูกค้าจำนวนมาก ทำให้พื้นที่ถูกจับจองเสียหมด ตนเองได้โต๊ะเล็กๆ ด้านใน จากนั้นจึงไปสั่งเครื่องต้มจำนวน 2 แก้ว แล้วเดินถ่ายรูปล่องรถเป็นเวลากว่า 20 นาที แต่กาแฟก็ยังไม่ได้ จึงไปนั่งรอที่โต๊ะของตน พบว่าภายในร้านอบอุ่นยิ่งกว่าภายนอกเสียอีก และกลุ่มคนคุยกันเสียงดังรบกวน ความคาดหวังในการมาคาเฟ่คือการได้นั่งดื่มกาแฟอย่างสงบนั้นโดนทำลายสิ้นเชิง ทำให้เปลี่ยนความคิดว่าเมื่อได้รับกาแฟแล้วจะนำไปดื่มในรถแทน ด้วยความร้อนจึงออกมารอด้านนอก เนื่องจากแม้ว่าอากาศจะร้อนแต่ยังพอมิลมถ่ายเท พบว่ากาแฟก็ยังไม่ได้ จึงได้สอบถามว่าอีกกี่คิว แต่พนักงานไม่สามารถตอบได้ เรียกว่าร้านนี้ไม่มี Cognitive Control ต่อลูกค้าเลย กล่าวคือ ลูกค้าไม่ทราบว่าต้องรอไปถึงเมื่อไร เมื่อมองจากใบเสร็จพบว่าตนเองได้รอกาแฟทั้ง 2 แก้วทั้งสิ้นกว่า 45 นาที และไม่มีคากกล่าวขอโทษหรือแจ้งถึงสาเหตุใดๆ ต่อความล่าช้านี้จากพนักงาน นอกจากนี้ตนเองต้องการเติมน้ำเชื่อม โดยร้านนี้เป็นจุดบริการด้วยตนเอง แต่ได้ทำพลาดน้ำเชื่อมกระเด็นเปื้อนที่มือ และแขน พนักงานที่ประจำจุดนี้ไม่ได้ยื่นมือเข้ามาช่วย หรือส่งกระดาษทิชชูให้แต่อย่างใด เป็นตนเองที่ต้องเอ่ยปากขอกระดาษ แต่พนักงานกลับพะวงกับการรีบเช็ดโต๊ะแทน ซึ่งตรงจุดนี้ได้เสริมให้รู้สึกไม่พึงพอใจกับร้านนี้มากยิ่งขึ้น โดยปกติแล้วพนักงานควรเอาใจใส่กับการช่วยเหลือลูกค้ามากกว่าการเช็ดโต๊ะที่ลูกค้าทำเปื้อนริเปล่า แม้ว่ารสชาติกาแฟจะถือว่าเกินความคาดหวัง แต่การบริการเรียกได้ว่าแย่มาก และไม่คิดว่าจะกลับมาอุดหนุนร้านนี้อีก แม้ว่ามีโอกาสไปเขาใหญ่อีกครั้ง

สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่าสิ่งที่พึงพอใจมีเพียงบรรยากาศ การตกแต่งที่สวยงามแปลกตา และรสชาติกาแฟที่เกินความคาดหวัง แต่ด้วยจำนวนลูกค้าที่มาก และการบริการที่ล่าช้าโดยไม่มีการจัดการที่ดีนั้น ได้หักค่าความพึงพอใจที่ได้กล่าวมาข้างต้นไปเสียเกือบหมด หากใครมาสอบถามถึงร้านนี้จะแนะนำไปตามจริงว่ากาแฟดี แต่พนักงานแย่ ก็ได้แต่หวังว่าทางเจ้าของจะพัฒนาหัวใจบริการของพนักงานต่อไป

### ภัทรลภา (22 ปี) , ผู้บันทึก 35

ช่วงสุดสัปดาห์ที่ผ่านมาดิฉันได้มีโอกาสไปท่องเที่ยวพักผ่อนที่ อ.หัวหิน จ. ประจวบคีรีขันธ์ โดยมีการวางแผนทริปนี้ไว้ตั้งแต่ปลายปีที่แล้ว เนื่องด้วยเคยไปหัวหินมาหลายครั้ง และแต่ละครั้งจะเลือกพักโรงแรมหรือ รีสอร์ท ไม่ซ้ำกัน เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ โดยปกติจะหาข้อมูลและดู Review ที่พักจากอินเทอร์เน็ต สำหรับคราวนี้นึกขึ้นมาได้ว่ามีที่พักแห่งหนึ่งที่เคยเห็นเพื่อน ๆ ไปกันมา ถ่ายรูปกันสวยๆ วิวดิ ดิตทะเล สระว่ายน้ำใหญ่อลังการ ที่แห่งนี้จะเป็นที่ไหนไปไม่ได้เลย นอกจาก “Marrakesh Hua Hin”

Marrakesh Hua Hin แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ Marrakesh Hua Hin Resort and Spa ให้บริการเป็นโรงแรม กับอีกส่วนหนึ่งคือ Marrakesh Residence ซึ่งเป็นคอนโด (จะมีบางส่วนที่มีคนซื้อห้องไว้เพื่อปล่อยให้นักท่องเที่ยวมาเช่าพักอีกที) ด้วยความมั่นใจจากเพื่อนหลายคนที่เคยไปมา กระทู้รีวิวใน Pantip.com และภาพจากทาง Official Website ที่แสดงให้เห็นถึงความสวยงามของสถานที่ และบรรยากาศที่น่าพักผ่อน ทำให้ดิฉันไม่ลังเลเลยที่จะเลือกพักที่นี่ ดิฉันเลือกเข้าพักที่ Marrakesh Residence (เพราะมีราคาถูกกว่าฝั่งโรงแรม แต่มี Facilities หลายอย่างร่วมกัน เช่น สระว่ายน้ำ) โดยติดต่อผ่านทาง Puppap Hua Hin ซึ่งเป็น Agency อีกที ในราคาคืนละ 3,000 บาท

ดิฉันเดินทางมาถึง Marrakesh Residence ตอนประมาณ 12.40 น. แต่ยังไม่สามารถ check-in ได้เพราะพนักงานไปรับประทานอาหารกลางวัน (จริงๆ ตามเงื่อนไขจะ check-in ได้ในเวลา 14.00 น. เป็นต้นไป แต่ได้โทรถามทาง Agency แล้วในกรณีที่มาถึงก่อนเวลาก็สามารถ check-in ได้เช่นกัน เนื่องจากไม่มีผู้ใช้บริการก่อนหน้า) ที่หน้า Reception มีป้ายเขียนไว้ว่าพนักงานจะกลับมาตอนปฏิบัติงานเวลา 13.00 น. แต่ดิฉันต้องรอถึง 13.30 น. กว่าพนักงานจะมา และตอนนั้นมีแขกทั้งคนไทย และชาวต่างชาติรอใช้บริการทั้ง check-in และ check-out เป็นจำนวนมาก นี่เป็นจุดแรกๆที่ดิฉันเริ่มไม่พอใจ กว่ากระบวนการทั้งหมดจะเสร็จสิ้นก็กินเวลาไปเกินกว่า 14.00 น. แล้ว

เมื่อ check-in แล้ว ดิฉันได้ห้องพักที่ชั้น 2 บรรยากาศห้องโดยรวมดูดี ห้องพักแบ่งออกเป็นห้องนั่งเล่นที่มีห้องครัวเล็กๆ อยู่ติดกัน และห้องนอน ดิฉันเริ่มเช็คความเรียบร้อยในห้องด้วยการเปิดแอร์ สักพักก็รู้สึกว่แอร์ยังไม่เย็น และมีกลิ่นอับ จึงลองเปิดหน้าต่างแอร์ออกมาดู พบว่า Filter กรองอากาศมีฝุ่นเกาะหนามาก คาดว่าคงไม่ได้ล้างแอร์มานาน ต่อมาเมื่อเปิดตู้เย็นดูก็ได้พบว่ามีสิ่งของจากผู้ให้บริการคนก่อนหน้าหลงเหลืออยู่ ไม่ว่าจะเป็นขวดน้ำดื่ม และผมไม้ที่ยังกินไม่หมด ตรงจุดนี้ทำให้รู้สึกแย่มาก ไม่เข้าใจว่าแม่บ้านทำความสะอาดห้องกันอย่างไร ทำไมถึงไม่ตรวจสอบดูความเรียบร้อยให้ครบถ้วนก่อนเปิดห้องให้บริการลูกค้า

หลังจากไม่พอใจกับห้องพักเท่าไร ก็ได้ลงมาเล่นน้ำที่สระว่ายน้ำ ซึ่งถือว่าเป็นจุดเด่นหลายๆ ของ Marrakesh ต้องยอมรับว่าคาดหวังไว้เยอะพอสมควร ทั้งคำบอกเล่าของเพื่อนสนิท และ Review ต่างๆ ที่พูดเป็นเสียงเดียวกันว่าสระว่ายน้ำเร็ดสุดๆ แต่ความจริงกลับไม่ได้สวยงามเหมือนที่คิดไว้ สระว่ายน้ำมีขนาดใหญ่ก็จริง แต่การบำรุงรักษาถือว่าแย่มาก มีกระเบื้องแตกอยู่ทั่วสระ ดิฉันคิดว่าอาจก่อให้เกิดอันตรายกับผู้ที่มาเล่นน้ำได้

กลิ่นของน้ำมีความคาวนิดๆ เหมือนกลิ่นเลือด และที่พิคที่สุด คือพื้นที่บางส่วนของสระมีตะไคร่น้ำอยู่ ด้วยความสงสัยว่าตะไคร่นี้อยู่มานานหรือยัง ดิฉันจึงลองเอานิ้วจิ้มดู พบว่าตะไคร่น้ำนี้มีความหนา และลื่นมาก สันนิษฐานได้ว่าคงไม่ได้ขัด หรือทำความสะอาดสระมานาน

ดิฉันผิดหวังกับสภาพที่เห็นพอสมควร ถึงแม้จะรู้อยู่แล้วว่าภาพที่โฆษณากันใน official website หรือในกระทู้ CR ของ Pantip.com มักจะสวยกว่าของจริง แต่ไม่คิดว่าจะแตกต่างกันมาก ถึงขนาดนี้ ดิฉันคิดว่าอยากจะแจ้งเรื่องนี้ให้กับบุคคลผู้เกี่ยวข้องเข้ามาดูแล ทั้งเรื่องห้องพัก และสรวายน้ำ แต่ไม่รู้ว่าควรแจ้งกับใคร จะแจ้งโดยตรงกับทาง Marrakesh Residence, แจ้งผ่านทาง Agency หรือยังไง สุดท้ายดิฉันไม่ได้ติดใจอะไรมากนัก คิดว่าคงจะไม่กลับไปพักที่นี่อีก และคงนำประสบการณ์ไปบอกเล่าต่อกับเพื่อนๆ ต่อไป

