

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูล เอกสาร แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อแสดงให้เห็นถึงข้อเท็จจริงและหลักวิชาที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยใน ครั้งนี้ประกอบด้วยเนื้อหาสาระดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
  - 1.1 ความหมายของความพึงพอใจ
  - 1.2 ความสำคัญของความพึงพอใจต่อการบริการ
  - 1.3 องค์ประกอบของความพึงพอใจ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
  - 2.1 ความหมายของการให้บริการ
  - 2.2 ความสำคัญของการให้บริการ
  - 2.3 มาตรฐานการให้บริการ
  - 2.4 หลักการให้บริการ
  - 2.5 ลักษณะของการบริการที่ดี
  - 2.6 ทฤษฎีการให้บริการ
  - 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการระบบการบริการ
3. บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของฝ่ายการเงิน สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกภายในจิตใจ ซึ่งมีผลต่อการทำงานและผลของงานอย่างมาก ในการศึกษาความพึงพอใจนั้น มีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาจากคำจำกัดความ และลักษณะของการบริหาร ดังนี้

### ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจตรงกับภาษาอังกฤษว่า ( Satisfaction) ตามพจนานุกรม ราชบัณฑิตยสถาน กล่าวว่า เป็นสภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุขความอึดอิมเมใจ เมื่อความต้องการหรือแรงจูงใจของตนได้รับการตอบสนอง ความพึงพอใจตามพจนานุกรมด้านจิตวิทยา หมายความว่า ใ้หนามรู้สึกในขั้นแรกเมื่อบรรลุวัตถุประสงค์ และความรู้สึกขั้นสุดท้ายเมื่อบรรลุถึงจุดมุ่งหมายโดยมีแรงกระตุ้น ซึ่งมีผู้ให้ความหมายไว้ดังต่อไปนี้

วรูม (Vroom, 1964 : 328) กล่าวว่าไว้ว่า ทักษะและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถชี้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทักษะทางด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทักษะด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

ออสแคมป์ (อ้างถึงใน อมรรัตน์ เชาวลิต 2541 : 57 - 58) กล่าวว่าไว้ว่าความพึงพอใจมีความหมายอยู่ 3 นัยด้วยกันคือ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพการณ์ที่ผลการปฏิบัติจริงได้เป็นไปตามที่บุคคลคาดหวังไว้

2. ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับของความสำเร็จ ที่เป็นไปตามความต้องการ

3. ความพึงพอใจ หมายถึง การทำงานได้เป็นตาม หรือตอบสนองต่อคุณค่าของบุคคล

ซึ่งจากความหมายทั้ง 3 นัยดังกล่าว ออสแคมป์เห็นว่าเป็นการนำไปสู่การพัฒนาทฤษฎีว่าด้วยความพึงพอใจต่องาน 3 ทฤษฎีที่สำคัญคือ ตามความหมายนัยแรกอยู่ในกลุ่มทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy theories) ตามความหมายที่สองอยู่ในกลุ่มทฤษฎีความต้องการ (Need theories) และตามความหมายนัยที่สามจัดอยู่ในกลุ่มทฤษฎีคุณค่า (Value theories) นอกจากนี้ยังได้สรุปถึงปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจว่า มี 4 ปัจจัยที่สำคัญ คือ 1) ตัวลักษณะงาน 2) เงื่อนไขเกี่ยวกับงาน 3) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และ 4) ความแตกต่างของแต่ละบุคคล

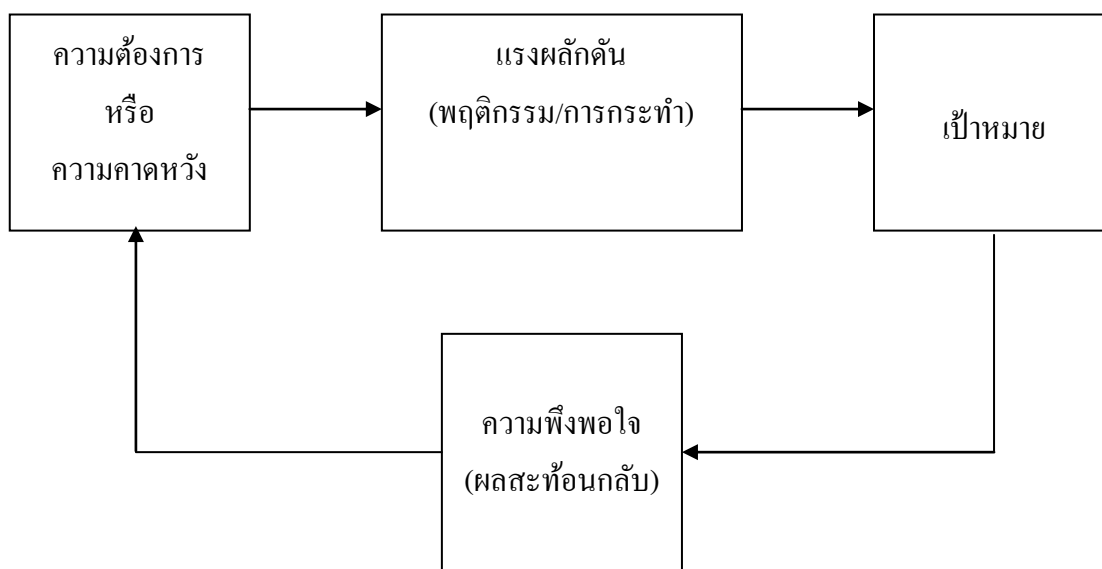
กรองแก้ว อยู่สุข (2542 : 33) ให้ความหมายของความพึงพอใจในการทำงานว่า หมายถึง ทักษะโดยทั่วไปของพนักงานที่มีต่องาน ถ้า งานได้รับการปฏิบัติที่ดี ตอบสนอง

ความต้องการตามสมควร เช่น สภาพการทำงานที่มั่นคงปลอดภัย ได้เงินเดือนค่าจ้างตอบแทนเพียงพอแก่การยังชีพ เป็นต้น จะทำให้พนักงานพอใจและมีความรู้สึกใน (ทัศนคติ) ที่ดีต่อองค์กร

ประสิทธิ์ สิริแสง ( 2545 : 33) กล่าวไว้ว่า การวัดความพึงพอใจในการให้บริการ สาธารณะจะเป็นการประเมินค่าโดยลูกค้าหรือผู้รับบริการต่อกิจกรรมการให้บริการในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตัวชี้วัดความพึงพอใจส่วนใหญ่จะวัดพฤติกรรมของผู้ให้บริการ กระบวนการให้บริการ หรือ ผลผลิตที่ได้รับ

มัลลินส์ (Mullins, 1985:280 อ้างถึงใน จงรัก มงคลธรรม, 2548:25) กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลาย ๆ ด้าน เป็นสภาพภายในที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ทำให้ประสบความสำเร็จในงาน ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เกิดจากการที่มนุษย์มีแรงผลักดันบางประการใน ตัวเองและพยายามจะบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่างเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการหรือคาดหวังที่มีอยู่ และเมื่อบรรลุเป้าหมายนั้นแล้วจะเกิดความพอใจ เป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้น เป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีกกระบวนการเกิดความรู้สึกพึงพอใจ แสดงดังภาพที่ 2.1

ภาพที่ 2.1 การเกิดความรู้สึกพอใจของบุคคล



(Mullins, 1985 : 280)

โวลด์แมน (Wolman, 1993:384) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกมีความสุขเมื่อบุคคลได้รับความสำเร็จ จสมความมุ่งหมาย ความต้องการ (wants) หรือแรงจูงใจ (motivation)

ฟวงทอง ตั้งฉัตรกุล (2542:10) กล่าวว่า iva ความพึงพอใจเป็น การแสดงออกซึ่งความสุข และความสมหวังของมนุษย์เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการ

จากที่กล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยม และประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ และจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไป

มณีวรรณ ต้นไทย (2533: 66) กล่าวว่า iva ความพึงพอใจหลังการได้รับบริการว่า เป็นระดับความ พึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
2. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
3. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
4. ด้านระยะเวลาของการดำเนินการ
5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

อเคย์ และแอนดิสัน (Aday and Andersen) อ้างถึงในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช . 2542: 350 – 351 ได้ศึกษาถึงความต้องการของผู้รับบริการที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ มีปัจจัยพื้นฐาน 6 ประการ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจมีดังนี้

กลุ่มที่ 1 ความสะดวกที่ได้รับการบริการ (Convenience) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- 1.1 ระยะเวลาในการรอคอยเพื่อรอรับบริการไม่นาน
- 1.2 ความเป็นระเบียบของหน่วยบริการ
- 1.3 ลักษณะสถานที่ของหน่วยบริการ

กลุ่มที่ 2 การประสานงานของการบริการ (Coordination) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- 2.1 การได้รับบริการทั้งหมดตามความต้องการ
- 2.2 การสนใจของผู้ปฏิบัติงานต่อผู้รับบริการ

กลุ่มที่ 3 อธิยาศัยและความสนใจต่อผู้รับบริการ (Courtesy) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- 3.1 คำพูดเชิงบวก
- 3.2 บุคลิกภาพน่าเลื่อมใส
- 3.3 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- 3.4 ความเอาใจใส่ต่อเวลา

กลุ่มที่ 4 ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ (Information) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

4.1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่วิธีการรับบริการ กฎระเบียบต่างๆ เกี่ยวกับการรับบริการ

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ หรือกรณี  
ธุรกิจธนาคาร ได้แก่ แผ่นพับแสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์

กลุ่มที่ 5 คุณภาพของบริการ (Quality of service) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

5.1 ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน

5.2 คุณภาพของผลิตภัณฑ์ หากเป็นธุรกิจบริการ เช่น ภัตตาคาร อาหารต้องอร่อย  
เป็นต้น

กลุ่มที่ 6 ราคาค่าใช้จ่าย (Cost) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

6.1 ราคายุติธรรม

6.2 สมเหตุสมผล ไม่เอาเปรียบผู้รับบริการ

มิลเลต (Millet, 1954 อ้างถึงใน มนตรี เนียมจีน, 2544 : 22-23) กล่าวว่าไว้ว่ารายละเอียด  
เกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ ( Satisfactory services) หรือความสามารถในการสร้างความ  
พึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยการพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้านดังนี้คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการ  
บริหารงานของรัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติ  
อย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการ  
ปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely service) หมายถึง การให้บริการต้องมองว่า  
การให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มี  
ประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงต่อเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้อง  
มีลักษณะมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม ( The right quantity at the  
geographical) มิลเลต เห็นว่าความเสมอภาค หรือการตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมายถ้าจำนวนการ  
ให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่  
เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่  
ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะ  
ที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน หรือคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะ  
ทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

คอตเลอร์ (Kotler, 1997 : 40) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้ ความพึงพอใจคือ ระดับความรู้สึกของบุคคล อันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลงานที่รับรู้จากสินค้าหรือบริการกับความคาดหวังของบุคคลนั้น ๆ ดังนั้นระดับความพอใจจะสัมพันธ์กับความแตกต่างระหว่างผลงานที่รับรู้กับความคาดหวัง ซึ่งลูกค้าสามารถรู้สึกถึงระดับความพึงพอใจใน 3 ระดับดังนี้

1. ถ้าผลงานที่รับรู้ต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกไม่พอใจ
2. ถ้าผลงานที่รับรู้เท่ากับความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกพอใจ
3. ถ้าผลงานที่รับรู้สูงกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกยินดีหรือพอใจมาก

อุทัยพรรณ สุคใจ (2545:7) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อ สิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่า ว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งใดนั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

กุลธน ธนาพงศธร และเสนห์ จุ้ยโต (2544 : 303-304) กล่าวว่าไว้ว่า หลักการให้บริการที่สำคัญมี 5 ประการ

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ คือ ประโยชน์และบริการที่องค์การจัดให้นั้น ต้องตอบสนองความต้องการของบุคลากรเป็นส่วนใหญ่
2. หลักความสม่ำเสมอ คือ การให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินการต่อเนื่องและสม่ำเสมอไม่ว่าทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริการหรือผู้ปฏิบัติการ
3. หลักความเสมอภาค โดยผู้บริการที่จัดให้นั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน ไม่มีการให้สิทธิพิเศษใด ๆ แก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลในลักษณะที่ต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด
4. หลักความประหยัด คือ ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่ได้รับ
5. หลักความสะดวก คือ บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวก สบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้บริการหรือผู้ให้บริการมากเกินไป

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2545:21) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจในการบริการ หมายถึง การที่แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบการรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับบริการหรือการให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ

วิรัช สงวนวงษ์วาน และพรหมพิมล ก้านกนก (2545 : 18) กล่าวว่าไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า เมื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมากับสิ่งที่คาดหวังไว้ ระดับความคาดหวังของลูกค้าอาจได้จากประสบการณ์ที่เคยใช้สินค้านั้น

โชคชัย ชยธวัช (2547 : 143 - 144) กล่าวว่าไว้ว่า ความพึงพอใจว่าเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวัง

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547:141) ได้ให้ความหมาย ความพอใจ หมายถึง อารมณ์แห่งความสุขและความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้บริการ และความรู้สึกนั้นนำมาซึ่งความต้องการในการใช้บริการซ้ำ เกิดความตั้งใจที่จะใช้บริการให้นานเท่าที่ความพอใจนั้นยังคงอยู่

ปราณี เอี่ยมลออภักดี (2549:24) ได้ให้ความหมาย ความพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่รับรู้กับความคาดหวัง

อนnek สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อกุลพัฒน์กิจ (2548:169) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจในการบริการ หมายถึง ภาวะการณั้แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลอันเป็นผลมาจากการประเมินคุณภาพของการบริการจากการรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการเปรียบเทียบกับความคาดหวังในการบริการนั้น

พาราซุรามาน และเบอรี (Parasuraman and Berry, 1985 อ้างถึงใน ธรรมบุญพันธุ์วิบูลย์, 2547 : 30-31) พบว่ามีความต้องการหรือความคาดหวังในคุณลักษณะของบริการที่เป็นสิ่งบ่งชี้คุณภาพบริการ 10 ประการคือ

1. ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) ประกอบด้วย
  - 1.1 ความสม่ำเสมอ (Consistency)
  - 1.2 ความพึงพอใจ (Dependability)
2. สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) ประกอบด้วย
  - 2.1 ความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการและอุทิศเวลา
  - 2.2 สามารถตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ได้ทันท่วงที
  - 2.3 ปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี
3. สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) ประกอบด้วย
  - 3.1 ความรู้ความสามารถ และทักษะของผู้ให้บริการ
  - 3.2 สามารถในการสื่อสาร
4. การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบด้วย
  - 4.1 อำนวยความสะดวก ติดต่อง่าย บริการรวดเร็ว
  - 4.2 ใช้เวลารอคอยน้อย
  - 4.3 เวลาที่ให้บริการเป็นเวลามีสะดวกสำหรับผู้ให้บริการ

- 4.4 ความเป็นธรรม ให้บริการลูกค้าเท่าเทียมกัน
  - 5. ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) ประกอบด้วย
    - 5.1 มีความสุภาพ มีกิริยาวาจาดี มีบุคลิกภาพที่ดี
    - 5.2 ให้เกียรติแก่ผู้รับบริการ
    - 5.3 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม
  - 6. การสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วย
    - 6.1 มีการสื่อสารให้ข้อมูลชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการที่จะได้รับ
    - 6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
  - 7. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ประกอบด้วย
    - 7.1 ความซื่อสัตย์ ความจริงใจ
    - 7.2 คุณภาพของงานบริการ
    - 7.3 ชื่อเสียงขององค์กร
  - 8. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) ประกอบด้วย
    - 8.1 ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
    - 8.2 การรักษาความรักของลูกค้า
    - 8.3 การมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ
  - 9. ความเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ ( Understanding and knowing the customer) ประกอบด้วย
    - 9.1 การศึกษาของผู้ใช้บริการ
    - 9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ให้บริการ
    - 9.3 การให้ความสนใจและให้ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ
  - 10. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) ประกอบด้วย
    - 10.1 บุคลากรมีคุณภาพ
    - 10.2 ราคาบริการเหมาะสม
    - 10.3 เครื่องมือ อุปกรณ์ มีความพร้อมและทันสมัย
    - 10.4 สถานที่ให้บริการสะอาด สวยงาม
- นนทวัฒน์ สุขผล (อ้างถึงใน จารุณี บุญศรีธธา 2551:12) กล่าวไว้ว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังที่ได้รับการบริการเปรียบเทียบกับบริการที่คาดหวังรวมถึงสามารถบำบัดความต้องการของลูกค้าในการให้บริการเกินความคาดหวัง และมีความพึงพอใจสูงสุดจากการบริการ โดยมีเกณฑ์ที่ลูกค้าหรือผู้ให้บริการ ใช้ในการประเมิน 5 ประการ คือ

1. ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจได้ คือความสามารถในการให้บริการตามสัญญา ถูกต้องแน่นอน เช่น การกำหนดระยะเวลาการให้บริการแก่ลูกค้าเสร็จได้ตามสัญญา
2. ความน่าเชื่อถือได้ คือ ความรู้และท่าทีของพนักงานผู้ให้บริการซึ่งแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ และทำให้ลูกค้ามั่นใจ ไว้วางใจ เช่น พนักงานสามารถอธิบายถึงการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ได้อย่างถูกต้อง
3. สิ่งที่เป็นรูปธรรมจับต้องได้ คือ องค์ประกอบของการให้บริการที่สามารถจับต้องได้ เช่น อาคาร อุปกรณ์ บุคลิกภาพของพนักงาน ความสะอาด
4. การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ คือ พนักงานมีท่าทีที่แสดงความเอาใจใส่และสนใจ ในลูกค้าเป็นรายบุคคล มีความเป็นมิตรและยิ้มแย้มแจ่มใสดี การต้อนรับด้วยความสุภาพอ่อนโยนและให้เกียรติลูกค้า มีความอดทนอดกลั้น สุขุมเยือกเย็น
5. การตอบสนอง คือความรวดเร็วในการให้บริการ ขั้นตอนไม่ซับซ้อนยุ่งยาก ตลอดจนท่าทีที่แสดงความพร้อมในการให้ความช่วยเหลือและการบริการ

วิบูลย์ วงศ์ก้อม (อ้างถึงใน กฤษฎ์ สุภนราพรณ์ 2548 : 41) ให้แนวคิดว่า ความพึงพอใจของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ต่อการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมของตำรวจ พิจารณาได้จากคุณลักษณะ 5 ด้านดังนี้

1. ด้านความสม่ำเสมอในการปฏิบัติงาน
2. ด้านความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน
3. ด้านการสร้างความร่วมมือจากชุมชน
4. ด้านความเป็นธรรมในการปฏิบัติงาน
5. ด้านความเสมอภาคในการปฏิบัติงาน

จากความหมายความพึงพอใจ และความพึงพอใจในการบริการ ข้างต้นสรุปได้ว่าความพึงพอใจหมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบ การรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับบริการหรือการให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการให้บริการนั้น ซึ่งจะเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการและความพึงพอใจของผู้ให้บริการ ความพึงพอใจในการบริการ หมายถึง ภาวะการณ์ที่แสดงออกถึงความรู้สึกของบุคคลที่เกิดจากการประเมินสิ่งที่ได้รับจากการบริการที่มีระดับเท่ากันหรือมากกว่าความคาดหวังต่อการบริการนั้น จะเกิดความพึงพอใจ แต่หากการบริการที่ได้รับต่ำกว่าความคาดหวังต่อการบริการที่มีก็จะเกิดเป็นความไม่พึงพอใจในการบริการนั้น

### ความสำคัญของความพึงพอใจต่อการบริการ

ความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการเป็นเป้าหมายของผู้ให้บริการทั้งหลายที่ต่างก็คิดหาวิธีการต่างๆ ที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจในการบริการกลับมาใช้บริการอีก และไม่เกิดเรื่องร้องเรียน ซึ่งความพึงพอใจเป็นสิ่งที่สำคัญกับบุคคลหลายฝ่าย ( อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ, 2548:172-173) ได้แก่

1. ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการ เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องคำนึงถึงในการจัดให้เกิดการบริการโดยจะต้องยึดถือในสิ่งต่อไปนี้

1.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของบริการ รูปแบบการบริการที่ดีจะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการได้ โดยผู้ให้บริการจะต้องทำการสำรวจหรือศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายเสียก่อน จากนั้นจึงจะสามารถกำหนดรูปแบบการบริการที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการบริการที่ประทับใจผู้มารับบริการได้

1.2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ เนื่องจากเป็นเกณฑ์ที่ชัดเจนและส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ โดยทั่วไปองค์กรธุรกิจบริการจะทำการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการในหลายๆ ด้านตัวอย่างเช่น อาคารสถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ ความน่าเชื่อถือของกิจการบริการ ความเต็มใจในการให้บริการ ความรู้และความสามารถในการให้บริการ และบุคลิกลักษณะของผู้ให้บริการ เป็นต้น

1.3 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ เนื่องจากการบริการจะดีเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการซึ่งการปฏิบัติงานบริการจะมีคุณภาพนั้น ผู้ให้บริการจะต้องมีความพึงพอใจในงานของตน จึงจะทุ่มเทในการทำงาน และเป็นสิ่งที่นำไปสู่ความพึงพอใจของผู้รับบริการ และสุดท้ายจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการของกิจการบริการด้วย

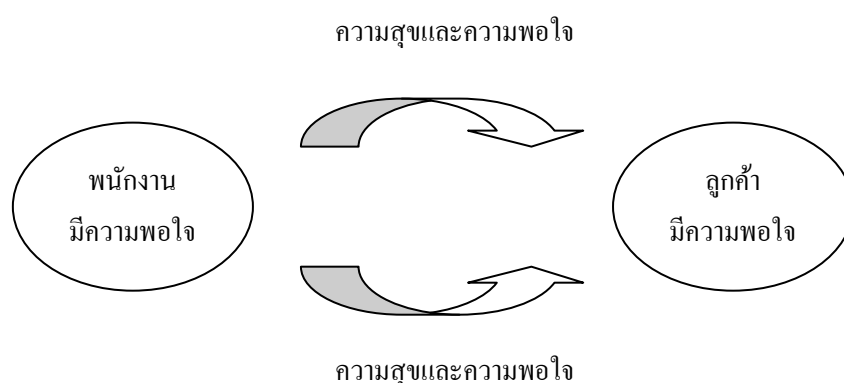
2. ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการจะได้จากการมารับบริการนั้น โดยผู้รับบริการมุ่งหวังความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย และคุณภาพการบริการที่ดี ดังนั้นความพึงพอใจจึงเป็นตัวผลักดันคุณภาพของการบริการของผู้ให้บริการนั่นเอง

2.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้รับบริการเอง ผู้รับบริการมุ่งหวังการได้รับการบริการที่ดีเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของตนเอง จากการไปรับบริการต่าง ๆ เช่น ท่องเที่ยว รับประทานอาหาร พักค้างแรม เป็นต้น ความพึงพอใจที่ได้จากการไปรับบริการนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการบริการจะต้องตระหนักถึงและจัดให้มี ทำให้เกิดการแข่งขันนำเสนอสิ่งที่ดีกว่าแก่ผู้รับบริการ ผลสุดท้ายก็คือ ผู้รับบริการจะได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพมากขึ้นเรื่อยๆ นั่นเอง

2.2 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ เนื่องจากผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในการทำงานจะทำงานด้วยความเต็มใจ ทุ่มเท สร้างสรรค์และส่งเสริมมาตรฐานในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ ส่งผลให้คุณภาพในการบริการ สูงขึ้น และงานบริการกลายเป็นงานที่แพร่หลายมากขึ้นมีบุคลากรที่มีทักษะและความสามารถเข้าสู่วงการธุรกิจบริการมากขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจบริการ และสุดท้ายส่งผลต่อลักษณะการบริการ ทำให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพสูงขึ้นต่อไป

การสร้าง ความพึงพอใจสำหรับการบริการ ต้องอาศัยองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ พนักงานต้องมีความสุขในการทำงาน จึงสามารถส่งบริการอันประทับใจให้ผู้รับบริการ ดังรูปแสดง ความพอใจของพนักงานและความพอใจของผู้ใช้บริการ

ภาพที่ 2.2 ความพอใจของพนักงานและความพอใจของผู้ใช้บริการ



(วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์, 2542 : 130)

นอกจากนี้ยังมีผู้กล่าวถึงความพึงพอใจ ของผู้รับบริการ ไว้ว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้รับบริการต่อการให้บริการ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่สำคัญ ๆ มีดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2535, หน้า 38-40)

1. สถานที่บริการ การเข้าถึงการบริการได้สะดวกเมื่อประชาชนมีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเล ที่ตั้ง และการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนจึงเป็นเรื่องสำคัญ
2. การส่งเสริมแนะนำการบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับ

ความเชื่อถือที่มีก็จะมีความรู้สึกกับบริการดังกล่าวอันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

3. ผู้ให้บริการ ผู้บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติบริการล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติ งานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหาร การบริการที่วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของประชาชนเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่ายเช่นเดียวกับผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงานบริการที่ตระหนักถึงประชาชนเป็นสำคัญ แสดงพฤติกรรมบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

4. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการเกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ การตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสันทัน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนตลอดจนการออกแบบวัสดุ เครื่องใช้งานบริการจดหมาย ซองจดหมาย เป็นต้น

5. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชน ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการ ส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้ามีความคล่องตัวและสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ เช่น การนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาจัดระบบข้อมูลของการสำรองห้องพัก โรงแรม หรือสายการบิน การใช้เครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ การใช้ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติในการรับโอนสายในการติดต่อองค์การต่าง ๆ การประชุมทางโทรศัพท์ การติดต่อทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

จากปัจจัยดังกล่าว สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งผันแปรไปตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับความคาดหวังของบุคคลในแต่ละสถานการณ์ ช่วงเวลาหนึ่งบุคคลอาจจะไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่ง เพราะไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ แต่ในช่วงหนึ่งหากสิ่งที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้อง บุคคลก็สามารถเปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้นได้อย่างทันทีทันใด นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่สามารถแสดงออกในระดับมากน้อยได้ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ส่วนใหญ่ประชาชนจะใช้เวลาเป็นมาตรฐานในการเปรียบเทียบความคาดหวังจากบริการต่าง ๆ

ลูอิส ลักซ์เครีอ (2541: 10) กล่าวว่า ivo ว่า การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดนั้น หัวใจหลักสำคัญ 7 ประการ ที่ทุกคนพึงมีในการให้บริการ ได้แก่

1. การติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (Communication effectively)

1.1 การที่เราได้ติดต่อกับลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย และชัดเจน รวมทั้งเหมาะสมกับระดับความรู้ความเข้าใจของลูกค้าแต่ละคน

## 1.2 มีการรับฟังลูกค้า

1.3 ทราบข้อมูลและอธิบายได้ ในเรื่องเกี่ยวกับการบริการ ตลอดจนสิ่งที่สามารถให้บริการได้และมีราคาต่าง ๆ กัน รวมทั้งยังสามารถให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าได้ว่า ปัญหาต่าง ๆ ของเขาได้รับการแก้ไขให้จนเป็นที่พอใจ

1.4 สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ว่า ลูกค้ามีความต้องการหรือคาดหวังอะไรไว้บ้าง ดังนั้น เมื่อลูกค้าพบว่าบริษัทได้มีการเตรียมการที่จะให้ความช่วยเหลือเขาอยู่แล้ว เขาก็จะมีการตอบสนองในทางที่ดีเช่นกัน

2. การมีมารยาทที่ดี สุภาพอ่อนน้อม (Courtesy) เกรงใจ และมีความเป็นมิตร ซึ่งเป็นสิ่งที่จะเป็นคุณสมบัติของพนักงานทุกคน ดังนั้น บริษัทจะได้รับการยอมรับจากลูกค้ามากขึ้นเพียงใดก็ขึ้นกับว่า พนักงานของธนาคารมีทัศนคติอย่างไร ในเรื่องของความมีมารยาท

## 3. การเข้าใจความต้องการของลูกค้า (Understanding Customer Need)

3.1 ความต้องการของลูกค้าแต่ละคนมีรูปแบบเฉพาะตัว และแต่ละคนไม่เหมือนกัน

3.2 พยายามศึกษาว่าความต้องการของลูกค้าแต่ละคนนั้นคืออะไร

3.3 สนองตอบแต่ละคนให้ตรงกับที่เขาต้องการ

4. ความรับผิดชอบต่อลูกค้า (Responsible) ความตั้งใจและความพร้อมของพนักงานที่จะให้บริการแก่ลูกค้าตลอดเวลา ด้วยท่าทีที่ดี และทัศนคติที่ถูกต้อง ซึ่งรวมถึงการให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว

5. การแสดงออกซึ่งความสามารถ รอบรู้ (Competence) การที่พนักงานของบริษัทจะต้องมีความรู้ความชำนาญต่องานที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติ และยังรวมถึงความรู้ความชำนาญในการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลทั่วไป ความรู้เกี่ยวกับบริษัท ความสามารถในการให้บริการ และความสามารถส่วนตัวในการแก้ปัญหา

6. มีความน่าเชื่อถือ (Creditability) ความจริงใจ ความซื่อสัตย์ และเชื่อได้ และยังรวมถึงการให้ความสนใจลูกค้าอย่างจริงจัง และมีการแสดงออกให้เห็นด้วย

7. มีความไว้วางใจ (Reliability) การกระทำอย่างมีประสิทธิภาพและเชื่อถือได้อย่างสม่ำเสมอ โดยให้การบริการแก่ลูกค้าอย่างถูกต้องตั้งแต่แรก

จากที่กล่าวมาจะเห็นว่าความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ มีความเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่าย แต่ที่สำคัญคือ ผู้ให้บริการซึ่งต้องคำนึงถึงผู้รับบริการที่เป็นตัวกำหนด คุณลักษณะรูปแบบการบริการ และเป็นตัวแปรในการประเมินคุณภาพของการบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นความพึงพอใจประทับใจที่ได้จากคุณลักษณะ และรูปแบบการบริการนั้น ส่วนความพึงพอใจของผู้ให้บริการ เป็นความพึงพอใจที่ได้บริการอย่างมีคุณภาพ ทำให้ผู้รับบริการเกิด

ความพึงพอใจ ผู้ใช้บริการได้รับการตอบสนองจากผู้ให้บริการอย่างเสมอภาค รวดเร็ว ทันต่อความต้องการ และให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีวัตถุประสงค์เพียงพอสอดต่อการใช้งาน ผู้ใช้บริการจะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการให้บริการ ส่งผลให้เกิดการยอมรับและเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายและต้องการที่จะมาใช้บริการของหน่วยงานนั้นอีก ซึ่งความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสามารถนำมาประเมินประสิทธิภาพในการดำเนินงานได้เช่นกัน

### องค์ประกอบของความพึงพอใจ

กุลธนะ ธนาพงศธร (2528:303-304) ให้ความเห็นเกี่ยวกับหลักการให้บริการดังต่อไปนี้

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์การจัดให้ ต้องสนองตอบความต้องการของบุคคลากรส่วนใหญ่ หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้ว นอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้อำนวยประโยชน์และบริการแล้วยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้นๆ ด้วย
  2. หลักความสม่ำเสมอกล่าวคือ การให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอมิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงาน
  3. หลักความเสมอภาค บริการที่จะได้นั้น จะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด
  4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ไปในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ
  5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้บริการ จะต้องเป็นไปในลักษณะได้ง่าย สะดวก สบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรน้อยทั้งยังไม่สร้างความยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้บริการมากจนเกินไป
- กาทซ์ และ โรเบิร์ต (Katz&Robert, 1978:112) ให้ความเห็นเกี่ยวกับหลักการสำคัญของการบริการลูกค้าที่ควรปฏิบัติทั้งในองค์การของรัฐและเอกชนควรยึดหลักปฏิบัติ ดังนี้
1. การติดต่อเฉพาะงาน (Specificity) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้ากับพนักงานจะจำกัดเฉพาะเรื่องงานเท่านั้น พนักงานไม่ควรนำเรื่องส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้อง
  2. การปฏิบัติโดยเสมอภาคเท่าเทียมกัน (Universality) หมายความว่า พนักงานจะต้องปฏิบัติต่อลูกค้าโดยความเป็นธรรม ไม่ถือเอาถือเอา เช่น การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง ใครมาก่อนก็ได้รับบริการก่อน เป็นต้น

3. การวางตนเป็นกลาง (Attractive neutrality) หมายถึง พนักงานจะต้องให้บริการแก่ลูกค้าไม่เอาอารมณ์ส่วนตัวเข้ามายุ่งเกี่ยวกับงาน ปฏิบัติงานด้วยเหตุผลและใช้หลักการความถูกต้องไม่ขู่ ตะคอกหรือหาเหตุชวนวิวาทกับลูกค้า

กิลเมอร์ (Gilmer, 1971: 280-283) สรุปองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในงานไว้ 10 ประการ คือ (<http://www.kroobannok.com/28720>)

1. ลักษณะของงานที่ทำ (Intrinsic aspects of the job) องค์ประกอบนี้สัมพันธ์กับความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติ หากได้ทำงานตามที่เขานัดก็จะเกิดความพอใจ

2. การนิเทศงาน (Supervision) มีส่วนสำคัญที่จะทำให้ผู้ทำงานมีความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจต่องานได้ และการนิเทศงานที่ไม่ดีอาจเป็นสาเหตุอันดับหนึ่งที่ทำให้เกิดการขาดงานและลา ออกจากงานได้ ในเรื่องนี้เขาพบว่า ผู้หญิงมีความรู้สึกต่อองค์ประกอบนี้มากกว่าผู้ชาย

3. ความมั่นคงในงาน (Security) ได้แก่ ความ มั่นคงในการทำงาน ได้ทำงานตามหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ การได้รับความเป็นธรรมจากผู้บังคับบัญชา คนที่มีความรู้น้อยหรือขาดความรู้อย่อมเห็นว่าความมั่นคงในงานมีความสำคัญ สำหรับเขามาก แต่คนที่มีความรู้สูงจะรู้สึกว่าจะไม่มีความสำคัญมากนัก และในคนที่มียู่มากขึ้นจะมีความต้องการความมั่นคงปลอดภัยสูงขึ้น

4. เพื่อนร่วมงานและการดำเนินงานภายใน (Company and management) ได้แก่ ความพอใจต่อเพื่อนร่วมงาน ชื่อเสียงและการดำเนินงานภายในของสถาบัน พบว่า ผู้ที่มีอายุมากจะมีความต้องการเกี่ยวกับเรื่องนี้สูงกว่าผู้ที่มีอายุน้อย

5. สภาพการทำงาน (Working condition) ได้แก่ แสง เสียง อากาศ ห้องอาหาร ห้องน้ำ ชั่วโมงการทำงาน มีงานวิจัยหลายเรื่องที่แสดงว่าสภาพการทำงานมีความสำคัญสำหรับผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย ส่วนชั่วโมงการทำงานมีความสำคัญต่อผู้ชายมากกว่าลักษณะอื่น ๆ ของสภาพการทำงาน และในระหว่างผู้หญิงด้วยกัน โดยเฉพาะผู้ที่แต่งงานแล้วจะเห็นว่าชั่วโมงการทำงานมีความนำความสำคัญเป็นอย่างมาก

6. ค่าจ้าง (Wages) มัก จะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจมากกว่าความพึงพอใจ ผู้ชายจะเห็นค่าจ้างเป็นสิ่งสำคัญมากกว่าผู้หญิง และผู้ที่ปฏิบัติงานในโรงงานจะเห็นว่า ค่าจ้างมีความสำคัญสำหรับเขามากกว่าผู้ที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน หรือหน่วยงานรัฐบาล

7. ความก้าวหน้าในการทำงาน (Advancement) เช่น การได้เลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น การได้รับสิ่งตอบแทนจากความสามารถในการทำงานของเขา จากงานวิจัยหลายเรื่องสรุปว่า การไม่มีโอกาสก้าวหน้าในการทำงาน ย่อมก่อให้เกิดความไม่ชอบงาน ผู้ชายมีความต้องการเรื่องนี้สูงกว่าผู้หญิง และเมื่อมีอายุมากขึ้นความต้องการเกี่ยวกับเรื่องนี้จะลดลง

8. ลักษณะทางสังคม (Social aspect of the job) เกี่ยวข้องกับความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม หรือการให้สังคมยอมรับตน ซึ่งจะก่อให้เกิดทั้งความพึงพอใจและความไม่พอใจได้

ถ้างานใดผู้ปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุขก็จะเกิดความพึงพอใจ ในงานนั้น องค์ประกอบนี้มีความสัมพันธ์กับอายุและระดับงาน ผู้หญิงจะเห็นว่าองค์ประกอบนี้สำคัญกว่าผู้ชาย

9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ได้แก่ การรับ-ส่ง ข้อเสนอเทศคำสั่งการทำรายงาน การติดต่อทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน องค์ประกอบนี้มีความสำคัญมากสำหรับผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง

10. ผลตอบแทนที่ได้จากการทำงาน (Benefits) ได้แก่ เงินบำเหน็จตอบแทนเมื่อออกจากงาน การบริหารและการรักษาพยาบาล สวัสดิการ อาหาร ที่อยู่อาศัย วันหยุดพักผ่อนต่าง ๆ เป็นต้น  
 โครแมน (Korman, A.K., 1977 อ้างอิงใน สมศักดิ์ คงเทียง และอัญชลี โพธิ์ทอง (2542: 161-162) ได้จำแนกทฤษฎีความพึงพอใจในงานออกเป็น 2 กลุ่มคือ

1. ทฤษฎีการสนองความต้องการ กลุ่มนี้ถือว่าความพึงพอใจ ในงานเกิดจากความต้องการส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อผลที่ได้รับจากงาน กับการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายส่วนบุคคล

2. ทฤษฎีการอ้างอิงกลุ่ม ความพึงพอใจในงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับคุณลักษณะของงานตามความปรารถนา ของกลุ่ม ซึ่งสมาชิกให้กลุ่มเป็นแนวทางในการประเมินผลการทำงาน

มัมฟอร์ด (Mamford, 1972 อ้างอิงใน สมศักดิ์ คงเทียง และอัญชลี โพธิ์ทอง , 2542:162) ได้จำแนกความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจงานจากผลการวิจัยออกเป็น 5 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มความต้องการทางด้านจิตวิทยา กลุ่มนี้ได้แก่ Maslow (มาสโลว์) Herzberg (เฮอซเบิร์ก) และ Likert (ไลเคิร์ต) โดยมองความพึงพอใจงานเกิดจากความต้องการของบุคคลที่ต้องการความสำเร็จของงานและความต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น

2. กลุ่มภาวะผู้นำมองความพึงพอใจงานจากรูปแบบและการปฏิบัติของผู้นำที่มีต่อผู้ใต้บังคับบัญชา กลุ่มนี้ได้แก่ Blake (เบลค) Mouton (มัวตัน) และ Fiedler (เฟียลเดอร์)

3. กลุ่มความพยายามต่อรางวัล เป็นกลุ่มที่มองความพึงพอใจจากรายได้ เงินเดือน และผลตอบแทนอื่น ๆ กลุ่มนี้ได้แก่ กลุ่มบริหารธุรกิจของมหาวิทยาลัยแมนเชสเตอร์ (Manchester Business School)

4. กลุ่มอุดมการณ์ทางการจัดการมองความพึงพอใจจากพฤติกรรมการบริหารงานขององค์กร ได้แก่ Crogier (ครอเกียร์) และ Couldern (คูเดิร์น)

5. กลุ่มเนื้อหาของงานและการออกแบบงาน ความพึงพอใจงานเกิดจากเนื้อหาของตัวงาน กลุ่มแนวคิดนี้มาจากสถาบันทาวิสตอค (Tavistock Institute) มหาวิทยาลัยลอนดอน

มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นผู้วางรากฐานจิตวิทยามนุษย์นิยม เขาได้พัฒนาทฤษฎีแรงจูงใจ ซึ่งมีอิทธิพลต่อระบบการศึกษาของอเมริกันเป็นอันมาก ทฤษฎีของเขามีพื้นฐานอยู่

บนความคิดที่ว่า การตอบสนองแรงขับเป็นหลักการเพียงอันเดียวที่มีความสำคัญที่สุดซึ่งอยู่เบื้องหลังพฤติกรรมของมนุษย์มาสโลว์มีหลักการที่สำคัญเกี่ยวกับแรง จูงใจ โดยเน้นในเรื่องลำดับขั้นความต้องการเขามีความเชื่อว่า มนุษย์มีแนวโน้มที่จะมีความต้องการอันใหม่ที่สูงขึ้นแรงจูงใจของคนเรามาจากความต้องการพฤติกรรมของคนเรามุ่งไปสู่การตอบสนอง ความพอใจมาสโลว์ แบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับด้วยกัน ([http://web.rmut.ac.th/larts/phy/module7/unit7\\_7.html](http://web.rmut.ac.th/larts/phy/module7/unit7_7.html)) ได้แก่

1. มนุษย์มีความต้องการ และความต้องการมีอยู่เสมอ ไม่มีที่สิ้นสุด
2. ความต้องการที่ได้รับการสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจสำหรับพฤติกรรมต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการสนองเท่านั้นที่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม
3. ความต้องการของคนซ้ำซ้อนกัน บางทีความต้องการหนึ่ง ได้รับการตอบสนองแล้วยังไม่สิ้นสุดก็เกิดความต้องการด้านอื่นขึ้นอีก
4. ความต้องการของคนมีลักษณะเป็นลำดับขั้น ความสำคัญกล่าวคือ เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนอง
5. ความต้องการเป็นตัวตนที่แท้จริงของตนเอง

#### ลำดับความต้องการพื้นฐานของ Maslow มี 5 ลำดับขั้น ดังนี้

1. ความต้องการด้านร่างกาย ( Physiological needs) เป็นต้องการปัจจัย 4 เช่น ต้องการอาหารให้อิ่มท้อง เครื่องนุ่งห่มเพื่อป้องกันความร้อน หนาวและอุจาดตา ยารักษาโรครักษาไข้ เจ็บ รวมทั้งที่อยู่อาศัยเพื่อป้องกันแดด ฝน ลม อากาศร้อน หนาว และสัตว์ร้าย ความต้องการเหล่านี้มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกคน จึงมีความต้องการพื้นฐานขั้นแรกที่มนุษย์ทุกคนต้องการบรรลุให้ได้ก่อน
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) หลังจากที่มีมนุษย์บรรลุความต้องการด้านร่างกาย ทำให้ชีวิตสามารถดำรงอยู่ในขั้นแรกแล้ว จะมีความต้องการด้านความปลอดภัยของชีวิต และทรัพย์สินของตนเองเพิ่มขึ้นต่อไป เช่น หลังจากมนุษย์มีอาหารรับประทานจนอิ่มท้องแล้วได้เริ่มหันมาคำนึงถึงความปลอดภัยของ อาหาร หรือสุขภาพ โดยหันมาให้ความสำคัญกับเรื่องสารพิษที่ติดมากับอาหาร ซึ่งสารพิษเหล่านี้อาจสร้างความไม่ปลอดภัยให้กับชีวิตของเขา เป็นต้น
3. ความต้องการความรักและการเป็นเจ้าของ ( Belonging and love needs) เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นหลังจากการที่มีชีวิตอยู่รอดแล้ว มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแล้ว มนุษย์จะเริ่มมองหาความรักจากผู้อื่น ต้องการที่จะเป็นเจ้าของสิ่งต่างๆ ที่ตนเองครอบครองอยู่ตลอดไป เช่น ต้องการให้พ่อแม่ พี่น้อง คนรัก รักเราและต้องการให้เขาเหล่านั้นรักเราคนเดียว ไม่ต้องการให้เขาเหล่านั้นไปรักคนอื่น โดยการแสดงความเป็นเจ้าของ เป็นต้น

4. ความต้องการการยอมรับนับถือจากผู้อื่น (Esteem needs) เป็นความต้องการอีกขั้นหนึ่งหลังจากได้รับความต้องการทางร่างกาย ความปลอดภัย ความรักและเป็นเจ้าของแล้ว จะต้องการการยอมรับนับถือจากผู้อื่น ต้องการได้รับเกียรติจากผู้อื่น เช่น ต้องการการเรียกขานจากบุคคลทั่วไปอย่างสุภาพ ให้ความเคารพนับถือตามควรไม่ต้องการการกดขี่ข่มเหงจากผู้อื่น เนื่องจากทุกคนมีเกียรติและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกัน

5. ความต้องการความเป็นตัวคนอันแท้จริงของตนเอง ( Self - actualization needs) เป็นความต้องการขั้นสุดท้าย หลังจากที่ผ่านมาความต้องการความเป็นส่วนตัว เป็นความต้องการที่แท้จริงของตนเอง ลดความต้องการภายนอกลง หันมาต้องการสิ่งที่มีและเป็นอยู่ ซึ่งเป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ แต่ความต้องการในขั้นนี้มักเกิดขึ้นได้ยาก เพราะต้องผ่านความต้องการในขั้นอื่นๆ มาก่อนและต้องมีความเข้าใจในชีวิตเป็นอย่างดี

6. เมื่อวิเคราะห์โดย รอบด้านแล้วจะพบว่าระดับความต้องการทั้ง 5 ระดับของมนุษย์ตามแนวคิดของมาสโลว์นั้น สามารถตอบคำถามเรื่องความมุ่งหมายของชีวิตได้ครบถ้วน ในระดับหนึ่ง เพราะมนุษย์เราตามปกติจะมีระดับความต้องการหลายระดับ และเมื่อความต้องการระดับต้นได้รับการสนองตอบก็จะเกิดความต้องการในระดับสูง เพิ่มขึ้นเรื่อยไปตามลำดับจนถึงระดับสูงสุด การตอบคำถามเรื่องเป้าหมายและคุณค่าของชีวิตมนุษย์ตามแนวของจิตวิทยาแขนง มนุษย์นิยมจึงทำได้เราได้เห็นคำตอบในอีกแง่มุมหนึ่ง

จะเห็นว่าองค์ประกอบของความพึงพอใจ จะมีทั้งด้านผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้รับบริการ จะประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์บริการ ราคาค่าบริการ สถานที่บริการ การส่งเสริมแนะนำบริการ ผู้ให้บริการ สภาพแวดล้อมของการบริการ และกระบวนการบริการ ส่วนระดับของความพึงพอใจของผู้บริการ ประกอบด้วย ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง จะมี ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ให้บริการ ได้แก่ ลักษณะงาน การนิเทศงาน เพื่อนร่วมงาน ค่าจ้างงาน โอกาสก้าวหน้าในงาน

## แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

การบริการเป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการ การให้บริการบุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตามด้วยวิธีที่หลากหลาย ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ การบริการหลักมักจะเป็นการตอบสนองต่อความต้องการขั้นต่ำสุดได้ ส่วนการบริการที่พิเศษแตกต่างไปจากการบริการหลักนั้น เรียกว่า มูลค่าเพิ่ม (Adding value) ที่เสริมบริการหลักในรูปของความเชื่อถือได้และการยอมรับของผู้ใช้บริการ

### ความหมายของการบริการ

สมิต สัจฉกร (2550:11-15) พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530 ให้ ความหมายของคำว่า “บริการ” หมายถึง “การปฏิบัติรับใช้ การให้ ความสะดวก สะบาย ความหมายโดยทั่วไปที่มักกล่าวถึง คือ การกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการที่เปี่ยมประโยชน์ ต่อการบริการตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Service” ซึ่ง เป้าหมายที่เราจะ สอนและคนส าวนมากจะเรียกร ับของรับบริการเพื่อความพึงพอใจของตน การบริการ เป้าหมายการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อ และเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการ การให้ บริการ บุคคล ใดก็ตามในทางใด ึ่งด้วย ความพยายามใด ๆ ก็ตามด้วยวิธีที่หลากหลาย ในการทำให้ คนต ่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้รับความช่วยเหลือ ได้ าว เป้าหมายการให้ บริการที่แท้จริง คือ กระบวนการ / กระบวนการกิจกรรมในการส ่งมอบบริการ จากผู้ ให้ บริการ ไปยังผู้ รับบริการ หรือผู้ ให้ บริการนั้นในทางวิชาการ (Service) ยังนิยาม (ได้ ำหนดไว้) คือ กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่จัดเวลา สถานที่ รูปแบบหรือจิตวิทยา

ชูวงศ์ ฉายะบุตร (2536 : 11 – 14) ได้เสนอหลักการให้บริการในการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุกว่า จะต้องเป็นตามหลักการ

1. ยึดการตอบสนองความต้องการจำเป็นของประชาชนเป็นเป้าหมาย การบริการในเชิงรับจะเน้นการให้บริการตามระเบียบแบบแผน และมีลักษณะที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการดังนี้คือ

1.1 ข้าราชการมีทัศนคติว่าการให้บริการจะเริ่มต้นก็ต่อเมื่อมีผู้มาติดต่อขอรับบริการ มากกว่าที่จะมองว่าตนมีหน้าที่ที่จะต้องจัดบริการให้แก่ราษฎรตามสิทธิประโยชน์ที่เขาควรจะได้รับ

1.2 การกำหนดระเบียบปฏิบัติและการใช้ดุลพินิจของข้าราชการ มักเป็นไปเพื่อ สงวนอำนาจในการใช้ดุลพินิจของหน่วยงาน หรือปกป้องตัวข้าราชการเอง มีลักษณะที่เน้นการควบคุมมากกว่าการส่งเสริม การติดต่อราชการจึงต้องใช้เอกสารหลักฐานต่าง ๆ เป็นจำนวนมากและต้องผ่านการตัดสินใจหลายขั้นตอน ซึ่งบางครั้งเกินกว่าความจำเป็น

1.3 จากการที่ข้าราชการมองว่าตนมีอำนาจในการใช้ดุลพินิจ และมีกฎระเบียบเป็น เครื่องมือที่จะปกป้องการใช้ดุลพินิจของตน ทำให้ข้าราชการจำนวนไม่น้อยมีทัศนคติในลักษณะของ

เจ้าขุนมูลนาย ในฐานะที่คนมีอำนาจที่จะบันดาลผลได้ผลเสียแก่ประชาชน การดำเนินความสัมพันธ์ จึงเป็นไปในลักษณะที่ไม่เท่าเทียมกัน และนำไปสู่ปัญหาต่าง ๆ เช่น ความไม่เต็มใจที่จะให้บริการ รู้สึกไม่พอใจเมื่อราษฎรแสดงความเห็นโต้แย้ง เป็นต้น

ดังนั้นเป้าหมายแรกของการจัดการจัดบริการแบบครบวงจรก็คือ การมุ่งประโยชน์ของประชาชนผู้รับบริการทั้งผู้ที่มาติดต่อขอรับบริการ และผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการเป็นสำคัญ ซึ่งมีลักษณะดังนี้คือ

1. ข้าราชการจะต้องถือว่าการให้บริการเป็นภาระหน้าที่ที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องพยายามจัดบริการให้ ครอบคลุมผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการทุกคน

2. การกำหนดระเบียบ วิธีปฏิบัติและการใช้ดุลพินิจจะต้องคำนึงถึงสิทธิประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นหลัก โดยพยายามให้ผู้บริการได้สิทธิประโยชน์ที่ควรจะได้รับอย่างสะดวก และรวดเร็ว

3. ข้าราชการจะต้องมองผู้มารับบริการว่ามีฐานะและศักดิ์ศรีเท่าเทียมกับตน มีสิทธิที่จะรับรู้ให้ความเห็นหรือโต้แย้งด้วยเหตุผลได้อย่างเต็มที่

2. ความรวดเร็วในการให้บริการ สังคมปัจจุบัน เป็นสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันกับสังคมอื่น ๆ อยู่ตลอดเวลาในขณะที่ปัญหาพื้นฐานของระบบราชการคือ ความล่าช้า ซึ่งในด้านหนึ่งเป็นความล่าช้าที่เกิดจากความจำเป็นตามลักษณะของการบริหารราชการเพื่อประโยชน์ส่วนรวมแห่งรัฐ แต่ในหลายส่วนความล่าช้าของระบบราชการเป็นเรื่องที่สามารถแก้ไขได้ เช่น ความล่าช้าที่เกิดจากการปิดภาระในการตัดสินใจ ความล่าช้าที่เกิดจากการขาดการกระจายอำนาจ หรือเกิดจากการกำหนดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น หรือความล่าช้าที่เกิดขึ้น เพราะขาดการพัฒนางานหรือนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ เป็นต้น ปัญหาที่ตามมาก็คือ ระบบราชการถูกมองว่าเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาความเจริญก้าวหน้า และเป็นตัวถ่วงในระบบการแข่งขันเสรี ดังนั้น ระบบราชการจำเป็นที่จะต้องตั้งเป้าหมายในอันที่จะพัฒนาการให้บริการให้มีความรวดเร็วมากขึ้นซึ่งอาจกระทำได้ใน 3 ลักษณะคือ

2. 1 การพัฒนาข้าราชการ ให้มีทัศนคติ มีความรู้ ความสามารถ เพื่อให้เกิดความชำนาญงาน มีความกระตือรือร้น และกล้าตัดสินใจในเรื่องที่อยู่ในอำนาจของตน

2.2 การกระจายอำนาจ หรือ มอบอำนาจให้มากขึ้นและปรับปรุงระเบียบวิธีการทำงานให้มีขั้นตอนและใช้เวลาในการให้บริการให้เหลือน้อยที่สุด

2. 3 การพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่จะทำให้สามารถให้บริการได้เร็วขึ้น

การพัฒนาความรวดเร็วในการให้บริการเป็นเรื่องที่สามารถกระทำได้ทั้งขั้นตอนก่อนการให้บริการซึ่งได้แก่ การวางแผน การเตรียมการต่าง ๆ ให้พร้อมที่จะให้บริการ และการนำบริการไปสู่ผู้ที่สมควรที่จะได้รับบริการเป็นการล่วงหน้า เพื่อป้องกันปัญหาหรือความเสียหาย การพัฒนา

ความรวดเร็วในขั้นตอนให้บริการ เมื่อมีผู้มาติดต่อขอรับบริการ และการพัฒนาความรวดเร็วในขั้นตอนภายหลังการให้บริการ เช่น การรายงาน การติดตามผล การจัดเก็บเอกสารต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อให้วงจรของการให้บริการสามารถดำเนินการต่อเนื่องไปได้อย่างรวดเร็ว ตัวอย่างเช่น การให้บริการในการ สืบค้นข้อมูลการชำระค่าลงทะเบียนของนักศึกษา หรือสืบค้นข้อมูลการใช้จ่ายงบประมาณ ซึ่งจะมี นักศึกษาหรือบุคลากรมาขอเอกสาร หรือการรายงานให้แก่ผู้บังคับบัญชาทราบ เป็นต้น

3. การให้บริการจะต้องเสร็จสมบูรณ์ เป้าหมายของการให้บริการเชิงรุกแบบ ครอบคลุมอีกประการหนึ่งก็คือ ความเสร็จสมบูรณ์ของการให้บริการ ซึ่งหมายถึง การเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ที่ผู้รับบริการจะต้องได้รับ โดยที่ผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้งนัก ซึ่งลักษณะที่ดีของการให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์ก็คือ การบริการที่แล้วเสร็จในการติดต่อเพียงครั้งเดียว หรือไม่เกิน 2 ครั้ง (คือมารับเรื่องที่แล้วเสร็จอีกครั้งหนึ่ง)

4. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ เป็นเป้าหมายที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุก ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนบางส่วนยังมีความรู้สึกว่าการติดต่อขอรับบริการจากทางราชการเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก และเจ้าหน้าที่ไม่ค่อยเต็มใจที่จะให้บริการ ดังนั้น จึงมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการบริการของรัฐและต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ซึ่งนำไปสู่ปัญหาของการสื่อสารทำความเข้าใจกัน ดังนั้นหากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการพยายามให้บริการด้วยความกระตือรือร้นแล้ว ก็จะทำให้ผู้มารับบริการเกิดทัศนคติที่ดี ยอมรับฟังเหตุผล คำแนะนำต่าง ๆ มากขึ้น และเต็มใจที่จะมารับบริการในเรื่องอื่น ๆ อีก นอกจากนี้ความกระตือรือร้นในการให้บริการยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การบริการนั้นเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีความสมบูรณ์ ซึ่งจะนำไปสู่ความเชื่อถือศรัทธาของประชาชนในที่สุด

5. ความสุภาพอ่อนน้อม เป้าหมายอีกประการหนึ่งของการพัฒนาการให้บริการแบบ ครอบคลุมคือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อประชาชนผู้มาติดต่อขอรับบริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ซึ่งจะทำให้ผู้มารับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อข้าราชการและการติดต่อกับทางราชการ อันจะส่งผลให้การสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างกันเป็นไปได้อย่างยิ่งขึ้น ความสุภาพอ่อนน้อมในการบริการนั้น จะเกิดขึ้นได้ก็โดยการพัฒนาทัศนคติของข้าราชการให้เข้าใจว่า ตนมีหน้าที่ในการให้บริการและเป็นหน้าที่ที่มีความสำคัญ รวมทั้งมีความรู้สึกเคารพในสิทธิและศักดิ์ศรีของผู้ที่มาติดต่อขอรับบริการ

6 . ความเสมอภาค การให้บริการแบบครอบคลุม จะต้องถือว่าข้าราชการมีหน้าที่ที่จะต้องให้บริการแก่ประชาชนโดยเสมอภาคกัน ซึ่งจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไข ดังนี้

6.1 การให้บริการจะต้องเป็นไปภายใต้ระเบียบแบบแผนเดียวกัน และได้รับผลที่สมบูรณ์ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าผู้รับบริการจะเป็นใครก็ตาม หรือเรียกว่า ความเสมอภาคในการให้บริการ

6.2 การให้บริการจะต้องคำนึงถึงความเสมอภาคในโอกาสที่จะได้รับการบริการด้วย ทั้งนี้เพราะประชาชนบางส่วนของประเทศ เป็นกลุ่มบุคคลที่มีข้อจำกัดในเรื่องความสามารถในการที่จะติดต่อขอรับบริการจากรัฐ เช่น มีรายได้น้อย ขาดความรู้ความเข้าใจหรือข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ อยู่ในพื้นที่ห่างไกลทุรกันดาร เป็นต้น ดังนั้นการจัดบริการของทางราชการจะต้องคำนึงถึงคนกลุ่มนี้ด้วย โดยจะต้องพยายามนำบริการไปให้บริการตามสิทธิประโยชน์ที่ควรจะได้รับ เช่น การจัดหน่วยบริการเคลื่อนที่ต่าง ๆ เป็นต้น การลดเงื่อนไขในการรับบริการให้เหมาะสมกับความสามารถของผู้รับบริการ เช่น การออกบัตรสงเคราะห์ในการรักษาพยาบาลให้แก่ผู้รายได้น้อย การเรียกเก็บค่าปรับในอัตราที่ต่ำที่สุดตามที่กฎหมายกำหนด เมื่อเห็นว่าผู้รับบริการไม่มีเจตนาที่จะเลี่ยงการปฏิบัติตามกฎหมาย แต่เป็นเพราะขาดข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น ซึ่งอาจเรียกความเสมอภาคนี้ว่า ความเสมอภาคที่จะได้รับการที่จำเป็นจากรัฐ

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจร หรือ Package service เป็นการพัฒนาการให้บริการที่มีเป้าหมายที่จะให้ประชาชนได้รับบริการที่ควรจะได้รับอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ มีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มุ่งที่จะให้บริการในเชิงส่งเสริมและสร้างทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ตลอดจนเป็นการให้บริการที่มีความถูกต้องชอบธรรมสามารถตรวจสอบได้ และสร้างความเสมอภาคทั้งในการให้บริการและในการที่จะได้รับบริการจากรัฐ

วีระพงษ์ เถลิมาจิระรัตน์ (2543 : 6 - 7) ได้ให้อธิบายว่า การบริการเป็นกระบวนการหรือกระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการ โดยบริการเป็นสิ่งที่มีจับ สัมผัสและต้องได้ยากและเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยบริการ และส่งมอบสู่ผู้รับบริการเพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันใดที่มีการบริการนั้น

เวทิน นพนิตย์ (2545 :29) กล่าวไว้ว่า การบริการ หมายถึง การทำให้คนอื่นพอใจ การทำให้คนอื่นชื่นชอบ การทำให้คนอื่นได้รับในสิ่งที่ชื่นชอบ การทำให้ผู้มารับบริการประทับใจ

ฉัตรยาพร เสมอใจและคณะ (2545:158) การบริการ หมายถึง กิจกรรมประโยชน์ (๒) หรือความพอใจซึ่งใด (๓) เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า (๔) โดยทั่วไป (๕) ไม่ (๖) เพียงเกี่ยวกับ (๗) องค์กรกับสินค้า (๘) เท่านั้น แต่ (๙) การบริการให้ (๑๐) ข (๑๑) ข้อมูลเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความต (๑๒) ้องการ (๑๓) ฝ (๑๔) ัฒน (๑๕) ุส (๑๖) ับริ (๑๗) โภค (๑๘) ัโห (๑๙) ัร (๒๐) ุส (๒๑) ัจ (๒๒) ักร (๒๓) ัวิ (๒๔) ัช (๒๕) ั เ (๒๖) ะ (๒๗) ัน (๒๘) ัน

สุพรรณิ อินทร์แก้ว (2547:28) กล่าวไว้ว่า คุณภาพของการให้บริการ คือ การให้บริการที่สามารถสนองความต้องการได้ตรงตามความต้องการหรือ เกินความคาดหวังของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 :18) กล่าวว่าไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมของ กระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

วิชัย ปิติเจริญธรรม (2548 :162) กล่าวว่าไว้ว่า การบริการ คือการช่วยเหลือ เริ่มต้นช่วยเหลือผู้ร่วมงานของเราอย่างเต็มที่ เต็มใจแบบเอื้ออาทร ให้ก่อนเสมอ

อุทิศ ศิริวรรณ (2549 :212) กล่าวว่าไว้ว่า การบริการ หมายถึง การกระทำหรือการปฏิบัติ ซึ่งฝ่ายหนึ่งนำเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณะหรือตัวตนจึงไม่มีการโอนกรรมสิทธิ์การ เป็นเจ้าของในสิ่งใดๆ

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง การกระทำหรือการปฏิบัติ ต่อผู้อื่นให้เขาได้รับความสะดวกในสิ่งที่เขาต้องการ ด้วยความเต็มใจเพื่อสร้างความประทับใจ และเกิดความพึงพอใจสูงสุด

### ความสำคัญของการบริการ

การบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในงานใด ๆ เพราะบริการ คือ การให้ ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการที่ประโยชน์ ต่อผู้อื่น ไม่มีการดำเนินงานใด ๆ ที่ปราศจากบริการทั้งในภาค ราชการและภาคธุรกิจเอกชน การขายสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ใด ๆ ก็ต้องมีบริการรวมอยู่ ด้วยเสมอ ยิ่งบริการดี ธุรกิจบริการ ตัวบริการนั่นเองคือ สินค้า การขายจะประสบความสำเร็จได้ ต้องมีบริการที่ดี ธุรกิจการค จะอยู่ได้ ต้องทำดีกับลูกค้าเก่าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ การบริการ ที่ดีจะช่วยให้รักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ ทำให้เกิดการขยายตัว มีลูกค้าใหม่ ๆ ตามมา ประสิทธิภาพจริง เราสามารถพัฒนาคุณภาพ ของสินค้าทีละตัวได้ แต่การพัฒนาคุณภาพบริการต้องทำ พร้อมกันทั้งสองการพัฒนาคุณภาพของการบริการเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งที่ทุกคนในองค์กร จะต้อง ให้ความสำคัญร่วมกัน มิฉะนั้นจะเสียโอกาสแก่ คู่แข่ง ข่งขันหรือสูญเสียลูกค้าไป พิจารณาความสำคัญของการบริการอาจพิจารณาได้ ๓ ด้าน ได้แก่

1. ด้ มีบริการที่ดีจะเกิดผลอย่างไร
2. ด้ บริการไม่ดีจะเสียผลอย่างไร

บริการที่ดี จะส่งผลให้ ผู้รับบริการมีทัศนคติอันดี แก่ ความคิดและความรู้สึกทั้งต่อบริการและหน้ งานที่ให้บริการไป ในทางบวก คือความชอบ ความพึงพอใจ ดังนี้

1. มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ
2. มีความนิยมในหน้ งานที่ให้บริการ
3. มีความระลึกถึงและยินดีมาขอรับบริการอีก
4. มีความประทับใจที่ดีไปอีกนานแสนนาน

- 5. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่นแนะนำให้ มาใช้บริการเพิ่มขึ้น
- 6. มีความภักดีต่อหน่วยงานที่ให้ บริการ
- 7. มีการพูดถึงผู้ ให้ บริการและหน่วยงานในทางที่ดี

บริการที่ไม่ดี จะส่งผลให้ผู้ รับบริการมีทัศนคติที่ดี ต่อผู้ ให้ บริการและหน่วยงาน  
บริการเปลี่ยนไปในทางลบ มีความไม่ ชอบและความไม่ พึงพอใจ ดังนี้

- 1. มีความรังเกียจผู้ ให้ บริการ
- 2. มีความเสื่อมศรัทธาในหน่วยงานที่ ให้ บริการอีก
- 3. มีความผิดหวัง และไม่ ยินดีมาใช้บริการอีก
- 4. มีความประทับใจที่ไม่ ดีไปอีกนานแสนนาน
- 5. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่นไม่ แนะนำให้ มาใช้บริการอีก
- 6. มีการพูดถึงผู้ ให้ บริการและหน่วยงานในทางที่ไม่ ดี

ที่กล่าวถึงข้างต้น จะเปลี่ยนสิ่งที่ทำให้ เห็นถึงความเจริญและความเสื่อม ผลจากการ  
บริการที่ดีและไม่ ดี ซึ่งเปลี่ยนความสำคัญอย่าง มากของ (กฤษณ์ วิจิตรวิญญูธรรม , 2548:162)

ฉัตรพร เสมอใจ ( 2547:15-17) กล่าวไว้ว่า คุณลักษณะของการบริการ จะมีลักษณะที่  
แตกต่างข้างสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไป ดังนี้

- 1. มองไม่เห็นจับต้อง (Inseparability) บริการเปลี่ยนสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องหรือ  
สัมผัสไม่ได้ ไม่ จะก่อนซื้อหรือหลังซื้อ การจัดโฆษณา การบริการ จะต้องให้ผู้ ผู้  
ถึงประโยชน์ ที่ผู้ บริโภคจะได้ รับจากการบริการ
- 2. แยกไม่ (Inseparability) ลักษณะที่แยกจากกันไม่ได้ คือ ผู้ ขายบริการคนเดียว  
ไม่สามารถขายในตลาดได้ หลายแห่ง ซึ่งเปลี่ยนข้อ จำกัดของบริการ ทำให้ การค้า  
บริการบางอย่างได้ (Travel Agent, Insurance Broker
- 3. ไม่สามารถกำหนดเปลี่ยนมาตรฐาน (standardize) การบริการจากธุรกิจ  
หรือกิจการเดียวกัน แต่ ีทั้งวาระ ีทั้งสถานที่กัน จึงบริการไม่ เหมือนกัน ทำให้ ีเกิดปัญหาคุณภาพ  
บริการทั้ง ก่อนการซื้อและหลังการซื้อของผู้ บริโภคได้ การกำจัดปัญหานี้ทำให้ ี โดยทำการบริการให้  
มาตรฐานให้ มากที่สุด โดยการ ี โปรแกรมทางการตลาด วางแผนผลิตภัณฑ์ (planning)  
เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและชื่อเสียงให้ เปลี่ยนที่รู้จักของผู้ บริโภคว่า สามารถบริการได้ ตามโฆษณา
- 4. เก็บไว้ไม่ได้ (Storability) บริการมีการสูญเสียบ่อย ไม่ สามารถเก็บไว้ใน  
สินค้าคงคลังได้ โดยเฉพาะตลาดของการบริการที่มีการขึ้นลงตามฤดูกาล ข้อ จำกัดดังกล่าว  
สามารถแก้ไขได้ โดยผู้ ให้ บริการจะต้องพยายามเพิ่มการเสนอแนะบริการในช  
วงที่ผู้ บริโภคมีความต้องการ ี มาก หรือพยายาม ี ช วงที่มีความต้องการของผู้ บริโภคคน ี  
ประโยชน์ โดยเฉพาะบริการที่ขึ้นอยู่ ี กับฤดูกาล

การบริการ เป้าในการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลและสิ่งทีบุคคลได้ กระทำขึ้น การบริการเป้าหมายรับฝัดชอบของคน และสามารถแผนรับฝัดชอบกันไปในงานแต่ระดับ โดย มีผู้บริหารสูงสุด เป้าในผู้รับฝัดชอบหมดทุก ส่วนเราอาจแยกพิจารณาลักษณะของการบริการ ออกได้ ดังนี้

1. เป้าในพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อผู้อื่น พฤติกรรมโดยทั่วไปจะเห็นได้จากการกระทำกรบริการจะมีการแสดงออกในลักษณะของสีหน้า แววตา กิริยาท่าทาง คำพูดเนื้อเสียง การแสดงพฤติกรรมที่ปรากฏให้เห็นจะเกิดผลได้ทันทีที่เกิดผลขึ้นได้ตลอดเวลาและแปรผลได้รวดเร็ว อันเป้าในลักษณะเฉพาะของการบริการ

2. เป้าในการกระทำที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจการบริการจะเป้าในเซขึ้นไร ขึ้นอยู่กับความคิดของผู้ให้บริการซึ่งจะแสดงออกถึงอารมณ์ ความรู้สึกความเชื่อ ความปรารถนา และค่านิยม สิ่งเหล่านี้สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดและจิตใจที่ดีก็จะมีผลต่อการบริการไปด่วย

3. เป้าในสิ่งทีบุคคลได้กระทำขึ้นอันเชื่อมโยงถึงผลประโยชน์ของผู้ให้บริการ เป้าในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคนเป้าหมาย บริการและต้องการคนเป้าในส่วสำคัญในการสร้ง เพราะกิจกรรมใด ๆ เกี่ยวกับการบริการคนจะด้องมีส่วสัมพันธ์ในการให้ ความแก่ผู้รับบริการ เป้าในดำเนินการที่เป้าในประโยชน์ต่อผู้รับบริการงานสำนักงานโดยค่านิยมของงานที่ให้บริการ ให้ การสนับสนุนการปฏิบัติ (operation support) ทั้งในดงานภายนอกและดงานภายใน เพื่อสนับสนุนให้ งานของฝ่ ายต้ง ายบรรลุผลงาน งานสำนักงานเป้าในส่วสำคัญที่จะให้ บริการดงานการติดต่อสื่อสาร งานเอกสาร โตตอบ การรับเรื่องและการประสานงานระหว่ง ายงาน ายงานภายในและกับหน่ง ายงานภายนอก และเรื่องดงานธุรการทั่วไป ซึ่งเป้าในการให้ ส่วยให้หน่ง ายงาน ทุกหน่ง ายงานในองค การ

**มาตรฐานของการบริการ**

สมิต สัจฉกร (2550:94) กล่าวไว้ว่า การให้ การบริการเป้าในสิ่งทีไม่สามารถกำหนด มาตรฐานให้ แน่นอนได้ ขึ้นอยู่กับ ผู้รับบริการจะไร บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่งไร ผู้รับบริการแต่ละคนมีแบบและวิธีการในการให้ บริการที่แตกต้งกัน แม้วจะเป้าในการบริการจากคน ๆ เดียวกัน แตต้งวาระกันก็จะให้ การบริการไม่เหมือนกันบริการในธนาคารแต่ ละวัน อาจจะให้ การบริการไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับสภาพอารมณ์ และจิตใจของผู้ให้บริการ ด่วย ผู้รับบริการที่มีจิตดี การบริการก็จะออกมาดี เป้าในทีพึงพอใจของผู้รับบริการ แต่ ด่วย อารมณ์ และจิตใจของผู้ให้บริการเป้าในไปในทางตรงกันข้ามผลของการบริการก็จะออกมาไม่ดีเทต้งที่ควร ซึ่งทำให้ ความพอใจของผู้รับบริการน้อยกว่งจกครั้งรับบริการแต่ ละครั้งมีลักษณะแตกต้งกันด่งกล่ว ข้างต้น

จากข้อให้สาเหตุเกิดปัญหาต่อการพิจารณาคุณภาพของการบริการก่อนการรับบริการ นั่นคือ ในการรับบริการแต่ละครั้งของผู้รับบริการจะเกิดความไม่แน่ใจในคุณภาพของบริการที่จะได้รับหรือไม่ จะตัดเทียบกับครั้งก่อนหรือไม่ มาตรฐานการให้บริการอาจกำหนดได้ดังนี้

1. การให้ความสนใจ
  - 1.1 ต้องต้อนรับอย่างอบอุ่นและข่มขำ
  - 1.2 ต้องแสดงให้เกียรติลูกค้า
  - 1.3 ต้องแสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีความสำคัญ
  - 1.4 ต้องฟังลูกค้าพูดและสนับนัยน์ตาลูกค้า
2. การให้ความเอาใจใส่
  - 2.1 ต้องเอาใจใส่และให้บริการอย่างเท่าเทียม
  - 2.2 ต้องไม่แสดงออกอย่างเหนียวหนำยเย็นชา
  - 2.3 ต้องติดตามเรื่องของลูกค้าจนสำเร็จ
3. การบริการอย่างตั้งใจ
  - 3.1 ต้องมั่นใจในความถูกต้องสมบูรณ์
  - 3.2 ต้องจัดบริการให้ตรงเวลา
  - 3.3 ต้องบริการให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่า
4. การบริการอย่างเต็มใจ
  - 4.1 ต้องสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าว่าจะเป็นบริการที่ได้รับประโยชน์สูงสุด
  - 4.2 ต้องให้ความร่วมมือในการตอบสนอง ความต้องการ
5. การบริการอย่างจริงใจ
  - 5.1 ต้องแสดงออกถึงบริการที่น่าเชื่อถือและเชื่อใจได้
  - 5.2 ต้องรับผิดชอบในตัวสินค้าและบริการ
  - 5.3 ต้องให้บริการอย่างซื่อตรงและเป็นธรรมชาติ
6. การบริการอย่างเข้าใจ
  - 6.1 ต้องมีความรู้ในสินค้าและบริการอย่างแท้จริง
  - 6.2 ต้องมุ่งถึงบริการที่มีคุณภาพสูง
  - 6.3 ต้องให้บริการอย่างถูกต้อง
7. การบริการอย่างรู้ใจ
  - 7.1 ต้องสนองความต้องการของลูกค้าได้ถูกต้อง
  - 7.2 ต้องดำเนินการอย่างรวดเร็วสนใจลูกค้า
8. การบริการอย่างมีน้ำใจ

8.1 ต้องให้ความช่วยเหลืออย่างเอื้ออาทร

8.2 ต้องให้ลูกค้าได้รับคำแนะนำอย่างถูกต้องเพื่อประกันไม่ให้เกิดความยุ่งยาก

8.3 ต้องให้ลูกค้าได้รับประโยชน์ทั้งด้านคุณภาพ และปริมาณอย่างครบถ้วน

### หลักการให้บริการ

สมิต สัจฉกร (2550:173-174) กล่าวว่า iva การบริการเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลและสิ่งทีบุคคลได้กระทำ ซึ่งการบริการเป็นความรับผิดชอบของทุกคนและสามารถแบ่งความรับผิดชอบกันไปในงานแต่ละด้าน ลักษณะของการบริการจะต้องกำหนดไว้เป็นกรอบหรือแนวทางปฏิบัติโดยผู้บริหาร หลักการให้บริการจะต้องคำนึงถึงสิ่งดังต่อไปนี้

1. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลักจะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการ มาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดีและเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใด แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจไม่ให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็อาจจะไร้ค่า
2. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ คุณภาพคือความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น การบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการบริการเกิดความพึงพอใจ และถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการ เพราะคุณภาพของการบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า
3. ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน การบริการจะสนองตอบความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับบริการคือปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะหากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้วก็ยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ แม้จะมีคำขอโทษขออภัยก็ได้รับเพียงความเมตตา
4. เหมาะสมแก่สถานการณ์ การให้บริการที่รวดเร็ว การให้บริการตรงตามกำหนดเวลาเป็นสิ่งทีสำคัญ ความล่าช้าไม่ทันกำหนด ทำให้เป็นการบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์
5. ไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่นๆ การให้บริการในลักษณะใดก็ตามจะต้องพิจารณาโดยรอบคอบรอบด้าน จะมุ่งแต่ประโยชน์ที่จะเกิดแก่ลูกค้าและฝ่ายเราเท่านั้นไม่เป็นการเพียงพอจะต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย รวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย

### ลักษณะของการบริการที่ดี

สมิต สัจฉกร (2550:175-176)การให้บริการเป็นการกระทำของบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพอุปนิสัยและอารมณ์ที่แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคลและแต่ละสถานการณ์ จึงมีการประพฤติปฏิบัติที่หลากหลายออกไป แต่อย่างไรก็ตาม การบริการที่ดีที่ควรปฏิบัติมีดังนี้คือ

1. ทำด้วยความเต็มใจ การบริการเป็นเรื่องของจิตใจ ถ้ามีความรักในงานบริการ ก็จะทำทุกสิ่งทุกอย่างในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่น ด้วยความตั้งใจและเต็มใจ ผลของการกระทำก็มักจะเกิดด้วยดี

2. ทำด้วยความรวดเร็ว ผู้รับบริการส่วนใหญ่อยู่ในอาการรีบร้อนจึงต้องการความช่วยเหลือที่นอกเหนือใจ การแสดงออกอย่างสุภาพในการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้รับบริการมีความสุขและความพอใจ

3. ทำด้วยความถูกต้อง การบริการที่ดีจะต้องเน้นการทำให้ถูกต้องเป็นสิ่งที่สำคัญ

4. ทำอย่างเท่าเทียมกัน คนส่วนมากต้องการสิทธิพิเศษ และเรียกร้องที่จะรับบริการที่ดีกว่าหรือเหนือกว่าผู้อื่น หากเราแสดงออกให้คนต่างๆ เห็นว่าเราให้บริการเป็นพิเศษแก่บางคนก็เท่ากับเราไม่ให้บริการอย่างเป็นธรรม เป็นการสร้างความพอใจให้แก่คนเพียงคนเดียวแต่ทำความไม่พอใจให้แก่คนอีกจำนวนมาก เราอาจพูดพอได้ขึ้นกับลูกค้าบางคนว่า เราบริการให้เป็นพิเศษแต่ต้องแสดงออกให้คนทั่วไปเห็นว่า เราบริการอย่างเสมอภาค

5. ทำให้เกิดความชื่นใจ การบริการที่ดีจะต้องทำให้ผู้รับบริการมีความสุข ซึ่งทุกคนต่างตระหนักดีว่า เมื่อใดที่ผู้ให้บริการสนองตอบความต้องการ ให้ความช่วยเหลืออย่างดีก็จะเกิดความปิติ ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องพยายามให้ความช่วยเหลือจนผู้รับบริการชื่นใจ

นอกจากลักษณะของการบริการที่กล่าวมาข้างต้นยังมีหลายสิ่งหลายอย่างที่อาจช่วยเสริมให้เกิดบริการที่ดีได้ยิ่งขึ้นอีก เช่น การแสดงอหยาอหิของดีของผู้ให้บริการ ความสุภาพน่ารัก ความเอาใจใส่ติดตามเรื่อง การช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ความซื่อสัตย์สุจริต การให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ เป็นต้น

#### ความคาดหวังของผู้รับบริการ

ผู้รับบริการทุกคนก็ต้องการบริการชั้นหนึ่งคือ สะดวก รวดเร็วทันใจ ถูกต้อง สมบูรณ์ ได้รับประโยชน์สูงสุด ได้รับการต้อนรับที่อบอุ่นผู้ให้บริการให้ความสนใจ เอาใจใส่ตอบสนองความต้องการอย่างถูกต้องและถูกใจ ที่สำคัญคือ รวดเร็วตั้งใจไม่ต้องรอคอย

จำแนกความคาดหวังของผู้รับบริการแต่ละด้านได้ดังนี้

1. สิ่ง que เห็นได้ ผู้รับบริการคาดหวังที่จะได้เห็นสิ่งอำนวยความสะดวก ที่จัดเตรียมไว้ว่ามีเพียงพอแก่การให้ความสะดวกต่างๆ มากน้อยเท่าใด เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ มีความทันสมัย

หรือไม่ จัดเตรียมบุคลากรไว้อย่างไรเพียงพอแก่การให้บริการหรือไม่ มีเครื่องมือสื่อสารที่พร้อมจะให้ความสะดวกหรือไม่ มีวัสดุต่างๆ ที่จะเอื้ออำนวยความสะดวกอย่างไร

2. ความรู้สึกร่วม ผู้รับบริการคาดหวังที่จะได้รับการต้อนรับดูแลอย่างกตัญญู ต้องการคำกล่าวปฏิสันถารที่ยกย่อง การแสดงกิริยาที่นอบน้อม คำพูดไพเราะ ให้ความเอาใจใส่เป็นกันเอง เมื่อมีข้อสงสัยจะต้องได้รับคำตอบชี้แจง หรือจัดหาให้ตามความต้องการ ผู้รับบริการทุกคนคาดหวังที่จะได้รับความสนใจให้ความสำคัญและให้เกียรติ

3. การสนองตอบ ผู้รับบริการมีความคาดหวังว่า ผู้ให้บริการจะมีความเต็มใจในการให้ความช่วยเหลืออย่างจริงใจและจริงจัง เมื่อต้องการความสะดวกอย่างใดก็จะได้รับการที่ทันท่วงที มีความสะดวกรวดเร็วทันใจและได้รับประโยชน์สูงสุด

4. การให้หลักประกัน ผู้รับบริการมีความคาดหวังว่าจะมีผู้ให้บริการที่มีความรู้ในเรื่องที่จะบริการอย่างแท้จริง เป็นผู้มีอัธยาศัยที่จะรับเรื่องอันเป็นปัญหาของเขาไว้เป็นผู้ที่เขาจะสามารถพูดด้วยความไว้วางใจ และช่วยแก้ปัญหาให้แก่เขาได้ รวมทั้งสามารถสร้างความมั่นใจว่าเขาจะได้รับการที่มีคุณภาพ คุ่มค่าและถูกต้องสมบูรณ์

5. ความเชื่อถือได้ ผู้รับบริการคาดหวังว่าผู้ให้บริการมีความสามารถในการปฏิบัติตามที่สัญญาด้วยการให้บริการที่ถูกต้องสะดวกรวดเร็วด้วยยึดมั่นในคำสัญญาที่จะให้บริการในเรื่องต่างๆ อย่างแท้จริง

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่เห็นได้ อันได้แก่การให้สิ่งอำนวยความสะดวก ความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ การจัดให้มีเครื่องมือสื่อสาร การจัดให้มีบุคลากรช่วยเหลือเอาใจใส่ ส่วนความคาดหวังที่เป็นสิ่งที่เกิดจากความรู้สึกหรืออารมณ์ร่วม ได้แก่ การต้อนรับดูแลเอาใจใส่เป็นกันเอง การยกย่องพูดไพเราะ การสนองตอบด้วยความเต็มใจในการให้ความช่วยเหลือ การให้บริการที่ทันท่วงที สะดวกรวดเร็วทันใจ และที่ไม่ควรมองข้ามไปได้แก่การมีหลักประกันว่าจะได้รับการที่มีคุณภาพ คุ่มค่าคุ่มเวลาและถูกต้องสมบูรณ์ รวมทั้งการปฏิบัติตามสัญญา มีการบริการที่ถูกต้องทันกำหนดเวลา ยึดมั่นในคำสัญญาที่ให้ไว้ อันจะนำมาซึ่งความเชื่อถือของผู้มารับบริการ

### ทฤษฎีการให้ บริการ

วีรพงษ์ ไชยสิทธิ์ (2543:56-61) เสนอว่า ทฤษฎี 3 ไอ (หรือ Theory of Triple I) แห่งการให้บริการที่ด้อยคุณภาพ กล่าวถึงปัจจัย 3 ประการ ที่อยู่เบื้องหลังของความด้อยประสิทธิภาพ และคุณภาพของบริการ ซึ่งจะให้ บริการที่ด้อยคุณภาพที่ประสพผล จะเกิดคุณภาพของบริการ โดยต้องการจะแก้ไขที่ต้นเหตุที่ก่อให้เกิดปัญหาสำคัญของการทำงานผิดพลาด หรือการให้บริการผลงานที่มีปัญหาและไม่ตรงตามเป้าหมายของบุคลากรต่าง ๆ ในองค์กร นั้น มาจากสาเหตุสำคัญ 3 ประการซึ่งได้แก่

1. ความไร้เดียงสา หรือ ไร้ความรู้ที่ไม่ถึงการณ์ของ (Incompetence) บริการ
2. ความละเลย (Ignorance)
3. ความจงใจกระทำ (Intention)

ดังต่อไปนี้

1. ความไร้เดียงสา หรือ ไร้ความรู้ที่ไม่ถึงการณ์ของ (Incompetence) บริการที่อาจเรียกว่า Lack of Skills หรือขาดทักษะที่เพียงพอในการปฏิบัติงาน คือ ทำผิดไปเพราะความไม่รู้ ซึ่ง
2. ความละเลย หรือความมั่งงายของตัวบริการนั้นเอง (Ignorance) หมายถึงความรู้ที่รู้แล้วแต่ไม่ทำเพราะอาจเกิดปัญหาขึ้นมาจริง ๆ บางทีอาจเรียกอีกอย่างว่า Negligence ก็ได้ สำหรับบางกรณีที่เราละเลยที่จะทำแต่ก็ละเลยไม่ตรวจสอบอีกเช่นกัน

3. ความจงใจกระทำ (Intention) อาจเรียกอีกอย่างหนึ่งได้ว่า Malicious Act คือ กระทำไปโดยความรู้ และเข้าใจ แต่มีเจตนาประสงค์บางอย่างแอบแฝงอยู่ให้ บริการทำ ทั้งนี้เพื่อผลประโยชน์แก่ตนเอง หรือเพื่อความสะใจบางอย่างของคนบางคน บางกลุ่มที่สั่งสมเอาความแค้นเคืองใจไว้มาก ๆ ในองค์กร เมื่อได้โอกาสจึงกระทำการอันไม่สมควรลงไป บางทีอาจดูสักกัณห์ Hazard ในงานบางอย่างที่ได้อธิบายจากทฤษฎี 3 ไอ นี้ ผู้บริการและหัวหน้างานระดับต่าง ๆ ก็อาจละเลยที่จะคำนึงถึงคนรับบริการหรือปลงใจว่าผู้รับบริการมีปัญหาของตนบกพร่องหรือทำงานไม่ดี หัวใจที่แท้จริงถึงไต่ถามตนเองอย่างตรงไปตรงมาว่า ความบกพร่องในบริการนั้น ๆ เกิดมาจากใจตัวเองแล้ว คำตอบนั้นอาจนำไปสู่การแก้ไขปัญหาก็ได้

ความพึงพอใจของผู้บริโภค จึงเป็นคุณูณ์สำคัญไปสู่การบริการที่มีประสิทธิภาพ การสร้างความพึงพอใจของการบริการอาจทำได้ ดังนี้ (นันทวัน เหลี่ยมปรีช 38:28-29)

1. พยายามเรียนรู้ และค้นหาสาเหตุของปัญหาบริการที่ด้อยประสิทธิภาพ การศึกษาถึงความต้องการของผู้รับบริการ โดยทำการวิเคราะห์ การวิจัยสำรวจทุกชั้น หรือการแสดงความคิดเห็นของบรรดาผู้รับบริการอาจจะต้องสัมผัสกับผู้รับบริการมากขึ้นเพื่อให้ เกิดความเข้าใจในการปรับปรุงการสื่อสารจากระดับล่าง ซึ่งติดต่อโดยตรงกับลูกค้า และผู้บริหารระดับสูง ก็จะทำได้

ผู้ บริหาร รุ ด้ ถึงความต ด้ องการของลูกค ด้ ำได้ ด้ ดีขึ้น เพราะผู้ ด้ ที่ไกล ด้ ชิดกับผู้ ด้ บริการอาจจะสังเกตค  
ของผู้ ด้ รับบริการได้ ด้ และเพื่อให ด้ การสื่อสารเป ด้ ็นไปอย ด้ งถูกต ด้ อง ระยะห ด้ งระหว ด้ งผู้ ด้ ำ  
และผู้ ด้ บริหารไม ด้ ีควรห ด้ งกันมาก หาก ห ด้ งกันมากไป ข ด้ ้อมูลผิดเพี้ยนได้ ด้ ในระหว ด้ งการเดินท  
ที่สำคัญที่สุดก็คือการนำข ด้ ้อมูลที่ถูกต ด้ องไปสู ด้ การปฏิบัติ

2. สร ด้ ำ มาตรฐานของคุณภาพการบริการให้ ด้ ถูกต ด้ องในการแก ด้ ป ด้ ัญหาซึ่งเกิดจากการถึ  
มาตรฐานที่ผิด ๆ นั้นอาจทำได้ ด้ ดังนี้ โดยผู้ ด้ บริหารระดับต ด้ ง ๆ จะต ด้ องเข ด้ ำใจในมาตรฐานและสามารถ  
จะฝ ด้ ักพนักงานในบังคับบัญชาให้ ด้ สามารถเสนอบริการแบบที่มีคุณภาพโดยบ ด้ งชี้และอธิบายให้ ด้  
พนักงานฟ ด้ ึ่งถึงว ด้ ำ จุดไหนของกระบวนการจะ มีผลกระทบต ด้ ือคุณภาพของการบริการนั้น ๆ และจุด  
นั้นควรได้ ด้ รับการสนใจจากพนักงานเป ด้ ็นพิเศษ และผู้ ด้ บริการจะต ด้ องแน ด้ ใจว ด้ ำพนักงานเข ด้ ำใจใน  
หมายและลำดับความสำคัญในกระบวนการบริการพร ด้ ำ อมกันนั้นควรจะมีการติดตามผลตลอดเวลาและ  
มีการให้ ด้ รางวัลแก ด้ ผู้ ด้ บริหารร ด้ วมทั้งพนักงานที่สามารถบรรลุถึงจุดประสงค์ ด้ ที่ตั้งไว้ ด้

3. การที่จะทำให ด้ การบริการตรงกับมาตรฐานนั้น อาจทำได้ ด้ ดังนี้ผู้ ด้ บริหารจะต ด้ องคัดเลือก  
พนักงานที่มีความสามารถ และความชำนาญเป ด้ ็นอย ด้ งดีรวมทั้งจัดให้ ด้ มีการอบรมแก ด้ พนักงานตาม  
ความต ด้ องการของผู้ ด้ บริหาร พร ด้ ำ อมทั้งกำหนดบทบาทของพนักงานให้ ด้ แน ด้ ็นอนและทำความเข้าใจ  
พนักงานว ด้ ำ การทำงานของเขาจะส ด้ ึงผลกระทบต่อ ด้ ือความพึงพอใจของผู้ ด้ รับบริการไร ด้ ำเพิ่ม  
ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานค ด้ ำยเทคโนโลยี และเครื่องมือเครื่องใช้ ด้ ที่ทันสมัยรวมทั้งการ  
สอนให้ ด้ พนักงานเข ด้ ำใจถึงความคาดหวังความเข ด้ ำใจจากการรับรู ด้ ำ ในป ด้ ัญหาของผู้ ด้ รับบริการการ  
สนับสนุนให้ ด้ เกิดการประสานงานอย ด้ งดีของทีมงานเพื่อค ด้ ำให ด้ เกิดประสิทธิภาพในการทำงานให้ ด้ ดี  
ยิ่งขึ้นค ด้ ำยการจูงใจโดยการให้ ด้ รางวัลแก ด้ ด้ ำมงานที่ผิดพลาดของค ด้ ำนใดค ด้ ำนหนึ่ง  
มีผลกระทบต่อ ด้ ือคุณภาพของงาน พนักงานแต่ ด้ ะค ด้ ำนอาจจะมีหน ด้ ำ ที่ในความรับผิดชอบหลายหน ด้ ำ ที่ แต่ ด้  
ละหน ด้ ำ ที่เหล ด้ ำ นั้นอาจจะขัดแย ด้ งกันเอง ดังนั้นพนักงานควรมีส ด้ ำ ว ในการกำหนดมาตรฐานของการทำ  
หน ด้ ำ ที่ต ด้ ง ๆ ตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงานโดยยึดถือคุณภาพของการบริการเป ด้ ็นหลัก ผู้ ด้  
บริหารควรจะดูแลให้ ด้ พนักงานที่ประสานงานกับผู้ ด้ ำ ให้ ด้ บริการโดยตรง ดำเนินหน ด้ ำ ที่การทำงานอย ด้ งมี  
ประสิทธิภาพเพราะความผิดพลาดของผู้ ด้ ประสานงานอาจจะทำให ด้ ความพยายามของพนักงานที่ ดีต ด้  
อกับผู้ ด้ รับบริการล ด้ ำ มเหลวให้ ด้ ความรู ด้ ำ ความเข ด้ ำ ใจกับผู้ ด้ บริ โภคเกี่ยวกับกระบวนการบริการ จะทำให ด้  
การ ขอมรับถึงความข ด้ งยาก

4. ควบคุมให้ ด้ การบริการกับมาตรฐานตามสัญญาทั้งทางตรงและทางอ ด้ ำ อมการให้ ด้  
ข ด้ ำ วสาร การประชาสัมพันธ์ ด้ หรือการโฆษณา ควรแสดงถึงระดับการบริการที่เป ด้ ็นจริงการพยายามดึง  
ความสนใจของผู้ ด้ บริ โภคให้ ด้ มาใช้ ด้ บริการ ผ ด้ ำ นสื่อต ด้ ง ๆ นี้ อาจจะไปสู ด้ ความคาดหวังที่สูงเกินจ  
ของผู้ ด้ บริ โภค ดังนั้น องค ด้ ำ จะต ด้ องพยายามควบคุมการให้ ด้ ข ด้ ำ วสาร เกี่ยวกับความสามารถให้ ด้ ถูกต  
ตรงกับความสามารถที่แท้ ด้ ำ จริงพร ด้ ำ อมกันนั้นทุกสาขาขององค ด้ ำ การควรให้ ด้ บริการที่มีระดับมาตรฐาน

เดียวกันหาก ผู้ให้บริการในสาขาอื่นซึ่งไม่ใช่สาขาที่คู่ขนานเคยแต่ได้ รับระดับคุณภาพกัน อาจ ทำให้ ภาพพจน์ ขององค์ การเปลี่ยนไปจากเดิม ถ้าหากความที่คาดหวังให้ ผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการควรสร้างความเข้าใจว่าทำไมความผิดพลาดจึงเกิดขึ้น การทบทวนนี้อาจช่วยลดระดับความไม่พึงพอใจได้

สมวงศ์ พงศ์สถาพร ( 2546:85-91) กล่าวว่าไว้ว่า ส่วนประสมการตลาดบริการจะต้องทำงานประสานกันอย่างดีจึงจะมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 8 ประการ

1. ผลิตภัณฑ์ (Product elements) ผู้บริหารสินค้าบริการต้องตัดสินใจเลือกบริการหลัก (Core service) และองค์ประกอบเสริม (Supplementary service) ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และแข่งขันได้ดีกับบริการของคู่แข่ง

2. สถานที่จัดจำหน่าย (Place, Cyberspace and Time) การตัดสินใจเกี่ยวกับการส่งมอบบริการ ต้องคำนึงถึงปัจจัยทางด้านสถานที่ที่ให้บริการ และเวลาในสินค้าบริการบางประเภท สามารถส่งมอบบริการได้ผ่านทางช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่เรียกว่าทางอีเมลล์ หรือทางเว็บไซต์ ลูกค้าจะคำนึงถึงความรวดเร็ว และความสะดวกในการรับบริการเป็นปัจจัยที่สำคัญ ซึ่งเป็นตัวที่ผู้บริหารต้องคอยตัดสินใจ เพื่อแข่งขันเสนอบริการที่สะดวกรวดเร็วให้กับลูกค้าให้ได้ดีที่สุด

3. กระบวนการออกแบบ (Process) การส่งมอบบริการให้ลูกค้า ถ้าการออกแบบทำได้ดี การส่งมอบบริการก็จะมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตรงเวลา มีคุณภาพสม่ำเสมอ แต่ถ้าการออกแบบขั้นตอนการบริการไม่ดีพอ จะทำให้ลูกค้ารู้สึกรำคาญ ไม่พอใจ บริการที่ไม่มีประสิทธิภาพจะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าขั้นตอนมาก ซักช้า

4. ความสามารถในการผลิตบริการ และคุณภาพที่สม่ำเสมอ ปัจจัยข้อนี้เป็นเสมือนเหรียญคนละด้านที่ต้องคอย Trade off กัน ผู้บริหารบางคนไม่เข้าใจไปลดต้นทุนการบริการลง ทำให้คุณภาพการบริการลดลง คุณภาพการบริการที่ไม่ดีทำให้ลูกค้าหนีไปง่าย หากการเพิ่มคุณภาพโดยไม่คำนึงถึงต้นทุนและการตั้งราคาที่เหมาะสมอาจทำให้ผลประกอบการดี

5. พนักงานผู้ให้บริการและลูกค้า มีบริการหลายชนิดที่เจาะจงให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการผลิตและส่งมอบบริการพร้อมกัน โดยมากลูกค้าจะประเมินคุณภาพและประสิทธิภาพของการให้บริการจากการติดต่อรับบริการจากพนักงาน ผู้บริหารควรส่งเสริมให้มีการอบรมแก่พนักงานบริการ

6. การส่งเสริมการขาย (Promotion and education) การสื่อสารการตลาดของสินค้าบริการจะเน้นที่การสอนลูกค้าเกี่ยวกับการบริการนั้นมีประโยชน์อย่างไร เมื่อไรควรจะใช้ จะหาได้ที่ไหน และต้องทำอะไรบ้างในการมารับบริการ

7. Physical evidence เป็นองค์ประกอบที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณภาพและประสิทธิภาพ ได้แก่ อาคารสำนักงานสถานที่ให้บริการ เครื่องมือที่ใช้ การแต่งกายของพนักงานที่เหมาะสม เครื่องหมายการค้า สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

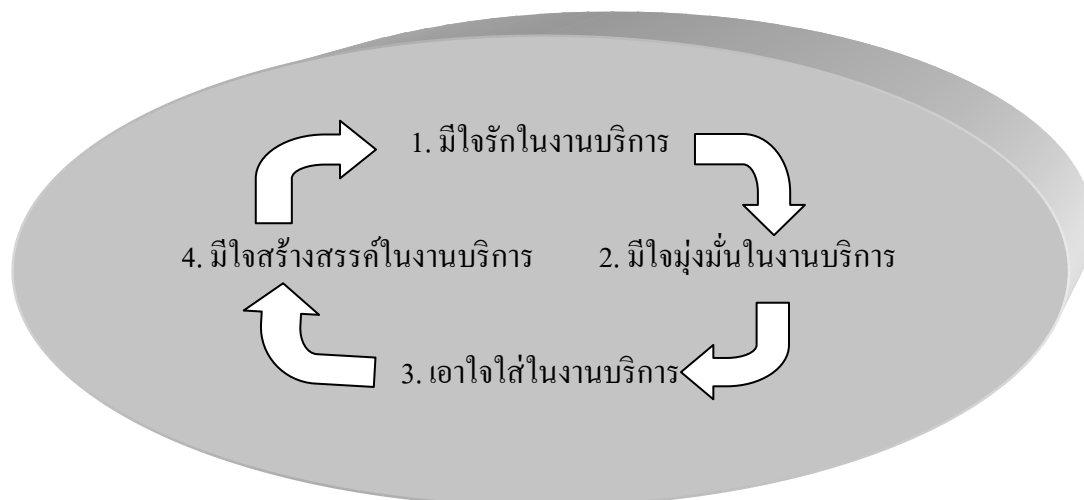
8. ราคา (Price) ผู้บริหารต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงินเวลาที่ลูกค้าต้องเสียไปในการมาใช้บริการ ตลอดจนความรู้สึกที่อาจออกมาในแง่ลบ ไม่พอใจในการบริการที่ได้รับ

องค์ประกอบทั้งแปดของสินค้าบริการต้องทำงานประสานกัน ไม่อาจแยกจากกันได้ชัดเจน ขึ้นอยู่กับแต่ละสินค้าบริการ และยังต้องเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านอื่นที่อยู่ภายในองค์การ ตลอดจนความร่วมมือที่ได้รับจากการบริหารงานทางด้าน ทรัพยากรบุคคล ( Human resource) ไปพร้อมกัน

วิชัย ปิติเจริญธรรม ( 2548:13-16) กล่าวว่าไว้ว่า การบริการด้วยหัวใจเป็นการช่วยเหลือผู้อื่นด้วยในที่รักในงานบริการเพราะเห็นว่าการรับใช้ผู้อื่น และการให้ความสะดวกสบายแก่ลูกค้าทั้งภายในและภายนอกองค์กรนั้นเป็นงานที่มีคุณภาพ เป็นงานที่มีเกียรติ มีประโยชน์ทั้งต่อตนเองและผู้อื่น ผู้ให้บริการมีความมุ่งมั่นให้บริการแม้มีอุปสรรค ก็พยายามเอาใจใส่ในการให้บริการลูกค้า และสร้างสรรค์งานบริการในรูปแบบใหม่ออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเสมอ พยายามเอาใจใส่ต่อปัญหาของลูกค้า ซึ่งการบริการด้วยหัวใจมีลักษณะดังนี้

1. รับฟังปัญหาของลูกค้าเสมอ ไม่หุนหันุนใจ
2. รับฟังอย่างตั้งใจ จริงใจ ไม่เสแสร้งแกล้งทำ
3. สบตาลูกค้า รับรู้ถึงความใจเขาอย่างแท้จริง
4. ยอมรับผิด เมื่อพลาด ขอโอกาสแก้ไข และขออภัยที่ลูกค้ารู้สึกไม่ดี
5. แก้ไขทันทีที่ลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการที่ไม่ถูกต้องสมบูรณ์ อย่างปล่อยให้ผ่านไป
6. ดูแลเอาใจใส่ปัญหาลูกค้า คุยปัญหาของตนเอง
7. ถ้ามีเหตุให้ต้องรอ ต้องรายงานเป็นระยะว่า สถานการณ์การแก้ไข ไปถึงไหนแล้ว อย่างปล่อยให้ลูกค้าโทรมาถามเอง
8. บริการเหมือนญาติมิตรที่สนิทที่สุด

ภาพที่ 2.3 วิธีสร้างการบริการด้วยหัวใจ



(วิชัย ปิติเจริญธรรม, 2549 : 31)

#### วิธีการสร้างบริการด้วยหัวใจ

1. มีใจรักในงานบริการ จงหางานบริการที่คุณรัก แล้วทำงานนั้นให้ดีหรือไม่ก็รักงานบริการที่ทำอยู่ให้มากที่สุดและบริการให้ดีที่สุด
  2. มีใจมุ่งมั่นในงานบริการ การพัฒนาความมุ่งมั่นในการบริการ ต้องพัฒนาจากรัก ความเลื่อมใสศรัทธา ความพึงพอใจที่ได้ช่วยเหลือใครบางคนผ่านงานบริการของคุณเมื่อคุณเห็นในคุณค่าว่าได้มีโอกาสช่วยเหลือ ให้ความสะดวกทำให้ลูกค้าประสบความสำเร็จ ผู้ให้บริการก็จะประสบความสำเร็จเช่นกัน ทำให้ไปสู่การบริการที่ดีอย่างต่อเนื่อง
  3. เอาใจใส่ในงานบริการ มีการเตรียมความพร้อมทั้งร่างกายและจิตใจเพื่อให้บริการที่ดี มีการวางแผน มีการคาดการณ์ไว้ล่วงหน้า ดำรงงานบริการอย่างรอบคอบ ระมัดระวังเพื่อเตรียมความพร้อมให้บริการอย่างมีคุณภาพทั้งต่อลูกค้าภายใน และลูกค้าภายนอกองค์กร
  4. งานบริการคืองานที่แก้ปัญหาที่ต้องอาศัยปัญญา ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ หาทางออกให้กับลูกค้าอยู่ตลอดเวลา อย่างปฏิเสธก่อน อย่างอ้อมกฏระเบียบมากมาย
- เทือน ทองแก้ว (<http://dusithost.dusit.ac.th/file21122005012.doc>) ได้กล่าวไว้ว่า หัวใจบริการ หมายถึง การอำนวยความสะดวก การช่วยเหลือ การให้ความกระจ่าง การสนับสนุน การเร่งรัด การทำงานตามสายงาน และความกระตือรือร้นต่อการให้บริการคนอื่น รวมทั้งการยิ้มแย้มแจ่มใส ให้

การต้อนรับด้วยไมตรีจิตที่ดีต่อผู้อื่น ต้องการให้ผู้อื่นประสบความสำเร็จในสิ่งที่เขาต้องการ ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ ผู้รับบริการทุกคนมีความต้องการตรงกันในการติดต่อรับบริการไม่ว่าจะเป็นของราชการหรือเอกชน คือ

1. ต้องการความรวดเร็ว ยิ่งภาวะการแข่งขันยุคปัจจุบัน ความรวดเร็วของการปฏิบัติงาน ความรวดเร็วของการให้บริการจากการติดต่อจะเป็นที่พึงประสงค์ของทุกฝ่าย ดังนั้น การให้บริการที่รวดเร็วจึงเป็นที่ประทับใจ เพราะจะไม่ต้องเสียเวลารอคอย สามารถใช้เวลาได้คุ้มค่า ในช่วงเวลาสั้น ๆ สามารถทำงานได้หลายอย่าง ทำให้สามารถเพิ่มปริมาณและคุณภาพของงานได้

2. ประหยัดเงินและเวลา การให้บริการที่รวดเร็ว ช่วยประหยัดเงินในการจ้างหรือใช้จ่าย การให้บริการ เช่น แทนที่จะใช้เงินจ้างบุคคลทำงาน 3 วัน แต่ผู้ให้บริการทำงานด้วยน้ำใจ การให้บริการด้วยความซื่อสัตย์รวดเร็ว ทำให้การใช้จ่ายเงินน้อยลง เพราะงานเสร็จเร็วทำให้ทุกฝ่ายประหยัดเงินและเวลาและทำให้ผู้มารับบริการสามารถปฏิบัติงานอื่นได้อีก จึงจะสามารถเพิ่มคุณค่าและรายได้ให้กับทุกฝ่าย

3. เกิดความรู้ที่ดีต่อผู้ให้บริการ ผู้มาติดต่อขอรับบริการ เมื่อผลลัพธ์เกิดขึ้นเร็ว และด้วยน้ำใจบริการที่ดี จะสร้างสัมพันธ์ที่ดีซึ่งกันและกัน ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจ และยินดีที่จะกลับมาติดต่อและมารับบริการอีก และ仍将นำผลที่เกิดขึ้น หรือความประทับใจที่มีไปบอกต่อเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่ง

เกิดผลดีต่อตนเอง ซึ่งหมายถึงผู้ให้บริการจะได้รับผลจากการให้บริการด้วยการมีหัวใจบริการ คือ

1. ความสำเร็จของงาน เมื่อผู้ให้บริการทำงานด้วยความรวดเร็ว และด้วยความเต็มใจ งานที่รับผิดชอบจะสำเร็จได้รวดเร็ว ทำให้งานไม่คั่งค้าง และยังส่งผลให้ผู้มาติดต่อพึงพอใจที่เห็นความกระตือรือร้น ผู้ให้บริการจะไม่ละทิ้งหรือหลงลืมงานได้ เมื่องานไม่คั่งค้าง สุขภาพจิตในการทำงานก็ดีขึ้นด้วย

2. เกิดภาพสะท้อนที่ดีต่อบุคคลและองค์กร ที่เรียกว่า ภาพลักษณ์ การให้บริการที่ดีจะสะท้อนเป็นภาพความสำเร็จ ความพึงพอใจ ผู้มาใช้บริการจะบอกต่อขยายออกไปอย่างน้อย 5 เท่า หรือบอกต่อถึงความประทับใจต่อคนอื่นอีก 5 คน แต่ถ้าไม่ประทับใจ ก็จะบอกความไม่ดีออกไปอีก 10 เท่า หรือ 10 คน เพราะธรรมชาติของคนจะชอบพูดเรื่องไม่ดีของคนอื่นเป็นส่วนใหญ่

3. มีกำลังใจ เนื่องจากให้บริการที่ดี จะได้ภาพสะท้อนที่ดี ทำให้เกิดบรรยากาศที่ดี น้ำเสียงหรือการพูดจาจะเป็นไปด้วยบรรยากาศที่ดี ไม่มีการต่อว่า หรือใช้ถ้อยคำที่รุนแรง อันก่อให้เกิดผลกระทบตามมาในสิ่งที่ไม่ดี

4. คิดสร้างงานต่อ เป็นไปตามหลักผลการทำดี ทำให้ผู้ปฏิบัติมีกำลังใจทำงานมากขึ้น เกิดขวัญกำลังใจดี ทำงานได้มากและมีคุณภาพ ผลตอบแทนจะมากตามไปด้วย ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ คิดสร้างงานต่อไป ซึ่งจะเกิดผลดีต่อตนเอง

ยุทธศาสตร์สำคัญในการมีหัวใจบริการ คือ

1. การจัดบรรยากาศ สถานที่ทำงาน หมายถึง การจัดสถานที่ทำงานให้สะอาดเรียบร้อย บรรยากาศร่มเย็น มีสถานที่พักผ่อนหรือพักรอ ตัวอย่างที่เห็นชัดเจน คือ การให้บริการของบริษัท โตโยต้า ที่จัดสถานที่นั่งพักในห้องปรับอากาศ มีหนังสือพิมพ์ วารสารดี ๆ มีน้ำดื่มบริการ เป็นต้น ในขณะที่ลูกค้ารอการซ่อมรถในอู่ของบริษัท

บรรยากาศดังกล่าวนี้ รวมถึง การจัดสถานที่ ป้ายบอกสถานที่ ขั้นตอนการติดต่องาน ที่ชัดเจน ลูกค้าสามารถอ่าน หรือติดต่อได้ด้วยตนเอง ไม่ต้องถามใคร ตั้งแต่เส้นทางเข้าจนถึงตัวบุคคล ผู้ให้บริการและกลับไป จุดการให้บริการควรเป็น One stop service คือ ไปแห่งเดียวงานสำเร็จ

2. ยิ้มแย้มแจ่มใส หน้าตาบานเบิกของหัวใจในการให้บริการคือ ความรู้สึก ความเต็มใจและความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ “เป็นความรู้สึกภายในของบุคคลว่าเราเป็นผู้ให้บริการ จะทำหน้าที่ให้ดีที่สุด ให้ประทับใจกลับไป ” ความรู้สึกดังกล่าวนี้ จะสะท้อนมาสู่ภาพที่ปรากฏในใบหน้า และกิริยาท่าทางของผู้ให้บริการคือ การยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายด้วยไมตรีจิต การยิ้มแย้มแจ่มใสจึงถือว่าเป็นบันไดขั้นสำคัญที่จะนำไปสู่ผลความสำเร็จขององค์กร อย่าลืมว่าการยิ้มคือการเปิดหัวใจการให้บริการที่ดี

3. ปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการด้วยความรวดเร็ว และเต็มใจ ด้วยการเริ่มต้นทักทายผู้มาติดต่อด้วยการซักถามด้วยภาษาที่สุภาพ แสดงความกระตือรือร้นและเป็นมิตร เช่นจะให้ช่วยอะไรไหมครับ (ค่ะ) ต้องการติดต่อเรื่องอะไรครับ (ค่ะ) เป็นต้น อย่าปล่อยให้ผู้มาติดต่อถามก่อน เมื่อรับงานได้แล้วต้องทำให้สำเร็จโดยเร็วและเกิดความสะดวก เมื่อผู้มาติดต่อมาที่เดียว หรือแห่งเดียวสามารถประสานได้ทุกจุด การประสานการช่วยเหลือจึงต้องควรรวดเร็ว บางเรื่องควรวันเดียวสำเร็จ (One day success) หรือ 5 นาทีสำเร็จ เป็นต้น ความรวดเร็วและด้วยความเต็มใจถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของการให้บริการ ถ้าหากว่าไม่สามารถทำได้รวดเร็วด้วยระเบียบ หรือขั้นตอนก็ตาม ก็ต้องชี้แจงด้วยถ้อยคำ หรือภาษาที่แสดงถึงความกังวล ความตั้งใจจะช่วยเหลือจริง ๆ แต่ไม่สามารถทำได้ เพราะมีข้อขัดข้อง หรือความจำเป็นตามระเบียบ

4. การสื่อสารที่ดี การสื่อสารที่ดีจะสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ตั้งแต่การต้อนรับ หรือการรับโทรศัพท์ ด้วยน้ำเสียงและภาษาที่ให้ความหวัง ให้กำลังใจ ภาษาที่แสดงออกไปไม่ว่าจะเป็นการปฏิสัมพันธ์โดยตรง หรือการโทรศัพท์ที่จะบ่งบอกถึงน้ำใจการบริการข้างในจิตใจ จึงกล่าวไว้เบื้องต้นแล้วว่า ความรู้สึกหรือจิตใจที่มุ่งบริการจะต้องมาก่อน แล้วแสดงออกทางวาจา ดังกล่าวมาแล้ว

5. การเอาใจเขามาใส่ใจเรา นี้ถึงความรู้สึกของคนมาติดต่อขอรับบริการ เขามุ่งหวัง 'ได้รับความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้อง ด้วยไมตรีจากผู้ให้บริการ การอธิบายในสิ่งที่ผู้มารับบริการไม่รู้ด้วยความชัดเจน ภาษาที่เปี่ยมไปด้วยไมตรีจิต มีความเอื้ออาทร ติดตามงานและให้ความสนใจต่องานที่รับบริการอย่างเต็มที่

6. การพัฒนาเทคโนโลยี เทคโนโลยีหมายถึงเครื่องมือ และเทคนิควิธีการให้บริการ เช่น การตีพิมพ์ประกาศที่ชัดเจน การประชาสัมพันธ์ให้ทุกคนในองค์กรทราบเพื่อช่วยให้บริการ คือ การสร้างน้ำใจให้บริการให้เกิดขึ้นกับทุกคนในองค์กร ไม่ใช่เฉพาะผู้ที่ทำหน้าที่โดยตรง แต่เป็นเรื่องของทุกคนต้องช่วยกัน ทำหน้าที่ให้บริการ

นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีเช่น Web site ต่าง ๆ ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในด้านข้อมูลข่าวสาร จะช่วยเสริมให้บริการเป็นไปด้วยดี

7. การติดตามประเมินผล และมาตรการประกันคุณภาพการให้บริการ การบริการควรมีการติดตาม และประเมินความพึงพอใจจากผู้รับบริการเป็นช่วง ๆ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและผลสะท้อนกลับว่ามีข้อมูลส่วนใดต้องปรับปรุงแก้ไข ส่วนมาตรการประกันคุณภาพคือการกำหนดมาตรฐานการให้บริการว่าจะปรับปรุงการให้บริการอย่างไร เช่น งานจะเสร็จภายใน 3 ชั่วโมง หรือภายใน 1 วัน เป็นต้น

ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นการย้ำให้เห็นความสำคัญของการให้บริการ และยุทธศาสตร์การให้บริการ เพื่อช่วยให้ทุกฝ่ายในองค์กรได้มองเห็นภาพร่วมกันว่า เป้าหมายของการบริการคือ ผู้มาติดต่อหรือลูกค้าว่าทำอะไรให้เขาพึงพอใจกลับไป โดยถือว่าลูกค้ามีความสำคัญ จนมีคำพูดว่า "Customer is King" มาช่วยกันปฏิบัติตนให้เกิดผลโดยถือหลักง่าย ๆ "เอาใจเขามาใส่ใจเรา" ทำให้สิ่งที่เขาต้องการให้สำเร็จให้ได้ด้วยยุทธศาสตร์เริ่มต้นง่าย ๆ คือ "ยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทาย ช่วยเหลือ ด้วยความเต็มใจ โดยเร็ว และมีคุณภาพ" ถ้าสร้างคุณลักษณะดังกล่าวให้เกิดได้ จะเกิดพลังสำคัญ คือ "การบอกต่อ" ที่เรียกว่า "ปากต่อปาก" จะทำให้เกิดผลรับกลับคืนมากกว่า

วีระพงษ์ เกลิมจิระวัฒน์ ( 2543:6-7) กล่าวว่าไว้ว่า การ สร้างบริการที่เป็นเลิศจึงต้องอาศัยความละเอียดอ่อนที่จะส่งมอบความประทับใจจากการให้บริการแก่ลูกค้า ผู้ให้บริการควรจะตระหนักถึงการส่งมอบบริการที่ดีให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ นำมาจากแนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่ ซึ่งได้เน้นความสำคัญไปยังความสำคัญที่มีให้แก่ลูกค้ามากขึ้น โดยยึดหลักการทำการตลาดแบบ Outside-in คือการเน้นหาความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก และตอบสนองความต้องการนั้น ดังนั้นในธุรกิจบริการจึงมีเป้าหมายของการบริการที่เป็นเลิศโดยให้ความสำคัญกับคุณค่าของสัมพันธภาพมากกว่าค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เพื่อหวังกำไรจากลูกค้าได้ในระยะยาว ( Customer relationship management = CRM) โดยทำความเข้าใจกับลูกค้าว่าลูกค้ามีความต้องการอะไร เพราะในปัจจุบันนี้ลูกค้าไม่ได้ซื้อ

สินค้าหรือบริการอย่างเดียวกันแต่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการนั้น ซึ่งสามารถแบ่งประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการเพิ่มเติมเพื่อสร้างคุณค่าให้ลูกค้ามีดังต่อไปนี้

### 1. คุณค่าการบริการที่ส่งมอบแก่ลูกค้า ได้แก่

1.1 การให้บริการลูกค้าและรูปแบบประโยชน์ ( Customer service and the form benefit) โดยทั่วไปผู้ผลิตสินค้าที่จำหน่ายสู่ท้องตลาดจะคำนึงถึงความง่าย ความสะดวกต่อผู้ใช้เป็นสิ่งสำคัญ แต่ในปัจจุบันการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีสูง สลับซับซ้อนยุ่งยากต่อผู้ใช้ เช่น คอมพิวเตอร์หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ ก็เป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบและผลประโยชน์ของลูกค้าที่มีถึงอำนวยความสะดวกได้ในชีวิตประจำวัน ในกรณีที่ลูกค้าได้ซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดนั้นแล้วแน่นอนที่สุดอย่างน้อยลูกค้าต้องมีคำถาม มีปัญหา มีข้อสงสัย หรือขาดความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการใช้งานของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพราะลูกค้าที่ซื้อสินค้าไปแล้วรู้สึกไม่พอใจหรือบริการไม่เป็นอย่างที่คาดหวังไว้ ดังนั้นฝ่ายบริการลูกค้า ( Customer service) หรือผู้ขายจะต้องเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุดในการแก้ไขปัญหาและให้บริการตามที่ลูกค้าต้องการ

1.2 การบริการลูกค้าและประโยชน์ของสถานที่ ( Customer service and the place Benefit) ในกรณีที่มีการจำหน่ายสินค้าไปยังผู้บริโภคแล้วแน่นอนที่สุดในระยะเวลาดำเนินการต้องมีบริการหลังการขาย เช่น ให้คำปรึกษาในการใช้สินค้า การเปลี่ยนคืนสินค้า การคืนสินค้า การซ่อมแซมสินค้า ดังนั้นบริษัทควรคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าคือ สถานที่โดยทั่ว ๆ ไปแล้วถ้าเราไม่มีความต้องการหรือความจำเป็นเราก็ไม่อยากจะไปติดต่อกับคนอื่นอยู่แล้ว แต่ลูกค้าที่มาติดต่อเราอาจมีสาเหตุคือ มารับบริการอย่างใดอย่างหนึ่งมีปัญหาให้ช่วยแก้ไข เพื่อขอรับทราบข้อมูลบางประการ หรือเพื่อติดต่อบริการของตนกับผู้ที่ให้บริการก็ได้สถานที่ที่ให้ความสะดวกในการให้บริการลูกค้า บริษัทต้องให้ความสำคัญด้วยเพราะจะเป็นสถานที่ที่ติดต่อกันระหว่างลูกค้ากับบริษัทเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและสร้างภาพพจน์ได้ ถ้าเราให้บริการที่ดี ลูกค้าพึงพอใจ อาจจะมีผลต่อการสั่งซื้อสินค้า การซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำ หรือซื้อสินค้าชนิดอื่นเพิ่ม ( Cross sale) หรือมีการซื้อปริมาณที่เพิ่มขึ้นหรือมีการซื้อสินค้าที่มีมูลค่าที่แพงมากขึ้น (Up sale) รวมทั้งลูกค้าจะเป็นประชาสัมพันธ์ให้กับบริษัทที่ดีด้วย (W-O-M) แต่ถ้าผู้ให้บริการ ประพฤติให้เป็นที่ไม่พอใจ ลูกค้าก็จะบอกต่อไปในทางที่ไม่ดีแก่คนอื่น ๆ ต่อไป และสิ่งที่สำคัญการบอกต่อจะไม่สามารถหยุดยั้ง ได้ ซึ่งทำให้ข้อมูลสามารถแพร่กระจายได้ในวงกว้าง

1.3 การบริการลูกค้าและผลประโยชน์ทางด้านเวลา ( Customer service and the time benefit) การบริการจะเริ่มต้นเมื่อลูกค้ามีความต้องการ โดยผู้ให้บริการจะต้องตอบสนองให้ทันกับความต้องการนั้นทันที คือผู้ให้บริการต้องมีความพร้อมให้บริการแก่ลูกค้าเสมอ การปฏิบัติงานรวดเร็วด้วยความเต็มใจ เช่น ถ้าลูกค้ามีปัญหา ไม่ควรให้ลูกค้ารอนาน ไม่ควรปิดหน้าทีความรับผิดชอบให้กับบุคคลอื่น ไม่ควรหัวเราะ หรือหยอกล้อกับคนที่อยู่ใกล้ในขณะที่แก้ปัญหาให้กับ

ลูกค้า ไม่ควรพุดจาด้วยอารมณ์รุนแรง ไม่ควรใช้ศัพท์วิชาการกับคนทั่วไป แต่ถ้าในกรณีที่เป็นจริง ๆ หรือไม่สามรถปฏิบัติให้กับลูกค้าได้ การปฏิเสธต้องนุ่มนวล และมีเหตุผลอย่างเพียงพอ

1.4 การบริการลูกค้าและสิทธิประโยชน์การคุ้มครอง ( Customer service and the possession benefit) การที่ลูกค้ายินยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าในราคาแพง ๆ บริษัทควรมีนโยบายการให้บริการแก่ลูกค้า เช่นยินดีที่ให้ทดลองสินค้าก่อน ยินดีคืนเงินถ้าไม่พอใจ ยินดีรับเปลี่ยนสินค้าถ้าไม่พอใจ หรือมีบริการผ่อนชำระเป็นงวด ๆ สิ่งเหล่านี้คือการให้สิทธิผลประโยชน์การคุ้มครองแก่ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและลูกค้า

ดังนั้นการพัฒนา การบริการจะเกิดขึ้นจากข้อผิดพลาดระหว่าง ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ( Consumer) และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงจากผู้ให้บริการ ( Marketer) เพื่อเป็นการปิดกั้นช่องว่างดังกล่าว และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในที่สุด ความคาดหวังของลูกค้าจะมีบทบาทสำคัญมาก เพราะคุณภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ คือ คุณภาพที่ลูกค้าได้รับ (Perceived quality) จากการใช้บริการเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ ( Customer expectations) ซึ่งตามหลักทฤษฎีการคาดหวังของลูกค้า นั้นเกิดจากปัจจัยที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. ประสบการณ์ของลูกค้าในการใช้บริการที่ผ่านมาในอดีต (Past experience)
2. ข้อมูลที่ได้รับจากคำบอกเล่าของเพื่อน ๆ ( Word of Mouth Communication = W-O-M)
3. การศึกษาข้อมูลจากคู่แข่ง
4. การโฆษณาของกิจการเอง
5. ความต้องการส่วนตัว (Personal needs)

2. ระดับความพึงพอใจในการบริการ ในการซื้อสินค้าบริการแต่ละครั้งลูกค้ามักจะไม่สามารถจับต้องตัวสินค้าบริการได้อย่างแท้จริง ดังนั้นลูกค้ามักจะใช้เกณฑ์ในการวัดระดับคุณภาพการบริการก่อนการตัดสินใจซื้อบริการ 5 ข้อหลักดังนี้

2.1 ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ( Reliability) ผู้ให้บริการจะต้องแสดงความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ควรให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้และตรงต่อเวลา

- ควรให้บริการตามที่สัญญาไว้
- แสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ
- ควรให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า
- ควรให้บริการตามเวลาที่ให้สัญญาไว้กับลูกค้า
- ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนถึงเวลาที่ให้บริการหรือการเข้าพบ

ลูกค้า

2.2 การให้ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจโดยปราศจากความเลียงอันตราย ตลอดจนแสดงความสามารถที่ทำให้เกิดความเชื่อใจได้ในตัวผู้ให้บริการ ดังนี้

- สามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้
- ทำให้รู้สึกไว้วางใจได้เมื่อลูกค้ามาติดต่อ
- มีความสุภาพอ่อนน้อม
- มีความรู้ในงานที่ให้บริการ

2.3 การตอบสนองลูกค้า ( Responsiveness) การตอบสนองต้องมีความตั้งใจให้บริการเพื่อแสดงถึงการเอาใจใส่ในงานบริการอย่างเต็มที่ดังนี้

- การให้บริการอย่างรวดเร็ว
- มีความยินดีที่ให้บริการเสมอ
- มีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อลูกค้าต้องการ

2.4 การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) การจัดเตรียมดูแลงานทั้งก่อนการขาย ระหว่างขาย และหลังการขายมีดังนี้

- ให้ความสนใจลูกค้าเป็นส่วนตัว
- ให้บริการอย่างเอาใจใส่
- ถือประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ
- เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า

2.5 รูปลักษณ์ (Tangibles) ความมีรูปลักษณ์ขององค์กรและผู้ให้บริการมีดังนี้

- อุปกรณ์ทันสมัย
- เทคโนโลยีสูง
- ความสวยงามของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้บริการ
- มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ
- ความสะอาดที่ให้บริการทั้งองค์กร และผู้ให้บริการ

**3. ความเป็นเลิศในงานบริการขององค์กร** การพัฒนาบุคลากรมีความจำเป็นต่อวิชาชีพ การบริการ เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของบุคคลหน่วยงานหรือองค์กร ดังนั้นการบริการที่ดีจะเกิดขึ้นจากตัวบุคคล โดยอาศัยทักษะ ประสบการณ์ เทคนิคต่าง ๆ ที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ และอยากกลับเข้ามาใช้บริการอีก มีดังต่อไปนี้

3.1 ต้องมีจิตใจรักในงานบริการ ( Service Mind) ผู้ให้บริการต้องมีความสมัครใจทุ่มเททั้งแรงกายและแรงใจ มีความเสียสละ ผู้ที่จะปฏิบัติหน้าที่ได้ต้องมีใจรักและชอบในงานบริการ Service Mind มีความหมายดังนี้

S = Smile	ต้องมีรอยยิ้ม
E = Enthusiasm	ความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า
R = Responsiveness	มีความรับผิดชอบในหน้าที่ที่มีต่อลูกค้า
V = Value	ให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณค่า
I = Impression	ให้บริการอย่างประทับใจ
C = Courtesy	บริการลูกค้าอย่างสุภาพอ่อนโยน
E = Endurance	ความอดทนการเก็บอารมณ์
M = Make Believe	มีความเชื่อ
I = Insist	การยอมรับ
N = Necessitate	การให้ความสำคัญ
D = Devote	การอุทิศตน

เป็นคนมีความช่างสังเกต เพราะหากมีการรับรู้ว่าการบริการอย่างไรจึงจะเป็นที่พอใจของผู้รับบริการก็จะพยายามนำมาคิดสร้างสรรค์ให้เกิดบริการ ที่ดียิ่งขึ้น เกิดความพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้มากยิ่งขึ้น

3.2 ต้องมีความกระตือรือร้น ( Enthusiasm) พฤติกรรมความกระตือรือร้นจะแสดงถึงความมีจิตใจในการต้อนรับให้ช่วยเหลือแสดงความห่วงใย จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในการช่วยเหลือผู้รับบริการ

3.3 ต้องมีกิริยาจาสุภาพ ( Manner) กิริยาจาเป็น นสิ่งที่แสดงออกจากความคิด ความรู้สึก และส่งผลให้เกิดบุคลิก ภาพที่ดี ดังนั้นเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความสบายใจที่จะติดต่อขอรับบริการ

3.4 ต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ( Creative) ผู้ให้บริการควรมีความคิดใหม่ ๆ ไม่ควรยึดติดกับประสบการณ์หรือบริการที่ทำอยู่ เคยปฏิบัติมาอย่างไรก็ทำไปอย่างนั้น ไม่มีการปรับเปลี่ยนวิธีการให้บริการจึงควรมีความคิดใหม่ ๆ ในการปฏิรูปงานบริการได้ดี

3.5 ต้องสามารถควบคุมอารมณ์ได้ ( Emotional control) งานบริการเป็นงานที่ให้ ความช่วยเหลือจากผู้อื่น ต้องพบปะผู้คนมากมายหลายชนชั้น มีการศึกษาที่ต่างกัน ดังนั้น กิริยามารยาทจากผู้รับบริการจะแตกต่างกัน เมื่อผู้รับบริการไม่ได้ตั้งใจ อาจจะถูกตำหนิ พุดจาก้าวร้าว กิริยามารยาทไม่ดี ซึ่งผู้ให้บริการต้องสามารถควบคุมสติอารมณ์ได้เป็นอย่างดี

3.6 ต้องมีสติในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ( Calmness) ผู้รับบริการส่วนใหญ่จะติดต่อขอความช่วยเหลือตามปกติ แต่บางกรณีลูกค้าที่มีปัญหาเร่งด่วน ผู้ให้บริการจะต้องสามารถวิเคราะห์

ถึงสาเหตุและคิดหาวิธีในการแก้ไขปัญหาอย่างมีสติ อาจจะเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดจากหลายทางเลือก ในการให้บริการแก่ลูกค้า

3.7 มีทัศนคติต่องานบริการดี ( Attitude) การบริการเป็นการช่วยเหลือผู้ทำงาน บริการเป็นผู้ให้ จึงต้องมีความคิดความรู้สึกต่องานบริการในทางที่ชอบและเต็มใจที่จะให้บริการ ถ้าผู้ใดมีความคิดความรู้สึกไม่ชอบงานบริการ แม้จะพอใจในการรับบริการจากผู้อื่น ก็ไม่อาจจะทำงาน บริการให้เป็นผลดีได้ ถ้าบุคคลใดมีทัศนคติต่องานบริการดี ก็จะให้ความสำคัญต่องานบริการ และปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ที่เป็นผลให้งานบริการมีคุณค่าและนำไปสู่ความเป็นเลิศ

3.8 มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการ ( Responsibility) ในด้านงานทางการตลาด และการขาย และงานบริการ การปลูกฝังทัศนคติให้เห็นความสำคัญของลูกค้าหรือผู้รับบริการด้วยถ้อยคำอย่างว่า “ลูกค้าคือบุคคลที่สำคัญที่สุด ” และ “ลูกค้าเป็นฝ่ายถูกเสมอ ” ทั้งนี้ก็เพื่อให้ผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าอย่างดีที่สุด

อย่างไรก็ตามลูกค้า องค์กร และพนักงานต่างมีความต้องการซึ่งจะต้องประสานความต้องการเหล่านั้นเข้าด้วยกัน ลูกค้าต้องการเอาใจใส่ การให้คำปรึกษา ได้สินค้าคุณภาพดี บริการที่ดี การต้อนรับที่อบอุ่น ได้รับบริการที่สะดวกรวดเร็วตามเวลาที่เหมาะสมไม่ต้องรอนาน มีบริการหลังการขายที่ดี

ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา ( 2547 : 14-15) กล่าวไว้ว่า ธุรกิจบริการยังมีลักษณะเฉพาะที่มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป ที่เจ้าของกิจการและนักการตลาดต้องคำนึงถึงดังต่อไปนี้

1. เป็นสินค้าที่ไม่อาจจับต้องได้ ( Intangibility) บริการโดยทั่วไปมีลักษณะที่ค่อนข้างเป็นนามธรรม ไม่มีตัวตน ไม่มีรูปร่าง ดังนั้นจึงเป็นการยากที่เราจะสามารถรับรู้ถึงการบริการผ่านประสาทสัมผัสต่าง ๆ ของเราได้ เช่น เราไม่สามารถมองเห็น “รูปร่าง” ของ “การท่องเที่ยว” ดังนั้นความไม่มีตัวตนของการบริการที่ทำให้เราไม่อาจจับต้องบริการได้ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค คือ ทำให้ผู้บริโภคเกิด “ความเสี่ยง” ในการเลือกซื้อบริการได้

2. มีคุณภาพไม่คงที่ ( Variability heterogeneity) คุณภาพของการบริการโดยทั่วไปมีความไม่แน่นอนค่อนข้างสูงเนื่องจากมักจะขึ้นอยู่กับพนักงานที่เป็นผู้ส่งมอบบริการ เวลาที่ให้บริการของผู้ส่งมอบบริการ วิธีการในการให้บริการ และสถานที่ที่ให้บริการแก่ลูกค้า

3. ไม่สามารถแยกการผลิตออกจากการบริโภคได้ ( Inseparability) โดยทั่วไปบริการมักจะถูกเสนอขายก่อน และหลังจากนั้นการผลิตและการบริโภคบริการจะเกิดขึ้นในระยะเวลาเดียวกัน ( Simultaneous production and consumption) โดยลูกค้าที่เป็นผู้ซื้อบริการมักจะต้องมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตบริการนั้นด้วย เช่น บริการร้านอาหาร ช่างตัดผมจะนำผ้ากันเปื้อนมาคลุมเสื้อเรา และจะถามว่าต้องการให้ตัดทรงผมแบบไหน และจะเริ่มลงมือตัดผมของลูกค้า โดยจะเห็นว่าขณะที่ช่างตัดผมทำการตัดผม ลูกค้าก็จะทำการบริโภคสินค้าไปพร้อม ๆ กัน

4. ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ ( Perishability) โดยทั่วไปเราไม่สามารถที่จะเก็บรักษาบริการไว้ในรูปของสินค้าคงคลังได้ ทำให้องค์กรเสียโอกาสในการขายบริการได้ เพราะสาเหตุมาจากเราไม่สามารถแยกการผลิตออกจากการบริโภคของลูกค้าได้ ดังนั้นเมื่อลูกค้ามาซื้อในเวลาใด ผู้ขายจึงจะเริ่มทำการผลิตได้เมื่อนั้น

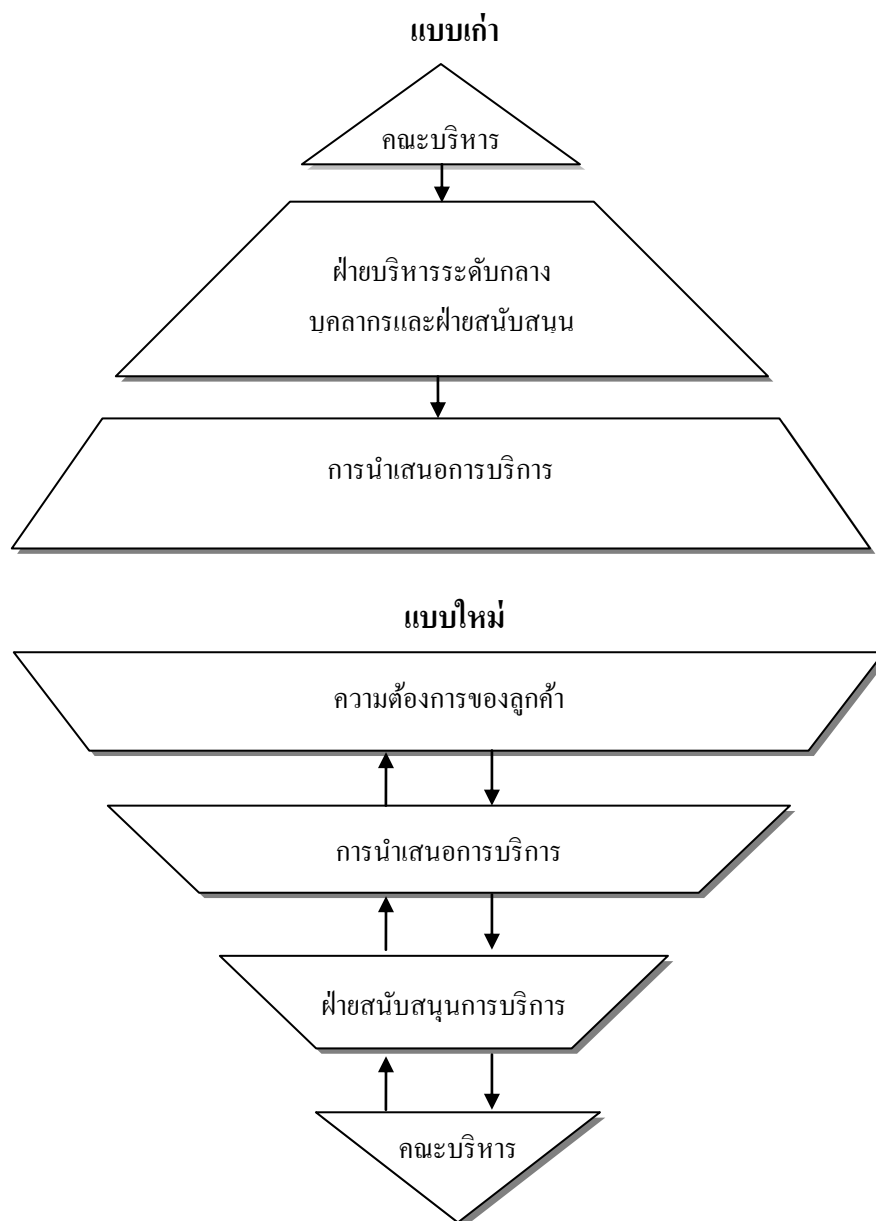
พฤติกรรมกรบริโภคงานบริการหรือสินค้าบริการของลูกค้า มีความสำคัญที่นักการตลาดต้องทำการศึกษา ทำความเข้าใจความต้องการ ( Needs) ของลูกค้าที่มาใช้บริการ ตลอดจนความคาดหวัง ( Expectations) ของคุณภาพที่จะได้รับตามปกติ เมื่อคนเรามีความต้องการขึ้นมา จะต้องแสวงหาสินค้ามาตอบสนองความต้องการของตนเอง แล้วจึงจะประเมินว่าสินค้าหรือบริการนั้น ๆ สามารถสนองความต้องการได้อย่างที่คาดหวังไว้ก่อนการบริโภคหรือไม่ ซึ่งเป็นการประเมินคุณภาพหลังจากที่ผู้รับบริการได้บริโภคบริการไปแล้ว

การประเมินคุณภาพบริการจึงเป็นการเปรียบเทียบระหว่างบริการที่ได้รับเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่เกิดขึ้นจากภายใน ในบางกรณีถ้าลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับบริการมาก่อนลูกค้ามักจะหาข้อมูลด้วยการสอบถามจากคนที่ม่ประสบการณ์มาก่อนหรือหาข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ เช่น โฆษณา หรือพนักงานขาย แล้วนำมาตั้งเป็นมาตรฐานไว้เพื่อเปรียบเทียบหลังจากการใช้บริการไปแล้ว

#### แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการระบบการบริการ

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ และคนอื่น ๆ ( 2540:38-43) การจัดการระบบบริการจะเน้นกระบวนการจัดการบริการ และให้ความสำคัญในการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าและการตัดสินใจของผู้ที่ปฏิบัติงานบริการที่ติดต่อกับลูกค้า เกี่ยวกับความต้องการบริการของลูกค้าและวิธีการปฏิบัติเพื่อตอบสนองความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก

ภาพที่ 2.4 โครงสร้างการจัดการระบบการบริการขององค์กร



(Gronroos, 1990 : 184)

จากภาพที่ 2.4 โครงสร้างแบบ ปริมาตรกลับหัวส่วนที่สำคัญที่สุด คือ ความสัมพันธ์กับลูกค้าในกระบวนการจัดการบริการของบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการ สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งระบบปฏิบัติการต่าง ๆ ในการติดต่อกับลูกค้า (ความต้องการของลูกค้าและการนำเสนอการบริการ) การแสดงออกเหล่านี้สามารถใช้เป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการบริการ โดยที่ฝ่ายสนับสนุนการบริการและการจัดการส่วนอื่น ๆ เป็นเพียงส่วนประกอบขั้นต้นของการบริการที่ดี ดังนั้นความรับผิดชอบในการปฏิบัติต่อลูกค้าและการตัดสินใจเกี่ยวกับการบริการ จึงเป็นหน้าที่หลักของผู้ปฏิบัติงานบริการส่วนหน้า รวมทั้งความรับผิดชอบต่อ “ช่วงเวลาของ

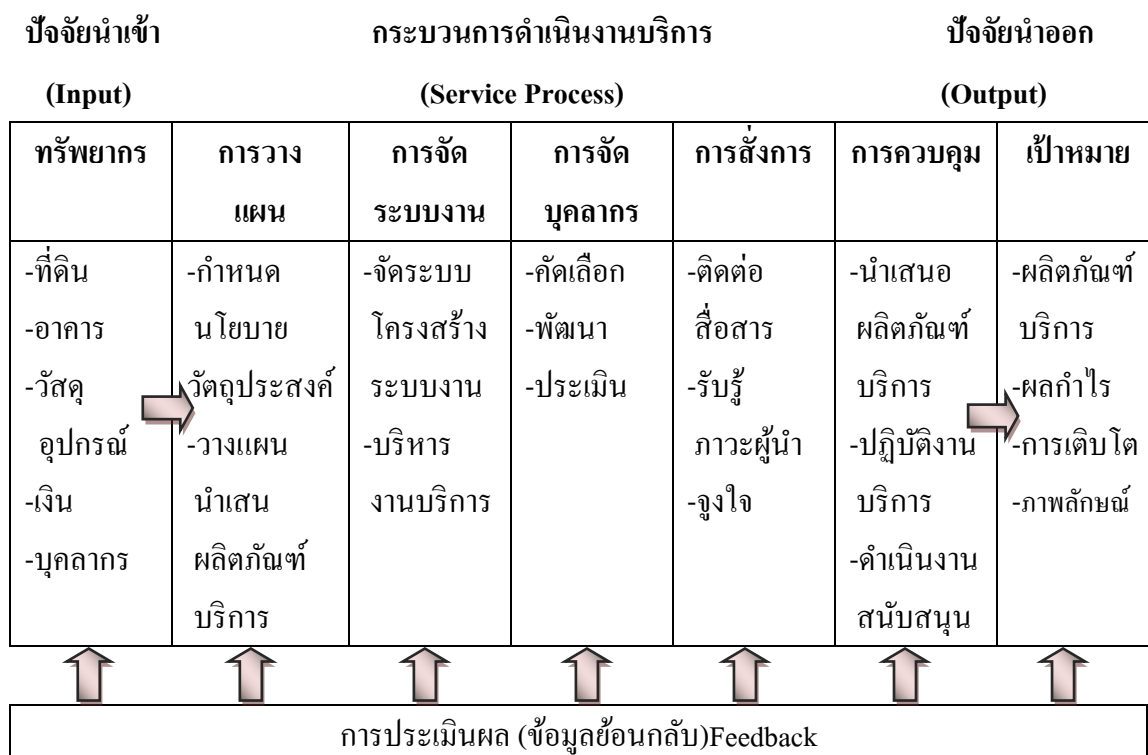
ความจริง” หรือความรู้สึกที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าขณะเผชิญหน้ากัน ในการบริการ การจัดการระบบการบริการตามโครงสร้างใหม่ จึงมุ่งเน้นให้ผู้ปฏิบัติงานบริการมีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรฐานงานบริการ โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า และมอบอำนาจความเป็นอิสระในการปฏิบัติงานที่สามารถบริการลูกค้าได้อย่างกว้างขวางมีประสิทธิภาพ การจัดการที่ทุกส่วนปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันตลอดเวลา ทำให้ไม่มีปัญหาช่องว่างในการสื่อความหมาย เหมือนกับการจัดการแบบรับคำสั่งจากบนลงล่างซึ่งเป็นการสื่อสารทางเดียว

การจัดการสมัยใหม่ เน้นความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันระหว่างองค์การบริการ ( Service organization) ผู้ปฏิบัติงานบริการ ( Contact personnel) และลูกค้าหรือผู้รับบริการ ( Customer) เป็นสำคัญ โดยผู้บริหารการบริการจะคำนึงการให้บริการต่อผู้มารับบริการอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้ข้อจำกัดต่าง ๆ ของทรัพยากรที่มีอยู่ จะส่งผลต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการให้เป็นไปตามนโยบายขององค์การ ในเวลาเดียวกันการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการจะเป็นตัวควบคุมกระบวนการบริการให้อยู่ในลักษณะที่ต่างฝ่ายต่างได้รับผลประโยชน์ คือผู้ให้บริการต้องการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และลูกค้าก็ต้องการให้มีการบริการตามที่ตนต้องการและได้รับความพึงพอใจให้มากที่สุด

#### กระบวนการจัดการระบบการบริการ

การดำเนินการบริการจะมีการจัดการต่อเนื่องกันเป็นกระบวนการที่เป็นระบบ เพื่อให้องค์การสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามที่คาดไว้ โดยเริ่มจากการนำเอา “ปัจจัยนำเข้า” Input หรือกำหนดเป้าหมายการจัดการและทรัพยากรต่าง ๆ เข้าสู่ “กระบวนการจัดการ” Process ประกอบด้วยการวางแผน การจัดระบบงาน การจัดบุคลากร การสั่งการ และการควบคุม จนกระทั่งได้ “ปัจจัยนำออก” Output หรือผลของการดำเนินงานในรูปของผลิตภัณฑ์บริการ ซึ่งต้องผ่านการประเมินผลเพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพของกระบวนการ โดยการนำผลการดำเนินการมาเป็น “ข้อมูลย้อนกลับ” Feedback สำหรับพิจารณาแนวทางการปรับปรุงแก้ไขหรือพัฒนาการดำเนินงานต่าง ๆ ในกระบวนการจัดการระบบการบริการต่อ ๆ ไปดังภาพต่อไปนี้

ภาพที่ 2.5 กระบวนการจัดการระบบการบริการ



(กิ่งพร ทองใบ, 2535 : 271)

จะเห็นได้ว่าในกระบวนการจัดการระบบการบริการจะเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานบริการตามโครงสร้างของระบบการบริการ โดยองค์การหรือผู้บริหารการบริการจะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ และควบคุมให้การปฏิบัติงานของบุคลากรทุกฝ่ายประสานเชื่อมโยงไปสู่การบรรลุเป้าหมายของการให้บริการตามที่ได้สำรวจความต้องการของลูกค้า นั่นคือการนำเสนอบริการที่ลูกค้าต้องการตามนโยบายขององค์การที่กำหนดไว้ ส่วนผู้ปฏิบัติงานบริการจะเป็นผู้สนองตอบนโยบายการบริการขององค์การ และนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการภายใต้สภาพแวดล้อมของการบริการ โดยการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ทั้งนี้ลูกค้าจะเป็นผู้แสดงความจำนงเกี่ยวกับความต้องการบริการต่อผู้ปฏิบัติงานบริการจนกระทั่งได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้องเป็นที่น่าพอใจ

จากทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสังเคราะห์ระดับความพึงพอใจหรือประสิทธิภาพในการให้บริการ ใช้เกณฑ์การวัดประสิทธิภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความสะดวกรวดเร็ว ด้านความถูกต้อง ด้านความเสมอภาคและด้านความมั่นใจ ซึ่งสังเคราะห์เป็นรายด้านดังต่อไปนี้

บุคคลผู้ให้แนวคิด	ด้านความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ	ด้านความสะดวกรวดเร็ว	ด้านความถูกต้อง	ด้านความเสมอภาค	ด้านความมั่นใจ
สมิต ศัชณูกร	✓	✓	✓	✓	✓
พาราชูรามาน และเบอร์รี	✓	✓	✓	✓	✓
มิลเลต (Millet)	✓	✓		✓	
อเคย์ และแอนดิสัน	✓				
ชวงส์ ฉายะบุตร	✓	✓	✓	✓	✓
รศ.เทียน ทองแก้ว	✓	✓	✓	✓	✓
กุชน ธนาพงศธร		✓		✓	
วีระพงษ์ เกลิมจิระวัฒน์	✓	✓	✓		✓
นนทวัฒน์ สุขผล	✓	✓	✓	✓	✓
<b>รวมความถี่</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>6</b>

## บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของฝ่ายการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อปวงชนและเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มีทั้งงานด้านวิชาการซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการผลิตบัณฑิต และมีหน่วยงานสนับสนุนซึ่งเป็นหน่วยงานเสริมให้การผลิตบัณฑิตของมหาวิทยาลัยบรรลุตามวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองภารกิจอื่นในฐานะมหาวิทยาลัยแห่งท้องถิ่น ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ มีหน่วยงานในระดับคณะ สำนักและสถาบันที่มีหน้าที่ในการจัดการศึกษา คือ คณะครุศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีการเกษตร คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนสำนักและสถาบันต่าง ๆ ที่มีหน้าที่ด้านบริหารและวิชาการ ได้แก่ สำนัก งานอธิการบดี สำนักส่งเสริมวิชาการ และงานทะเบียน สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ และสถาบันวิจัยและส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม

### บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของฝ่ายการเงิน

ฝ่ายการเงิน เป็นฝ่ายที่มีสายการบังคับบัญชาขึ้นตรงกับผู้อำนวยการกองกลาง สำนักงานอธิการบดี ที่รับผิดชอบด้านการเงิน โดยมีผู้อำนวยการสำนักงานอธิการบดีเป็นผู้บังคับบัญชาขึ้นต้นขึ้นตรงกับรองอธิการบดีฝ่ายบริหาร เพราะงานการเงินเป็นงานที่สนับสนุนการจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย และเอื้อต่อภารกิจหลักของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ดังนั้นงานของฝ่ายการเงินเป็นงานสำคัญยิ่ง ซึ่งถือเป็นกลไกที่สำคัญในการให้การสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ทำงานแบบบูรณาการเพื่อให้สอดคล้องกับการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ โดยวิเคราะห์ถึงปัญหาอุปสรรคต่าง เพื่อส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ประหยัด ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และทำงานอย่างมืออาชีพ โดยนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ คือ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักความมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบ และหลักความคุ้มค่า โดยมีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบดังนี้ (คู่มือการปฏิบัติงาน งานบริหารคลังและทรัพย์สิน, 2552)

1. ฝ่ายบริหารทั่วไป มีหน้าที่รับผิดชอบ ในการควบคุมงานด้านธุรการ จัดทำแผน การปฏิบัติงานและระบบบริหารของ ฝ่ายการเงินและบัญชี รวบรวมข้อมูลรายจ่ายประจำปีเสนอกองนโยบายและแผนเพื่อเป็นแนวทางในการจัดตั้งงบประมาณรายจ่าย ทั้งเงินงบประมาณแผ่นดินและเงินงบประมาณเงินรายได้ของมหาวิทยาลัย เก็บและรักษาเอกสารในการรับจ่ายเงิน และบัญชีทุกชนิดของมหาวิทยาลัย เพื่อสะดวกต่อการตรวจสอบ รวมทั้งงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

2. งานการเงิน มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำฎีกาเบิกเงินกับกรมบัญชีกลาง จัดทำฎีกาเบิกเงินทั้งเงินงบประมาณแผ่นดิน และเงินรายได้ของมหาวิทยาลัยควบคุมการดำเนินงานและการ

ใช้ลูกหนี้เงินยืม ควบคุมและรับผิดชอบการรับ-จ่าย การเก็บรักษาเงินและเอกสารที่ถือเสมือนตัวเงิน  
 ทุกประเภทของทางราชการและจัดทำบัญชีรับ-จ่าย ขึ้นต้นเพื่อรายงานยอดเงินคงเหลือประจำวัน  
 ควบคุมและรับผิดชอบการรับ การเก็บรักษาและการจ่ายคืนเอกสารการเงินให้ถูกต้องครบถ้วนตาม  
 กฎหมายระเบียบกระทรวงการคลังและระเบียบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการเขียนส่งจ่ายให้กับผู้มี  
 สิทธิรับเงิน แจ็งรายชื่อในเช็คให้อาจารย์หรือผู้เบิกเงินทราบ รับชำระเงินค่าบำรุงการศึกษาและ  
 ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ของนักศึกษา รวมทั้งรายได้อื่นอันที่พึงจะเกิดขึ้น จัดทำทะเบียนคุมฎีกาเบิก  
 จ่ายเงิน โดยจำแนกตามแผนงาน งานและโครงการ จัดทำภาษีเงินได้ของข้าราชการและลูกจ้างของ  
 มหาวิทยาลัย ดำเนินการเกี่ยวกับ เบิกจ่ายเงินเดือน ค่าจ้างประจำ ค่าจ้างชั่วคราว เงินประจำ  
 ตำแหน่ง เงินเพิ่มพิเศษประเภทต่าง ๆ เงินบำเหน็จ บำนาญ เงินช่วยพิเศษข้าราชการและลูกจ้าง และ  
 เงินรางวัลประจำปี เงินทำขวัญข้าราชการและลูกจ้างประจำ ดำเนินการเกี่ยวกับเงินกองทุนบำเหน็จ  
 บำนาญข้าราชการ (กบข.) และกองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับลูกจ้างประจำ (กสจ.) รวมทั้งให้  
 คำปรึกษาแนะนำแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงานด้านเงินเดือนและค่าจ้าง จัดทำบัญชีและ  
 ระเบียบการเงินของนักศึกษา จ่ายเงินสวัสดิการค่ารักษาพยาบาล และค่าเล่าเรียนบุตร ตลอดจนให้  
 คำแนะนำด้านงบประมาณการเงินและการบัญชีให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ตลอดจน  
 เจ้าหน้าที่และอาจารย์ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

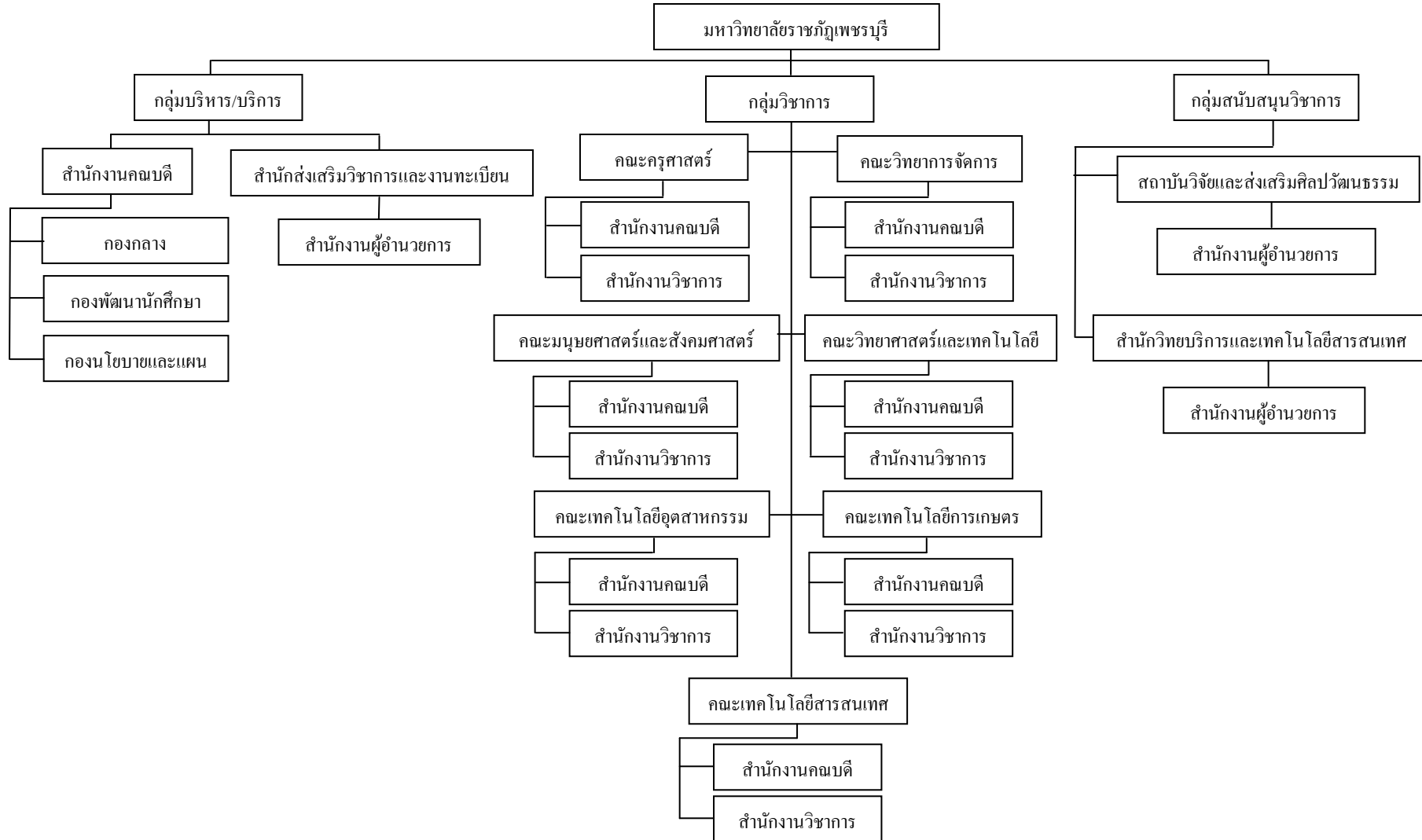
3. ฝ่ายตรวจสอบและสั่งจ่าย มีหน้าที่รับผิดชอบในการควบคุมการตรวจสอบใบสำคัญ  
 ที่เบิกจ่ายจากเงินงบประมาณแผ่นดิน เงินรายได้ของมหาวิทยาลัยประเภทรายจ่าย ค่าตอบแทนต่าง ๆ  
 ค่าเช่าบ้าน ค่าใช้สอย ค่าสาธารณูปโภค ค่าวัสดุ ค่าครุภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการทั้งใน  
 ประเทศและต่างประเทศ ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม ค่าจ้างที่ปรึกษา ค่าจ้างเหมา เงินสวัสดิการค่า  
 รักษาพยาบาล ค่าเล่าเรียนบุตร ควบคุมตรวจสอบการยืมเงินทศรองราชการ ตรวจสอบใบสำคัญส่ง  
 ชดใช้เงินทศรองราชการและเงินยืมราชการ ให้ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง  
 มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี และข้อกำหนดต่าง ๆ จัดทำใบสำคัญประกอบงบเดือนเพื่อตั้งฎีกา เบิก  
 เงิน แก้ไขปัญหา ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน ประสานงานกับกระทรวงการคลัง และส่วน  
 ราชการอื่นที่เกี่ยวข้อง ควบคุมและตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับการเบิกจ่ายเงินตามสัญญา กำกับดูแล  
 ปฏิบัติตามสัญญาทั้งหมดของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี เกี่ยวกับการโอนสิทธิเรียกร้องรับเงิน  
 ตรวจสอบการหมดภาระข้อผูกพันเพื่อการถอนคืนหนังสือค้ำประกัน การถอนค่าปรับคืน การจัดทำ  
 รายงานรายจ่ายประเภทค่าสาธารณูปโภคเพื่อตรวจสอบยอดค้างชำระกับการไฟฟ้า การประปา และ  
 บริษัท ทศท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ของหน่วยงานที่เบิกจ่ายเงินกับสำนักงานคลังจังหวัด และ  
 สำนักงานคลัง ณ อำเภอ รวมทั้งงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

4. งานบัญชี มีหน้าที่รับผิดชอบในการวางรูปแบบ จัดทำ และควบคุม กำกับ ดูแล  
 ระบบบัญชีของ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ให้เหมาะสมกับลักษณะงานของ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

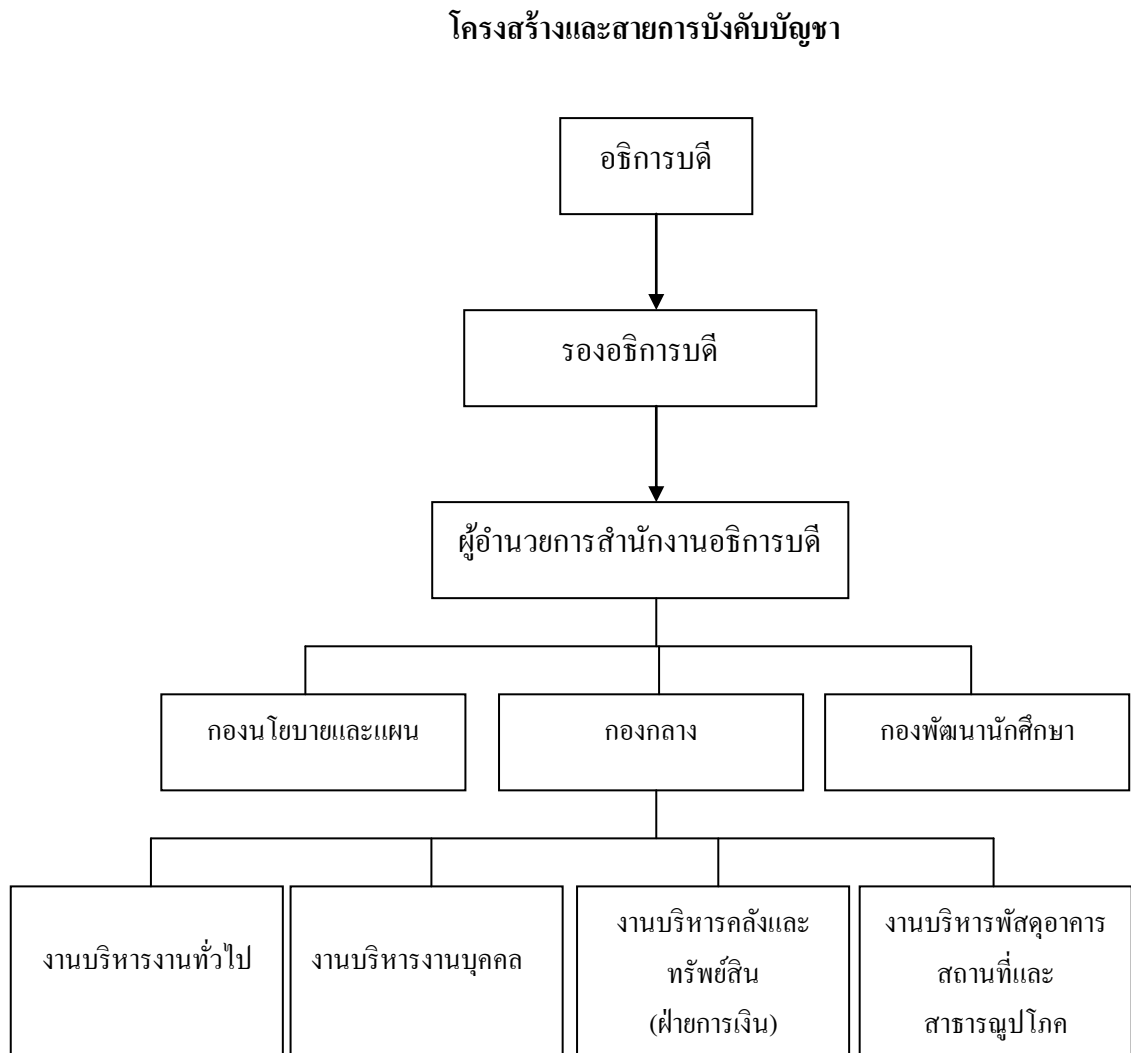
เพชรบุรีให้ถูกต้อง ตามระเบียบหลักการและนโยบายบัญชีสำหรับหน่วยงานภาครัฐตามระบบบัญชี  
เกณฑ์คงค้างที่กระทรวงการคลังกำหนด บัญชีแยกประเภทตามงบประมาณแผ่นดิน งบประมาณเงิน  
รายได้ของมหาวิทยาลัย และเงินนอกงบประมาณอื่น ๆ ของมหาวิทยาลัย ตรวจสอบ ศึกษา วิเคราะห์  
จัดทำงบและรายงานของ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ตามประเภทของเงินงบประมาณ เงินนอก  
งบประมาณ เงินกู้ และเงินช่วยเหลือจากต่างประเทศ เป็นศูนย์รวมข้อมูลทางการเงิน เพื่อใช้เป็น  
แนวทางในการบริหารด้านงบประมาณ ด้านการเงินและการบริหารทรัพย์สินอย่างถูกต้อง มี  
ประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตรวจสอบวิเคราะห์งบการเงินและสถานะภาพทางการเงิน รายงานทาง  
การเงินเพื่อเสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ทำรายงานลูกหนี้และ  
รายได้ของมหาวิทยาลัย พร้อมติดตามทวงถามทำบัญชีเงินฝากธนาคารทุกประเภท ตรวจสอบยอดเงิน  
ตามใบแจ้งยอดของธนาคาร รวมทั้งงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

ภาพที่ 2.6 โครงสร้างและสายการบังคับบัญชาภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

โครงสร้างและสายการบังคับบัญชาภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี



ภาพที่ 2.7 โครงสร้างและสายการบังคับบัญชา



ที่มา : คู่มือประกันคุณภาพ สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี , 2552

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ยุพิน เกื่อนศรี (2541:บทคัดย่อ) การศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการของฝ่ายการเงินและฝ่ายพัสดุในสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาถึงประสิทธิภาพในการให้บริการและระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการของฝ่ายการเงินและฝ่ายพัสดุในสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่หนึ่งเป็นการศึกษาเชิงเอกสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้ได้ตัวแบบที่เหมาะสม ส่วนที่สองเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งได้ใช้กลุ่มตัวอย่างโดยสุ่มจากบุคลากรและนักศึกษาในสถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์ รวมถึงบุคลากรภายนอกที่ใช้บริการจากฝ่ายการเงินและฝ่ายพัสดุโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพในการให้บริการของฝ่ายการเงินอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ส่วนฝ่ายพัสดุอยู่ในเกณฑ์ดี โดยเฉพาะปัจจัยด้านบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ให้บริการตอบข้อซักถามได้ดี มีน้ำใจในการให้บริการและมีความรู้ในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี

กฤษณี โพธิ์ชนะพันธุ์ (2542 : 56) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อบริการของผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอก สถาบันโรคผิวหนัง โดยการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 302 คน พบว่าผู้รับบริการมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 70.6 พึงพอใจน้อยร้อยละ 17.5 และพึงพอใจมากร้อยละ 11.9 ด้านความสะดวกความพึงพอใจน้อยถึงร้อยละ 15.9 ที่ได้รับเกี่ยวกับการจัดบริการในแต่ละจุด เกี่ยวกับการจัดการบริการของห้องรอตรวจ สถานที่สำหรับรอตรวจคับแคบไม่เหมาะสมที่นั่งก่อนเข้ารับการตรวจไม่เพียงพอ และระยะเวลาในการรอตรวจนานเกินไป ด้านการประสานบริการมีความพึงพอใจน้อยร้อยละ 18.9 เกี่ยวกับการเสียเวลารอคอยโดยเฉพาะห้องบัตรกับห้องตรวจ การคืนประวัติล่าช้า หรือหาแฟ้มประวัติ ความพึงพอใจต่ออัยาศัย และการให้เกียรติผู้รับบริการมีความพึงพอใจน้อย ร้อยละ 21.2 เนื่องจากผู้รับบริการได้รับในสิ่งที้น้อยกว่าสิ่งที่คนคาดหวังไว้ จึงเกิดความพึงพอใจน้อย ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับคุณภาพบริการและค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการอยู่ในระดับปานกลางคือ ร้อยละ 74.2, 79.1 และ 82.8 ตามลำดับ

เสกสรร แจ่มใส (2543:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนิสิตต่อการให้บริการของกองกิจการนิสิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นเป็นต่อการให้บริการของกองกิจการนิสิต มหาวิทยาลัยมหาสารคามใน 4 กลุ่มงาน คือ กลุ่มงานบริหารและธุรการ กลุ่มงานกิจกรรมนิสิต และงานวินัยนิสิต กลุ่มงานแนะแนว และกลุ่มงานบริการและสวัสดิการนิสิตของนิสิตปริญญาตรี (ภาคปกติ) ปีการศึกษา 2543 โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 329 คน ผลการศึกษาพบว่า นิสิตจำแนกตามเพศ ชั้นปีและคณะ

โดยรวมมีความคิดเห็นเห็นด้วยต่อการให้บริการของกองกิจการนิสิต มหาวิทยาลัยมหาสารคามอยู่ในระดับมาก นิสิตหญิงมีความเห็นเห็นด้วยต่อการให้บริการของกองกิจการนิสิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยรวมมากกว่านิสิตชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 นิสิตที่ศึกษาในชั้นปีต่างกัน มีความคิดเห็นเห็นด้วยต่อการให้บริการของกองนิสิต มหาวิทยาลัยมหาสารคามไม่แตกต่างกัน และนิสิตที่ศึกษาในคณะต่างกัน มีความคิดเห็นเห็นด้วยต่อการให้บริการของกองกิจการนิสิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จิราภรณ์ สัตถาผล ( 2543:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้านำต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด 8 ด้าน คือ ด้านขั้นตอนการฝากเงิน ด้านขั้นตอนการถอนเงิน ด้านเงื่อนไขการฝาก/ถอนเงิน ด้านผลตอบแทน ด้านสถานที่ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านลักษณะการให้บริการ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาร้อยเอ็ด จากลูกค้าที่มารับบริการจำนวน 438 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าโดยรวมมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทยโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง

พรรัตน์ เจริญศักดิ์ขจร (2543:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขามหาสารคาม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขามหาสารคาม ใน 5 ด้าน คือ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวก ด้านระยะเวลาในการให้บริการ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และด้านสถานที่ประกอบการ จากกลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าธนาคารจำนวน 374 คน ตามตัวแปรเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าโดยรวมมีความคิดเห็นต่อการบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขามหาสารคาม โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับดี เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ ด้านระยะเวลาในการบริการ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านพนักงานและการต้อนรับ และด้านความสะดวกที่ได้รับ สำหรับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการเป็นรายชื่ออยู่ในระดับดี คือ ความมั่นคงน่าเชื่อถือของสำนักงาน การแต่งกายและบุคลิกภาพของพนักงาน การต้อนรับ ทักทาย และกิจกรรมรยาของพนักงาน ระบบการจัดคิดให้บริการแก่ลูกค้า การให้บริการที่ตรงเวลา ลูกค้ามีความพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ความสะดวกของที่จอดรถ มีที่นั่งของลูกค้าขณะรอรับบริการอย่างเพียงพอ และการให้บริการแก่ลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน

ไพริน ศรีคง (2544) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของข้าราชการขนส่งจังหวัดระยอง โดยกำหนดความพึงพอใจต่อการให้บริการออกเป็น 3 ด้านคือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านระบบการให้บริการ และด้านการสร้างศรัทธาต่อประชาชน พบว่าส่วนใหญ่ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามพบว่า เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ความถี่ในการติดต่อ ความสัมพันธ์ส่วนตัว และระยะทางระหว่างบ้านกับสำนักงานขนส่งจังหวัด ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชน ส่วนอาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนเฉพาะด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเท่านั้น ส่วนความคิดเห็นด้านระบบการให้บริการและการสร้างความศรัทธาต่อประชาชนไม่มีความสัมพันธ์กัน จากผลการวิจัยพบว่า สำนักงานขนส่งจังหวัดจะต้องมีการปรับปรุงการให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน คือด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านระบบการให้บริการ ด้านการสร้างศรัทธา เพราะมีประชาชนมากกว่าร้อยละ 20 ที่มีความพึงพอใจน้อยและน้อยมากต่อการให้บริการจากข้าราชการขนส่งจังหวัด

กรนิภา หลีกกุล (2544) ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาต่อการให้บริการของสำนักงานบัณฑิตศึกษาในคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง ผลการศึกษาสรุปได้ว่า นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหงมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานบัณฑิตศึกษาในคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหงในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยแยกเป็น ด้านบริการอยู่ในระดับปานกลาง ด้านเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับปานกลาง ด้านสภาพแวดล้อม อยู่ในระดับน้อย และด้านบริการห้องสมุดอยู่ในระดับปานกลาง

สุภาพร นามวงศ์อนุสรณ์ (2545) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการด้านงานทะเบียนรถของสำนักงานขนส่งจังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านงานทะเบียนรถของสำนักงานขนส่งจังหวัดจันทบุรีอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือด้านสถานที่ให้บริการ และมีความพึงพอใจด้านการให้บริการน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านของการให้บริการพบว่า ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการประชาชนมีความพึงพอใจต่อความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงานแต่ยังขาดการให้ความร่วมมือกันทำงานเป็นทีม ส่วนด้านการให้บริการประชาชนมีความพึงพอใจต่อระบบของการให้บริการ เนื่องจากมีความชัดเจนขั้นตอนการดำเนินการไม่ซับซ้อน แต่ใช้ระยะเวลาการดำเนินการมากเกินไปไม่เหมาะสม และด้านสถานที่การให้บริการประชาชนมีความพึงพอใจต่อความสะดวกและความเพียงพอของสถานที่จอดรถแต่ภายในสำนักงานยังขาดการประชาสัมพันธ์และป้ายแสดงรายละเอียดของขั้นตอนและสถานที่ติดต่อ

ราชการ ผลการศึกษาพบว่า การให้บริการของงานทะเบียนรถสำนักงานขนส่งจังหวัดจันทบุรีที่ควรปรับปรุงการบริการคือ เจ้าหน้าที่ควรสร้างมนุษยสัมพันธ์กับประชาชนที่มาติดต่อให้มากขึ้น สร้างความรู้ให้แก่ประชาชนให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนและระเบียบการติดต่อราชการ มุ่งเน้นประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว และควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ เอกสารเผยแพร่ ป้ายประกาศ การบริการแบบฟอร์มให้มากขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการประชาชนอย่างสูงสุด

วาทีณี วงศ์กาฬสินธุ์ (2545:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องแนวทางพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของฝ่ายการเงิน สถาบันราชภัฏสกลนคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของฝ่ายการเงิน สถาบันราชภัฏสกลนคร ใน 5 ด้าน คือ ด้านความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความสะดวกรวดเร็ว ด้านความถูกต้อง ด้านความเสมอภาค และด้านความมั่นใจ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาสถาบันราชภัฏสกลนครภาคปกติ จำนวน 178 คน และนักศึกษาคณะพิเศษจำนวน 160 คน ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นด้านแนวทางพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของฝ่ายการเงินสถาบันราชภัฏสกลนคร ดังนี้ ด้านความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการควรจัดทำระบบชำระเงินค่าธรรมเนียมการศึกษาผ่านธนาคาร ด้านความสะดวกรวดเร็ว ควรเพิ่มเวลาในการรับชำระเงินให้กับนักศึกษาเวลาพักเที่ยง ด้านความถูกต้องและความมั่นใจควรจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติงานและพัฒนาบุคลากรให้กับผู้ปฏิบัติงาน และด้านความเสมอภาคควรจัดทำบัตรคิวให้กับนักศึกษาที่มาใช้บริการ

ปราโมทย์ เอกก้านตรง (2546:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องบุคลิกภาพด้านการให้บริการของพนักงานและลูกจ้างการกีฬาแห่งประเทศไทย สังกัดสำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย ภาค 3 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบุคลิกภาพด้านการให้บริการของพนักงานและลูกจ้างการกีฬาแห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเป็นผู้มาบริการเกี่ยวกับสถานกีฬา สื่อด้านกีฬา และวัสดุอุปกรณ์กีฬา รวม 19 จังหวัด จำนวน 259 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ผลการศึกษาพบว่า ผู้มารับบริการเห็นว่าพนักงานและลูกจ้างการกีฬาแห่งประเทศไทยภาค 3 มีบุคลิกภาพด้านการให้บริการโดยรวมและรายได้อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากสูงไปหาค่าต่ำ ดังนี้ การยิ้มแย้มแจ่มใสและการเอาใจใส่เห็นอกเห็นใจต่อผู้มารับบริการ การตอบสนองความประสงค์ มีความรวดเร็วทันใจต่อผู้มารับบริการ การรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการและองค์การ การแสดงความนับถือให้เกียรติผู้มารับบริการ ความเต็มใจแบบสมัครใจต่อผู้มารับบริการ ความกระฉับกระเฉงและกระตือรือร้นในการให้บริการ และกิริยามารยาทของผู้ให้บริการ ตามลำดับ

ทิพย์อักษร จันทร์ศิริ (2546: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการรับบริการงานทะเบียนราษฎรในเทศบาลเมืองลพบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการรับ

บริการงานทะเบียนราษฎรในเทศบาลเมืองลพบุรี อยู่ในระดับสูง ในด้านปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน สร้างความพึงพอใจต่อการรับบริการงานทะเบียนราษฎรแตกต่างกัน และปัจจัยทางด้านสังคม ได้แก่ ประสบการณ์ในการมารับบริการ ที่แตกต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจต่อการขอรับบริการงานทะเบียนราษฎรแตกต่างกัน

ปิยะดวงใจ สุวรรณงาม (2545: 64) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการรับชำระเงินของสำนักงานบริการโทรศัพท์ในเขตจังหวัดราชบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการโทรศัพท์โดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกันทุกด้าน

ธนธร เจริญจิตต์ (2547: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการโทรศัพท์ในจังหวัดนครปฐม พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการโทรศัพท์โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อแยกวิเคราะห์ ความพึงพอใจเป็นรายด้าน พบว่า ระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการโทรศัพท์แต่ละด้านจำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกันทุกด้าน

วิโรจน์ นิมิตโกคานันท์ (2547:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการโทรศัพท์สาธารณะทางไกลชนบท บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและความต้องการพัฒนาประสิทธิภาพของการบริการ โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะทางไกลชนบท ในเขตพื้นที่อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ที่สุ่มตัวอย่างมา 390 คน และนำมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนผู้ใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะทางไกลชนบทในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐมมีความพึงพอใจต่อการบริการโทรศัพท์ทางไกลชนบทแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทของโทรศัพท์สาธารณะทางไกลชนบทไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแตกต่างกัน และผู้ใช้บริการต้องการให้มีการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการในระดับมากทุกด้าน

นงเยาว์ กิจที่พั้ง (2548: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนผู้มารับบริการบนสถานีตำรวจภูธร ในจังหวัดอุษายา พบว่า ความพึงพอใจของประชาชนผู้มารับบริการบนสถานีตำรวจภูธร ในจังหวัดอุษายา ในด้านการบริการทั่วไป ด้านการอำนวยความสะดวก วัฒนธรรมทางอาญา ด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ด้านการควบคุม การจัดการ ด้านการจราจร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการแสวงหาความร่วมมือจากประชาชน ด้านการปรับปรุงสถานที่ทำการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการบริหารงาน และการปกครองบังคับบัญชา

ประชาชนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี และด้านปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ลักษณะการมาติดต่อ และประสบการณ์ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน ประชาชนผู้มารับบริการมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

พันตำรวจโทหญิงกิริมา ชนะไพร์พล (2548:บทคัดย่อ) ได้ความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรีตามมาตรฐาน P.S.O. ผลการวิจัยพบว่า ผู้มาใช้บริการที่มีเพศ และรายได้ แตกต่างกัน มีคาดหวังการได้รับบริการจากสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ตามมาตรฐาน P.S.O. โดยรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้มาใช้บริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และอาชีพ แตกต่างกัน มีคาดหวังการได้รับบริการจากสถานีตำรวจภูธร อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ตามมาตรฐาน P.S.O. โดยรวม ไม่แตกต่างกัน ผู้มาใช้บริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีการได้รับบริการจากสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ตามมาตรฐาน P.S.O. โดยรวมไม่แตกต่างกัน ผู้มาใช้บริการมีความคาดหวังและการได้รับบริการจากสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมืองจังหวัดราชบุรี ตามมาตรฐาน P.S.O. โดยรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้มาใช้บริการมีความไม่พึงพอใจด้านประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพ ด้านความเสมอภาค ด้านความเป็นธรรม ด้านสนองตอบความต้องการ ด้านสนองตอบความพึงพอใจ ด้านความต่อเนื่องด้านความสะดวกสบาย และด้านความพร้อมให้บริการ แต่ผู้มาใช้บริการมีความประทับใจ ด้านความทั่วถึงของการให้บริการ

เล็ก เลิศมงคล (2548:บทคัดย่อ) ได้ความพึงพอใจในการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภออรัญประเทศ ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจในการให้บริการของการไฟฟ้า อำเภออรัญประเทศ อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านแล้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านการให้บริการอย่างเสมอภาคมีระดับความพึงพอใจสูงสุด รองลงมาได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด ตามลำดับ

ยุวดี ใจซื่อตรง (2549:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อการให้บริการของกองของข้าราชการและบุคลากรในหน่วยงานสังกัดกรมชลประทาน ผลการวิจัยพบว่า ข้าราชการและบุคลากรมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ กองการเงินและบัญชีอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ และ ด้านการให้บริการ ส่วนอีก 2 ด้าน คือ ด้านสถานที่ และด้านการอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง ตัวแปรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง อายุการทำงาน รูปแบบการใช้

บริการ และหน่วยงานในสังกัด กรมชลประทาน ไม่มีผลทำให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการของ กองการเงินและบัญชีของข้าราชการและบุคลากรในหน่วยงานสังกัดกรมชลประทานทุกตัวแปร แตกต่างกัน ข้าราชการและบุคลากรในหน่วยงานสังกัดกรมชลประทานให้ข้อเสนอแนะในการ ปรับปรุงการให้บริการของ กองการเงินและบัญชี ว่า ควรขยายพื้นที่เก็บเอกสารและแยกให้เป็น สัดส่วนตัว รวมทั้งที่นั่งพักของผู้ มาติดต่องาน ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ ปรับปรุงการ ประชาสัมพันธ์ จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประจำ รวมทั้งแผ่นพับชี้แจงขั้นตอนการติดต่องาน และจัดป้าย ประกาศต่างๆ ให้ชัดเจน

อำพล เกตุทวี (2549 :บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานนาเหนือ ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานนาเหนือ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อนำมาพิจารณาเป็นรายด้านคือ ด้านคุณภาพของพนักงาน ด้านคุณภาพของ สถานที่ ด้านคุณภาพการให้บริการ ทั้ง 3 ด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารไม่ แตกต่างกัน

บุญชู พวงระย้า (2553:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการ ให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองชุมพลเหนือ อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัย พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบล หนองชุมพลเหนือ อำเภอ เขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจ มาก ที่สุด สำนักปลัด รองลงมาคือส่วนการคลัง และส่วนโยธา ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษา และอาชีพ ต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนผู้รับบริการที่มีเพศ และอายุ ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน

นางรัตนา อี่ยมสมัย (2553:บทคัดย่อ) ได้ ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการ ให้บริการ ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางตะบูน อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบางตะบูน เกี่ยวกับ ปัจจัยด้านบริการได้แก่ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก และประชาชน ที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การ บริหารส่วนตำบลบางตะบูนเกี่ยวกับปัจจัยการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนประชาชนที่มีเพศ ระดับการศึกษา สถานภาพทางสังคมแตกต่างกันมีความพึงพอใจไม่ แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดที่ได้มาสรุปเป็นตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการมักขึ้นอยู่กับแนวทางในการบริการของผู้ให้บริการ รวมทั้งปัจจัยส่วนบุคคลในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางสังคม รวมถึงปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัย ทางด้านการเข้าถึง ปัจจัยทางด้านคุณภาพบริการ ปัจจัยทางด้านทัศนคติ เช่น ความมีมนุษยสัมพันธ์ กริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ ความสะดวกรวดเร็ว สถานที่ให้บริการ กระบวนการให้บริการ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับความถี่ในการมาใช้บริการ เป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของฝ่ายการเงิน สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี