

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการฝ่ายตรวจแก้สินค้าของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สาขาพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับโทรศัพท์
 - 1.1 วิวัฒนาการของโทรศัพท์
 - 1.2 ประวัติของโทรศัพท์
 - 1.3 วิวัฒนาการโทรศัพท์ในประเทศไทย
 - 1.4 ประวัติของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
 - 1.5 บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สาขาพระนครศรีอยุธยา
 - 1.6 การดำเนินงานการให้บริการของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
 - 1.7 หลักในการบริการการตรวจแก้สินค้าเลขหมายโทรศัพท์
 - 1.8 ขั้นตอนการแจ้งเสีย
 - 1.9 ผลงานที่สำคัญของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
 - 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการสาธารณะ
 - 2.4 แนวคิดความพึงพอใจต่อการให้บริการ
 - 2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความรู้เกี่ยวกับโทรศัพท์

1.1 วิวัฒนาการของโทรศัพท์

ในสมัยโบราณ การติดต่อสื่อสารทางไกลระหว่างมนุษย์ด้วยกันนั้น จะใช้วิธีการง่าย ๆ อาศัยธรรมชาติหรือเลียนแบบธรรมชาติเป็นหลัก เช่น การใช้ควัน เสียง แสงหรือใช้นกพิราบ

เป็นต้น การสื่อสารที่ใช้ชื่อดังกล่าวนี้จะไม่ค่อยได้ผลเท่าใดนัก เนื่องจากไม่สามารถให้รายละเอียด ข่าวสารได้มาก หรือแม้จะให้รายละเอียดได้มากแต่ก็ไม่ค่อยจะปลอดภัยเท่าใด เช่น นักพิราบนำสาร ซึ่งให้รายละเอียดได้มาก แต่เป็นการเสี่ยงเพราะนกพิราบอาจไปไม่ถึงปลายทางได้ อย่างไรก็ตาม การสื่อสารดังกล่าวนี้ เป็นการสื่อสารที่ราคาถูกความรวดเร็วก็พอใช้ได้ในปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุค โลกาภิวัตน์ เป็นยุคแห่งความเจริญทางด้านเทคโนโลยี มนุษย์ได้นำเอาเทคโนโลยีที่มีอยู่มาประยุกต์ ใช้กับการสื่อสาร ทำให้การติดต่อสื่อสารในปัจจุบันมีประสิทธิภาพสูงมาก ทั้งความสะดวกสบาย รวดเร็วและถูกต้อง ชัดเจน ระบบสื่อสารที่ใช้อยู่ในปัจจุบันนี้มีหลายชนิด เช่น วิทยุสื่อสาร (Radio communication) โทรเลข (Telegraphy) โทรพิมพ์ (Telex) โทรศัพท์ (Telephone) โทรสาร (Facsimile) หรือวิทยุตามตัว (Pager) เป็นต้น แต่ระบบสื่อสารที่ได้รับความนิยมทั่วโลกก็คือ โทรศัพท์ เพราะ โทรศัพท์สามารถโต้ตอบกันได้ทันที รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งระบบ อื่น ๆ ทำไม่ได้ โทรศัพท์ จึงได้รับความนิยมเป็นอย่างมากและในโลกของการสื่อสารปัจจุบัน โทรศัพท์ก็เป็นเครื่องบ่งชี้ถึง ความเจริญรุ่งเรืองของประเทศต่าง ๆ ด้วยมีคำกล่าวหรือข้อกำหนดเกี่ยวกับการพัฒนาประเทศ อยู่ว่า ประเทศใด ที่มีจำนวนเลขหมายโทรศัพท์ในประเทศ 40 หมายเลขต่อประชากร 100 คน ถือว่า ประเทศนั้นมีความเจริญแล้ว หรือเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว จะเห็นว่าประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ให้ความสำคัญกับกิจการโทรศัพท์เป็นอย่างมากในประเทศไทย คำว่า โทรศัพท์ได้เริ่มรู้จักกันตั้งแต่ รัชการที่ 5 ซึ่งโทรศัพท์ตรงกับภาษากรีกคำว่า “Telephone” โดยที่ “Tele” แปลว่า ทางไกล และ “Phone” แปลว่า การสนทนา เมื่อแปลรวมกันแล้วก็หมายถึงการสนทนากันในระยะทางไกล ๆ หรือการส่งเสียงจากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่งได้ตามต้องการ (วัน ทู วิน คอตคอม, 2558, เว็บไซต์)

1.2 ประวัติของโทรศัพท์

โทรศัพท์ได้ถูกคิดค้นและประดิษฐ์ขึ้นมาในปี พ.ศ. 2419 โดยนักประดิษฐ์ ชื่อ อเล็กซานเดอร์ แกรแฮม เบลล์ (Alexander Graham Bell) หลักการของโทรศัพท์ที่ อเล็กซานเดอร์ ประดิษฐ์ก็คือ ตัวส่ง (Transmitter) และตัวรับ (Receiver) ซึ่งมีโครงสร้างเหมือนลำโพงในปัจจุบัน กล่าวคือ มีแผ่น ไดอะแฟรม (Diaphragm) ติดอยู่กับขดลวด ซึ่งวางอยู่ใกล้ ๆ แม่เหล็กถาวร เมื่อมีเสียงมากระทบแผ่นไดอะแฟรม ก็จะสั่นทำให้ขดลวดสั่นหรือเคลื่อนที่ตัดสนามแม่เหล็ก เกิดกระแสขึ้นมาในขดลวด กระแสไฟฟ้านี้ จะวิ่งตามสายไฟถึงตัวรับซึ่งตัวรับก็มีโครงสร้าง เหมือนกับตัวส่ง เมื่อกระแสไฟฟ้ามาถึงก็จะเข้าไปในขดลวด เนื่องจากกระแสไฟฟ้าที่มานี้ เป็น AC มีการเปลี่ยนแปลงชั่ววอกและลอบอยู่ตลอดเวลา ก็จะทำให้เกิดสนามแม่เหล็กขึ้นรอบ ๆ ขดลวดของ ตัวรับ สนามแม่เหล็กนี้จะไปผลักหรือดูดกับสนามแม่เหล็กถาวรของตัวรับ แต่เนื่องจากแม่เหล็ก ถาวรที่ตัวรับนั้นไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ ขดลวดและแผ่นไดอะแฟรม จึงเป็นฝ่ายที่ถูกผลักและดูดให้ เคลื่อนที่ การที่ไดอะแฟรม เคลื่อนที่ จึงเป็นการตีอากาศตามจังหวะของกระแสไฟฟ้าที่ส่งมา นั่นคือ

เกิดเป็นคลื่นเสียงขึ้นมาในอากาศ ทำให้ได้ยิน แต่อย่างไรก็ตาม กระแสไฟฟ้าที่เกิดขึ้นจากตัวส่งนี้มีขนาดเล็กมาก ถ้าหากใช้สายส่งยาวมากจะไม่สามารถได้ยินที่ผู้ส่งได้วิธีการของ อเล็กซานเดอร์ แกรแฮม เบลล์ จึงไม่ประสบผลสำเร็จเท่าใดนัก แต่ก็เป็เครื่องต้นแบบให้มีการพัฒนา ต่อมาในปี พ.ศ.2420 โทมัส อัลวา เอดิสัน (Thomas Alwa Edison) ได้ประดิษฐ์ ตัวส่งขึ้นมาใหม่ให้สามารถส่งได้ไกลขึ้นกว่าเดิมซึ่ง ตัวส่งที่ Edison ประดิษฐ์ขึ้นมา มีชื่อว่า คาร์บอน ทรานสมิตเตอร์ (Carbon transmitter) คาร์บอน ทรานสมิตเตอร์ (Carbon transmitter) ให้กระแสไฟฟ้าออกมาแรงมาก เนื่องจากเมื่อมีเสียงมากระทบแผ่นไดอะแฟรม แผ่นไดอะแฟรมจะไปกดผง คาร์บอน (Carbon) ทำให้ค่าความต้านทานของผงคาร์บอนเปลี่ยนแปลงไปตามแรงกด ดังนั้น แรงเคลื่อน ดกคร่อมผง คาร์บอนจะเปลี่ยนแปลงด้วย เนื่องจากแรงเคลื่อน ที่จ่ายให้ คาร์บอน มีค่ามากพอสมควร การเปลี่ยนแปลงแรงเคลื่อน จึงมีมากตามไปด้วย และการเปลี่ยนแปลงนี้ เป็นการเปลี่ยนแปลงยอดของ DC ที่จ่ายให้คาร์บอน ซึ่งเราอาจกล่าวได้ว่า การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ก็คือ AC ที่ขั้วบนยอดของ DC นั่นเอง (วัน ทู วิน คอทคอม, 2558, เว็บไซค์)

1.3 วิวัฒนาการโทรศัพท์ในประเทศไทย

ตำนานไปรษณีย์โทรเลขสยาม พ.ศ.2429 ถึง พ.ศ.2468 ได้บันทึกเรื่องราวเกี่ยวกับโทรศัพท์ในประเทศไทยไว้ว่า ประเทศไทยได้นำเอาโทรศัพท์มาใช้เป็นครั้งแรก เมื่อ พ.ศ.2424 ตรงกับรัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ โดยกรมกลาโหม (กระทรวงกลาโหมในปัจจุบัน) ได้ส่งเข้ามาใช้งานในกิจการเพื่อความมั่นคงแห่งชาติ โดยติดตั้งที่กรมอุทการเรือกรุงเทพมหานคร 1 เครื่อง และป้อมยามปากน้ำเจ้าพระยา จังหวัดสมุทรปราการอีก 1 เครื่อง รวม 2 เครื่อง เพื่อจะได้แจ้งข่าวเรือเข้าออกในแม่น้ำเจ้าพระยาในกรุงเทพ ฯ ทราบ

พ.ศ.2429 กิจการ โทรศัพท์ได้เจริญรุ่งเรืองขึ้น จำนวนเลขหมายและบุคลากรก็เพิ่มมากขึ้น ยุ่งยากแก่การบริหารงานของกรมกลาโหม ดังนั้น กรมกลาโหมจึงได้โอนกิจการของโทรศัพท์ให้ไปอยู่ในการดูแลและดำเนินการของกรมไปรษณีย์โทรเลข ต่อมากรมไปรษณีย์โทรเลขก็ได้ขยายกิจการโทรศัพท์จากภาครัฐสู่เอกชน โดยให้ประชาชน มีโอกาสใช้โทรศัพท์ได้ ในระยะนี้เครื่องที่ใช้จะเป็น ระบบแม็กนีโต (Magneto) หรือระบบ โลคอลแบตเตอรี่ (Local battery) พ.ศ.2450 กรมไปรษณีย์โทรเลขได้สั่งโทรศัพท์ ระบบคอมมอนแบตเตอรี่ (Common battery) หรือเซ็นทรัลแบตเตอรี่ (Central battery) มาใช้ซึ่งสะดวกและประหยัดกว่าระบบแม็กนีโตมาก

พ.ศ.2479 กรมไปรษณีย์โทรเลขได้สั่งซื้อชุมสายระบบสตีปบายสตีป (Step by step) ซึ่งเป็นระบบอัตโนมัติสามารถหมุนเลขหมายถึงกันโดยตรงโดยไม่ต้องผ่านพนักงานต่อสาย (Operator) เหมือน โลคอลแบตเตอรี่หรือเซ็นทรัลแบตเตอรี่

พ.ศ.2497 เนื่องจากกิจการโทรศัพท์ได้เจริญก้าวหน้ามาก ประชาชนนิยมใช้แพร่หลายไปทั่วประเทศ กิจการใหญ่โตขึ้นมากทำให้การบริหารงานลำบากมากขึ้น เพราะกรมไปรษณีย์โทรเลขต้องดูแลเรื่องอื่นอีกมาก ดังนั้นเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2497 จึงได้มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติตั้งองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยขึ้น โดยแยกกองช่างโทรศัพท์กรมไปรษณีย์โทรเลขมาตั้งเป็นองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยขึ้น มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงคมนาคมมาจนถึงปัจจุบัน องค์การโทรศัพท์หลังจากที่ได้รับการจัดตั้งขึ้นแล้ว ก็ได้รับโอนงานกิจการโทรศัพท์มาดูแล

พ.ศ.2517 องค์การโทรศัพท์ก็ตั้งซื้อหุ้มสายโทรศัพท์ระบบคอสบาร์ (Cross bar) มาใช้งาน ระบบคอสบาร์เป็นระบบอัตโนมัติเหมือนระบบสลับบายสลับแต่ทันสมัยกว่าทำงานได้เร็วกว่า มีวงจรพูดได้มากกว่าและขนาดเล็กกว่า

พ.ศ.2526 องค์การโทรศัพท์ได้นำระบบหุ้มสาย SPC (Storage program control) มาใช้งาน ระบบ SPC เป็นระบบที่ควบคุมการทำงานด้วยคอมพิวเตอร์ (Computer) ทำงานได้รวดเร็วมาก ขนาดเล็ก กินไฟน้อย และยังให้บริการเสริมด้านอื่น ๆ ได้อีกด้วย

ในปัจจุบันหุ้มสายโทรศัพท์ที่ติดตั้งใหม่ ๆ จะเป็นระบบ SPC ทั้งหมด ระบบอื่น ๆ เลิกผลิตแล้ว ประเทศไทยเรากำลังเร่งติดตั้งโทรศัพท์เพื่อให้พอใช้กับประชาชน ดังจะเห็นจากโครงการ 3 ล้านเลขหมายในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 และโครงการอื่น ๆ ต่อไป รวมทั้งวิทยุโทรศัพท์อีกด้วย เพื่อเสริมให้ระบบสื่อสารในประเทศไทยมีประสิทธิภาพ เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาประเทศให้เจริญรุ่งเรืองต่อไป (วัน ทู วิน คอทคอม, 2558, เว็บไซต์)

1.4 ประวัติของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) (TOT Public Company Limited) เป็นรัฐวิสาหกิจประเภทสื่อสารโทรคมนาคม และถือว่าเป็นกิจการโทรศัพท์แห่งชาติของไทย ดำเนินกิจการเกี่ยวกับโทรศัพท์และการสื่อสาร แปรรูปมาจากองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ซึ่งก่อตั้งในปี พ.ศ. 2497 ปัจจุบันยังคงมีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยมีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นร้อยละ 100 วันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2545 องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ได้แปรรูป แต่ยังคงสถานะรัฐวิสาหกิจในรูปแบบ บริษัทมหาชนจำกัด ใช้ชื่อว่า บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TOT Corporation Public Company Limited.) เมื่อมีการปรับปรุงโครงสร้างทางราชการ บมจ. ทศท. คอร์ปอเรชั่น ได้ย้ายมาสังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ชื่อบริษัท ทศท. ได้เปลี่ยนแปลงอีกครั้ง โดยจดทะเบียนเป็นบริษัท จำกัด มหาชน ใช้ชื่อว่า บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) (TOT Public Company Limited) เมื่อวันที่ 1

กรกฎาคม พ.ศ. 2548 นัยว่าเพื่อให้เป็นชื่อที่ตรงกันทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พร้อมเปลี่ยนตราสัญลักษณ์เหลือเพียงเครื่องหมาย ทีโอที

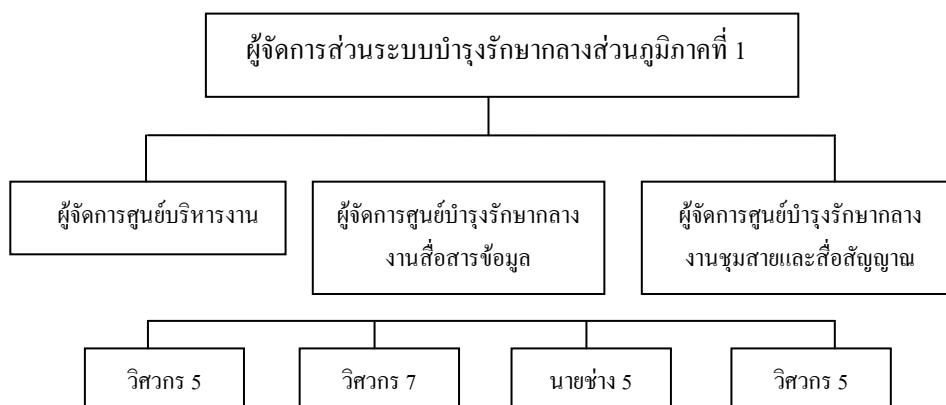
1.5 บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สาขาพระนครศรีอยุธยา

บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ทำหน้าที่ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมทุกประเภททั้งในและระหว่างประเทศ ผ่านบริการต่างๆ ทั้งทางสายโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งประกอบด้วยใบอนุญาตแบบที่ 3 (ที่มีโครงข่ายของตนเองเพื่อให้เช่าใช้) เดิมเป็นองค์กรที่ทั้งควบคุมการให้บริการโทรคมนาคม และเป็นผู้ให้บริการ แต่ในปัจจุบันหน้าที่กำกับดูแลได้ถูกโอนไปยังคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.)

วิสัยทัศน์ “มุ่งสู่การเป็นผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมแห่งชาติ ที่สนองต่อความต้องการของลูกค้าและสาธารณชนอย่างใกล้ชิดทั้งด้านเศรษฐกิจ และสังคม”

พันธกิจ “ให้บริการโทรคมนาคมด้วยนวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้ความมั่นใจด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อความมั่นคงของชาติ ให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารรวมถึงบริการสาธารณะต่าง ๆ อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง สอดคล้องกับ สภาพเศรษฐกิจและสังคม”

โครงสร้างบริหารของการบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สาขาพระนครศรีอยุธยา มีการบริหารงานดังแสดงภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 โครงสร้างการบริหารงานของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

ที่มา : บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2557, หน้า 12

1.6 การดำเนินงานการให้บริการของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

นโยบายในด้านการบริการ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) ได้กำหนดนโยบายด้านการบริการและแนวทางการพัฒนาเกี่ยวกับงานด้านการบริการไว้เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทฯ ประสบความสำเร็จตามภารกิจหลักที่วางไว้โดยมีนโยบายในด้านการให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานและบริการเสริมต่างๆ ให้มีความสะดวกรวดเร็วและตอบสนองความต้องการของประชาชนและทันต่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม ค่านิยม ของผู้บริโภคและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ในฐานะที่ทีโอทีเป็นผู้นำในการให้บริการโทรคมนาคมภายในประเทศและเพิ่มการให้บริการโทรคมนาคมระหว่างประเทศ สว่นแนวทางการพัฒนานั้นมีนโยบายในการที่จะขยายสำนักงาน บริการและหน่วยงานย่อยเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับปริมาณงานในแต่ละพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพทันสมัยและคุณภาพบริการเป็นที่พอใจของผู้มาใช้บริการ

ปัจจุบันบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. การให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ประกอบด้วย การให้บริการโทรศัพท์ประจำที่และโทรศัพท์สาธารณะ
2. การให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 470 MHZ
3. การให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 1900 MHZ
4. การให้บริการ ISDN
5. การให้ Broadband ISDN (คู่สายเช่า)
6. การให้บริการ ADSL
7. การให้บริการเสริมอื่น ๆ

1.7 หลักในการบริการการตรวจแก้คลื่นดีเลขหมายโทรศัพท์

ระบบข่ายสายเคเบิลและหน่วยงานตรวจแก้คลื่นดี ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าหน่วยงานอื่น ๆ ของกิจการโทรศัพท์ การสื่อสารในด้านโทรคมนาคมที่สมบูรณ์ต้องอาศัยส่วนประกอบหลาย ๆ ส่วน ซึ่งแต่ละส่วนต้องมีความสมบูรณ์ในประสิทธิภาพตามแต่ละชนิดของส่วนงานนั้นๆ อาทิเช่น เครื่องอุปกรณ์ชุมสายทันสมัย เคเบิลมีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดได้ดี แต่ถ้าหากว่าส่วนประกอบสุดท้าย คือ การตรวจแก้เลขหมายโทรศัพท์ให้กับผู้เช่าขาดหลักการไม่มีประสิทธิภาพที่ดีพอก็จะเป็นผลหวังให้ส่วนงานเหล่านั้นไม่สามารถที่จะดำรงประสิทธิภาพของการสื่อสารได้ เมื่อเป็นเช่นนี้การตรวจแก้เลขหมายโทรศัพท์จึงมีความจำเป็นสำหรับผู้ปฏิบัติงานให้กับหน่วยงานนี้หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต้องรู้ ต้องเรียนเพื่อยกระดับฐานะและประสิทธิภาพ

ของการบริการให้ดียิ่งขึ้นโดยตัดแปลงแก้ไขระบบเก่าๆมาสู่สากลนิยมเพื่อให้เหมาะสมแก่การปฏิบัติในบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่นงานด้านสายต่อนอกเป็นงานเกี่ยวกับข่ายทางสายซึ่งพอจะแบ่ง เป็นหน่วยงานหลัก ได้ดังนี้

1. งานด้านออกแบบข่ายสาย (Local Line Planning) เป็นงานที่ทำหน้าที่ในการวางแผนหาข้อมูลความต้องการในการใช้โทรศัพท์ทั้งในปัจจุบันและภายในอนาคตเพื่อใช้ข้อมูลเหล่านี้มา กำหนดจำนวนคู่สายของเคเบิลแต่ละเส้นเพื่อให้เพียงพอแก่ความต้องการของผู้เช่าภายในอนาคตที่กำหนดระยะเวลาได้ นอกจากนี้ยังทำการกำหนดค่าทางด้านการส่งกำลัง (Transmission) และ รางสัญญาณ (Signalling) เพื่อให้การรับส่งผ่านทางสายมีประสิทธิภาพสมบูรณ์

2. งานสร้างทางสาย (Line Construction) มีหน้าที่เกี่ยวกับการวางเคเบิล เช่น ในอากาศ ใต้ดิน ซึ่งการวางเคเบิลใต้ดินทำได้หลายวิธีการ เช่น วางในท่อ (ในบ่อพัก) วางในราง และฝังดินโดยตรง นอกจากนี้ยังมีการวางเคเบิลใต้น้ำ และรวมถึงการปักเสา และการทำสเคย์

3. งานตัดต่อเคเบิล (Splicing) หลังจากงานวางเคเบิลเสร็จแล้ว ก็เป็นหน้าที่ของหน่วยงานนี้ เพราะว่าเคเบิลแต่ละเส้นนั้นมีความยาวจำกัดและอาจมีการต่อแยกไปยังที่ต่างๆฉะนั้นจำเป็นต้องต่อเคเบิลให้เชื่อมติดต่อกันตลอดทั้งความยาวที่ต้องการ นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ติดตู้พักปลายทาง ตู้คอนโหนด ดึงคอย รีพีเตอร์ และการติดบิลท์เอาท์เน็ตเวิร์ค

4. งานติดตั้งเครื่องโทรศัพท์ (Station installation) หลังจากงานด้านสร้างข่ายสายเสร็จสิ้นลงแล้ว และอุปกรณ์ชุมสายพร้อมแล้ว หน่วยงานนี้จะทำหน้าที่ติดตั้งโทรศัพท์ให้กับผู้เช่า ดังนั้นหน่วยงานนี้เป็นหน่วยสุดท้ายที่ทำให้วงจรของกิจการโทรศัพท์สามารถติดต่อกันได้ตามต้องการ

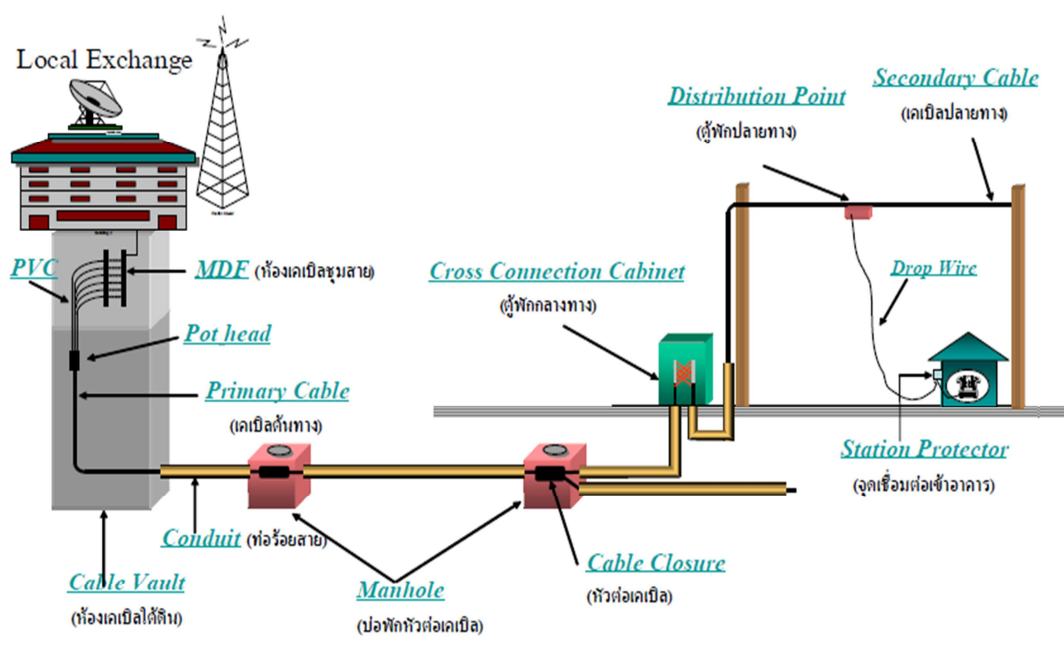
5. งานด้านบำรุงรักษาสายและตรวจแก้คลื่นดี (Line Maintenance) หลังจากหน่วยงานที่กล่าวมาแล้วข้างต้นดำเนินการเสร็จเรียบร้อยตามต้องการ แต่อย่างไรก็ตามในด้านข่ายสายย่อยย่อมมีการชำรุดเสียหายเกิดขึ้นได้ดังนั้นเราจำเป็นต้องมีหน่วยบำรุงรักษาสายและตรวจแก้คลื่นดีเพื่อให้สายคงไว้ซึ่งประสิทธิภาพในการใช้งานได้ดีเสมอตลอดเวลา เหตุผลที่เกิดขึ้นกับโทรศัพท์ อาจเกิดได้หลายแห่ง คือ อาจจะเกิดขึ้นที่ชุมสาย อาจเกิดกับทางสาย หรืออาจจะเกิดกับเครื่องรับโทรศัพท์ตามบ้านผู้เช่า เหตุผลเหล่านี้อาจเป็นเหตุเสียตามธรรมชาติ เช่น เกิดขึ้นเนื่องจากการเสื่อมสภาพของอุปกรณ์ที่ใช้ หรืออาจเกิดจากคนหรือสัตว์ ทำให้เกิดเหตุเสียขึ้น เหตุเสียในทางสายโทรศัพท์พอจะแยกออกเป็นเหตุเสียของสายเคเบิลและเหตุเสียของสายกระจาย (Drop wire) รวมทั้งเหตุเสียของสายภายใน (Station wire) เหตุเสียที่เกิดขึ้นมีลักษณะคล้ายคลึงกัน (บริษัท ทีโอที (มหาชน) สาขาพระนครศรีอยุธยา, 2557, หน้า 8)

วิธีการดำเนินการตรวจแก้คลื่นดีเลขหมายโทรศัพท์ในการตรวจแก้ในทางสายมีการแบ่งภาระหน้าที่ออกเป็นการตรวจแก้เสาเคเบิล และการตรวจแก้สายกระจาย (Drop wire) รวมทั้งสาย

ภายใน (Station wire) แต่ในที่นี้จะกล่าวเฉพาะการตรวจแก้ไขสายกระจาย และสายภายในเท่านั้น เริ่มต้นของการตรวจแก้ไข เมื่อได้รับคำสั่งและรู้อาการเสียหายของสาย ให้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ให้ทำการตรวจสอบที่ตู้พักปลายทางก่อนว่าเป็นเหตุเสียของทางสายเคเบิลหรือสายกระจาย (Drop Wire) ถ้าเป็นเหตุเสียของสายเคเบิลแจ้งให้เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบทราบทันที
2. ถ้าเสียไปทางสายกระจาย ให้ไปตรวจสอบที่กันฟ้าดูว่าเสียดันฟ้า หรือเสียสายกระจาย ถ้าเหตุเสียอยู่ที่จุดเหล่านี้ก็ให้ทำการแก้ไขให้เรียบร้อย
3. ถ้าเหตุเสียไม่เกิดขึ้นจุดดังกล่าว ให้ทำการตรวจสอบที่ตลับเครื่องต่อไปว่าเป็นการเสียด้านภายในหรือเสียด้านที่เครื่องรับโทรศัพท์ ถ้ารู้จุดเหตุเสียก็ให้ทำการแก้ไขให้เรียบร้อย

งานตรวจแก้ไขสายตอนนอกเริ่มตั้งแต่ MDF ไปจนถึงบ้านผู้เช่า ซึ่งงานบำรุงรักษาข่ายสายตอนนอก แสดงดังภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3 งานบำรุงรักษาข่ายสายตอนนอก

1.8 ขั้นตอนการแจ้งเสีย

ขั้นตอนการแจ้งเสีย มีดังนี้ (บริษัท ทีโอที (มหาชน) สาขาพระนครศรีอยุธยา, 2557, หน้า 10)

1. ลูกค้าจะโทรแจ้งเสียมาที่หมายเลข คอลล์ เซ็นเตอร์ (Call center) เบอร์ 035-249799 /

2. คอลล์ เซ็นเตอร์ (Call center) รับเบอร์แฉียงเสียดจากลูกค้ำส่งไปยังกองงำนรวมของแต่ละจังหวัด เช่น ลูกค้ำแฉียงเสียดเบอร์ 035 – 452441 ทางคอลล์ เซ็นเตอร์ จะค้ำเบอร์ที่รับแฉียงเข้าระบบและระบบจะขึ้นข้อมูลของลูกค้ำตามข้อมูลและบัตรประชาชนของลูกค้ำที่ขอใช้บริการของเลขหมายที่แฉียงเสียดนั้นๆและจะทราบวาลูกค้ำอยู่จังหวัดใดและขอใช้บริการในเขตพื้นที่ใด ทางคอลล์ เซ็นเตอร์ จะส่งข้อมูลไปยังกองงำนของจังหวัดที่ลูกค้ำขอใช้บริการและกองงำนของแต่ละจังหวัดก็จะส่งไปยังกองงำนพื้นที่ที่ลูกค้ำรายนั้นอยู่อีกทีเพื่อให้งำนถึง ช่างในพื้นที่ออกตรวจแก้ต่อไป ซึ่งกระบวนการทั้งหมดตั้งแต่ลูกค้ำโทรเข้ามาแฉียงเสียดจนถึงช่างในพื้นที่รับงำนใช้เวลาไม่เกิดครึ่งชั่วโมง

1.9 ผลงานที่สำคัญของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

เปิดให้บริการระบบบริหารจัดการออนไลน์ เน้นการตอบสนองต่อผู้ใช้งานได้สะดวกและรวดเร็ว โดยเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจจากการขายซอฟต์แวร์แบบไลเซนส์ (License) มาเป็นการให้เช่าใช้บริการผ่านเว็บ ที่ลูกค้ำสามารถใช้บริการได้โดยไม่ต้องจัดหาฮาร์ดแวร์และติดตั้งซอฟต์แวร์แต่อย่างใด ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถบริหารงานผ่านระบบได้สะดวก ทุกที่ทุกเวลา อัตราค่าบริการตามที่มีการใช้งานจริง ลูกค้ำหรือผู้ใช้บริการไม่ต้องรับภาระค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ ค่าติดตั้ง ค่าบำรุงรักษาที่สำคัญบริการ คลาวด์แอปส์ (CloudApps) จะมีการอัปเดตซอฟต์แวร์รูปแบบใหม่ตามความต้องการของตลาด โดยลูกค้ำหรือผู้ใช้บริการไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม เปิดให้บริการในเชิงพาณิชย์เมื่อ 20 กันยายน พ.ศ. 2554 ในช่วงแรก ทีโอที ได้นำ 3 แอปพลิเคชันที่สำคัญและใช้กันแพร่หลายมาให้บริการ คือ ระบบบริหารบัญชีออนไลน์ (Accounting) ระบบบริหารลูกค้ำสัมพันธ์ออนไลน์ (CRM) และระบบบริการทรัพยากรบุคคลออนไลน์ (HRM) โดยตั้งเป้าหมายเจาะตลาด SMEs คาดว่าจะสร้างรายได้ปีละกว่า 50 ล้านบาท

เปิดให้บริการบริการ TOT e-Service เพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2554 ได้แก่ บริการชำระเงินออนไลน์ (e-Pay) เพื่อรับชำระค่าบริการ โทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านเว็บไซต์ บริการใบแจ้งหนี้อิเล็กทรอนิกส์ (e-Invoice) ประกอบด้วย บริการสอบถามยอดค่าใช้จ่ายบริการและชำระเงินใบแจ้งหนี้อิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูลรายละเอียดในการใช้โทรศัพท์ วิเคราะห์ข้อมูลรายละเอียดการใช้โทรศัพท์ ดาวน์โหลดข้อมูลรายละเอียดการใช้โทรศัพท์ และขอสำเนาใบแจ้งค่าใช้จ่ายบริการย้อนหลัง บริการขอใช้บริการของ ทีโอที (e-Service Order) เช่นขอติดตั้งโทรศัพท์ ขอใช้บริการเสริม ขอใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เป็นต้น และบริการจำหน่ายรหัส (e-Code) โดยจำหน่ายรหัส TOT Prepaid Online สามารถนำไปใช้บริการต่างๆ เช่น TDET Knowledge+, Game Online, TOT Netcall, PIN PHONE 108, TOT Wi-Fi, TOT Smart SMS และ TOT 3G ไว้ในรหัสเดียวกันสามารถเติมเงิน โอนเงิน และตรวจสอบข้อมูลการใช้

เปิดให้เกมออนไลน์ใหม่ เช่น Cloud Nine และ Valiant ซึ่งเป็นเกมออนไลน์ตัวที่ 4 และ 5 หลังจากที ทีโอที เปิดให้บริการเกมออนไลน์มาแล้ว 3 เกม คือ Tales Runner, We Dancing Online (WeDo) และ H.A.V.E เกม Cloud Nine เป็นเกมออนไลน์เกมแรกของ ทีโอที ที่เป็นเกมแนวที่สวมบทบาทที่ใช้จำนวนผู้เล่นหลาย ๆ คน (Full 3D MMORPG) สไตล่น่ารัก สดใส และมีระบบคอมมูนิตี้ที่หลากหลาย โดยเปิดให้บริการเชิงพาณิชย์เมื่อ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2554 สำหรับเกมวาเลียนท์ (Valiant) เป็นเกมแนวแอคชั่นตลุยเขาวงกต (Dungeon Action MMORPG) ที่ผสมผสานความเป็นแฟนตาซีกับระบบที่มีผู้เล่นหลายคน (Dungeon) และเกมปริศนา (Puzzles) ได้อย่างดีเยี่ยม ซึ่งได้เปิดให้บริการในเชิงพาณิชย์ เมื่อ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2554 รายได้ของธุรกิจเกมออนไลน์มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยมีจำนวนสมาชิกกว่า 6 ล้าน ไอดี และ จำนวนร้านอินเทอร์เน็ตที่เป็นสมาชิกกว่า 30,000 แห่ง

เปิดให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ TOT 3G ความเร็วสูง บนเทคโนโลยี HSPA+ (High Speed Packet Access Plus) หรือระบบ 3.9G (42 Mbps ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และ 21 Mbps ในพื้นที่ภูมิภาค) โดยใช้ระบบรับส่งสัญญาณแบบ MIMO และการผสมผสานสัญญาณที่เร็วขึ้น ทำให้สามารถรองรับจำนวนผู้ใช้งานพร้อมกันได้เพิ่มขึ้น มีคุณลักษณะในการรับส่งข้อมูลได้พร้อมกันในลักษณะ Triple play คือ สามารถใช้งานโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และงานรับส่งข้อมูลอื่นได้พร้อมกัน นอกจากนี้ TOT ยังได้ปรับปรุงและแก้ปัญหาเรื่องสัญญาณล่าช้าให้ดีขึ้น ในปี 2554 สามารถให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G เต็มรูปแบบได้ในกรุงเทพมหานคร และเปิดทดลองให้บริการ ในจังหวัดเศรษฐกิจหลักและเป็นแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย และชลบุรี คาดว่าประมาณเดือนกุมภาพันธ์ 2555 จะเปิดให้บริการครอบคลุมทุกภูมิภาค จำนวน 14 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการระยอง สงขลา ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี ลำปาง พิชณุโลก อุดรธานี นครราชสีมา ขอนแก่น หนองคาย และอุบลราชธานี หลังจากนั้นกลางปี 2555 จะสามารถใช้งานได้ทุกจังหวัดทั่วประเทศ

เปิดให้บริการข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile data service) ผ่านโครงข่ายไร้สาย (Wi-Fi) ที่มีความเร็วสูงสุด 100 Mbps ร่วมกับ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด บริษัท ดีแทค บรอดแบนด์ จำกัด บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด และบริษัท สยามพารากอน ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ครอบคลุม 3 ศูนย์การค้า ได้แก่ศูนย์การค้าสยามพารากอน สยามเซ็นเตอร์ และสยามดิสคัฟเวอรี เพื่อให้ลูกค้าใช้บริการ Smart Phone, Smart Device, Tablet PC, Notebook และอุปกรณ์สื่อสารอื่นที่มีความสามารถรับสัญญาณ Wi-Fi ให้เลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไร้สายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในทุกรูปแบบที่หลากหลาย สะดวก รวดเร็ว สามารถรองรับทุกไลฟ์สไตล์ของลูกค้าได้อย่างไร้ขีดจำกัด

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

โดยทั่วไปการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมักนิยามศึกษากันในสองมิติ คือ มิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน และมิติความพึงพอใจในการรับบริการ มีผู้กล่าวถึงแนวคิดนี้ไว้เป็นจำนวนมากในลักษณะใกล้เคียงและสัมพันธ์กับเรื่องทัศนคติ เช่น

วรูม (Vroom, 1984, หน้า 154) กล่าวว่าทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้หมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นความไม่พอใจนั่นเอง

มิลเลท (Millet, 1954, หน้า 257) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการหรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้านดังนี้คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีฐานคติที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่า การให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ จะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพเลยถ้าไม่มีการตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม มิลเลทเห็นว่าความเสมอภาคหรือการตรงเวลา จะไม่มีความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

คอตเลอร์ (Kotler, 1997, p.167) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือประโยชน์เชิงนามธรรมซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองบริการนั้นๆ อย่างเป็นทางการ กระบวนการให้บริการ อาจจะควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้ การบริการจึงเปรียบเสมือนผลิตภัณฑ์ที่เป็นนามธรรม ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้เหมือนสินค้าทั่วไป ดังนั้นการบริการจะเกี่ยวข้องกับการเสนอขาย การปฏิบัติงานหรือการกระทำใดๆ ให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยที่ผู้บริโภคจะมีได้ครอบครองการบริการนั้นๆ เหมือนการครอบครองสินค้า

กฤษณ์กมล กมลลาสน์ (2546, หน้า 17) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจคือการที่มีความรู้สึกดี เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล โดยอาจแบ่งตามปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจได้ 2 แบบ คือ ความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยเบื้องต้น ได้แก่ ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรคและความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยระดับสูง ได้แก่ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความรู้สึกภายใน เช่น ความรู้สึกรัก ชอบ โกรธ เกลียด เป็นต้น

ทัศนีย์ ศิลาวรรณโณ (2545, หน้า 9) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวกับความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลนั้นได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าว จะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

นิภาพร นาคะประเสริฐกุล (2555, หน้า 42) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือความคิดเห็นในทางที่ดีที่ได้รับการตอบสนองความต้องการ หรือบรรลุในสิ่งที่เขาคาดหวัง ทำให้เกิดความสุขและลดความตึงเครียดที่มีอยู่

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ที่เกิดทั้งทางบวกและทางลบ ซึ่งล้วนเกิดจากสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดความต้องการที่จะทำให้เกิดความพอใจ

2.2 แนวคิดความพึงพอใจต่อการให้บริการ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการนักวิชาการได้กล่าวถึงความพึงพอใจต่อการให้บริการไว้ดังนี้

ความพึงพอใจต่อการให้บริการควรพิจารณาจากสิ่งต่างๆ ดังนี้ (กรองแก้ว โคตรภูเวียง, 2543, หน้า 56-57)

1. การให้บริการอย่างสม่ำเสมอภาค (Equity service) คือ การบริการที่มีความยุติธรรมเสมอภาคและเสมอหน้า

2. การบริการรวดเร็วต่อเวลา (Timely service) คือ การให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) คือ ความพึงพอใจในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service)

5. การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive service) คือ การพัฒนา งานบริการ ด้านปริมาณและคุณภาพ ให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อยๆ

ซีแธมล์ แอนด์เบอรี่ (Zeithaml & Berry, 1990, p.121) กล่าวว่า การบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติสำคัญต่าง ๆ เหล่านี้คือ

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ประกอบด้วย ความสม่ำเสมอ (Consistency) ความพึ่งพาได้ (Dependability)

2. การตอบสนอง (Responsive) ประกอบด้วย ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี

3. ความสามารถ (Competence) ประกอบด้วย สามารถในการให้บริการ สามารถในการสื่อสาร สามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ

4. การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบด้วย ผู้ใช้บริการรับบริการได้สะดวกขั้นตอนไม่ควรมากจนซับซ้อนเกินไป ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ใช้บริการ อยู่ในสถานที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้สะดวก

5. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ประกอบด้วย การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ ให้การต้อนรับที่เหมาะสม ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี

6. การสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วย

6.1 มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการ

6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ

7. ความซื่อสัตย์ คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ (Credibility) ซึ่งพิจารณาจาก ชื่อของบริษัท ชื่อเสียงของบริษัท ลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานที่ติดต่อกับลูกค้า เป็นต้น

8. ความมั่นคง (Security) ประกอบด้วย ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์

9. ความเข้าใจ (Understanding) ประกอบด้วย การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ การให้คำแนะนำ และเอาใจใส่แก่ผู้ใช้บริการ การให้ความสนใจแก่ผู้ใช้บริการ

10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) ประกอบด้วย การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับให้บริการ การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ การจัดบริการ สถานที่ให้สวยงาม สะอาด

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการ คือ ความพอใจหลังจากการได้รับบริการด้วยความเสมอภาคอย่างรวดเร็วและถูกต้อง วัสดุอุปกรณ์มีความพร้อมให้บริการ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างกระตือรือร้น ใช้งานจากสภาพอ่อนโยน

องค์ประกอบของความพึงพอใจในการให้บริการ ความพึงพอใจในการบริการที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการเป็นผลของการรับรู้และประเมินคุณภาพของบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับและสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงจากการบริการในแต่ละสถานการณการบริการหนึ่งซึ่งระดับของความพึงพอใจอาจไม่คงที่ ผันแปรไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันทั้งนี้ความพึงพอใจในการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545, หน้า 25-26) บริการจะประกอบ ด้วยองค์ประกอบ 2 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณลักษณะที่ได้รับมีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการบริการ แต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้่วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ใช้บริการตามบทบาทหน้าที่ และปฏิภิกิริยาการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการในด้านความรับผิดชอบต่องานการใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติตนในการให้บริการ

จะเห็นได้ว่าความพึงพอใจในการบริการเกิดจากการประเมินคุณค่าการรับรู้คุณภาพของการบริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการตามลักษณะของการบริการ และกระบวนการนำเสนอบริการให้วงจรของการให้บริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการซึ่งถ้าตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการหรือตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการตามองค์ประกอบดังกล่าวข้อมนำมาซึ่งความพึงพอใจในการบริการนั้นหากเป็นไปในทางตรงกันข้าม การรับรู้สิ่งที่ผู้รับบริการได้รับความจริงไม่ตรงกันกับการรับรู้สิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง ผู้บริการข้อมเกิดความไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์บริการและการนำเสนอบริการนั้นได้

วงจรการให้บริการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545, หน้า 41 - 42) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอนและองค์ประกอบเช่นเดียวกับกิจกรรมอื่น โดยเริ่มจากผู้รับบริการมีความต้องการการบริการ (ปัจจัยนำเข้า) และความต้องการนี้ จะเป็นแรงกระตุ้นให้

ผู้รับบริการแสวงหาการบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนได้ ดังนั้นจึงเกิดการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ ในการที่ผู้รับบริการจะแสดงความต้องการออกมาเพื่อที่ผู้ให้บริการเกิดการรับรู้ และมีการดำเนินการในอันที่จะสนองตอบความต้องการนั้น (กระบวนการให้บริการ) จนผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ (ปัจจัยนำออก) ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของ ผู้รับบริการ ซึ่งอาจเป็นทางบวกหรือลบก็ได้ ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้รับบริการ ที่ถูกตอบสนองจะเป็นไปตามความคาดหวังได้มากน้อยเพียงใด (ข้อมูลย้อนกลับ) โดยทั่วไปมักใช้เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของการบริการ ที่ต้องคำนึงถึงคุณลักษณะที่ผู้รับบริการคาดหวัง หากองค์กรใดตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพของการบริการ เพื่อใช้เป็นแรงจูงใจให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจและติดใจที่จะใช้บริการ จำเป็นต้องทำความเข้าใจกับผู้ปฏิบัติงานบริการทุกฝ่าย อีกทั้ง มีการพัฒนากลยุทธ์ ในการบริการตามแผนนโยบายการบริการที่วางไว้ และคำนึงถึงคุณลักษณะ ดังกล่าว 10 ประการดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545, หน้า 58)

1. ลักษณะของการบริการ (Appearance) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ ในการบริการ เช่น การใช้เครื่องมืออุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกต่าง ๆ เอกสารสิ่งพิมพ์หรือ สื่อต่าง ๆ ที่ใช้ติดต่อสื่อสาร เป็นต้น
2. ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการตามคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้อย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง
3. ความกระตือรือร้น (Responsiveness) หมายถึง การแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและพร้อมที่จะให้บริการทันทีทันใด
4. ความเชี่ยวชาญ (Competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ
5. ความมีอัธยาศัยอ่อนน้อม (Courtesy) หมายถึง ความมีไมตรีจิตที่สุภาพอ่อนน้อมเป็นกันเอง รู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริงใจ มีน้ำใจ และเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะผู้ปฏิบัติงานที่จะ ต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ
6. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นด้วยความซื่อตรงและซื่อสัตย์สุจริตของผู้ปฏิบัติงานบริการ
7. ความปลอดภัย (Security) หมายถึง สภาพที่ปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัยและปัญหาต่าง ๆ
8. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับบริการด้วยความสะดวกไม่ยุ่งยาก
9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์

และสื่อความหมายได้ชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและรับฟังผู้ใช้บริการ

10. ความเข้าใจลูกค้า (Understanding of customer) หมายถึง ความพยายามในการค้นหา และทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการให้ความสนใจตอบสนองความต้องการ ดังกล่าว

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการบริการเกิดขึ้นในกระบวนการบริการที่เป็นระบบระหว่าง ผู้ให้บริการและผู้รับบริการเป็นการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการ คาดหวัง

ชูวงศ์ ฉายะบุตร (2541, หน้า 13) กล่าวว่าความพึงพอใจของประชาชนเกิดขึ้นได้จาก องค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

1. ความถูกต้องของเอกสาร ผู้ให้บริการเขียนอย่างถูกต้อง ลายมือสวยงาม
2. ระยะเวลาการรอรับบริการ การลดขั้น ตอนให้่ง่ายใช้เวลา น้อยและการจัดลำดับ ก่อนหลัง อย่างยุติธรรม และให้บริการอย่างต่อเนื่องรวดเร็ว
3. ความสะดวกด้านประชาสัมพันธ์ ให้ประชาชนทราบว่าต้องนำหลักฐานใดมาบ้าง และมีป้ายบอกงานที่ชัดเจน
4. บุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ พุดจาไพเราะ อ่อนหวาน ยิ้มแย้มแจ่มใส
5. ความสะดวกจากอาคาร สถานที่ จัดที่นั่งรอ ช่องทางเดิน แสงสว่าง มีบริการน้ำดื่ม
6. วิธีปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ต้องมีความกระตือรือร้น

พิชาย สกุล (2537, หน้า 18) ได้เสนอปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องและเป็นสาเหตุที่ทำให้ ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจหรือไม่พอใจต่อการรับบริการ ประกอบด้วย

1. ตัวแปรด้านระบบการให้บริการ
2. ตัวแปรด้านกระบวนการให้บริการ
3. ตัวแปรด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

โดยที่ความพึงพอใจเกิดจากตัวแปรทั้งสามที่ปฏิสัมพันธ์ในเชิงภาพรวมและก่อความรู้สึกละ ะท้อนออกมา รายละเอียดของตัวแปร 3 ด้าน มีดังนี้

1. ตัวแปรด้านระบบการให้บริการ หมายถึง องค์ประกอบและโครงข่ายที่สัมพันธ์กัน ของกิจกรรมบริการต่าง ๆ ตัวชี้วัดสาเหตุด้านนี้ได้แก่

1.1 ความสะดวกในเงื่อนไขการขอรับบริการ ซึ่งจะดูความยากง่าย และความมาก น้อยของเงื่อนไข ที่จะทำให้เกิดสิทธิในการรับบริการ เช่น การทำบัตรประจำตัวผู้ป่วย จะต้อง มีเงื่อนไขอะไรบ้าง หรือการทำบัตรสงเคราะห์รักษาฟรี มีเงื่อนไขอะไรบ้าง เป็นต้น หากเงื่อนไข มีน้อยและทำง่าย โอกาสที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจก็มีสูง

1.2 ความทั่วถึงของบริการที่ให้จะพิจารณาปริมาณของบริการที่ให้นั้นมีความครอบคลุมพื้นที่และ/หรือกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ใต้อย่างทั่วถึง เช่น การทำบัตรสุขภาพของโรงพยาบาล ทำให้ครบทุกหมู่บ้านหรือไม่ เป็นต้น

1.3 การมีคุณค่าใช้สอยของบริการที่ได้รับ จะพิจารณาผลลัพธ์ของบริการ (outcome of service) ที่ถูกผลิตออกมาในขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินการนั้น ๆ ว่ามีคุณค่าใช้สอย หรือ ประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการมากน้อยเพียงใดเช่น การจ่ายยาในโรงพยาบาลคุณค่าผลลัพธ์ คือ ยาสามารถบรรเทาให้ทุเลาหรือหายจากโรคที่ควรหายได้

1.4 ความคุ้มค่าคุณธรรม ในราคาของระบบบริการที่ให้ หมายถึงความรู้สึที่เหมาะสม คุ้มค่าของจำนวนค่าใช้จ่ายที่เรียกเก็บ เช่น ค่าห้องของโรงพยาบาล ค่าถ่ายภาพรังสี เป็นต้น

1.5 ความก้าวหน้าและพัฒนาของระบบบริการ ที่ให้เมื่อเปรียบเทียบกับอดีตว่าดีขึ้น ในเชิงปริมาณ และคุณภาพมากน้อยขนาดไหน เช่น การนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในงานเวชระเบียน สามารถเก็บรักษาทะเบียนผู้รับบริการได้มากขึ้น ถูกต้องมากขึ้นและมีความรวดเร็วในการให้บริการมากขึ้น

2. ตัวแปรด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งก็คือ ขั้นตอนต่าง ๆ ของการบริการที่ต่อเนื่อง ตั้งแต่เริ่มต้นของทางเดินของงาน (Initial work flow) จนถึงขั้นสุดท้ายของทางเดินของงาน (Final flow) ตัวชี้วัดในเรื่องนี้ประกอบด้วย

2.1 ความสะดวกในการขอรับบริการ ได้แก่ความยากง่ายในการขอรับบริการ

2.2 ความรวดเร็วในขั้นตอนของการให้บริการ ได้แก่ ความมากน้อยของจำนวนขั้นตอนและความรวดเร็วของการดำเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ

2.3 ความสม่ำเสมอต่อเนื่องของการบริการที่ให้ ได้แก่ ความคงเส้นคงวา ของบริการ ที่ให้ชนิดต่อเนื่องตลอดเวลา

2.4 ความปลอดภัยของบริการที่ให้ ได้แก่ อันตรายที่เกิดจากกระบวนการให้บริการ

3. ตัวแปรด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ซึ่ง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงพยาบาล ตัวชี้วัดประกอบไปด้วย

3.1 ความเอาใจใส่ในงานของเจ้าหน้าที่ หมายถึงความสนใจและตั้งใจในงานบริการ

3.2 ความเสมอภาคของบริการที่ให้ หมายถึง การให้บริการต่อประชาชนผู้รับบริการ อย่างเท่าเทียมกัน

3.3 การมีบุคลิกท่าทีและมารยาทในการบริการ หมายถึงการแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง และคำพูดต่อผู้รับบริการ

3.4 ความซื่อสัตย์สุจริต ความซื่อสัตย์สุจริตของผู้ให้บริการ หมายถึง ความไว้วางใจเชื่อ

ใจได้ และตรงต่อหน้าที่ของการให้บริการ

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจจากการให้บริการขึ้นอยู่กับลักษณะการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการบุคคลอาจได้รับความพึงพอใจในการบริการแตกต่างกัน ซึ่งเป็นความรู้สึกที่แสดงออกมา เกิดขึ้นเมื่อได้รับในสิ่งที่ต้องการเป็นการประเมินความรู้สึกของผู้ใช้บริการต่อการจัดบริการเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

ปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อธุรกิจในอนาคตของลูกค้านั้นคือ คุณภาพการบริการที่ผู้ให้บริการหยิบยื่นและ ส่งมอบความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า เพื่อสร้างผลลัพธ์จากการส่งมอบบริการที่ดีให้ลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจและก่อให้เกิดความสัมพันธภาพที่ดีแก่ลูกค้า รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเหล่านี้กลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการกันอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการสร้างฐานให้ลูกค้ามีความสัมพันธ์ในระยะยาว และก่อให้เกิดความจงรักภักดีกับสินค้าหรือบริการของเราตลอดไป

การบริการ (Service) หมายถึง สิ่งที่ผู้ให้บริการหรือผู้ขายทำการส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ หรือผู้ซื้อที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการไปแล้วเกิดความประทับใจกับสิ่งเหล่านั้น ซึ่งสามารถแบ่งระดับความสำคัญของการบริการได้อยู่ 2 ระดับดังนี้

ระดับแรก ความสำคัญที่มีต่อตัวผู้รับบริการ(ลูกค้า) คือ จะทำให้ลูกค้าการได้รับบริการที่ดี จะทำให้ผู้รับบริการมีความสุข มีความพึงพอใจ และมีความระลึกถึงในการที่จะมาขอรับบริการในครั้งต่อไป

ระดับที่สอง ความสำคัญในด้านผู้ให้บริการทำให้กิจการสามารถรักษาลูกค้าเดิม การให้บริการเพื่อจะรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้เป็นลูกค้าประจำหรือลูกค้าที่มีความจงรักภักดี และนอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มลูกค้าใหม่ ผู้ให้บริการต้องพยายามกระทำทุกวิถีทางที่จะเพิ่มลูกค้าใหม่เพราะเป็นการสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่หน่วยงานด้วย มีจำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นเป็นตัวชี้วัด

ดังนั้น การสร้างคุณภาพการบริการที่เป็นเลิศจึงต้องอาศัยความละเอียดอ่อนที่จะส่งมอบความประทับใจจากการให้บริการแก่เพื่อทำให้การบริการขององค์กรมีความเป็นเลิศในการสร้างคุณภาพและคุณค่าให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค โดยประกอบด้วย

1. คุณภาพการบริการ (Service quality) เป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากงานบริการมีความไม่แน่นอนในการผลิตงานออกมาให้ได้มาตรฐาน ทั้งนี้เพราะงานบริการส่วนมากเป็นสิ่งที่จับต้องได้ยาก ไม่สามารถจัดเก็บไว้ได้ต้องทำการผลิตขณะที่ถูกนำมาซื้อบริการ ดังนั้นในขณะที่ลูกค้ามาซื้อบริการและมีการส่งมอบบริการนั้นจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดและทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่พอใจ ดังนั้นการพัฒนาคุณภาพบริการจะเกิดขึ้นจากข้อผิดพลาดระหว่างความคาดหวังของ

ผู้ใช้บริการและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง จากผู้ให้บริการเพื่อเป็นการปิดกั้นช่องว่างดังกล่าว และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในที่สุด ความคาดหวังของลูกค้าจะมีบทบาทสำคัญมาก เพราะคุณภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ คือ คุณภาพที่ลูกค้าได้รับจากการใช้บริการเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ ตามหลักทฤษฎีการคาดหวังของลูกค้า (Customer expectations) นั้นเกิดจากปัจจัยที่สำคัญดังต่อไปนี้ 1) ประสบการณ์ของลูกค้าในการใช้บริการที่ผ่านมาในอดีต 2) ข้อมูลที่ได้รับจากคำบอกเล่าของเพื่อน 3) การศึกษาข้อมูลจากคู่แข่ง 4) การโฆษณาของกิจการเอง และ 5) ความต้องการส่วนตัว

2. ระดับคุณภาพการบริการในการซื้อสินค้าบริการแต่ละครั้งลูกค้ามักจะไม่สามารถจับต้องตัวสินค้าบริการได้อย่างแท้จริง ดังนั้นลูกค้ามักจะใช้เกณฑ์ในการวัดระดับคุณภาพการบริการก่อนการตัดสินใจซื้อบริการ 5 ข้อหลักดังนี้

2.1 ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ควรให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้และตรงต่อเวลา

2.2 การให้ความมั่นใจ โดยผู้ให้บริการต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจโดยปราศจากความเสียหาย ตลอดจนแสดงความสามารถที่ทำให้เกิดความเชื่อใจได้ในตัวผู้ให้บริการ ดังนี้

2.3 การตอบสนองลูกค้า การตอบสนองต้องมีความตั้งใจและเต็มใจให้บริการเพื่อแสดงถึงการเอาใจใส่ในงานบริการอย่างเต็มที่ ได้แก่ การให้บริการอย่างรวดเร็ว มีความยินดีที่ให้บริการเสมอ และมีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อลูกค้าต้องการ

2.4 การดูแลเอาใจใส่ โดยการจัดเตรียมดูแลงานทั้งก่อนการขาย ระหว่างขาย และหลังการขาย

2.5 รูปลักษณ์ คือความมีรูปลักษณ์ขององค์กรและผู้ให้บริการ ได้แก่ อุปกรณ์ทันสมัย เทคโนโลยีสูง ความสวยงามของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้บริการ มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ และความสะอาดที่ให้บริการทั้งองค์กร และผู้ให้บริการ

3. คุณค่าการบริการที่ส่งมอบแก่ลูกค้า ซึ่งจากแนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่ได้เน้นความสำคัญไปยังความสำคัญที่มีให้แก่ลูกค้ามากขึ้น โดยยึดหลักการทำการตลาดแบบ Outside-in คือการเน้นหาความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก และตอบสนองความต้องการนั้น ดังนั้นในธุรกิจบริการจึงมีเป้าหมายของการบริการที่เป็นเลิศโดยให้ความสำคัญกับคุณค่าของสัมพันธภาพมากกว่าค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เพื่อหวังกำไรจากลูกค้าได้ในระยะยาว (CRM) โดยทำความเข้าใจกับลูกค้าว่าลูกค้ามีความต้องการอะไร เพราะในปัจจุบันนี้ลูกค้าไม่ได้ซื้อสินค้าหรือบริการอย่างเดียวแต่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการนั้น

4. ความเป็นเลิศในงานบริการขององค์กร การพัฒนาบุคลากรมีความจำเป็นต่อวิชาชีพ การบริการ เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของบุคลากรหน่วยงานหรือองค์กร ดังนั้นการบริการที่ดีจะเกิดขึ้นจาก ตัวบุคคล โดยอาศัยทักษะ ประสบการณ์ เทคนิค ต่าง ๆ ที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ และอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ประกอบด้วย

4.1 ต้องมีจิตใจรักในงานด้านบริการ (Service mind) ผู้ให้บริการต้องมีความสมัครใจ หุ้มเท้างแรงกายและแรงใจ มีความเสียสละ ผู้ที่จะปฏิบัติหน้าที่ได้ต้องมีใจรักและชอบในงานบริการ มีความหมายดังนี้ 1) ต้องมีรอยยิ้ม (Smile : S) 2) ความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า (Enthusiasm : E) 3) มีความรับผิดชอบในหน้าที่ที่มีต่อลูกค้า (Responsiveness : R) 4) ให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณค่า (Value : V) 5) ให้บริการอย่างประทับใจ (Impression : I) 6) บริการลูกค้าอย่างสุภาพอ่อนโยน (Courtesy : C) 7) ความอดทนการเก็บอารมณ์ (Endurance : E) 8) มีความเชื่อ (Make believe : M) 9) การยอมรับ (Insist : I) 10) การให้ความสำคัญ (Necessitate : N) และ 11) การอุทิศตน (Devote : D)

4.2 ต้องมีความรู้ในงานที่ให้บริการ (Knowledge) ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ในงานที่ตนรับผิดชอบที่สามารถตอบข้อซักถามจากผู้รับบริการได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ในเรื่องของสินค้าที่นำเสนอ ประวัติองค์กร ระเบียบ นโยบายและวิธีการต่าง ๆ ในองค์กร เพื่อมิให้เกิดความผิดพลาด เสียหาย และต้องขวนขวายหาความรู้จากเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

4.3 มีความช่างสังเกต (Observe) ผู้ทำงานบริการจะต้องมีลักษณะเฉพาะตัวเป็นคนมีความช่างสังเกต เพราะหากมีการรับรู้ว่าการบริการอย่างไรจึงจะเป็นที่พอใจของผู้รับบริการก็จะพยายามนำมาคิดสร้างสรรค์ ให้เกิดบริการ ที่ดียิ่งขึ้น เกิดความพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรือผู้รับบริการได้ มากยิ่งขึ้น

4.4 ต้องมีความกระตือรือร้น (Enthusiasm) พฤติกรรมความกระตือรือร้น จะแสดงถึงความมีจิตใจในการต้อนรับ ให้ช่วยเหลือแสดงความห่วงใย จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี ในการช่วยเหลือผู้รับบริการ

4.5 ต้องมีกิริยาวาจาสุภาพ (Manner) กิริยาวาจาเป็นสิ่งที่แสดงออกจากความคิด ความรู้สึก และส่งผลให้เกิดบุคลิกภาพที่ดี ดังนั้นเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความสบายใจที่จะติดต่อขอรับบริการ

4.6 ต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creative) ผู้ให้บริการควรมีความคิดใหม่ ๆ ไม่ควรยึดติดกับประสบการณ์หรือบริการที่ทำอยู่ เคยปฏิบัติมาอย่างไรก็ทำไปอย่างนั้น ไม่มีการปรับเปลี่ยนวิธีการให้บริการจึงควรมีความคิดใหม่ ๆ ในการปฏิรูประบบงานบริการได้ดี

4.7 ต้องสามารถควบคุมอารมณ์ได้ (Emotional control) งานบริการเป็นงานที่ให้ความช่วยเหลือจากผู้อื่น ต้องพบปะผู้คนมากมายหลายชนชั้น มีการศึกษาที่ต่างกัน ดังนั้น กิริยามารยาทจากผู้รับบริการจะแตกต่างกัน เมื่อผู้รับบริการไม่ได้ตั้งใจ อาจจะถูกตำหนิ พุดจา ก้าวร้าว กิริยามารยาทไม่ดี ซึ่งผู้ให้บริการต้องสามารถควบคุมสติอารมณ์ได้เป็นอย่างดี

4.8 ต้องมีสติในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น (Calmness) ผู้รับบริการส่วนใหญ่จะติดต่อขอความช่วยเหลือตามปกติ แต่บางกรณีลูกค้าที่มีปัญหาเร่งด่วน ผู้ให้บริการจะต้องสามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุและคิดหาวิธีในการแก้ไขปัญหาอย่างมีสติ อาจจะเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดจากหลายทางเลือกในการให้บริการแก่ลูกค้า

4.9 มีทัศนคติต่องานบริการดี (Attitude) การบริการเป็นการช่วยเหลือ ผู้ทำงานบริการเป็นผู้ให้ จึงต้องมีความคิดความรู้สึกต่องานบริการในทางที่ชอบ และเต็มใจที่จะให้บริการ ถ้าผู้ใดมีความคิดความรู้สึกไม่ชอบงานบริการ แม้จะพอใจในการรับบริการจากผู้อื่น ก็ไม่อาจจะทำงานบริการให้เป็นผลดีได้ ถ้าบุคคลใดมีทัศนคติต่องานบริการดี ก็จะให้ความสำคัญต่องานบริการ และปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ เป็นผลให้งานบริการมีคุณค่าและนำไปสู่ความเป็นเลิศ

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

ดังนั้นเพื่อคุณภาพและคุณค่าในงานบริการ ทุกฝ่ายจะต้องให้ความร่วมมือกันเพื่อทำให้บรรลุลวัตถุประสงค์ ได้รับผลประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ลูกค้าพอใจองค์กรก็อยู่รอด

กชกร กลมกล่อม (2549, หน้า 22) กล่าวว่า ลักษณะของงานบริการ มีดังนี้

1. งานบริการเป็นงานที่มีการผลิต และการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมกัน คือ ไม่อาจกำหนดความต้องการแน่นอนได้ ขึ้นอยู่กับผู้ใช้บริการว่าต้องการเมื่อใด และต้องการอะไร

2. งานบริการเป็นงานที่ไม่อาจกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าได้ การมาใช้บริการหรือ ไม่ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของผู้ใช้บริการ การกำหนดปริมาณงานล่วงหน้า จึงไม่อาจทำได้ นอกจากการคาดคะเนความน่าจะเป็นเท่านั้น

3. งานบริการที่เป็นงานที่ไม่มีตัวสินค้า ไม่มีผลิต สิ่งที่ใช้บริการจะได้คือ ความพึงพอใจ ความรู้สึกคุณค่าที่ได้มาใช้บริการ ดังนั้นคุณภาพของงานบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญ

4. งานบริการเป็นงานที่ต้องตอบสนองในทันทีที่ผู้ใช้บริการต้องการให้ลงมือปฏิบัติในทันที ดังนั้น ผู้ให้บริการจะต้องพร้อมตลอดเวลา และเมื่อวันเวลาใดก็จะต้องตรงกำหนดนัด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545, หน้า 145) ได้กล่าวว่าคุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งสำคัญ สิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ การให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือคู่แข่งขึ้น โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ เมื่อเขามีความต้องการ ณ สถานที่ที่เขาต้องการ ในรูปแบบที่เขาต้องการ นักการตลาดต้องการทำการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้าทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตาม ลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการ

1. การเข้าถึงลูกค้า บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้าไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งอันเหมาะสมแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า
2. การติดต่อสื่อสาร มีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย เช่น ป้ายบอกวิธีการใช้โทรศัพท์สาธารณะสำหรับผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ เป็นรูปแบบซึ่งแม้ผู้ที่ไม่สามารถอ่านหนังสือได้หรือชาวต่างชาติก็สามารถรู้วิธีใช้ได้
3. ความสามารถ บุคลากรหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการ ต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงานหรือทำงานโดยไม่มีข้อผิดพลาด
4. ความมีน้ำใจ บุคลากรหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการ ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจรรย์ญาณ หรือสามารถตรวจสอบข้อผิดพลาดจากการสั่งการของลูกค้าและแจ้งให้ทราบโดยชัดเจน
5. ความน่าเชื่อถือบริษัท บุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า การคิดค่าบริการถูกต้อง
6. ความไว้วางใจ บริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอ และถูกต้อง
7. การตอบสนองลูกค้า พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
8. ความปลอดภัย บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ
9. การสร้างการบริการให้เป็นที่รู้จัก บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนคุณภาพของบริการดังกล่าวได้
10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า พนักงานหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการต้องได้รับการออกแบบเพื่อพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการสาธารณะ

การให้บริการสาธารณะตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Public Service Delivery” และได้มีวิวัฒนาการมาตั้งแต่สมัยมัธยมรวมกันอยู่เป็นประเทศ แต่ละประเทศก็มีลักษณะของบริการสาธารณะที่แตกต่างกันตามความเหมาะสม ซึ่งบริการสาธารณะที่จัดทำขึ้นส่วนใหญ่จะมาจากฝ่ายปกครองและอาจจะถือได้ว่าเป็นหน้าที่ที่สำคัญยิ่งในการบริหารงานของภาครัฐ โดยเฉพาะในลักษณะงานที่ต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับประชาชนโดยตรง โดยหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีหน้าที่ในการส่งต่อการบริการให้แก่ผู้รับบริการ มีนักวิชาการให้แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการที่ขอนำมากล่าวพอสังเขปดังนี้

เทพศักดิ์ บุญรัตพันธ์ (2536, หน้า 13) ได้ให้ความหมายของการให้บริการสาธารณะว่า หมายถึง การที่บุคคลกลุ่มบุคคลหรือหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสาธารณะ ซึ่งอาจจะป็นของรัฐหรือเอกชน มีหน้าที่การส่งต่อการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน โดยส่วนรวมการให้บริการสาธารณะที่เป็นระบบ “ระบบ” มีองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ส่วน คือ 1) สถานที่และบุคคลที่ให้บริการ 2) ปัจจัยนำเข้าหรือทรัพยากร 3) กระบวนการและกิจกรรม 4) ผลผลิตหรือตัวบริการ 5) ช่องทางการให้บริการและ 6) ผลกระทบที่มีต่อผู้รับบริการ

ปฐม มณีโรจน์ (2543, หน้า 21) ได้พิจารณาถึงการบริการในฐานะที่เป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่มีอำนาจกระทำเพื่อตอบสนองต่อความต้องการเพื่อให้เกิดความพอใจดังกล่าวจะเห็นได้ว่าเป็นการพิจารณาระบบให้การให้บริการว่า

ประกอบไปด้วย 2 ฝ่าย คือ ผู้บริการ (Providers) และผู้รับบริการ (Recipients) โดย ฝ่ายแรกมีหน้าที่ที่ต้องให้บริการเพื่อให้ฝ่ายหลังเกิดความพึงพอใจ

ประยูร การญจนกุล (2552, หน้า 199-121) ได้กล่าวถึงแนวคิดของการให้บริการสาธารณะว่ามีอยู่ 5 ประการ ที่สำคัญคือ

1. บริการสาธารณะเป็นกิจกรรมที่อยู่ในความอำนาจการหรือในความควบคุมของฝ่ายปกครอง
2. บริการสาธารณะมีวัตถุประสงค์ในการสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน
3. การจัดระเบียบ และวิธีดำเนินบริการสาธารณะยอมจะแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้เสมอเพื่อให้เหมาะสมแก่ความจำเป็นแห่งกาลสมัย
4. บริการสาธารณะจะต้องจัดดำเนินการอยู่เป็นนิจและโดยสม่ำเสมอไม่มีการหยุดชะงัก ถ้าบริการสาธารณะจะต้องหยุดชะงักลงด้วยประการใด ๆ ประชาชนย่อมได้รับความเดือดร้อนหรือได้รับความเสียหาย

5. เอกชนยอมมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์จากบริการสาธารณะเท่าเทียมกัน จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นถึงแม้ว่าจะมองแนวคิดของการให้บริการสาธารณะ

จำกัดขอบเขตอยู่เพียงหน้าที่ของฝ่ายปกครองซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐเท่านั้นแต่เมื่อพิจารณาในแง่ของวัตถุประสงค์แล้ว อาจกล่าวได้ว่าค่อนข้างจะครอบคลุม กล่าวคือ เป็นการมองว่าการให้บริการสาธารณะมีวัตถุประสงค์เพื่อสนองต่อความต้องการส่วนรวมของประชาชนมิใช่เพียงบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น นอกจากนี้คุณค่าที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ การเน้นหลักการการให้บริการสาธารณะอันได้แก่ ความต่อเนื่องและความยุติธรรมในการให้บริการสาธารณะ ซึ่งหลักการทั้งสองนี้ได้ถูกนำไปใช้ในการวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการด้วยเช่นกัน

เวอร์มา (Verma, 1986, p.21) พิจารณาระบบการให้บริการว่า หมายถึง กระบวนการการให้บริการซึ่งมี ลักษณะที่เคลื่อนไหวเป็นพลวัตร โดยระบบการให้บริการที่ดีจะเกิดขึ้นได้เมื่อหน่วยงานที่รับผิดชอบใช้ทรัพยากร และผลิตการบริการได้เป็นไปตามแผนงานและการเข้าถึงการรับบริการ จากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่าเป็นการพิจารณาโดยใช้แนวคิดเชิง ระบบ (System approach) ที่มีหน่วยงานที่ให้บริการใช้ปัจจัยนำเข้า (Input) เข้าสู่กระบวนการการผลิต (Process) และออกมาเป็นผลผลิตการบริการ (Output) โดยทั้งหมดจะต้องเป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้ ดังนั้นการประเมินผลจะช่วยให้ทราบถึงผลผลิต หรือการบริการที่เกิดขึ้นว่ามีลักษณะเป็นเช่นไร ซึ่งจะเป็นข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) เป็นปัจจัยนำเข้าต่อไป ด้วยเหตุนี้ระบบการให้บริการสาธารณะลักษณะที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

อิน จุง วัง (In - Jounng Wang, 1986, pp. 104-105) มองระบบการให้บริการว่าเป็นการเคลื่อนย้ายเรื่องที่ให้บริการจากชุดหนึ่งไปยังอีกชุดหนึ่ง เพื่อให้เป็นไปตามที่ต้องการ ด้วยเหตุนี้ทำให้เขามองการบริการว่ามี 4 ปัจจัยที่สำคัญ คือ 1) ตัวบริการ (Service) 2) แหล่งหรือสถานที่ที่ให้บริการ (Sources) 3) ช่องทางในการให้บริการ (Channels) และ 4) ผู้รับบริการ (Client groups) จากปัจจัยทั้งหมดดังกล่าวเขาจึงให้ความหมายของระบบการให้บริการว่าเป็นระบบที่ มีการเคลื่อนย้ายบริการอย่างคล่องตัวผ่านช่องทางที่เหมาะสม มาจากแหล่งให้บริการที่มีคุณภาพไปยังผู้รับบริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้

กิลเบิร์ต และ เบอิร์กเฮด (Gillbert & Birkhead) (อ้างถึงใน สำนักงานนโยบายและแผน กรุงเทพมหานคร, 2538, หน้า 76) ได้มองว่าการให้บริการสาธารณะมี 4 องค์ ประกอบที่สำคัญ คือ 1) ปัจจัยนำเข้า (Input) หรือทรัพยากรอันได้แก่ บุคลากร ค่าใช้จ่าย อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก 2) กิจกรรม (Activities) หรือกระบวนการ (Process) ซึ่งหมายถึง วิธีการที่จะใช้ทรัพยากร 3) ผล (Results) หรือผลผลิต (Outputs) ซึ่งหมายถึงสิ่งที่เกิดขึ้นหลังจากมีการใช้ทรัพยากร และ 4) ความคิดเห็น (Opinions) ต่อผลกระทบ (Impacts) ซึ่งหมายถึง ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อ

บริการ ความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่าเป็นการพิจารณาโดยใช้แนวคิดเชิงระบบที่มีการมองว่าหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการนำปัจจัยนำเข้าเข้าสู่กระบวนการผลิตและออกมาเป็นผลผลิตหรือการบริการ เช่นเดียวกับแนวคิดของ บี เอ็มเวอร์มา จากความหมายที่กล่าวมามีประเด็นสำคัญ คือ การมองในแง่ของผลกระทบที่เกิดขึ้นหลังการให้บริการ ซึ่งสามารถวัดได้จากความคิดเห็นหรือทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อระบบการให้บริการ

การบริการประชาชนเป็นการให้บริการสาธารณะประเภทหนึ่ง ถ้าหากการจัดระบบการบริหารงานดีก็จะส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพ

เคทซ์และเบรนด้า (Katz & Branda, 1973, p. 19) ได้เสนอหลักการพื้นฐานของการให้บริการสาธารณะดังนี้

1. การปฏิบัติแบบเฉพาะเจาะจง (Specificity)
2. ความเสมอภาคเท่าเทียมกัน (Universalism) ถึงหมายถึงการให้บริการประชาชนจะต้องไม่เลือกปฏิบัติ
3. การวางตัวเป็นกลาง (Affective neutrality) เป็นการให้บริการโดยไม่ใช้อารมณ์บริการด้วยกริยาท่าทาง นำเสียงที่สุภาพ

ในประเทศไทยคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2541 กำหนดให้ปี พ.ศ. 2542-2544 เป็นปีแห่งการส่งเสริมการบริการประชาชนของรัฐ อีกทั้งข้อกำหนดในรัฐธรรมนูญฉบับปี พ.ศ. 2540 และนโยบายของรัฐบาลที่ประกาศให้มีการปฏิรูประบบราชการและระบบการทำงานของหน่วยงานของรัฐ มีเป้าหมายให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมให้มากที่สุด ดังนั้นเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามนโยบาย จึงต้องปรับเปลี่ยนบทบาทของผู้ปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการของรัฐในทุกด้าน เพื่อให้ประชาชนได้รับ บริการอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง เป็นประโยชน์ โดยการปรับปรุงขั้นตอนการบริการ มีระบบการบริหารงานที่โปร่งใสและตรวจสอบได้ในทุกสาขาอาชีพ ดังนั้นการประเมินประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะ จึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงระบบการทำงานและเพิ่มคุณภาพการให้บริการของรัฐ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (พงศ์สัมพันธ์ ศรีสมทรัพย์ และปิยะนุช เงินคล้าย, 2545, หน้า 361-362)

สรุปได้ว่าระบบการให้บริการสาธารณะ เจ้าหน้าที่ต้องประพฤติและปฏิบัติให้มีความเชื่อถือว่าไว้วางใจที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการการมีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการให้บริการ การมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี มีการสื่อสารข้อมูลข่าวสารและขั้นตอนของการให้บริการ มีความน่าเชื่อถือในเรื่องของความซื่อสัตย์ ความจริงใจ มีความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีความเข้าใจและมีความเสมอภาคในการให้การบริการมีความสนใจและให้

ความสำคัญต่อผู้ใช้บริการ มีการให้คำแนะนำเอาใจใส่ผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอและมีบุคลากรที่มีคุณภาพ

2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจได้มีการศึกษามาตั้งแต่ช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 1 โดยเกิดขึ้นในอังกฤษ ยุโรป รวมทั้งในสหรัฐอเมริกา ซึ่งเรื่องที่สำคัญที่นิยมนศึกษาได้แก่ การมุ่งตอบคำถามที่ว่าทำอะไรจึงจะเอาชนะความจำเจและความน่าเบื่อของงานและช่วงต้นศตวรรษที่ 20 มีการเสนอแนะเกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจ โดยการจ่ายค่าจ้างการทำงานเป็นรายชิ้นและมีช่วงเวลาในการพักจากการทำงาน การทำให้งานมีความแตกต่างหลากหลายกันออกไป เน้นการสร้างการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เป็นต้น ซึ่งการศึกษาความพึงพอใจจะได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น จนถึงปัจจุบันจากการสำรวจถึงแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของสจิวท ออสแคมป์ พบว่าความพึงพอใจมีความหมายอยู่ใน 3 นัย คือ (นฤมล บัวจันทร์, 2551, หน้า 59)

ก 1. ความพึงพอใจ หมายถึงสภาวะการณ์ที่ผลปฏิบัติจริงได้เป็นไปตามที่บุคคลได้คาดหวังไว้

2. ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับของความสำเร็จที่เป็นไปตามความต้องการ

3. ความพึงพอใจ หมายถึง การทำงานได้เป็นไปตามหรือตอบสนองต่อคุณค่าของบุคคล

จากความหมาย 3 นัย ได้นำไปสู่การพัฒนาทฤษฎีว่าด้วยความพึงพอใจ ต่องาน 3 ทฤษฎีที่สำคัญ คือ นัยแรกอยู่ในกลุ่มทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theories) นัยที่ 2 อยู่ในกลุ่มทฤษฎีความต้องการ (Need Theories) และนัยที่ 3 จัดอยู่ในกลุ่มทฤษฎีคุณค่า (Value Theories) ดังนั้นเมื่อพิจารณาประกอบกับองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการให้บริการดังกล่าวข้างต้นแล้ว อาจกล่าวได้ว่า การวัดความพึงพอใจในการให้บริการสามารถวัดได้ในเรื่องของการตอบสนองต่อความต้องการของคนส่วนรวม

กลุ่มทฤษฎีความพึงพอใจส่วนใหญ่จะเน้นเนื้อหาของกรจูงใจ (Content Theory of Motivation) ซึ่งเป็นกลุ่มทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นความต้องการทางร่างกายหรือความต้องการทางด้านจิตใจ โดยนักทฤษฎีในกลุ่มนี้เชื่อว่า ความต้องการเหล่านี้จะเป็นพลังผลักดันให้มนุษย์เกิดพฤติกรรม หรือกล่าวได้ว่าพฤติกรรมเหล่านี้จะเกิดขึ้นเมื่อเขาได้รับความพึงพอใจตามความต้องการ ซึ่งมนุษย์แต่ละคนก็จะมี ความแตกต่างกันในเรื่องความต้องการ ค่านิยม ทักษะคติ ตลอดจนความเชื่อและความไม่แน่นอนของความต้องการของมนุษย์ สำหรับทฤษฎีในกลุ่มนี้ที่จะกล่าวถึงคือ กลุ่มทฤษฎีที่เน้นกระบวนการของการจูงใจ (Process Theory of Motivation) ทฤษฎีกลุ่มนี้เชื่อว่ามนุษย์จะต้องตัดสินใจผ่านทางกระบวนการความคิดในการแสดงพฤติกรรมออกมา โดยทฤษฎีในกลุ่มนี้จำแนกออกเป็น 6 ทฤษฎี ได้แก่

1. ทฤษฎีความคาดหวังของวรูม และการปฏิบัติ (The Vroom Theory and Practice) (Vroom, 1984, p. 99) สิ่งที่น่าสนใจของทฤษฎีนี้ก็คือการระลึกถึงความสำคัญของความต้องการเฉพาะบุคคลและการจูงใจ โดยหลีกเลี่ยงลักษณะของทฤษฎีมาสโลว์ และเฮอรัชเบิร์กที่เหมาะสม และมีความเข้าใจกันกับวัตถุประสงค์ แต่ละบุคคลจะมีเป้าหมายส่วนตัวที่แตกต่างจากเป้าหมายขององค์กร แต่สามารถเข้ากันได้ นอกจากนี้ทฤษฎีวรูมยังสอดคล้องกับหลักการจัดการโดยวัตถุประสงค์ (MBO) โดยวรูม (Vroom) (อ้างอิงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2545, หน้า 319) เชื่อว่าบุคคลจะได้รับการกระตุ้นให้กระทำการซึ่งสามารถบรรลุเป้าหมาย และมองเห็นว่าจะช่วยให้บรรลุเป้าหมายได้ ซึ่งทฤษฎีของวรูมเป็นการจูงใจบุคคลซึ่งมีต่อสิ่งมีคุณค่าในผลลัพธ์จากการใช้ความพยายาม (อาจจะเป็นส่วนบวกหรือด้านลบ) คุณด้วยความเชื่อมั่น (ความคาดหวัง) จากการใช้ความพยายามเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่ง วรูม ระบุว่า การจูงใจเป็นสิ่งมีค่า ซึ่งแต่ละบุคคลกำหนดเป้าหมายและโอกาสเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้นทฤษฎีวรูม เป็นไปตามสมการ คือ อำนาจ (Force) = คุณค่าความพอใจในผลลัพธ์ (Valence) X ความคาดหวัง (Expectancy) ของการจูงใจบุคคลในผลลัพธ์ ความคาดหวัง (Expectancy) เป็นความน่าจะเป็นสำหรับการกระทำเฉพาะอย่าง ซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ เมื่อบุคคลมีเป้าหมายเฉพาะอย่างไม่แตกต่าง คุณค่าความพอใจในผลลัพธ์เท่ากับศูนย์ มีผลลัพธ์เป็นลบเมื่อบุคคลไม่สามารถบรรลุเป้าหมายได้ ผลลัพธ์ก็คือไม่มีการจูงใจ นอกจากนี้บุคคลจะไม่มีอาการจูงใจให้บรรลุเป้าหมาย ถ้าความคาดหวังเป็นศูนย์หรือติดลบ อำนาจในการกระทำบางสิ่งขึ้นอยู่กับทั้งคุณค่าความพอใจ ในผลลัพธ์และความคาดหวัง โดยจุดแข็งของทฤษฎีวรูม ก็เป็นจุดอ่อนด้วยเช่นกัน จากข้อสมมติฐานที่ว่า การรับรู้ถึงค่านิยมจะแตกต่างกันในเวลาและสถานที่ที่แตกต่างกัน จากความคิดว่างานของผู้บริหารคือ การออกแบบสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน และการศึกษาความแตกต่างในแต่ละสถานการณ์ ทฤษฎีนี้ค่อนข้างยากสำหรับการนำไปปฏิบัติ ส่วนความถูกต้องด้านเหตุผลของทฤษฎี วรูมระบุว่า การจูงใจมีความสลับซับซ้อนมากกว่าทฤษฎีของมาสโลว์และเฮอรัชเบิร์ก

2. ทฤษฎีของพอร์เตอร์ และลอว์เลอร์ (Porter & Lawler) เชื่อว่า ความพึงพอใจถูกกำหนดโดยการรับรู้ของพนักงานว่าเขาเหมาะสมกับงานเพียงใด และการรับรู้ว่าเขาได้ทำงานนั้นดีเพียงใด โดยในโมเดลได้ระบุว่า ความพยายาม ขึ้นกับมูลค่าของรางวัลบวกกับพลังงานของบุคคล และความน่าจะเป็นของการได้รับรางวัลความพยายามที่จะรับรู้และความน่าจะเป็นในการได้รับรางวัล การได้รับอำนาจจากการทำงานที่แท้จริง จากการเก็บข้อมูลของการทำงานที่แท้จริง ถ้าบุคคลทราบว่าเขาจะทำงาน หรือถ้าเขาทำงานจะมีความพอใจจากการใช้ความพยายามและทราบถึงความน่าจะเป็นในการได้รับรางวัล ซึ่งการทำงานที่เป็นจริง (การทำงานหรือการบรรลุเป้าหมาย) เป็นการพิจารณาโดยใช้หลักความพยายาม โดยได้รับอำนาจจากความสามารถเฉพาะตัว เป็นขอบเขตซึ่งระบุ

เข้าใจเป้าหมายกิจกรรมที่ต้องการและส่วนต่างๆ ของงาน การทำงานนำไปสู่รางวัล ก่อให้เกิดความรู้สึกประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิตและเป็นรางวัลที่ไม่มีตัวตน เช่น สภาพการทำงานและสถานะ รางวัลเหล่านี้จะช่วยให้บุคคลมองเห็นความเป็นไปได้ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจ รางวัลที่เหมาะสมกับความพยายามจะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของแต่ละบุคคล ตลอดจนมูลค่าของรางวัลที่แท้จริง จะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้วย ซึ่งการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติโมเดลการจูงใจของพอร์เตอร์ และลอว์เลอร์มีความสลับซับซ้อนมากกว่าทฤษฎีการจูงใจอื่นในทางปฏิบัติไม่ใช่เรื่องง่ายที่ผู้บริหารจะนำโมเดลนี้ไปใช้เพราะผู้บริหารจะต้องระมัดระวังในการประเมินโครงสร้างรางวัล โดยใช้ในการวางแผนการจัดการโดยวัตถุประสงค์ (MBO) และกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบให้ชัดเจน โดยมีโครงสร้างองค์การที่ดี มีการจัดระบบความพึงพอใจ จากการให้รางวัลจากการปฏิบัติงานและพยายามโดยมีการประสมประสานในระบบการจัดการ

3. ทฤษฎีความเสมอภาคของเฟสทิงเกอร์ เป็นทฤษฎีการจูงใจโดยถือเกณฑ์ความคิดที่ว่าบุคคลต้องการความยุติธรรมเมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลอื่น โดยเน้นเรื่องของความพึงพอใจหรือเป็นทฤษฎีของเจ เอส อัดัม (J.S. Adam) ที่ว่าบุคคลมีความต้องการที่จะแสวงหาค่าและแสวงหาความยุติธรรมระหว่างนายจ้างและพนักงาน หรือเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการใช้วิจารณญาณของบุคคลกับความยุติธรรมของของรางวัลโดยเปรียบเทียบกับปัจจัยนำเข้าและรางวัล

4. ทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Need Hierarchy Theory) ซึ่งได้สรุปว่าคนทุกคนพยายามสนองความต้องการพื้นฐานของตน 5 ลำดับ โดยจะบำบัด ความต้องการในระดับต่ำสุดที่เป็นพื้นฐานก่อน หลังจากนั้นจึงแสวงหาทางบำบัดความต้องการระดับสูงต่อไปเรื่อยๆ และคนทุกคนมีความต้องการ และความต้องการจะมีอยู่ตลอดเวลาไม่สิ้นสุด ความต้องการดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

4.1 ความต้องการทางร่างกาย (Psychological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่มนุษย์จำเป็นต้องหาทางบำบัดเพื่อความอยู่รอดต่อไป เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ ปัจจัยสี่ เป็นต้น หลังจากมีการตอบสนองทางด้านร่างกายแล้ว มนุษย์จะแสวงหาความต้องการในลำดับขั้นต่อไป

4.2 ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (Safety and security needs) เป็นความต้องการที่ปรารถนาที่จะให้ตนเองได้รับการปกป้องพิทักษ์ เพื่อให้ความปลอดภัยและมั่นคงจากสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัว เช่น อุบัติเหตุ อาชญากรรม ตลอดจนเบียดเบียนที่จะได้รับภายหลังจากการทำงาน

4.3 ความต้องการทางด้านสังคม (Social or belonging needs) เป็นความต้องการที่อยากให้ผู้อื่นและสังคมยอมรับ ร่วมคบหาสมาคมกับผู้อื่นตลอดจนได้รับความเป็นมิตรและความรักจากผู้อื่น

4.4 ความต้องการที่จะมีชื่อเสียง (Esteem needs) เป็นความต้องการให้บุคคลอื่นยอมรับ นับถือ ยกย่อง สรรเสริญว่าตนเองมีคุณค่า มีความสามารถ มีชื่อเสียง เช่น ผู้มีอำนาจ มีชื่อเสียงมีตำแหน่งทางสังคม

4.5 ความต้องการที่จะให้ตนเองประสบความสำเร็จตามความนึกคิดของตน (Self – actualization needs) เป็นระดับของความต้องการขั้นสูงสุด ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งจะอาศัยความสามารถ ทักษะ และศักยภาพที่มีของแต่ละบุคคล

มาสโลว์ มีข้อสังเกตที่เกี่ยวกับความต้องการของคนที่มีผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกมา จะประกอบด้วย 2 หลักการ คือ

1. หลักการแห่งความขาดตกบกพร่อง (The deficit principle) ความขาดตกบกพร่องในชีวิตประจำวันของคนที่ได้รับอยู่เสมอมจะทำให้ความต้องการที่เป็นความพอใจของคน ไม่เป็นตัวจูงใจให้เกิดพฤติกรรมในด้านอื่นอีกต่อไป คนเหล่านี้กลับจะเกิดความพอใจในสภาพที่ตนเป็นอยู่ยอมรับและพอใจความขาดแคลนต่าง ๆ ในชีวิต โดยถือเป็นเรื่องธรรมดา

2. หลักแห่งความเจริญก้าวหน้า (The progression principle) กล่าวคือ ลำดับขั้นความต้องการทั้ง 5 ระดับ จะเป็นไปตามลำดับที่กำหนดไว้จากระดับต่ำไปหาระดับสูงกว่า และความต้องการของคนในแต่ละระดับจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการระดับต่ำกว่าได้รับการตอบสนองจนเกิดความพึงพอใจแล้ว จะเห็นได้ว่า ความต้องการสิ่งที่ไม่ได้รับ จะส่งผลต่อความรู้สึกขาดแคลนของมนุษย์ทุกคน ความรู้สึกเช่นนี้ทำให้พฤติกรรมต่าง ๆ ของคนถูกจำกัด ไม่มีการแสวงหาอีกต่อไป และจะเกิดความรู้สึกปลงตกในสภาพที่ตนเป็นอยู่ ตัวอย่างเช่น เมื่อได้รับการสนองความต้องการอยู่ในระดับหนึ่งแล้วอย่างสมบูรณ์ ก็อยากได้รับการตอบสนองความต้องการอีกระดับที่สูงกว่า แต่ข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรค ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ หรือไม่สำเร็จตามความต้องการ สิ่งนี้จะทำให้คนเราหยุดการแสวงหา ท้อถอย และจะยอมรับสภาพไม่มีการดิ้นรนอีกต่อไป ในทางตรงข้าม ถ้าความต้องการในระดับต่ำกว่าในแต่ละระดับได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ คนก็จะเกิดความต้องการในขั้นต่อไปอีกจนกระทั่งบรรลุถึงความต้องการสูงสุด คือ การได้รับความสำเร็จในชีวิต

5. ทฤษฎีการจูงใจ อี.อาร์.จี (ERG Theory) เป็นทฤษฎีความต้องการซึ่งกำหนดลำดับขั้นความต้องการ อัลเดอร์เฟอร์ (Alderfer) ได้ชี้ความแตกต่างระหว่างความต้องการในระดับต่ำ และความต้องการในระดับสูงซึ่งเกี่ยวข้องกับความต้องการของมาสโลว์ 5 ประเภท คงเหลือ 3 ประเภท ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2545, หน้า 312)

5.1 ความต้องการในการอยู่รอด (Existence needs : E) เป็นความต้องการในระดับต่ำสุดและมีลักษณะเป็นรูปธรรม (Concret) ประกอบด้วยความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์ คือ ความต้องการของร่างกายและความต้องการความปลอดภัยซึ่งสามารถพิสูจน์ได้

5.2 ความต้องการความสัมพันธ์ (Relatedness needs : R) มีลักษณะเป็นรูปธรรมน้อยลงประกอบด้วยความต้องการด้านสังคม ตามทฤษฎีมาสโลว์บวกด้วยความต้องการความปลอดภัยและความต้องการการยกย่อง

5.3 ความต้องการความเจริญเติบโตก้าวหน้า (Growth needs : G) เป็นความต้องการในระดับสูงสุด และมีความเป็นรูปธรรมต่ำสุด ประกอบด้วยส่วนที่เป็นความต้องการการยกย่องและบวกด้วยความต้องการประสบความสำเร็จตามทฤษฎีมาสโลว์

อัลเดอร์เฟอร์ ไม่เชื่อว่าบุคคลต้องตอบสนองความพึงพอใจอย่างสมบูรณ์ในระดับของความต้องการก่อนที่จะก้าวไปสู่ระดับอื่น เขาพบว่าบุคคลจะได้รับการกระตุ้น โดยความต้องการมากกว่าหนึ่งระดับ ยิ่งกว่านั้น อัลเดอร์เฟอร์ ค้นพบว่าระดับของชนิดจะแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ผู้ประกอบการจะแสวงหาการยกย่องนับถือ (ความต้องการความสัมพันธ์) และความรู้สึกร่วมกันเป็นความต้องการความเจริญเติบโตก่อนที่จะคำนึงถึงความต้องการด้านรูปธรรม เช่น ความหิว และความกระหาย (เป็นความต้องการการอยู่รอด) นอกจากนี้ อัลเดอร์เฟอร์ ยังขยายทฤษฎีของมาสโลว์ โดยพิจารณาถึงวิธีการที่บุคคลมีปฏิริยาเมื่อเขาสามารถและไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยพัฒนาหลักความ ก้าวหน้าในความพึงพอใจ เพื่ออธิบายถึงวิธีการที่บุคคลมีความก้าวหน้ากับลำดับขั้นความต้องการเมื่อตอบสนองความต้องการในระดับต่ำกว่าได้ และในทางตรงกันข้ามหลักของการถดถอย-ความตึงเครียด ซึ่งอธิบายว่า เมื่อบุคคลที่ยังมีความตึงเครียดในการพยายามที่จะตอบสนองความต้องการในระดับสูงขึ้น เขาจะเลิกพยายามตอบสนองความต้องการและเปลี่ยนไปใช้ความพยายามที่จะตอบสนองในระดับต่ำกว่า ทฤษฎี ERG ระลึกว่าบุคคลสามารถเปลี่ยนไปในระดับสูงขึ้น และต่ำลงของระดับความต้องการขึ้นอยู่กับว่า เขาสามารถตอบสนองความต้องการในระดับต่ำลงหรือความต้องการในระดับสูงขึ้นได้หรือไม่

6. ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg 's Two Factor Theory)

เฮร์ซเบิร์ก (Herzberg) ได้เสนอทฤษฎีสองปัจจัยของเฮร์ซเบิร์ก ซึ่งสรุปได้ว่ามีปัจจัยสำคัญประการที่สำคัญกับความชอบหรือไม่ชอบในงานของแต่ละบุคคล ที่มีอิทธิพลของพฤติกรรมการทำงานของมนุษย์ในองค์กรคือ

1. ปัจจัยชำระรักษา (Hygiene factors) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถสร้างแรงจูงใจได้ แต่จะเป็นปัจจัยที่จะนำไปสู่ความไม่พึงพอใจ ถ้าหากไม่มีสิ่งเหล่านี้ดังนั้นเฮร์ซเบิร์ก จึงเรียกว่าเป็นเพียงปัจจัยที่ทำให้ความพึงพอใจคงสภาพเดิมเท่านั้นปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ 1) นโยบายการบริหาร 2) การ

ควบคุมดูแล 3) ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน 4) สภาพการทำงาน 5) เงินเดือน 6) ความสัมพันธ์กับผู้บริหารชั้นสูง 7) ชีวิตส่วนตัว 8) ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา 9) สถานภาพ และ 10) ความมั่นคง

2. ปัจจัยจูงใจ (Motivator factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานที่ปฏิบัติ ปัจจัยจูงใจนี้จะถูกใช้สร้างแรงจูงใจให้มีความมากขึ้น ซึ่งถ้ามีปัจจัยจูงใจมากขึ้นเท่าใด ความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงานก็จะมากขึ้นเท่านั้นปัจจัยจูงใจเหล่านี้ ได้แก่ 1) ความสำเร็จในการทำงาน 2) การยอมรับนับถือ 3) ลักษณะของงาน 4) ความรับผิดชอบ 5) ความก้าวหน้า และ 6) การเติบโตในหน้าที่การงาน

สรุปว่า เป็นกลุ่มทฤษฎีที่เน้นเนื้อหาของแรงจูงใจเป็นกลุ่มทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นความต้องการทางร่างกายหรือความต้องการทางด้านจิตใจ โดยที่พฤติกรรมเหล่านี้จะเกิดขึ้นเมื่อเขาได้รับความพึงพอใจตามความต้องการความแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ นอกจากจะดำเนินการให้ผู้ทำงานเกิด ความพึงพอใจในการทำงานแล้ว ยังจำเป็นต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการ เกิดความพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการ ปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวบ่งชี้ คือ จำนวนผู้มาใช้บริการนั่นเอง

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการการจัดเลี้ยงและสัมมนาของ โรงแรมอมารี คอนเมือง กรุงเทพมหานคร สรุปได้ว่า ธุรกิจโรงแรมถือว่าเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก ซึ่งลูกค้าที่มาใช้บริการจะมีทั้งลูกค้าชาวไทยและลูกค้าชาวต่างชาติ ซึ่งจากสถานการณ์ในปัจจุบัน ทำให้เกิดคู่แข่งจำนวนมาก ดังนั้นธุรกิจโรงแรมจึงจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งรายเก่าและคู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจากการกล่าวถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการการจัดเลี้ยงและสัมมนา ถือว่ามีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โรงแรมเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งผู้บริหารจำเป็นต้องมีการจัดทำแผนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน รวมถึงการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแผนการดำเนินการให้มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกัน เพื่อให้สามารถบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยจะมีการสำรวจปัญหาและความต้องการของลูกค้า และนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางแก้ไข ปรับปรุงให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า รวมถึงการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ให้บริการกับลูกค้าได้อย่างเต็มที่ และมีการเปิดช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งจูงใจให้ลูกค้าเข้าใช้บริการของโรงแรม เพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดีที่สุด เพื่อให้สามารถ

รองรับความต้องการของลูกค้าได้ทุกระดับและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการโรงแรมอีกในโอกาสต่อไป

2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

กุลชน ธนาพงศ (อ้างถึงใน ศิริกัญญา กระจายศรี, 2549, หน้า 40) ได้อธิบายทฤษฎีการบริการไว้ดังนี้

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้ต้องตอบสนองความต้องการของบุคลากรส่วนใหญ่ หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ
2. หลักความสม่ำเสมอ การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มิใช่ทำตามความพอใจของผู้บริการหรือผู้ปฏิบัติงาน
3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มารับบริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มคนอื่นๆ อย่างชัดเจน
4. หลักความประหยัดค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ไปในการบริการ ต้องไม่มากเกินไปกว่าผลที่จะได้รับ
5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการต้องเป็นลักษณะที่ปฏิบัติได้ง่าย สะดวกสบาย สั้นเปลืองทรัพยากรน้อย ไม่สร้างความยุ่งยากแก่ผู้ให้ หรือรับบริการมากเกินไป

จากหลักการให้บริการทั้ง 5 ประการ หน่วยงานงานผู้ให้บริการจำเป็นต้องสร้างคุณภาพให้เกิดกับการบริการในลักษณะ 1) การเข้าถึงผู้รับบริการ (Access) ต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ผู้รับบริการ คือ ไม่ให้ผู้รับบริการคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมเพื่อแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า 2) การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย 3) ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในการทำงาน 4) ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเองและมีวิจารณ์ 5) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) องค์กรและบุคลากรต้องมีความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้กับผู้รับบริการ 6) ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้ต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง 7) การตอบสนอง (Responsiveness) พนักงานต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ผู้รับบริการอย่างรวดเร็วตามที่ผู้รับบริการต้องการ 8) ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ 9) การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ผู้รับบริการได้รับจะทำให้สามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าวได้ 10) การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Understanding/knowing customer) พนักงาน

ต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการในการเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการ (Managing productivity) ธุรกิจให้บริการสามารถทำได้ 6 วิธี คือ 1) การให้พนักงานทำงานมากขึ้น หรือมีความชำนาญสูงขึ้นโดยจ่ายค่าจ้างเหมาเท่าเดิม 2) เพิ่มปริมาณการให้บริการ โดยยอมสูญเสียคุณภาพบางส่วนลง 3) เปลี่ยนบริการให้เป็นแบบอุตสาหกรรมโดยเพิ่มเครื่องมือเข้ามาช่วยและสร้างมาตรฐานการให้บริการ 4) ลดขั้นตอนการให้บริการหรือสินค้า 5) ออกแบบบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น 6) ให้สิ่งจูงใจแก่ผู้รับบริการแก่การลดคุณภาพ รวมทั้งรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เขาวนุช ภูเจริญ (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (30 บาท รักษาทุกโรค) ของโรงพยาบาลบ้านบึง จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนผู้เข้ารับบริการในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (30 บาท รักษาทุกโรค) ของโรงพยาบาลบ้านบึงจังหวัดชลบุรีใน 5 ด้าน คือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านอุปกรณ์การรักษาและยา และด้านความสามารถในการรักษาพยาบาล และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนผู้ให้บริการ จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ กลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนผู้มารับบริการรักษาในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (30 บาท รักษาทุกโรค) ของโรงพยาบาลบ้านบึง จังหวัดชลบุรี จำนวน 381 คน เก็บรวบรวมฉบับสมบูรณ์ได้ 379 ฉบับ วิเคราะห์ค่าทางสถิติด้วย ผลการวิจัยปรากฏดังนี้พบว่า 1) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (30 บาท รักษาทุกโรค) ของโรงพยาบาลบ้านบึง จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก 2) เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (30 บาท รักษาทุกโรค) ของโรงพยาบาลบ้านบึง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา ปรากฏผลดังนี้ ในภาพรวมจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และ 3) เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (30 บาท รักษาทุกโรค) ของโรงพยาบาลบ้านบึง จังหวัดชลบุรี ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีความพึงพอใจมากกว่าระดับอนุปริญญา/ปวส. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และต่ำกว่าระดับประถมศึกษา ระดับต่ำกว่า/ประถมศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่าอนุปริญญา/ปวส. และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

เกศนารินทร์ สัตยาชัย (2546, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One stop service) ของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครผลจากการศึกษาวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1) ประชาชนผู้มาใช้บริการ มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการโดยส่วนรวมอยู่ในระดับมาก 2) ประชาชนผู้มาใช้บริการที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ฝ่ายที่มาขอใช้บริการสำนักงานเขตที่มาขอใช้บริการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการไม่แตกต่างกัน 3) ประชาชนผู้มาใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการแตกต่างจากประชาชนที่มีวุฒิการศึกษาค่ากว่าอนุปริญญาหรือเทียบเท่า 4) ประชาชนที่มาใช้บริการมีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านการให้บริการ ณ ศูนย์บริการ แบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ คือ ควรเพิ่มจำนวน เก้าอี้นั่งรอ ควรประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับทราบในการติดต่อราชการให้มากขึ้น ควรเพิ่มความยืดหยุ่นในการติดต่อราชการ ด้านอาคารและสถานที่ คือ ที่จอดรถไม่เพียงพอ สถานที่ในการให้บริการคับแคบ และควรมีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในการจอดรถให้มากกว่านี้ ด้านเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ เสนอว่ามีจำนวนไม่เพียงพอ และควรมีหน่วยงานให้คำปรึกษา โดยเฉพาะ

อรพิน ธนิกกุล (2546, บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนของธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยแม่กลอง” ผลการศึกษาพบว่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในระดับมาก ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ส่วนด้านอัตราค่าธรรมเนียมบัตรเอทีเอ็ม อัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการเงินโอนอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ลูกค้ามีระดับพึงพอใจระดับปานกลาง

เชษฐชัย จตุชัย (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้มารับบริการด้านทะเบียนราษฎรจากสำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาล ตำบลโคกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่าระดับความพึงพอใจของผู้มารับบริการด้านการทะเบียนราษฎรจากสำนักทะเบียนท้องถิ่น เทศบาลตำบลโคกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้ง 4 ด้าน เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความสะดวกของอาคารสถานที่ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านความเสมอภาคของการบริการความคิดเห็นและข้อเสนอแนะทั่วไปต่อการบริการด้านทะเบียนราษฎร ในแต่ละด้านมีดังนี้ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ มีผู้ให้ความคิดเห็นอยากให้มีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ทราบถึงข้อ

ระเบียบหรือกฎหมายที่เกี่ยวกับงานทะเบียนราษฎร ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้านทะเบียนราษฎรควรใช้คำพูดที่สุภาพกับผู้มาติดต่อด้านทะเบียนราษฎร และอยากให้เจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำให้คำปรึกษาเมื่อเวลาที่มีผู้มาติดต่อด้านทะเบียนราษฎร ด้านความเสมอภาคของการบริการควรให้บริการโดยไม่เลือกปฏิบัติ ด้านความสะดวกของอาคารสถานที่ มีผู้ให้ความคิดเห็นว่าการทำให้มีการทำความสะอาดห้องน้ำบ่อยครั้งขึ้น ควรมีป้ายบอกทิศทางหรือขั้นตอนการติดต่อรับบริการ และควรมีน้ำดื่มที่สะอาดไว้ คอยบริการในด้านข้อเสนอแนะทั่วไป ควรมีเอกสารแผ่นพับแจกให้กับผู้มาติดต่อด้านทะเบียนราษฎรและให้ลดขั้นตอนหรือผ่อนปรนเกี่ยวกับระเบียบปฏิบัติ

ศิริกัญญา กระจายศรี (2549, บทคัดย่อ) ศึกษาการบริหารจัดการของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้รับบริการ กรณีศึกษา : เฉพาะเขตพื้นที่ 26 ผลการวิจัย ดังนี้ 1) ผู้รับบริการมาใช้บริการธนาคารนครหลวงไทยเพราะสะดวก ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน จำนวนครั้งการใช้บริการ 3-4 ครั้ง/เดือน ใช้บริการประเภทฝาก/ถอน ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 3 – 4 ปี ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ 08.30 – 10.00 น. 2) ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ในด้านกระบวนการให้บริการ และเครื่องมือ/เครื่องใช้ มีความพึงพอใจในระดับมากในด้านพนักงานผู้ให้บริการ และอาคาร/สถานที่ 3) ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการธนาคารนครหลวงไทยด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการควบคุม มีระดับความคิดเห็นมาก 4) ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการ และกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน รายได้แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจด้านเครื่องมือ/เครื่องใช้และอาคาร/สถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 5) ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน และการควบคุมแตกต่างกัน รายได้แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 6) เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ของผู้รับบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้รับบริการธนาคารนครหลวงไทย 7) ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการธนาคารนครหลวงไทยมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการในระดับต่ำ

วฤทธิ สารฤทธิคาม (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบล : ศึกษาเฉพาะกรณีองค์การบริหารส่วนตำบลดอนจัว อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า 1) ประชาชนที่ใช้บริการเป็นเพศชาย ร้อยละ 55.2 อายุระหว่าง 36-45 ปี ร้อยละ 33.1 ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 ร้อยละ 64.9 และประกอบอาชีพ เกษตรกร ร้อยละ 68.1 2) ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการองค์การ

บริการส่วนตำบลคอนจัว โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 3) การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ ประชาชนเพศชายกับหญิงในการติดต่อขอรับบริการจากองค์การบริหารส่วนตำบลคอนจัว อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและด้านอาคารสถานที่ และด้านเงินอุดหนุนในการส่งเสริมอาชีพ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านระบบการบริการ และด้านบุคลากรประชาชนเพศชายกับเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลคอนจัวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของประชาชน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลคอนจัว อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน 5) ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลคอนจัว อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

พงษ์เทพ สันติพันธ์ (2546, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านพร้อมที่ดิน ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านพร้อมที่ดิน ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจของลูกค้าต่อรูปแบบของสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์มากที่สุดในเรื่องระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ น้อยที่สุดในเรื่องอัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารเรียกเก็บ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อรูปแบบการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์มากที่สุดในเรื่องธนาคารมีฐานะกิจการที่มั่นคง และภาพลักษณ์ที่ เชื่อถือได้ น้อยที่สุดในเรื่องช่องทางการติดต่อกับธนาคาร

ประกายดาว ดำรงพันธ์ (2546, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านสินเชื่อ : กรณีศึกษา ศูนย์ธุรกิจสะพานขาว ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจสะพานขาวมากที่สุด คือ ประเภทธุรกิจการค้าส่งและค้าปลีก โดยส่วนใหญ่ขอสินเชื่อในนามนิติบุคคล มีทุนจดทะเบียนจำนวน 1-10 ล้านบาท รายได้ต่อปี 1-50 ล้านบาท และใช้บริการมานานกว่า 4 ปี กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 53.40 มีความพึงพอใจในการใช้บริการมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุดในปัจจัยด้านกิจกรรมารยาทของพนักงาน และน้อยที่สุดในปัจจัยด้านการประเมินราคาหลักประกัน

ชลธิชา ไชยทิพย์ (2545, บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านสินเชื่อของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติการประเมินหลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกัน ความมั่นคงของธนาคาร ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ด้านราคา มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านค่าธรรมเนียมในการ

จัดการเงินกู้ต่ำ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้คืนธนาคาร จำนวนเงินงวดผ่อนชำระในแต่ละงวด ด้านช่องทางจำหน่าย จำนวนสาขามากสะดวกในการใช้บริการ สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ถูกค้าสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ สถานที่ตั้งใกล้สถานที่ราชการสะดวกในการติดต่อ เช่นติดต่อประเมินราคาหลักทรัพย์ค่าประกัน มีสถานที่จอดรถเพียงพอ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจทุกปัจจัยในระดับน้อย ด้านบุคลากร ด้านพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเอง ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความพึงพอใจในระดับปานกลางทุกปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อระยะเวลาของการประเมินหลักทรัพย์ จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการมีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ

วิจิตร จิตรวสินกุล (2545, บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ATM ด้านราคา มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ค่าธรรมเนียมในการกู้ยืม ค่าธรรมเนียมบัตร ATM ค่าธรรมเนียมบัตรเครดิต ค่าธรรมเนียมบริการโอนเงิน ด้านสถานที่ มีความพึงพอใจในระดับมาก อุณหภูมิภายในอาคาร และแสงสว่าง ด้านประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจในทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านการแต่งกายของพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ มีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง

อรทัย เชิดชูธรรม (2545, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 21-25 ปี มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และใช้บริการที่ธนาคารในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา 2 – 5 ครั้ง บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดใช้บริการคือ ฝาก-ถอน ธนาคารที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่จะมีการบริการยอดเยี่ยม พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือการตอบสนองการไว้วางใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังในระดับมากที่สุด ด้านความพึงพอใจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในด้านของรูปลักษณ์ของธนาคารความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความไว้วางใจ การดูแลเอาใจใส่ ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการ พบว่าปัญหาส่วนใหญ่พบในระดับน้อย ยกเว้น ปัญหาด้าน ไม่ได้รับความสะดวกเมื่อมาใช้บริการและจำนวนพนักงานไม่เพียงพอกับจำนวนผู้ใช้บริการจึงทำให้อาจต้องรอนานพบใน

ระดับปานกลาง ส่วนผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

โกวิท มหินชัย (2546, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรที่เป็นลูกค้าที่ทำสัญญากู้เงินตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 ถึงปี พ.ศ. 2545 จำนวน 233 ราย โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการด้านสินเชื่อของธนาคารที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับจำนวนผู้ใช้บริการ จึงทำให้ต้องรอนาน พบในระดับปานกลาง

จากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว พบว่าปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ที่ใช้บริการ มีหลายปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ซึ่งมีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเลือกที่กลับมาใช้บริการอีก ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลดังกล่าวมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้