### ภัสสรณัฐ (23 ปี) , ผู้บันทึก 36

สำหรับประสบการณ์ที่จะเล่าต่อไปนี้เป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับชีวิตดิฉันโดยตรง ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับการสมัครโครงการ Work and Travel โดยการสมัครโครงการดังกล่าวจะต้องมีการติดต่อผ่านเอเจนซี่ โดยเอเจนซี่ที่ทำธุรกิจเปิดรับโครงการดังกล่าวจะมีหน้าที่เป็นผู้ประสานงานในการจัดหางาน และที่อยู่แก่ผู้สมัคร ตลอดจนแนะนำ และให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการเดินทาง และการดำเนินชีวิตในสหรัฐอเมริกา ซึ่งเอเจนซี่ที่ดิฉันวางใจใช้บริการ คือ “IEO Study Aboard”

ทำไมถึงเลือก “IEO Study Aboard”

บริษัทเอเจนซี่ที่มีชื่อเสียงสำหรับโครงการ Work and Travel คงหนีไม่พ้น Acadex และในขณะนั้น ดิฉันกำลังศึกษาอยู่ในระดับปีการศึกษาที่ 2 ได้รับแผนพับเกี่ยวกับโครงการ Work and Travel ของ Acadex จึงมีความสนใจที่จะเข้าร่วมโครงการดังกล่าว ดิฉันได้ทำการค้นคว้า และอ่านรีวิวเพิ่มเติมบน Internet จนได้พบว่า Acadex เป็นบริษัทที่มีคนพูดถึง และแนะนำให้เลือกใช้บริการมากที่สุด แต่เมื่อดิฉันได้ศึกษาเกี่ยวกับลักษณะงาน รวมถึงเมืองที่อยากไป พบว่า Acadex ไม่มีตัวเลือกนี้ให้ ประกอบกับมีผู้สมัครเป็นจำนวนมาก ทำให้การติดต่อสื่อสารไม่สะดวก รอคิวพูดสายนาน ดิฉันจึงตัดสินใจหาเอเจนซี่อื่น จนพบว่ามีเพื่อนของดิฉันอีกคนสมัครไปกับ IEO Study Aboard ดิฉันจึงลองศึกษาข้อมูลบริษัทเพิ่มเติมจนเกิดความไว้วางใจ และเลือกที่จะใช้บริการกับบริษัทดังกล่าว โดยสาเหตุหลักๆ ที่เกิดความไว้วางใจ และเลือกบริษัทนี้คือ IEO Study Aboard มีบริการหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นโครงการ Internship, AU Pair, Student Exchange ฯลฯ และมีองค์กรที่เป็น Partnership หลายประเทศ ไม่ว่าจะเป็นอเมริกา อังกฤษ ออสเตรเลีย ซึ่งจุดนี้เป็นจุดสำคัญที่ดิฉันรู้สึกว่าเป็นบริษัทที่มีความชำนาญด้านการเป็นสถาบันการศึกษา และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม แม้ว่าค่าใช้จ่าย และค่าสมัครโครงการของ IEO Study Aboard จะมีราคาสูงกว่าเจ้าอื่นในตลาด (ประมาณ 65,000 บาท) แต่ผู้ปกครองของดิฉันยินดีจะจ่ายในราคานี้ เพื่อแลกกับความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัยในการทำงานกับนายจ้าง แต่ดิฉันลืมนึกที่จะเผื่อใจไปว่าบริษัทที่ดิฉันไม่ได้หมายความว่าไม่เจอข้อร้ายกับการบริการแยๆ ของพนักงาน ซึ่งดิฉัน และเพื่อนคงเป็นผู้โชคร้ายในนั้น

เมื่อดิฉัน และเพื่อนกรอกใบสมัครเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็จะมีค่าสมัครขั้นต้น 3,000 บาท หลังจากนั้นก็มีพนักงานที่รับดูแลผู้สมัครส่ง E-mail ให้เลือกงาน และเมืองที่ต้องการไป โดยดิฉัน และเพื่อนได้พนักงานชื่อ กูก เป็นผู้คอยดูแล และประสานงาน หลังจากที่ดิฉันตอบ E-mail พี่กูกแล้ว ก็รอองค์กรทางฝั่งอเมริกาตอบรับ และสัมภาษณ์กับนายจ้าง ประมาณ 1 เดือนผ่านไป ดิฉันได้รับ E-mail จากองค์กรโดยตรงว่างานดังกล่าวไม่รับพนักงานหญิง ดิฉันจึงโทรติดต่อพี่กูกว่าทำไมพี่ไม่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า การที่ปล่อยเวลาผ่านไปนั้น จะทำให้การหางานเป็นไปอย่างลำบากมากขึ้น งานที่อยากทำ เมืองที่อยากไปก็จะมีตัวเลือกน้อยลง เนื่องจากผู้สมัครคนอื่นๆ เลือกไป พี่กูกไม่มีการขอโทษใดๆ ทั้งสิ้น พูดแค่เพียงว่าตนก็ไม่ทราบถึงข้อจำกัดนี้เหมือนกัน ดิฉัน และเพื่อนจึงเลือกงานใหม่ และเมื่อถึงวันนัดสัมภาษณ์ดิฉันก็ได้เดินทางไปที่บริษัทเพื่อสัมภาษณ์กับนายจ้างโดยตรง ซึ่งวันนั้นเป็นวันแรกที่ดิฉันพบพี่กูก หลังจากสัมภาษณ์กับนายจ้างเสร็จ พี่กูกก็บอกดิฉัน และเพื่อนว่าถ้าได้คำตอบจากนายจ้างจะติดต่อกลับไป ซึ่งในขณะนั้นเป็นช่วงต้นเดือนธันวาคม เวลาผ่านไป 2 อาทิตย์ ดิฉันได้โทรเข้าไปที่บริษัทเพื่อติดต่อกับพี่กูก ทางบริษัทบอกว่าพี่กูกลาหยุด และพอสอบถามผลสัมภาษณ์ พนักงานที่รับสายก็ไม่สามารถตอบได้ เนื่องจากพี่กูกเป็นผู้ประสานงานเพียงคนเดียว ดิฉันจึงฝากเรื่องให้พี่กูกติดต่อกลับ เวลาผ่านไปอีก 2 วันก็ไม่มีการติดต่อกลับใดๆ ดิฉันจึงติดต่อหาพี่กูกอีกครั้ง พี่กูกแจ้งว่าองค์กรฝั่งนั้นยังไม่แจ้งผล คงแจ้งหลังปีใหม่ เพราะช่วงนี้เป็นช่วงหยุดยาวช่วงคริสต์มาส ดิฉัน และเพื่อนก็รออย่างมีความหวังต่อไป ประมาณช่วงอาทิตย์ที่ 2 ของเดือนมกราคม ดิฉัน และเพื่อนร้อนใจที่ยังไม่ได้คำตอบ ดิฉัน และเพื่อนจึงตัดสินใจเข้าไปที่บริษัทเพื่อเข้าพบพี่กูก

เหตุการณ์เลวร้ายยิ่งขึ้นเมื่อดิฉันทราบว่าพี่กูกนั้นได้ลาออกไปตั้งแต่ปลายเดือนธันวาคม และรายละเอียดเด็กที่พี่กูกดูแลก็ถูกถ่ายโอนให้พี่อีกคน ดิฉันไปพบพี่อีกคนเพื่อสอบถามผลสัมภาษณ์ งาน พี่คนนั้นพูดว่า “งานน้อง และเพื่อนหลุดไปแล้ว เนื่องจากไม่ส่งเอกสาร และจ่ายเงินค่าสัมภาษณ์ตามกำหนดเวลา” ซึ่งดิฉัน และเพื่อนโมโหมากจึงแจ้งพนักงานว่าตนยังไม่ทราบเรื่อง ทางพี่พนักงานใหม่ที่ได้รับเรื่องต่อก็คิดว่าพี่กูกนั้นจัดการแจ้งรายละเอียดก่อนลาออกเรียบร้อยแล้ว พี่พนักงานจึงแก้ปัญหาโดยเสนองานใหม่ให้ ซึ่งอยู่ในเมืองชนบทในอเมริกา ดิฉัน และเพื่อนโกรธมากจึงตัดสินใจยกเลิกการสมัคร และขอเงินค่าสมัครคืน ซึ่งในขั้นต้นทางบริษัทไม่ยอมที่จะคืนเงินให้ เนื่องจากเงินค่าสมัครมีการระบุไว้ว่า Non refundable แต่ดิฉัน และเพื่อนไม่ยอม และขอพบผู้จัดการ และเมื่อแจ้งเรื่องให้ผู้จัดการทราบ ผู้จัดการก็ขอโทษ และคืนเงินดังกล่าวให้เต็มจำนวน

หลังจากนั้นจึงได้ลองไปสมัครกับเอเจนซีแห่งอื่นซึ่งเป็นเอเจนซีเล็กๆ ชื่อว่า I Happy Education ซึ่งนับเป็นเรื่องโชคดีที่ทำให้ดิฉันได้เข้าร่วมโครงการตามกำหนด และได้รับการบริการที่ดีกว่ามาก

ดิฉันจึงได้รับบทเรียนครั้งยิ่งใหญ่ และได้รับข้อคิดสำหรับเหตุการณ์ครั้งนั้นว่า “แม้บริษัทจะมีความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงอย่างยาวนานเพียงใด ก็สามารถถูกทำลายได้เพียงเพราะ ความไร้ความรับผิดชอบ และการไม่เอาใจใส่ของพนักงานคนหนึ่ง” แม้บริษัท I Happy Education จะเป็นบริษัทเล็กๆ ที่ยังไม่ค่อยมีชื่อเสียง แต่ด้วยการบริการที่ดี เอาใจใส่ คอยดูแลตลอดโครงการ ทำให้ดิฉันและเพื่อนเกิดความประทับใจเป็นอย่างมาก หากมีรุ่นน้องเพื่อนคนใดที่ต้องการสมัครโครงการ Work and Travel ดิฉันก็จะขอแนะนำบริษัทนี้ให้ทันที พร้อมทั้งชักชวนเพื่อนทุกคนที่จะสมัครกับ IEO โดยใช้ประสบการณ์อันเลวร้ายของดิฉันเป็นเหตุผลอ้างอิง

### อรชญา (22 ปี) , ผู้บันทึก 37

ดิฉันมีรถนิสสัน มาร์ช ที่ยังอยู่ในระยะประกัน 3 ปี ดังนั้นเมื่อต้องการซ่อมหรือเช็คสภาพรถยังคงใช้บริการที่ศูนย์บริการ ในช่วงแรกที่ซื้อมาก็ไม่มีปัญหาอะไร แต่มีอยู่วันหนึ่งดิฉันขับรถบนทางด่วน และได้ยินเสียงแปลก จึงต้องหยุดรถ เมื่อลงจากรถไปดูก็พบว่าสเกิร์ตหลุดออกมา และวันนั้นเป็นวันที่ดิฉันต้องสอบที่ธรรมศาสตร์รังสิต เพื่อนที่ไปด้วยจึงต้องเป็นคนไขน้อตอกให้ เนื่องจากไม่มีเวลารอประกันหรือช่างซ่อมของทางด่วน หลังจากนั้นดิฉันได้ไปที่ศูนย์พร้อมเรียกประกันเนื่องจากดิฉันทราบตั้งแต่ต้นว่าทางศูนย์คงไม่รับผิดชอบ แต่ด้วยความที่รถทำประกันชั้น 1 จึงไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม อย่างไรก็ตามดิฉันได้ต่อว่าศูนย์ที่ติดอุปกรณ์ให้ไม่ดี แต่พนักงานกลับบอกดิฉันว่าเป็นความผิดของดิฉัน ทำท่าทางไม่ดีทั้งกิริยา และคำพูด ทั้งๆ ที่สเกิร์ตที่หลุดออกมาไม่มีรอยบุบใดๆ มีเพียงรอยฉีกซึ่งสามารถมาจากที่ดิฉันขับรถบนทางด่วนด้วยความเร็ว จึงไม่แปลกที่มีแต่รอยฉีก

ดิฉันได้สอบถามเพื่อนๆ และพี่ๆ ที่ แต่งรถหลายๆ คน พวกเขาบอกเสียงเดียวกันว่าศูนย์มักชอบไขน้อตเพียงอย่างเดียว ซึ่งถ้าขับรถไม่แปลกที่สเกิร์ตจะหลุด วิธีที่ดีคือการยิงซิลิโคนที่ขอบดิฉันจึงเน้นย้ำกับทางศูนย์ว่าให้ยิงซิลิโคน หลังจากนั้นดิฉันก็เอารถที่สมบูรณ์มาขับอีกครั้ง ไม่กี่เดือนถัดมา ช่วงน้ำท่วม ดิฉันจำเป็นต้องขับรถลุยน้ำ ซึ่งน้ำสูงไม่มากนัก สูงประมาณขอบประตูรถ ระหว่างที่ดิฉันขับดิฉันได้ยินบางอย่างครูดกับพื้น ในใจคิดว่าต้องเกิดเหตุการณ์เดิมแน่เลย แต่ด้วยความที่ไม่ได้ขับเร็วจึงเข้าข้างตัวเอง เลยคิดว่าไม่น่าจะใช้สเกิร์ตหลุด สักพักเสียงก็หายไป แต่รถข้างหลังกลับหยุดไม่ขยับ ฉันคิดว่าแน่แล้ว หลุดชั่ววูบ แต่ก็ไม่ได้หยุดรถเนื่องจากน้ำท่วมมาก ไม่สามารถลงไปเก็บสเกิร์ตจากพื้นถนนได้ ในคราวนี้ดิฉันเรียกประกัน และนำไปซ่อมที่อู่แทน ซึ่งดิฉันได้เล่าเรื่องที่ผ่านมาให้อู่ฟังและบอกว่าขนาดติดซิลิโคนแล้วยังหลุดอีก แต่เมื่อทางอู่ดูให้กลับไม่พบร่องรอยของซิลิโคน ดิฉันรู้สึกโมโหเป็นอย่างมาก หลังจากเกิดเรื่องราวเมื่อถึงระยะที่ต้องเช็ค ดิฉันยอมขับไปศูนย์ที่ไกลขึ้นแทน

### วิชิต (23 ปี) , ผู้บันทึก 38

ทฤษฎีที่ผมจะนำมาวิเคราะห์ประสบการณ์เลวร้ายที่เคยได้รับจากการใช้บริการที่พักที่เกาะล้าน คือ Customer Journey ที่จะแบ่งการใช้บริการเป็น Pre-Service, Service และ Post-Service เพื่อให้วิเคราะห์ด้วยทฤษฎี Confirmation of Expectation ได้อย่างชัดเจน โดยที่พักเกาะล้านที่ผมคิดว่าเป็นประสบการณ์ที่เลวร้าย คือ บ้านรักน้ำ เกาะล้าน การวิเคราะห์มีดังนี้

#### Pre – Service

หลังจากที่ผมได้มีความต้องการไปเกาะล้านเป็นเวลา 3 วัน 2 คืน และต้องหาที่พักในช่วง Pre – Service นั้นผมทำการหาข้อมูลของที่พักในเกาะล้าน (Information Search) และเปรียบเทียบราคา แต่ละที่พัก (Evaluation of Alternatives) ในช่วงนี้ผมเริ่มจากการ Search ใน Google ว่า “ที่พัก เกาะล้าน” สิ่งที่ผม Search เจอ คือ สก๊อปรวมที่พักเกาะล้าน เมื่อเข้าไปในสก๊อปเหล่านั้น ผมจะหาที่พักที่มีการตกแต่งที่มีความน่าสนใจ Modern และสะอาด เมื่อผมเจอที่พักที่น่าสนใจแล้ว ผมจะเข้าไปดูใน Webpage และ Facebook ของที่พักนั้นๆ เพื่อดูภาพที่พักเพิ่มเติม ดูค่าที่พัก และดูบริการที่จะได้รับ หลังจากดูการตกแต่ง ค่าที่พัก และบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผมจึงจะหารีวิวของที่พัก ซึ่งผมดูไว้สองโรงแรม คือ บ้านฟ้าใส และบ้านรักน้ำ ผมหารีวิวจากเว็บไซต์ Agoda.com, Pantip.com และเว็บไซต์อื่นๆ จนสรุปได้ว่าจะจองที่พักกับสองโรงแรมนี้ และชำระเงินโดยการโอนเงิน ซึ่งทั้งสองโรงแรมนี้ราคาเท่ากันที่ 1,500 บาท และสามารถสรุปสิ่งผมคาดหวัง (Expectation) ในช่วง Pre-Service ได้ดังนี้

Expectation	บ้านฟ้าใส	บ้านรักน้ำ
การเดินทาง	คาดหวังให้ได้ตามมาตรฐาน	คาดหวังให้ได้ตามมาตรฐาน
Check in Counter	คาดหวังให้ได้ตามมาตรฐาน	คาดหวังให้ได้ตามมาตรฐาน
ห้องพัก	คาดหวังสูงกว่ามาตรฐาน เพราะราคาเท่ากับบ้านรักน้ำ แต่ไม่มีมอเตอร์ไซด์ฟรี และมีการบอกต่อว่าดี	คาดหวังให้ได้ตามมาตรฐาน
บรรยากาศนอกห้อง	คาดหวังสูงกว่ามาตรฐาน เพราะราคาเท่ากับบ้านรักน้ำ และมีการบอกต่อ	คาดหวังสูงกว่ามาตรฐานเพราะมีริ้วว่าเห็นวิวทะเล
การบริการของพนักงาน	คาดหวังให้ได้ตามมาตรฐาน	คาดหวังให้ได้ตามมาตรฐาน
มอเตอร์ไซด์ฟรี	ไม่ได้คาดหวัง เพราะไม่รวมในค่าที่พัก	คาดหวังให้ได้ตามมาตรฐาน
อาหารเช้า	ไม่ได้คาดหวัง เพราะไม่รวมในค่าที่พัก	คาดหวังให้ได้ตามมาตรฐาน

### Service

เมื่อถึงวันใช้บริการ หรือช่วง Service คืนแรกผมพักที่บ้านฟ้าใส ที่พักที่นี่ เดินทางสะดวกมาก เพราะแค่ลงจากท่าเรือ เดินไม่ถึงกิโลก็ถึงบ้านฟ้าใสได้ และเมื่อเข้าพัก พนักงานมีการต้อนรับเป็นอย่างดี มีจิตใจของการบริการ ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี ห้องพักมีความสวยงาม สะอาด สัมกับที่คนบอกเล่ามา และบรรยากาศที่ระเบียงก็เป็นที่น่าพอใจ ทำให้สามารถสรุปเป็น Confirmation of Expectation ได้ว่า

Expectation	บ้านฟ้าใส	Confirmation of Expectation
การเดินทาง	คาดหวังให้ได้ตามมาตรฐาน	Confirmation
Check in Counter	คาดหวังให้ได้ตามมาตรฐาน	Confirmation
ห้องพัก	คาดหวังสูงกว่ามาตรฐาน เพราะราคาเท่ากับบ้านรักน้ำ แต่ไม่มีมอเตอร์ไซด์ฟรี และมีการบอกต่อว่าดี	Positive
บรรยากาศนอกห้อง	คาดหวังสูงกว่ามาตรฐาน เพราะราคาเท่ากับบ้านรักน้ำ และมีการบอกต่อ	Confirmation
การบริการของพนักงาน	คาดหวังให้ได้ตามมาตรฐาน	Positive
มอเตอร์ไซด์ฟรี	ไม่ได้คาดหวัง เพราะไม่รวมในค่าที่พัก	-
อาหารเช้า	ไม่ได้คาดหวัง เพราะไม่รวมในค่าที่พัก	-
ภาพรวม		Positive

เมื่อถึงเวลาใช้บริการของ บ้านรักน้ำ ผมหา Reception ไม่เจอ เพราะคิดว่า Check-in Counter จะอยู่ในอาคารที่พัก แต่จริงๆ แล้วไม่มี Check-in Counter และคนรับ Check-in คือแม่ค้าร้านอาหารข้างๆ ที่พัก เมื่อเข้าห้องพัก และเจอสภาพห้องพักรู้สึกผิดหวัง เพราะ ห้องน้ำล้างไม่สะอาด แอร์ไม่ค่อยเย็น น้ำไม่แช่เย็น เมื่อดูบรรยากาศอากาศในห้องมีอุณหภูมิร้อน นอกห้องกลับไม่เห็นวิวทะเลตามที่มีคนรีวิว ระเบียงดูสกปรก เวลากลางคืนมีแมงจรจัด และมดเยอะ ในส่วนของการบริการ พนักงานไม่มีจิตใจในการให้บริการ ผมรู้สึกเหมือนไปขอให้บริการ ไม่ค่อยให้ความช่วยเหลือ

ทำให้รู้สึกผิดหวังกับการบริการเช่นกัน การเดินทางไปบ้านรังก้าน้ำต้องใช้เวลาานพอสมควร ซึ่งยอมรับได้ เพราะอยู่ไกลจากบ้านฟ้าใส และบ้านรังก้าน้ำประมาณ 6-7 กม. ทำให้ใช้บริการรับส่งของบ้านรังก้าน้ำ และใช้มอเตอร์ไซด์ แต่มอเตอร์ไซด์ไม่สามารถเก็บของได้ และเปลี่ยนคันไม่ได้ ก็ทำให้เกิดความรู้สึกผิดหวัง นอกจากนี้อาหารเช้ายังดูน้อย และสกปรก เพราะมีแมลงวันจำนวนมาก ทำให้สามารถสรุปเป็น Confirmation of Expectation ได้ว่า

Expectation	บ้านรังก้าน้ำ	Confirmation of Expectation
การเดินทาง	คาดหวังให้ได้ตามมาตรฐาน	Confirmation
Check in Counter	คาดหวังให้ได้ตามมาตรฐาน	Negative
ห้องพัก	คาดหวังให้ได้ตามมาตรฐาน	Negative
บรรยากาศนอกห้อง	คาดหวังสูงกว่ามาตรฐาน เพราะมีริ้วว่าเห็นวิวทะเล	Negative
การบริการของพนักงาน	คาดหวังให้ได้ตามมาตรฐาน	Negative
มอเตอร์ไซด์ฟรี	คาดหวังให้ได้ตามมาตรฐาน	Negative
อาหารเช้า	คาดหวังให้ได้ตามมาตรฐาน	Negative
ภาพรวม		Negative

### Post - Service

หลังจากการใช้บริการ หรือ Post - Service ถ้าไปเที่ยวเกาะล้านอีกครั้ง จะไปพักบ้านฟ้าใส เพราะโดยรวมแล้วมีระดับ Confirmation of Expectation อยู่ที่ Positive แต่ไม่พักบ้านรังก้าน้ำ เพราะโดยรวมแล้วมีระดับ Confirmation of Expectation อยู่ที่ Negative และถ้ามีใครมาถามว่า ถ้าไปเกาะล้านควรไปพักที่ไหน ก็จะแนะนำว่าบ้านฟ้าใสเป็นที่พักที่คุ้มค่า และแนะนำว่าอย่าไปพักที่บ้านรังก้าน้ำ

### วิรัชทร (22 ปี) , ผู้บันทึก 39

ความผิดพลาดจากการบริการในร้านอาหารเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นประจำในธุรกิจนี้ เนื่องจากมีการทำงานหลายส่วนที่ใช้แรงงานคน ไม่ว่าจะเป็นการรับรายการอาหาร การพูดคุยให้ข้อมูลกับลูกค้า รวมไปถึงการปรุงอาหาร ซึ่งความผิดพลาดสามารถเกิดได้จากตัวพนักงาน และลูกค้า



ที่มีการสื่อสารกัน และประสบการณ์ที่เจอความผิดพลาดจากการบริการนั้นก็เกือบทำให้ต้องเข้าโรงพยาบาลเลยทีเดียว

เรื่องนี้เกิดขึ้นประมาณเดือนกันยายน 2558 โดยเรื่องนี้เป็นเรื่องของรุ่นพี่ที่ทำงานชื่อ พี่พราว (นามสมมติ) แต่ผมได้อยู่ในเหตุการณ์นั้นด้วย โดยในวันนั้นทีมของเราตัดสินใจที่จะรับประทานอาหารเช้าที่ร้าน NARA อยู่ชั้น 3 ของตึก United Center ถนนสีลม เมื่อเข้าไปในร้านก็ได้รับการเป็นอย่างดี มีการจัดโต๊ะให้ใหม่ เนื่องจากพวกเราไปกันประมาณ 11 คน ทุกคนสั่งอาหารเป็นปกติ ไม่มีปัญหาอะไร ยกเว้นพี่พราวที่แพ้กุ้ง ถ้ารับประทาน หรือมีกุ้งปนอยู่ในอาหาร จะมีอาการหายใจไม่ออก น้ำมูกไหล และคันคอ ร่วมกับพี่พราวเป็นคนที่พื้นฐานร่างกายอ่อนแอ ทำให้บางครั้งเมื่อเกิดอาการแพ้จนต้องเข้าโรงพยาบาล ดังนั้นพี่พราวจึงสั่ง “ข้าวหน้าปลาดิบรวม” จากชื่ออาหารถือเป็นอาหารที่ปลอดภัยสำหรับพี่พราว แต่รูปในรายการอาหารนั้นไม่ได้มีเพียงปลาดิบหลายๆ ชนิดรวมกัน อย่างชื่อเท่านั้น ยังมีวอคาโต และไขกุ้งปะปนอยู่ด้วย (พี่พราวไม่แพ้ไขกุ้ง) ดังนั้นพี่พราวจึงสอบถามกับพนักงานเพื่อความแน่ใจว่า “ข้าวหน้าปลาดิบรวม” นั้นมีกุ้งผสมอยู่หรือไม่

พี่พราว: “ข้าวหน้าปลาดิบรวม” มีกุ้งหรือปลาวาคะ

พนักงาน: (ทำหน้าง) เอ่อ ข้าวหน้าปลาดิบไม่น่าจะมี “กุ้ง” นะครับ

พี่พราว: โอเคค่ะ งั้นเอาอันนี้

เมื่ออาหารมาเสิร์ฟ พี่พราวก็ทำการตรวจสอบอีกครั้งเพื่อความแน่ใจ โดยข้าวหน้าปลาดิบรวม คือข้าวญี่ปุ่น และโปะด้วยปลาดิบหลายๆ ชนิดที่มีการหั่นเต๋าเป็นชิ้นเล็กๆ ประมาณ 2 เซนติเมตร โดยมีปลาแซลมอนสีส้ม และปลาทูน่าสีแดงเป็นส่วนประกอบหลัก ทำให้การตรวจสอบว่ามีกุ้งสีส้มปะปนอยู่หรือไม่เป็นเรื่องยาก แต่เมื่อได้รับการยืนยันจากพนักงานว่าไม่มีกุ้งปะปนอยู่ พี่พราวก็เริ่มรับประทานอาหารเช้า เมื่อทานไปได้สักครึ่งชั่วโมงพี่พราวก็เริ่มน้ำมูกไหล โดยที่อาหารไม่ได้มีรสเผ็ด และสัมผัสกับเนื้อกุ้งในคำที่กำลังเคี้ยวอยู่ในปาก พี่พราวมีอาการตกใจ คายอาหาร และเริ่มบอกปัญหากับพวกเรา และยืนยันว่าตนเองได้มีการสอบถามเรื่องการใส่กุ้งในอาหารแล้ว ซึ่งผมเองก็ได้ยืนยันเช่นเดียวกับคนอื่นๆ บนโต๊ะอาหาร จากนั้นพี่พราวจึงรีบวิ่งออกไปซื้อยาแก้แพ้ในร้านขายยา ในขณะเดียวกันพี่ฮอล (นามสมมติ: รุ่นพี่ในทีม) มีความไม่พอใจในการบริการ และความผิดพลาดในการสื่อสารของพนักงาน จึงเดินไปที่แคชเชียร์ และบอกถึงปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยน้ำเสียงที่ไม่พอใจ ซึ่งพนักงานสามารถรับมือได้ดีด้วยการกล่าวคำขอโทษเป็นคำแรก และเดินมาพูดคุยที่โต๊ะอาหารของพวกเราเพื่อไม่ให้เกิดความวุ่นวายในร้าน เมื่อพี่พราวกลับมาก็ได้มีการสอบถามถึงบทสนทนาก่อนหน้านี้ และยืนยันให้มีการสอบถามเรื่องกุ้งในอาหารจริง ทำให้พนักงาน (น่าจะเป็นผู้จัดการร้าน) ยอมรับในความผิดพลาด และยินดีที่จะชดเชยให้ด้วย “ข้าวหน้าปลาดิบรวม แบบไม่มีใส่กุ้ง” และส่วนลด 20% สำหรับทุกเมนูที่พวกเราสั่งมา โชคดีที่พี่พราวมีอาการไม่หนักมากนักเนื่องจากปริมาณที่ทานเข้าไปนั้น

น้อยมาก ทำให้ไม่มีใครพูดถึงความผิดพลาดนี้ และไม่ได้บอกต่อประสบการณ์นี้ ซึ่งจะเป็นการลดความน่าเชื่อถือของร้าน NARA

### สุภัชชา (23 ปี) , ผู้บันทึก 40

ประสบการณ์ที่ข้าพเจ้าต้องการนำเสนอเกิดขึ้นจากการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ซึ่งถือว่าเป็นหนึ่งในแบรนด์ผู้นำตลาดสายการบินต้นทุนต่ำ (Low-cost airline) ที่ประสบความสำเร็จจากการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย โดยการใช้บริการในครั้งนั้นข้าพเจ้าเดินทางไปกับครอบครัวรวมทั้งหมด 4 คน จากท่าอากาศยานดอนเมือง ไปยังท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ ซึ่งตามกำหนดการจะต้องเดินทางถึงเชียงใหม่ในช่วงบ่าย ประมาณบ่ายสอง ถึงบ่ายสามโมง ซึ่งเป็นเวลาที่ลงตัวกับแผนการเที่ยวที่วางไว้ว่าจะเดินทางเข้าที่พักก่อน แล้วออกมาเที่ยวบริเวณใกล้ๆ แต่สิ่งที่เกิดขึ้นคือ ข้าพเจ้าเดินทางไปถึงท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ประมาณห้าโมงเย็น ส่งผลให้แผนการเที่ยวที่วางไว้ผิดแผนทั้งหมด เนื่องจากกว่าจะเดินทางออกจากสนามบินไปถึงที่พัก และจัดการเช็คอินให้เรียบร้อยก็เริ่มมืดแล้ว เพราะช่วงที่เดินทางไปนั้นเป็นช่วงฤดูหนาวที่จะเริ่มมืดเร็ว

รายละเอียดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการสายการบินนกแอร์ในครั้งนั้น คือ หลังจากผ่านกระบวนการตรวจเช็คผู้โดยสาร และสัมภาระตามขั้นตอนปกติที่สนามบินแบบไม่มีปัญหาอะไรแล้ว จึงเริ่มมีการทยอยปล่อยผู้โดยสารขึ้นเครื่องตามกำหนดการ อย่างไรก็ตามเมื่อถึงเวลาที่เครื่องจะต้องเดินทางออกจากสนามบิน ได้มีการประกาศจากเจ้าหน้าที่ว่าไฟล์ทดังกล่าวมีเหตุจำเป็นที่ทำให้ต้องออกเดินทางดีเลย์กว่ากำหนดการที่วางไว้เล็กน้อย แต่ขอให้ผู้โดยสารนั่งรอ ณ ที่นั่งตามเดิม โดยทางเจ้าหน้าที่จะมีการเร่งแก้ไขอย่างเร่งด่วน และขอโทษกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

หลังจากการประกาศก็มีเสียงบ่น และวิจารณ์เล็กน้อย แต่ก็ถือเป็นเหตุการณ์ที่ผู้โดยสารส่วนใหญ่ค่อนข้างรับได้ในระดับหนึ่ง เนื่องจากเป็นที่รู้กันอยู่แล้วว่าสายการบินต้นทุนต่ำมักจะมีการเว้นระยะการบินระหว่างไฟล์ทน้อย เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่ายสนามบิน เช่น ค่าธรรมเนียมการใช้พื้นที่จอดเครื่องบิน โดยใช้เวลาพักเครื่องเพียง 45 นาทีถึง 1 ชั่วโมงโดยประมาณ ดังนั้นหากเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน เช่น เครื่องบินมีปัญหา เวลาในการแก้ไขสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจะค่อนข้างมีจำกัด ซึ่งส่งผลให้มีโอกาสที่จะเกิดการดีเลย์ได้มากกว่าสายการบินปกติ ดังนั้นการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จึงคล้ายกับเป็นการยอมรับความเสี่ยงเรื่องโอกาสในการเกิดดีเลย์ไปโดยปริยาย

อย่างไรก็ตามจากการที่เจ้าหน้าที่ยืนยันให้นั่งรอภายในที่นั่ง เพื่อให้หลังจากแก้ไขปัญหาเสร็จจะสามารถออกเดินทางได้เลย โดยไม่ต้องเสียเวลาโหลดผู้โดยสารขึ้นเครื่องอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ไฟล์ทดีเลย์มากกว่าเดิม ส่งผลให้เกิดความคาดหวังจากผู้โดยสารว่าจะเป็นการดีเลย์เพียงไม่

นาน ซึ่งส่วนตัวแล้วข้าพเจ้าคาดการณ์ไว้ว่าน่าจะดีเลยประมาณครึ่งชั่วโมง หรืออย่างมากคือไม่เกิน 45 นาที

แต่สิ่งที่เกิดขึ้นกลายเป็นว่าไฟล์ดังกล่าวดีเลยไปถึงสองชั่วโมงครึ่งเกือบสามชั่วโมง ซึ่งถือเป็นระยะเวลาในการดีเลย์ที่นานมาก และส่งผลกระทบต่อผู้โดยสารอย่างร้ายแรง เพราะหากเปรียบเทียบเวลาที่เสียไปจากการนั่งรอการแก้ไขปัญหาแล้ว เวลาที่ดีเลยไปเกือบสามชั่วโมง ผู้โดยสารควรเดินทางถึงเชียงใหม่มานานแล้ว นอกจากนี้ระหว่างที่นั่งรอก็ไม่ได้มีการแจ้งความคืบหน้าใดๆ ให้แก่ผู้โดยสาร รวมถึงไม่มีการประมาณการระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จให้ทราบ ซึ่งการรอแบบไม่มีจุดมุ่งหมายของผู้โดยสารยิ่งทำให้ความอดทนในการรอลดลง และเริ่มเกิดความไม่พอใจ

ที่สำคัญ คือ การให้ผู้โดยสารนั่งรอที่ที่นั่งแคบๆ ภายในตัวเครื่องยิ่งสร้างความอึดอัด และความไม่พอใจ เพราะที่นั่งของสายการบินต้นทุนต่ำจะค่อนข้างแคบกว่าสายการบินทั่วไป เนื่องจากเครื่องบินจะถูกออกแบบสำหรับการบินไฟล์ทระยะสั้นเพียงไม่กี่ชั่วโมงเท่านั้น แต่กลายเป็นว่าตลอดการเดินทางครั้งนั้นเมื่อรวมเวลานั่งรอแล้ว ผู้โดยสารต้องนั่งอยู่ที่ที่นั่งเป็นระยะเวลาทั้งหมดประมาณสี่ชั่วโมง ทั้งที่ในความเป็นจริงหากเจ้าหน้าที่พบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นไม่สามารถแก้ไขให้แล้วเสร็จได้ในภายในระยะเวลาอันสั้น การปล่อยให้ผู้โดยสารสามารถเดินทางกลับเข้ามาในอาคารที่มีพื้นที่อิสระให้แก่ผู้โดยสารมากกว่าแทนการนั่งรอบตัวเครื่อง อาจจะเป็นการลดความตึงเครียดได้เป็นอย่างดี และยังไม่เป็นการสร้างความคาดหวังให้แก่ผู้โดยสารโดยไม่จำเป็นอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม นอกจากคำแสดงความขอโทษอย่างเป็นทางการแล้ว ทางสายการบินก็มีความพยายามในการชดเชย และลดความไม่พึงพอใจของผู้โดยสารที่เกิดขึ้นด้วยการแจกของว่าง และเครื่องดื่มให้ผู้โดยสารโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ซึ่งตามปกติแล้วจะต้องมีการจ่ายเงินเพิ่มตามระบบการคิดค่าใช้จ่ายของสายการบินต้นทุนต่ำทั่วไป แต่ของว่างที่นำมาแจกเพื่อเป็นการชดเชยข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นกลับดูไม่มีมูลค่าแต่อย่างใด คือเป็นขนมไทย (ข้าวเหนียวแก้ว) และเครื่องดื่มกระป๋อง ซึ่งความจริงแล้วขนมไทยที่ดูมีมูลค่าก็มีให้เห็นอยู่ทั่วไป คือรสชาติดี มีการจัด แต่งที่แสดงให้เห็นถึงความประณีตในการทำ แต่กลับไม่ใช่สิ่งที่นักแอร์พยายามหามาชดเชยให้แก่ผู้โดยสาร

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการในครั้งนั้นทำให้ข้าพเจ้าหลีกเลี่ยงการเดินทางกับนกแอร์โดยเด็ดขาด คือหลังจากการเดินทางในครั้งนั้น ข้าพเจ้ามีโอกาสใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอีกประมาณ 3-4 ครั้ง แต่ทุกครั้งเป็นการเดินทางโดยสายการบินอื่น และไม่มีการนำเอานกแอร์มาพิจารณาเป็นหนึ่งในตัวเลือกในการเดินทางอีก

## ภาคผนวก ค

### บทสัมภาษณ์เชิงลึก

#### นักสสร (23 ปี) , สัมภาษณ์ 1

- ผู้สัมภาษณ์ : ขอให้เล่าประสบการณ์การใช้บริการให้ฟังหน่อย
- นักสสร : ก็วันนั้นเป็นวันซ้อมรับปริญญาของที่มหาวิทยาลัย เลยต้องการทำผม ไปกับเพื่อน แถวนั้นมีร้านทำผมอยู่หลายร้าน ตอนแรกเพื่อนชวนไปทำอีกร้านนึง แต่ร้านดูเก๋ๆ คนทำก็ดูมีอายุ เลยคิดว่าทรงผมที่ออกมาจะดูเซย เพราะว่าตอนนั้นมีแบบทรงผมที่อยากทำ เป็นทรงที่เกล้าผมไว้หลวมๆ หน่อย กำลังเป็นที่นิยม เลยเลือกอีกร้านหนึ่งที่เป็นร้านใหญ่กว่า ดูทันสมัย ช่างดูอายุไม่เยอะ
- ผู้สัมภาษณ์ : แล้วความผิดพลาดที่เกิดขึ้นคืออะไร
- นักสสร : ก่อนจะทำผมก็ได้เอาทรงผมให้ช่างดู 2 ทรง ถามความเห็นเค้าดูว่าทำทรงไหนดี ตอนแรกช่างก็ให้คำแนะนำดีนะ บอกให้เอาทรงที่เกล้าผมไว้สูงดีกว่าจะได้ดูเด็ก แต่ช่างก็ดูแค่แป็บเดียว ตอนนั้นก็เริ่มไม่แน่ใจแล้วแหละว่าเค้าจะทำได้ถูกต้องตามแบบที่ให้ดูไหม เพราะเค้าก็ดูตอบส่งๆ หลังจากนั้นก็ไปสระผม พอสระผมเสร็จด้วยความที่ไม่แน่ใจก็จะเอาให้ช่างดูอีกรอบ ช่างก็บอกว่าจำได้ พอทำเสร็จออกมาเท่านั้นแหละ ไม่เหมือนกับทรงที่ให้ดูเลย เกเกล้าผมแน่นดูเซย ยิ่งมองไปที่คนที่มาทำที่ร้านนี้นะ ทรงเดียวกันเป๊ะทุกคนเลย รู้สึกเสียเซลฟ์มากตอนนั้น
- ผู้สัมภาษณ์ : อารมณ์ตอนนั้นเป็นยังไง
- นักสสร : น้อยใจมั้ง รู้สึกเหมือนเค้าไม่ได้สนใจที่เราบอกไปเลย เราก็อุตส่าห์นั่งหาทรงผมก่อน จะไปทำตั้งนาน พอออกมาก็ไม่เหมือนที่หาไว้ รู้สึกที่หามาที่นี่เปล่าประโยชน์
- ผู้สัมภาษณ์ : แล้วได้บอกถึงความไม่พอใจ หรืออยากให้ช่างแก้ไขให้ไหม
- นักสสร : ไม่ได้บอกนะ ด้วยความที่ตอนนั้นต้องรีบไปงานแล้ว และเป็นคนที่ไม่ค่อยกล้าเถียงคนอื่น ยิ่งตอนนั้นเสียเซลฟ์อยู่ แล้วรู้สึกว่าบอกไปก็ไม่มีความประโยชน์อะไร ถ้าเค้าสนใจจะทำ เค้าก็คงจะทำให้ดีแต่แรกแล้ว นี่เค้าไม่สนใจเลย
- ผู้สัมภาษณ์ : อยากให้ทางร้านขอโทษกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หรือได้การชดเชยบ้างไหม
- นักสสร : ก็ไม่ได้อยากได้คำขอโทษนะ แต่ถ้าเค้าขอโทษก็คงรู้สึกดีขึ้นบ้าง
- ผู้สัมภาษณ์ : คิดว่าจะกลับไปทำร้านนี้อีกไหม
- นักสสร : ไม่เอาหรอก จริงๆ ตอนแรกถ้าทำดีวันจริงก็กะว่าจะกลับไปทำอีก พอออกมาเป็นแบบนี้เลยทำเองแทน ถูกใจกว่าแถมไม่ต้องเสียเงินอีก

- ผู้สัมภาษณ์ : แล้วถ้าทางร้านขอโทษ หรือมีการชดเชยคิดว่าจะกลับไปทำร้านนี้อีกไหม  
 นภัสสร : ก็ยังไม่กลับไปอยู่ดี  
 ผู้สัมภาษณ์ : ทำไมล่ะ  
 นภัสสร : รู้สึกว่ามีความเสี่ยงที่อาจเกิดเหตุการณ์ไม่ดีขึ้นอีกครั้งได้ ไม่อยากได้คำขอโทษเป็นครั้งที่สอง

### นฤมลวรรณ (23 ปี) , สัมภาษณ์ 2

- ผู้สัมภาษณ์ : ขอให้เล่าประสบการณ์การใช้บริการให้ฟังหน่อย  
 นฤมลวรรณ : เหตุการณ์นี้เกิดที่ร้านอาหาร คือที่บ้านเป็นลูกค้าประจำของร้านนี้ กินตั้งแต่เรายังอยู่ประถม แล้วก็วันหนึ่งไปซื้อกลับบ้าน แล้วก็ขอใบเสร็จ ซึ่งก็ไม่ใช่แค่ 30 บาทอะไรแบบนี้ แต่ซื้อพันกว่าบาทแล้วขอใบเสร็จเพื่อจะเอาไปให้ที่บ้าน ก็โทรสั่งเรียบร้อยแล้วไปรับอาหาร ตอนนั้นไปกับน้องแล้วให้น้องลงไปรับอาหาร น้องก็บอกขอใบเสร็จหน่อยค่ะ พนักงานตอนแรกก็ไม่เขียนให้ น้องก็เลยเดินมาบอกที่รถ ก็เลยลงไปพูดกับพนักงานว่าขอใบเสร็จหน่อยค่ะ สิ่งที่พนักงานทำให้ คือปกติใบเสร็จมันจะต้องเขียนรายการอาหารใช่ไหมว่ามีรายการอะไรบ้าง แต่ที่เค้าทำให้คือแค่ลากเส้นแล้วก็เขียนเลข 2 แล้วก็เขียนยอดเงินพันนึง คือตั้งใจกวนตีนไง ตอนนั้นก็ปรี๊ดเลย เพราะตอนนั้นก็รู้สึกว่าเป็นวันธรรมดา ลูกค้าก็ไม่ได้เยอะ มีประปราย ตอนนั้นก็เห็นพนักงานคนหนึ่งที่จำได้ว่าปกติมา Service ที่โต๊ะของเราบ่อยตอนมากินที่บ้าน ก็เลยบอกกับพนักงานคนนั้นว่าขอคุยกับเจ้าของร้านหน่อยค่ะ พนักงานคนนั้นก็ช่วยไกล่เกลี่ยให้ว่าจะไปคุยกับพนักงานคนนั้นให้ แต่ก็ตอบไปว่าไม่ค่ะ ขอคุยกับเจ้าของร้านเลย  
 ได้คุยเจ้าของร้าน เจ้าของร้านก็มาคุยไกล่เกลี่ยให้ ประมาณว่าลูกค้ามาขอใบเสร็จแค่นี้ทำไมไม่ให้ พนักงานคนนั้นก็ยกมือไหว้ขอโทษ ก็เลยบอกว่าไม่ต้องขอโทษหรอกค่ะ แต่ก็อย่าไปทำแบบนี้กับใครอีก ที่บ้านก็เป็นลูกค้ามานาน แต่มาเจอแบบนี้ก็คงไม่กินแล้วนะค่ะ มันเหมือนเรื่องเล็กน้อย แต่ก็รู้สึกกวนตีน ไม่น่าทำ  
 ผู้สัมภาษณ์ : แล้วอารมณ์ตอนแรกเลยที่เค้าเขียนใบเสร็จให้ไม่เต็มใจเป็นยังไง  
 นฤมลวรรณ : โหม้โห้ค่ะ รู้สึกว่าตอนแรกก็พูดดีกับเค้าแล้ว แต่มากวนตีนใส่ ก็เลยเอาคืนเลย ขอเจอเจ้าของร้านเลย  
 ผู้สัมภาษณ์ : ตอนนั้นรู้สึกยังไงถึงอยากพบผู้จัดการเลย ที่พนักงานจะไกล่เกลี่ยให้ถึงไม่เอา

- นฤมลวรรณ : ตอนนั้นรู้สึกโมโหหนะ รู้สึกว่าพนักงานที่ทำไม่ดีด้วยเป็นแคชเชียร์ซึ่งก็ระดับเดียวกับพนักงานเสิร์ฟ คงไม่อะไร ก็คงกวตืนต่อ ก็เลยขอยุกับเจ้าของร้านเลย
- ผู้สัมภาษณ์ : ที่เจ้าของร้านช่วยเคลียร์ให้รู้สึกยังไง
- นฤมลวรรณ : ก็โอเคนะ
- ผู้สัมภาษณ์ : แต่ทำไมยังรู้สึกไม่อยากจะกลับไปอีก
- นฤมลวรรณ : ก็รู้สึกว่ากวตืนอะ ก่อนหน้านี้ก็มีความประทับใจมาเรื่อยๆ นะ แต่มาเจอเรื่องเสียเรื่องเดียวก็รู้สึกช่างเถอะ แล้วคือมีอีกหลายร้านให้เลือกเต็มไปหมด กินร้านอื่นก็ได้
- ผู้สัมภาษณ์ : แล้วที่ไปคุยกับเจ้าของร้านนี้คือต้องการอะไร คำขอโทษ ให้พนักงานลงโทษ ส่วนลดหรือว่าอะไร
- นฤมลวรรณ : ก็อยากได้คำขอโทษแหละ แล้วก็อยากให้พนักงานโดนตำ อยากให้เจ้าของร้านรู้ว่าพนักงานเค้าเป็นอย่างนี้นะ ไม่ต้องให้ส่วนลดอะไร แคปรับปรุขบริการก็พอ
- ผู้สัมภาษณ์ : แล้วการขอโทษที่เค้าให้มานี้รู้สึกว่าจะจริงใจกับเราไหม
- นฤมลวรรณ : ก็เฉยๆ นะ คือรู้สึกว่าถ้าไม่ได้เรียกเจ้าของร้านมาเคำกัน่าจะกวตืนต่ออีกพักนึง
- ผู้สัมภาษณ์ : หลังจากนั้นก็เลยไม่กินร้านนั้นอีกเลยหรือ
- นฤมลวรรณ : ก็พักนึงนะ แต่ที่บ้านก็ยังมียอยากไปกินร้านนี้บ้าง แต่ถ้าเราเลือกได้ก็จะเลือกร้านอื่นมากกว่า

### ภัทรลภา (24 ปี) , สัมภาษณ์ 3

- ผู้สัมภาษณ์ : ทำไมถึงเลือกใช้บริการนี้ ทำไมต้องเป็นของที่นี่
- ภัทรลภา : เริ่มจากว่าจะไปเที่ยวหัวหินก็เลยหาที่พัก ซึ่งโรงแรมนี้มีเพื่อน มีคนใกล้ตัวไปพักกันหลายคนมากเลย แล้วก็พูดเป็นเสียงเดียวกันว่าโรงแรมดีมาก มี Service เช่น สระว่ายน้ำวิวดี กว้าง สวย เพื่อนก็มาบอกว่ามันดีจริงๆ เราก็มาดูรีวิว ดูภาพประกอบที่เป็น Customer Review แล้วก็รู้สึกว่ามันต้องดีเหมือนที่เค้าว่าแน่ๆ เพราะไม่เจอใครตำเลย
- ผู้สัมภาษณ์ : พอไปถึงจริงแล้วเป็นยังไง
- ภัทรลภา : คือจริงๆ ก็รู้สึกอยู่แล้วแหละว่ามันคงไม่สวยเหมือนในรูปหรอก เพราะว่าเวลาถ่ายรูปก็ต้องถ่ายมาสวยๆ อยู่แล้ว พอไปถึง Reception ก็รู้สึกว่าการตกแต่งข้างหน้าก็โอเคยังดีอยู่ก็เลยยังไม่ได้รู้สึกอะไร รู้สึกว่ายังโอเคอยู่ช่วงแรก ตอนเข้าไปก็เห็นสระว่ายน้ำเห็นวิวแล้วแหละ แต่ก็แค่มองผ่านๆ ยังไม่ได้ลงไปเล่น ก็สวยแหละ สวยอย่างเคำว่า
- ผู้สัมภาษณ์ : แล้วต่อจากนั้นทำอะไร

- ภัทรลภา : ก็ได้ไปเช็คอินกับ Reception พอดีที่ Marrakesh มันจะแบ่งเป็นฝั่งโรงแรมกับฝั่งคอนโด ที่ที่พักเป็นฝั่งคอนโด คือ ราคาจะถูกกว่าฝั่งโรงแรมนิดนึง แต่ก็จะได้มีบริการแบบฝั่งโรงแรม เพราะฉะนั้น Reception เค้าก็จะมีพักกินข้าว เราไปถึงประมาณเที่ยงครึ่ง เค้าพักกินข้าวเที่ยงถึงบ่ายโมงก็เลยต้องรอ แล้วทีนี้เค้ามาซักว่าบ่ายโมง ก็เลยเริ่มอารมณ์เสียเพราะเรารอมานานแล้ว คือระบบค่อนข้างงงๆ ไม่เหมือนโรงแรมที่ลูกค้าเช็คอินเมื่อไรก็ได้
- ผู้สัมภาษณ์ : ตอนนั้นมีอารมณ์อย่างไร
- ภัทรลภา : หงุดหงิดค่ะ เพราะตอนนั้นไปกับแฟน แล้วแฟนตอนแรกก็รออยู่ในรถ ยังไม่ดับเครื่อง เพราะยังเอารถเข้าจอดไม่ได้จนกว่าจะเช็คอินเสร็จ ต้องจอดค้างอยู่ข้างหน้าที่เป็นที่จอดรถระยะเวลาสั้น ที่เล็กๆ ถ้าคนจะเข้าจะออกก็ต้องถอยให้เค้า ก็ลำบาก สุดท้ายก็ไปหาที่แบบๆ จอด แล้วก็เข้ามารอดด้วยกัน 2 คน แล้วก็บ่นกันว่าเมื่อไรจะได้คิว เมื่อไรจะได้เข้าห้อง
- ผู้สัมภาษณ์ : แล้วได้มีการบอกกับพนักงานถึงความไม่พอใจที่เกิดขึ้นไหม
- ภัทรลภา : ก็พูดนะ แต่ก็พูดดีๆ ประมาณว่ามาช้า รอมาตั้งแต่เที่ยงครึ่งแล้ว เราก็ยอมรับได้ส่วนหนึ่งว่ามันเป็นระเบียบของเค้าที่พักตอนเที่ยงถึงบ่ายโมง แล้วเราไปเที่ยงครึ่งเอง เป็นความผิดเราส่วนหนึ่ง แต่เราก็ไม่ได้รับการแจ้งมาก่อนจาก Agent บอกเพียงแค่ว่าจะเช็คอินตอนไหนให้โทรมาบอกก่อน เราก็คิดว่าเข้าไปได้ทุกเวลาเหมือนโรงแรม
- ผู้สัมภาษณ์ : แล้วพนักงานได้ขอโทษไหม
- ภัทรลภา : ก็มีขอโทษ เค้าก็พูดดี เราก็เลยไม่ได้เหวี่ยงแรงๆ เค้ามาสายประมาณ 15-20 นาทีจริงๆ ตอนแรกโมโหมากแล้ว แต่เขาพูดดีก็เลยโอเค ยอมรับได้
- ผู้สัมภาษณ์ : แล้วพอเช็คอินเข้าไปเจอบรรยากาศในห้องเป็นยังไง
- ภัทรลภา : บรรยากาศในห้องยอมรับว่าดี แต่โอเคมาก ยอมรับว่าห้องสวยจนกระทั่งเปิดแอร์ แล้วพบว่าแอร์มันไม่เย็น ก็เลยลองเช็คดูเจอว่าแอร์ไม่ได้ล้าง ฝุ่นหนาๆ ทีวีในห้องก็เป็นรุ่นเก่า ตอนแรกตั้งใจว่าจะเอาต่อกับ iPad เพื่อดูฟุตบอล ปรากฏว่าใช้ไม่ได้ ก็เสียใจนะเพราะตั้งใจเอามาเพื่อที่จะดูโดยเฉพาะ แล้วก็เจอของที่ทิ้งไว้จากคนก่อนหน้าในตู้เย็น เจอผลไม้เก่า ขวดน้ำเปิดแล้ว เรายังโอเคอยู่ว่ามันยังไม่เน่า แต่ก็รู้สึกที่เค้าไม่ได้เตรียมความพร้อมห้องเธอ รู้สึกแยตรงนั้น
- ผู้สัมภาษณ์ : แล้วได้บอกพนักงานไหม
- ภัทรลภา : จริงๆ ก็อยากบอก แต่ก็ไม่รู้ว่าจะคอมเมนต์กับใคร แต่ถ้ามีช่องทาง มันใจมากกว่าจะต้องร้องเรียน

- ผู้สัมภาษณ์ : แล้วมีอารมณ์ยังไง
- ภัทรลภา : ก็รู้สึกแย่ Downๆ ลงไป แต่เราก็ถือว่าเรามาในราคาถูก แค่อินละ 2,990 ในเมื่อเราเลือกที่จะมาฝั่งคอนโดก็เหมือนโรงแรม ต้องยอมรับข้อเสียเพิ่มขึ้น
- ผู้สัมภาษณ์ : มีเหตุการณ์อะไรต่ออีกไหมครับ
- ภัทรลภา : ก็ได้ไปสระว่ายน้ำที่เป็น Highlight ของที่นี่ มีแต่คนชม เตรียมตัวเรียบร้อยจะไปที่สระ ที่นี้ที่สระมีสไลเดอร์เล็กๆ ตอนนั้นมีติดป้ายว่าห้ามใช้บริการ มีเศษใบไม้แล้วก็สกปรกเต็มเลย คือปิดให้บริการก็ไม่ว่าหรอก แต่มันดูไม่ดีมากเลย เราก็เลยไปเล่นอีกสระหนึ่ง ปรากฏว่ารสชาติของน้ำแปลกๆ เหมือนมีดินหรือเลือดผสม ไม่ใช่ น้ำสะอาด ในความคิดเรา มีกระเบื้องแตก แตกตามมุมยิบๆ ย่อยๆ รู้สึกว่าอันตราย
- ผู้สัมภาษณ์ : อารมณ์เป็นยังไง
- ภัทรลภา : รู้สึกโอเค ต้องทำใจยอมรับแล้วว่ามันไม่ดีมากจริงๆ ไม่เหมือนอย่างที่เราคิดไว้จริงๆ ทุกอย่างดูแย่ไปหมด แล้วจริงๆ จะมีสระว่ายน้ำอีกส่วนที่อยู่ถัดเข้ามา ดูวิวในภาพไม่รู้ว่าคุณที่รีวิวมาระหว่างไหนกัน ทำไมมันถึงดีขนาดนั้น คือเค้าบอกจะมีโดมเป็นรูปสับปะรด มีจากุซซี่ พอไปถึงเหมือนโดนทิ้งร้างมาพักนึงแล้ว ตะไคร่ขึ้นเขียวเลย ดูจับหนาน่าจะทิ้งมาพักนึงแล้ว ไม่ได้ดูแล เราก็รู้สึกว่าแย่มากจริงๆ
- ผู้สัมภาษณ์ : แล้วอยากร้องเรียนไหม
- ภัทรลภา : อยากมาก จริงๆ เป็นตัวโวยอยู่แล้ว อยากให้ Comment แต่ไม่รู้จะโวยทางไหน ไม่รู้จะแจ้งใคร
- ผู้สัมภาษณ์ : แล้วถ้าสามารถร้องเรียนได้นี้อยากให้เค้าทำอย่างไรที่จะทำให้เรารู้สึกดีขึ้น
- ภัทรลภา : จริงๆ แล้วไม่อยากได้อะไรเลยแค่ออยากให้เค้าปรับปรุงให้ดี เพราะส่วนตัวคงไม่อยากกลับไปพักอีกแล้ว ถึงจะได้ Voucher อะไรมาก็คงไม่ไป ถึงเค้าจะปรับปรุงใหม่ก็คงไม่กลับไปอีกแล้ว จริงๆ แล้วตัวเลือกโรงแรมที่หัวหินมีเยอะมาก ที่พักที่เคยไปที่รู้สึกว่ายังไม่ค่อยได้กลับไปพักเลย เพราะอยากลองที่ใหม่ไปเรื่อยๆ แล้วที่ไม่ดีจะไปทำไม แล้วเราก็ไปรีวิวต่อให้คนอื่นฟังด้วยว่าที่นี่ไม่โอเค

#### สุภัชชา (23 ปี) , สัมภาษณ์ 4

- ผู้สัมภาษณ์: ขอให้เล่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยคร่าวๆ
- สุภัชชา: ช่วงปิดเทอมที่ผ่านมาได้ไปเที่ยวเชียงใหม่กับครอบครัว โดยเลือกบินกับนกแอร์ ตามกำหนดการจะต้องไปถึงเชียงใหม่ช่วงบ่าย 2 บ่าย 3 ซึ่งไฟล์ตก็พอดีกับแผนเที่ยวที่ได้วางไว้ว่าพอไปถึงก็เข้าที่พักก่อน แล้วก็ยังมีเวลาเที่ยวต่อได้ แต่พอถึงเวลาไปจริง



- กลายเป็นว่าไฟลต์ดีเลย์ กว่าที่จะถึงเชียงใหม่ก็ 5 โมงเย็น แผนเที่ยวว่างไว้ก็ล้นหมดเพราะไปถึงก็มีดละ ไปเที่ยวไหนไม่ได้เลย
- ผู้สัมภาษณ์: ทำไมถึงเลือกสายการบินนี้
- สุภัชชา: คิดว่าเป็นสายการบินที่ประสบความสำเร็จ มีชื่อเสียงที่ดี ดูน่าเชื่อถือ
- ผู้สัมภาษณ์: ทางสายการบินได้แจ้งก่อนไหมว่าจะดีเลย
- สุภัชชา: ไม่เลย ฟังประกาศตอนที่เดินขึ้นเครื่องไปแล้ว เจ้าหน้าที่ถึงแจ้งว่ามีเหตุจำเป็นต้องออกเดินทางช้ากว่ากำหนดเล็กน้อย ขอให้ผู้โดยสารนั่งรอบนเครื่อง
- ผู้สัมภาษณ์: แล้วรู้สึกยังไง
- สุภัชชา: ก็ยังโอเคนะ รับได้ เพราะเค้าก็ประกาศขอโทษ แล้วก็มันเป็นที่รู้จักอยู่แล้วว่าสายการบินต้นทุนต่ำจะเว้นระยะการบินระหว่างไฟลท์หน่อย พอเกิดขัดข้องเวลาแก๊ก็จะน้อยตามไป ก็เลยต้องรอนานหน่อย เราก็ทำใจรับความเสี่ยงตรงนี้ไว้อยู่แล้วเวลาจองสายการบินพวกนี้ แต่เราก็คิดว่าคงไม่นานสักครึ่งชั่วโมง สูงสุดก็ไม่น่าจะเกิน 45 นาที เพราะเค้าให้รออยู่บนเครื่องเลย แต่ที่นี้แหละ กลายเป็นรออยู่ประมาณ 2-3 ชั่วโมงได้ คือนานมาก น่าจะถึงเชียงใหม่ไปแล้ว ระหว่างรอก็ไม่มีการประกาศอะไรเลย ตอนนั้นไม่พอใจมากๆ รู้สึกว่ารอแบบไร้จุดหมาย ที่นั่งของสายการบินพวกนี้ก็จะเล็กๆ นั่งแล้วอึดอัดอีก ถ้านั่งแบบเดียวมันก็โอเค แต่ต้องนั่ง 4 ชั่วโมงก็เมื่อยมากจริงๆ ถ้าเจ้าหน้าที่รู้ว่าซ่อมแป๊บเดียวไม่เสร็จ น่าจะให้ลงมารอข้างล่างก่อน
- ผู้สัมภาษณ์: ที่บอกว่าไม่พอใจรู้สึกยังไง ทำไมถึงไม่พอใจ
- สุภัชชา: รู้สึกว่ามันนานเกินไป แล้วพูดมาก็ทำไม่ได้แบบที่พูด
- ผู้สัมภาษณ์: ทางสายการบินได้มีการชดเชยอะไรไหม
- สุภัชชา: ก็มีประกาศขอโทษ แล้วก็แจกของว่าง และเครื่องดื่มให้ฟรี แต่ของว่างที่ได้เป็นข้าวเหนียวแก้วกับน้ำกระป๋องที่ดูไม่ได้มีมูลค่าอะไร รู้สึกว่ามีขนมไทยอีกหลายอย่างที่ดูประณีตกว่านี้ แต่เค้าก็ไม่ได้เอามา
- ผู้สัมภาษณ์: รู้สึกยังไงกับของที่เค้าชดเชยให้
- สุภัชชา: เหมือนไม่เต็มใจ ขอโทษส่งๆ ไป
- ผู้สัมภาษณ์: รู้สึกที่เค้าชดเชยให้แพร์ไหม
- สุภัชชา: ไม่เลย คือ เราเลือกไปเครื่องบินเพราะมันเร็วซึ่งเค้าให้ไม่ได้ การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นก็ดูไม่เต็มใจเท่าไร ให้เท่าที่มีตอนนั้น
- ผู้สัมภาษณ์: จะยังเลือกบินกับสายการบินนี้อีกไหม

สุภัชชา: ไม่เลย หลังจากนั้นก็มีได้ไปบินอีก แต่ก็เลือกสายการบินอื่นตลอด ไม่เอาแล้วสายการบินนี้ ไม่เอาเข้ามาเป็น Choice เลย

### ณภัทรา (22 ปี) , สัมภาษณ์ 5

ผู้สัมภาษณ์: ขอให้เล่าประสบการณ์ให้ฟังหน่อย

ณภัทรา: วันนั้นไปเที่ยวเข้าใหญ่ แล้วคือก่อนหน้านั้นเคยเห็นร้านนี้ใน IG ชื่อร้าน Yellow Submarine Coffee Tank ร้านเค้าเป็นสไตล์เราเลย เป็นสไตล์ประมาณว่า อีปสเตอร์ ซึ่งปกติร้านพวกนี้จะทำกาแฟอร่อย มีเทคนิคต่างๆ แล้วเราก็กินกาแฟอยู่ แล้วก็เลยแวะร้านนี้ คาดหวังเอาไว้สูงเลยแหละ

ผู้สัมภาษณ์: แล้วไปถึงจริงเป็นยังไงบ้าง

ณภัทรา: คนเยอะมาก แต่ก็คิดเอาไว้แล้วแหละ พอเข้าไปในร้านแล้วเยอะกว่าที่คิดอีก ร้านที่ นั่งก็ไม่ได้เยอะเท่าไรด้วย ร้านเค้าจะมีส่วนที่เป็นห้องแอร์กับ Outdoor แต่ส่วนห้องแอร์จะมีที่น้อยกว่า หลังจากนั้นก็ไปสั่งกาแฟ เราก็ไปเดินเล่นถ่ายรูปรอบด้านนอก ประมาณ 20 นาทีได้ ก็กลับเข้ามาในร้าน ช่างในคนคุยกันเสียงดังมาก อยากจะนั่งกินกาแฟเงียบๆ ก็ไม่ได้ทำ เลยคิดว่าพอได้กาแฟแล้วจะเอากลับไปกินในรถแทน ก็เลยไปตามกับพนักงาน กาแฟก็ยังไม่ได้อีก ต้องรออีก

ผู้สัมภาษณ์: ต้องรอนานขนาดไหน

ณภัทรา: สัก 45 นาทีได้

ผู้สัมภาษณ์: แล้วอารมณ์ตอนนั้นเป็นยังไง

ณภัทรา: ไม่ค่อยพอใจ ตอนได้กาแฟ พนักงานก็ไม่มีมาขอโทษอะไร จริงๆ ตั้งแต่ตอนแรกที่ไปถามแล้วก็บอกไม่ได้ว่าต้องรออีกกี่คิว แล้วหลังจากนั้นก็ไปเติมน้ำเชื่อม แล้วเราทำหก ตรงนั้นก็มีพนักงานประจำ Station แต่เค้าก็เอา แต่เซ็ดตรงที่เปื้อนโต๊ะ ไม่ได้ยื่นทิชชูให้เราเซ็ดที่เปื้อนเรา เราต้องขอเองหมด ก็เลยยังไม่พอใจเข้าไปอีก เราคิดว่าปกติเค้าควรจะใส่ใจลูกค้ามากกว่านะ เลยคิดว่าที่นี้บริการแย่มาก ไม่กลับมาแล้ว

ผู้สัมภาษณ์: แล้วได้มีบอกต่อคนอื่นหรือโพสต์บนเว็บไหม

ณภัทรา: มีบอกกับเพื่อน ไม่ได้โพสต์บนเว็บรู้สึกว่ามันจะไม่ใช่เรื่องใหญ่ขนาดนั้น

### ภัสสรานัฐ (23 ปี) , สัมภาษณ์ 6

ผู้สัมภาษณ์: ตอนที่ได้รับ E-mail ว่าไม่ได้งานครั้งแรก รู้สึกยังไง

ภัสสรานัฐ: ก็ไม่พอใจเท่าไร คือค่าน่าจะรู้ผลก่อนหน้าที่เรารู้แล้ว แล้วทำไมถึงไม่ดูให้ดีตอนเลือกงานให้เรา

- ผู้สัมภาษณ์: แล้วได้ทำอะไรไหม
- ภัสสรณัฐ: ได้โทรไปต่อว่า ว่าทำไมถึงไม่โทรบอก คำก็บอกแค่บอกว่าไม่รู้
- ผู้สัมภาษณ์: แล้วที่เค้าไม่ได้ขอโทษรู้สึกยังไง
- ภัสสรณัฐ: ก็ไม่พอใจเหมือนกัน เพราะมันเป็นความผิดเค้า แต่ไม่มีพูดขอโทษอะไรเลย
- ผู้สัมภาษณ์: จึงแสดงว่าอยากได้คำขอโทษ
- ภัสสรณัฐ: ใช่ อย่างน้อยก็รู้สึกดีขึ้นบ้าง ที่เค้าแสดงรับผิดชอบ
- ผู้สัมภาษณ์: แล้วช่วงที่รองานแล้วเค้าไม่โทรกลับตามที่บอกล่ะ รู้สึกยังไง
- ภัสสรณัฐ: กังวล เพราะต้องลุ้นว่าจะได้หรือเปล่า
- ผู้สัมภาษณ์: แล้วตอนนั้นรู้สึกยังไงถึงได้เข้าไปที่บริษัท
- ภัสสรณัฐ: ทนไม่ไหวแล้ว รู้สึกรอมานานแล้ว ไม่มีการติดต่ออะไรมา เจ็บไปเลย กังวลด้วยว่าจะไม่ได้
- ผู้สัมภาษณ์: พอรู้ว่าไม่ได้งานรอบนี้รู้สึกยังไง
- ภัสสรณัฐ: โกรธมากๆ ว่าทำไมไม่มีความรับผิดชอบขนาดนี้ แล้วตอนนั้นงานหลายที่มันก็เต็มไปหมดแล้ว แถมมาเสนองานที่อยู่ไกลๆ ให้แทนอีก ยิ่งรู้สึกโมโหเข้าไปใหญ่
- ผู้สัมภาษณ์: แล้วได้ทำอะไรต่อ
- ภัสสรณัฐ: ก็เลยขอเงินคืน อยู่ที่นี่ไปก็คงไม่ได้แล้ว งานที่เสนอมาคิดว่าอยู่เมืองไทยดีกว่า ตอนนั้นจริงๆ ก็ถอดใจนะ คิดว่าคงไม่ได้ไปแล้ว
- ผู้สัมภาษณ์: แล้วทำไมไม่ต่อเรื่องสถานที่เป็นที่อื่นอีกล่ะ
- ภัสสรณัฐ: ไม่ไว้ใจแล้ว รู้สึกผิดซ้ำผิดซ้อนมาหลายที ที่แนะนำมาให้ก็แย่อีก เค้าดูจากงานที่เราเลือกก็น่าจะรู้ว่าเราอยากได้แบบไหน แล้วงานที่เสนอมาก็ห่างไกลจากที่อยากได้เลย ก็เลยพอ ไปที่อื่นดีกว่า

### อรชญา (22 ปี) , สัมภาษณ์ 7

- ผู้สัมภาษณ์: ตอนที่พนักงานปฏิเสธ และมีท่าทางไม่ดีรู้สึกยังไง
- อรชญา: โกรธเลย ถึงตอนแรกจะคิดไว้แล้วว่าเค้าจะไม่รับผิดชอบ แต่ทำไมต้องทำท่าทางแบบนั้น ดูแย่มากเลย
- ผู้สัมภาษณ์: แล้วทำไมยังไปเข้าศูนย์บริการนั้นอยู่
- อรชญา: อยู่ใกล้บ้าน สะดวกดี
- ผู้สัมภาษณ์: แล้วทำไมตอนที่น้ำท่วมถึงไปเข้าอุ้แทน
- อรชญา: ตอนนั้นจะเคลมประกัน เลยเอาไปอุ้ประกัน ศูนย์นั้นเข้าไม่ได้

- ผู้สัมภาษณ์: แล้วพอรู้ว่าคุณยังไม่ทำตามที่บอกรู้สึกยังไง
- อรชญา: โกรธอีกนั่นแหละ อุตส่าห์บอกแล้ว แต่ก็ไม่ทำ นี่ถ้าไม่ได้มีปัญหาคงไม่รู้ ดีไม่ดีอาจจะยังใช้ได้ต่อไม่หลุดด้วย ยิ่งนึกถึงที่พนักงานพูดยิงโกรธ
- ผู้สัมภาษณ์: แล้วทำไมถึงไม่กลับไปเช็คระยะที่ศูนย์นั้นอีก เพราะน่าจะเป็นคนละส่วนกันนี่
- อรชญา: ไม่เอาหรอก ไม่ไว้ใจแล้ว แล้วศูนย์ที่ไปเข้าแทนก็ได้ไกลมากด้วย
- ผู้สัมภาษณ์: แล้วมีไปต่อว่าศูนย์เดิมไหม
- อรชญา: ไม่นะ พูดไปก็คงไม่ได้อะไร

### วิภูษิต (23 ปี) , สัมภาษณ์ 8

- ผู้สัมภาษณ์: ตอนแรกเลยที่ไปถึงเห็นคนเซ็คอินเป็นแม่ค้านี้รู้สึกยังไง
- วิภูษิต: ผิดหวัง ดูไม่ดีเลย รู้สึกว่าอันก่อนหน้าดีกว่ามาก
- ผู้สัมภาษณ์: แล้วพอถึงห้องพักรู้สึกยังไง
- วิภูษิต: ผิดหวังเหมือนกัน แล้วพออยู่ไปยิ่งแย่งลงทั้งสกปรก เจอมด เจอแมว อาหารเข้าก็ไม่ดี ดูสกปรก พนักงานพอเรียกก็ดูไม่เต็มใจจะทำ แย่มากๆ
- ผู้สัมภาษณ์: แล้วได้แจ้งพนักงานเรื่องห้องพักรั้วไหม
- วิภูษิต: ไม่ได้แจ้ง ตอนที่เข้าเจอ แต่แม่ค้าก็เลยไม่ได้แจ้ง ไม่รู้ว่าเค้าเป็นพนักงานรีเปลา เหมือนแค่ฝากๆ เอาไว้
- ผู้สัมภาษณ์: แล้วที่บอกว่าเจอพนักงานคือตอนไหน
- วิภูษิต: ก็เป็นตอนอาหารเช้า
- ผู้สัมภาษณ์: แล้วไม่ได้บอกหรือ
- วิภูษิต: ไม่ได้บอก ตอนเช้าพนักงานยังดูไม่เต็มใจบริการเลย เลยรู้สึกว่าบอกไปก็ไม่ได้อะไร
- ผู้สัมภาษณ์: ได้บอกต่อคนอื่นไหม เรื่องที่พิกทั้งกับคนใกล้ตัว หรืออินเทอร์เน็ต
- วิภูษิต: มีบอกกับที่บ้าน บอกกับเพื่อนบ้างนะ

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ

นายปีติกร ศุขสมิติ

วันเดือนปีเกิด

5 สิงหาคม พ.ศ. 2535

วุฒิการศึกษา

ปีการศึกษา 2557 : บริหารธุรกิจบัณฑิต

(การจัดการแบบบูรณาการ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

