

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องคุณภาพในการให้บริการรับชำระค่าไฟฟ้าของสำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
  - 1.1 ประวัติความเป็นมา
  - 1.2 วิสัยทัศน์และภารกิจ
  - 1.3 โครงสร้างการบริหาร
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
  - 2.1 ความหมายของการบริการ
  - 2.2 ลักษณะของการบริการ
  - 2.3 ประเภทการบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ
  - 3.1 ความหมายของคุณภาพบริการ
  - 3.2 ความสำคัญของคุณภาพการบริการ
  - 3.3 องค์ประกอบของคุณภาพการบริการ
  - 3.4 ปัจจัยที่ทำให้เกิดคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิภาพ
  - 3.5 มิติของคุณภาพการบริการ
4. คุณภาพในการให้บริการรับชำระค่าไฟฟ้า
  - 4.1 ยึดมั่นอ่อนโยนและเอาใจใส่ลูกค้า
  - 4.2 ตอบสนองต่อความประสงค์
  - 4.3 ความนับถือ
  - 4.4 ให้บริการด้วยความสมัครใจ และการรักษาภาพพจน์ขององค์กร
  - 4.5 ความกระฉับกระเฉง
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
  - 5.1 งานวิจัยในประเทศ
  - 5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

#### ข้อมูลเกี่ยวกับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

##### 1. ประวัติความเป็นมา

ประเทศไทยมีไฟฟ้าใช้เป็นครั้งแรกเมื่อปี 2427 ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 ผู้ให้กำเนิดกิจการไฟฟ้าในประเทศไทยคือ จอมพลเจ้าพระยา

สุรศักดิ์มนตรี (เจิม แสงชูโต) เมื่อครั้งมีบรรดาศักดิ์เป็นเจ้าหมื่นไวยวรนาถโดยท่านได้ติดตั้งเครื่องกำเนิดไฟฟ้าเดินสายไฟฟ้าและติดตั้งโคมไฟฟ้าที่กรมทหารหน้าซึ่งเป็นที่ตั้งกระทรวงกลาโหมในปัจจุบันในวันที่เปิดทดลองใช้แสงสว่างด้วยไฟฟ้าเป็นครั้งแรกนั้นปรากฏว่าบรรดาขุนนางข้าราชการและประชาชนมาดูแสงไฟฟ้าย่างแน่นขนัดด้วยความตื่นตาตื่นใจเมื่อความทรงทราบฝ่าละอองธุลีพระบาท พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ติดตั้งไฟฟ้าแสงสว่างขึ้นในวังหลวงทันทีจากนั้นมาไฟฟ้าก็เริ่มแพร่หลายไปตามวังเจ้านาย

กิจการไฟฟ้าในประเทศไทยเริ่มก็ตัวเป็นรูปเป็นร่างขึ้นเมื่อบริษัทจากประเทศเดนมาร์กได้ขอสัมปทานผลิตกระแสไฟฟ้าเพื่อใช้เดินรถรางจากบางคอแหลมถึงพระบรมมหาราชวังเป็นครั้งแรกและได้ขยายการผลิตไฟฟ้าเพื่อแสงสว่างโดยติดตั้งระบบผลิตที่มันคงถาวรขึ้นที่วัดเลียบ (ที่ตั้งการไฟฟ้านครหลวงในปัจจุบัน) ต่อมาในปี 2457 โปรดเกล้าฯ ให้ตั้งโรงไฟฟ้าขึ้นอีก 1 โรงเรียกว่าการไฟฟ้าหลวงสามเสนซึ่งต่อมามีฐานะเป็นกองหนึ่งของกรมโยธาเทศบาลกระทรวงมหาดไทยและในที่สุดได้รวมเข้ากับกิจการไฟฟ้ากรุงเทพฯ (วัดเลียบ) จนกลายมาเป็นการไฟฟ้านครหลวงในปัจจุบันซึ่งรับผิดชอบดูแลพื้นที่กรุงเทพมหานครสมุทรปราการและนนทบุรีรวม 3 จังหวัด

สำหรับกิจการไฟฟ้าในส่วนภูมิภาคเริ่มต้นอย่างเป็นทางการเมื่อทางราชการได้ตั้งแผนกไฟฟ้าขึ้นในกองบัญชาการกรมสาธารณสุขกระทรวงมหาดไทยและได้ก่อสร้างไฟฟ้าเทศบาลเมืองนครปฐมขึ้นเพื่อจำหน่ายไฟฟ้าให้แก่ประชาชนเป็นแห่งแรกเมื่อปี 2473 จากนั้นมาไฟฟ้าจึงได้แพร่หลายไปสู่หัวเมืองต่าง ๆ ขณะเดียวกันก็มีเอกชนขอสัมปทานจัดตั้งการไฟฟ้าขึ้นหลายแห่งต่อมาในปี 2477 มีการปรับปรุงแผนกไฟฟ้าเป็นกองไฟฟ้าสังกัดกรมโยธาเทศบาลกระทรวงมหาดไทยและภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็นกองไฟฟ้าภูมิภาค

หลังจากก่อสร้างไฟฟ้าที่เทศบาลเมืองนครปฐมเป็นแห่งแรกแล้วก็มีการทยอยก่อสร้างไฟฟ้าให้ชุมชนขนาดใหญ่ระดับจังหวัดและอำเภอต่าง ๆ เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 กิจการไฟฟ้าขาดแคลนอะไหล่และน้ำมันเชื้อเพลิงระบบผลิตชำรุดทรุดโทรมจนถึง ปี 2490 สภาวะทางเศรษฐกิจเริ่มดีขึ้นประเทศไทยเริ่มพัฒนาท้องถิ่นให้เจริญขึ้นดังนั้นภารกิจของไฟฟ้าภูมิภาคจึงหนักหน่วงขึ้นรัฐบาลเริ่มเห็นความจำเป็นในการเร่งขยายการก่อสร้างกิจการไฟฟ้าเพิ่มขึ้นใหม่และดำเนินกิจการไฟฟ้าที่มีอยู่เดิมให้ดีขึ้นจึงได้จัดตั้งองค์การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเมื่อปี 2497 เพื่อรับผิดชอบดำเนินกิจการไฟฟ้าในส่วนภูมิภาค

องค์การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้รับการก่อตั้งขึ้นเป็นองค์การเอกเทศตามพระราชกฤษฎีกาซึ่งให้ไว้เมื่อวันที่ 6 มีนาคม พุทธศักราช 2497 และประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 16 มีนาคม พุทธศักราช 2497 มีการแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นเป็นผู้ควบคุมการบริหารอยู่ภายใต้การควบคุมของกรมโยธาเทศบาลกระทรวงมหาดไทยและรัฐบาลโดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยมีอำนาจกำกับโดยทั่วไปองค์การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีทุนประเดิมตามกฎหมายจำนวน 5 ล้านบาทมีการไฟฟ้าอยู่ในความดูแลจำนวน 117 แห่ง เริ่มกิจการใหม่

คณะกรรมการองค์การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กำหนดโครงการและแผนงานดังนี้ (การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค, 2543, กันยายน 10)

1. ให้ตั้งสำนักงานชั่วคราวที่ตึกกรมโยธาธิการเชิงสะพานผ่านฟ้าลีลาศ
  2. ให้ก่อสร้างการไฟฟ้าทุกอำเภอที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้ซึ่งขณะนั้นมีอยู่ 227 อำเภอ ในขั้นแรกให้ก่อสร้างเฉพาะอำเภอที่ดำเนินการแล้วไม่ขาดทุน 87 แห่ง ให้แล้วเสร็จภายใน 2 ปี และให้ดำเนินการเป็นรูปบริษัทเรียกว่าบริษัทไฟฟ้าอำเภอแต่ละอำเภอองค์การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคถือหุ้นร้อยละ 51 อีกร้อยละ 49 ขายให้เอกชนกำหนดมูลค่าหุ้นละ 100 บาท ชำระครั้งแรกหุ้นละ 25 บาท
  3. ให้ซื้อเครื่องกำเนิดไฟฟ้าและอุปกรณ์ติดตั้งช่วยการไฟฟ้าของเอกชนที่ไม่มีทุนทรัพย์จะขยายกิจการได้โดยให้คิดเป็นราคาหุ้นที่ร่วมลงทุน
  4. ให้ซื้อเครื่องกำเนิดไฟฟ้าและอุปกรณ์เพื่อติดตั้งและบูรณะการไฟฟ้าของเทศบาลที่ไม่มีงบประมาณผ่อนชำระและให้คิดค่าส่วนแบ่งเป็นรายหน่วยที่ผลิตได้ในระหว่างที่ยังชำระไม่หมด
  5. ให้รับซื้อกิจการไฟฟ้าของเอกชนที่มีอาจดำเนินการได้มาดำเนินการต่อไปเป็นรูปบริษัทเพื่อระงับความเดือดร้อนของประชาชนถ้าเป็นการไฟฟ้าจังหวัดให้เรียกว่า บริษัทไฟฟ้าจังหวัด
  6. พนักงานที่ดำเนินการในองค์การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคถ้าไม่จำเป็นให้ยืมตัวจากกรมโยธาธิการเทศบาลก่อนโดยจ่ายเงินพิเศษให้ซึ่งรวมทั้งตัวผู้อำนวยการด้วย
- เมื่อการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้รับการสถาปนาตามพระราชบัญญัติการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพุทธศักราช 2503 ณ วันที่ 28 กันยายน 2503 โดยรับช่วงภารกิจต่อจากองค์การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมาดำเนินการอย่างต่อเนื่องด้วยทุนประเดิมจำนวน 87 ล้านบาทเศษ มีการไฟฟ้าอยู่ในความรับผิดชอบ 200 แห่ง มีผู้ใช้ไฟฟ้าจำนวน 137,377 ราย และพนักงาน 2,119 คน กำลังไฟฟ้าสูงสุดในปี 2503 เพียง 15,000 กิโลวัตต์ ผลิตด้วยเครื่องกำเนิดไฟฟ้าที่ขับเคลื่อนด้วยเครื่องยนต์ดีเซลทั้งสี่สามารถผลิตพลังงานไฟฟ้าบริการประชาชนได้ 26.4 ล้านหน่วย (กิโลวัตต์ - ชั่วโมง) ต่อปี และมีประชาชนได้รับประโยชน์จากการใช้ไฟฟ้าประมาณ 1 ล้านคน หรือร้อยละ 5 ของประชาชนที่มีอยู่ทั่วประเทศในขณะนั้น 23 ล้านคน
- ในช่วง 2-3 ปีแรก ของการก่อสร้างการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคประมาณปี 2504-2506 ระบบผลิตไฟฟ้าขนาดใหญ่กำลังอยู่ในระหว่างการพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภายในของประเทศอันได้แก่ถนนหนทางและแหล่งน้ำตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 ซึ่งเริ่มขึ้นเมื่อปี 2504 และกำหนดสิ้นสุดในปี 2509 ในช่วงเวลานั้นการก่อสร้างไฟฟ้าขึ้นใหม่หรือการเพิ่มกำลังผลิตไฟฟ้าสนองตอบต่อการใช้ไฟที่เพิ่มขึ้นให้กับชุมชนขนาดต่างๆ ตั้งแต่การไฟฟ้าจังหวัด อำเภอ ไปจนถึงตำบลและหมู่บ้านกระทำได้โดยระบบผลิตไฟฟ้าที่ใช้เครื่องยนต์ดีเซลเป็นแหล่งต้นกำลัง

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จึงรับภาระอย่างหนักหน่วงทั้งทางด้านค่าติดตั้งเครื่องจักร และการเดินเครื่องการออกไปก่อสร้างระบบจำหน่ายไฟฟ้าไปยังห้องที่ต่างๆ เต็มไปด้วยอุปสรรค นานาประการ เช่น การจัดหาเครื่องยนต์กำเนิดไฟฟ้าการหาช่างเครื่องไปทำการติดตั้ง การเดินทางของคนและเครื่องจักรที่ขนส่งไปตามถนนหนทางที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาเหล่านี้ เป็นอุปสรรคที่พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในยุคนั้นได้ฟันฝ่ามา

สำนักงานที่ตั้งของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแห่งแรกอยู่บริเวณหมวดพัสดุกองก่อสร้าง กรมโยธาเทศบาลบนถนนพระรามที่ 6 ริมคลองประปาสามเสนซึ่งมีเนื้อที่ประมาณ 3 ไร่ครึ่ง แบ่งเป็น 6 กองคือ กองอำนาจการ กองแผนงาน กองบัญชี กองผลิต กองพัสดุ และ กองโรงงาน

ในปี 2509 งานก่อสร้างไฟฟ้าขยายตัวเพิ่มขึ้นพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคก็ทวีจำนวนขึ้นสำนักงานแห่งแรกนี้เริ่มแออัดต้องขยับขยายไปยังถนนงามวงศ์วานอำเภอบางเขน จังหวัดพระนครเนื้อที่ 25 ไร่ 3 งาน 42 ตารางวา จัดสร้างอาคารสำนักงานกลางดำเนินการตั้งแต่ปี 2510 และแล้วเสร็จสมบูรณ์มีพิธีเปิดเป็นทางการเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2514 ระบบผลิตและระบบจ่ายไฟเพื่อการบริการประชาชนในเขตความรับผิดชอบของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในช่วงปี 2503-2506 ทั้งหมดเป็นของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคโดยระบบผลิตประกอบด้วยเครื่องยนต์กำเนิดไฟฟ้าใช้น้ำมันดีเซลเป็นเชื้อเพลิงระบบจำหน่ายแรงสูงใช้แรงดันไฟฟ้า 3,500 โวลต์และแรงต่ำ 380/220 โวลต์

ต่อมาการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้วางแผนจัดทำโครงการเพื่อรับพลังงานไฟฟ้าที่ผลิตขึ้นโดยการไฟฟ้าฝ่ายผลิตฯ ไปสู่ประชาชนผู้ใช้ไฟฟ้าทั่วประเทศโดยกู้เงินจากต่างประเทศมาลงทุนหลายโครงการควบคู่ไปกับการก่อสร้างโรงจักรดีเซลกำเนิดไฟฟ้าเพื่อขยายการใช้ไฟฟ้าไปสู่ประชาชนเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยถึงร้อยละ 30 ต่อปี เมื่อใกล้สิ้นแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 2 (2510-2514)

โครงการที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจัดทำขึ้นในช่วงทศวรรษแรกของการก่อตั้ง (2503-2513) ซึ่งตรงกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 และฉบับที่ 2 ได้แก่

1. โครงการก่อสร้างและปรับปรุงระบบจำหน่ายในเขตย่านสีระยะที่ 1 (2506-2512) เพื่อรับกระแสไฟฟ้าจากการไฟฟ้ายันฮีที่สถานีเปลี่ยนแรงดันเชียงใหม่, ลำปาง นครสวรรค์, มโนรมย์, ดาคสิ, สิงห์บุรี, ลพบุรี, สระบุรี, อยุธยา, อ่างทอง, และสุพรรณบุรี ด้วยระบบแรงดัน 11,000 โวลต์ และ 22,000 โวลต์โดยก่อสร้างและปรับปรุงสายจำหน่ายแรงสูง 11,000 โวลต์ และ 22,000 โวลต์ทั้งนอกเมืองและในเมืองเป็นระยะทาง 860 กิโลเมตร และสายจำหน่ายแรงต่ำระบบ 400/230 โวลต์เป็นระยะทาง 770 กิโลเมตร ใช้เงินลงทุน 122.27 ล้านบาท

2. โครงการก่อสร้างและปรับปรุงระบบจำหน่ายในเขตย่านสีระยะที่ 2 (2508-2514) เพื่อรับกระแสไฟฟ้าจากการไฟฟ้ายันฮีที่สถานีเปลี่ยนแรงดันจังหวัดชลบุรีฉะเชิงเทรา, ระยอง, ศรีราชา, สัตหีบ, ราชบุรี, เพชรบุรี, กาญจนบุรี, สามพราน, บ้านโป่ง, พิษณุโลก, พิจิตร, ดาก, สุโขทัย, และอุตรดิตถ์ด้วยระบบแรงดัน 22,000 โวลต์ โดยก่อสร้างและปรับปรุงระบบจำหน่าย

แรงสูงนอกเมืองและในเมืองเป็นระยะทาง 1,459 กิโลเมตร และปรับปรุงระบบจำหน่ายแรงต่ำ 400/230 โวลต์ เป็นระยะทาง 861 กิโลเมตร ใช้เงินลงทุน 219.29 ล้านบาท

3. โครงการก่อสร้างและปรับปรุงระบบจำหน่ายในเขตน้ำพอง (2508-2512) เพื่อรับกระแสไฟฟ้าจากการไฟฟ้าตะวันออกเฉียงเหนือที่สถานีเปลี่ยนแรงดันขอนแก่น, อุดรธานี, นครราชสีมา, และมหาสารคาม ด้วยระบบแรงดัน 22,000 โวลต์ โดยก่อสร้างและปรับปรุงระบบจำหน่ายแรงสูงทั้งนอกเมืองและในเมืองเป็นระยะทาง 1,169 กิโลเมตร และปรับปรุงระบบจำหน่ายแรงต่ำ 400/230 โวลต์ เป็นระยะทาง 392 กิโลเมตร ใช้เงินลงทุน 118.88 ล้านบาท

4. โครงการก่อสร้างและปรับปรุงระบบจำหน่ายในเขตน้ำพุง (2508-2512) เพื่อรับกระแสไฟฟ้าจากโครงการน้ำพุงของการพลังงานแห่งชาติมาจำหน่ายในเขตจังหวัดนครพนมและสกลนครด้วยระบบแรงดัน 22,000 โวลต์ โดยก่อสร้างและปรับปรุงระบบจำหน่ายแรงสูงนอกเมืองและในเมืองเป็นระยะทาง 83.5 กิโลเมตร และปรับปรุงระบบจำหน่ายแรงต่ำ 400/230 โวลต์ เป็นระยะทาง 319.7 กิโลเมตร ใช้เงินลงทุน 3.71 ล้านบาท

5. โครงการก่อสร้างและปรับปรุงระบบจำหน่ายในเขตกระบี่ (2506-2513) เพื่อรับกระแสไฟฟ้าจากการลิกไนต์ที่สถานีเปลี่ยนแรงดันภูเก็ท, พังงา, กระบี่, สุราษฎร์ธานี, นครศรีธรรมราช, ตรัง, พัทลุง, และสงขลาด้วยระบบแรงดัน 33,000 โวลต์ โดยก่อสร้างและปรับปรุงระบบจำหน่ายแรงสูงทั้งนอกเมืองและในเมืองเป็นระยะทาง 1,312 กิโลเมตร และปรับปรุงระบบจำหน่ายแรงต่ำ 400/230 โวลต์ เป็นระยะทาง 590 กิโลเมตร ใช้เงินลงทุน 142.91 ล้านบาท

6. โครงการไฟฟ้าพัฒนาชนบท (2507-2512) เพื่อก่อสร้างไฟฟ้าอำเภอกิ่งอำเภอ และสุขาภิบาลที่ยังไม่มีกระแสไฟฟ้าใช้ทั่วประเทศแบบพัฒนาการ รวมทั้งสิ้น 180 แห่ง ใช้เงินลงทุน 27.00 ล้านบาท

7. โครงการก่อสร้างและปรับปรุงระบบจำหน่ายในเขตลำโดมน้อย (2512-2515) เพื่อรองรับกระแสไฟฟ้าจากโรงไฟฟ้าพลังน้ำของการพลังงานแห่งชาติที่สถานีเปลี่ยนแรงดันอุบลราชธานี, ศรีสะเกษ, สุรินทร์, และพิบูลมังสาหารในระบบ 22,000 โวลต์ โดยก่อสร้างและปรับปรุงระบบจำหน่ายแรงสูงทั้งนอกเมืองและในเมืองเป็นระยะทาง 816 กิโลเมตร และปรับปรุงระบบจำหน่ายแรงต่ำ 400/230 โวลต์ เป็นระยะทาง 254 กิโลเมตร ใช้เงินลงทุน 90.80 ล้านบาท

8. โครงการก่อสร้างและปรับปรุงระบบจำหน่ายในเขตจังหวัดแม่ฮ่องสอน (2512-2515) เพื่อรองรับกระแสไฟฟ้าจากโรงไฟฟ้าพลังน้ำที่ลำน้ำแม่ละมาตของการพลังงานแห่งชาติ โดยก่อสร้างและปรับปรุงระบบจำหน่าย 22,000 โวลต์ ระยะทาง 24 กิโลเมตร และปรับปรุงระบบจำหน่ายแรงต่ำ 10 กิโลเมตร ใช้เงินลงทุน 1.47 ล้านบาท

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพิจารณาเห็นว่าไฟฟ้าเป็นกิจการ สาธารณูปโภคดำเนินการโดยมิได้มุ่งหวังกำไรเป็นหลักแต่คำนึงถึงความผาสุกของประชาชนเป็นประการสำคัญดังนั้นการกำหนดอัตราค่ากระแสไฟฟ้าจึงไม่สูงจนเป็นที่เดือดร้อนแก่ประชาชน อย่างไรก็ตามการดำเนิน

กิจการก็ต้องให้มีผลกำไรเพียงพอในการเลี้ยงตัวเองได้และสามารถนำไปลงทุนขยายกิจการ ให้กว้างขวาง ไปยังผู้ที่ยังไม่ได้ใช้ไฟฟ้าต่อไปด้วย

ในทศวรรษแรกของการก่อสร้างไฟฟ้าส่วนภูมิภาคนับถึงปี 2513 ฐานะทางการเงินรวมทั้งความเจริญเติบโตของหน่วยงานในทุกๆ ด้านมีความมั่นคงในการดำเนินงานและประสบความสำเร็จในการบริหารงานอย่างดียิ่งได้รับการยกย่องให้เป็นรัฐวิสาหกิจชั้น 1 ในปี 2513 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีรายได้จากการจำหน่ายไฟฟ้าสูงเกิน 500 ล้านบาท มีทรัพย์สิน 1,480 ล้านบาท มีการไฟฟ้าอยู่ในความควบคุม 629 แห่ง มีผู้ใช้ไฟฟ้ารวม 478,940 ราย และมีพนักงาน 5,648 คน

ความต้องการพลังไฟฟ้าสูงสุด 222,400 กิโลวัตต์ การใช้ไฟฟ้าเกิดกับประชาชน 3 ล้านคนหรือประมาณร้อยละ 10 ของประชาชนที่มีอยู่ทั่วประเทศขณะนั้น 30 ล้านคน เมื่อสิ้นทศวรรษแรกของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในปี 2513 กิจการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีความเป็นปึกแผ่นส่งผลให้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีผลงานที่เด่นอยู่ในระดับแนวหน้าของรับวิสาหกิจในยุค นั้น ในฐานะที่มีส่วนอย่างสำคัญที่ผลักดันให้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 (2504-2509) และฉบับที่ 2 (2510-2514) ดำเนินไปอย่างได้ผลตามเป้าหมาย

ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ พุ่งสูงขึ้นในระดับร้อยละ 7 โดยเฉลี่ย ซึ่งถือว่าสูงติดระดับโลกในขณะนั้นระบบการทำงานของไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเริ่มปรับเข้าสู่ระดับนานาชาติมากขึ้นมีการกู้เงินมาลงทุนในโครงการก่อสร้างปรับปรุงและเชื่อมโยงระบบจำหน่ายจากต่างประเทศหลายโครงการมีผลทำให้งานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเปิดกว้างไปสู่การติดต่อกับระบบการเงินและเทคโนโลยีของโลกอย่างเต็มที่การพัฒนาบุคลากรเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับงานในทศวรรษต่อไปจึงมีมากขึ้นตามลำดับ

ย่างเข้าสู่สิบปีที่สองของการก่อสร้างไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (2514-2523) ศักยภาพของความพร้อมในการพัฒนาที่สั่งสมไว้ในช่วงปลายทศวรรษที่ 1 บวกกับการเริ่มต้นของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 3 (2515-2519) และแรงผลักดันของความต้องการใช้ไฟฟ้าของประชาชนที่เพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลาในอัตราที่สูงมากเกือบร้อยละ 30 ต่อปี มีผลให้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคต้องเตรียมปรับแผนเพื่อตั้งรับการพัฒนาชนบทด้านไฟฟ้าอย่างแข็งขันและทันต่อความต้องการของประชาชน

การพัฒนาชนบทด้วยการปูพื้นฐานโครงสร้างภายในของสังคมชนบท (rural infrastructure) ด้วยไฟฟ้าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งเพราะนำความเจริญด้านต่างๆ ไปสู่ชุมชนการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้จัดทำโครงการขยายเขตระบบจำหน่ายไฟฟ้าไปสู่ชนบทในช่วง 10 ปีนี้อย่างมากมาด้วยตัวเลขที่ปรากฏในปลายปี 2513 มีหมู่บ้านทั้งหมดในเขตบริการ 68 จังหวัดของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคประมาณ 45,000 หมู่บ้าน จนถึงกลางปี 2515 มีไฟฟ้าใช้แล้วเพียงร้อยละ 10 เท่านั้น หากไม่มีการเร่งรัดจ่ายไฟอย่างจริงจังโอกาสที่หมู่บ้านจะมีไฟฟ้าใช้อย่างทั่วถึงและความเจริญของชนบทก็จะไม่เกิดขึ้น

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคตัดสินใจอย่างแน่วแน่เร่งดำเนินการจ่ายไฟฟ้าให้หมู่บ้านชนบทตั้งแต่ปลายปี 2513 โดยจัดทำแผนแม่บทการเร่งพัฒนาไฟฟ้าชนบททั่วประเทศขึ้นและนำข้อเสนอขอความเห็นชอบต่อคณะรัฐมนตรีและได้รับความเห็นชอบในหลักการเมื่อ 6 กรกฎาคม 2514 ให้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคดำเนินการจัดทำรายละเอียดของแผนงานโครงการเร่งรัดพัฒนาไฟฟ้าชนบทต่อไปได้

ดังนั้นในเดือนเมษายน 2515 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้จัดแผนงานโครงการเร่งรัดพัฒนาไฟฟ้าชนบท (national plan for thailand accelerated rural electrification) จ่ายไฟให้หมู่บ้านทั่วประเทศครบร้อยละ 100 จำนวน 50,000 หมู่บ้านภายใน 25 ปี แบ่งเป็นแผนย่อยแผนละ 5 ปี รวม 5 ระยะ และคณะรัฐมนตรีได้อนุมัติ ในแผนงานโครงการเร่งรัดพัฒนาไฟฟ้าชนบทเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2516 ในช่วงระยะเวลาดังกล่าวรัฐบาลเห็นความสำคัญของการพัฒนาไฟฟ้าชนบทอย่างยิ่งยวดดังนั้นโดยมติคณะรัฐมนตรี วันที่ 5 มิถุนายน 2518 ให้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคงานโครงการเร่งรัดพัฒนาชนบทให้เร็วขึ้นลดระยะที่จ่ายไฟให้ได้ทั่วประเทศภายใน 25 ปี ตามที่วางแผนไว้เดิมให้คงเหลือเพียง 15 ปี

นอกเหนือจากแผนงานโครงการเร่งรัดพัฒนาไฟฟ้าชนบทระยะที่ 1 (2502-2524) แล้วการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้จัดทำแผนงานจ่ายไฟให้หมู่บ้านชนบทคู่ขนานขึ้นมาอีกโครงการหนึ่งชื่อว่าโครงการพัฒนาไฟฟ้าตำบลเร่งจ่ายไฟให้หมู่บ้านภายใน 6 ปี (2520-2525) นอกเหนือจากทั้ง 2 โครงการดังกล่าวการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคยังดำเนินการจ่ายไฟให้หมู่บ้านชนบท แบบไฟฟ้าพัฒนาการเปิดโอกาสให้ชุมชนหรือหมู่บ้านที่ยังไม่อยู่ในแผนงานโครงการใดของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในขณะนั้นแต่ต้องการลงทุนก่อสร้างระบบไฟฟ้าให้ได้ใช้ไฟเร็วขึ้นโดยไม่รอแผนโครงการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจะเปิดโอกาสให้ชุมชนหรือหมู่บ้านเหล่านั้นสามารถสมทบค่าใช้จ่ายค่าลงทุนก่อสร้างระบบไฟฟ้าร่วมกับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจำนวนร้อยละ 30 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคออกค่าใช้จ่ายค่าลงทุนก่อสร้างระบบไฟฟ้าในส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 70 ให้จากแผนการเร่งจ่ายไฟให้หมู่บ้านชนบททั้ง 3 แผนกล่าวคือแผนโครงการเร่งรัดพัฒนาไฟฟ้าชนบท

ระยะที่ 1 แผนโครงการไฟฟ้าตำบล และการจ่ายไฟฟ้าแบบไฟฟ้าพัฒนาการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเร่งรัดจ่ายไฟให้ชนบทเกือบ 15,000 หมู่บ้าน ภายในระยะเวลา 5-6 ปี ระหว่างปี 2519-2524 โดยใช้เงินลงทุนของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคไปทั้งสิ้นประมาณ 5,500 ล้านบาท 2 ปีต่อมาการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคก็เริ่มงานตามแผนโครงการเร่งรัดพัฒนาไฟฟ้าชนบท

ระยะที่ 2 และโครงการพัฒนาไฟฟ้าหมู่บ้าน 4,000 หมู่บ้าน ในขณะที่ดำเนินการก่อสร้างขยายเขตระบบจำหน่ายไฟฟ้าให้หมู่บ้านชนบทต่างๆ การเจริญเติบโตของหมู่บ้านก็เกิดตามมาจำนวนหมู่บ้านที่เกิดใหม่เพิ่มจำนวนขึ้นปริมาณงานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจึงเพิ่มขึ้นตามกันไปนอกจากการจ่ายไฟให้หมู่บ้านได้มีไฟฟ้าใช้แล้วยังจะให้คำแนะนำที่เหมาะสมเพื่อให้ชาวบ้านได้ใช้ไฟอย่างปลอดภัยประหยัดและมีประสิทธิภาพสูงสุดคุ้มค่ากับการลงทุนก่อสร้าง

ระบบไฟฟ้าซึ่งมีราคาสูงด้วยตลอดเวลาที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมุ่งมั่นพัฒนาไฟฟ้าชนบทด้วยการขยายเขตระบบจำหน่ายไฟฟ้าไปเพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ใหม่อย่างกว้างขวางนั้นงานอีกอย่างที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากันก็คือ การเสริมสร้างความแข็งแกร่งของระบบจำหน่าย

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (2543, กันยายน 10) ได้จัดทำโครงการก่อสร้างปรับปรุงเสริมระบบจำหน่ายขึ้นในช่วงทศวรรษที่สองจำนวนหลายโครงการด้วยกันรวมทั้งได้จัดทำโครงการการเชื่อมโยงยุบโรงจักรดีเซลขนาดเล็กตามอำเภอและชุมชนที่ห่างไกลเพื่อลดรายจ่ายด้านน้ำมันเชื้อเพลิงลงไปการจัดทำโครงการต่างๆ ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในช่วงทศวรรษที่สองมีดังนี้

1. โครงการปรับปรุงระบบผลิตและจำหน่ายภาคใต้ตอนล่าง
2. โครงการเตรียมรับพลังงานไฟฟ้าการไฟฟ้าฝ่ายผลิตฯ 5 จังหวัด (จังหวัดแพร่, ปทุมธานี, ระนอง, ปราจีนบุรี, และนครนายก)
3. โครงการก่อสร้างและปรับปรุงระบบผลิตและระบบจำหน่าย 7 จังหวัด (จังหวัดเชียงราย, น่าน, เพชรบูรณ์, จันทบุรี, ตราด, ประจวบคีรีขันธ์, และชุมพร)
4. โครงการก่อสร้างไฟฟ้าพัฒนาการระยะที่ 3
5. โครงการก่อสร้างเชื่อมโยงยุบโรงจักรระยะที่ 1, 2, 3
6. โครงการก่อสร้างและปรับปรุงระบบจำหน่ายในเขตจังหวัดเชียงใหม่, ลำพูน, และลำปาง
7. โครงการเร่งรัดพัฒนาไฟฟ้าชนบทระยะที่ 1, 2
8. โครงการไฟฟ้าหมู่บ้าน 4 จังหวัดหลักเมือง
9. โครงการไฟฟ้าหมู่บ้าน 10 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
10. โครงการไฟฟ้าหมู่บ้าน 3 จังหวัด ภาคใต้
11. โครงการพัฒนาไฟฟ้าตำบล
12. โครงการจ่ายกระแสไฟฟ้าให้หมู่บ้านอาสาพัฒนาและป้องกันตนเอง
13. โครงการก่อสร้างและปรับปรุงเสริมระบบจำหน่ายระยะที่ 1, 2, 3
14. โครงการพัฒนาไฟฟ้าหมู่บ้านระยะที่ 1, 2
15. โครงการขยายเขตไฟฟ้าหมู่บ้านแบบพัฒนาการระยะที่ 1

โครงการดังกล่าวข้างต้นกู้เงินจากต่างประเทศมาลงทุนแหล่งกู้เงินต่างประเทศที่สำคัญคือสถาบัน เค เอฟ ดับเบิลยู (KFW) (เยอรมันตะวันตก) สถาบัน โอ อี ซี เอฟ (OECF) (ญี่ปุ่น) ธนาคารโลก (สหรัฐอเมริกา) กองทุนคูเวต กองทุนแคนาดา กองทุนพิเศษโอเปก กองทุนซาอุดีอาระเบียรัฐบาลเดนมาร์กและธนาคารพาณิชย์ในต่างประเทศยุคเร่งรัดขยายไฟฟ้าสู่ชนบทในทศวรรษที่สองของโครงการเร่งรัดพัฒนาไฟฟ้าในช่วงปี 2514-2523 ทำให้หมู่บ้านในชนบทมีไฟฟ้าใช้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 10 เมื่อปี 2515 เป็นประมาณร้อยละ 35 เมื่อสิ้นปี 2523

1) ทรัพย์สินสุทธิเพิ่มสูงขึ้นเป็น 14,735 ล้านบาท 2) รายได้ค่าไฟฟ้า 8,441 ล้านบาท 3) การไฟฟ้าในสังกัด 968 แห่ง และ 4) จำนวนผู้ใช้ไฟฟ้า 2,722,534 ราย

ขณะเดียวกันก็มีการศึกษาเพื่อพัฒนานำระบบ เทคโนโลยีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยมีประสิทธิภาพสูงมาใช้เพื่อให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีประสิทธิภาพสูงยิ่งขึ้นทั้งสนับสนุนส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติโดยส่วนรวมการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้จัดทำแผนงานโครงการปกติและโครงการเร่งด่วน

เพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้ไฟฟ้าที่เพิ่มสูงขึ้นมากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้มีการดำเนินการเสริมระบบจำหน่ายไฟฟ้าเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของระบบไฟฟ้าให้มีความพร้อมสำหรับรองรับการขยายตัวของการใช้ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วได้อย่างเพียงพอและมีประสิทธิภาพโดยก่อสร้างเพิ่มวงจร ระบบจำหน่ายไฟฟ้าในพื้นที่ที่มีการใช้ไฟฟ้าหนาแน่นและเปลี่ยนระบบแรงดัน 11 กิโลโวลต์ เป็น 22 กิโลโวลต์ทั้งหมด ขณะเดียวกันเพื่อลดต้นทุนการผลิตของโรงจักรไฟฟ้าดีเซลซึ่งต้องเผชิญปัญหาราคาน้ำมันแพงขึ้นจึงเชื่อมโยงโรงจักรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคทั้งหมดเข้ารับไฟฟ้า

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (2543) จากสถานีย่อยของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) แทนส่วนที่เกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานีการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้ดำเนินการก่อสร้างเชื่อมโยงระบบจำหน่ายแรงดันสูง 33 กิโลโวลต์ ด้วยสายเคเบิลใต้น้ำจากสถานีไฟฟ้าย่อยขนอมของ กฟผ. ไปยังตัวเกาะสมุยระยะทางประมาณ 25 กิโลเมตร ใช้เงินลงทุน 247 ล้านบาทซึ่งนับเป็นการวางสายเคเบิลใต้น้ำครั้งแรกในประเทศไทยทำให้ลดภาระขาดทุนของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคลงได้มากและทำให้มีพลังงานสำรองเพียงพอรองรับความเจริญจากธุรกิจการท่องเที่ยวได้อีกด้วย

นอกจากนี้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เริ่มพัฒนานำทรัพยากรพลังงานตามธรรมชาติในประเทศมาใช้เช่น พลังงานน้ำและแสงอาทิตย์ เป็นต้น มาผลิตพลังงานไฟฟ้าจ่ายให้กับหมู่บ้านใกล้เคียงบริเวณโรงจักรและส่งเข้าระบบจำหน่ายของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเป็นการส่งเสริมให้เกิดความมั่นคงของระบบมากขึ้นและช่วยยกระดับแรงดันปลายทางในระบบให้สูงขึ้นรวมทั้งเป็นการลดหน่วยสูญเสียและลดการใช้เชื้อเพลิงโรงจักรพลังน้ำหลายแห่งได้ก่อสร้างแล้วเสร็จในช่วงนี้เช่น โรงจักรพลังน้ำแม่เตียน (อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่) โรงจักรพลังน้ำแม่ใจ (อ.ฝาง จ.เชียงใหม่) โรงจักรพลังน้ำแม่ยะ (อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่) และโรงจักรพลังน้ำขุนแปะ (บ้านขุนแปะ อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่) โครงการไฟฟ้าพลังน้ำขนาดเล็กแม่ปาย (อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน) โครงการไฟฟ้าพลังน้ำขนาดเล็กแม่เทย (อ.อมก๋อย จ.เชียงใหม่) สำหรับพลังแสงอาทิตย์ได้ก่อสร้างโรงไฟฟ้าในระบบเซลล์แสงอาทิตย์ เช่น ที่จังหวัดตาก นครสวรรค์ และนครราชสีมา การพัฒนาระบบการจ่ายไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคตลอดระยะเวลาที่ผ่านมามุ่งที่การก่อสร้างระบบจำหน่ายหรือรับพลังไฟฟ้าในระดับแรงดัน 22 และ 33 กิโลโวลต์ จากสถานีย่อยไฟฟ้าฝ่ายผลิตเป็นหลักหากยังไม่เพียงพอต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้

ส่วนภูมิภาคต้องจ่ายไฟให้ท้องที่ต่างๆ เป็นระยะทางไกลมากเกินมาตรฐานทางเทคนิคก่อให้เกิดปัญหาประสิทธิภาพการจ่ายไฟฟ้าในบางพื้นที่ทั้งด้านแรงดันไฟฟ้าดกปลายสายจำหน่ายมาก หน่วยพลังงานสูญเสียในระบบสูงกระทบต่อความมั่นคงในการจ่ายไฟฟ้าเกิดไฟฟ้าขัดข้องและไฟฟ้ากระพริบได้ง่ายดังนั้นตั้งแต่ปี 2530 เป็นต้นมา การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจึงขอรับกำลังไฟฟ้าในระดับแรงดันสูง 115 กิโลโวลต์ จากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตฯ เพิ่มอีกระบบหนึ่งสำหรับพื้นที่ที่มีการใช้ไฟฟ้าสูงและหนาแน่นควบคู่กับการปรับปรุงเพิ่มกำลังการจ่ายไฟฟ้าและประสิทธิภาพของระบบจำหน่ายให้สามารถรองรับการใช้งานไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นโดยเฉพาะในเขตจังหวัดภาคกลางรอบกรุงเทพมหานคร พื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก

ขณะเดียวกันก็มีการศึกษาเพื่อพัฒนานำระบบเทคโนโลยีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยมีประสิทธิภาพสูงมาใช้เพื่อให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีประสิทธิภาพสูงยิ่งขึ้น ทั้งสนับสนุนส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติโดยส่วนรวมการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้จัดทำแผนงานโครงการปกติและโครงการเร่งด่วน

#### 1. แผนงานเสริมขีดความสามารถระบบไฟฟ้า

ก่อสร้างสายจำหน่ายและสถานีไฟฟ้าย่อยเพิ่มเติมและปรับปรุงระบบจำหน่ายในพื้นที่ที่มีการใช้ไฟฟ้าสูงและมีแนวโน้มความต้องการใช้ไฟฟ้าเพิ่มอีกมากทำให้สามารถบริการพลังงานไฟฟ้าแก่ประชาชนธุรกิจและอุตสาหกรรมได้อย่างเพียงพอและทันต่อความต้องการมีประสิทธิภาพและความมั่นคงมากยิ่งขึ้น

#### 2. แผนงานพัฒนาระบบไฟฟ้า

นำระบบเทคนิควิศวกรรมอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยและเหมาะสมมาใช้ในการจ่ายกระแสไฟฟ้าการควบคุมสั่งการจ่ายไฟฟ้าปฏิบัติการและบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าเพื่อให้การบริการพลังงานไฟฟ้ามีประสิทธิภาพมั่นคงและเชื่อถือได้สูงสุดโดยเฉพาะในเขตอุตสาหกรรมก่อสร้างระบบสายส่ง 115 กิโลโวลต์ และสถานีไฟฟ้าย่อยในพื้นที่จังหวัดภาคกลางโครงการติดตั้งระบบควบคุมและการสั่งจ่ายไฟฟ้าแบบอัตโนมัติ (SCADA) ทำให้ควบคุมการจ่ายไฟฟ้าการถ่ายเทโหลดและการแก้ไขไฟฟ้าขัดข้องให้คืนสภาพปกติได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น ใช้เงินลงทุนรวม 11,068 ล้านบาท

#### 3. แผนงานขยายบริการไฟฟ้าให้หมู่บ้าน

จะดำเนินขยายเขตจำหน่ายติดตั้งไฟฟ้าให้หมู่บ้านชนบทที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้อย่างทั่วถึงรวมทั้งหมด 12,320 แห่งอันจะเป็นการยกระดับความเป็นอยู่เสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจสังคมการเมืองและการปกครองประกอบด้วยโครงการพัฒนาไฟฟ้าหมู่บ้านระยะที่ 3 โครงการขยายเขตไฟฟ้าหมู่บ้านแบบพัฒนาการระยะที่ 2 โครงการขยายเขตไฟฟ้าหมู่บ้านแบบพัฒนาการพิเศษ 1, 2 และ 3 โครงการขยายเขตไฟฟ้าหมู่บ้านในเขตทุ่งกุลาร้องไห้และโครงการพัฒนาโดยดงใช้เงินลงทุนรวม 12,448 ล้านบาท

#### 4. แผนงานพัฒนาพลังงานทดแทน

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (2543, กันยายน 10) ศึกษาและพัฒนาและใช้ประโยชน์จากพลังงานน้ำพลังงานแสงอาทิตย์และพลังงานลมอันเป็นแหล่งพลังงานที่มีอยู่ในประเทศในการผลิตพลังงานไฟฟ้าประกอบด้วยโครงการไฟฟ้าพลังน้ำขนาดเล็กระยะที่ 1 โครงการไฟฟ้าพลังน้ำขนาดเล็กโครงการไฟฟ้าพลังงานลมจ่ายไฟฟ้าร่วมกับโรงจักรดีเซลกำเนิดไฟฟ้าในแบบระบบผสม (hybrid system) ที่เกาะพังจังหวัดสุราษฎร์ธานีและระบบผสม (hybrid) ระหว่างโรงจักรดีเซลกำเนิดไฟฟ้ากับพลังงานแสงอาทิตย์ที่เกาะสีชังจังหวัดชลบุรีใช้เงินลงทุนรวม 320.6 ล้านบาท

การดำเนินงานตามโครงการต่างๆทุกโครงการประสบความสำเร็จด้วยดีทำให้เมื่อสิ้นปีงบประมาณ 2532 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสามารถบริการไฟฟ้าในพื้นที่รับผิดชอบได้ครบทั้ง 70 จังหวัด 642 อำเภอ 81 กิ่งอำเภอ 6,369 ตำบลแล้วเป็นผลให้ประชาชนธุรกิจอุตสาหกรรมสถาบันการศึกษาหน่วยราชการทั้งทางทหารตำรวจพลเรือนได้ใช้ไฟฟ้าประกอบกิจกรรมต่างๆรวมทั้งประชาชนในหมู่บ้านชนบท 52,446 แห่ง หรือร้อยละ 89 ของหมู่บ้านในชนบททั้งหมดได้รับบริการไฟฟ้าอย่างทั่วถึงกิจการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคขยายตัวเจริญก้าวหน้าอย่างมากเทียบเมื่อก่อตั้งในปี 2503 สินทรัพย์เพิ่มเป็น 43,416 ล้านบาทเพิ่มขึ้นถึง 500 เท่ามีผู้ใช้ไฟฟ้าถึง 1,340 แห่ง

การใช้ไฟฟ้าพลังสูงสุดเพิ่มเป็น 3,266 เมกะวัตต์ ขณะที่ปริมาณความต้องการใช้ไฟฟ้าสูงขึ้นเป็น 16,178 ล้านหน่วย ซึ่งเพิ่มขึ้นถึง 220 และ 610 เท่าตัวตามลำดับ

ผลงานต่างๆ ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคที่ผ่านมาตลอดระยะเวลา 30 ปีแม้จะถือได้ว่าประสบความสำเร็จอย่างงดงามเพียงใดก็ตามแต่ภารกิจของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคยังไม่หยุดยั้งยังคงต้องทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มขีดความสามารถทั้งด้านเงินลงทุนและทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อบริการพลังงานไฟฟ้าให้แก่ประชาชนธุรกิจและอุตสาหกรรมในส่วนภูมิภาคให้มีประสิทธิภาพมั่นคงเพียงพอต่อความต้องการและให้ทั่วถึงมากที่สุดต่อไปดังคำขวัญ

ต่อมาการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเริ่มนำเทคโนโลยีมาพัฒนาการดำเนินการเพื่อยกระดับมาตรฐานระบบสายส่งและการบริการพลังงานไฟฟ้ารวมทั้งปรับปรุงการดำเนินงานและพัฒนาเทคโนโลยีด้านต่างๆ มาอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับขอบข่ายการปฏิบัติงานและการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคที่เพิ่มมากขึ้นความจำเป็นในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศการติดต่อสื่อสารเพื่อควบคุมตรวจสอบและให้บริการอย่างรวดเร็วกลายเป็นสิ่งที่ทวีความสำคัญมากขึ้นแนวคิดในการพัฒนาระบบสารสนเทศจึงเริ่มดำเนินการเพื่อรองรับการปฏิบัติงานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในลักษณะต่างๆ ทั้งในแง่ของการจัดเก็บจัดระบบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับระบบบริหารการจ่ายกระแสไฟฟ้าให้ได้อย่างถูกต้องครบถ้วน

ระบบการบริหารระบบจำหน่าย (distribution system management : DSM) จากพื้นฐานข้อมูลระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ประกอบกับระบบการบริหารระบบจำหน่าย(DSM)

ได้นำไปสู่การพัฒนาเทคโนโลยีอีกหลายๆ ระดับส่งผลให้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสามารถปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพโดยอาศัยเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากระบบจี ไอ เอส (GIS) จี พี เอส (GPS) ดี เอ เอส (DAS) ฯลฯ

จี ไอ เอส (gas insulated switchgear) คือความทันสมัยของสถานีไฟฟ้าระบบใหม่ ลดต้นทุนในการก่อสร้างสถานีไฟฟ้าใช้พื้นที่น้อยและมีคุณสมบัติดีกว่าสถานีระบบเดิม

จี พี เอส (global positioning system) คือเครื่องมือบันทึกตำแหน่งด้วยสัญญาณดาวเทียมนำมาใช้กับการสำรวจและการจัดเก็บข้อมูลระบบจำหน่ายไฟฟ้าอุปกรณ์ที่ติดตั้งในระบบซึ่งสามารถนำข้อมูลไปใช้ร่วมในระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (geographic information system: GIS) ได้อีกด้วย

แม้จะพัฒนาการบริการด้วยเทคโนโลยีทันสมัยมากขึ้นอย่างต่อเนื่องการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคก็เน้นในเรื่องระบบตรวจสอบจึงนำรถตรวจสอบอุปกรณ์ไฟฟ้าแรงสูง (high-voltage testing car) มาเสริมการปฏิบัติงานให้มีความสามารถในการตรวจสอบอุปกรณ์ไฟฟ้าแรงสูงได้เกือบทุกชนิดในสถานีไฟฟ้าโดยเฉพาะกรณีที่เกิดเหตุขัดข้องสามารถตรวจสอบบำรุงรักษาและแก้ปัญหาได้ในการปฏิบัติงานคราวเดียวกันนอกจากนี้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคยังพัฒนาการปฏิบัติงานด้านการบำรุงรักษาระบบจำหน่ายโดยไม่ต้องดับกระแสไฟฟ้าในขณะที่ทำการตรวจสอบแก้ไขทำให้ไม่เกิดความเสียหายกับผู้ใช้บริการโดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมโรงงานหรือชุมชนใหญ่ๆ ด้วยชุดปฏิบัติการสายตัวนมือเปล่า (hotline barehanded) ซึ่งเป็นอีกเทคโนโลยีหนึ่งที่ทันสมัยของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในการให้บริการเสริมแก่ลูกค้ารายใหญ่ในกลุ่มธุรกิจโรงงานอุตสาหกรรมนิคมอุตสาหกรรมที่ต้องการซ่อมบำรุงโดยไม่ต้องหยุดจ่ายกระแสไฟฟ้าหรือหยุดเดินเครื่องจักรในระหว่างนั้น

จากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วของวิทยาการด้านต่างๆ มีผลให้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาองค์กรตลอดจนการบริการที่มีประสิทธิภาพสำหรับผู้ใช้ไฟฟ้าทุกรายด้วยการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพในระบบจำหน่ายไฟฟ้าให้สอดคล้องและพอเพียงแก่ผู้ใช้ไฟฟ้าทุกประเภท อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องนอกจากนั้นการพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงานซึ่งถือเป็นทรัพยากรบุคคลอันมีค่าให้สามารถใช้เครื่องมืออันทันสมัยได้อย่างชำนาญเป็นสิ่งที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคให้ความสำคัญโดยฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความชำนาญในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานทั้งด้านการบริหารและการปฏิบัติงานอยู่เป็นประจำก่อให้เกิดความภาคภูมิใจและเชื่อมั่นในศักยภาพแห่งเทคโนโลยีและการบริหารเพราะด้วยเทคโนโลยีและการบริหารที่ทันสมัย กอปรกับความเชื่อถือเชื่อมั่นในระบบจำหน่ายกระแสไฟฟ้าทำให้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีความมั่นคงและพร้อมที่จะขยายการดำเนินงานเพื่อรองรับลูกค้าได้อย่างเต็มที่ตราบจนถึงวันนี้

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (2543, กันยายน 10) แนวทางการดำเนินงานต่อไปของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในปีพ.ศ. 2534-2543 มุ่งเน้นดำเนินการเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนา

อุตสาหกรรมที่กระจายไปยังชนบทและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวการพัฒนาชุมชนในภูมิภาคให้เจริญรวมทั้งโครงการพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจบริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออกและพื้นที่ภาคใต้โดยเน้นงานทางด้าน การปรับปรุงเสริมประสิทธิภาพความมั่นคงของระบบและให้เพียงพอ กับความต้องการใช้ไฟฟ้าและให้การบริการเป็นไปอย่างรวดเร็วมีประสิทธิภาพโดยนำวิทยาการ และเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ดังนี้

### 1. ด้านการจัดจำหน่ายพลังงานไฟฟ้า

เพื่อให้เพียงพอกับการใช้ไฟฟ้าในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมดำเนินการปรับปรุงเสริมประสิทธิภาพการจ่ายไฟฟ้าโดยก่อสร้างสายจำหน่ายเพิ่มเติมและเปลี่ยนขนาดสาย ให้ใหญ่ขึ้นเพิ่มระบบแรงดันให้สูงขึ้นจากระบบแรงดัน 115 เควี. มาใช้ทั้งระบบสายส่งและสถานี ไฟฟ้าโดยเฉพาะในเขตภาคกลางพร้อมทั้งมีการพัฒนานำวิทยาการและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมา ใช้ในการบริหารระบบจำหน่ายไฟฟ้าซึ่งมีขนาดใหญ่และซับซ้อนมากขึ้นทุกขณะด้วย เครื่องประมวลผลที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพสูงที่เรียกว่า ดี เอส เอ็ม (distribution system management: DSM) สามารถจัดเก็บข้อมูลระบบจำหน่ายวิเคราะห์ระบบจำหน่ายรวมทั้งจะมีการพัฒนาระบบควบคุมสั่งการจ่ายไฟฟ้าแบบอัตโนมัติที่เรียกว่า เอส ซี เอ ดี เอ (supervisory control and data acquisition: SCADA) มาใช้ควบคุมระบบการจ่ายไฟฟ้าการถ่ายเทโหลดและ การแก้ไขไฟฟ้าขัดข้องให้คืนสภาพปกติได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้มีการดำเนินการขยายบริการ ให้กับชนบทที่ยังไม่ได้รับบริการซึ่งคงเหลืออยู่เล็กน้อยให้ครบถ้วนเน้นการให้บริการที่รวดเร็ว มี ประสิทธิภาพปลอดภัยให้มากขึ้น

### 2. ด้านการบริหาร

เพื่อให้ทันกับการขยายตัวอย่างต่อเนื่องปริมาณงานและความรับผิดชอบเพิ่ม มากขึ้น อีกทั้งสภาวะแวดล้อมและทั้งทางเศรษฐกิจสังคมการเมืองวิทยาการและเทคโนโลยีซึ่งมี การพัฒนาเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคพิจารณาทบทวนปรับปรุงโครงสร้างการ บริหารงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์เป็นระยะๆ โดยเฉพาะการปรับปรุงโครงสร้างการ บริหารงานให้มีลักษณะเป็นเชิงธุรกิจมากขึ้นและทบทวนปรับปรุงกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ เพื่อให้การบริหารงานเกิดความคล่องตัวสอดคล้องกับสถานการณ์เนื่องจากการดำเนินงานของ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจะเน้นด้านบริการและการเพิ่มประสิทธิภาพความมั่นคงของระบบจำหน่าย จึงมีการวางแผนกำลังคนอย่างเป็นระบบให้มีอัตรากำลังสอดคล้องกับการดำเนินการจัดให้มีการ ฝึกอบรมเพื่อพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้นทั้งทางด้านวิศวกรรมการบริหาร และการจัดการเพื่อเป็นกำลังสำคัญในการดำเนินกิจการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคต่อไป

### 3. ด้านวิทยาการและเทคโนโลยี

เนื่องจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีภารกิจความรับผิดชอบครอบคลุมพื้นที่ทั่ว ประเทศทั่วประเทศจึงได้มีการพัฒนาระบบงานประมวลผลทั้งทางด้านจัดเก็บรวบรวมข้อมูลและ การประมวลผลในทุกสาขาพร้อมทั้งจัดหาเครื่องประมวลผลที่เหมาะสมกับการดำเนินงานทั้งใน

ส่วนกลางและส่วนภูมิภาคนอกจากนี้มีการพัฒนานำวิทยาการและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมี ประสิทธิภาพและเหมาะสมมาใช้ในการพัฒนาระบบไฟฟ้าให้มีประสิทธิภาพตลอดจนนำวัสดุ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้และระบบการสื่อสารที่ทันสมัยและเหมาะสมมาใช้ในกิจการมากขึ้น

## 2. วิสัยทัศน์และภารกิจ

### 2.1 วิสัยทัศน์

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเป็นองค์กรชั้นนำของภูมิภาคที่ได้มาตรฐานระดับสากล ทันสมัยและมีประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจพลังงานธุรกิจบริการและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

### 2.2 ภารกิจ

2.2.1 จัดหาและให้บริการพลังงานไฟฟ้าและธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งภายใน ประเทศและประเทศข้างเคียงได้มาตรฐานสากล

2.2.2 ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจทั้งด้านคุณภาพ ของสินค้าและบริการโดยการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง

2.2.3 มีการบริหารการจัดการเชิงธุรกิจที่ทันสมัยมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับ สภาพตลาดและพร้อมสำหรับการแข่งขันทางธุรกิจ

## 3. โครงสร้างการบริหาร

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 3 (ภาคเหนือ) (2553, พฤษภาคม 20) กล่าวไว้ ว่า การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เป็นรัฐวิสาหกิจสาขาสาธารณูปโภค สังกัดกระทรวงมหาดไทย ก่อตั้ง ตามพระราชบัญญัติการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พ.ศ. 2503 โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการผลิต จัดให้ได้มา จัดตั้งและจำหน่ายพลังงานไฟฟ้า มีพื้นที่รับผิดชอบทั่วประเทศไทย ยกเว้น จังหวัดกรุงเทพฯ นนทบุรี และสมุทรปราการ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแยกบริหารงานออกเป็น 4 ภาค คือ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและภาคใต้ แต่ละภาคแบ่งออกเป็น 3 เขต รวม 12 เขต ทั่วประเทศ ดังนี้

### 1. ภาคเหนือ ประกอบด้วย

- 1.1 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (ภาคเหนือ) จังหวัดเชียงใหม่
- 1.2 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 (ภาคเหนือ) จังหวัดพิษณุโลก
- 1.3 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 3 (ภาคเหนือ) จังหวัดลพบุรี

### 2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย

2.1 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) จังหวัด อุดรธานี

2.2 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) จังหวัด อุบลราชธานี

2.3 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 3 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) จังหวัด นครราชสีมา

### 3. ภาคกลาง ประกอบด้วย

- 3.1 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (ภาคกลาง) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 3.2 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 (ภาคกลาง) จังหวัดชลบุรี
- 3.3 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 3 (ภาคกลาง) จังหวัดนครปฐม

### 4. ภาคใต้ ประกอบด้วย

- 4.1 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (ภาคใต้) จังหวัดเพชรบุรี
- 4.2 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 (ภาคใต้) จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 4.3 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 3 (ภาคใต้) จังหวัดยะลา

การดำเนินการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 3 (ภาคเหนือ) จังหวัดลพบุรี ได้สนองนโยบายของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ที่มีเป้าหมายในการดำเนินงานเพื่อให้บริการประชาชนในเขตรับผิดชอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. ปรับปรุงการจัดหา และการบริการพลังงานไฟฟ้าให้มีประสิทธิภาพ ปลอดภัย มีความมั่นคง สม่าเสมอ เชื่อถือได้อย่างเพียงพอ และรวดเร็วทันแก่ความต้องการใช้พลังงานไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

2. พัฒนากิจการด้านต่างๆ เพื่อเพิ่มรายได้ให้เลี้ยงตนเองมีกำไรพอสมควรตลอดจน มีทุนเพียงพอแก่การขยายงาน

3. พัฒนาการบริหารองค์การ การบริหารงานบุคคล การจัดการทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

### แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้ประกอบด้วยความหมายของบริการ ลักษณะการบริการคุณภาพการให้บริการและประเภทการบริการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 1. ความหมายของการบริการ

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของบริการแตกต่างกันไปพอสรุปได้ดังนี้ สมชาติ กิจยรรยง (2543, หน้า 11) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่นอาจกล่าวสรุปได้ว่า การบริการมีความหมายโดยรวมคือ 1) การช่วยเหลือหรืออนุเคราะห์หรือให้ความสะดวก 2) กิจกรรมที่ทำเพื่อผู้อื่นตามหน้าที่การงาน

ไพเราะ คลองนาวัง (2547, หน้า 19) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมใดๆ หรือการปฏิบัติซึ่งไม่สามารถมองเห็นเป็นตัวเป็นตนได้

ยอดขวัญ เรืองรัตน์ (2547, หน้า 25) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การบริการ หรือการปฏิบัติใดๆ ก็ตามของบุคคลหรือองค์การเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นหรือผู้รับบริการให้ได้รับความสุขความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลการกระทำนั้นโดยมีลักษณะเฉพาะของตัวไม่สามารถจับต้องได้ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของและไม่จำเป็นต้อง

รวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ทั้งยังเกิดความเอือออาทรมีน้ำใจไม่ตรี ให้ความสะดวก รวดเร็วให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547, หน้า 14) กล่าวว่า การบริการ หมายถึงการกระทำ พฤติกรรมหรือการปฏิบัติการที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่งโดยกระบวนการที่เกิดขึ้นอาจ มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องแต่โดยเนื้อแท้ของสิ่งที่นำเสนอให้เป็นการกระทำพฤติกรรมหรือ การปฏิบัติการซึ่งไม่สามารถนำไปเป็นเจ้าของได้

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547, หน้า 317) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การส่ง มอบคุณค่า (values) ที่ไม่สามารถจับต้องได้ให้กับลูกค้าซึ่งเกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิดทางด้าน จิตใจของลูกค้าที่มีต่อภาพลักษณ์ของบริษัทเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

วนิดา สิงโต (2549, หน้า 13) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรืองานที่คน กลุ่มหนึ่งจัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโดยที่ผู้ ให้บริการก็มีความพอใจในกิจกรรมหรืองานที่กระทำขึ้นนั้นด้วยแม้ว่าการปฏิบัตินั้นไม่สามารถ มองเห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนได้

กรอนรูส (Gronroos, 1990, p. 27) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือ หลายกิจกรรมที่มีลักษณะไม่มากก็น้อยไม่สามารถจับต้องได้ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นว่าในทุกกรณี ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการและหรือลูกค้ากับบริษัทผลิตภัณฑ์และ หรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่จัดไว้เพื่อช่วยผ่อนคลายปัญหาของลูกค้า

เลิฟล็อก, และไรท์ (Lovelock, & Wright, 1999, p.50) กล่าวว่า การบริการหมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐศาสตร์ที่สร้างคุณค่าและให้ประโยชน์กับผู้บริโภคในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม ซึ่งผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์จากการบริการหรืออาจได้จากสินค้าก็ได้

คอตเลอร์ (Kotler, 2000, p.608) กล่าวว่า การบริการ หมายถึงการแสดงถึง สมรรถนะที่หน่วยงานหนึ่งสามารถเสนอให้อีกหน่วยงานหนึ่งอันเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณะอย่างเป็น แก่นสารและไม่มีผลลัพธ์ในสภาพความเป็นเจ้าของโดยการผลิตอาจจะไม่ถูกผูกมัดกับผลิตภัณฑ์ ภายภาพก็ได้

จากความหมายที่กล่าวมา สรุปได้ว่า การบริการ หมายถึงการกระทำพฤติกรรมที่ ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจโดยไม่สามารถจับ ต้องได้ บางทีอาจมีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องแต่โดยเนื้อแท้ของสิ่งที่นำเสนอให้เป็นการกระทำ พฤติกรรมซึ่งไม่สามารถนำไปเป็นเจ้าของได้

## 2. ลักษณะของการบริการ

นักวิชาการหลายท่านได้อธิบายลักษณะของการบริการในที่นี่จะกล่าวถึงเพียงบาง ท่านดังนี้

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547, หน้า 27-29) กล่าวว่าบริการมีลักษณะเฉพาะ 5 ประการ ด้วยกันดังนี้คือ

1. ความไม่มีตัวตน (intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นจับต้องและสัมผัสไม่ได้ (abstract) โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 บริการไม่สามารถแบ่งแยกเป็นชิ้นเหมือนสินค้าได้ นักการตลาดที่ดีจะต้องเข้าใจเรื่องความไม่มีตัวตนของบริการและนำมาปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดเช่น จะต้องตกแต่งสถานที่ให้สวยงามสะอาดและนำใช้บริการเพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ว่าการบริการก็น่าจะดีเหมือนการตกแต่งสถานที่

2. ความแยกจากกันไม่ได้ (inseparability) ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการ ในช่วงเวลาการให้บริการเช่น บริการตัดผมลูกค้าและช่างจะต้องอยู่พร้อมกัน ณ สถานที่ที่ให้บริการ ในกรณีการปรึกษาปัญหาทางโทรศัพท์แม้ผู้ให้บริการและผู้รับบริการจะอยู่กันคนละสถานที่แต่ทั้งสองฝ่ายก็ไม่สามารถจากกันได้ในช่วงเวลาที่ให้บริการนักการตลาดต้องทำให้ผู้ให้บริการและผู้รับบริการพบกันเพื่อการติดต่อให้บริการเสนอขายสินค้าและบริการการแก้ปัญหาให้ลูกค้า รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและลูกค้าเป็นไปได้อย่างต่อเนื่อง

3. เก็บรักษาไม่ได้ (perish ability) บริการต้องอาศัยคนในการให้บริการเป็นสำคัญดังนั้นหากไม่มีลูกค้ามาใช้บริการในเวลาใดเวลาหนึ่งพนักงานที่ให้บริการก็จะว่างงาน (idle) เกิดการสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านแรงงานโดยเปล่าประโยชน์นักการตลาดต้องมีการจ้างพนักงานให้มีจำนวนเหมาะสมกับจำนวนลูกค้าและมีการจัดการที่ดีในการจ่ายค่าแรงเช่น อาจจ่ายค่าจ้างตามจำนวนลูกค้าที่ได้ให้บริการ

4. ความต้องการที่ไม่แน่นอน (fluctuating demand) ความต้องการใช้บริการของลูกค้าขึ้นลงอยู่เสมอการให้บริการจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการจะมากน้อยต่างกันขึ้นกับช่วงเวลาในแต่ละวันในต้นสัปดาห์หรือท้ายสัปดาห์รวมทั้งฤดูกาล ดังนั้นนักการตลาดที่ดีจะต้องเข้าใจลักษณะเฉพาะของธุรกิจตนว่าในแต่ละช่วงวันช่วงเวลาและช่วงเดือนที่ต่างกันจะบริหารการบริการของตนอย่างไรให้เหมาะสมกับความต้องการที่ไม่แน่นอน

5. ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง (variability or heterogeneity) ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้งหมายถึง ความแตกต่างในด้านคุณภาพให้บริการเนื่องจากการบริการต้องอาศัยคนหรือพนักงานในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ (labor intensive) การที่พนักงานจะยิ้มหรือไม่จะให้บริการด้วยจิตใจอย่างแท้จริงหรือไม่ขึ้นกับองค์ประกอบอื่นทั้งในด้านร่างกายและจิตใจนักการตลาดต้องฝึกอบรมพนักงานสม่ำเสมอและมีการประเมินผลพนักงานหลังจากการฝึกอบรมด้วย

ธนวัฒน์ ประกอบศรีกุล (2548, หน้า 12) ได้กล่าวว่า การบริการมีลักษณะสำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะได้รับบริการ

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกันกล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่ง

รายเนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่น ๆ ให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกันทำให้การขายของบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องเวลา

3. ไม่แน่นอน (variability) ลักษณะของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใครจะให้บริการเมื่อไหร่ที่ไหนและอย่างไรโดยที่ในแง่ผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมดูแลคุณภาพที่ได้ 2 ขั้นตอนคือ

3.1 ตรวจสอบคัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการรวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้าโดยเน้นการรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้าการสำรวจข้อมูลลูกค้าทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (perish ability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่นๆ ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอการให้บริการก็จะมีปัญหาแต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหาคือบริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

วนิดา สิงโต (2549, หน้า 14-15) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการมีคุณลักษณะที่สำคัญเป็นส่วนประกอบดังนี้

#### 1. ประกอบด้วยส่วนที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้

ส่วนใหญ่แล้วการบริการจะประกอบด้วยส่วนหลักๆ 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นวัตถุและส่วนที่ไม่ใช่วัตถุส่วนที่เป็นวัตถุนี้ผู้รับและผู้ให้บริการจะสามารถตรวจสอบคุณภาพได้โดยไม่มียากนักเนื่องจากผู้รับและผู้ให้บริการสัมผัสกับสิ่งเหล่านั้นได้อีกส่วนหนึ่งของการบริการคือส่วนที่ไม่ใช่วัตถุส่วนนี้เป็นส่วนที่ไม่มีตัวตนและไม่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือผู้รับบริการจะไม่สามารถสัมผัส มองเห็น ได้ยิน ได้กลิ่นหรือรู้รสของการบริการได้การให้บริการเป็นการนำเสนอในสิ่งที่ไม่ใช่ตัวตนไม่มีรูปร่างลักษณะ ดังนั้นผู้รับบริการไม่อาจทราบได้ว่าบริการที่จะได้รับเป็นอย่างไรและจะมีประสิทธิภาพดีแค่ไหนจนกว่าจะได้รับบริการนั้นๆ แล้วจากลักษณะดังกล่าวของบริการทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกว่าเสี่ยงและไม่มั่นใจต่อการรับบริการในครั้งแรก เพราะไม่สามารถทดสอบก่อนการใช้ได้ดังนั้นการบริการจึงเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังความพึงพอใจจากการรับบริการนั้นเป็นสำคัญซึ่งลักษณะความพึงพอใจนี้จะมีผลต่อการเข้ารับบริการของผู้รับบริการในครั้งต่อไป

#### 2. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

การบริการจะไม่สามารถแยกผู้ให้และผู้รับบริการออกจากกันได้เพราะการบริการนั้นผู้ให้และผู้รับจะต้องดำเนินการร่วมกันไปจึงทำให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ระหว่างกันเช่นการพูดคุยกันระหว่างบริการของทั้งสองฝ่ายจากลักษณะการให้บริการที่ไม่สามารถแยกผู้ผลิตและผู้บริโภคออกจากกันได้ผู้ให้บริการจะมีวงจำกัดในการให้บริการกับผู้บริโภคแต่ละรายผู้ขายให้บริการเพียงคนเดียวไม่อาจขายบริการหลายๆแห่งพร้อมกันได้การ

ขายบริการจะทำได้ในปริมาณและขอบเขตที่จำกัดเพราะไม่สามารถให้บริการได้คราวละมากๆ ในแต่ละครั้ง

### 3. มาตรฐานของบริการ

การให้บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถกำหนดมาตรฐานให้แน่นอนได้ขึ้นอยู่กับผู้รับบริการจะใช้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไรผู้ให้บริการแต่ละคนมีแบบและวิธีการในการให้บริการที่แตกต่างกันแม้ว่าจะเป็นบริการจากคนๆ เดียวกันแต่ถ้าต่างวาระกันก็จะให้การบริการไม่เหมือนกัน เช่น การบริการในธนาคารแต่ละวันอาจจะให้บริการไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับสภาพอารมณ์และจิตใจของผู้ให้บริการถ้าผู้ให้บริการมีสภาพอารมณ์ที่ดีมีจิตใจดีการบริการก็จะออกมาดีเป็นที่พึงพอใจของลูกค้าแต่ถ้าสภาพอารมณ์และจิตใจของผู้ให้บริการเป็นไปในทางตรงกันข้ามผลของการบริการก็จะออกมาไม่ดีเท่าที่ควรซึ่งทำให้ความพอใจของลูกค้าน้อยกว่าครั้งก่อนจากการที่บริการแต่ละครั้งมีลักษณะแตกต่างกันดังกล่าวอาจก่อให้เกิดปัญหาต่อการพิจารณาคุณภาพของการบริการก่อนการซื้อนั่นคือในการซื้อแต่ละครั้งของผู้ซื้อจะเกิดความไม่แน่ใจในคุณภาพบริการที่จะได้รับว่าจะทัดเทียมกับครั้งก่อนหรือไม่เช่น ลูกค้าเกิดความลังเลใจในบริการของพนักงานธนาคารว่าจะให้บริการที่ดีเหมือนครั้งก่อนหรือไม่นอกจากนี้การบริการที่ไม่มีมาตรฐานก็ไม่สามารถแลกเปลี่ยนกลับคืนได้

### 4. การกักเก็บบริการ

การบริการไม่สามารถกักเก็บหรือรักษาสภาพของการบริการให้คงทนได้ ปริมาณความต้องการด้านบริการมีความไม่แน่นอนซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมถ้าความต้องการด้านบริการมีน้อยความสามารถในการให้บริการที่เหลือไม่อาจเก็บไว้ใช้ในคราวต่อไปได้หรือในทางตรงกันข้ามความต้องการในด้านการบริการมีมากในบางครั้งก็ไม่อาจให้บริการที่รวดเร็วเท่ากับครั้งที่มีความต้องการน้อยเนื่องจากจำนวนบุคลากรและส่วนประกอบอื่นๆ มีจำนวนจำกัดเช่น การไปติดต่อที่ธนาคารในตอนปลายเดือนลูกค้าจะต้องเสียเวลาในการรอคอยที่จะรับบริการจากพนักงานซึ่งจะแตกต่างกับการไปติดต่อในตอนกลางเดือนหรือกลางสัปดาห์ที่ได้รับการอำนวยความสะดวกอย่างรวดเร็วปัญหาเหล่านี้ไม่สามารถดำเนินการแก้ไขได้อย่างเต็มที่

กรอนรูส (Gronroos, 1990, p.47) ได้กล่าวถึง ลักษณะการบริการเปรียบเทียบกับ ลักษณะของสินค้าไว้ทำให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการชัดเจนยิ่งขึ้นคือ

1. สินค้าเป็นสิ่งที่จับต้องได้ (tangible) แต่การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (intangible)
2. สินค้านั้นมีลักษณะที่เหมือนกัน (homogeneous) แต่บริการมีลักษณะที่หลากหลายและต่างกัน (heterogeneous)
3. การผลิตสินค้าและช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นสามารถแยกออกจากการบริโภคได้ (production and distribution separated from consumption) แต่การบริการจะเกิดได้เมื่อ

ช่องทางในการบริการและการใช้บริการเกิดในเวลาเดียวกัน (production, distribution and consumption simultaneous processes)

4. สินค้าต่างๆ มีลักษณะเป็นสิ่งที่จับต้องได้ (a thing) แต่บริการเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการ (an activity or process)

5. คุณค่าของสินค้าจะต้องเกิดจากตัวสินค้าที่ผลิตจากโรงงาน (core value produced in factory) แต่คุณค่าบริการหรือความพึงพอใจในบริการจะเกิดจากการติดต่อกันระหว่างผู้บริโภคกับผู้ให้บริการ (core value produced in buyer-seller interactions)

6. ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องมีส่วนร่วมในการทำให้เกิดสินค้า (customers do not normally participate in the production process) ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการทำให้เกิดการบริการ (customers participate in production)

7. สินค้าสามารถเก็บไว้ในคลังสินค้าได้ (can be kept in stock) แต่การบริการไม่สามารถเก็บได้ (cannot be kept in stock)

8. ผู้บริโภคมีกรรมสิทธิ์ที่จะครอบครองสินค้าได้ (transfer of ownership) แต่การบริการผู้บริโภคไม่สามารถมีกรรมสิทธิ์ครอบครองในการบริการ (no transfer of ownership)

คอตเลอร์ (Kotler, 2000, p.299) กล่าวถึงลักษณะการบริการว่าผู้บริโภคจะไม่ได้เห็นหรือรู้ว่าผู้ให้บริการสามารถให้บริการอย่างนั้นได้จริงหรือไม่ จนกว่าจะซื้อสินค้าและได้รับบริการนั้นแล้วซึ่งแตกต่างจากการขายสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถทดลองหรือดูได้ตั้งนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้ให้บริการที่จะต้องทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในบริการทั้งที่ผู้บริโภคยังไม่ได้ใช้บริการโดยที่ผู้บริโภคอาจทราบจากประวัติการบริการหรือคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการต้องพยายามทำให้ลักษณะที่จับต้องไม่ได้ของการบริการกลายเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถรู้สึกได้และมั่นใจว่าผู้ให้บริการมีการบริการที่มีคุณภาพและสามารถเชื่อถือได้จริง

จะเห็นได้ว่า การบริการจะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสินค้าไม่สามารถสัมผัส การบริการเบื้องต้นด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ผู้บริโภคต้องวางกฎเกณฑ์และสังเกตสัญญาณเกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์ของบริการการบริการจะมีบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องกับการผลิตผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าขณะนั้นได้หนึ่งรายเนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้ผู้อื่นบริการแทนได้ไม่แน่นอนเพียงแต่บอกได้ว่าบริการน่าจะดีขึ้นกับว่าผู้ขายบริการเป็นใครให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร การประเมินผลการบริการต้องทดลองใช้เพื่อสร้างประสบการณ์เกี่ยวกับบริการนั้น

### 3. ประเภทการบริการ

นักวิชาการหลายท่านได้แบ่งประเภทของการบริการไว้ ในที่นี้จะกล่าวเพียงบางท่านดังนี้

สมิต สัจฉกร (2546, หน้า 13) กล่าวถึงประเภทของการบริการ อาจแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

### 1. การบริการโดยตรง

เป็นการให้ความช่วยเหลือหรือดำเนินการที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับบริการเฉพาะหน้า เช่น ขายของให้ หีบห่อให้ จัดส่งให้ เป็นต้น

### 2. การบริการโดยอ้อม

เป็นการดำเนินการที่เป็นประโยชน์โดยไม่ได้สัมผัสเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการโดยตรง แต่ผู้รับบริการได้รับประโยชน์โดยตัวเองไม่เคยพบเห็นผู้ให้บริการเลย เช่น คนออกแบบตกแต่งห้องให้บริการความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของห้อง แต่ผู้รับบริการไม่รู้ว่าผู้ให้บริการเป็นใคร และผู้ให้บริการก็ไม่รู้ว่าผู้รับบริการเป็นใคร แต่มีการให้และการรับบริการระหว่างกัน

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547, หน้า 20) ได้แบ่งประเภทการบริการออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. ธุรกิจที่เน้นสินค้าอย่างแท้จริง ธุรกิจนี้จะขายสินค้าไม่มีบริการ เช่น ธุรกิจผลิตน้ำปลา, น้ำตาล, และเกลือ เป็นต้น
2. ธุรกิจที่เน้นบริการอย่างแท้จริงธุรกิจแบบนี้จะมีเฉพาะการให้บริการไม่มีการขายสินค้า เช่น บริษัทที่ปรึกษาธุรกิจบริการทำความสะอาด เป็นต้น
3. ธุรกิจที่มีทั้งสินค้าและบริการ ธุรกิจแบบนี้จะมีทั้งการให้บริการและการขายสินค้าปะปนกันโดยอาจจะเน้นอย่างใดอย่างหนึ่งมากกว่าเช่น ปิมน้ำมันก็จะมีทั้งบริการขายน้ำมันและขายสินค้าสำหรับผู้มาเติมน้ำมัน เป็นต้น

ชนวรรณ แสงสุวรรณ, อติลล่ำ พงศ์ยี่หล้า, อุไรวรรณ แยมเนียม, ยุทธนา ธรรมเจริญ, และยงยุทธ พุพงษ์ศิริพันธ์ (2547, หน้า 576) แบ่งการบริการเป็น 5 ประเภทต่างกันดังนี้

1. สินค้าที่มีตัวตนล้วน (pure tangible goods) เป็นข้อเสนอที่ประกอบด้วยตัวสินค้าที่มีตัวตนล้วนๆ ไม่มีบริการเข้ามาเกี่ยวข้องเลย
2. สินค้าที่มีตัวตนพร้อมบริการควบ (tangible goods with accompanying services) เป็นข้อเสนอที่ประกอบด้วยสินค้าที่มีตัวตนพร้อมบริการหนึ่งอย่างหรือมากกว่าเช่นผลิตภัณฑ์ที่มีเทคโนโลยีสูงอย่างรถยนต์ เป็นต้น
3. สินค้าและบริการอย่างละเท่าๆกัน (hybrid) เช่นผู้บริโภคคาดหวังว่าจะได้ทั้งอาหารและบริการอย่างละเท่าๆกันเมื่อไปในภัตตาคาร
4. บริการเป็นส่วนสำคัญพร้อมด้วยสินค้าและบริการเสริม (major service with accompanying minor goods and service) ข้อเสนอที่ประกอบด้วยบริการเป็นส่วนใหญ่พร้อมด้วยบริการย่อยหรือสินค้าเป็นตัวเสริมเช่นผู้โดยสารของสายการบินซื้อบริการการเดินทางของสายการบินพร้อม อาหาร และเครื่องดื่ม เป็นต้น
5. บริการล้วน (pure service) ข้อเสนอที่ประกอบด้วยบริการล้วนได้แก่ ตัดผม นวดตัว เป็นต้น

สเตฟฟอร์ด, และเดย์ (Stafford, & Day, 1995, pp.57-71) แบ่งประเภทของการบริการโดยการวิเคราะห์ลักษณะของการบริการ 7 ประการมาใช้ในการแบ่งคือลักษณะของการบริการ (characteristic) การแบ่งการบริการ (customization) การติดต่อกับพนักงาน (employee contact) ความเกี่ยวข้องของพนักงานต่อการบริการ (employee involvement) ความแตกต่างในการบริการระหว่างบริษัท/ธุรกิจแต่ละแห่ง (perceived difference between firms) ผลประโยชน์ต่อเนื่องของธุรกิจ (continuous benefits) และการบริการนั้นมุ่งไปที่บุคคล ผู้บริโภค หรือสิ่งของ (service directed at people/thing) สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. การบริการที่เน้นการใช้คนในการให้บริการ (customized, personal services) ธุรกิจประเภทนี้จะเป็นธุรกิจที่มีความสัมพันธ์ในการติดต่อกันระหว่างผู้บริโภคกับพนักงานค่อนข้างสูง (high employee contact) เนื่องจากธุรกิจจะเน้นการใช้คนในการให้บริการ และพนักงานก็จะมี ความเกี่ยวข้องกับการบริการเป็นอย่างมาก (people oriented) ส่วนการบริการนั้น จะมุ่งไปที่การบริการบุคคล (people)

2. การบริการที่ไม่ใช่บุคคล (semi-customized, no personal services) ธุรกิจประเภทนี้เป็นธุรกิจที่มีความสัมพันธ์ในการติดต่อกันระหว่างผู้บริโภคกับพนักงานค่อนข้างต่ำ (low-employee contact) เนื่องจากจะเน้นการใช้อุปกรณ์ในการให้บริการแก่ผู้บริโภค (equipment oriented) จึงทำให้ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องติดต่อกับพนักงานมากนักส่วนใหญ่พนักงานจะมีหน้าที่เพียงเป็นคนควบคุมการทำงานของอุปกรณ์เท่านั้นแต่การจะทำให้การบริการได้จะต้องเกิดจากอุปกรณ์เป็นหลักการบริการของธุรกิจประเภทนี้จะมุ่งไปที่การเป็นสิ่งของ (things)

3. ธุรกิจที่ให้บริการโดยใช้บุคคล (semi-customized, personal services) ธุรกิจประเภทนี้เป็นธุรกิจที่มีความสัมพันธ์ในการติดต่อกันระหว่างผู้บริโภคกับพนักงานปานกลาง เนื่องจากเน้นการใช้อุปกรณ์และบุคลากรให้บริการแก่ผู้บริโภคแต่การบริการเน้นไปที่ตัวบุคคลเป็นหลัก

จากประเภทการบริการสามารถสรุปได้ว่า บริการสามารถแยกได้เป็นบริการที่ทำควบคู่ไปกับการขายสินค้า คือเป็นการอำนวยความสะดวกเมื่อมีการซื้อสินค้าในช่วงเวลานั้นหรือเป็นการบริการหลังจากที่ขายสินค้าไปแล้ว และการบริการที่เน้นบริการที่บุคคลโดยตรง ก็จะเป็นการติดต่อกันระหว่างพนักงานผู้ให้บริการกับผู้บริโภคที่รับบริการ โดยไม่มีสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง

## แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

### 1. ความหมายของคุณภาพบริการ

บุญสม มิตรพระพันธ์ (2542, หน้า 26) กล่าวว่าไว้ว่า บริการที่มีคุณภาพ คือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการอย่างเหมาะสม

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2545, หน้า 14) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ารวมถึงระดับความสามารถของบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า และระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากได้รับบริการไปแล้ว

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547, หน้า 106) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง การบริการที่ตีเลิศตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจและเกิดความจงรักภักดี คำว่า บริการที่ตีเลิศตรงกับความต้องการ คือ สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ จนรู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นบริการที่พิเศษมากประทับใจ คุ่มค่าแก่การตัดสินใจ รวมทั้งคุ่มค่าเงิน

ยุพาวรรณ วรณวณิชย์ (2548, หน้า 178) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ขึ้นอยู่กับความคาดหวังของลูกค้าเอง แม้ว่าลูกค้าจะไม่เคยรับบริการมาก่อน ต่อมาเมื่อธุรกิจเชิญชวนลูกค้าให้มารับบริการได้ ลูกค้าจะทบทวนการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการใหม่และทุกครั้งที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการและเกิดการทบทวนการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการไปเรื่อยๆ การทบทวนการรับรู้คุณภาพของการบริการจะพัฒนาไปสู่การตั้งใจซื้อ (intention) บริการของลูกค้าในอนาคตได้

สรารุช ดวงจันทร์ (2548, หน้า 36) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง การบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับ

พาราสุรามาน, เชียทามล์, และเบอริ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, p.41) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าได้ แม้ว่าลูกค้าจะไม่เคยรับบริการมาก่อน แต่เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการแล้ว ลูกค้าจะทบทวนการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการใหม่ และทุกครั้งที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการและจะเกิดการทบทวนการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการไปเรื่อยๆ การทบทวนการรับรู้คุณภาพของการบริการจะพัฒนาไปจนรู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นบริการที่ประทับใจ และคุ่มค่าแก่การตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าในอนาคต

## 2. ความสำคัญของคุณภาพการบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญ์ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์, และองอาจ ปทะวานิช (2541, หน้า 35) ได้กล่าวว่าคุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการที่จะดำเนินธุรกิจทางด้านบริการให้ชนะคู่แข่งขั้นได้นั้นจะต้องมีการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพสูงอย่างต่อเนื่องมากกว่าคู่แข่งและเกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้โดยสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังนั้นจะได้จากประสบการณ์ต่างๆ ของลูกค้าในอดีตการบอกต่อปากต่อปากและการโฆษณาของธุรกิจให้บริการภายหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการลูกค้าจะเปรียบเทียบการบริการที่ลูกค้าได้รับกับการ

บริการที่ลูกค้าคาดหวังถ้าการบริการลูกค้าได้รับต่ำกว่าการบริการที่ลูกค้าคาดหวังลูกค้าจะขาดความสนใจในตัวผู้ให้บริการแต่ถ้าการบริการที่ลูกค้าได้รับเท่ากับหรือเกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวังลูกค้าก็มักจะใช้บริการจากผู้ให้บริการอีกครั้ง

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547, หน้า 109-110) กล่าวถึง ความสำคัญของคุณภาพการบริการ สามารถพิจารณาได้ในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ประกอบด้วย

### 1. เชิงคุณภาพ ประกอบด้วย

1.1 สร้างความพอใจและความจงรักภักดีให้ลูกค้า การบริการอย่างมีคุณภาพย่อมทำให้ลูกค้าพอใจและรู้สึกพอใจ ต้องการมารับบริการในครั้งต่อไป ไม่ต้องการเปลี่ยนไปใช้กับธุรกิจบริการอื่นที่ไม่คุ้นเคย ในที่สุดย่อมเกิดความจงรักภักดี ซึ่งความพอใจและความจงรักภักดีจากลูกค้าหาได้ยากเต็มทีในยุคที่มีบริการจากคู่แข่งให้เลือกมากมาย ซึ่งมีผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ นอกจากนี้การให้บริการที่ดีเลิศยังช่วยลดความไม่พอใจของลูกค้าลงด้วย เนื่องจากการลดความผิดพลาดของการให้บริการลง

1.2 มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ธุรกิจ การบริการมีคุณภาพย่อมทำให้ลูกค้าชื่นชมธุรกิจและความชื่นชมนั้นจะถูกถ่ายทอดไปยังผู้อื่น ทำให้ธุรกิจมีภาพพจน์ที่ดี

1.3 มีอิทธิพลต่อขั้นตอนการตัดสินใจในการรับบริการ คุณภาพการบริการมีผลอย่างมากในขั้นตอนการตัดสินใจรับบริการ เนื่องจากลูกค้าในปัจจุบันพิจารณาถึงความคุ้มค่าคือ คุณภาพบริการ

1.4 เป็นกลยุทธ์ถาวรแทนส่วนประสมทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดล้วนไม่คงทน ธุรกิจอาจคิดกลยุทธ์ หรือพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดใหม่ๆ มาสู่ตลาด ไม่นานคู่แข่งรายอื่นก็ลอกเลียนแบบได้ ไม่จำเป็นที่จะเป็นการออกแบบบริการใหม่ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ปรับปรุงราคาหรือการส่งเสริมการตลาดแบบแจกแถม หลักฐานอันหนึ่งที่ชัดเจน คือ ผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ ในธุรกิจหนึ่งๆ จะเหมือนกันหรือคล้ายกันมาก แยกความแตกต่างอย่างชัดเจนได้ยาก เช่น บริการบัตรเครดิตดีตของแต่ละธนาคาร บริการของโรงพยาบาล บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ คุณภาพการบริการ ซึ่งเกิดจากพนักงานทุกคนที่มอบบริการผ่านกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพภายใต้การสนับสนุนจากเทคโนโลยีที่ทันสมัย

1.5 สร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืน และสร้างรายได้เปรียบในเชิงการแข่งขันด้วยเหตุผลทั้งหมดข้างต้น ทำให้การบริการที่มีคุณภาพเป็นการสร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืนให้ธุรกิจยากที่คู่แข่งจะลอกเลียนแบบได้ในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

### 2. เชิงปริมาณ ประกอบด้วย

2.1 ลดค่าใช้จ่ายในการแก้ไขข้อผิดพลาดการที่ธุรกิจต้องมาตามแก้ไขข้อผิดพลาดจากการให้บริการ ย่อมทำให้เสียค่าใช้จ่าย เสียเวลา เสียแรงงานพนักงานที่ต้องมา

ตามแก้ไข และการสูญเสียลูกค้า ดังนั้น การปรับปรุงธุรกิจเพื่อสร้างคุณภาพในการให้บริการย่อมช่วยลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการแก้ไขข้อผิดพลาด ซึ่งมีการลงทุนที่ถูกกว่าแต่ได้ประโยชน์คุ้มค่า นอกจากนี้ การติดตามแก้ไขข้อผิดพลาดอาจจะแก้ไขได้ไม่หมด หรืออาจจะแก้ไขได้ไม่ถึงรากเหง้าของปัญหา ซึ่งในที่สุดอาจจะเกิดขึ้นซ้ำได้ นอกจากนี้ การหาลูกค้าใหม่เพื่อชดเชยลูกค้าที่สูญเสียไปจะใช้เงินมากกว่าการรักษาลูกค้าเก่าถึงร้อยละ 25

2.2 เมื่อลูกค้าเกิดความมั่นใจในบริการที่ได้รับว่าคุ้มค่าการเสนอขายบริการอย่างอื่นเพิ่มเติมที่ตรงความต้องการของลูกค้าได้ ยิ่งทำให้ลูกค้าตัดสินใจได้ไม่ยากและทำให้ธุรกิจสามารถเพิ่มรายได้จากฐานลูกค้าปัจจุบันในขณะเดียวกัน การเพิ่มรายได้และส่วนแบ่งตลาดจากลูกค้าใหม่และจากลูกค้าปัจจุบันที่พอใจในการบริการของธุรกิจย่อมเป็นไปได้ไม่ยากนัก

ปนัดดา ดันดีวัฒนพานิช (2550, หน้า 17-18) กล่าวว่า คุณภาพการบริการมีความสำคัญเนื่องจากเหตุผลหลัก 4 ประการดังนี้ คือ

1. การเจริญเติบโตของธุรกิจบริการ เนื่องจากวันนี้ ผู้ประกอบการต่างๆ หันมาให้ความสำคัญกับการบริการมากขึ้น การทำธุรกิจต่างๆ จึงมีการทำควบคู่ไปกับการให้บริการ ส่งผลให้การเจริญเติบโตของธุรกิจบริการอยู่ในอัตราที่สูงมาก

2. การแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้น การบริการถือเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในการแข่งขันกับคู่แข่ง และถ้าบริษัทหรือองค์กรใดให้คุณภาพบริการได้เหนือกว่า ก็ถือเป็นจุดที่นำความได้เปรียบมาทำให้คุณภาพการบริการได้เหนือกว่า ก็ถือเป็นจุดที่นำความได้เปรียบมาให้บริษัทหรือองค์กรนั่นเอง

3. ความต้องการของผู้บริโภค หรือลูกค้าที่มีมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันนี้โลกอยู่ในยุคของการติดต่อสื่อสาร ผู้บริโภคมีความรู้มากขึ้นมีความต้องการมากขึ้น การซื้อสินค้าเพื่อที่จะได้สินค้าที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคาอย่างเดียวนั้นไม่เพียงพอเพราะผู้บริโภคคิดว่าเป็นสิ่งที่ต้องได้รับอยู่แล้ว แต่สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการก็คือการบริการที่มีคุณภาพและสิ่งนี้เองนับเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินการซื้อซ้ำ หรือการมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าหรือบริษัท องค์กร นั้นๆ ด้วย

4. คุณภาพการบริการสะท้อนถึงสภาวะถึงสภาวะเศรษฐกิจ เนื่องจากผลของการมีคุณภาพการบริการที่ดี นำไปสู่การเกิดการซื้อซ้ำในสินค้าหรือธุรกิจ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการทุกคนต้องการให้เกิดขึ้นกับสินค้าหรือบริษัทของตน นอกจากนี้ การที่มีคุณภาพการบริการที่ดี เป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดลูกค้าหรือผู้บริโภคเดิมให้ยังคงอยู่อีกทั้งยังเป็นการสร้างลูกค้าใหม่ๆ เข้ามาอีกด้วยซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนมาจากการที่บริษัทหรือองค์กรมีคุณภาพการบริการที่ดีนั่นเอง

มาร์ติน (Martin, 1995, p. 22) ได้กล่าวว่า ความสำคัญของคุณภาพการบริการ โดยมีเหตุผลหลัก 4 ประการ ดังนี้คือ

1. การเจริญเติบโตของธุรกิจ เนื่องจากทุกวันนี้ ผู้ประกอบการต่างๆ หันมาให้ความสำคัญกับการบริการมากขึ้น การทำธุรกิจต่างๆ จึงมีการทำควบคู่ไปกับการให้บริการ ส่งผลให้การเจริญเติบโตของธุรกิจอยู่ในอัตราที่สูงมาก

2. การแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้น การบริการถือเป็นหนึ่งกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในการแข่งขันกับคู่แข่ง และถ้าองค์กรใดให้คุณภาพการบริการได้เหนือกว่า ก็ถือเป็นจุดที่นำความได้เปรียบมาให้องค์กรนั่นเอง

3. ความต้องการของลูกค้าที่มีมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันโลกอยู่ในยุคของการติดต่อสื่อสาร ลูกค้ามีความต้องการมากขึ้น การซื้อสินค้าเพื่อที่จะได้สินค้าที่มีคุณภาพ เหมาะสมกับราคาอย่างเดียวนั้นไม่เพียงพอ เพราะลูกค้าคิดว่าเป็นสิ่งที่ต้องได้รับอยู่แล้ว แต่สิ่งที่ลูกค้าต้องการ ก็คือบริการที่มีคุณภาพและสิ่งนี้เองนับเป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้ในการประเมินการซื้อซ้ำ หรือการมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าหรือองค์กรนั้นๆ ด้วย

4. คุณภาพการบริการสะท้อนสถานะเศรษฐกิจ เนื่องจากผลของการมีคุณภาพการบริการที่ดี นำไปสู่การเกิดการซื้อซ้ำในสินค้าหรือบริการของธุรกิจ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการทุกคนต้องการให้เกิดขึ้นกับสินค้าหรือบริการของธุรกิจของตน นอกจากนี้การที่มีคุณภาพที่ดีเป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดลูกค้าเดิมให้ยังคงอยู่ อีกทั้งยังเป็นการสร้างลูกค้าใหม่ๆ เข้ามาอีกด้วยซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนมาจากการที่องค์กรมีคุณภาพการบริการที่ดี นั่นเอง

สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการมีความสำคัญและเป็นที่สนใจของนักการตลาดและผู้บริหารเนื่องจากคุณภาพการบริการที่ดี ย่อมทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน แต่ในทางกลับกันถ้าคุณภาพการบริการไม่ดีหรือด้อยคุณภาพ ธุรกิจก็จะตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้น การบริการที่มีคุณภาพจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างมากในระบบธุรกิจในปัจจุบัน

### 3. องค์ประกอบของคุณภาพการบริการ

บุญสม มิตรพระพันธ์ (2542, หน้า 26) กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญของคุณภาพบริการ ดังนี้

1. ตัวงาน ลักษณะงาน หมายถึงเนื้องานการบริการที่มีทีมบริการเป็นผู้ดำเนินการรับผิดชอบโดยตรง ควรมีการปรับปรุงให้มีความง่ายต่อการปฏิบัติ และมีความสะดวกคล่องตัว

2. ทรัพยากรที่ใช้ในการทำงาน ได้แก่ ทรัพยากรของการบริหาร 4 องค์ประกอบด้วยคือ บุคลากร เครื่องวัสดุอุปกรณ์ วิธีการทำงานและงบประมาณ ควรมีการเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้งานให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่าที่สุด

3. สิ่งแวดล้อมในการทำงาน เป็นปัจจัยสำคัญอีกอย่างหนึ่ง ที่ส่งผลก่อให้เกิดคุณภาพการบริการที่ดีคือ สถานที่ สิ่งแวดล้อมและบรรยากาศในการทำงานที่ควรปรับปรุงในด้านความเย็นสบายขึ้น มีความเงียบมากขึ้น ความสวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อย

ณัฐพันธ์ เขจรนันท์, และคนอื่นๆ (2545, หน้า 41) กล่าวว่า คุณภาพของงานบริการ ประกอบด้วยคุณสมบัติสำคัญ 10 ด้านคือ 1) ความเชื่อถือได้ 2) การตอบสนองความต้องการ 3) ความสามารถ 4) การเข้าถึงได้ 5) ความสุภาพ 6) การติดต่อสื่อสาร 7) ความน่าเชื่อถือ 8) ความปลอดภัย 9) ความเข้าใจลูกค้า และ 10) ความสามารถรู้สึกได้ในการบริการ

สรราช ดวงจันทร์ (2548, หน้า 38-39) กล่าวถึง องค์ประกอบของคุณภาพการบริการ มีด้วยกัน 4 องค์ประกอบ ได้แก่

1. การเข้าถึงการบริการ ได้แก่ การเข้าถึงด้านภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม ภาษา และการจัดองค์กรที่ให้ความสะดวกแก่ลูกค้า
2. ลักษณะทางกายภาพที่น่าพอใจ หมายถึง การบริการที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในสภาพแวดล้อมขององค์กร ได้แก่ สถานที่ที่มีความสวยงาม มีอุปกรณ์ สิ่งที่สามารถอำนวยความสะดวกต่อลูกค้า เป็นต้น
3. คุณภาพด้านมนุษยสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นและการที่ทั้งสองฝ่ายจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นในการให้บริการทั้งด้านที่เป็นการแสดงความต้องการของลูกค้า และด้านคำแนะนำที่ลูกค้าจะได้รับประโยชน์ ทั้งนี้โดยอาศัยการให้ความเคารพ การรักษาความลับ ความสุภาพ การฟังและสื่อสารที่มีประสิทธิภาพการตอบสนองอย่างเหมาะสม และการแสดงความเห็นอกเห็นใจ
4. คุณภาพด้านเทคนิค หมายถึง การให้บริการอย่างรวดเร็ว และปลอดภัยและรักษาผลประโยชน์ของลูกค้า

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของคุณภาพบริการประกอบด้วย ยึดแยม่อนโยนและเอาใจใส่ลูกค้า ตอบสนองต่อความประสงค์ ความนับถือ การให้บริการด้วยความสมัครใจ และการรักษาภาพพจน์ขององค์กร และความกระฉับกระเฉง

#### 4. ปัจจัยที่ทำให้เกิดคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิภาพ

ปนัดดา ดันติวัฒนพานิช (2550, หน้า 19) กล่าวว่า การที่จะทำให้เกิดคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิภาพต้องการองค์ประกอบ ดังนี้

1. การให้ความสำคัญในตลาดและลูกค้า (market and customer focus) กล่าวคือ ปัญหาของการขาดคุณภาพการบริการมักเกิดจากการที่องค์กรไม่ได้ให้ความสำคัญกับตลาด ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ดังนั้น ถ้าองค์กรให้ความสำคัญกับตลาดและลูกค้า โดยที่ทำความเข้าใจกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
2. การกระจายอำนาจการตัดสินใจให้กับพนักงาน (empowerment of frontline start) ผู้บริหารสามารถยกระดับคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการให้อำนาจในการตัดสินใจกับพนักงานโดยที่แสดงให้เห็นว่ารู้สึกไว้อิสระในการตัดสินใจ และปลุกฝังให้พนักงานให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า

3. การฝึกอบรมบุคลากรและการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน (well-trained and motivated staff) พนักงานที่ไม่ได้รับการฝึกฝนในงานของตนมาอย่างดีพอ จะไม่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจจะทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจต่อบริการที่ได้รับจากพนักงานเหล่านี้ด้วย ส่วนการสร้างแรงกระตุ้นให้กับพนักงาน เช่น การสร้างภาพที่ชัดเจนของความก้าวหน้าในอาชีพให้พนักงานเห็น หรือการให้รางวัลตอบแทน ฯลฯ ถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่จะสร้างให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นต่อการให้บริการแก่ลูกค้า

4. มุมมองที่ชัดเจนเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (a clear service quality vision) นั้นหมายถึงว่า ก่อนที่จะรู้ว่าลูกค้าต้องการอะไร ผู้บริการควรจะต้องเข้าใจว่าอะไรคือหลักการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

โกบาเดียน (Ghobadian, 1994, p.43) กล่าวว่า การที่ทำให้เกิดคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิภาพ ต้องมีองค์ประกอบดังนี้

1. การให้ความสำคัญในการตลาดและลูกค้า (market and customer focus) กล่าวคือ ปัญหาของการบริการที่ต่อคุณภาพมักจะเกิดจากการที่ธุรกิจไม่ได้ให้ความสำคัญกับตลาดและลูกค้าโดยที่ทำความเข้าใจกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

2. การกระจายอำนาจการตัดสินใจให้กับพนักงาน (empowerment of frontline staff) ธุรกิจสามารถยกระดับคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยการให้อำนาจในการตัดสินใจกับพนักงาน โดยที่แสดงให้เห็นว่ารู้สึกว่ามีอิสระในการตัดสินใจและปลุกฝังให้พนักงานให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า

3. การฝึกอบรมบุคลากรและการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน (well trained and motivated staff) พนักงานที่ไม่ได้รับการฝึกฝนในงานของตนมาอย่างดีพอ จะไม่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจจะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจต่อบริการที่ได้รับจากพนักงานเหล่านี้ด้วย ส่วนการสร้างแรงกระตุ้นให้กับพนักงาน เช่น การสร้างภาพที่ชัดเจนของความก้าวหน้าในอาชีพให้พนักงานเห็นหรือการให้รางวัลตอบแทน ฯลฯ ถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่จะสร้างให้เจ้าหน้าที่เกิดความกระตือรือร้นต่อการให้บริการแก่ลูกค้า

4. มุมมองที่ชัดเจนเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (a clear service quality vision) หมายถึง ก่อนที่จะรู้ว่าลูกค้าต้องการอะไร ธุรกิจควรจะต้องเข้าใจว่าอะไรคือหลักการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดคุณภาพการบริการคือ การให้ความสำคัญในตลาดและลูกค้า การกระจายอำนาจการตัดสินใจให้กับพนักงาน การฝึกอบรมบุคลากรและการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน และมุมมองที่ชัดเจนเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

## 5. มิติของคุณภาพบริการ

10 มิติคุณภาพงานบริการ "Customer is the God" หรือ "ลูกค้าคือพระเจ้า" ปรัชญาทางการตลาดยอดฮิตที่ผู้ดำเนินธุรกิจเกือบทุกแขนงต่างคุ้นเคยและตระหนักถึงเป็นอย่างดี เพราะธุรกิจคงไม่สามารถดำเนินต่อไปได้หากปราศจากลูกค้า

1. สร้างความน่าเชื่อถือในบริการ ผลงานและความพร้อมในการให้บริการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ มีส่วนสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือ ควรให้บริการอย่างถูกต้อง ตั้งแต่ลูกค้ามาใช้บริการครั้งแรก เช่น การออกกรมธรรม์หรือเอกสารต่างๆ การเก็บข้อมูลทั้งในรูปแบบของแฟ้มข้อมูลหรือบันทึกในคอมพิวเตอร์ ควรมีความถูกต้อง นอกจากนี้การให้บริการในแต่ละรายการควรเสร็จตามเวลาที่กำหนด ซึ่งจะช่วยเสริมความน่าเชื่อถือในการบริการได้

2. การตอบสนอง ควรแสดงให้ลูกค้าเห็นถึงความเต็มใจในขณะที่ให้บริการ ซึ่งลูกค้าสามารถสัมผัสความรู้สึกนี้ได้จากใบหน้าที่ยิ้มแย้ม และความกระตือรือร้นขณะให้บริการ พร้อมทั้งให้บริการแบบทันอกทันใจลูกค้าด้วย

3. ศักยภาพ ทักษะและความรู้ ในสินค้า หรือบริการ หรือขั้นตอนในการให้บริการที่แสดงออกอย่างถูกต้องแม่นยำ ความชำนาญในด้านการรวบรวมข้อมูลที่จะให้บริการแก่ลูกค้า เป็นสิ่งที่แสดงศักยภาพการทำงานของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการได้อย่างชัดเจน

4. การเข้าถึง การอำนวยความสะดวกเมื่อลูกค้าเข้ามาติดต่อหรือใช้บริการ ควรเป็นไปอย่างง่ายดายและคล่องตัว เช่น จัดสรรเจ้าหน้าที่รับชำระเงินและบุคลากรให้เพียงพอปริมาณของลูกค้าที่จะต้องเข้ามาติดต่อ อย่าให้ลูกค้าต้องรอนานเกินไป ในส่วนของเวลาและสถานที่ทำการควรคำนึงถึงความสะดวกของลูกค้าเป็นหลัก

5. อັชยาศัยไมตรี การปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนควรเป็นไปอย่างสุภาพเรียบร้อย ทั้งในด้านวาจาและการแต่งกาย แสดงมิตรภาพที่ดีขณะที่ให้บริการพร้อมกับให้เกียรติลูกค้าเสมอ ซึ่งการแสดงความให้เกียรติกับลูกค้านี้ นับเป็นสิ่งที่ควรปฏิบัติอย่างยิ่ง เพราะโดยพื้นฐานแล้วมนุษย์ทุกคนต้องการยอมรับและให้เกียรติเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว

6. การติดต่อสื่อสาร ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้าใจในเรื่องที่ให้บริการระหว่างผู้มารับบริการชำระค่าไฟฟ้ากับสำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ซึ่งบางครั้งอาจต้องมีการแบ่งระดับวิธีการสื่อสารกับลูกค้าแต่ละประเภทด้วย ในกรณีที่กำลังให้บริการหากมีปัญหาอย่างหนึ่งอย่างใดเกิดขึ้น ควรแสดงให้ผู้มารับบริการมั่นใจว่า ปัญหานั้นต้องได้รับการแก้ไขโดยทันที

7. ความเชื่อถือไว้ใจได้ การแสดงความซื่อสัตย์และการคำนึงถึงผู้มารับบริการเป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรกที่จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ

8. ความมั่นคง ควรหลีกเลี่ยงรูปแบบการบริการที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการกำลังเผชิญกับความเสี่ย ความเคลือบแคลงสงสัย พึงระลึกเสมอว่าความต้องการความมั่นคงและความปลอดภัยนั้น คือ สัญชาตญาณของมนุษย์

9. การเข้าใจหรือรู้จักผู้มารับบริการจริง ผู้ให้บริการที่ดีควรศึกษาความต้องการเฉพาะของผู้รับบริการ ซึ่งอาจได้จากการเก็บข้อมูลเมื่อผู้มารับบริการในแต่ละครั้ง เพื่อประโยชน์ในการสร้างความประทับใจ

10. สิ่งที่จับต้องได้ อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ประกอบการให้บริการต้องพร้อมสำหรับการใช้งานอยู่เสมอ ควรตรวจสอบตั้งแต่ก่อนเริ่มเวลาทำการ เพราะหากขัดข้อง นั้นหมายถึง การให้บริการแก่ลูกค้าย่อมสะดุดไปด้วย

10 มิติคุณภาพการบริการนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์และความต้องการของผู้รับบริการ เพราะผู้ให้บริการคือผู้รู้ใจผู้มารับบริการมากที่สุด

## คุณภาพในการให้บริการรับชำระค่าไฟฟ้า

### 1. ยิ้มแย้มอ่อนโยนและเอาใจใส่ลูกค้า

#### 1.1 ความหมายของยิ้มแย้มอ่อนโยนและเอาใจใส่ลูกค้า

พิมพ์ชนก คັນสนีย์ (2540, หน้า 17) กล่าวว่า กิริยาอาการอ่อนโยน หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความสุภาพเรียบร้อย มีความนับถือในตัวลูกค้ารอบคอบ และเป็นมิตรต่อผู้บริโภค เช่น การให้บริการด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสและการสื่อสารด้วยความสุภาพ เป็นต้น

เบญจมาศ ศิริกมลเสถียร (2542, หน้า 29) กล่าวว่า ยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่ให้บริการจะต้องมีความเข้าใจและรู้จักผู้มารับบริการการให้บริการอย่างเอื้ออาทรและเอาใจใส่ดูแลผู้ใช้บริการเป็นรายบุคคล

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2545, หน้า 7) กล่าวว่า กิริยาอาการอ่อนโยน หมายถึง การมีกิริยาอ่อนโยน สุภาพ มารยาทดี อ่อนน้อมถ่อมตน

สมิต สัชฌุกร (2546, หน้า 253) กล่าวว่า ยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้าหมายถึง เมื่อเป็นฝ่ายผู้ให้บริการก็ควรคำนึงถึงฝ่ายผู้รับบริการเป็นหลักเพราะเมื่อเป็นฝ่ายผู้รับบริการยังเรียกร้องการให้บริการอย่างดีที่สุดเป็นการยึดหลักการเอาใจเขาใส่ใจผู้ที่เราแต่ใจตนเองเป็นใหญ่ จะให้บริการที่ดีไม่ได้ดังนั้นเมื่อได้รับการร้องเรียนต่อว่าจากผู้รับบริการจะต้องยอมรับว่าถ้าเป็นเมื่อเกิดความหงุดหงิดไม่พอใจก็ยอมอดที่จะต่อว่าไม่ได้หากมีพื้นฐานจิตใจกำหนดแนวคิดไว้เช่นนี้ก็สามารถอดทนอดกลั้นต่อการตำหนิติบ่นและต่อว่าจากลูกค้าหรือผู้รับบริการได้

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547, หน้า 107) กล่าวว่า ยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า หมายถึง การดูแลและการเอาใจใส่ในการให้บริการอย่างตั้งอกตั้งใจเนื่องจากเข้าใจปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าที่ต้องได้รับการตอบสนองเน้นการบริการและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างเป็นรายบุคคลตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันมีการสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้าอย่างต้องแท้

ทิพย์ฤทัย ตระการศักดิ์กุล (2547, หน้า 18) กล่าวว่า กิริยาอาการอ่อนโยน หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความสุภาพเรียบร้อย มีความนับถือในตัวลูกค้ารอบคอบ และเป็นมิตรต่อผู้บริโภค เช่น การให้บริการด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และการสื่อสารด้วยความสุภาพ

ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ ออยุธยา (2549, หน้า 182-185) กล่าวว่า ยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า หมายถึง ผู้ให้บริการต้องพยายามเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการหรือลูกค้าให้ความสนใจลูกค้ารายตัวและรู้จักลูกค้าประจำ

วิศณุพงศ์ ปินตาโมงค์ (2547, หน้า 8) กล่าวว่า กิริยาอาการอ่อนโยน หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความสุภาพเรียบร้อยมีความนับถือในตัวลูกค้ารอบคอบและเป็นมิตรต่อผู้บริโภค เช่น การให้บริการด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และการสื่อสารด้วยความสุภาพ เป็นต้น

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547, หน้า 274) กล่าวว่า ยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า หมายถึง การดูแลเอาใจใส่และการให้ความสนใจเป็นการส่วนตัวที่บริษัทมีให้แก่ลูกค้า

เสรี วงศ์สมฤติ (2547, หน้า 4) กล่าวว่า ยิ้มแย้มและเอาใจใส่ที่ลูกค้า หมายถึง มารยาทและความสุภาพของพนักงานต้อนรับในการให้บริการลูกค้าที่มาติดต่อในโรงเรียนสอนภาษาจีนกลาง

พัฒนา ศิริโชคิบัณฑิต (2548, หน้า 99) กล่าวว่า ยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า หมายถึง การที่เจ้าหน้าที่มีความเข้าใจเอาใจใส่ดูแลห่วงใยสนใจและพร้อมที่จะรับใช้แก่ลูกค้าได้อย่างดีเปรียบเสมือนว่าลูกค้าเป็นญาติคนหนึ่งของตนเมื่อมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการผู้ให้บริการให้การต้อนรับให้ความสนใจยิ้มแย้มแจ่มใสและมีใจที่เบิกบานเป็นการเอาใจใส่ที่ดีสิ่งนี้จะทำให้ลูกค้ามีความสบายใจเมื่อมารับบริการ

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2548, หน้า 191) กล่าวว่า ยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า หมายถึง บริษัทจะต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้าและให้บริการตรงกับความต้องการเหล่านั้นแก่ลูกค้าโดยคิดว่าถ้าพนักงานได้รับบริการนั้นพนักงานจะมีความรู้สึกอย่างไรลูกค้าก็จะมีความรู้สึกเช่นเดียวกัน

จินตนา ยูนิพันธ์ุ, และอารี ชิวเกษมสุข (2549, พฤศจิกายน 24) กล่าวว่า ยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า หมายถึง การให้บริการอย่างเอื้ออาทรและเอาใจใส่ดูแลผู้ใช้บริการเป็นรายบุคคล

ศิริลักษณ์ ติไพบูลย์ (2551, หน้า 54) กล่าวว่า ยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า หมายถึง ยิ้มแย้มและเอาใจใส่เห็นอกเห็นใจต่อความยากลำบากยุ่งยากของลูกค้า

เลิฟล็อก, และไรท์ (Lovelock, & Write, 1999, p. 237) กล่าวว่า ยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีการดูแลและให้ความสนใจในความต้องการของลูกค้า

คอตเลอร์ (Kotler, 2000, p. 592) กล่าวว่า ยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า หมายถึง การให้ความเอาใจใส่และสนใจดูแลลูกค้าเป็นรายบุคคลตามความต้องการของแต่ละบุคคลนั้น

เซียมทามล์, และไบท์ (Zeithaml, & Bitner, 2006, p. 57) กล่าวว่า ยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า หมายถึง การที่ผู้รับบริการต้องการได้รับความรู้สึกว่าคุณนั้นมีความสำคัญในสถานบริการ และผู้ให้บริการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างตั้งใจสามารถบริการแก้ปัญหาต่างๆ

ให้แก่ผู้รับบริการได้เป็นรายบุคคลและมีการสื่อสารกับลูกค้าได้เป็นอย่างดีที่สำคัญควรเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการแต่ละคนเท่าๆ กัน

กล่าวโดยสรุป ยิ้มแย้มอ่อนโยนและเอาใจใส่ลูกค้า หมายถึง ผู้ให้บริการต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้าและพร้อมที่จะให้บริการเหล่านั้นแก่ลูกค้าอย่างเต็มความสามารถด้วยความสุภาพอ่อนโยน ทำความเข้าใจปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าที่ต้องการได้รับการตอบสนองอย่างตั้งใจเน้นการให้บริการและการแก้ไขปัญหาเป็นรายบุคคลอย่างเท่าเทียมกันมีการติดต่อสื่อสารที่ดีมีประโยชน์แก่ลูกค้ายอมรับฟังปัญหาทั้งผลดีและผลเสียด้วยความเต็มใจพร้อมทั้งให้คำแนะนำหรือให้ข้อมูลที่ดีแก่ลูกค้าเสมอรวมไปถึงการติดต่อสอบถามไปยังลูกค้าหลังการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

#### 1.2 ขอบข่ายของยิ้มแย้มอ่อนโยนและเอาใจใส่ลูกค้า

รัตนา รัตนพรหม (2547, หน้า 8) กล่าวว่า บริการที่ให้กับลูกค้า ต้องให้ความสำคัญสะดวกในด้านเวลาสถานที่แก่ลูกค้าและวิธีการที่สามารถอำนวยความสะดวกคือ ไม่ให้ลูกค้ารอนานท่าทีที่ต้งเหมาะสมเพื่อแสดงถึงความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า

วิสาขา ลายชื่น (2548, หน้า 5) กล่าวถึงองค์ประกอบของการยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้าไว้ดังนี้

1. การให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละคนของพนักงาน
2. เวลาในการเปิดให้บริการความสะดวกแก่ลูกค้า
3. โอกาสในการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของกิจการผู้ให้บริการ
4. ความสนใจลูกค้าอย่างแท้จริงของพนักงาน
5. ความสามารถในการเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าอย่างชัดเจน

กรมตรวจบัญชีและสหกรณ์ (2549, หน้า 15) กล่าวถึง การยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้าไว้ว่า ผู้ให้บริการมีความยิ้มแย้มแจ่มใส แสดงออกถึงใบหน้าที่มีมิตรภาพต่อทุกคนที่อยู่ใกล้คุณสมบัติข้อนี้ผู้รับบริการคาดหวังจากผู้ให้บริการทุกคนเป็นเสมือนคุณสมบัติพื้นฐานที่จะสร้างความประทับใจเบื้องต้นข้อดีทั้งต่อการเริ่มต้นสร้างสัมพันธ์ภาพกับลูกค้าใหม่และสื่อสารอย่างสม่ำเสมอเพื่อรักษา ลูกค้าเดิมไว้ให้ยาวนาน

สรุปได้ว่า คุณภาพในการให้บริการชำระค่าไฟฟ้าของพนักงานเกี่ยวกับด้านยิ้มแย้มอ่อนโยนและเอาใจใส่ลูกค้า หมายถึง พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีความยิ้มแย้มแจ่มใส แสดงออกถึงใบหน้าที่มีมิตรภาพต่อทุกคนที่อยู่ใกล้คุณสมบัติข้อนี้ผู้รับบริการคาดหวังจากผู้ให้บริการทุกคนเป็นเสมือนคุณสมบัติพื้นฐานที่จะสร้างความประทับใจเบื้องต้น ข้อดีทั้งต่อการเริ่มต้นสร้างสัมพันธ์ภาพกับลูกค้าใหม่และสื่อสารอย่างสม่ำเสมอเพื่อรักษา ลูกค้าเดิมไว้ให้ยาวนาน พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีความอ่อนโยน สุภาพ มีกิจกรรมารยาทดีแสดงความสามารถสุภาพอ่อนโยนและรักษามารยาทที่ดีกับลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ทั้งการคิด, การพูด, และการแสดงออกทุกๆ อย่าง

## 2. ตอบสนองต่อความประสงค์

### 2.1 ความหมายของตอบสนองต่อความประสงค์

เบญจมาศ ศิริกมลเสถียร (2542, หน้า 29) กล่าวว่า ตอบสนองต่อความประสงค์ หมายถึง ความสามารถในการรับผิดชอบต่อผู้มารับบริการ (responsiveness) ผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการต่างๆ ของผู้มารับบริการได้ทันที่ซึ่งสามารถจัดบริการได้ตามความต้องการของผู้มารับบริการได้อย่างเหมาะสมมีการสื่อสารที่ดีในการชี้แจงการให้บริการทุกๆ ครั้ง

สมิต สัชฌุกร (2546, หน้า 180) กล่าวว่า ตอบสนองต่อความประสงค์ หมายถึง หัวใจการทำงานทุกอย่างอยู่ที่ความรวดเร็ว หากขาดความรวดเร็วเสียแล้วก็จะเพิกเฉยละเลยในหน้าที่ด้วยความไม่เอาใจใส่การให้บริการก็จะกระทำอย่างไม่จริงจังซึ่งจะตายมีการดกหล่นก่อนความเสียหายได้มาก

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547, หน้า 107) กล่าวว่า ตอบสนองต่อความประสงค์ หมายถึง ความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็วไม่ให้อารมณ์รวมทั้งเวลาเห็นลูกค้าแล้วต้องรีบเข้าไปต้อนรับหรือให้ความช่วยเหลือสอบถามถึงการเข้ามารับบริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547, หน้า 274) กล่าวว่า ตอบสนองต่อความประสงค์ หมายถึง ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าให้บริการอย่างทันทีทันใดและรวดเร็วฉับไว

ยุพาวรรณ วรณวณิชย์ (2548, หน้า 190) กล่าวว่า ตอบสนองต่อความประสงค์ หมายถึง ความรวดเร็วเป็นผลที่สะท้อนมาจากการปฏิบัติตามข้อตกลงที่จะให้บริการ การวัดคุณภาพงานบริการด้านความรวดเร็วนั้นจะเกี่ยวข้องกับความเต็มใจและความพร้อมของพนักงานที่จะให้บริการโอกาสที่ลูกค้าจะเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่พนักงานเอาแต่พุดคุยกันเอง โดยละเลยความต้องการของลูกค้าลักษณะเช่นนี้เป็นตัวอย่างที่เรียกว่า ไม่รับผิดชอบ

กรรณิการ์ วัฒนพฤดา, จิราภรณ์ วุฒิพันธุ์, ภััสสรา อินทรกำแหง, วรณิภา ศุกรियพงศ์, และศิริวรรณ ร่มเย็น (2549, หน้า 42) กล่าวว่า ตอบสนองต่อความประสงค์หมายถึง ความสนใจความตั้งใจที่จะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเพียรพยายามละเอียดรอบคอบเพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมายยอมรับผลการกระทำของตนทั้งในด้านที่เป็นผลดีและผลเสียทั้งพยายามปรับปรุงการปฏิบัติหน้าที่ให้ดียิ่งขึ้น

จินตนา ยูนิพันธุ์, และอารี ชิวเกษมสุข (2549, พดศจิกายน 24) กล่าวว่า ตอบสนองต่อความประสงค์ หมายถึง ความเต็มใจและตั้งใจที่จะให้บริการและพร้อมที่จะให้บริการอย่างทันที่ซึ่ง

เชียทามส์, และไบทน์ (Zeithaml, & Bitner, 2006, p.96) กล่าวว่า ตอบสนองต่อความประสงค์หมายถึง การที่สถานบริการนั้นมีหลักประกันว่าสามารถส่งมอบบริการที่มี

คุณภาพแก่ผู้รับบริการได้โดยพนักงานมีความรู้ ความสามารถ ไม่ก้าวร้าวและยังร่วมไปถึงมาตรฐานต่างๆ ของสถานที่บริการผู้รับบริการจะรู้สึกถึงความปลอดภัยในความรวดเร็วนั้น

กล่าวโดยสรุป ตอบสนองต่อความประสงค์ หมายถึง ความเต็มใจหรือความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าการปฏิบัติงานนั้นจะต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเพียรพยายามละเอียดรอบคอบเพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมายเสร็จทันกำหนดเวลาตามที่ลูกค้าได้ระบุไว้โดยไม่ต้องรอนานรวมทั้งพยายามที่จะปรับปรุงแก้ไขการปฏิบัติงานและการบริการในด้านความสะดวกรวดเร็วให้มีความทันสมัยและดียิ่งขึ้นพร้อมทั้งรักษาระดับมาตรฐานต่างๆ ของสถานที่ให้บริการทำให้ผู้มารับบริการรู้สึกถึงความปลอดภัยในความรวดเร็ว

## 2.2 ขอบข่ายของตอบสนองต่อความประสงค์

วิชาชา ลายชิน (2548, หน้า 5) กล่าวถึง องค์ประกอบของการตอบสนองต่อความประสงค์ไว้ดังนี้

1. มีระบบการบริการที่ให้บริการได้รวดเร็ว
2. ความพร้อมของพนักงานในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ลูกค้า
3. ความรวดเร็วในการทำงานของพนักงาน
4. ความพร้อมของพนักงานในการให้บริการลูกค้าได้ทันทีที่ต้องการ

กรมตรวจบัญชีและสหกรณ์ (2549, หน้า 15) กล่าวถึง การตอบสนองต่อความประสงค์ไว้ว่า ผู้ให้บริการมีการตอบสนองที่รวดเร็วต่อความต้องการของลูกค้าไม่แสดงปฏิกิริยาที่เฉื่อยชาหรือเฉยเมยต่อผู้รับบริการ

สรุปได้ว่า คุณภาพในการให้บริการรับชำระค่าไฟฟ้าของพนักงานเกี่ยวกับด้านตอบสนองต่อความประสงค์ หมายถึง พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีการตอบสนองที่รวดเร็วต่อความต้องการของลูกค้าไม่แสดงปฏิกิริยาที่เฉื่อยชาหรือเฉยเมยต่อผู้รับบริการมีระบบการบริการที่ให้บริการได้รวดเร็วและความพร้อมของพนักงานในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ลูกค้า

## 3. ความนับถือ

### 3.1 ความหมายของความนับถือ

จินดนา บุญบงการ (2545, หน้า 18) กล่าวว่า ความนับถือ หมายถึง การแสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้มารับบริการ

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2545, หน้า 7) กล่าวว่า ความนับถือ หมายถึง การแสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

อรุณ วิชกิจ (2548, หน้า 15) กล่าวว่า ความนับถือ หมายถึง การแสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติแก่ลูกค้า

ธรรมศาสตร์อาสา (2550, หน้า 3) กล่าวว่า ความนับถือ หมายถึง แสดงถึงความนับถือและให้เกียรติแก่ลูกค้า

เทียนชัย ไชยเศรษฐ (2551, กันยายน 10) กล่าวว่า ความนับถือ หมายถึง การแสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

ศิริลักษณ์ ดีไพบูลย์ (2551, หน้า 54) กล่าวว่า ความนับถือ หมายถึง การแสดงออกถึงความนับถือและให้เกียรติลูกค้า

เคนนอน (Kennon, 1999, pp.24-25) กล่าวว่า ความนับถือคือความรู้สึกมีคนชอบ คนรู้จักมากและเป็นที่น่าเชื่อถือของคนอื่น และเมื่อเสนอความคิดเห็นหรือให้คำแนะนำแล้ว จะได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า

กล่าวโดยสรุป ความนับถือ หมายถึง การแสดงออกถึงการให้เกียรติและความนับถือแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

### 3.2 ขอบข่ายของความนับถือ

วิสาขา ลายชื่น (2548, หน้า 4) กล่าวถึงองค์ประกอบของความนับถือไว้ดังนี้

1. ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้
2. การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า และการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการ
3. การทำงานไม่ผิดพลาด
4. การบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมือให้พร้อมใช้งานเสมอ
5. การมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการบริการ

กรมตรวจบัญชีและสหกรณ์ (2549, หน้า 15) กล่าวถึง ความนับถือไว้ว่า ผู้ให้บริการแสดงความนับถือให้เกียรติผู้ให้บริการที่ดีควรจะต้องรู้จักให้เกียรติยกย่องลูกค้าอยู่เสมอ ไม่ควรแสดงออกใดๆ ที่เป็นการดูถูกเหยียดหยามผู้รับบริการตลอดเวลาที่ให้บริการควรทำให้ผู้รับบริการรู้สึกที่ได้รับเกียรติอยู่ตลอด

สรุปได้ว่า คุณภาพในการให้บริการชำระค่าไฟฟ้าด้านความนับถือคือ พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคให้เกียรติและแสดงความนับถือ ผู้ให้บริการที่ดีควรจะต้องรู้จักให้เกียรติยกย่องลูกค้าอยู่เสมอ ไม่ควรแสดงออกใดๆ ที่เป็นการดูถูกหรือดูหมิ่นเหยียดหยามผู้รับบริการตลอดเวลาที่ให้บริการควรทำให้ผู้รับบริการรู้สึกที่ได้รับเกียรติอยู่ตลอด

## 4. การให้บริการด้วยความสมัครใจ และการรักษาภาพพจน์ขององค์กร

### 4.1 ความหมายของการให้บริการด้วยความสมัครใจ และการรักษาภาพพจน์ขององค์กร

พิมพ์ชนก ศันสนีย์ (2540, หน้า 17) กล่าวว่า การให้บริการด้วยความสมัครใจ และการรักษาภาพพจน์ขององค์กร หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้สัญญาไว้อย่างแน่นอนและแม่นยำ เช่น การให้บริการตามที่แจ้งไว้กับลูกค้า และลักษณะภายนอกที่สามารถมองเห็นได้ของอุปกรณ์บุคลากรที่ให้บริการตลอดจนสื่อต่างๆ ว่ามีความเหมาะสมสวยงามและ

ทันสมัยหรือไม่เช่น ลักษณะของสถานที่ให้บริการ ตลอดจนอุปกรณ์มีความทันสมัยและสวยงาม เป็นต้น

สุภาพร คำหมื่น (2544, หน้า 13) กล่าวว่า การให้บริการด้วยความสมัครใจ และการรักษาภาพพจน์ขององค์กร หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้สัญญาไว้กับลูกค้าอย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ เช่น มีความถูกต้องแม่นยำในการวินิจฉัยปัญหาทางการแพทย์ และการให้บริการพยาบาล และลักษณะภายนอกที่สามารถจับต้องมองเห็นรวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย สวยงาม บุคลากรที่ให้บริการและอุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัยซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงการให้บริการดังกล่าวได้ เช่น การจัดอาคารสถานที่ให้สะอาด เรียบร้อยมีการจัดสวนหย่อมไม้ดอกไม้ประดับในบริเวณอาคารเพื่อช่วยให้ผู้ป่วยและญาติคนไข้ใช้

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2545, หน้า 7) กล่าวว่า การให้บริการด้วยความสมัครใจ และการรักษาภาพพจน์ขององค์กร หมายถึง เป็นการให้บริการด้วยความสมัครใจและเต็มใจทำ และการแสดงออกซึ่งภาพพจน์ของผู้ให้บริการรวมทั้งการสร้างเสริมภาพพจน์ขององค์กรด้วย

ทิพย์ฤทัย ตระการศักดิ์กุล (2547, หน้า 18) กล่าวว่า การให้บริการด้วยความสมัครใจ และการรักษาภาพพจน์ขององค์กร หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้สัญญาไว้อย่างแน่นอนและแม่นยำ เช่น การให้บริการตามที่ได้แจ้งไว้แก่ลูกค้า และลักษณะภายนอกที่สามารถมองเห็นได้ของอุปกรณ์บุคลากรที่ให้บริการ ตลอดจนสื่อต่างๆ ว่ามีความเหมาะสม สวยงามและทันสมัยหรือไม่ เช่น ลักษณะของสถานที่ให้บริการ ตลอดจนอุปกรณ์มีความทันสมัยและสวยงาม เป็นต้น

วิศณุพงศ์ ปินดาโมงค์ (2547, หน้า 8) กล่าวว่า การให้บริการด้วยความสมัครใจ และการรักษาภาพพจน์ขององค์กร หมายถึง ความเชื่อถือได้และความซื่อสัตย์ขององค์กรไว้ อย่างแน่นอนและแม่นยำ เช่น การให้บริการตามที่ได้แจ้งไว้แก่ลูกค้า และลักษณะภายนอกที่สามารถมองเห็นได้ของอุปกรณ์บุคลากรที่ให้บริการ ตลอดจนสื่อต่างๆ ว่ามีความเหมาะสม สวยงามและทันสมัยหรือไม่ เช่น ลักษณะของสถานที่ให้บริการ ตลอดจนอุปกรณ์มีความทันสมัยและสวยงาม เป็นต้น

ธรรมศาสตร์อาสา (2550, หน้า 3) กล่าวว่า การให้บริการด้วยความสมัครใจ และการรักษาภาพพจน์ขององค์กร หมายถึง ลักษณะการให้บริการเป็นแบบสมัครใจและเต็มใจทำมิใช่ทำแบบเสียมิได้ และแสดงออกถึงการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการและเสริมภาพพจน์ขององค์กร

เทียนชัย ไชยเศรษฐ (2551, กันยายน 10) กล่าวว่า การให้บริการด้วยความสมัครใจ และการรักษาภาพพจน์ขององค์กร หมายถึง การให้บริการด้วยความสมัครใจและเต็มใจทำ และการแสดงออกซึ่งภาพพจน์ของผู้ให้บริการรวมทั้งการสร้างเสริมภาพพจน์ขององค์กรด้วย

ศิริลักษณ์ ดีไพบูลย์ (2551, หน้า 54) กล่าวว่า การให้บริการด้วยความสมัครใจ และการรักษาภาพพจน์ขององค์กร หมายถึง การให้บริการลูกค้าด้วยความสมัครใจและเต็มใจ มีใจทำแบบเสียมิได้ และการแสดงซึ่งการรักษาภาพลักษณ์ขององค์กร

กล่าวโดยสรุป การให้บริการด้วยความสมัครใจ และการรักษาภาพพจน์ขององค์กร หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้สัญญาไว้กับลูกค้าอย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ เช่น มีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการด้วยความสมัครใจ และเต็มใจทำ และการแสดงออกซึ่งภาพพจน์ของผู้ให้บริการรวมทั้งการสร้างเสริมภาพพจน์ขององค์กรด้วย

#### 4.2 ขอบข่ายของให้บริการด้วยความสมัครใจ และการรักษาภาพพจน์ขององค์กร

ทิพย์ฤทัย ตระการศักดิ์กุล (2547, หน้า 7) กล่าวถึงการรักษาภาพพจน์ของธุรกิจว่า ผู้ปฏิบัติต้องสร้างภาพพจน์แก่ธุรกิจเพื่อให้ได้ความน่าเชื่อถือและได้รับความไว้วางใจ ซึ่งภาพพจน์ในทางที่ดี เป็นที่ต้องการขององค์กรธุรกิจซึ่งพิจารณาจากความเหมาะสมเป็นสำคัญ ทั้งนี้อาจพิจารณาจากสิ่งต่อไปนี้

1. ผู้บริหารมีประวัติดี มีชื่อเสียง ผู้คนเลื่อมใส
2. องค์กรเก่าแก่แต่ทันสมัย
3. มีผลงานเชื่อถือได้
4. ชื่อเสียงดีในวงการธุรกิจ
5. เป็นองค์กรที่เป็นสากล
6. ชื่อสัตย์และรับผิดชอบการให้บริการ
7. บริการรวดเร็วทันใจ เอาใจใส่ผู้ใช้บริการ
8. ติดอันดับ 1 ใน 10 ของประเทศ
9. ให้ความเอาใจใส่ ดูแลผลประโยชน์ของผู้ใช้บริการ
10. ดำเนินการฉับไว ไม่ดิ่งงาน

รัตนา รัตนพรหม (2547, หน้า 8) กล่าวถึงการสร้างภาพพจน์สำหรับบริษัทที่ให้บริการโดยอาศัยสัญลักษณ์ ดราสีนค้ำ โดยอาศัยเครื่องมือโฆษณาและประชาสัมพันธ์และการสื่อสารการตลาดอื่นๆ

วิสาขา ลายชื่น (2548, หน้า 5) กล่าวถึงองค์ประกอบของลักษณะการให้บริการเป็นแบบสมัครใจไว้ดังนี้

1. ความรู้ความสามารถของพนักงานในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ
2. การสร้างความปลอดภัยและเชื่อมั่นในการรับบริการ
3. ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน
4. พฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการของบริษัท

กรมตรวจบัญชีและสหกรณ์ (2549, หน้า 15) กล่าวถึง ลักษณะการให้บริการ เป็นแบบสมัครใจไว้ว่า ผู้ให้บริการเป็นผู้ที่มีความเต็มใจและสมัครใจในการทำงานสื่อสารเพื่อการ บริการ กล่าวไว้ว่า ผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการเต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้อื่นรู้สึกเป็นสุข และภูมิใจต่องานด้านบริการอยู่เสมอ

สรุปได้ว่าคุณภาพในการให้บริการชำระค่าไฟฟ้าของพนักงานเกี่ยวกับการ ให้บริการด้วยความสมัครใจ และการรักษาภาพพจน์ขององค์กร หมายถึง การที่พนักงานการ ไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีความเต็มใจและสมัครใจในการทำงานสื่อสารเพื่อการบริการ กล่าวไว้ว่า ผู้ ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการเต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้อื่นรู้สึกเป็นสุขและภูมิใจต่องานด้าน บริการอยู่เสมอ และการที่พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคต้องเป็นผู้ที่รักษาภาพลักษณ์ให้ องค์กรอยู่ตลอดเวลา ด้วยการพัฒนาตนเองให้มีบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับงานมีความสง่างาม เป็นที่ประทับใจแก่ผู้รับบริการทุกคนที่พบเห็นรู้จักยกย่องเชิดชูองค์กรและสินค้าที่ให้บริการอยู่ กล่าวถึงทุกสิ่งทุกอย่างขององค์กรในทางที่ดีเพื่อช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้ดียิ่งขึ้น

## 5. ความกระฉับกระเฉง

### 5.1 ความหมายของความกระฉับกระเฉง

พิมพ์ชนก คັນสนีย์ (2540, หน้า 17) กล่าวว่า ความกระฉับกระเฉง หมายถึง ความเต็มใจของผู้ให้บริการที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การให้บริการแก่ผู้รับบริการ ณ เคาน์เตอร์ฝาก-ถอนเงินของธนาคารได้ทันทีทันใดเป็นต้น

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2545, หน้า 7) กล่าวว่า ความกระฉับกระเฉง หมายถึง มีความกระฉับกระเฉงและกระตือรือร้นระหว่างการให้บริการซึ่งเป็นการให้บริการเกินกว่าที่ลูกค้า คาดหวังไว้เสมอ

ทิพย์ฤทัย ตระการศักดิ์กุล (2547, หน้า 18) กล่าวว่า ความกระฉับกระเฉง หมายถึง ความเต็มใจของผู้ให้บริการที่จะให้บริการอย่างรวดเร็วเช่น การให้บริการแก่ผู้รับบริการ ณ เคาน์เตอร์ฝากถอนเงินของธนาคารได้ทันทีทันใดเป็นต้น

วิศณุพงศ์ ปินดาโมงค์ (2547, หน้า 8) กล่าวว่า ความกระฉับกระเฉง หมายถึง ความเต็มใจของผู้ให้บริการที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การให้บริการแก่ผู้รับบริการ ณ เคาน์เตอร์ฝาก-ถอนเงินของธนาคารได้ทันทีทันใดเป็นต้น

ธรรมศาสตร์อาสา (2550, หน้า 3) กล่าวว่า ความกระฉับกระเฉง หมายถึง ความกระฉับกระเฉงและกระตือรือร้นขณะบริการจะให้บริการมากกว่าคาดหวังเสมอ

เทียนชัย ไชยเศรษฐ (2551, กันยายน 10) กล่าวว่า ความกระฉับกระเฉง หมายถึง มีความกระฉับกระเฉงและกระตือรือร้นระหว่างการให้บริการซึ่งเป็นการให้บริการเกิน กว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้เสมอ ความเต็มใจของผู้ให้บริการที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว

ศิริลักษณ์ ดีไพบูลย์ (2551, หน้า 54) กล่าวว่า ความกระฉับกระเฉง หมายถึง ความกระฉับกระเฉงกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้า

กล่าวโดยสรุป ความกระฉับกระเฉง หมายถึง การให้บริการอย่างรวดเร็วด้วยความกระฉับกระเฉง ซึ่งจะเป็นการให้บริการเกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้เสมอ

## 5.2 ขอบข่ายของความกระฉับกระเฉง

รัตนา รัตนพรหม (2547, หน้า 9) กล่าวถึง ความกระฉับกระเฉงไว้ว่า ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นผู้ที่ทำงานบริการทุกคนต้องมีความกระตือรือร้นอยู่เสมอสนใจและใส่ใจให้บริการอยู่ตลอดเวลาไม่เฉยเมยและทอดทิ้งลูกค้าผู้ที่มีความกระตือรือร้นนั้นสะท้อนให้เห็นได้ว่าเป็นผู้ที่มีความมั่นใจในตนเองมีความพร้อมมีวุฒิภาวะทั้งทางร่างกายและจิตใจจะเป็นผู้ที่มีเสน่ห์ในสายตาของทุกคนที่พบเห็น

กรมตรวจบัญชีและสหกรณ์ (2549, หน้า 15) กล่าวถึง ความกระฉับกระเฉงไว้ว่า ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นผู้ที่ทำงานบริการทุกคนต้องมีความกระตือรือร้นอยู่เสมอสนใจและใส่ใจให้บริการอยู่ตลอดเวลาไม่เฉยเมยและทอดทิ้งลูกค้าผู้ที่มีความกระตือรือร้นนั้นสะท้อนให้เห็นได้ว่าเป็นผู้ที่มีความมั่นใจในตนเองมีความพร้อมมีวุฒิภาวะทั้งทางร่างกายและจิตใจจะเป็นผู้ที่มีเสน่ห์ในสายตาของทุกคนที่พบเห็นลูกค้าเกิดความประทับใจ

สรุปได้ว่าคุณภาพในการให้บริการชำระค่าไฟฟ้าของพนักงานเกี่ยวกับความกระฉับกระเฉงหมายถึง พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีความกระตือรือร้น ผู้ที่ทำงานบริการทุกคนต้องมีความกระตือรือร้นอยู่เสมอสนใจและใส่ใจให้บริการอยู่ตลอดเวลาไม่เฉยเมยและทอดทิ้งลูกค้า ผู้ที่มีความกระตือรือร้นนั้นสะท้อนให้เห็นได้ว่าเป็นผู้ที่มีความมั่นใจในตนเองมีความพร้อมมีวุฒิภาวะทั้งทางร่างกาย และจิตใจจะเป็นผู้ที่มีเสน่ห์ในสายตาของทุกคนที่พบเห็นทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. งานวิจัยภายในประเทศ

สุวัฒนา ไบเจริญ (2540, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาขอนแก่น (ภาคค่า) ในช่วงเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม 2540 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสินเกี่ยวกับด้านพนักงานและการต้อนรับด้านสถานที่ประกอบการด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการให้บริการและด้านระยะเวลาในการดำเนินการและศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีอาชีพและอายุต่างกันโดยใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเลือก โดยวิธีสุ่มแบบเจาะจงเฉพาะลูกค้าที่ใช้บริการเป็นระยะเวลานานตั้งแต่หนึ่งปีขึ้นไปจำนวน 1,000 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้ (one way ANOVA) ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้คือ ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าของธนาคารออมสินสาขาขอนแก่น (ภาคค่า) มีความพึงพอใจในระดับมากต่อการให้บริการในด้านพนักงานและการต้อนรับด้านความสะดวกที่ได้รับด้านข้อมูลที่ได้รับจากการ

ให้บริการและด้านระยะเวลาในการดำเนินการลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อการให้บริการด้านสถานที่ประกอบการและลูกค้าที่มีอาชีพและอายุต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานเรียนมีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ ค้าขาย และอาชีพอื่นๆ ลูกค้าที่มีอายุ 7-15 ปี มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่อายุ 16 ปีขึ้นไป

อภิญาพร มาลีวรรณ (2540, บทคัดย่อ) วิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของผู้แทนจำหน่ายเครื่องจักรกลการเกษตรกรณีศึกษาอำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการโดยภาพรวมพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับสูงเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับสูงทุกด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) พนักงาน 2) ด้านบริการก่อนการขาย 3) ด้านการบริการหลังการขาย 4) ด้านสถานประกอบการ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ภูมิสำเนา ระยะความคุ้นเคยผูกพันกับร้านค้าและสาเหตุการตัดสินใจเข้ารับบริการ

สุวิมล สังข์เครือ (2541, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ภายหลังจากปรับโครงสร้างองค์กรแล้ว กรณีศึกษาธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาปากน้ำ ผลจากการศึกษาพบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างของธนาคารส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายมีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการและรัฐวิสาหกิจมีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาท โดยมีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 5 ปี ที่มีการติดต่อกับธนาคารมาใช้บริการเดือนละ 1-3 ครั้ง ซึ่งผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในด้านต่างๆ นั้นสรุปได้ว่าอันดับ 1 ลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการด้านหน้าเคาน์เตอร์ อันดับ 2 ลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการทั่วไปเกี่ยวกับการบริการถอนเงินทางเครื่องเอทีเอ็มอันดับ 3 ลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อในการมีมนุษย์สัมพันธ์ความรู้ ความสามารถและความไว้วางใจเกี่ยวกับด้านความน่าเชื่อถือโดยในภาพรวมของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารนั้นอยู่ในระดับที่พึงพอใจปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

จริยา บุญสุยา (2543, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัทหลักทรัพย์ เอกธำรง เคไอจี จำกัด (มหาชน) สาขาสุรินทร์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจและปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางเมื่อแยกด้านพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านพนักงานและการบริการรองลงมาคือด้านอาคารสถานที่และน้อยที่สุดคือด้านข้อมูลข่าวสารปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการ

ให้บริการได้แก่ สถานภาพสมรสรูปแบบการซื้อขายหลักทรัพย์ที่นิยมซื้อขายวงเงินที่ได้รับอนุมัติ ปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ, รายได้วัตถุประสงค์ในการลงทุนความถี่ในการไปห้องน้ำแตกต่างกันระยะถือครองหลักทรัพย์

วีรชัย พุฒิสกุลวงศ์ (2543, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมการและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเวลาดีโฟน 1800 ดิจิตอล ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเวลาดีโฟน 1800 ดิจิตอล จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการและความพึงพอใจในการใช้บริการได้แก่ เพศและอายุมีความสำคัญต่อการใช้จ่ายจำนวนเวลาในการสนทนาแต่ละครั้งเพศมีความสัมพันธ์กับปริมาณค่าใช้จ่ายบริการ เพศ อายุ อาชีพและสถานภาพมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการโทรออกแต่ละวัน เพศ อายุ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับวันที่ใช้ในการโทรศัพท์อายุ และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการเสริม อายุ อาชีพ และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับวิธีการชำระค่าบริการอาชีพมีความสัมพันธ์กับผู้ที่รับผิดชอบค่าบริการอาชีพ และสถานภาพมีความสัมพันธ์กับความคิดจะยกเลิกการให้บริการ

สุเทพ เฉลิมแสน (2544, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าที่มีต่อการให้บริการสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดร้อยเอ็ด ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการให้บริการสินเชื่อมีระดับความพึงพอใจมากและมีระดับความพึงพอใจมากทั้ง 3 เรื่อง ได้แก่ 1) คุณภาพการให้บริการสินเชื่อ 2) การให้เกษตรกรลูกค้ากู้เงินและ 3) การดำเนินงานหลังการให้เกษตรกรลูกค้ากู้เงินแต่มีระดับความพึงพอใจน้อย 6 ประเด็น ได้แก่ 1) การจัดโต๊ะ และเก้าอี้สำหรับลูกค้า 2) การให้คำแนะนำความรู้เกี่ยวกับอาชีพการเกษตร 3) การให้คำแนะนำความรู้เกี่ยวกับอาชีพเสริม 4) การใช้บุคคลในกลุ่มค้าประกัน 5) รายขึ้นไป 5) บุคคลหนึ่งค้าประกันบุคคลในกลุ่มก็คนก็ได้ และ 6) การใช้ที่ดินจำนวนค้าประกันเงินกู้ได้ไม่เกินร้อยละ 50 ของราคาประเมินผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าจำแนกตามลักษณะพื้นฐานบางประการทางสังคมและเศรษฐกิจ และสาขาของธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์ ในจังหวัดร้อยเอ็ด (สาขาสุวรรณภูมิ, สาขาวิชัยบุรี, สาขาเมืองร้อยเอ็ด, และสาขาเสลภูมิ) พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งเรื่องคุณภาพการให้บริการสินเชื่อการให้เกษตรกรลูกค้ากู้เงินและการดำเนินงานหลังการให้เกษตรกรลูกค้ากู้เงินจำแนกตามลักษณะการประเมินเกษตรกรลูกค้าพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเรื่องคุณภาพการให้บริการสินเชื่อและการดำเนินงานหลังการให้เกษตรกรลูกค้ากู้เงิน

บุษบา เชื้อวงศ์ (2545, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัท เอ็ม เอ็ม ซี สิทธิผล จำกัด สาขาหัวหมากพบว่า ลูกค้าที่เป็นชาย 255 คน คิดเป็นร้อยละ 64 และลูกค้าเป็นหญิง 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความคิดเห็น

เกี่ยวกับความพึงพอใจแต่ละประเภทของการให้บริการที่ศูนย์บริการหัวหมากทั้งปัจจัยด้านสภาพของศูนย์บริการซึ่งประกอบด้วยความสะดวกของทำเลที่ตั้งความง่ายในการหาเคาน์เตอร์รับรถความสะดวกในการนัดหมายเข้ารับบริการความสะดวกสบายของห้องพักสำรองรถลูกค้าความสะดวกของศูนย์ช่วงเวลาในการบริการลูกค้าที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าส่วนลูกค้าที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจมากที่สุดด้านการบริการของพนักงานรับรถการต้อนรับและด้านความสะดวกสบายในการชำระเงินลูกค้าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจมากด้านคุณภาพของการให้บริการ ราคาค่าบริการและอะไหล่ลูกค้าที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจปานกลางส่วนลูกค้าที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าสรุปการให้บริการโดยรวมของบริษัทลูกค้าส่วนใหญ่ทั้งเพศชายหญิงมีความพึงพอใจมากจากความคิดเห็นของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ และจากการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าจำแนกตามปัจจัยภูมิหลังพบว่าลูกค้าที่จำแนกความแตกต่างของอายุ เพศ และอายุการใช้งานของรถยนต์จะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันในเรื่องการให้บริการของพนักงานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมเกียรติ ฉายสุริย์ศรี (2545, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่นำรถเข้ารับบริการ ณ ศูนย์บริการรถยนต์ฮอนด้า ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจของลูกค้าในการนำรถยนต์เข้ารับบริการ ณ ศูนย์บริการฮอนด้าทั้ง 7 ด้าน พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์ของด้านศูนย์บริการด้านพนักงานรับรถ/การต้อนรับด้านคุณภาพการซ่อมด้านราคาบริการและอะไหล่ด้านการชำระเงินด้านการติดตามหลังการซ่อมและความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับมากทุกด้านส่วนผลการทดสอบการเปรียบเทียบระหว่างตัวแปรอิสระซึ่งประกอบไปด้วยศูนย์รถยนต์ และรุ่นรถยนต์กับความพึงพอใจของลูกค้าในการนำรถยนต์เข้ามาใช้บริการซึ่งเป็นตัวแปรตามในระดับนัยสำคัญที่ .05 พบว่าตัวแปรด้านศูนย์บริการซึ่งเป็น 10 ศูนย์ และรุ่นรถยนต์ซึ่งแบ่งเป็น 4 รุ่น ไม่มีผลทำให้ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ณ ศูนย์บริการรถยนต์ฮอนด้า ทั้ง 7 ด้าน แตกต่างกัน

ธีรนุช สมพยัคฆ์ (2546, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการชำระเงินค่าไฟฟ้า : กรณีศึกษาผู้ใช้ไฟฟ้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตราด การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการชำระเงินค่าไฟฟ้าของผู้ใช้ไฟฟ้ากรณีศึกษาผู้ใช้ไฟฟ้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตราด และศึกษาปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะที่มีผลต่อรูปแบบการชำระเงินค่าไฟฟ้าของผู้ใช้ไฟฟ้ารูปแบบการดำเนินวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้ไฟฟ้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตราด จำนวน 54 ราย ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ 1) การชำระเงินค่าไฟฟ้าเก็บตัวแทนเก็บเงิน มีปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบมีคือ 1. ผู้ใช้ไฟฟ้ามีเวลาอยู่กับบ้าน 2. มีความเสมอภาคในการให้บริการ 3. ความตรงต่อเวลา 4. การบริการที่รวดเร็ว 5. ค่าบริการที่ประหยัด 2) การชำระเงินค่าไฟฟ้าที่สำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดตราด มีปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบนี้คือ 1. ผู้ใช้ไฟฟ้าไม่มีเวลาอยู่กับบ้าน 2. มีความยืดหยุ่นด้านเวลา 3. การบริการที่รวดเร็ว 4. ระยะทางจากบ้าน ถึง

สำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดตราดไม่ไกลมาก 3) การชำระค่าไฟฟ้าผ่านธนาคารโดยหักบัญชีเงินผ่านธนาคารมีปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบนี้คือ 1. ผู้ใช้ไฟฟ้าไม่มีเวลาอยู่กับบ้าน 2. มีความยืดหยุ่นด้านเวลา 3. การบริการที่รวดเร็ว 4. อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน และ 4) การชำระเงินค่าไฟฟ้าที่ร้านค้าสะดวกซื้อ (เซเว่น อีเลฟเว่น) มีปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบ แบบนี้คือ 1. ผู้ใช้ไฟฟ้าไม่มีเวลาอยู่กับบ้าน 2. มีความเสมอภาคในการให้บริการ 3. มีความยืดหยุ่นด้านเวลา 4. การบริการที่รวดเร็ว 5. อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน

ศรุตติ ละจัต (2546, บทคัดย่อ) การวิจัยเรื่องวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารออมสินในด้านต่างๆ 5 ด้านได้แก่ บริการที่เป็นรูปธรรม, ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานคุณภาพการตอบสนองต่อลูกค้า ความมั่นใจได้ และความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการสินเชื่อโดยรวมของธนาคารออมสินมีค่าเฉลี่ย 3.55 อยู่ในระดับมาก ด้านความมั่นใจได้ สูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.86 รองลงมา ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.78 ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ มีค่าเฉลี่ย 3.53 ด้านความเชื่อถือได้ในมาตรฐานคุณภาพมีค่าเฉลี่ย 3.51 และด้านบริการที่เป็นรูปธรรมมีค่าเฉลี่ย 3.05 ตามลำดับโดยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินพบว่าธนาคารควรมีการปรับปรุงคุณภาพการบริการด้านบริการที่เป็นรูปธรรม โดยเฉพาะเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยในการให้บริการลูกค้าในด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสารให้มีความถูกต้องรวดเร็วมากยิ่งขึ้นและควรมีการติดป้ายประกาศต่างๆ เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารให้ลูกค้าทราบเพื่อไม่ให้ลูกค้าต้องมาสอบถามกับพนักงานเองเพราะบางครั้งพนักงานปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ ทำให้ไม่สามารถตอบข้อซักถามของลูกค้าได้

หนึ่งฤทัย วัชระเวทิน (2546, บทคัดย่อ) การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้บริโภคมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการจากห้างสรรพสินค้าที่ดีเยี่ยมทั้งโดยรวมและจำแนกในแต่ละด้านได้แก่ บริการที่เป็นรูปธรรมความเชื่อถือได้ในมาตรฐานคุณภาพการตอบสนองต่อลูกค้าความมั่นใจได้ ความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ 2) ผู้บริโภคมีการรับรู้ถึงการบริการที่ได้รับจริงจากห้างสรรพสินค้าทั้งโดยรวมและจำแนกในแต่ละด้านมากกว่าร้านค้าปลีกที่อื่น 3) ผู้บริโภคมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของห้างสรรพสินค้าที่ดีเยี่ยม และห้างสรรพสินค้าที่ดีเยี่ยมทั้งโดยรวมและจำแนกในแต่ละด้านมากกว่าการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสรุปได้ว่า ผู้บริโภคเกิดความไม่พึงพอใจต่อคุณภาพการบริการที่ได้รับจากห้างสรรพสินค้า และห้างสรรพสินค้า

ธีรพงษ์ ศิริโสสม (2547, บทคัดย่อ) ศึกษา การศึกษาปัญหาและคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ที่ดินในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัญหาและคุณภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียน สำนักงานที่ดินในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจในของผู้มารับบริการที่มีต่อการบริการของเจ้าหน้าที่ฝ่าย

ทะเบียน สำนักงานที่ดินในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียน สำนักงานที่ดินในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ ของผู้มารับบริการที่มีความแตกต่างกันในเรื่อง เพศ อายุ และระดับการศึกษา ผลการศึกษาค้นคว้าปรากฏดังนี้ 1) เจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียนเห็นว่ามีปัญหาในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีปัญหาสูงสุดคือ ด้านงานควบคุมและรักษาทะเบียนที่ดิน ส่วนด้านที่มีปัญหาลดต่ำสุดคือ ด้านการรับคำขอต่าง ๆ 2) ผู้มารับบริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพในการบริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียนสำนักงานที่ดินในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านความโปร่งใส ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความเสมอภาค 3) ผู้มารับบริการเพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการบริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียนสำนักงานที่ดิน โดยรวมและเป็นรายด้าน 3 ด้าน ไม่แตกต่างกันคือ ด้านความรวดเร็ว ด้านความเสมอภาค และด้านความโปร่งใส แต่ผู้รับบริการเพศชาย มีความพึงพอใจในด้านความสะดวก 4) ผู้มารับบริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียนสำนักงานที่ดิน โดยรวมและเป็นรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 ด้าน คือ ด้านความสะดวก ด้านความรวดเร็ว ด้านความถูกต้อง และด้านความเสมอภาค และไม่แตกต่าง 1 ด้าน คือ ด้านความโปร่งใส และ 5) ผู้มารับบริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียน สำนักงานที่ดิน โดยรวมและเป็นรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านความสะดวก ด้านความรวดเร็ว ด้านความถูกต้อง ด้านความเสมอภาค และด้านความโปร่งใส

มาลี นันทิวชิรินทร์ (2548, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ตลอดจนปัญหาที่พบจากการใช้บริการโดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือลูกค้าที่มาติดต่อใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์ที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาถนนบางนา - ตราด (เนชั่นทาวเวอร์) สาขาถนนบางนา - ตราด (เซ็นทรัลซิตี้) สาขาเพลินจิต ทาวเวอร์ และสำนักพระรามที่ 3 โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 200 ชุด โดยใช้สถิติร้อยละ และค่าเฉลี่ยมัชฌิมเลขคณิต ( $\bar{x}$ ) ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าอาชีพพนักงานบริษัทมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และประเภทบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการได้แก่ บริการกรุงศรีเอทีเอ็ม ร้อยละ 92.20 รองลงมา ได้แก่ บริการเครื่องปรับสมุดคู่ฝากอัตโนมัติ ร้อยละ 79.20 และบริการเครื่องรับฝากเงินสด ร้อยละ 63.90 ตามลำดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ความหลากหลายของบริการมาเป็นลำดับแรก ส่วนที่

รองลงมาได้แก่ ประสิทธิภาพในการให้บริการความสะดวกและง่ายต่อการใช้บริการความเชื่อมั่นในเรื่องของความถูกต้องความปลอดภัยขออบบริการเทคโนโลยีและความมั่นคงของธนาคารและความรู้ความเข้าใจในประเภทผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการตามลำดับทำเลที่ตั้งเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ไม่โดดเด่นลูกค้าไม่ยอมกลงใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เนื่องจากไม่คุ้นเคยหรือไม่มั่นใจในความถูกต้องการแก้ไขระบบต่างๆ ในวันหยุดทำการล่าช้าทำให้ไม่สามารถใช้บริการได้ สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาในครั้งต่อไปควรมีการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้ใช้บริการผู้ใช้บริการที่สาขาอื่นๆ หรือธนาคารพาณิชย์อื่นเพื่อนำผลวิเคราะห์เปรียบเทียบกับข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

กนกวรรณ สุภักดี (2549, บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของบริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิฐานะของลูกค้า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ลูกค้าที่ใช้บริการของ บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 165 คน จังหวัดอำนาจเจริญ จำนวน 62 คน จังหวัดยโสธร จำนวน 73 คน และจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 100 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (cluster sampling) สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามแบบตัวเลือกและแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการทดสอบค่าเอฟ ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการของ บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี ในการซื้อสินค้าเงินผ่อน เบิกเงินสดล่วงหน้า สินเชื่อส่วนบุคคลและชำระค่าสินค้าและบริการแทนการชำระเงินสด พบว่า ส่วนใหญ่เคยใช้บริการทั้งสี่รายการ แต่นิยมใช้บ่อยที่สุดคือ บริการซื้อสินค้าเงินผ่อน 2) ความพึงพอใจในการให้บริการขององค์ประกอบด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่และการจัดสภาพแวดล้อม ด้านผลิตภาพและคุณภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาดและการให้ความรู้ลูกค้าและด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นของผู้ใช้บริการ พบว่า ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง 3) การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัทอีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี พบว่า ลูกค้าที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิฐานะต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01 และลูกค้าที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ .05 ส่วนลูกค้าที่มีอายุและสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการไม่แตกต่างกัน

ภูริทัต เจริญมี (2551, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชำระค่าภาษีอากรศุลกากรผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจและความแตกต่างระหว่างองค์กรของผู้ใช้บริการรวมทั้งศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคต่อการใช้บริการและเพื่อศึกษาประสิทธิภาพแนวทางการแก้ไขปัญหาลดอุปสรรคของการให้บริการระบบชำระค่าภาษีอากรศุลกากรผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการระบบชำระค่าภาษีอากรศุลกากรผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ และใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ผู้ประกอบการและตัวแทนออกทั่วไปของที่มาใช้บริการระบบชำระค่าภาษีอากรศุลกากรผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 60 ราย นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติพบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการระบบชำระค่าภาษีอากรศุลกากรผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อประสิทธิผลของระบบการชำระค่าภาษีอากรผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ด้านความสะดวกรวดเร็วด้านคุณภาพและความต่อเนื่องด้านความพอเพียงและความเสมอภาคด้านความประหยัดเวลาและความคุ้มค่า และด้านความก้าวหน้าและการพัฒนาความปลอดภัยของข้อมูลอยู่ในระดับมากและจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจได้แก่ ด้านคุณภาพและความต่อเนื่องด้านความพอเพียงและความเสมอภาคด้านความประหยัดเวลาและความคุ้มค่าและด้านความก้าวหน้าและการพัฒนาความปลอดภัยของข้อมูลอยู่ในระดับมากไม่มีผลกับความคิดเห็นที่มีต่อประสิทธิผลของระบบการชำระค่าภาษีอากรผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ส่วนด้านความสะดวกและความรวดเร็วมีผลกับความคิดเห็นต่อประสิทธิผลของระบบการชำระค่าภาษีอากรผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดโดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

## 2. งานวิจัยต่างประเทศ

ฮาร์ทชอม (Hartshom, 1992, p. 26) ศึกษาเรื่องคุณภาพของการบริการตามการรับรู้ของผู้บริหารที่อยู่ในอุตสาหกรรมประเภทการออกกำลังกายเพื่อการพักผ่อนโดยส่งแบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพของการบริการ (SERVQUAL) ให้กับผู้บริหารในอุตสาหกรรมดังกล่าวพบว่า ในบรรดาปัจจัยทั้ง 5 ที่กำหนดคุณภาพของการบริการอันได้แก่ ลักษณะภายนอก (tangibility) ความคงเส้นคงวาในการให้บริการ (reliability) การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (responsiveness) ความเข้าถึงจิตใจ (empathy) และการสร้างความมั่นใจ (assurance) ปัจจัยด้านความมั่นใจเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดในการประเมินคุณภาพของการบริการและปัจจัยด้านความเข้าถึงจิตใจเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญน้อย

คลาว (Clow, 1993, p. 21) ศึกษาเรื่อง ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้บริโภคในการบริการโดยการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มผู้บริโภคจำนวน 885 คน ที่ใช้บริการทันตกรรมทันตศัลยกรรม และร้านเช่าวิดีโอพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ (image) ขององค์กร ประสบการณ์เกี่ยวกับการบริการที่เคยได้รับและความคิดเห็นของผู้บริโภคคนอื่นๆ ในการสร้างความคาดหวังที่มีต่อการบริการ

แม็คมาฮอน (McMahon, 1993, p. 52) ศึกษาเรื่องคุณลักษณะในการตัดสินใจคุณภาพของบริการร้านอาหารในมหาวิทยาลัยโดยทำการสำรวจในกลุ่มผู้บริโภคจำนวน 1,047 คน ผู้จัดการ 61 คน และพนักงานผู้ให้บริการ 75 คน พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อลักษณะทางด้านกายภาพ น้อยกว่าพนักงานผู้ให้บริการอีกทั้งให้ความสำคัญมากต่อความหลากหลายในประเภทของการให้บริการ (variety in type of services) และให้ความสำคัญต่อความสะอาดปลอดภัยของอาหารที่จำหน่ายมากที่สุด

แลดคี (Ladki, 1994, p. 54) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการของทันตศัลยกรรมโดยการสัมภาษณ์ประกอบแบบสอบถามในกลุ่มผู้บริโภคที่เข้ามารับประทานอาหารในทันตศัลยกรรมจำนวน 232 คน พบว่า คุณลักษณะ (attributes) บางประการของทันตศัลยกรรมมีผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้บริโภคได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความสุภาพเรียบร้อยของผู้ให้บริการ คุณภาพอาหารและราคาของอาหารที่จำหน่าย

จากการศึกษาค้นคว้างานที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศพบว่าในการศึกษาคุณภาพการให้บริการมีการนำเอาปัจจัยในด้านการประเมินคุณภาพการบริการมาใช้ในการดำเนินการวิจัยซึ่งประกอบด้วยด้านยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้าด้านตอบสนองต่อความประสงค์ ด้านความนับถือด้านลักษณะการให้บริการเป็นแบบสมัครใจด้านการรักษาภาพพจน์ของธุรกิจ ด้านกิริยาอาการอ่อนโยนและด้านความกระฉับกระเฉงซึ่งผู้วิจัยได้นำเอาปัจจัยในด้านการประเมินคุณภาพเหล่านี้มาใช้ในการวิจัยเรื่องคุณภาพในการให้บริการรับชำระค่าไฟฟ้าของสำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดลพบุรี