

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการทำวิจัยและสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับบริบท

- 1.1 ความเป็นมาของคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- 1.2 สภาพการดำเนินงานของคณะสาธารณสุขศาสตร์

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

- 2.1 ความพึงพอใจ
- 2.2 ความต้องการ
- 2.3 ความคาดหวัง

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

- 3.1 หลักการบริการสมัยใหม่
- 3.2 คุณภาพของการบริการ

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ

- 4.1 ความพร้อมในการให้บริการ
- 4.2 ความมีคุณค่าของการบริการ
- 4.3 ความสนใจเอาใจใส่ต่อการบริการอย่างจริงจัง และจริงใจ
- 4.4 ความมีมติริจิตในการบริการ
- 4.5 ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงาน

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

6. กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับบริบท

1. ความเป็นมาของคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

มหาวิทยาลัยมหาสารคามได้มีนโยบายที่จะพัฒนากำลังคนด้านสุขภาพ จึงได้จัดทำโครงการใหม่ในแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ระยะที่ 8 โดยกำหนดแผนงานกำลังคนด้านสุขภาพไว้เป็นแผนงานสำคัญ

คณะสาธารณสุขศาสตร์ มีการพัฒนามาจากโครงการหลักสูตรสาธารณสุขศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ เมื่อปี พ.ศ. 2540 ได้มีการดำเนินโครงการความร่วมมือการจัดการศึกษาหลักสูตรสาธารณสุขศาสตรบัณฑิต เพื่อพัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านสุขภาพในระบบบริการสาธารณสุขระดับชุมชนของรัฐในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ระหว่างกระทรวงสาธารณสุข (วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดขอนแก่น) กับมหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยมีการยกร่างหลักสูตรสาธารณสุขศาสตรบัณฑิตขึ้น มีการเปิดรับนิสิตหลักสูตรสาธารณสุขศาสตรบัณฑิต (ต่อเนื่อง 2 ปี) รุ่นแรก โปรแกรมภาคพิเศษ (เสาร์ – อาทิตย์) มีนิสิตจำนวน 150 คน ปี พ.ศ. 2542 เริ่มจัดการศึกษาในโปรแกรมเวลาราชการ (จันทร์ – ศุกร์) โปรแกรมภาคพิเศษ (เสาร์ – อาทิตย์)

ในปี พ.ศ. 2542 โครงการหลักสูตรฯ ได้เปลี่ยนเป็น สาขาสาธารณสุขศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ ปี พ.ศ. 2543 มีการดำเนินการยกร่างหลักสูตรสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต (ส.ม.) ปี พ.ศ. 2545 ได้จัดการศึกษาที่วิทยาเขตสารสนเทศนครพนม จังหวัดนครพนม โปรแกรมภาคพิเศษ (เสาร์ – อาทิตย์) มีจำนวนนิสิต 41 คน และได้เปิดรับนิสิตหลักสูตรสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต รุ่นที่ 1 รูปแบบโปรแกรมชุดวิชา (Module System) ณ ที่ตั้ง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มีนิสิตจำนวน 47 คน

ปี พ.ศ. 2546 มีข้อตกลงร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยมหาสารคาม และสำนักงานสาธารณสุข จังหวัดนครราชสีมา เรื่องโครงการร่วมมือจัดการศึกษาแบบบูรณาการด้านสาธารณสุข เพื่อการพัฒนากำลังคนด้านสุขภาพในระบบบริการสาธารณสุข โดยมีนิสิตหลักสูตรสาธารณสุขศาสตรบัณฑิต (ต่อเนื่อง 2 ปี) โปรแกรมภาคพิเศษ (เสาร์ – อาทิตย์) รุ่นที่ 1 จำนวน 71 คน และหลักสูตรสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต โปรแกรมภาคพิเศษ รุ่นที่ 1 จำนวน 37 คน

ใน พ.ศ. 2546 ได้ร่วมเสนอโครงการ University Co – operation with University in Developing Countries Application for Support to the German Academic Exchange Service ร่วมกับ Khon Kean University Thailand, The National University of Laos, Faculty of Medicine, Vientiane and the Centre of Humanities and Health Sciences, institute of International Health, Free University Berlin and Hamburg University of Berlin German.

17 กรกฎาคม 2546 สภามหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้อนุมัติจัดตั้ง “คณะสาธารณสุขศาสตร์ (Faculty of Public Health)” ตามมติที่ประชุมสภามหาวิทยาลัยมหาสารคาม ครั้งที่ 6/2546 เมื่อวันที่ 6/2546 เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2546

26 สิงหาคม 2546 มหาวิทยาลัยมหาสารคาม อนุมัติให้ใช้ “ระเบียบมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ว่าด้วยคณะสาธารณสุขศาสตร์ พ.ศ. 2546” ณ วันที่ 26 สิงหาคม 2546 โดยได้แต่งตั้งศาสตราจารย์ ดร.สมจิตต์ สุพรรณทัศน์ ดำรงตำแหน่งรักษาการคณบดี ในวันที่ 27 สิงหาคม 2546

19 ธันวาคม 2546 สภามหาวิทยาลัยมหาสารคาม มีคำสั่งแต่งตั้งให้ศาสตราจารย์ ดร.สมจิตต์ สุพรรณทัศน์ ดำรงตำแหน่งคณบดีคณะสาธารณสุขศาสตร์

15 ธันวาคม 2547 คณะสาธารณสุขศาสตร์ ได้ทำการเปิดอาคารที่ทำการคณะสาธารณสุขศาสตร์ ซึ่งเป็นอาคารที่แยกออกมาตั้งใหม่อย่างเป็นทางการ

ปีการศึกษา 2547 คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้ดำเนินการเปิดรับนิสิตสาขาสาธารณสุขทั้งระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) และระดับปริญญาโท โดยเปิดในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม และศูนย์การศึกษาภายนอก 5 ศูนย์การศึกษามีจำนวนนิสิตทั้ง ดังนี้

- | | |
|-----------------------------------|---------------------------------|
| 1. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม | ระดับปริญญาโทจำนวนนิสิต 8 คน |
| | ระดับปริญญาตรีจำนวนนิสิต 214 คน |
| 2. วิทยาเขตนครพนม | ระดับปริญญาโทจำนวนนิสิต 31 คน |
| 3. ศูนย์การศึกษาจังหวัดยโสธร | ระดับปริญญาตรีจำนวนนิสิต 100 คน |
| 4. ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครราชสีมา | ระดับปริญญาโทจำนวนนิสิต 36 คน |
| | ระดับปริญญาตรีจำนวนนิสิต 171 คน |
| 5. ศูนย์พัฒนาการศึกษาอุดรธานี | ระดับปริญญาตรีจำนวนนิสิต 117 คน |

ปีการศึกษา 2548 คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้ดำเนินการเปิดรับนิสิตสาขาสาธารณสุขศาสตร์ทั้งระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง 2 ปี) และระดับปริญญาโท โดยเปิดในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม และศูนย์การศึกษาภายนอก 7 ศูนย์การศึกษา มีจำนวนนิสิตทั้ง ดังนี้

- | | |
|-----------------------------------|----------------------------------|
| 1. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม | ระดับปริญญาโทจำนวนนิสิต 20 คน |
| | ระดับปริญญาตรี จำนวนนิสิต 203 คน |
| 2. วิทยาเขตนครพนม | ระดับปริญญาโทจำนวนนิสิต 52 คน |
| 3. ศูนย์การศึกษาจังหวัดยโสธร | ระดับปริญญาตรี จำนวนนิสิต 143 คน |
| 4. ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครราชสีมา | ระดับปริญญาโทจำนวนนิสิต 36 คน |
| | ระดับปริญญาตรี จำนวนนิสิต 191 คน |
| 5. ศูนย์พัฒนาการศึกษาอุดรธานี | ระดับปริญญาตรี จำนวนนิสิต 230 คน |
| 6. ศูนย์การศึกษาจังหวัดสุรินทร์ | ระดับปริญญาตรี จำนวนนิสิต 119 คน |
| 7. การศึกษาจังหวัดศรีสะเกษ | ระดับปริญญาตรี จำนวนนิสิต 81 คน |
| 8. การศึกษาจังหวัดสระบุรี | ระดับปริญญาตรี จำนวนนิสิต 76 คน |

มีผู้สำเร็จการศึกษาทั้งสิ้น 1,049 คนแบ่งเป็นระดับปริญญาตรี 5 รุ่น จำนวน 1,019 คน และระดับปริญญาโท 1 รุ่น จำนวน 30 คน

ในภาคปลายปีการศึกษา 2549 คณะสาธารณสุขศาสตร์ จะดำเนินการเปิดรับสมัครนิสิตในระดับปริญญาเอก หลักสูตรสาธารณสุขศาสตรดุษฎีบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ)

ปีการศึกษา 2550 คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จะเปิดรับนิสิตในระดับปริญญาตรี 4 ปี ระบบปกติ หลักสูตรสาธารณสุขบัณฑิต และหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาโภชนาการและความปลอดภัยในอาหาร

สรุปได้ว่า การก่อตั้งคณะสาธารณสุขศาสตร์ขึ้นเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการบริหารบุคลากรให้มีคุณภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของการพัฒนาด้านสาธารณสุขชุมชน และดำเนินการพัฒนาระบบประกันคุณภาพการศึกษาให้ได้มาตรฐานอุดมศึกษา โดยเน้นการขยายโอกาสทางการศึกษาไปยังต่างจังหวัด และได้บัณฑิตที่มีคุณภาพจากหลากหลายพื้นที่ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การที่คณะสาธารณสุขศาสตร์ ได้เปิดรับนิสิตศูนย์การเรียนภายนอกขึ้นนั้น เพื่อพัฒนาและเชื่อมโยงเครือข่ายของการศึกษาด้านสุขภาพ ให้เข้าถึงกับนิสิตที่ไม่มี

เวลาเข้ามาเรียนยังมหาวิทยาลัยมหาสารคามได้ ซึ่งผู้ศึกษาจะนำข้อมูลของการขยายศูนย์การเรียนภายนอกเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ในงานวิจัยเกี่ยวกับการขยายโอกาสทางการศึกษาและการพัฒนาทางด้านการบริการแก่นักศึกษาที่อยู่ห่างไกลและมีความสนใจศึกษาเล่าเรียนให้สำเร็จ การศึกษา และเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กันด้วย ๗ ให้มีชื่อเสียงทั้งทางด้านการศึกษาและด้านการให้บริการทุกพื้นที่ แล้วยังพัฒนาคนให้มีความก้าวหน้าและกลายเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพในสังคมต่อไป

2. สภาพการดำเนินงานของคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะสาธารณสุขศาสตร์ เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่เป็นเลิศในการสร้างสรรค์ภูมิปัญญาด้านสุขภาพของชุมชน ทำหน้าที่ผลิตและพัฒนา นักสาธารณสุข ให้มีความรู้และความเชี่ยวชาญเชิงวิชาชีพ และให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์การประเมินคุณภาพในระดับชาติ จึงได้มีการตั้ง ปรัชญา วิสัยทัศน์ และพันธกิจ เพื่อให้องค์กรได้ดำเนินการไปในทางเดียวกันอย่างมีแบบแผน ดังต่อไปนี้

ปรัชญา ของสาธารณสุขศาสตร์ คือ “อายุ วัฒน สุขัง พลัง”

วิสัยทัศน์ ได้แก่ “ผลิตบัณฑิตและพัฒนาบุคลากรด้านสาธารณสุข วิจัยและบริการวิชาการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิทยาการสมัยใหม่อย่างบูรณาการ”

พันธกิจ ประกอบด้วย (1) ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถเชิงวิชาการสาธารณสุข ภายใต้บริบทของการแข่งขันอย่างมีคุณภาพ (2) ส่งเสริมการวิจัย เพื่อพัฒนาระบบสุขภาพชีวิตของประชาชน (3) บริการวิชาการสาธารณสุขชุมชน และพัฒนาบุคลากร (4) บริการวิชาการสาธารณสุขทั้งภาครัฐและเอกชน (5) ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านสุขภาพ (6) บริหารจัดการด้วยวิทยาการสมัยใหม่

จากการที่ได้กำหนดนโยบายในด้านการสร้างสุขภาพไว้อย่างชัดเจน ทำให้เกิดการขับเคลื่อนทั้งในด้านการเรียนการสอนและการบริการวิชาการที่เน้นการสร้างสุขภาพและคณะฯ ยังมีการประสานงานการให้บริการกับหน่วยงานภายนอก เช่น ศูนย์ประสานพัฒนาเครือข่ายและโครงการสร้างสุขภาพระดับจังหวัด (ศสจ.) จังหวัดมหาสารคาม รวมทั้งมีโครงการที่รับการสนับสนุนจากแผนงานการพัฒนาสถาบันการศึกษาสาธารณสุขให้เป็นองค์กรสร้างเสริมสุขภาพ (สอส.)

วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งคณะสาธารณสุขศาสตร์ขึ้นเพื่อ

1. ผลิตและพัฒนากำลังคนด้านสาธารณสุขศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพตามคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติโดยมุ่งหวังให้ผู้สำเร็จการศึกษามี

องค์ความรู้ทักษะ จรรยาบรรณในวิชาชีพ และเจตคติที่จำเป็นอย่างเหมาะสมในการจัดการ บริการระดับชุมชนอย่างมีบูรณาการ มีการเรียนรู้ตลอดชีวิตซึ่งในช่วงแรกจะเน้นการผลิต บัณฑิตด้านสาธารณสุขศาสตร์โดยมีวัตถุประสงค์ของแต่ละหลักสูตรดังนี้

1.1 หลักสูตรสาธารณสุขศาสตรบัณฑิต

1.1.1 บริหารจัดการเพื่อให้เกิดบริการด้านสุขภาพอนามัยของ ประชาชนในระดับชุมชนได้

1.1.2 วินิจฉัยปัญหาของบุคคล ครอบครัวและชุมชนได้อย่าง เหมาะสมและทันเหตุการณ์

1.1.3 ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ เพื่อให้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม สุขภาพที่ถูกต้อง

1.1.4 ให้บริการสุขภาพแบบผสมผสานอย่างต่อเนื่องและเป็นองค์รวม เพื่อให้เกิดคุณภาพต่อสังคมได้

1.1.5 พัฒนาคณะเองให้มีความสามารถในระดับสากล (Global Competences) อย่างต่อเนื่องเพื่อให้รู้เท่าทันสภาวะปัจจุบันของโลกได้

1.1.6 มีคุณธรรม จริยธรรม และมีภาวะผู้นำสุขภาพ ในการเป็น ตัวอย่างที่ดี รวมทั้งมีความสำนึกในจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อหน้าที่และ สังคม

1.2 หลักสูตรสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต

1.2.1 เพื่อผลิตมหาบัณฑิตทางสาธารณสุขศาสตร์ที่มีความรู้ ความสามารถ มีคุณธรรมจริยธรรมและวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล

1.2.2 เพื่อเพิ่มศักยภาพของงานวิจัยทางสาธารณสุขในระดับชุมชน ตลอดจนพื้นที่ที่ปฏิบัติงานให้สามารถนำผลการวิจัยมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ

1.2.3 เพื่อส่งเสริมให้งานวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์เป็นงานวิจัยที่มีคุณค่า สามารถประยุกต์วิชาการด้านสาธารณสุขศาสตร์ใช้ในการพัฒนาปรับปรุงและแก้ปัญหา ทางด้านสาธารณสุขได้อย่างมีประสิทธิภาพ

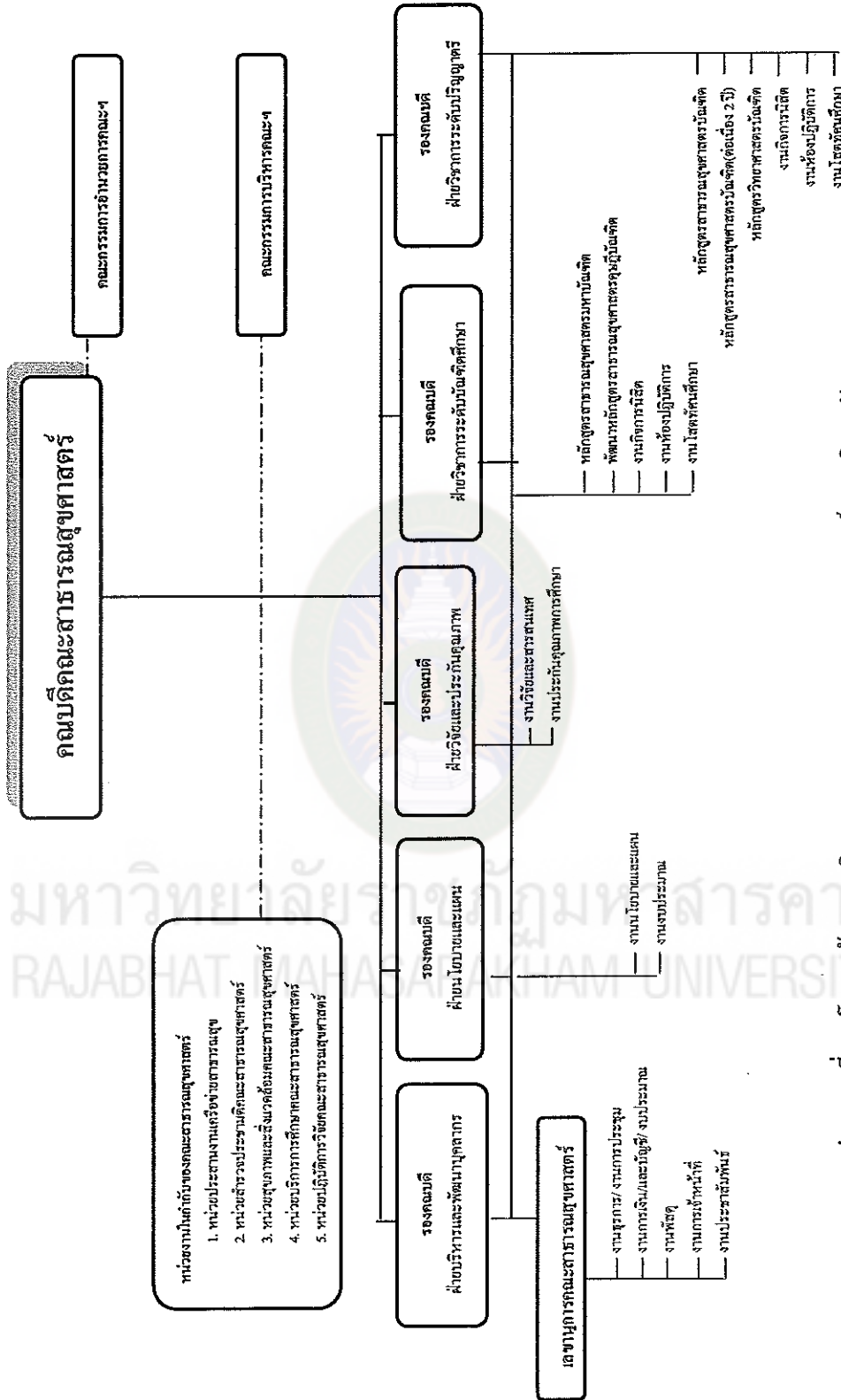
1.2.4 เพื่อสร้างองค์ความรู้ทางสาธารณสุข โดยมีการส่งเสริม และ พัฒนางานวิจัยด้านการส่งเสริมสุขภาพการควบคุมป้องกันโรคและการคุ้มครองสุขภาพ

ประชาชน

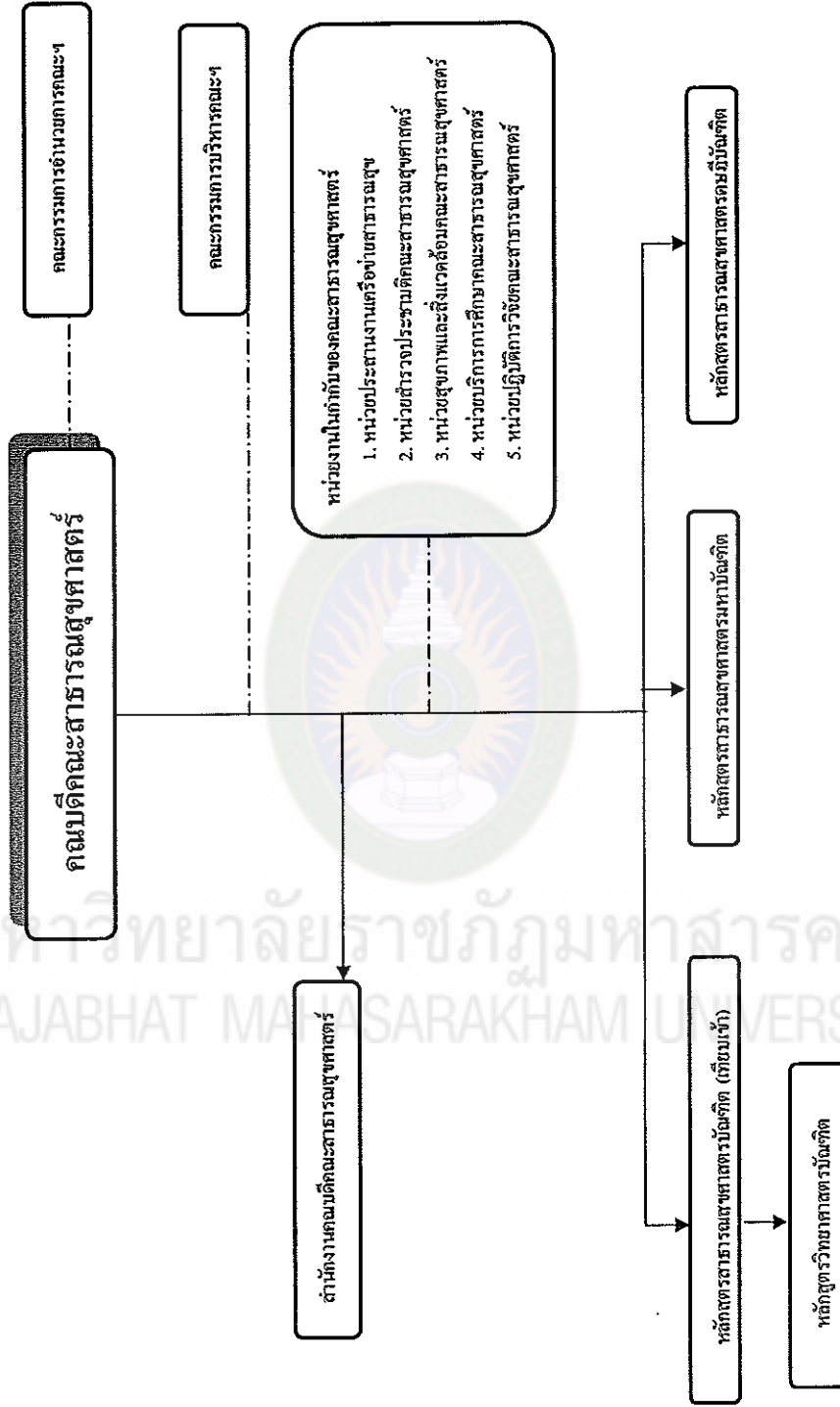
1.2.5 เพื่อพัฒนาภาวะการเป็นผู้นำในองค์กรสาธารณสุข ได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพ

2. ผลิตและพัฒนากำลังคนด้านสาธารณสุขศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ตามความต้องการของแต่ละประเทศ
 3. พัฒนาการวิจัยทางสาธารณสุขศาสตร์ และวิทยาศาสตร์สุขภาพ โดยมุ่งเน้นกระบวนการสร้างองค์ความรู้แบบองค์รวมและบูรณาการ
 4. พัฒนาการบริการวิชาการทางสาธารณสุขศาสตร์ ให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมขององค์กร และสนองตอบการพัฒนาและการจัดการในระบบบริการทางสุขภาพ
 5. ทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม อันดีงามทางภูมิปัญญาไทยด้านสุขภาพ ให้สามารถถ่ายทอดและดำรงอยู่ในสังคมไทยได้อย่างมั่นคง และมีศักดิ์ศรี
- ลักษณะการดำเนินงานของคณะสาธารณสุขศาสตร์ จะเป็นไปตามขั้นตอนของหน้าที่การปฏิบัติงานของแต่ละฝ่าย หรือแผนก โดยจะมีการแบ่งหน้าที่ที่รับผิดชอบในการควบคุมดูแลการปฏิบัติหน้าที่เจ้าหน้าที่ โดยรองคณบดีฝ่ายต่างๆ ที่จะควบคุม กำกับ ดูแล การดำเนินงานให้บรรลุไปตามวัตถุประสงค์ของคณะที่ตั้งไว้ ดังจะแสดงโครงสร้างของการบริหารงานของคณะสาธารณสุขศาสตร์ ที่ได้เรียบเรียงบทบาทหน้าที่การดำเนินงานอย่างละเอียดไว้ใน แผนภาพที่ 1 แผนภาพที่ 2 และแผนภาพที่ 3 ดังต่อไปนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

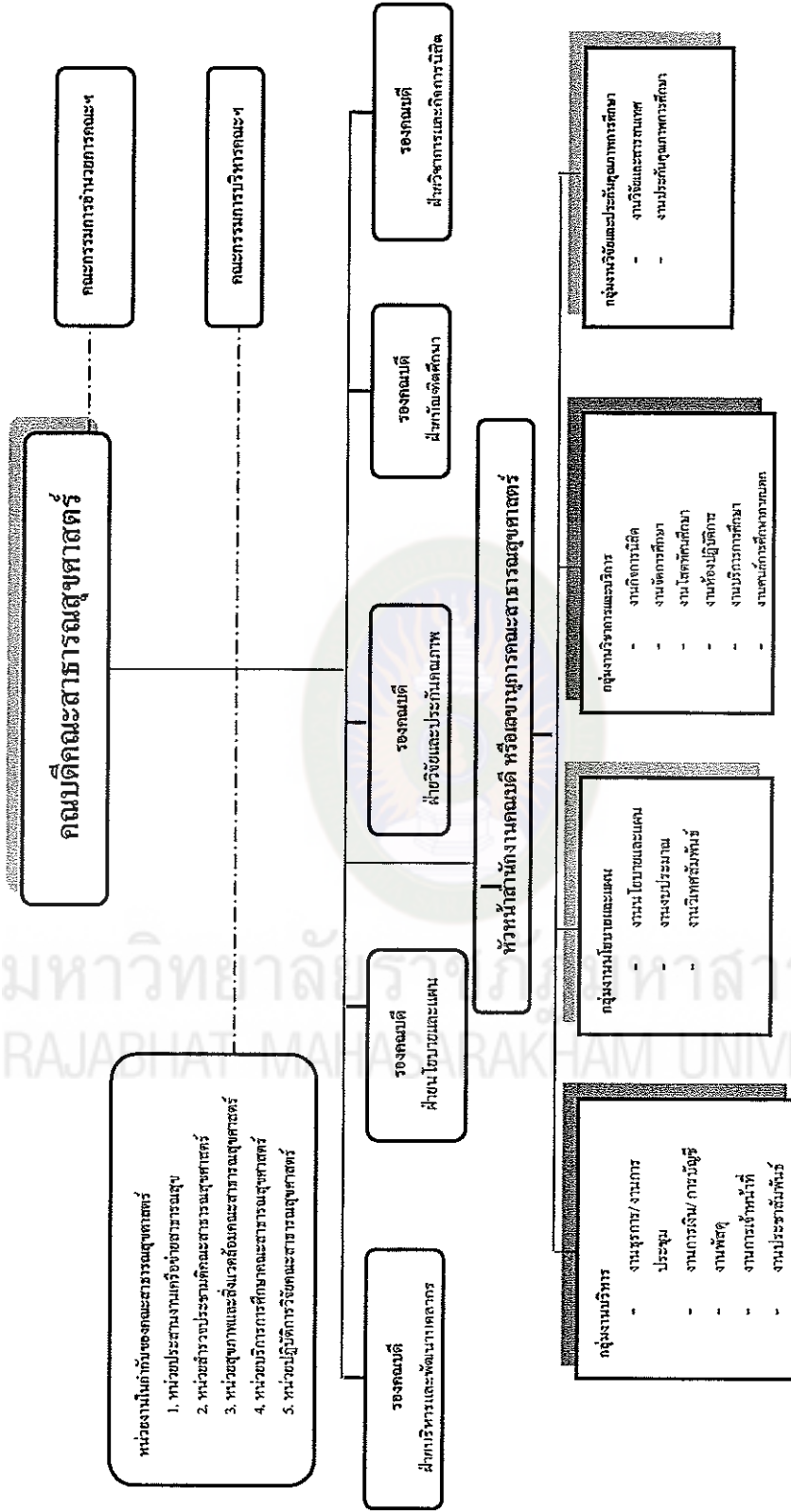


ภาพประกอบที่ 1 โครงสร้างการบริหารงานของคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ที่มา : รายงานคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปี 2550



ภาพประกอบที่ 2 โครงสร้างองค์กรคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ที่มา : รายงานคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปี 2550



ภาพประกอบที่ 3 โครงสร้างการบริหารงานคณะศึกษาศาสตร์
ที่มา : รายงานคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปี 2550

สำนักงานคณบดี คณะสาธารณสุขศาสตร์ ลักษณะการดำเนินงานของคณะฯ จะ เป็นไปตามขั้นตอนของหน้าที่การปฏิบัติงานของแต่ละฝ่าย หรือแผนก โดยจะมีการแบ่ง หน้าที่ที่รับผิดชอบกันอย่างชัดเจน โดยสำนักงานคณบดี เป็นหน่วยงานที่เป็นศูนย์กลางทำ หน้าที่บริหารงานธุรการซึ่งเป็นงานสนับสนุนงานวิชาการประกอบด้วยส่วนราชการต่าง ๆ ดังนี้

1. เลขานุการคณะ รับผิดชอบดูแลงานทุกงานที่สังกัดสำนักงานคณบดี คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2. กลุ่มงานบริหาร ประกอบด้วย

2.1 หน่วยสารบรรณ ให้บริการเกี่ยวกับการรับ-ส่ง ลงทะเบียนหนังสือเข้า- ออก รวบรวมหนังสือโต้ตอบจัดเก็บเอกสารและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับระเบียบงานสารบรรณ

2.2 หน่วยการเจ้าหน้าที่/บุคคล ดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดทำอัตราค่าจ้าง การศึกษาต่อ ฝึกอบรม ดูงานการรับสมัครบุคคลตลอดจนงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลภายใน คณะฯ ทั้งหมด

2.3 งานการเงิน และบัญชี ให้บริการเกี่ยวกับการเงินของคณะฯ เกี่ยวข้องกับ การจัดการด้านการเงินทุกอย่างภายในคณะฯ และเกี่ยวกับนักศึกษาโดยตรง คือ การรับชำระ เงิน ค่าหนังสือรับรองการศึกษา (Transcript) และการเบิกเงินประกันของเสียหาย

2.4 งานพัสดุ ให้บริการเกี่ยวกับการจัดซื้อ จัดหา ซ่อมแซม เบิก-จ่ายพัสดุ ผู้ที่ จะให้พัสดุจัดซื้อหรือจะเบิกพัสดุต่างๆ ต้องทำเรื่องผ่านคณะมาก่อน

2.5 ประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ในการนำเสนอและเผยแพร่ข่าวสาร ตลอดจน ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของคณะฯ ต่อบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกคณะฯ ในรูปข่าวสารประชาสัมพันธ์โดยงานประชาสัมพันธ์จะไม่ขึ้นอยู่กับหน่วยงานใดงานหนึ่ง โดยเฉพาะ แต่จะต้องประสานงานกับหน่วยงานทุกงานต่าง ๆ ของคณะฯ ในการให้ข้อมูล ข่าวสารเพื่อให้การประชาสัมพันธ์เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

3. กลุ่มงานนโยบายและแผน ประกอบด้วย งานนโยบายและแผน งานงบประมาณ และงานวิเทศสัมพันธ์ เป็นงานที่หน้าที่ในการจัดทำงบประมาณและแผนงานต่าง ๆ ของคณะฯ

4. กลุ่มงานบริการการศึกษา ประกอบด้วย หน่วยประสานงานทะเบียน เป็นงานที่ ให้บริการกับอาจารย์และนักศึกษาระดับปริญญาตรี และปริญญาโทเกี่ยวกับเรื่อง การเรียนการ สอน การจัดตารางเรียนตารางสอบ การลงทะเบียนเรียน การสอบประจำภาค การวัดและ ประเมินผลการศึกษาการขออนุมัติปริญญา การให้บริการปรึกษาเกี่ยวกับการเรียน การสอน ฯลฯ

4.1 หน่วยโสตทัศนอุปกรณ์ผลิตอุปกรณ์การสอนและพัฒนาต้นแบบชุดสื่อการเรียนการสอน ให้บริการทางด้านเครื่องมือเทคโนโลยีทางการศึกษาแก่อาจารย์ นักศึกษา ให้คำปรึกษาแก่อาจารย์ให้สามารถผลิตอุปกรณ์การสอนง่ายๆได้ด้วยตนเอง

4.2 หน่วยกิจการนิสิต ให้บริการนักศึกษาด้านทุนการศึกษา อำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมของนิสิตบริการแนะแนวและให้คำปรึกษา บริการด้านจดหมาย พัสดุ ฐานนิติ และโทรเลข ฯลฯ

4.3 งานบริการการศึกษาหรือจัดการศึกษา เป็นงานที่ให้บริการกับอาจารย์ และนักศึกษาระดับปริญญาตรีเกี่ยวกับเรื่อง การเรียนการสอน การจัดทำตารางเรียนตารางสอบ การลงทะเบียนเรียน การสอบประจำภาค การวัดและประเมินผลการศึกษาการขออนุมัติปริญญา การให้บริการปรึกษาเกี่ยวกับการเรียน การสอน ฯลฯ

4.4 งานห้องปฏิบัติการ เป็นงานที่ให้บริการด้านการปฏิบัติที่เกี่ยวกับการเรียนการสอนของนิสิตและคณาจารย์ ในการทดลองทางวิทยาศาสตร์

4.5 งานศูนย์การศึกษาภายนอก เป็นงานบริการนิสิตศูนย์การเรียนภายนอกของคณะ ฯ ที่จะคอยรับ — ส่งข้อมูล ต่าง ๆ ให้กับนิสิตหรือแม้กระทั่งเจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานศูนย์นอก

5. งานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา ประกอบด้วย

5.1 งานวิจัยและสารสนเทศ ให้บริการด้านสารสนเทศแก่ข้าราชการ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษาของคณะฯ

5.2 งานประกันคุณภาพการศึกษา เป็นงานที่ต้องจัดทำกรดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นไปตามกรอบแนวทางของมหาวิทยาลัยและมีการประกาศนโยบายของคณะที่ชัดเจน

จากการศึกษาข้างต้นจึงพอสรุปข้อค้นพบจากการศึกษาเกี่ยวกับความสำคัญของการบริหาร งานของสำนักงานคณบดีได้ว่า มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบออกเป็นหลายแผนก แต่ละแผนกก็มีความสำคัญต่อการทำงานภายใต้การบริหารของคณะกรรมการบริการคณะสาธารณสุขศาสตร์เท่า ๆ กัน ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่แต่ละฝ่ายจะมีการควบคุม ตรวจสอบ ดูแล ระบบความเรียบร้อย และถูกต้องของแต่ละสายงานก่อนที่จะผ่านไปถึงผู้มาใช้บริการ เพื่อความประทับใจในการมาใช้บริการ ผู้ศึกษาจึงได้สังเกตเห็นว่า การทำงานอย่างเป็นระบบภายใต้การควบคุมดูแลของหัวหน้าสำนักงานคณบดีหรือเลขานุการคณะ ฯ สามารถนำมาพัฒนาการบริการและพัฒนางานของตนเองให้เป็นระบบและเป็นมาตรฐานเดียวกัน

นอกจากนั้นผู้บริหารฝ่ายต่าง ๆ ยังต้องมีหน้าที่คอยช่วยเหลือ กำกับดูแล ความถูกต้องของ เอกสารและการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของคณะ ฯ แก่ผู้ที่มาติดต่อหรือมาใช้บริการให้ได้ดียิ่งขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

1. ความพึงพอใจ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสำนักงานกมลเบดีคณะ สาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม นั้น ผู้ศึกษาได้นำทฤษฎีที่อธิบายองค์ประกอบของความพึงพอใจ และอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับปัจจัยอื่น ๆ ไว้หลายทฤษฎี มีทฤษฎีต่าง ๆ ได้กล่าวถึงมากมาย เพื่อที่ช่วยวัดประสิทธิภาพของสิ่งเหล่านั้นถึงความพึงพอใจที่ได้รับ ไม่ว่าจะเป็นความรู้สึก หรือความคิดเห็น ทางบวก หรือลบ ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ความเชื่อ ซึ่งจะขอกกล่าวถึง ความหมาย แนวคิด และความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ไว้ดังนี้

1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” ได้มีผู้ให้ความหมาย และคำจำกัดความไว้หลายประการ ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542 : 775) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ พฤติกรรมเกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์ คือ ความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียด หรือ ความกระวนกระวาย หรือภาวะไม่ได้คุณภาพในร่างกาย ซึ่งเมื่อมนุษย์สามารถขจัดสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าว ได้แล้ว มนุษย์ย่อมได้รับความพึงพอใจ ในสิ่งที่ตนต้องการ

อรวรรณ เมฆทัศน์ (2543 : 5) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ มีความหมายอยู่ใน 3 นัยคือ

ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพการณ์ที่ผลการปฏิบัติงานจริงเป็นไปตามที่บุคคลได้คาดหวัง

ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความสำเร็จที่เป็นไปตามต้องการ

ความพึงพอใจ หมายถึง การทำงานได้เป็นไปตามหรือตอบสนองต่อ

คุณค่าของบุคคล

อุทัยพรรณ สุขใจ (2545 : 7) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติ

ของบุคคลที่มีต่อ สิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่า ว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อ สิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

สุพล พรหมมาพันธุ์ (2540 : 27) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็นในลักษณะเชิงบวกของบุคคลเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการหรือได้รับสิ่ง ตอบแทนที่คาดหวังไว้

สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์ (2540 : 17) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกส่วนตัวที่รู้สึกเป็นสุขหรือยินดีที่ได้รับการตอบสนองความต้องการ ในสิ่งที่ขาดหายไป หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความไม่สมดุล ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่กำหนด พฤติกรรมที่จะแสดงออกของบุคคลซึ่งมีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมใดๆ

อรรถพร ภรรยาณพ (2546 : 29) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติ หรือระดับความพึงพอใจของบุคคลต่อกิจกรรมต่างๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของ กิจกรรมนั้นๆ โดยเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยมและประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ ระดับของความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อกิจกรรมนั้นๆ สามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคล นั้นได้

สายจิตร สิงหเสนี (2546 : 14) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่มีต่อ สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่ถ้าเมื่อใดที่สิ่งนั้นสามารถตอบสนอง ความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะเกิดความรู้สึกทางบวกแต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งใดสร้างความรู้สึกผิดหวัง ไม่บรรลุจุดมุ่งหมาย ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็น ความรู้สึกไม่พึงพอใจ

จากความหมายที่กล่าวมา สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานเป็นเรื่อง ของความรู้สึกที่มีความลึกของบุคคลที่มีต่องานที่ปฏิบัติอยู่และความพึงพอใจจะส่งผลกระทบต่อขวัญ ในการปฏิบัติงาน อย่างไรก็ตามก็ตีความพึงพอใจของแต่ละบุคคลไม่มีวันสิ้นสุด เปลี่ยนแปลงได้ เสมอ ตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อมบุคคลจึงมีโอกาสที่จะไม่พึงพอใจในสิ่งที่เคยพึงพอใจ มาแล้ว ฉะนั้นผู้บริหารจำเป็นจะต้องสำรวจตรวจสอบความพึงพอใจในการปฏิบัติให้สอดคล้อง กับความต้องการของบุคลากรตลอดไป ทั้งนี้เพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายขององค์กร หรือหน่วยงานที่ตั้งไว้

การที่ได้ทราบถึงความหมายของความพึงพอใจข้างต้นแล้วนั้น ผู้ศึกษา สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการทำงาน เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติงาน และปัจจัยหรือองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับงานนั้น ๆ จนสามารถตอบสนองความต้องการขั้น

พื้นฐานของผู้มาใช้บริการได้ ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ตลอดจนเพื่อลดความเครียดของผู้ปฏิบัติงานให้ต่ำลงได้

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ศิริวรรณ เสรวีรัตน์ และคณะ (2539 : 18) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ว่าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจาก การเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า

สถาพร ศรีประสิทธิ์ (2544 : 5) แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Consumer Satisfaction) ได้กล่าวว่าความพึงพอใจในระดับความรู้สึกของบุคคลหรือลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการทำงานหรือประสิทธิภาพสินค้า (Product Received Performance) กับความคาดหวังของลูกค้า (Person Expectation) ซึ่งถ้าหากพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังการขายของลูกค้าจะเกิดระดับความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจต่อสินค้า หรือบริการนั้น โดยที่ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ทำให้ลูกค้า เกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) และถ้าหากตรงกับความคาดหวังของลูกค้าก็ทำให้เกิด ความพึงพอใจ (Satisfaction) และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ ก็ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ (Delighted) ซึ่งความแตกต่างกันของระดับความพึงพอใจที่กล่าวมาจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้า และประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งที่ดีและไม่ดีของสินค้าต่อบุคคลอื่นต่อไป

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ และคณะ (2543 : 18) ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ ไว้ดังนี้

1. ความพึงพอใจในการบริการ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึก ในทางบวกของบุคคลอันเป็นผลจากการประเมินคุณภาพของการบริการจากการรับรู้สิ่งที่ได้รับ จากการบริการไม่ว่าจะเป็นการรับบริการหรือการให้บริการ ในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น ทั้งนี้การทำความเข้าใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญ ต่อผู้ใช้บริการและผู้รับบริการ

2. ลักษณะของความพึงพอใจในการบริการ เป็นพฤติกรรมแสดงออก ในทางบวกของบุคคลที่เกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริง ในสถานการณ์การบริการ ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัย

แวดล้อม และสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยมีองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ 2 ประการ คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการและคุณภาพของการบริการ

3. ความพึงพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ จะครอบคลุม ความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการที่มีต่อการบริการ ในแง่ของปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจ ระดับของความพึงพอใจและประเภทของความพึงพอใจ ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ

เชลลี (Shelly. 1975 : 252-268 ; อ้างจาก ปทุมวดี แสงสุข. 2548 : 10) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่นๆ

1. ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ

2. สิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของมนุษย์มัก ได้แก่ ทรัพยากร (resource) หรือสิ่งเร้า การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจคือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจและความสุขแก่มนุษย์ ความพึงพอใจจะเกิดได้มากที่สุด เมื่อมีทรัพยากรที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

โมส (Morse. 1958 : 27 ; อ้างจาก ปทุมวดี แสงสุข. 2548 : 10) อธิบายว่า ความพึงพอใจหมายถึง สภาพที่จิตปราศจากความเครียด ทั้งนี้ เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดจะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้นและในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

ครอมิก (Cromick. 1947 : 298 ; อ้างจาก ปทุมวดี แสงสุข. 2548 : 10) ให้ ความหมาย ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพความต้องการต่างๆ ที่ได้รับการตอบสนอง

วอร์แมน (Wolman. 1973 : 384 ; อ้างจาก ปทุมวดี แสงสุข. 2548 : 10) ได้ อธิบายว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุข เมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายความต้องการ หรือแรงจูงใจ

สาราช ไสยสมบัติ (2543 : 15) ได้พูดถึงปัจจัยที่สำคัญของ ความพึงพอใจไว้ว่าความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งซึ่งช่วยทำให้งานประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้พนักงาน เกิดความพึงพอใจในการ ทำงานแล้ว ยังจำเป็นจะต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิด ความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการ ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งเป็นตัวบ่งชี้ ก็คือจำนวนผู้ใช้บริการ ดังนั้น ผู้บริหารที่ฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะได้ศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติและผู้ที่มาใช้บริการ เพื่อที่จะได้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

นิบล เห่งพานิช (2540 : 20) สรุปเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติทั้งไม่จำเป็นต้องแสดง หรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไปก็ได้ความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้น ที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบ่งบอกถึงทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไป ในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิกริยา คือเฉยๆ คือสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นนั้น ก็ได้

บี เอ็ม เวอร์มา (B.M. VERMA. 1986 : 50 ; อ้างจาก ชนะ กล้าชิงชัย. 2541: 9)กล่าวว่า การให้บริการที่ดีส่วนหนึ่งขึ้นกับการเข้าถึงบริการซึ่ง เพ็นชานสกี โทมัส (Penchansky Thomas) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงการบริการ ดังนี้

1. ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ (Availability) คือ ความพอเพียงระหว่างบริการที่มี
2. อยู่กับความต้องการของการรับบริการ
3. การเข้าถึงแหล่งบริการ ได้อย่างสะดวก โดยคำนึงถึงลักษณะที่ดั่งการเดินทาง
4. ความสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ
5. แหล่งบริการที่ผู้รับบริการยอมรับว่า ให้ความสะดวกและมีสิ่งอำนวยความสะดวก
6. ความสามารถของผู้รับบริการ ในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ
7. การยอมรับคุณภาพของบริการ ซึ่งในการนี้จะรวมถึงการยอมรับ ลักษณะของผู้ให้บริการด้วย

จากความหมายข้างต้น สรุปว่าความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่เป็นไปในทางที่ดีและไม่ดี หรือในทางด้านบวกและด้านลบ ซึ่งเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้ ถ้าตอบสนองไม่ได้ก็เป็นความรู้สึกในแง่ลบ

1.3 ความสำคัญของความพึงพอใจ

มีนักวิชาการหลายรายกล่าวถึงความสำคัญของการพึงพอใจ ที่น่าสนใจมีดังนี้
 ศาโรช ไสยสมบัติ (2543 : 15) อธิบายว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง ที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานเกี่ยวกับการให้บริการผู้บริหารจะต้องดำเนินการให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการมีปัจจัยที่สำคัญประการแรกเป็นตัวชี้วัดก็คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาด จึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด

อดุลย์ จาตุรงกุล (2543 : 10) อธิบายว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญที่เปรียบเทียบผล หรือการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์บริการกับความคาดหวังของผู้มาใช้บริการ เห็นได้ว่าจุดสำคัญ คือ การปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์บริการกับความคาดหวัง ถ้าการปฏิบัติงานไม่ถึงความคาดหวังผู้รับบริการก็จะไม่พึงพอใจ ถ้าการปฏิบัติงานเท่ากับความคาดหวังของผู้รับบริการก็จะพอใจ ถ้าการปฏิบัติงานสูงเกินกว่าที่คาดหวัง ผู้รับบริการก็จะพึงพอใจมากหรือยินดีเป็นอย่างยิ่ง

โทมัส และเอล (Thomas & Earl, 1995 : 88 – 89 ; อ้างจาก สุวัฒน์ ไบเจริญ, 2540 : 39) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญในการให้บริการด้านสุขภาพ ซึ่งการวัดความพึงพอใจเป็นวิธีหนึ่งที่ใช้กันอยู่เพื่อทราบผลของการให้บริการที่ดีเลิศ ที่ทำให้ลูกค้าประทับใจ และพึงพอใจเป็นสิ่งที่องค์กรเชื่อว่ามีค่า และมีความสำคัญ และมีคุณค่า ซึ่งองค์กรควรให้ความสนใจในความต้องการ และปัญหาของลูกค้า ในการให้บริการด้านสุขภาพ ผู้บริหารองค์กรต้องมีความรับผิดชอบในการปรับปรุงคุณภาพให้เกิดประสิทธิผล และได้ผลคืออย่างต่อเนื่อง การวัดความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญและเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการด้านบริการสุขภาพ

จากแนวคิดของนักวิชาการที่กล่าวมาสรุปความสำคัญของความพึงพอใจได้ว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับงาน

บริการ และสิ่งที่กำหนดว่าการบริการนั้นจะล้มเหลวหรือรุ่งเรืองคือจำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นองค์กรควรศึกษาถึงปัจจัย และองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ ซึ่งผู้ศึกษาจะนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษางานของตนเองในประเด็นการสร้าง ความพึงพอใจแก่ผู้มาใช้บริการสำนักงานคณะบดี คณะสาธารณสุขศาสตร์ ให้มีประสิทธิภาพสูงสุดด้านการบริการ และการตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการให้ได้รับความสะดวกต่าง ๆ ในการมาใช้บริการให้มากที่สุด

2. ความต้องการ

การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเรื่องความต้องการของผู้ใช้บริการ ผู้ศึกษาได้ศึกษาถึงแนวความคิดด้านความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน และศึกษาทฤษฎีความต้องการจากผลงานของหลายท่านที่ให้แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ไว้หลายทฤษฎี ดังต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์

เป็นผู้วางรากฐานจิตวิทยามนุษยนิยม เขาได้พัฒนาทฤษฎีแรงจูงใจ ซึ่งมีอิทธิพลต่อระบบการศึกษาของอเมริกันเป็นอันมาก ทฤษฎีของเขามีพื้นฐานอยู่บนความคิดที่ว่า การตอบสนองแรงจูงใจเป็นหลักการเพียงอันเดียวที่มีความสำคัญที่สุดซึ่งอยู่เบื้องหลังพฤติกรรมของมนุษย์

มาสโลว์ มีหลักการที่สำคัญเกี่ยวกับแรงจูงใจ โดยเน้นในเรื่องลำดับขั้นความต้องการ เขามีความเชื่อว่า มนุษย์มีแนวโน้มที่จะมีความต้องการอันใหม่ที่สูงขึ้นแรงจูงใจของคนมาจากความต้องการพฤติกรรมของคนเรา มุ่งไปสู่การตอบสนอง ความพอใจ มาสโลว์ แบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับด้วยกัน ได้แก่

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

ลำดับความต้องการพื้นฐานของ Maslow เรียกว่า Hierarchy of Needs มี 5 ลำดับชั้นดังนี้

1. ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นต้องการปัจจัย 4 เช่น ต้องการอาหารให้อิ่มท้อง เครื่องนุ่งห่มเพื่อป้องกันความร้อน หนาวและอุจาดตา ปรึกษาโรคภัยไข้เจ็บ รวมทั้งที่อยู่อาศัยเพื่อป้องกันแดด ฝน ลม อากาศร้อน หนาว และสัตว์ร้าย ความต้องการเหล่านี้มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกคน จึงมีความต้องการพื้นฐานขั้นแรกที่มนุษย์ทุกคนต้องการบรรลุให้ได้ก่อน

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) หลังจากที่มีมนุษย์บรรลุความต้องการด้านร่างกาย ทำให้ชีวิตสามารถดำรงอยู่ในขั้นแรกแล้ว จะมีความต้องการด้านความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของตนเองเพิ่มขึ้นต่อไป 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 ให้ความเคารพนับถือตามควร ไม่ต้องการการกดขี่ข่มเหงจากผู้อื่น เนื่องจากทุกคนมีเกียรติและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกัน

5. ความต้องการความเป็นตัวตนอันแท้จริงของตนเอง (Self-actualization Needs) เป็นความต้องการขั้นสุดท้าย หลังจากที่ผ่านมาความต้องการความเป็นส่วนตัว เป็นความต้องการที่แท้จริงของตนเอง ลดความต้องการภายนอกลง หันมาต้องการสิ่งที่คุณเองมีและเป็นอยู่ ซึ่งเป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ แต่ความต้องการในขั้นนี้มักเกิดขึ้นได้ยาก เพราะต้องผ่านความต้องการในขั้นอื่นๆ มาก่อนและต้องมีความเข้าใจในชีวิตเป็นอย่างดี

เมื่อวิเคราะห์โดยรอบด้านแล้วจะพบว่าระดับความต้องการทั้ง 5 ระดับของมนุษย์ตามแนวคิดของมาสโลว์นั้น สามารถตอบคำถามเรื่องความมุ่งหมายของชีวิตได้ครบถ้วนในระดับหนึ่ง เพราะมนุษย์เราตามปกติจะมีระดับความต้องการหลายระดับ และเมื่อความต้องการระดับต้นได้รับการสนองตอบก็จะเกิดความต้องการในระดับสูงเพิ่มขึ้นเรื่อยไปตามลำดับจนถึงระดับสูงสุด การตอบคำถามเรื่องเป้าหมายและคุณค่าของชีวิตมนุษย์ตามแนวของจิตวิทยาแขนงมานุษยนิยมจึงทำได้เราได้เห็นคำตอบในอีกแง่มุมหนึ่ง

2.2 ทฤษฎีความต้องการของแอลเดอร์เฟอร์ (Alderfer's Hierarchy Modified Need Theory)

ได้ให้ทฤษฎีที่เรียกว่า E.R.G (Existence - Relatedness- Growth Theory) โดยแบ่งความต้องการของบุคคลออกเป็น 3 ประการ คือ ฟีวค์แมน และ อาร์โนล (Feildman and Arnold. 1983 : 110) ความต้องการมีชีวิตอยู่ (Existence Needs) ความต้องการสัมพันธ์ภาพกับคนอื่น (Relatedness Needs) และ ความต้องการความเจริญก้าวหน้า (Growth Needs)

2.3 ทฤษฎีความต้องการของเมอร์เรย์ (Murry's Manifest Needs)

ทฤษฎีของ Murry สามารถอธิบายได้ว่า ในเวลาเดียวกันบุคคลอาจมีความต้องการด้านใดด้านหนึ่งที่เป็นและสำคัญเกี่ยวกับการทำงานซึ่งมีอยู่ 4 ประการ คือ ความต้องการความสำเร็จ (Needs for Achievement) ความต้องการมิตรสัมพันธ์ (Needs for Affiliation) ความต้องการอิสระ (Needs for Autonomy)

2.4 ทฤษฎีความต้องการแสวงหาของแมคคลีแลนด์ (McClelland's Acquired Needs Theory)

เป็นทฤษฎีที่บุคคลมุ่งความต้องการเฉพาะอย่างมากกว่าความต้องการอื่น ๆ ความต้องการความสำเร็จเป็นความปรารถนาที่บรรลุเป้าหมายซึ่งมีลักษณะท้าทาย ทฤษฎีนี้ทำความเข้าใจถึงรูปแบบการจูงใจความต้องการพื้นฐาน 3 ประการ คือ ความต้องการอำนาจ (Needs for Power) ความต้องการผูกพัน (Needs for Affiliation) ความต้องการความสำเร็จ (Needs for Achievement)

2.5 ทฤษฎีสองปัจจัย (Two Factor Theory)

เป็นทฤษฎีที่เฟรดเคอร์ริก เค เฮิลเบิร์ก (Frederick K. Herzberg) ได้ศึกษาทำการวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของบุคคล ได้ศึกษาถึงความต้องการของคนในองค์กร หรือการจูงใจจากการทำงาน โดยเฉพาะเจาะจง โดยศึกษาว่าคนเราต้องการอะไรจากงานคำตอบก็คือ บุคคลต้องการความสุขจากการทำงาน ซึ่งสรุปได้ว่า ความสุขจากการทำงาน

นั้น เกิดมาจากความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจในงานที่ทำ โดยความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจในงานที่ทำนั้น ไม่ได้มาจากกลุ่มเดียวกัน แต่มีสาเหตุมาจากปัจจัยสองกลุ่ม คือ ปัจจัยจิตใจ (Motivational Factors) และปัจจัยค่าจูนหรือปัจจัยสุขศาสตร์ (Maintenance or Hygiene Factors)

1. ปัจจัยจิตใจ (Motivational Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง เพื่อจูงใจให้คนชอบและรักงานที่ปฏิบัติเป็นตัวกระตุ้น ทำให้เกิดความพึงพอใจให้แก่บุคคลในองค์การให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพราะเป็นปัจจัยที่สามารถตอบสนองความต้องการภายในของบุคคลได้ด้วย อัน ได้แก่

1.1 ความสำเร็จ ในงานที่ทำของบุคคล (Achievement)

หมายถึงการที่บุคคลสามารถทำงานได้เสร็จสิ้น และประสบความสำเร็จอย่างดี เป็นความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ การรู้จักป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้น เมื่อผลงานสำเร็จจึงเกิดความรู้สึกพอใจและปลาบปลื้มในผลสำเร็จของงานนั้น ๆ

1.2 การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือไม่ว่าจากผู้บังคับบัญชา จากเพื่อน จากผู้มาขอรับคำปรึกษาหรือจากบุคคลในหน่วยงาน การยอมรับนี้อาจจะอยู่ในรูปของการยกย่องชมเชยแสดงความยินดี การให้กำลังใจ หรือการแสดงออกอื่นใดที่ก่อให้เกิดถึงการยอมรับในความสามารถ เมื่อได้ทำงานอย่างหนึ่งอย่างใดบรรลุผลสำเร็จ การยอมรับนับถือจะแฝงอยู่กับความสำเร็จในงานด้วย

1.3 ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ (The Work Itself) หมายถึงงานที่น่าสนใจ งานที่ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทำทลายให้ลงมือทำ หรือเป็นงานที่มีลักษณะสามารถกระทำได้ตั้งแต่ต้นจนจบโดยลำพังแต่ผู้เดียว

1.4 ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมาย ให้รับผิดชอบงานใหม่ ๆ และมีอำนาจในการรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่ ไม่มีการตรวจ หรือควบคุมอย่างใกล้ชิด

1.5 ความก้าวหน้า (Advancement) หมายถึง ได้รับเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้นของบุคคลในองค์การ การมีโอกาสได้ศึกษาเพื่อหาความรู้เพิ่มหรือได้รับการฝึกอบรม

2. ปัจจัยค่าจูนหรือปัจจัยสุขศาสตร์ (Maintenance or Hygiene Factors) หมายถึง ปัจจัยที่จะค่าจูนให้แรงจูงใจ ในการทำงานของบุคคลมีอยู่ตลอดเวลา ถ้าไม่มีหรือมีในลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับบุคคลในองค์การบุคคลในองค์การจะเกิดความไม่ชอบงาน

ขึ้น และเป็นปัจจัยที่มาจากภายนอกตัวบุคคล ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่

2.1 เงินเดือน (Salary) หมายถึง เงินเดือนและการเลื่อนขึ้นเงินเดือนในหน่วยงานนั้น ๆ เป็นที่พอใจของบุคลากรที่ทำงาน

2.2 โอกาสได้รับความก้าวหน้าในอนาคต (Possibility of Growth) หมายถึง การที่บุคคลได้รับการแต่งตั้งเลื่อนตำแหน่งภายในหน่วยงานแล้ว ยังหมายถึง สถานการณ์ที่บุคคลสามารถได้รับความก้าวหน้าในทักษะวิชาชีพด้วย

2.3 ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาผู้ได้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน (Interpersonal Relation Superior, Subordinate and Peers) หมายถึง การติดต่อไม่ว่าจะเป็นกิริยาหรือวาจา ที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกัน มีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดี

2.4 สถานะทางอาชีพ (Status) หมายถึง อาชีพนั้นเป็นที่ยอมรับนับถือของสังคมที่มีเกียรติและศักดิ์ศรี

2.5 นโยบายและการบริการ (Company Policy and Administration) หมายถึง การจัดการและการบริหารขององค์การ การติดต่อสื่อสารภายในองค์การ

2.6 สภาพการทำงาน (Working Conditions) หมายถึง สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสง เสียง อากาศ ชั่วโมงการทำงาน รวมทั้งลักษณะของสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้

2.7 ความเป็นอยู่ส่วนตัว (Personal Life) ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี อันเป็นผลที่ได้รับจากงานในหน้าที่ เช่น การที่บุคคลถูกย้ายไปทำงานในที่แห่งใหม่ ซึ่งห่างไกลจากครอบครัว ทำให้ไม่มีความสุข และไม่พอใจกับการทำงานในที่แห่งใหม่

2.8 ความมั่นคงในการทำงาน (Security) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน ความยั่งยืนของอาชีพ หรือความมั่นคงขององค์การ

2.9 วิธีการปกครองบังคับบัญชา (Supervision-technical) หมายถึง ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการทำงาน หรือความยุติธรรมในการบริหาร

จากทฤษฎีสองปัจจัย สรุปได้ว่าปัจจัยทั้ง 2 ด้านนี้ เป็นสิ่งที่คนต้องการ เพราะเป็นแรงจูงใจในการทำงาน องค์ประกอบที่เป็นปัจจัยจูงใจเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ทำให้คนเกิดความสุขในการทำงาน โดยมีความสัมพันธ์กับกรอบแนวคิดที่ว่า เมื่อคนได้รับการตอบสนองด้วยปัจจัยชนิดนี้ จะช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการทำงาน ผลที่ตามมาคือ คนจะเกิดความ

พึงพอใจในงาน สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนปัจจัยค่าจ้าง หรือสุขศาสตร์ทำหน้าที่เป็นตัวป้องกันมิให้คนเกิดความไม่มีความสุข หรือ ไม่พึงพอใจในงานขึ้น ช่วยทำให้คนเปลี่ยนเจตคติจากการ ไม่อยากทำงานมาสู่ความพร้อมที่จะทำงาน

นอกจากนี้ Herzberg ยังได้อธิบายเพิ่มเติมอีกว่า องค์ประกอบทางด้านการจูงใจจะต้องมีค่าเป็นบวกเท่านั้น จึงจะทำให้บุคคลมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานขึ้นมาได้ แต่ถ้าหากว่ามีค่าเป็นลบ จะทำให้บุคคลไม่พึงพอใจในงาน ส่วนองค์ประกอบทางด้านการค่าจ้าง ถ้าหากว่ามีค่าเป็นลบ บุคคลจะไม่มีความรู้สึก ไม่พึงพอใจในงานแต่อย่างใดเนื่องจาก องค์ประกอบทางด้านปัจจัยนี้ มีหน้าที่ค่าจ้างหรือบำรุงรักษาบุคคลให้มีความพึงพอใจในงานอยู่แล้ว สรุปได้ว่า ปัจจัยทั้งสองนี้ ควรจะต้องมีในทางบวก จึงจะทำให้ความพึงพอใจในการทำงานของบุคคลเพิ่มขึ้น จากทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg เป็นทฤษฎีที่ศึกษาเกี่ยวกับขวัญ โดยจะขวัญมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับความพึงพอใจและการจูงใจ ซึ่งเกิดจากปัจจัยจูงใจและปัจจัยค่าจ้างนั่นเอง

2.6 โคร์แมน (Korman, A.K. 1977 ; อ้างจาก สมศักดิ์ คงเที่ยง และอัญชลี โพธิ์ทอง. 2542 : 161-162) ได้จำแนกทฤษฎีความพึงพอใจในงานออกเป็น 2 กลุ่มคือ

1. ทฤษฎีการสนองความต้องการ กลุ่มนี้ถือว่าความพึงพอใจ ในงานเกิดจากความต้องการส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อผลที่ได้รับจากงานกับการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายส่วนบุคคล

2. ทฤษฎีการอ้างอิงกลุ่ม ความพึงพอใจในงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับคุณลักษณะของงานตามความปรารถนาของกลุ่ม ซึ่งสมาชิกให้กลุ่มเป็นแนวทางการประเมินผลการทำงาน

2.7 มัมฟอร์ด (Manford, E. 1972 ; อ้างจาก สมศักดิ์ คงเที่ยง และอัญชลี โพธิ์ทอง. 2542 : 162) ได้จำแนกความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจงานจากผลการวิจัยออกเป็น 5 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มความต้องการทางด้านจิตวิทยา กลุ่มนี้ได้แก่ Maslow, A.H. , Herzberg, F และ Likert R. โดยมองความพึงพอใจงานเกิดจากความต้องการของบุคคลที่ต้องการความสำเร็จของงานและความต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น
2. กลุ่มภาวะผู้นำมองความพึงพอใจงานจากรูปแบบและการปฏิบัติของผู้นำที่มีต่อผู้ใต้บังคับบัญชา กลุ่มนี้ได้แก่ Blake R.R., Mouton J.S. และ Fiedler R.R.
3. กลุ่มความพยายามต่อรางวัล เป็นกลุ่มที่มองความพึงพอใจจาก

รายได้ เงินเดือน และผลตอบแทนอื่น ๆ กลุ่มนี้ ได้แก่ กลุ่มบริหารธุรกิจของมหาวิทยาลัยแมนเชสเตอร์ (Manchester Business School)

4. กลุ่มอุดมการณ์ทางการจัดการมองความพึงพอใจจากพฤติกรรมกรรมการบริหารงานขององค์กร ได้แก่ Crogier M. และ Coulder G.M.

5. กลุ่มเนื้อหาของงานและการออกแบบงาน ความพึงพอใจงานเกิดจากเนื้อหาของตัวงาน กลุ่มแนวคิดนี้มาจากสถาบันทาวิสตอค (Tavistock Institute) มหาวิทยาลัยลอนดอน

สรุปแล้วจะเห็นว่าความต้องการของมนุษย์มีอยู่มากมาย ทั้งปริมาณและขอบเขต เพราะมนุษย์ตกอยู่ในสภาพแวดล้อมไม่เหมือนกัน การกำหนดความต้องการในปัจจุบันพื้นฐานจึงแตกต่างกันไป แต่อย่างไรก็ตาม อาจกล่าวได้ว่า ความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์จะเกิดความพึงพอใจในระดับหนึ่ง สิ่งเหล่านี้จะส่งผลไปถึงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้วย ดังนั้น ในการทำความเข้าใจเรื่องความต้องการของมนุษย์ จึงนับได้ว่ามีความสำคัญต่อการบริหารงานเป็นอย่างยิ่งในด้านการกำหนดสิ่งจูงใจ หรือปัจจัยที่เหมาะสมกับความต้องการ

3. ความคาดหวัง

ทฤษฎีความคาดหวัง Bovee and Other (1993 : 21-23) อธิบายความพึงพอใจ ในแง่ที่ว่าบุคคลจะเกิดความพึงพอใจได้ก็ต่อเมื่อเขาประเมินว่างานนั้นจะนำผลตอบแทนมาให้ ซึ่งบุคคลได้มีการตัดสินใจไว้ล่วงหน้าแล้วว่าคุณค่าของสิ่งที่ได้รับ (รายได้ ส่งเสริมให้ก้าวหน้า สภาพการทำงานที่ดีขึ้น) เป็นอย่างไรบุคคลจึงเลือกงานที่นำผลลัพธ์เหล่านี้มาให้ และในขั้นสุดท้ายเมื่อมีการประเมินเปรียบเทียบกับผลลัพธ์ต่างๆ บุคคลจะรู้ถึงความพึงพอใจที่เกิดขึ้น ซึ่งทัศนะของแนวคิดทฤษฎีนี้มาจากหลายบุคคล ซึ่งนำโดย Vroom Lawler และ Porter

แนวคิดของทฤษฎีนี้อยู่ที่ผลได้ (Outcomes) ความปรารถนาที่รุนแรง (Valence) และความคาดหวัง (Expectancy) ทฤษฎีความคาดหวังจะคาดคะเนว่า (Probability) ก่อนข้างเด่นชัดว่าหากมีความพยายามก็จะนำไปสู่ผลงานที่สูงขึ้น และยังมองเห็น โอกาส ความน่าจะเป็นไปได้ค่อนข้างสูงอีกว่าผลงานที่สูงขึ้นจะนำไปสู่ผลได้ (Outcomes) ที่เขาปรารถนา ซึ่งหมายถึงว่า ความคาดหวังนี้เกิดก่อนการกระทำจึงสามารถเป็นเหตุของการกระทำพฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากความคาดหวังที่ได้รับสิ่งจูงใจผลตอบแทนหรือผลลัพธ์จะมีความสำคัญ และ จะเป็นตัวทำให้เกิดพฤติกรรมได้ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจต่อผลตอบแทนซึ่งตอบแทนนี้ บุคคลจะต้องรับรู้ว่าเป็นสิ่งที่เกิดจากพฤติกรรม และถ้าหากจะให้ผลตอบแทนที่เป็นผลกระทบ

ต่อความพยายามของบุคคลหนึ่งๆ แล้ว เขาจะต้องรับรู้ว่าการเปลี่ยนแปลงในระดับของกำลังความพยายามทำให้เกิด การเปลี่ยนแปลงในผลของการปฏิบัติงานของเขาตามที่เสนอของ Nadier และ Lawlor ทฤษฎี ความคาดหมายจะอยู่บนพื้นฐานของสมมติฐาน 4 ข้อเกี่ยวกับสาเหตุของพฤติกรรม คือ

1. พฤติกรรมจะถูกกำหนดโดยแรงกดดันภายในบุคคลและสภาพแวดล้อม คนจะมีความต้องการ และความคาดหมายไม่เหมือนกัน อิสรระต่อการตอบสนองของพวกเขา ต่อสภาพแวดล้อมของงาน ที่ไม่เหมือนกันจะทำให้มีพฤติกรรมแตกต่างกัน

2. บุคคลจะทำการตัดสินใจเกี่ยวกับพฤติกรรมเขาภายในองค์การ การตัดสินใจเหล่านี้ อาจจะเป็นเรื่องของ

2.1 พฤติกรรมในฐานะที่เป็นสมาชิกการมาทำงานหรือ การอยู่ภายในสถานที่ทำงานหรือ

2.2 พฤติกรรมของการ ใช้กำลังความพยายามจะทำงานหนัก มากน้อยแค่ไหน

3. บุคคลจะมีความต้องการและเป้าหมายไม่เหมือนกัน บุคคลต่างๆ จะมีความพึงพอใจผลลัพธ์ไม่เหมือนกัน การทำความเข้าใจความต้องการของพวกเขาจะนำไปสู่ ความเข้าใจเกี่ยวกับว่าจะจูงใจและให้ผลตอบแทนพวกเขาอย่างไรถึงจะดีที่สุด

4. บุคคลจะทำการตัดสินใจเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เป็นทางเลือกโดยอยู่บนพื้นฐานของความคาดหมายของพวกเขาว่า พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการมากที่สุด คนมีแนวโน้มจะมีพฤติกรรมที่พวกเขาเองเห็นว่า จะก่อให้เกิดผลที่ติดตามมา ตามที่ต้องการ

นอกจากนี้ วรูม (Victor H. Vroom) เป็นนักจิตวิทยาในกลุ่มพุทธินิยม (Cognitive Psychology) ที่ศึกษาวิจัยการทำงานของคนในโรงงานอุตสาหกรรม และได้สร้างทฤษฎีความคาดหวังไว้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1964 แม้คำอธิบายในทฤษฎีของวรูมอาจจะยังไม่สมบูรณ์ แต่ก็พบว่าเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่ทำให้มีการวิจัยต่อเนื่องมาอีกมากในเรื่องแรงจูงใจในการทำงานของคนงานในโรงงานอุตสาหกรรม นักจิตวิทยาในกลุ่มพุทธินิยมนี้เชื่อในเรื่องของความคิดของบุคคลว่าเป็นส่วนสำคัญในการทำให้เกิดแรงจูงใจต่อพฤติกรรม หรือการกระทำ แม้จะมีเรื่องของผลรางวัลหรือสิ่งเร้าภายนอกตัวเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่ปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจคือความคิดของบุคคล นักจิตวิทยาบางคนในกลุ่มนี้ศึกษาเรื่องการวางแผน บางคนศึกษาเรื่องการตั้งเป้าหมาย แต่สำหรับวรูมจะเน้นศึกษาเรื่องความคาดหวัง

มณีวรรณ ต้นไทย (2533 : 66 – 69) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจหลังการได้รับบริการว่าเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการ ในด้านต่างๆ ดังนี้ คือ

1. ด้านความสะดวกที่จะได้รับ
2. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ
3. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

ศศิธร พุดสุข (2528 : 23) อ้างแนวคิดของ Shelly ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกแบบของมนุษย์ คือความรู้สึก ในทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับสามารถทำให้เกิดความสุข หรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่ซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ

สรุปได้ว่า ความคาดหวัง เป็นความรู้สึก ความนึกคิดและความต้องการของบุคคล ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือหลายสิ่ง ว่าควรจะเกิดในลักษณะใด และความคาดหวังจะขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งผู้ศึกษาได้นำไปใช้ในการศึกษาของตนเองในการศึกษาความคาดหวังของกลุ่มผู้ที่มาใช้บริการสำนักงานคณะบดี ว่าตรงกับแบบสอบถามด้านความสนใจต่อการให้บริการอย่างจริงจัง และจริงจัง มากน้อยเพียงใดเพื่อให้เกิดความพึงพอใจและใช้บริการในครั้งต่อ ๆ ไป

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

ได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการบริการไว้ ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 ได้ให้คำจำกัดความของ คำว่า การบริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้การให้ความสะดวกต่าง ๆ เช่น ให้บริการหรือใช้บริการ เป็นต้น

ฟิลิปส์ คอรัคเตอร์ (Philip Kotler, 2000 : 428) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า กิจกรรม หรือประโยชน์เชิงนามธรรม ซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้น ๆ อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้

จิตตินันท์ เตชะคุปต์ (2539 : 8) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น และก่อให้เกิดความพอใจในผลกระทบนั้น

จึงสรุปได้ว่า การบริการ เป็นกระบวนการที่เสนอให้อีกฝ่ายหนึ่งเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

1. หลักการบริการสมัยใหม่

หลักการให้บริการ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้มาใช้บริการจะต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติ มิใช่ว่า การให้ความช่วยเหลือ หรือการทำประโยชน์ต่อผู้มาใช้บริการ จะเป็นไปตามใจของเราผู้ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ

ในเรื่องของความหมายของการบริการมีนักวิชาการชาวไทย และ ชาวต่างประเทศได้ให้คำนิยามที่เกี่ยวข้องกับความหมายของการบริการดังต่อไปนี้

การบริการ ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้ความหมายการบริการว่า การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ เช่น ให้บริการ ใช้บริการ เป็นต้น

การบริการ หมายถึง การเอาใจใส่ การให้ความช่วยเหลือ การตอบสนองความต้องการของผู้อื่นด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี การบริการ มีลักษณะเฉพาะไม่เหมือนสินค้าอื่น ดังนั้นในการวางแผนการตลาดของธุรกิจบริการก็ยังไม่มียุทธศาสตร์ต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดของสินค้าอื่นๆ อีกด้วย

กุลชน ธนาพงศธร (2536 : 303-304) กล่าวว่า หลักการให้บริการ ได้แก่

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้มันต้องตอบสนองความต้องการของบุคลากรส่วนใหญ่ หรือทั้งหมดมิใช่เป็นการจัดการให้แก่บุคคลกลุ่มใด กลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจาก จะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์ และบริการแล้วยังไม่คุ้มค่าการดำเนินงานนั้นๆ ด้วย

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอมิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริหาร หรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคน อย่างเสมอภาค และเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิแก่บุคคลหรือกลุ่มคนใดในลักษณะแตกต่างจากบุคคลอื่นอย่างเห็นได้ชัด

4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการบริการต้องไม่มากเกินไป ผลที่ได้รับ

5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะ ปฏิบัติได้ ง่าย สะดวก สบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังเป็นการสร้างความยุ่งยากให้แก่ ผู้ให้บริการหรือผู้ให้บริการมากเกินไป

ในธุรกิจบริการนั้น การให้ความสำคัญกับลูกค้าหรือผู้ให้บริการและการค้นหาความต้องการเพื่อสนองการบริการที่ลูกค้าเห็นว่า เป็นหัวใจสำคัญของการบริการ เพราะเป้าหมายสูงสุดของการบริการคือ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าชอบใจและคิดใจกลับมาใช้บริการอีกต่อไป ไปกิจการบริการที่จะประสบความสำเร็จและมีความมั่นคงในการดำเนินงาน อย่างราบรื่นการทำความเข้าใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ จะทำให้ตระหนักถึงคุณค่า ของการสร้างและรักษาความพึงพอใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ทั้งในฐานะของผู้รับบริการ และผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในกระบวนการบริการ ชุณหะ รุ่งปัจฉิม (2539 : 181) ได้จำแนกการบริการ ได้ 2 ประเภท ตามเป้าหมายของการบริการ คือ

1. การบริการทางด้านธุรกิจ (Business Service) ซึ่งหมายถึงการบริการที่มีลักษณะการค้าในเชิงธุรกิจแสวงหากำไรเป็นสำคัญ การบริการในลักษณะนี้ มักจะอยู่ภายใต้ การดำเนินงานของบริษัทและห้างร้านของเอกชน เช่น การบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ การบริการเคเบิลทีวี เป็นต้น

2. การบริการสาธารณะ (Public Service) ซึ่งหมายถึงการบริการที่มีลักษณะการค้าโดยการโดยระบอบราชการ มุ่งประโยชน์สุขและสวัสดิภาพของประชาชนในสังคม เป็นสำคัญ การบริการในลักษณะนี้ ได้แก่ การบริการของหน่วยงานต่างๆ ของรัฐ เช่น การบริการสาธารณสุข การบริการสังคมสงเคราะห์ เป็นต้น

มิลเลท (Millet. 1954 : 397 - 400 ; อ้างจาก วีระ เจริญลิมประเสริฐ. 2539 : 12) ได้ให้ทัศนะว่าความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการของหน่วยงานของรัฐนั้น ควรจะพิจารณาจากสิ่งต่างๆเหล่านี้คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service)
2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service)
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service)
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)

เวเบอร์ (Weber, 1966 : 340 ; อ้างจาก กุสธน ธนาพงศธร, 2536 : 202) ให้ทัศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรมการให้บริการว่า การให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุดคือ การให้บริการที่คำนึงถึงตัวบุคคลแบบ *Sine irate studio* คือเป็นลักษณะการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์และไม่มีความชอบพอสใจเป็นพิเศษ ทุกคนจะได้รับการปฏิบัติ เท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

คอตเลอร์ (Kotler, 1988 : 477) กล่าวว่า “การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือปฏิบัติการใดๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ และไม่ได้ส่งผลของการเป็นเจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้า ที่มีตัวตนได้”

กรู (Gronroos, 1990 : 27) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่มากก็น้อย จับต้องไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณีเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการ และ/หรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้า และ/หรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยผ่อนคลายปัญหาของลูกค้า”

สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 15) อธิบายไว้ว่า การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคลซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะ และความแนบเนียนต่างๆ ที่จะทำให้ชนะจิตใจลูกค้า ผู้ที่ติดต่อธุรกิจ หรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการ จึงถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง ในปัจจุบันการให้บริการสามารถกระทำได้ก่อนการติดต่อ ในระหว่างการติดต่อหรือภายหลัง การติดต่อ โดยได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร รวมทั้งผู้บริหารในองค์กรนั้นๆ การบริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความเชื่อถือ ศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการอื่นๆ ในโอกาสหน้า ซึ่งการบริการอาจจะทำได้ในรูปแบบต่างๆ คือ

1. การต้อนรับและการเอาใจใส่
2. การให้บริการทางโทรศัพท์

3. การบริการขายหน้าร้าน
4. การให้บริการในร้านค้า หรือสำนักงาน
5. การให้บริการหลังการขาย
6. การบริการสำหรับพนักงานช่าง
7. ทักษะในการปฏิบัติงานเพื่อการบริการในสำนักงาน

ชวินทร์ ลีนะบรรจง (2540 : 55 – 62) ได้กล่าวถึงความหมายของ การบริการ เป็น 2 มุมมอง คือ

1. เชิงกายภาพ เนื่องจากสินค้าที่เรียกว่าบริการจะมีคุณลักษณะทางกายภาพที่พิเศษกว่าสินค้าอื่นๆ ก็คือ ไม่สามารถมองเห็น (Invisibility) ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) และเน่าเสียได้โดยง่าย (Perish ability) จึงทำให้สินค้าบริการมีลักษณะที่ไม่เป็น วัตถุหรือตัวตน (Immaterial) ดังนั้น โดยทั่วไปการผลิตสินค้าบริการขึ้นมาจึงต้องมีการบริโภค ในทันที ไม่สามารถเก็บรักษา (Non Storability) ไว้ได้เหมือนดังเช่นสินค้าที่เป็นวัตถุหรือตัวตน การไม่สามารถบริโภคข้ามเวลาจึงอาจเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของคำจำกัดเชิงกายภาพของ บริการ

อย่างไรก็ตาม ด้วยความก้าวหน้าของวิทยาการ ความหมายในเชิงกายภาพ ที่ แยกสินค้าบริการออกจากสินค้าอื่นๆ อาจกระทำมิได้ในทุกกรณีไป การแสดงดนตรีอาจมองได้ ว่าเป็นบริการอย่างแน่นอนตามความหมายดังกล่าวข้างต้น แต่ด้วยความล้ำหน้าทางวิทยาการ การบันทึกการแสดงดนตรีสามารถทำให้การผลิต และการบริโภคสามารถทำได้ในคนละ ช่วงเวลา และยังสามารถขายบริการนี้ซ้ำๆ กัน ได้หลายครั้งจากการผลิตเพียงครั้งเดียว การตัดผม ละคร เครื่องรับโทรศัพท์อัตโนมัติ หรือแม้แต่เครื่องเบิกจ่ายเงินอัตโนมัติ (Automatic Teller Machine) ที่ทำให้ผู้ให้บริการและผู้รับบริการไม่ต้องเจอกัน ซึ่งเป็นการขัดแย้งกับพหุคูณศาสตร์ มีความเห็นว่าบริการไม่สามารถผลิตสินค้าได้ เนื่องจากไม่ก่อให้เกิดผลผลิตที่สามารถเก็บ เอาไว้ใช้ในเวลาที่ต่อไปได้ จึงไม่ก่อให้เกิดการสะสมทุน และความมั่งคั่งของชาติก็ไม่ปรากฏ ขึ้นมา

2. เชิงหน้าที่ / บทบาท ความหมายร่วมสมัยของบริการถือว่าบริการทุกชนิด มีผลผลิต (Productivity) และอาจมีคุณลักษณะแตกต่างกัน (Heterogeneous Product of Services) จึงเป็นการเปลี่ยนแปลงหรือไม่เปลี่ยนแปลงสภาพความเป็นอยู่ของบุคคลหรือวัตถุ เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มจากบริการนั้นๆ โดยมีการแสดงความต้องการในบริการนั้นหรือไม่ก็ตาม ฉะนั้นการจำแนกกิจการในทางเศรษฐกิจว่ากิจกรรมใดเป็นบริการหรือไม่อย่างไร จึงอาจ

พิจารณาที่มูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมนั้นเป็นหลัก ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวอาจกระทำเพื่อไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากสภาพที่เป็นอยู่ เช่น การรักษาพยาบาล หรือบริการที่ได้รับจากรัฐบางประเภทเช่น การป้องกันประเทศ การศาล ซึ่งไม่สามารถใช้กลไกราคาเข้ามากำหนดราคาได้ชัดเจน เนื่องจากอาจไม่มีการแสดงความต้องการในสินค้า (สาธารณะ) ออกมาจากผู้บริโภคอย่างชัดเจน เหมือนเช่นสินค้าอื่นๆ จากแนวความคิดของชวินทร์ ลีนะบรรจง จะเห็นได้ว่าการบริการมีความหมายและมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสินค้าในหลาย ๆ ประเด็นซึ่งสอดคล้องกับแนว ความคิดของ อัญญาพร ภูเจริญ (2538 : 47 – 48) ซึ่งได้อธิบายเกี่ยวกับธุรกิจบริการว่า องค์กรที่ทำธุรกิจบริการ คือองค์กรที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการให้กับผู้ซื้อโดยตรง นั่นคือในธุรกิจบริการจะต้องมีการเผชิญหน้าโดยตรง ในขณะที่ผู้ซื้อรับมอบสินค้าหรือบริการจากผู้ขาย จึงทำให้ธุรกิจบริการมีความซับซ้อนกว่าธุรกิจอื่นตรงที่นอกเหนือจากต้องมุ่งสร้างสินค้าหรือบริการให้ได้คุณภาพแล้วยังต้องคำนึงถึงการเผชิญหน้ากับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพด้วย

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543 : 10 – 11, 66) ได้อธิบายเกี่ยวกับการบริการ หมายถึงอะไร และมีความสำคัญอย่างไร ดังนี้

1. การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การในอันที่จะสนองตอบต่อความต้องการของบุคคลอื่น ให้ได้รับสิ่งที่มุ่งหวังเอาไว้ เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำดังกล่าว

2. การบริการมีความสำคัญต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ทั้งในฐานะของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ กล่าวคือ การบริการช่วยตอบสนองความต้องการของผู้ให้บริการ ในการสร้างผลกำไร และภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ รวมทั้งทำให้ผู้ปฏิบัติงานบริการ มีอาชีพมีรายได้ดีและสามารถสร้างโอกาสในการเผชิญหน้าต่อลูกค้า

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคณะ (2546 : 3 – 4) การบริการในเศรษฐกิจสมัยใหม่ (Services in the Modern Economy) ในฐานะที่เป็นผู้บริโภค เราใช้บริการ หลายสิ่งหลายอย่างในชีวิตประจำวัน เช่น การพูดโทรศัพท์ การใช้บริการรถประจำทาง การพบแพทย์ เพื่อขอคำปรึกษา การส่งจดหมาย การเติมน้ำมันรถยนต์ การใช้บริการซักรีด ซึ่งที่กล่าวมาเป็นตัวอย่างของการบริโภคโดยตัวบุคคล สถาบันการศึกษาถือได้ว่าเป็นองค์กรที่ขายบริการซึ่งมีความสลับซับซ้อนนอกจากนี้ยังมีบริการที่อำนวยความสะดวกอีกมากมาย เช่น ห้องสมุด มุมกาแฟ การรับปรึกษา ร้านจำหน่ายหนังสือ สำนักงานจัดหางาน บริการถ่ายเอกสาร บริการโทรศัพท์ สาธารณะ เป็นต้น

การให้บริการในลักษณะต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นนั้น สามารถสรุปได้ว่า การบริการเป็นกิจกรรมหรือปฏิบัติการใด ๆ ที่บุคคลหรือองค์กรปฏิบัติต่อบุคคลอื่นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลอื่นที่มาใช้บริการ และยังให้ได้รับความสะดวก สบาย ความพึงพอใจที่ได้รับด้วย หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น และผู้ให้บริการต้องเป็นบุคคลที่มีน้ำใจในการให้บริการเป็นสำคัญ ซึ่งทุกแผนกของสำนักงานคณบดี คณะสาธารณสุขศาสตร์ ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ดังนั้นในการศึกษาถึงประเด็นการบริการสมัยใหม่ ผู้ศึกษาจึงได้นำแนวคิดที่ว่านั้นมาพัฒนาองค์กรในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ การต้อนรับทั้งบุคคลภายนอกและภายใน รวมถึงผู้มาติดต่อทุกประเภท เป็นต้น ต้องเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความประทับใจกับผู้รับบริการทุกคน และท้ายสุด ผู้ให้บริการเป็นกลไกสำคัญที่สุดที่จะต้องพัฒนาบุคลิกภาพและทัศนคติที่ดี โดยเฉพาะการมีจิตสำนึกในการรักษารับบริการ เพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างสมบูรณ์แบบ

ส่วนประกอบของการบริการ

ส่วนประกอบทางการบริการ (วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. 2543 : 172) คือ บรรดาปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของบริการใด ๆ ที่มีผลด้านคุณภาพของบริการนั้น ๆ ช่วยสร้างความพอใจหรือก่อให้เกิดความพึงพอใจในสายตาของลูกค้าได้ สามารถแบ่งปัจจัยออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

1. กลุ่มที่มีผลก่อนรับบริการ (Pre – service Factors) หรือ Pre – delivery factors ได้แก่
 - 1.1 Company Image ภาพพจน์ กิตติศัพท์ ชื่อเสียงของบริษัท
 - 1.2 Creditability of company ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของบริษัท
 - 1.3 Cost of service ค่าบริการ ค่าใช้จ่ายเพื่อขอรับบริการ
 - 1.4 Creativity of service ความแปลกใหม่ของบริการ
2. กลุ่มปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการ (During – service factors) หรือ During – delivery factors ได้แก่
 - 2.1 Conveniency ความสะดวกสบายในการใช้บริการ
 - 2.2 Correctness ความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดการให้บริการ
 - 2.3 Courtesy กิริยามารยาทที่งดงามของผู้ให้บริการ
 - 2.4 Complexity ความยุ่งยากซับซ้อนในขั้นตอนการรับบริการ

- 2.5 Carefulness ความประณีตบรรจงและความพิถีพิถันในขณะ
บริการ
- 2.6 Competence ฝีมือ ภูมิปัญญา และความสามารถของผู้ให้บริการ
3. กลุ่มปัจจัยที่มีผลหลังการรับบริการแล้ว (Post service factors) หรือ Post – delivery factors ได้แก่
- 3.1 Conformance to Customer Expectation ความสอดคล้องกับความ
คาดหวังของลูกค้าก่อนมารับบริการ
- 3.2 Completeness of service ความสมบูรณ์ครบถ้วนของบริการ
- 3.3 Consistency of service quality ความคงเส้นคงวาด้านบริการ
- 3.4 Complaint handing การปฏิบัติต่อคำร้องเรียนของลูกค้า
- 3.5 Cost Effectiveness ความคุ้มค่าเงินหรือไม่ของบริการนั้น
(หลังจากลูกค้าได้รับบริการนั้นจนครบถ้วน)

ในการพยายามแยกปัจจัยความพอใจในบริการออกเป็น 3 กลุ่ม เช่นนี้ จะช่วยให้
ผู้บริหารมองภาพของงานบริการได้อย่างลึกซึ้ง หรือเป็นจุดภาคมากขึ้น

2. คุณภาพของการบริการ

2.1 ความหมายของ คุณภาพ (Quality)

คุณภาพ (Quality) หมายถึง สิ่งที่เกิดจากการที่ลูกค้ารับรู้
คุณภาพบริการ (Service Quality) เป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากงานบริการมี
ความไม่แน่นอนในการผลิตงานออกมาให้ได้มาตรฐาน ทั้งนี้เพราะงานบริการส่วนมากเป็นสิ่งที่
จับต้องได้ยาก ไม่สามารถจัดเก็บไว้ได้ต้องทำการผลิตขณะที่ถูกค้ำมาซื้อบริการ ดังนั้น
ในขณะที่ลูกค้ามาซื้อบริการและมีการส่งมอบบริการนั้นจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดและทำให้
ผู้บริโภคเกิดความไม่พอใจ

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) จะมีลักษณะดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์
และคณะ. 2546 : 342)

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) คือ ไม่ให้ลูกค้าคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสม
2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) อธิบายถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย
3. ความสามารถ (Competence) บุคลากรมีความชำนาญและความสามารถใน
งาน
4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ มีวิจรรณญาณ

5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า
6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ต้องให้บริการ และแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
8. ความปลอดภัย (Security) บริการต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหา
9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพดังกล่าวได้
10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing Customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการของลูกค้า

การบริการเป็นปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการให้บริการในมุมมองของลูกค้าในปัจจุบันคือ คุณภาพการบริการ (Service Quality) ที่ผู้ให้บริการหยิบยื่นและส่งมอบความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศให้แก่ผู้มาใช้บริการ เพื่อสร้างผลลัพธ์จากการส่งมอบบริการที่ดีให้แก่ผู้รับ ให้ได้รับความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีแก่ลูกค้า (Customer Relationship) ซึ่งสามารถแบ่งระดับความสำคัญของคุณภาพของการบริการ ได้ 2 ระดับ ดังนี้

ระดับแรก ความสำคัญที่มีต่อตัวผู้รับบริการ (ลูกค้า) คือ จะทำให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดี ทำให้ผู้รับบริการมีความสุข มีความพึงพอใจ และมีความระลึกถึงในการที่จะมาขอรับบริการในครั้งต่อไป

ระดับที่สอง ความสำคัญในด้านผู้ให้บริการทำให้กิจการสามารถรักษาลูกค้าเดิม (Customer Retention) การให้บริการเพื่อจะรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้เป็นลูกค้าประจำ หรือลูกค้าที่มีความจงรักภักดี และนอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มลูกค้าใหม่ (Customer Acquisition) ผู้ให้บริการต้องพยายามกระทำทุกวิถีทางที่จะเพิ่มลูกค้าใหม่เพราะเป็นการสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่หน่วยงานด้วย มีจำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นเป็นตัวชี้วัด

นอกจากนี้ การให้บริการยังมีลักษณะเฉพาะที่มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปที่เจ้าของกิจการและนักการตลาดต้องคำนึงถึงดังต่อไปนี้

ผลิตภัณฑ์บริการ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค เช่น การนัดในธุรกิจ นวดแผนโบราณ การรักษาในธุรกิจโรงพยาบาล การให้ความรู้ในธุรกิจการศึกษา ฯลฯ การบริการส่งมอบ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเพื่อเสริมกับสินค้าเพื่อให้การขายและใช้สินค้ามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เช่น บริการติดตั้งซ่อมแซมเครื่องจักร หลังการขาย หรือการให้คำแนะนำในการใช้งาน ฯลฯ บริการ และสินค้า ลักษณะของ ผลิตภัณฑ์บริการจะมีความแตกต่าง จากผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 5 ประการดังนี้

1. บริการไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นได้ จับต้องได้ หรือรู้สึกได้ก่อนซื้อ ในขณะที่ผู้บริโภคสามารถมองเห็น จับต้อง หรือพิจารณาสินค้าได้ ก่อนซื้อ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคมีข้อมูลในการตัดสินใจได้ง่าย

2. บริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) การบริการเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบการผลิตที่เกิดขึ้นมาพร้อมๆ กับการบริโภคเนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องบุคคลและเวลาซึ่งทำให้สามารถให้บริการได้เพียงครั้งละหนึ่งราย ในขณะที่สินค้าสามารถผลิตได้จำนวนมาก สามารถแบ่งแยกออกเป็นหน่วยย่อยและขายให้ผู้บริโภคได้พร้อมกันหลาย ราย

3. บริการมีความไม่แน่นอน (Variability) ในขณะที่การผลิตสินค้าอาศัยปัจจัยสำคัญคือวัตถุดิบและเครื่องจักรที่ทำให้การควบคุมคุณภาพของสินค้าทำได้ง่ายกว่า แต่การบริการหลายๆ คนอาจเคยพบเหตุการณ์ที่ว่า เข้าไปรับประทานอาหารในร้านเดียวกัน แต่ต่างเวลากันก็อาจไม่ได้รับประทานอาหารที่รสชาติเหมือนกันได้ หรือการตัดผมกับช่างคนเดียวกัน ก็อาจตัดผมไม่เหมือนกันในแต่ละครั้ง จากสถานการณ์ดังกล่าว สรุปได้ว่าคุณภาพของการบริการขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ซึ่งส่วนใหญ่ต้องอาศัยความพร้อมของพนักงานทั้งด้านจิตใจ และร่างกาย ต้องพร้อม หากไม่พร้อมอาจส่งผลถึงคุณภาพบริการไปด้วย

4. บริการจัดทำมาตรฐานได้ยาก (Heterogeneous) เนื่องจากปัจจัยหลัก ในการให้บริการคือคน การสร้างมาตรฐาน โดยอาศัยการจัดการคนให้มีมาตรฐานเดียวกัน เป็นเรื่องยากในขณะที่การผลิตสินค้าสามารถจัดทำมาตรฐานได้ชัดเจนทั้งรูปแบบ คุณภาพ และ ปริมาณ

5. บริการไม่สามารถเก็บได้ (Perish ability) เนื่องจากการบริการผลิตได้ เพียงครั้งละหนึ่งหน่วย และจะเกิดได้ก็ต่อเมื่อเกิดการซื้อและรับบริการ ในขณะเดียวกัน แต่

ปัญหา ของธุรกิจบริการคงไม่เกิดขึ้นหากความต้องการซื้อกับความต้องการขายมีปริมาณที่ตรงกัน ในขณะที่ธุรกิจสินค้าผู้ผลิตสามารถทำการตลาดคาดคะเนล่วงหน้าและทำการผลิตเก็บไว้เพื่อรองรับปริมาณความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงได้ แต่การบริการไม่สามารถทำได้

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 : 18–19) การบริการในยุคปัจจุบัน การบริการ หมายถึง “กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความ พึงพอใจได้” จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สามารถพิจารณาความหมายสำคัญของคำต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบ (delivery activity) หมายถึง การดำเนินการ หรือการกระทำ (performance) ใดๆ ของธุรกิจให้บริการอันเป็นผลให้ผู้รับบริการ (ลูกค้า) ได้รับการตอบสนองตรงตามความต้องการ เช่น การที่ลูกค้ามาร้านซ่อมนาฬิกา สิ่งที่ถูกค้าต้องการคือการที่นาฬิกาอยู่ในสภาพใช้งานได้ ดังนั้นกิจกรรมของกระบวนการส่งมอบก็จะต้องแก้ไขนาฬิกาตามความต้องการของลูกค้า

2. สินค้าที่ไม่มีตัวตน (intangible good) หมายถึง “การบริการ” ซึ่งเกิดจากกิจกรรมของกระบวนการส่งมอบ ซึ่งได้แก่ คำปรึกษา การรับประกัน การให้บริการความบันเทิง การให้บริการทางการเงิน เป็นต้น

3. ความต้องการของผู้รับบริการ (Customer need and want) หมายถึง ความจำเป็นและความปรารถนาของลูกค้าที่คาดหวังว่าจะได้จากการบริการนั้นๆ เช่น ต้องการได้รับประทานอาหารค่ำที่มีอาหารอร่อย บรรยากาศดี พร้อมด้วยดนตรีขับกล่อมเบาๆ

4. ความพึงพอใจ (Customer satisfaction) หมายถึง การที่ลูกค้าได้รับการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการ ดังนั้น ในธุรกิจทั่วไป เช่นในภัตตาคาร ลูกค้าจะได้รับสินค้า 2 ประเภทดังนี้

4.1 สินค้าที่มีตัวตน ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม ผ้าเย็บ ฯลฯ

4.2 สินค้าที่ไม่มีตัวตน ได้แก่ การต้อนรับ การรับคำสั่งอาหาร รอยยิ้ม มิตรไมตรี ซึ่งสินค้าที่ไม่มีตัวตนเหล่านี้คือ “การบริการ”

ธุรกิจสามารถให้บริการ โดยผ่านเครื่องมือหรือวิธีต่างๆ ได้แก่

1. การให้บริการด้วยคนหรือพนักงาน เป็นวิธีการให้บริการที่มีความสำคัญมากกว่าการให้บริการด้วยวิธีอื่นๆ เนื่องจากการให้บริการแบบนี้สามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสม กับความต้องการของลูกค้าในแต่ละรายได้ รวมทั้งเป็นการให้บริการอย่างใกล้ชิด (Personal touch) ซึ่งหากธุรกิจใดมีการบริการอย่างเป็นเลิศแล้ว ธุรกิจนั้นย่อมถือว่ามียุทธศาสตร์อันมีค่ายิ่งสำหรับการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดของการให้บริการด้วยวิธีนี้ ได้แก่ การที่พนักงานเป็นคน จึงมีความรู้สึก และมีอารมณ์ที่แตกต่างกัน แม้ในคนคนเดียวก็มียุทธศาสตร์และความรู้สึกแตกต่างกันในช่วงเวลาที่ต่างกัน นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารคน ตั้งแต่ค่าใช้จ่ายเพื่อการฝึกอบรม เงินเดือน และสวัสดิการจึงสูงมาก

2. การให้บริการด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นบริการที่เห็นโดยทั่วไป ได้แก่ การให้บริการนวดด้วยเครื่องนวด การให้บริการทางการเงินผ่านเครื่อง (ATM) เครื่องฝากเงินอัตโนมัติเครื่องแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอัตโนมัติ การขายสินค้าผ่านตู้ขายของอัตโนมัติ การชั่งน้ำหนักด้วยเครื่องอัตโนมัติ หมออุททางโทรศัพท์ เป็นต้น จะเห็นว่าบริการให้บริการด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ มีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับ เนื่องจากมีต้นทุนการให้บริการที่ต่ำกว่า การให้บริการแบบคน และการส่งมอบบริการในแต่ละครั้งได้มาตรฐานตามที่ได้กำหนดไว้ แต่การให้บริการแบบนี้ ไม่สามารถปรับรูปแบบการให้บริการตามความต้องการของลูกค้าในแต่ละรายที่แตกต่างกันได้ รวมทั้งไม่สามารถตอบคำถาม หรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้ลูกค้าได้ทั้งหมด ดังนั้นจะพบได้ว่าการให้บริการด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ มักจะต้องมีบริการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ที่ต้องคอยตอบคำถามต่างๆ ให้ลูกค้าในระหว่างการใช้งานด้วย

สรุปได้ว่า การพัฒนาคุณภาพบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจของลูกค้า หรือ ผู้มาใช้บริการ และหาทางเพิ่มพูนความพึงพอใจให้สู่ระดับประทับใจแก่ลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการสูงสุด ผู้ศึกษาจึงได้นำประเด็นที่เกี่ยวกับคุณภาพของการบริการมาเป็นแนวทางในการตั้งคำถามการศึกษาในเครื่องมือด้านความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงาน ทำอย่างไรถึงจะให้การบริการ ผู้มาใช้บริการพึงพอใจ และได้รับการบริการที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพมากที่สุด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ

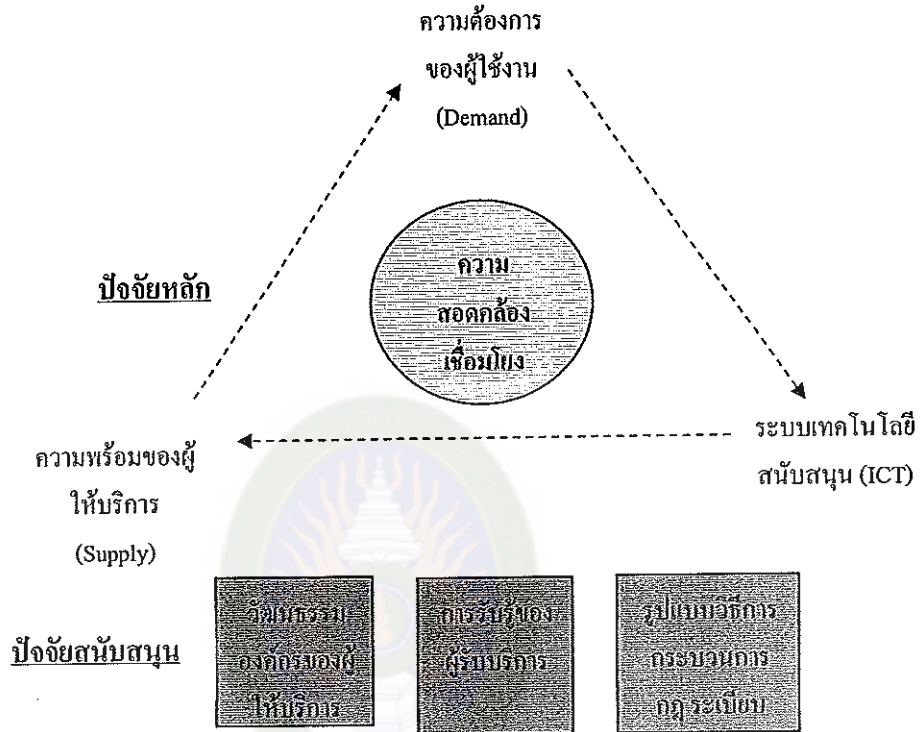
ความพึงพอใจเป็นการศึกษาเกี่ยวกับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบต่อการบริการ และความพึงพอใจจะส่งผลต่อขวัญกำลังใจในการ

ปฏิบัติงาน อย่างไรก็ตาม องค์กรที่ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลก็ไม่มีวันสิ้นสุด สามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล จึงมีโอกาที่จะไม่พึงพอใจในสิ่งที่เคยพึงพอใจมาแล้ว ฉะนั้นผู้บริหารจำเป็นจะต้องสำรวจตรวจสอบความพึงพอใจในการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรตลอดไป และความพึงพอใจของผู้ที่ได้รับบริการหรือลูกค้าจำเป็นอย่างยั้งที่ผู้ให้บริการจะต้องทราบความต้องการขั้นต่าง ๆ ของผู้ให้บริการ เพื่อที่จะหากลยุทธ์หรือวิธีต่างๆ ที่จะตอบสนองความต้องการ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในบริการของตน ซึ่งการบริการให้แก่ผู้มาใช้บริการจะต้องคำนึงถึงหลักสำคัญ ทั้งนี้เพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายขององค์กรหรือหน่วยงานที่ตั้งไว้ ดังจะนำเสนอรายละเอียดไว้ในหัวข้อใหญ่ตามลำดับ ดังนี้

1. ความพร้อมในการให้บริการ

สภาพที่มีทุกสิ่งทุกอย่างครบครันที่จะไปปฏิบัติหน้าที่ได้ ความสามารถตกลงใจ ความปรารถนา และความสามารถที่จะเข้าร่วมกิจกรรม ความพร้อมเกิดจากลักษณะทางวุฒิภาวะ ประสบการณ์ และอารมณ์ ความพร้อมจึงเป็นการพัฒนาคนให้มีความสามารถในการทำกิจกรรมนั้น ๆ ทั้งร่างกายและจิตใจที่พร้อมจะตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทางด้านร่างกายและจิตใจ (สมพงษ์ เทียงธรรม, 2536 : 10) ซึ่งครอบคลุมถึงความพร้อมในเชิงเนื้อหา (Content) ที่จะนำมาสู่การให้บริการ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ความพร้อมด้านกฎ ระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งควรจัดให้มีการประเมินบริการที่มีความพร้อมและเหมาะสมต่อการนำมาสู่การบริการอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งประเมินถึงความจำเป็นในการปรับปรุงวิธี ขั้นตอนการปฏิบัติงาน แบบฟอร์ม รวมทั้งกฎ ระเบียบต่างๆ ประกอบการให้บริการ เพื่อให้มั่นใจว่าบริการของสำนักงานนั้น เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้มาใช้บริการ รวมทั้งกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ที่เป็นผู้ใช้บริการ ดังนั้น จึงควรจัดให้มีการศึกษาถึงความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้งานเพื่อให้ทราบถึงเนื้อหา วิธีการ ขั้นตอนการให้บริการ ตลอดจนรูปแบบการอำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้บริการได้มากที่สุด

นอกจากนั้นความพร้อมด้านบุคลากร เป็นความพร้อมในเชิงวัฒนธรรมองค์กรที่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงและมีพฤติกรรมในเชิงรุกต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาเพิ่มประสิทธิภาพและบูรณาการบริการข้ามหน่วยงาน โดยมีกระบวนการที่ง่ายต่อผู้ใช้ ลดความซ้ำซ้อน และอำนวยความสะดวกในการให้บริการ ดังจะแสดงขั้นตอนของการให้บริการผู้มาใช้บริการ ดังในภาพประกอบที่ 4 ดังนี้



แผนภาพที่ 4 ขั้นตอนการให้บริการ

ที่มา : คัดแปลงจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวง
 คมนาคมและศูนย์บริการ วิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กระทรวงคมนาคม
 (2550 : เว็บไซต์)

ดังจะเห็นได้ว่า ความพร้อมเป็นขั้นหนึ่งของลำดับการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติหน้าที่ทุกอย่าง เพื่อจะดึงดูดค่าหรือผู้ใช้บริการเกิดสนใจในการบริการขององค์กร มีความพึงพอใจในการความพร้อมต่อการบริการ จึงเกิดความปรารถนาและความต้องการที่จะเข้าร่วมกิจกรรม นั้น ๆ อย่างเต็มที่ ความพร้อมเกิดจากลักษณะทางพฤติกรรม ประสิทธิภาพและ อารมณ์ ความพร้อมจึงเป็นการพัฒนาคนให้มีความสามารถทำกิจกรรมนั้น ๆ ทั้งร่างกายและ จิตใจที่พร้อมจะตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทางด้านร่างกาย และจิตใจ ที่จะส่งผลถึงการปฏิบัติ หน้าที่อันพึงมีต่อองค์กรอย่างเต็มความสามารถ ในการนี้ ผู้ศึกษาจึงได้นำประเด็นด้านความ

พร้อมของการให้บริการมาพิจารณาและให้ความสำคัญในการนำมาตั้งเป็นคำถามในการศึกษาถึงความพร้อมของการบริการ ที่สามารถสะท้อนถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการ และนำมาแก้ไข ปรับปรุงพัฒนาการบริการของสำนักงาน ได้มากที่สุด

2 ความมีคุณค่าของการบริการ

จากแนวคิดทางการตลาดได้เน้นความสำคัญไปยังความสำคัญที่มีให้แก่ลูกค้ามากขึ้น โดยยึดหลักการทำการตลาดแบบวางลูกค้าไว้เป็นศูนย์กลางของการตัดสินใจ (Outside-in) คือ การเน้นหาความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก และตอบสนองความต้องการนั้น ดังนั้นในธุรกิจบริการจึงมีเป้าหมายของการบริการที่เป็นเลิศโดยให้ความสำคัญกับคุณค่าของสัมพันธ์ภาพมากกว่าค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เพื่อหวังกำไรจากลูกค้าได้ในระยะยาว โดยการใช้การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management = CRM) ด้วยการสร้างความเข้าใจในลูกค้าว่าลูกค้ามีความต้องการ อะไร เพราะในปัจจุบันนี้ลูกค้าไม่ได้ซื้อสินค้าหรือบริการอย่างเดี๋ยวน แต่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการนั้น ซึ่งสามารถแบ่งประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการเพิ่มเติมเพื่อสร้างคุณค่าให้ลูกค้า ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้ (วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ, 2552 : 123-124)

2.1 คุณค่าของการบริการในรูปแบบของผลประโยชน์ (Customer Service and the Form Benefit) โดยทั่วไปผู้ผลิตสินค้าที่จำหน่ายสู่ท้องตลาดจะคำนึงถึงความสะดวกต่อผู้ใช้ บริการเป็นสำคัญ แต่ในปัจจุบันการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีสูง สลับซับซ้อน ยุ่งยากต่อผู้ใช้ เช่น คอมพิวเตอร์หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ ก็เป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบและผลประโยชน์ของลูกค้าที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกได้ในชีวิตประจำวัน ในกรณีที่ลูกค้าได้ซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดนั้นแล้ว แนนอนที่สุดอย่างน้อยลูกค้าต้องมีคำถาม มีปัญหา มีข้อสงสัย หรือขาดความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการใช้งานของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพราะลูกค้าที่ซื้อสินค้าไปแล้วรู้สึกไม่พึงพอใจหรือบริการ ไม่เป็นอย่างที่คาดหวังไว้

2.2 คุณค่าของการบริการในด้านประโยชน์ของสถานที่ (Customer Service and the Place Benefit) ในกรณีที่มีการจำหน่ายสินค้าไปยังลูกค้าแล้ว เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ต่อไปลูกค้าย่อมมีความต้องการให้มีการบริการหลังการขาย เช่น ให้คำปรึกษาในการใช้สินค้า การเปลี่ยนคืนสินค้า การคืนสินค้า การซ่อมแซมสินค้า เป็นต้น ดังนั้นบริษัทควรคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าในเรื่องของสถานที่โดยทั่ว ๆ ไปแล้ว ถ้าลูกค้าไม่มีความต้องการหรือความจำเป็น ก็ไม่ยากไปติดต่อกับผู้อื่นอยู่แล้ว แต่ลูกค้าที่มาติดต่อเองจะมี

สาเหตุคือ มารับบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง มีปัญหาให้ช่วยแก้ไข เพื่อขอรับทราบข้อมูลบางประการ หรือเพื่อติดต่อธุรกิจของคนกับผู้ใช้บริการก็อาจเป็นได้

จะเห็นได้ว่าสถานที่ที่ให้ความสะดวกในการให้บริการลูกค้า บริษัทต้องให้ความสำคัญ เพราะจะเป็นสถานที่ที่ติดต่อกันระหว่างลูกค้ากับบริษัทเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ และสร้างภาพพจน์ได้ ถ้าให้การบริการที่ดี ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ อาจจะมีผลต่อการสั่งซื้อสินค้า การซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำ หรือซื้อสินค้าชนิดอื่นเพิ่ม (Cross Sale) หรือมีการซื้อปริมาณที่เพิ่มขึ้นหรือมีการซื้อสินค้าที่มีมูลค่าที่แพงมากขึ้น (Up Sale) รวมทั้งลูกค้าจะเป็นประชาสัมพันธ์ให้กับบริษัทด้วยวิธีการบอกต่อๆ กันไปของลูกค้า ในภาษาอังกฤษเรียกว่าการสื่อสารแบบ (Word-of-Mouth) แต่ถ้าผู้ใช้บริการ ประพฤติให้เป็นที่ไม่พอใจลูกค้าก็จะบอกต่อไปในทางที่ไม่ดีแก่คนอื่น ๆ ต่อไป และสิ่งที่สำคัญการบอกต่อจะไม่สามารถหยุดยั้งได้ ซึ่งทำให้ข้อมูลสามารถแพร่กระจายได้ในวงกว้าง

ดังนั้นสถานที่ให้บริการต้องใกล้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากที่สุด เพื่อการบริการที่รวดเร็วที่สุด สะดวกที่สุด มีขั้นตอนให้บริการง่ายที่สุด สิ่งทีกล่าวมานี้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าซึ่งอาจทำได้ในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่

1. การกระจายศูนย์บริการ ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีความต้องการ (Service Center)
2. มีหน่วยงานสำหรับบริการแผนกช่าง (Service)
3. มีศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ (Call Center)
4. มีแผนกบริการลูกค้า (Customer Service)

2.3 คุณค่าของการบริการในด้านผลประโยชน์ทางด้านเวลา (Customer Service and the Time Benefit) การบริการจะเริ่มต้นเมื่อลูกค้ามีความต้องการ โดยผู้ใช้บริการจะต้องตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว และมีคุณภาพ คือ ผู้ให้บริการต้องมีความพร้อมให้บริการแก่ลูกค้าเสมอ การปฏิบัติงานอย่างรวดเร็วด้วยความเต็มใจ เช่น ถ้าลูกค้ามีปัญหา ไม่ควรให้ลูกค้ารอนาน ไม่ควรปิดหน้าที่ความรับผิดชอบให้กับบุคคลอื่น ไม่ควรหัวเราะ หรือหยอกล้อกับคนที่อยู่ใกล้ในขณะที่แก้ปัญหาให้กับลูกค้า ไม่ควรพูดจาด้วยอารมณ์รุนแรง ไม่ควรใช้ศัพท์วิชาการกับคนทั่วไป แต่ถ้าในกรณีที่เป็นจริง ๆ หรือไม่สามารถปฏิบัติให้กับลูกค้าได้ การปฏิเสธต้องนุ่มนวล และมีเหตุผลอย่างเพียงพอ

2.4 คุณค่าของการบริการในด้านประโยชน์การคุ้มครอง (Customer Service and the Possession Benefit) การที่ลูกค้ายินยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าในราคาสูง บริษัทควรมี

นโยบายการให้บริการแก่ลูกค้า เช่น ยินดีที่ให้ทดลองสินค้าก่อน ยินดีคืนเงินถ้าไม่พอใจ ยินดีรับเปลี่ยนคืนสินค้าถ้าไม่พอใจ หรือมีบริการผ่อนชำระเป็นงวด ๆ สิ่งเหล่านี้คือ การให้สิทธิผลประโยชน์การคุ้มครองแก่ลูกค้า การให้บริการเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างคุณค่าให้กับองค์กร เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและลูกค้า

จากแนวคิดข้างต้น กล่าวได้ว่า ปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการบริการในมุมมองของผู้มารับบริการในปัจจุบัน คือ ความมีคุณค่าของการบริการ ทั้งคุณค่าด้านผลประโยชน์ คุณค่าด้านด้านสถานที่ คุณค่าด้านเวลา และคุณค่าด้านการคุ้มครองสิทธิประโยชน์ ให้แก่ผู้มารับบริการ เพื่อเป็นการหยิบยื่นและส่งมอบความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศแก่ผู้มารับบริการ เพื่อสร้างผลลัพธ์จากการส่งมอบบริการที่ดีให้ผู้มารับบริการให้ได้รับความพึงพอใจ และก่อให้เกิดความสัมพันธ์ภาพที่ดีแก่ผู้มารับบริการ รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้กลับมาใช้บริการกันอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการสร้างฐานให้มีความสัมพันธ์ในระยะยาว และก่อให้เกิดความจงรักภักดีกับสินค้าหรือบริการขององค์กรตลอดไป ผู้ศึกษา จึงได้นำเอาประเด็นความมีคุณค่าของการบริการ มาเป็นหลักในการตั้งข้อคำถามในการสร้างเครื่องมือในการศึกษาครั้งนี้ และยังสังเกตเห็นคุณค่าของการให้บริการที่ดี ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จอย่างภาคภูมิใจต่อการทำงานนั้น ๆ ได้

3 ความสนใจเอาใจใส่ต่อการบริการอย่างจริงจัง และจริงใจ

ในการต้อนรับผู้ที่มาใช้บริการที่ถูกหลักการ วิธีการที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของผู้มาติดต่อแต่ละคน ซึ่งมีความต้องการไม่เหมือนกัน แม้จะเป็นคนเดียวกันแต่ต่างเวลาและสถานที่ที่อาจมีความต้องการไม่เหมือนกัน การต้อนรับที่ผู้มาติดต่อผู้หนึ่งพอใจอาจไม่เป็นที่พอใจของผู้มาติดต่ออีกผู้หนึ่ง และการต้อนรับที่ผู้มาติดต่อผู้หนึ่งเคยพอใจอาจไม่เป็นที่พอใจของผู้มาติดต่อคนเดิมแต่ในอีกเวลาหรืออีกสถานที่หนึ่งก็เป็นได้ การต้อนรับจึงควรมีลักษณะที่ยืดหยุ่นและปรับตัวได้โดยไม่ยึดรูปแบบตายตัว จึงควรมีหลักปฏิบัติในการให้บริการกับผู้มาใช้บริการ ดังนี้ (ศิริพร วิษณุหิมาชัย, 2550 : เว็บบอร์ด)

- 3.1 สร้างความเป็นมิตรรอบอุ้นใจ เช่น การทักทายด้วยรอยยิ้ม
- 3.2 ให้ความสะดวกสบาย เช่น จัดสถานที่ให้เย็นร่ม อุ่นภูมิพอดีแล้ว ที่นั่งพักรอควรจัดเป็นสัดส่วนตามความเหมาะสมแก่ลักษณะกิจการและผู้มาติดต่อ
- 3.3 ให้ข้อมูลข่าวสารกับผู้มาติดต่อ หรือซักถามเกี่ยวกับเรื่องที่ติดต่อ เพื่อแสดงความสนใจและเอาใจใส่ต่อผู้มาติดต่อ และตอบข้อสงสัยอย่างเหมาะสมถูกต้อง

3.4 ปฏิบัติงานตามคำขอร้องอันควร คำขอร้องในบางเรื่องที่ไม่เป็นการเรียกร้อง ต้องการมากจนเกินไป เช่น ขอให้จ่ายเป็นธนบัตร ใบละร้อยบาทแทนใบละพันบาท เป็นต้น

3.5 ให้ความช่วยเหลือตามควร เมื่อผู้มาติดต่อต้องการความช่วยเหลือเล็กน้อย ๆ ที่ถูกต้องเหมาะสมพอจะช่วยเหลือได้ต้องไม่รีรอ

3.6 ให้ความกระฉ่งแจ่มแก่ผู้มาติดต่อเมื่อมีปัญหา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการให้บริการหรือไม่ก็ตาม

3.7 สร้างความนิยมในการให้บริการ ผู้ให้การต้อนรับทุกคนจะต้องรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน หรือการบริการของหน่วยงาน เพื่อมิให้เสื่อมความนิยมจะต้องชี้ถึงคุณภาพและจุดเด่นของการบริการด้วย

สรุปได้ว่า ความสนใจเอาใจใส่ต่อการบริการอย่างจริงจัง และจริงใจ เป็นการอำนวยความสะดวก การช่วยเหลือ การสนับสนุนให้ผู้มาใช้บริการได้รับความพึงพอใจสูงสุด และให้การบริการด้วยความกระตือรือร้น ยิ้มแย้มแจ่มใส ด้วยการให้การต้อนรับด้วยความเอาใจใส่ต่อผู้ที่มาใช้บริการอย่างจริงใจ ซึ่งผู้ศึกษาสนใจที่จะนำเอาประเด็นนี้มาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับงานที่ปฏิบัติ โดยมุ่งเน้นถึงความกระตือรือร้นต่อการให้บริการอย่างจริงใจต่อผู้อื่น รวมทั้งการยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับด้วยไมตรี ต้องการให้ที่มาใช้บริการในสำนักงาน ฯ ได้รับความสะดวกอย่างเต็มที่ และส่งผลถึงประสบความสำเร็จในสิ่งที่ต้องการ

4 ความมีไมตรีจิตในการบริการ

เป็นความคาดหวังโดยทั่วไปของผู้รับบริการ ได้แก่ การต้อนรับที่อบอุ่น ให้ความสนใจและความเอาใจใส่ พุดสุภาพไพเราะ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่ามีคุณค่า เป็นผลให้เขาเกิดความพอใจ แต่การที่จะทำให้เกิดความประทับใจได้นั้นต้องทำให้ถึงขั้นที่ผู้รับบริการเกิดความปิติยินดี นั่นคือ ต้องให้บริการที่บรรลุความคาดหวังและเหนือความคาดหวังขึ้นไปอีก (To Meet and Exceed Customer's Expectation) การปฏิบัติตนของผู้ให้บริการด้วยไมตรีต่อผู้รับบริการ และความประทับใจจากการต้อนรับย่อมจะเป็นผลให้กลับมาใช้บริการของอีกครั้ง แล้วองค์กรธุรกิจก็ย่อมจะประสบความสำเร็จ สามารถเติมไมตรีเข้าไปในทุกงานที่ทำ เริ่มตั้งแต่การรักการมีไมตรีต่อผู้รับบริการ กล่าวง่าย ๆ ก็คือว่า “ต้องเอาใจเขามาใส่ใจเรา” และให้บริการตรงตามความต้องการ

ในทุกครั้งที่มาทำงานควรทิ้งปัญหาและเรื่องราวส่วนตัวไว้ภายนอก แล้วมุ่งทำงานที่รับผิดชอบให้ดีที่สุด พร้อมทั้งจะช่วยเหลือสิ่งเล็กน้อย ๆ นอกเหนือจากงานของ

ตนเองเพื่อแสดงว่าเป็นคนที่มีความเอาใจใส่ผู้รับบริการของอย่างตั้งใจ สามารถแสดงไมตรีต่อเพื่อนร่วมงานของได้เช่นกัน ความมีอริยาศยไมตรีเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ง่าย บรรยากาศแห่งความเป็นมิตรอาจเกิดขึ้นได้เพียงรอยยิ้มที่เริ่มจากตัวเราเองก่อน

ความมีอริยาศยไมตรี เป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการให้บริการ เพราะความมีอริยาศยไมตรีจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกอบอุ่นและประทับใจ ผู้รับบริการทุกคนที่มาใช้บริการต่างก็ต้องการให้แสดงถึงการต้อนรับ ดังต่อไปนี้ (สมิต สัชฌกร. 2548 : 25)

4.1 บริการที่มีไมตรีจิต เป็นการให้บริการที่ดีบวกกับอะไรอีกเล็ก ๆ น้อย ๆ องค์กรประกอบอื่น ๆ ก็มีความสำคัญเช่นกัน แต่บริการที่มีอริยาศยไมตรีจิตจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกอบอุ่น และประทับใจที่ได้รับการต้อนรับอย่างมีอริยาศย

4.2 ยิ้ม เป็นสิ่งจำเป็นอันดับแรกในการทักทายบุคคล เพราะจะทำให้ผู้ที่มาใช้บริการรู้สึกอบอุ่นใจ และในคำพูดที่ได้กล่าวทักทาย สามารถใช้น้ำเสียงและท่วงทำนองที่เป็นธรรมชาติให้ผู้รับบริการรู้สึกพอใจที่มาใช้บริการ

4.3 คำพูดที่วิเศษ คือ คำพูดเหล่านี้ “ขอบคุณค่ะ” “ดิฉันเสียใจ” “ขอโทษค่ะ” “มีอะไรให้ดิฉันช่วยไหมค่ะ” ชื่อของผู้รับบริการเป็นคำวิเศษเช่นกันเมื่อคุณใช้

4.4 ให้ความช่วยเหลือและแสดงไมตรีจิต ที่จะทำให้ผู้ใช้บริการอบอุ่นใจ หมายความว่า ผู้ให้บริการจะต้องเรียนรู้ปฏิกิริยาของผู้อื่น ตัวอย่างเช่น ถ้าเราว่าผู้รับบริการเป็นคนแปลกหน้า เราจะต้องเอาใจใส่เขาเป็นพิเศษต่อความต้องการช่วยเหลือในเรื่องงานที่มาติดต่อ สถานที่และคำแนะนำอื่น ๆ เป็นต้น

4.5 ถ้าหากผู้ให้บริการ “ยิ้ม” ลงไปในน้ำเสียง หมายความว่า การพูดด้วยน้ำเสียงที่มีไมตรีจิตและพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ อย่างไรก็ตาม ควรหลีกเลี่ยงที่จะให้สัญญา ถ้าไม่แน่ใจว่าจะทำได้ตามที่ได้กล่าวไว้

4.6 พนักงานทุกคนสามารถแสดงความมีอริยาศย ในการทำงานของตนเองให้ดีที่สุดไม่ว่าพนักงานผู้นั้นจะต้องติดต่อกับผู้รับบริการโดยตรงหรือไม่

4.7 ผู้ที่มีหน้าที่ให้บริการ ควรที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการ แม้ว่าตนเองสามารถช่วยได้เพียงเล็กน้อยในปัญหานั้นแต่ก็อาจขอให้คนอื่นช่วยแทนได้ แต่อย่างไรก็ตาม อย่าพยายามปิดความคิดให้พินตนเอง ควรจะยอมรับอย่างอ่อนน้อมและดำเนินการบางอย่างเพื่อแก้ไขความผิดพลาดนั้น

4.8 ผู้ที่มีหน้าที่ให้บริการ ควรจะต้องมีอริยาศยไมตรีต่อเพื่อนร่วมงานด้วย ทุกคนจะทำงานร่วมกันได้ดีกว่า ถ้าทุกคนมีไมตรีจิตต่อกัน ผู้รับบริการจะสังเกตเห็นได้ชัดว่า

บรรยากาศในการทำงาน โดยส่วนรวมมีบรรยากาศไมตรีต่อกัน ไม่ใช่เฉพาะที่เห็นได้จากคนใดคนหนึ่ง

4.9 ผู้รับบริการมีเหตุผลหลายอย่างที่มาทำการติดต่อกับองค์กร แต่สิ่งหนึ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังเสมอว่าจะได้รับการต้อนรับอย่างอบอุ่น และมีไมตรีจิตจากพนักงาน ถ้าผู้ให้บริการให้การต้อนรับเช่นนั้น ผู้รับบริการก็จะมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรด้วย โดยส่วนรวมและเกิดความไว้วางใจตามมาด้วยความพอใจในที่สุด

จากการศึกษาความมีไมตรีจิตในการบริการสรุปได้ว่า ความมีไมตรีจิตที่ดีเกิดจากความรู้สึกรัก ความเต็มใจและความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ เป็นความรู้สึกภายในของบุคคลที่เป็นผู้ให้บริการ ที่ทำหน้าที่อย่างดีที่สุด แล้วจะสะท้อนออกมาสู่สภาพที่ปรากฏในใบหน้า และกิริยาท่าทางที่เป็นมิตรของผู้ให้บริการคือ การยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายด้วยไมตรีจิต แสดงความกระตือรือร้นและเป็นมิตร เป็นขั้นสำคัญที่จะนำไปสู่ผลความสำเร็จขององค์กร ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้นำเอาประเด็นดังกล่าวมาพัฒนาองค์กรด้านการให้บริการที่มีไมตรี เป็นการเสริมสร้างบริการที่ดีแก่ผู้ที่เข้ามาติดต่อกับสำนักงาน ฯ และเพื่อเป็นการวัดคุณภาพการบริการ โดยจะนำไปสร้างเป็นแบบสอบถามด้านความมีไมตรีจิตในการบริการ ของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการแก่ผู้มารับบริการที่ได้มากน้อยเพียงใด

5 ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงาน

ประสิทธิภาพการทำงานถือเป็นหัวใจสำคัญของการแข่งขันทางธุรกิจที่ทุกหน่วยงานต้องพยายามดำเนินงานให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร โดยเฉพาะในการปฏิบัติงานของคน ที่ถือเป็นกุญแจสำคัญในความสำเร็จขององค์กร ซึ่งประสิทธิภาพของการดำเนินงาน มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้ (ศิริพร วิษณุหมิมาชัย, 2550 : เว็บไซค์)

5.1 มีจิตใจรักในงานด้านบริการ (Service Mind) ผู้ให้บริการต้องมีความสมัครใจทุ่มเททั้งร่างกายและแรงใจ มีความเสียสละ ผู้ที่จะปฏิบัติหน้าที่ได้ต้องมีใจรักและชอบในงานบริการ ดังคำว่า “จิตใจรักในงานด้านบริการ” มีความหมาย ดังนี้

- | | |
|--|----------------------|
| 5.1.1 ต้องมีรอยยิ้ม | (Smile = S) |
| 5.1.2 ความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า | (Enthusiasm = E) |
| 5.1.3 มีความรับผิดชอบในหน้าที่ที่มีต่อลูกค้า | (Responsiveness = R) |
| 5.1.4 ให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณค่า | (Value = V) |
| 5.1.5 ให้บริการอย่างประทับใจ | (Impression = I) |
| 5.1.6 บริการลูกค้าอย่างสุภาพอ่อนโยน | (Courtesy = C) |

5.1.7 ความอดทนการเก็บอารมณ์	(Endurance = E)
5.1.8 มีความเชื่อ	(Make Believe = M)
5.1.9 การขอมรับ	(Insist = I)
5.1.10 การให้ความสำคัญ	(Necessitate = N)
5.1.11 การอุทิศตน	(Devote = D)

5.2 มีความรู้ในงานที่ให้บริการ (Knowledge) ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ในงานที่ตนรับผิดชอบ ที่สามารถตอบข้อซักถามจากผู้รับบริการได้อย่างถูกต้องและแม่นยำในเรื่องของสินค้าที่นำเสนอ ประวัติองค์กร ระเบียบ นโยบายและวิธีการต่าง ๆ ในองค์กร เพื่อมิให้เกิดความผิดพลาดเสียหาย และต้องชวนขวนขวายหาความรู้จากเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

5.3 ความช่างสังเกต (Observe) ผู้ทำงานบริการจะต้องมีลักษณะเฉพาะตัวเป็นคนมีความช่างสังเกต เพราะหากมีการรับรู้ว่าการบริการอย่างไรจึงจะเป็นที่พอใจของผู้รับบริการก็จะพยายามนำมาคิดสร้างสรรค์ให้เกิดบริการที่ดียิ่งขึ้น เกิดความพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้มากยิ่งขึ้น

5.4 มีความกระตือรือร้น (Enthusiasm) พฤติกรรมความกระตือรือร้นจะแสดงถึงความมีจิตใจในการต้อนรับ ให้ช่วยเหลือแสดงความห่วงใย จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในการช่วยเหลือผู้รับบริการ

5.5 มีกิริยาจาสุภาพ (Manner) กิริยาจาเป็นสิ่งที่แสดงออกจากความคิดความรู้สึกและส่งผลให้เกิดบุคลิกภาพที่ดี ดังนั้นเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความสบายใจที่จะติดต่อขอรับบริการ

5.6 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creative) ผู้ให้บริการควรมีความคิดใหม่ ๆ ไม่ควรยึดติดกับประสบการณ์หรือบริการที่ทำอยู่ เคยปฏิบัติมาอย่างไรก็ทำไปอย่างนั้น ไม่มีการปรับเปลี่ยนวิธีการ ให้บริการจึงควรมีความคิดใหม่ ๆ ในการปฏิรูปรูปงานบริการได้ดี

5.7 ต้องสามารถควบคุมอารมณ์ได้ (Emotional Control) งานบริการเป็นงานที่ให้ความช่วยเหลือจากผู้อื่น ต้องพบปะผู้คนมากมายหลายชนชั้น มีการศึกษาที่ต่างกัน ดังนั้นกิริยามารยาทจากผู้รับบริการจะแตกต่างกัน เมื่อผู้รับบริการไม่ได้ตั้งใจ อาจจะถูกตำหนิ พูดยากก้าวร้าว กิริยามารยาทไม่ดี ซึ่งผู้ให้บริการต้องสามารถควบคุมสติอารมณ์ได้เป็นอย่างดี

5.8 มีสติในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น (Calmness) ผู้รับบริการส่วนใหญ่จะติดต่อขอความช่วยเหลือตามปกติ แต่บางกรณีลูกค้าที่มีปัญหาเร่งด่วน ผู้ให้บริการจะต้อง

สามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุและคิดหาวิธีในการแก้ไขปัญหาอย่างมีสติ อาจจะเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดจากหลายทางเลือกในการให้บริการแก่ลูกค้า

5.9 มีทัศนคติต่องานบริการดี (Attitude) การบริการเป็นการช่วยเหลือผู้ทำงานบริการเป็นผู้ให้ จึงต้องมีความคิดความรู้สึกต่องานบริการในทางที่ชอบ และเต็มใจที่จะให้บริการ ถ้าผู้ใดมีความคิดความรู้สึกไม่ชอบงานบริการ แม้จะพอใจในการรับบริการจากผู้อื่นก็ไม่อาจจะทำงานบริการให้เป็นผลดีได้ ถ้าบุคคลใดมีทัศนคติต่องานบริการดี ก็จะทำให้ความสำคัญต่องานบริการ และปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ เป็นผลให้งานบริการมีคุณค่าและนำไปสู่ความเป็นเลิศ

5.10 มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการ (Responsibility) ในด้านงานทางการตลาด และการขาย และงานบริการ การปลูกฝังทัศนคติให้เห็นความสำคัญของลูกค้าหรือผู้รับบริการด้วยการยกย่องว่า “ลูกค้าคือบุคคลที่สำคัญที่สุด” และ “ลูกค้าเป็นฝ่ายถูกเสมอ” ทั้งนี้ก็เพื่อให้ ผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าอย่างดีที่สุด

โดยสรุปจะเห็นได้ว่า ผู้รับบริการ องค์กรธุรกิจ และผู้ปฏิบัติงานต่างมีความต้องการ ซึ่งจะทำการประสานความต้องการเหล่านั้นเข้าด้วยกัน ผู้รับบริการต้องการเอาใจใส่ การให้คำปรึกษา ได้การบริการที่มีคุณภาพ บริการที่ดี การต้อนรับที่อบอุ่น ได้รับบริการที่สะดวกรวดเร็ว ตามเวลาที่เหมาะสม มีบริการหลังการขายที่ดี องค์กรธุรกิจต้องการชื่อเสียง เป็นผู้นำในด้านการจัดการธุรกิจ มีผลกำไรดีและมีความมั่นคง เจริญรุ่งเรืองสามารถขยายกิจการ มีพนักงานที่สามารถและมีคุณภาพ พนักงานต้องการค่าตอบแทน เงินเดือนที่ดีมีสวัสดิการ มีความมั่นคงในการทำงาน มีความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีบรรยากาศในการทำงานที่ดี ได้เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ เหล่านี้ย่อมส่งผลถึงประสิทธิภาพของการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำประเด็นด้านความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงาน มาสร้างเป็นเครื่องมือในการศึกษา เพื่อที่จะได้ทราบถึงคุณภาพและคุณค่าในงานบริการ ทุกฝ่ายจะต้องให้ความร่วมมือกันเพื่อทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ ให้ผู้รับบริการพึงพอใจมากที่สุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้กล่าวถึง ผลงานวิจัยที่หลายท่านได้ทำการศึกษาไว้เกี่ยวกับการให้บริการของหน่วยงานต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ศรัทธม มุลรัตน์ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของโรงพยาบาลนครในเครือวิศต้า จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการ

บริการโรงพยาบาลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยต่างๆ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านสถานที่และองค์ประกอบทางด้านกายภาพด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนด้านราคามีความพึงพอใจในระดับปานกลางกับราคาบัตรชมภาพยนตร์

มัทนา เล็กสมบูรณ์ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการขนส่งสินค้าในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า (1) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจใช้บริการขนส่งสินค้าในเขตอำเภอเมืองกาฬสินธุ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากมี 5 ด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ด้านคือ ด้านการบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ส่วนอีก 2 ด้าน มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเรียงตามลำดับคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และผู้บริการมีความพึงพอใจเป็นรายชื่ออยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในแต่ละด้านคือ ภาพพจน์และชื่อเสียงของบริษัทมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับ อัตราค่าขนส่งเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับความสะดวกในด้านสถานที่รับส่งสินค้า การโฆษณา ประชาสัมพันธ์หรือการเสนอข้อมูลข่าวสารตรงทุกเหมาะสมกับสินค้าที่ใช้นขนส่ง พนักงานมีความสุภาพในการให้บริการ พนักงานปฏิบัติหน้าที่ด้วยความชำนาญ มีความสามารถไม่ประมาท ความตรงต่อเวลาถึงที่หมายปลายทาง (2) ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งในเขตอำเภอเมืองกาฬสินธุ์ทุกด้านไม่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งในเขตอำเภอเมืองกาฬสินธุ์ แตกต่างกัน 5 ด้าน คือ ในด้านบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการให้บริการ ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจต่างกัน มีความแตกต่างกัน 2 ด้าน คือ ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ

เกรียงไกร นันทวัน (2546 : บทคัดย่อ) ความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อ การบริการของการไฟฟ้านครหลวง เขตคลองเตย ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวม และมีความพึงพอใจในแต่ละด้าน ได้แก่ คุณภาพของระบบไฟฟ้า คุณภาพของการให้บริการ และ การให้ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง มีความเสมอภาคในการให้บริการ ให้บริการทันเวลา ให้บริการอย่างเพียงพอ ให้บริการต่อเนื่อง และให้บริการอย่างก้าวหน้า ส่วนปัญหาและข้อเสนอแนะ ที่ต้องปรับปรุง คือ ปรับปรุงในด้านการให้บริการรับชำระเงินค่าไฟฟ้าหน้าเคาน์เตอร์ให้รวดเร็วขึ้น ปรับปรุงด้านการเอาใจใส่และต้อนรับของเจ้าหน้าที่ ปรับปรุงด้านการ

ผ่อนผันการตัดกระแสไฟฟ้า ปรับปรุงด้านความรวดเร็วในการแก้ไขอุปกรณ์หรือระบบไฟฟ้า ให้สามารถใช้งานได้ทันทีขณะแจ้ง และลดราคาค่าไฟฟ้าให้ถูกลง

สุภาณี จิรพาณิชย์กุล (2546: บทคัดย่อ) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อศูนย์บริการ ติดตั้งระบบไฟฟ้า ของการไฟฟ้านครหลวง ได้ผลของการวิจัยเมื่อเปรียบเทียบกับแนวความคิด และทฤษฎีในด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1) ด้านคุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจ มาก และ มีความพึงพอใจในเรื่องคุณภาพของผลงานมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการสร้าง ความพอใจ ต่อลูกค้าของเดวิด เอ การ์วิน (David A. Garvin, 1988) เกิดจากความคาดหวังของ ลูกค้า ในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการ (Quality of Product and Service) โดย คุณภาพ ของผลงานประกอบด้วยลักษณะสมบัติด้านคุณภาพ ต้นทุนและเวลาส่งมอบ และ สอดคล้องกับ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) เป็น การศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคว่าจะซื้อสินค้าและบริการอะไร ที่ไหน เมื่อไร อย่างไร และจากใครจึงจะเหมาะสมกับความคาดหวัง และความพึงพอใจของตนมากที่สุด 2) ความพึงพอใจของลูกค้าจะขึ้นอยู่กับความรู้ต่อการปฏิบัติของผลิตภัณฑ์(Product's Perceived Performance) ซึ่งถ้าการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์ไปตามที่ลูกค้าคาดหวัง (Expectation) ก็แสดงว่ามีความพึงพอใจ แต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง ก็แสดงว่าไม่พอใจซึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์

กานดา ชำรงวงศ์สวัสดิ์ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับการขึ้นทะเบียนและการใช้บัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้าของผู้มีบัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้า จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้มีบัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้ามีความรู้เรื่องการขึ้น ทะเบียนบัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้าอยู่ในระดับสูง โดยมีความรู้ในเรื่องการขึ้นทะเบียนให้ เด็กเกิดใหม่มากที่สุด มีความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์บัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้าอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีความรู้ในเรื่องสิทธิประโยชน์ในการคลอดบุตรมากที่สุด มีความรู้ในเรื่อง สิทธิประโยชน์การตรวจสุขภาพถ้วนหน้าไปใช้ในสถานพยาบาลที่ระบุประกันสุขภาพถ้วน หน้าเป็นแห่งแรกมากที่สุด ผู้มีบัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้ามีความคิดเห็นต่อโครงสร้าง หลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าเห็นด้วยในระดับสูง โดยเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องสามารถ เดินทางไปรับบริการที่สถานพยาบาลประจำตามที่ถูกระบุในบัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้าได้ อย่างสะดวก ผู้มีบัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้าที่มีความแตกต่างในเรื่อง เพศ อายุ และรายได้ มีความคิดเห็นต่อโครงการสร้างหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าไม่แตกต่างกัน แต่ผู้มีบัตร ประกันสุขภาพถ้วนหน้าประเภทมีอักษร ท นำหน้าเลขบัตรมีความคิดเห็นต่อโครงการสร้าง

หลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าน้อยกว่าผู้มีบัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้าที่ไม่มีอักษร ท นำหน้า เลขบัตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้ที่มีบัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้ามีอาชีพ เกษตรกรรม ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รับจ้าง แม่บ้าน มีความคิดเห็นโครงการสร้างหลักประกัน สุขภาพถ้วนหน้ามากกว่าผู้มีบัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้าที่มีอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญที่ ระดับ 0.05

อนเนก สุภรณาเศรษฐ์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ความพึงพอใจต่อการใช้บริการฝาก- ถอนเงินของลูกค้ายุทธศาสตร์นครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ พบว่า (1) กลุ่ม ตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง มีสถานภาพ โสด มีอายุระหว่าง 20 ปี ขึ้นถึง 30 ปี มีอาชีพเป็น พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001- 15,000 บาท (2) ความพึงพอใจต่อการใช้บริการฝาก - ถอนเงินธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ ด้านการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ ส่วนด้านราคาค่าธรรมเนียม / อัตรา ดอกเบี้ยเงินฝาก ด้านสถานที่ตั้งด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้าน กระบวนการให้บริการให้บริการกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง (3) กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการฝาก-ถอนเงินธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ที่มีเพศ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความพึงพอใจการใช้บริการฝาก- ถอนเงินไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านอายุมีความพึงพอใจการใช้บริการฝาก-ถอนเงินแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยในด้านต่างๆ กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการฝาก- ถอนเงิน พบว่า ปัจจัยด้านการบริการด้านสถานที่ตั้ง ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้าน กระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจต่อการ ใช้ บริการฝาก-ถอนเงินของลูกค้ายุทธศาสตร์นครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

เกรียงไกร รอยวิรัตน์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้าน สตาร์บัคส์ สาขาพหลโยธิน กรุงเทพมหานคร เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคตาม ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า (1) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสตาร์บัคส์สาขา พหลโยธิน กรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.84 ส่วนด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (2) การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสตาร์บัคส์ สาขา พหลโยธิน กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลต่างกัน มีความพึง พื่อใจต่อการใช้บริการร้านสตาร์บัคส์ สาขาพหลโยธิน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน (3)

ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนครั้งที่มาใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการร้านซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดวงใจ พลอยคนัย (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการในการให้บริการงานวิชาการของกองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ผลการศึกษาพบว่า 1) นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เพศและชั้นปีต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการให้บริการงานวิชาการของกองบริการการศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง 2) นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการให้บริการงานวิชาการของกองบริการการศึกษา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 3) นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ชั้นปีต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการให้บริการงานวิชาการของกองบริการการศึกษาต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สุวิต ผิวพันคำ และคณะ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า 1) สำนักงานคณบดีโดยภาพรวมแล้วผู้รับบริการที่มีความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ($X = 3.27$) ในด้านที่มีการให้บริการของเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ให้การบริการด้วยความสุภาพเป็นมิตร ($X = 3.80$) 2) ศูนย์สาธิตการพัฒนาร่างกายโดยภาพรวมแล้วความพึงพอใจในการให้บริการส่วนใหญ่อยู่ในระดับ ดีมาก ($X = 3.83$) ในด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ให้การต้อนรับด้วยอัธยาศัยดี/สุภาพเป็นมิตร ($X = 4.67$) 3) หอพักนักศึกษา โดยภาพรวมแล้วความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ($X = 3.39$) ในด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ มีที่นั่งพักสำหรับ ผู้มาขอใช้บริการ ($X = 3.74$) 4) ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักศึกษา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ($x = 4.01$) ในด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ อาคารสถานที่ที่มีความสะอาด ปลอดภัย ($X = 4.31$) ส่วนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะรวมถึงปัญหา / อุปสรรคที่ควรแก้ไข เช่น ควรมีการเพิ่มที่จอดรถและหลังคา เพื่อจะได้เป็นระเบียบ ไม่ตากแดด ตากฝนเวลาฝนตก ทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้บริการทั้งบุคลากรภายในคณะฯ และผู้ปกครองของเด็กศูนย์สาธิตการพัฒนาร่างกายมีความต้องการเป็นอย่างมาก ส่วนในด้านหอพักควรมีพนักงานรักษาความปลอดภัยเพื่อขึ้นเพื่อดูแลหอพัก มีเครื่องคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่ายไว้บริการฟรี มีแม่บ้านดูแลความสะอาดอย่างทั่วถึง และไม่ปล่อยให้สัตว์เลี้ยงขึ้นไปบริเวณห้องพัก สร้างความรำคาญและความสกปรกเป็นอย่างมากและทำป้ายบอกทางไปคณะฯ เพื่อความสะดวกของผู้ปกครองเมื่อมาพบบุตรและทำการติดต่อธุระที่เร่งด่วน

สุชาติ จรรยาศิริ (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานกีฬาและสุขภาพของนักศึกษาและบุคลากร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ผลการศึกษาพบว่า 1) นักศึกษาและบุคลากรมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานกีฬาและสุขภาพอยู่ในระดับมากทั้งในภาพรวมและรายด้าน 4 ด้าน โดยความพึงพอใจในภาพรวมเท่ากับ 2.95 และความพึงพอใจในด้านการบริการของบุคลากร เท่ากับ 3.12 ด้านการประชาสัมพันธ์ เท่ากับ 2.71 ด้านการจัดกิจกรรม เท่ากับ 2.75 และด้านสถานที่และอุปกรณ์ เท่ากับ 2.97 2) ความพึงพอใจของนักศึกษาและบุคลากรต่อการใช้บริการของสถานกีฬาและสุขภาพไม่แตกต่างกัน

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้แนวคิดดังนี้ จากที่ได้ศึกษาความพึงพอใจในเรื่องต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนี้ ต่างก็ศึกษาถึงความพึงพอใจในการรับบริการ ซึ่งเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์กรด้านการบริหารงานโดยที่เน้นวัตถุประสงค์ขององค์กรนั้น ๆ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ความพึงพอใจเป็นความรู้สึก หรือความคิดเห็น ไม่ว่าจะผ่านทางบวก หรือลบ ซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ความเชื่อผู้รับบริการต่อการให้บริการของ ผู้ให้บริการ ดังนั้น การศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการในการให้บริการของสำนักงานคณบดี คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จึงมุ่งเน้นศึกษาจากวัตถุประสงค์ของตนเองในด้านความพร้อมในการให้บริการ ด้านความมีคุณค่าของการบริการ ด้านความสนใจเอาใจใส่ต่อการบริการอย่างจริงจัง และจริงจัง ด้านความไม่ตรีจิตในการบริการ และด้านความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงาน ซึ่งหลักการสำคัญดังกล่าวผู้ศึกษาจะต้องสร้างความเข้าใจและนำไปประยุกต์ใช้ให้เป็นพฤติกรรมการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นดัชนีวัดคุณภาพการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการในส่วนของสำนักงานคณบดี คณะสาธารณสุขศาสตร์

จากข้อมูลที่ได้นำมาใช้เป็นกรอบแนวคิด แนวทางในการกำหนดการศึกษารอบแนวคิดการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย นิยามศัพท์ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ เพื่อช่วยในการออกแบบสอบถาม และเป็นประโยชน์ในการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการในการให้บริการของสำนักงานคณบดี ฯ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการวางแผนพัฒนาและกำหนดกลยุทธ์ ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาการให้บริการขององค์กรให้มีความเข้มแข็งต่อไป เพราะการพัฒนาองค์กรจะประสบผลสำเร็จได้ ถ้าผู้บริหารสนใจศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ แล้วนำไปปรับแผนกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับการมาใช้บริการ

กรอบแนวคิดการศึกษา

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการในการให้บริการของสำนักงานคณบดี คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งผู้ศึกษาได้นำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการดำเนินการศึกษาจากประเด็นที่สำคัญ ดังนี้ 1) ความพร้อมในการให้บริการ จากสมพงษ์ เทียงธรรม (2536 : 10) 2) ความมีคุณค่าของการบริการ จากวงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ. (2552 : 123-124) 3) ความสนใจเอาใจใส่ต่อการบริการอย่างจริงจัง และจริงใจ จาก ศิริพร วิญญูหิมาชัย (2550 : เว็บไซต์) 4) ความมีโมตรจิตในการบริการ จากสมิต สัชฌุกร (2548 : 25) 5) ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงาน จาก ศิริพร วิญญูหิมาชัย (2550 : เว็บไซต์) ที่สามารถนำมาเขียนเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ ดังนี้



แผนภาพที่ 5 กรอบแนวคิดการวิจัย