

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลคงขวง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
3. องค์การบริหารส่วนตำบลคงขวง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิดการวิจัย

#### แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

##### 1. ความหมายของความคิดเห็น

นักวิชาการได้ให้ความหมายของ ความคิดเห็นไว้ ดังนี้ นพมาศ ชีระเวทิน (2539 : 99) กล่าวว่า ความคิดเห็นนั้นถูกจัดว่าเป็นส่วนที่มนุษย์ได้แสดงออกมาโดยการเขียนหรือการพูด มนุษย์นั้นจะพูดจากใจจริงพูดตามสังคมหรือพูดเพื่อเอาใจผู้ฟังก็ตาม แต่เมื่อพูดหรือเขียนไปแล้วก็ทำให้เกิดผลได้ หรือสิ่งที่มนุษย์แสดงออกมานั้นเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความในใจ

จิรายุ ททรัพย์สิน (2540 : 16) ได้สรุปความหมายของความคิดเห็นไว้ว่า ความคิดเห็นหมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่แสดงออกมา เพื่อให้ผู้อื่นได้สามารถที่จะเรียนรู้ ตลอดจนสามารถที่จะประเมินค่าในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือประเด็นใดประเด็นหนึ่ง การลงความเห็นอาจจะเป็นไปในลักษณะเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยก็ได้ อันเนื่องจากสถานการณ์ สิ่งแวดล้อม การติดต่อกับภายนอกการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ และการพบปะสังสรรค์

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2540 : 3) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางด้านทัศนคติอย่างหนึ่ง แต่การแสดงความคิดเห็นนั้นมักจะมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ และเป็นส่วนที่พร้อมที่จะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2546 : 246) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นว่าเป็นข้อพิจารณาเห็นว่าเป็นจริงจากการใช้ความคิดประกอบถึงแม้จะไม่ได้อาศัยหลักฐานพิสูจน์ยืนยันได้เสมอไป

สมยศ อักษร (2546 : 13) ได้สรุปความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของบุคคลหรือกลุ่มคนทางด้านความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกที่ไม่อยู่บนความแน่นอนหรือความจริง แต่ด้วยจิตใจด้วยการพูดหรือการเขียน โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ในการทำงาน การติดต่อระหว่างบุคคลและกลุ่มคน สภาพแวดล้อมและมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบที่สำคัญ

นันแนลลี (Nunally. 1959 : 285) ได้ให้ความเห็นไว้ว่า ทั้งความคิดเห็นและทัศนคตินั้นเป็นเรื่องของการแสดงออกทางความคิดเป็นในรูปเกี่ยวกับตัวเรา และความคิดเห็นนั้นยังจะใช้ในเรื่องเกี่ยวกับการลงความเห็น (Judgment) และความรู้ (Knowledge) ในขณะที่ทัศนคตินั้นใช้กันมากในเรื่องเกี่ยวกับความรู้สึก (Feeling) และความสามารถ (Preference)

โคลาซา (Kolasa. 1962 : 386) ให้ความหมายว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของบุคคลในการพิจารณาข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือเป็นการประเมินผล (Evaluation) เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากเหตุการณ์แวดล้อม (Circumstances)

โทมัส (Thomas. 1969 : 223) ได้ให้ความหมายสั้น ๆ ว่า ความคิดเห็น คือ การแสดงออกด้านใดด้านหนึ่งต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

สรุปได้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึก ทัศนคติ ความเชื่อ และค่านิยมของแต่ละบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ เรื่องราว หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ประสบในสังคม โดยมีพื้นฐานมาจากภูมิหลังทางสังคม ความรู้ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ของบุคคลนั้น ๆ โดยไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว

## 2. ประเภทของความคิดเห็น

โคลาซา (Kolasa. 1962 : 126) กล่าวว่าความคิดเห็นมี 2 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ความคิดเห็นเชิงบวกสุด – เชิงลบสุด (Extreme Opinion) เป็นความคิดเห็นที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ ซึ่งสามารถทราบทิศทางได้ ทิศทางบวกสุด ได้แก่ ความรักจนหลง ทิศทางลบสุด ได้แก่ ความรังเกียจ ความคิดเห็นนี้รุนแรงเปลี่ยนแปลงยาก
2. ความคิดเห็นจากความรู้ความเข้าใจ (Cognitive contents) การมีความเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นอยู่กับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อสิ่งนั้น เช่น ความรู้ความเข้าใจในทางที่ดี ชอบยอมรับเห็นด้วย ความรู้ความเข้าใจในทางที่ไม่ดี ได้แก่ ไม่ชอบ ไม่ยอมรับ ไม่เห็นด้วย

### 3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น

นักวิชาการได้กล่าวถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น ไว้ ดังนี้  
 ศิริพร ดันติพลวินัย (2544 : 13) ได้สรุปปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็น ดังนี้ ความ  
 คิดเห็นเป็นเรื่องของแต่ละบุคคลที่แสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่จำเป็นต้องคล้ายกันหรือเหมือนกัน  
 เสมอไป ซึ่งคั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานของแต่ละบุคคลที่ได้รับอิทธิพล ต่อการแสดงออกในเรื่อง  
 นั้น ๆ ปัจจัยที่ทำให้เกิดความคิดเห็นไว้พอสรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยทางพันธุกรรมและร่างกาย (Genetic and Physiologial Factors) จาก  
 การศึกษาพบว่าปัจจัยด้านพันธุกรรมจะมีผลต่อระดับความก้าวร้าวของบุคคล และจะมีผลต่อ  
 การศึกษาทัศนคติหรือความคิดเห็นของบุคคลนั้น ๆ ได้ ส่วนปัจจัยด้านสรีระ เช่น อายุ ความ  
 เจ็บป่วย และผลที่เกิดจากการใช้ยาเสพติด จะมีผลต่อความคิดเห็นและทัศนคติของบุคคล

2. ประสบการณ์ของบุคคลโดยตรง (Direct Personal Experience) คือ บุคคลได้รับ  
 ความรู้สึกและความคิดต่าง ๆ จากประสบการณ์โดยตรง เป็นการกระทำหรือได้พบเห็นต่อสิ่งต่าง ๆ  
 โดยตนเองทำให้เกิดทัศนคติหรือความคิดเห็นจากประสบการณ์ที่ตนเองได้รับ

3. อิทธิพลจากครอบครัว (Parental Influence) เป็นปัจจัยบุคคลเมื่อเป็นเด็กจะ  
 ได้รับอิทธิพลจากการเลี้ยงดูอบรมของพ่อแม่และครอบครัว

4. ทัศนคติและความคิดเห็นต่อกลุ่ม (Group Determinants of Attitude) เป็นปัจจัย  
 ที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิดเห็นหรือทัศนคติของแต่ละบุคคล เนื่องจากบุคคลจะต้องมีสังคม  
 และอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ดังนั้นความคิดเห็นและทัศนคติต่าง ๆ จะได้รับการถ่ายทอดและมีแรง  
 กดดันจากกลุ่ม

5. สื่อมวลชนคือ สิ่งต่างๆที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนเรา ได้แก่  
 หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความคิดเห็นของบุคคล

กิตติ สุทธิสัมพันธ์ (2542 : 12-13) ได้สรุปปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น  
 ของบุคคล ซึ่งทำให้บุคคลแต่ละคนแสดงความคิดเห็นที่อาจเหมือนกันหรือแตกต่างกัน คือ

#### 1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

1.1 ปัจจัยทางพันธุกรรมและร่างกาย คือ เพศ อวัยวะ ความครบถ้วนสมบูรณ์  
 ของอวัยวะต่างๆคุณภาพสมอง

1.2 ระดับการศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นและ  
 ศึกษาทำให้บุคคลที่มีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ มากขึ้น และคนที่มีความรู้มาก มักจะมีความคิดเห็นใน  
 เรื่องต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล

1.3 ความเชื่อ ค่านิยม และเจตคติของบุคคลต่อเรื่องต่าง ๆ ซึ่งอาจจะได้จากการเรียนรู้กลุ่มบุคคลในสังคม หรือจากการอบรมสั่งสอนของครอบครัว

1.4 ประสบการณ์ เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจในหน้าที่ และความรับผิดชอบต่องาน ซึ่งจะส่งผลต่อความคิดเห็น

## 2. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่

2.1 สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ สิ่งต่างๆเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิดเห็นของบุคคล เป็นการได้รับรู้ข่าวสาร ข้อมูลต่างๆของแต่ละบุคคล

2.2 กลุ่มและสังคมที่เกี่ยวข้องมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของบุคคล เพราะเมื่อบุคคลอยู่ในกลุ่มใดหรือสังคมใด ก็จะต้องยอมรับและปฏิบัติตามเกณฑ์ของกลุ่มหรือสังคมนั้น ซึ่งทำให้บุคคลนั้นมีความคิดเห็นไปตามกลุ่มหรือสังคมที่อยู่

2.3 ข้อเท็จจริงในเรื่องต่าง ๆ หรือสิ่งต่าง ๆ ที่บุคคลแต่ละคนได้รับทั้งนี้ เพราะข้อเท็จจริงที่บุคคลได้รับแตกต่างกัน ก็จะมีผลต่อการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น ได้แก่ ประสบการณ์ของบุคคล ระบบค่านิยม นอกจากนั้นยังมีปัจจัย ด้านพันธุกรรม ประสบการณ์โดยตรง อิทธิพลของผู้ปกครอง ทัศนคติและความคิดเห็นของกลุ่ม รวมถึงสื่อมวลชนต่างๆ ที่มีบทบาทในชีวิตประจำวันของบุคคล

## 4. การวัดความคิดเห็น

นักวิชาการได้เสนอ การวัดความคิดเห็นไว้ ดังนี้

วิเชียร เกตุสิงห์ (2545 : 94) แบ่งการวัดความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยเฉย ๆ หรือไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนการให้คะแนนขึ้นอยู่กับข้อความว่าจะเป็นทางบวกหรือจะเป็นทางลบ เช่น +1 +2 +3 +4 +5 หรือ -1 -2 -3 -4 -5 เป็นต้น

วัลลภ รัฐนัตรานนท์ (2545 : 102-117) อธิบายว่า การวัดเจตคติ หรือทัศนคติ หรือความคิดเห็นที่นิยมที่ใช้อย่างแพร่หลายมี 4 วิธี คือ

### 1. วิธีแบบสเกลวัดความต่างทางศัพท์ (S-D Scale = Semantic differential scale)

เป็นวิธีวัดทัศนคติ หรือความคิดเห็น โดยอาศัยคุณสมบัติที่มีความหมายตรงกันข้าม เช่น ดี-เลว ขยัน-ขี้เกียจ เป็นต้น

2. วิธีลิเคิร์ตสเกล (Likert's scale) เป็นวิธีสร้างมาตรวัดทัศนคติหรือความคิดเห็นที่นิยมกันมากที่สุด เพราะเป็นวิธีสร้างมาตรวัดที่ง่าย ประหยัดเวลา ผู้ตอบสามารถแสดงทัศนคติในทางชอบหรือไม่ชอบ โดยยึดอันดับความชอบหรือไม่ชอบซึ่งอาจมีคำตอบให้เลือก 5 หรือ 4 คำตอบ และให้คะแนน 5 4 3 2 1 ตามลำดับ

3. วิธีกัทแมนสเกล (Guttman scale) เป็นวิธีสร้างมาตรวัดทัศนคติ หรือทัศนคติ หรือความคิดเห็นในแนวเดียวกัน และสามารถจัดอันดับของทัศนคติสูง-ต่ำ แบบเปรียบเทียบกัน และกัน ได้อย่างต่ำถึงสูงสุดและแสดงถึงการสะสมของข้อความคิดเห็น

4. วิธีเทอร์สโตนสเกล (Thurstone scale) เป็นวิธีสร้างมาตราวัดออกเป็นปริมาตร แล้วเปรียบเทียบตำแหน่งของความคิด หรือทัศนคติไปในทางเดียวกัน และเสมือนว่าเป็น scale ที่มี ช่วงห่างเท่ากัน

โทมัส (Thomas. 1959 : 234) ได้กล่าวไว้ว่า การวัดความคิดเห็น โดยทั่วไปต้องมี ส่วนประกอบ 3 อย่าง คือ ตัวบุคคลที่จะถูกวัด สิ่งเร้า และการตอบสนอง ซึ่งจะออกมาเป็น สูง - ต่ำ , มาก - น้อย วิธีการวัดความคิดเห็น โดยมากจะใช้การตอบแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ โดยให้ ผู้ที่จะตอบคำถามเลือกตอบแบบสอบถาม

เบสท์ (John Best. 1977 : 77) ได้เสนอแนะว่า วิธีที่ง่ายที่สุดที่จะวัดความคิดเห็นก็คือ การแสดงให้เห็นถึงร้อยละของคำตอบในแต่ละข้อความ เพราะจะทำให้เห็นว่าความคิดเห็นจะ ออกมาในลักษณะใด และจะได้ทำตามข้อคิดเห็นเหล่านั้น

จึงสรุปได้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลด้านความรู้สึก อารมณ์ต่อเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งซึ่งเกิดขึ้น โดยมีประสบการณ์และสภาพแวดล้อมในขณะนั้น เป็นพื้นฐาน การแสดงความคิดเห็นอาจทำด้วยการพูดหรือการเขียนซึ่งอาจจะถูกต้องหรือไม่ก็ได้ อาจจะได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่นก็ได้ ความคิดเห็นอาจเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา

## แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

### 1. ความหมายของคุณภาพ (Quality)

คุณภาพ ตาม คำจำกัดความของเอกสารวิชาการ ปีแห่งการส่งเสริมการบริการ ประชาชนของรัฐ (อรนงค์ เกาทอง. 2547 : 11) หมายถึง ระดับความคาดหวัง หรือต้องการของ ประชาชนต่อบริการซึ่งตัดสินโดยประชาชน ความคาดหวังและความต้องการดังกล่าวเปลี่ยนแปลง ไปเรื่อย ๆ ตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงคุณภาพให้สนอง ความต้องการดังกล่าว กล่าวโดยสรุป การพัฒนาคุณภาพสมัยใหม่ก็คือ การทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ด้วยการทำให้ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้รับการตอบสนอง เช่น การส่งสินค้าที่ ถูกต้อง ตรงเวลาที่ต้องการในราคาที่ย่อมเยา และด้วยการปฏิบัติอย่างสุภาพ อ่อนโยน และกล่าว ได้ว่า การพัฒนาคุณภาพในการทำงานเป็นความสุขใจ เกิดความพอใจในการทำงานของผู้ปฏิบัติ จากปัจจัยต่าง ๆ และสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ตามเงื่อนไขที่กำหนดขึ้นมาและเพื่อให้ประสบ ผลสำเร็จในการทำงานอย่างมีคุณภาพ

“บริการ” (Service) ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ คือการรับใช้ อำนวยความสะดวกให้ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

อนุวัฒน์ สุภษุติกุล (2542 : 2) ให้ความหมายคุณภาพการบริการว่า หมายถึงภาวะที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ ในมุมมองของผู้ประกอบวิชาชีพคือการปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดไว้และความสม่ำเสมอ ซึ่งสามารถพยากรณ์ได้ ส่วนมุมมองของผู้ใช้ประโยชน์ คุณภาพคือ ความตอบสนองความต้องการ (Need) และความคาดหวัง (Expectation) ของผู้รับบริการ หรือการทำให้เกิดความคาดหวังของผู้รับบริการ

ภัทรวุฒิ อุตภริระ (2544 : 18) กล่าวว่า คุณภาพทั่วไป คือ การที่องค์กรของรัฐจัดบริการต่าง ๆ ให้แก่ประชาชน โดยมีเจ้าหน้าที่ของรัฐ คือข้าราชการหรือนุคคลที่เกี่ยวข้องเป็นผู้นำคุณภาพนั้นสู่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนมีความอยู่ดีกินดี มีความมั่นคงปลอดภัยทั้งในชีวิตและทรัพย์สิน โดยรัฐไม่คิดมูลค่าจากประชาชนต่าง ๆ จะเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันซึ่งนับว่าจะเพิ่มมากขึ้นตามสภาพและวิถีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ ในปัจจุบันองค์กรราชการของไทยได้ขยายบทบาทในการให้บริการทั้งทางด้านปริมาณคน กำลังคนและงบประมาณ เพื่อให้สามารถสร้างคุณภาพแก่ประชาชนได้ครอบคลุมทั่วถึงมากขึ้น อย่างเท่าเทียมกันและเสมอภาคกัน

ปัทนิภา วนากมล (2545 : 18) คุณภาพเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีความสำคัญสูงสุด องค์กรที่ประสบความสำเร็จจะกำหนดให้คุณภาพเป็นเป้าหมายสูงสุด เนื่องจากถ้าองค์กรมีคุณภาพจะสามารถเอาชนะคู่แข่งได้โดยเด็ดขาด จะขยายตัวและช่วงชิงส่วนแบ่งของตลาด ได้ ซึ่งคุณภาพจะเน้นความพอใจของผู้รับบริการก่อน โดยต้องรู้ระดับความพอใจของผู้รับบริการและต้องทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ให้ถูกใจผู้รับบริการ คุณภาพมิได้กำหนดได้โดยผู้ให้บริการหรือผู้ผลิต แต่กำหนดโดยความพอใจของลูกค้า คุณภาพมิใช่วัดด้วยต้นทุนต่ำ แต่วัดความพอใจของลูกค้าหลักการตลาดต้องนำหน้าหลักการผลิตและคุณภาพคือระดับความเป็นเลิศทั้งทางด้านรูปธรรมและนามธรรม

ปัทนิภา วนากมล (2545 : 38 - 39) กล่าวว่าองค์ประกอบของคุณภาพประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. คุณภาพตามความเป็นจริง เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการได้ปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดขึ้นประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ประการคือ

1.1 มาตรฐานเชิงโครงสร้างเป็นมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดคุณลักษณะของระบบบริหารและระบบบริการ รวมทั้งทรัพยากรต่าง ๆ ได้แก่ ปรัชญา วัตถุประสงค์ นโยบายการจัดองค์กร อัตรากำลัง บุคลากร งบประมาณ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ อาคารสถานที่

โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพ คือ ขั้นตอนการบริการที่จะให้งานบรรลุเป้าประสงค์ (Goal) ที่วางไว้ และคำนึงถึงประสิทธิผล คือ ประหยัดเวลา แรงงานและค่าใช้จ่าย

1.2 มาตรฐานเชิงกระบวนการ (Process Standard) เป็นมาตรฐานที่กล่าวถึงวิธีการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการและปัญหาผู้รับบริการแต่ละบุคคล ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสังคมโดยใช้ความรู้ความสามารถถูกต้องอยู่ในกรอบจรรยาบรรณวิชาชีพ

1.3 มาตรฐานเชิงผลลัพธ์ (Outcome Standard) เป็นมาตรฐานเชิงผลลัพธ์ที่เกิดจากกิจกรรมการพยาบาล เป็นการวัดผลของการดูแลผู้รับบริการ มักจะบอกในรูปการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ได้แก่ ผู้รับบริการสามารถปรับตัวได้ทั้งทางร่างกายจิตใจและสังคมที่เกิดจากผลกระทบของความเจ็บป่วยและจากความต้องการพื้นฐานของบุคคล ผู้รับบริการปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจและสังคมที่อาจเกิดจากการปฏิบัติการพยาบาลและมีความพึงพอใจในการบริการที่ได้รับ มาตรฐานเชิงผลลัพธ์นี้มักจะได้รับความสนใจมาก เมื่อมีการกล่าวถึงการประกันคุณภาพการพยาบาล และในองค์กรที่มีกิจกรรมประกันคุณภาพ มักจะมุ่งความสนใจ ไปที่มาตรฐานเชิงผลลัพธ์เป็นอันดับแรก

2. คุณภาพการรับรู้ เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับบริการจากผู้ให้บริการ เป็นประสบการณ์จริง คำนึงการประเมินคุณภาพบริการตามการรับรู้สามารถประเมินได้จากผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ดังต่อไปนี้

2.1 ผู้ให้บริการ จะเป็นผู้ประเมินคุณภาพ โดยแต่ละหน่วยงานต้องมีการกำหนดมาตรฐานการบริการมาเป็นแนวทางปฏิบัติก่อน จึงจะสามารถประเมินคุณภาพของตนได้โดยมาตรฐานต้องได้รับการยอมรับจากผู้ให้บริการและได้รับความเห็นชอบของผู้บริหารด้วย

2.2 ผู้รับบริการจะประเมินคุณภาพจากประสบการณ์การรับรู้ของผู้รับบริการ ได้แก่ การได้มีส่วนร่วมในการดูแลตนเอง การได้รับตอบสนองความต้องการทั้งทางร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม สัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการตลอดจนผู้ที่ให้บริการให้โอกาสแก่ผู้รับบริการในการซักถามปัญหาข้อข้องใจรวมทั้งให้กำลังใจ

การรับรู้ของผู้รับบริการเป็นการแสดงออกของผู้รับบริการเกี่ยวกับการได้ยิน การได้เห็นหรือการเผชิญต่อการบริหารที่ตอบสนองของผู้รับบริการทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม เมื่อผู้รับบริการได้รับการบริการที่ตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้รับบริการแล้วจะเกิดความรู้สึกหรือรับรู้ว่าได้รับบริการที่มีคุณภาพและก่อให้เกิดความผาสุก ปลอดภัยและบังเกิดความพึงพอใจ แสดงว่าผู้รับบริการได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพจากผู้ให้บริการเมื่อการรับรู้ของผู้บริการตรงกันกับการรับรู้ของผู้ให้บริการ ในทางตรงกันข้ามการรับรู้คุณภาพการบริการจะไม่ได้หากผู้ให้บริการไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ ผลที่ได้จากการรับรู้คุณภาพ

บริการของผู้รับบริการเท่านั้นที่สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการบริการของผู้ให้บริการทุกระดับ การให้ข้อมูลย้อนกลับจากผู้รับบริการสามารถชี้แนะจุดแข็ง จุดอ่อน หรือข้อดี ข้อเสีย ของการบริการได้ คุณภาพถูกกำหนดโดยลูกค้าหรือผู้รับบริการ ซึ่งผู้รับบริการจะประเมินคุณภาพบริการได้จากคุณภาพตามความเป็นจริงและคุณภาพตามการรับรู้ โดยประเมินคุณภาพการบริการว่าเป็นไปตามที่ตนคาดหวังหรือไม่ เป็นการเปรียบเทียบการบริการที่ตนคาดหวัง (Expected Service) กับบริการที่เกิดขึ้นจริงตามการรับรู้ (Perceived Service) ถ้าบริการที่รับรู้ต่ำกว่าบริการ ที่คาดหวัง ผู้รับบริการจะไม่พึงพอใจและไม่กลับมาใช้บริการอีก ถ้าบริการที่รับรู้เกินกว่าบริการที่คาดหวัง ผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจ

พาราซูรามาน และเบอร์รี่ (Parasuraman & Berry, 1990 ; อ้างถึงใน ยุทธนา ชันติยะ. 2545 : 19) กล่าวว่า คุณภาพขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของผู้บริโภคหรืออีกนัยหนึ่งคือ คุณภาพการบริการในสายตาผู้บริโภคเกิดจากการเปรียบเทียบความคาดหวังในการบริการและสิ่งที่ผู้รับบริการคิดว่าได้รับจากการบริการนั้น การบริการจะมีคุณภาพก็ต่อเมื่อผู้รับบริการได้รับในสิ่งที่คาดหวังไว้หรืออีกความหมายหนึ่ง อาจกล่าวได้ว่า คุณภาพ คือ ความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้รับบริการ

เจเกอร์ และคนอื่น ๆ (Jaeger et al. 1993 ; อ้างถึงใน ปัทมธนา วนากมล. 2545 : 13) กล่าวว่า เมื่อพิจารณาคุณภาพ ให้เชื่อมโยงกับการคาดหวังของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการจะนิยามคำว่าคุณภาพได้เป็น 3 ระดับ คือ

1. คุณภาพขั้นพอใช้ได้ หมายถึง การผลิตสินค้าหรือบริการให้ได้ผลผลิตที่กำหนดรายละเอียด (Specification) หรือมาตรฐาน (Standard) ไว้ล่วงหน้าหรือเรียกว่าเป็น Conformance Quality
2. คุณภาพขั้นพอใจ หมายถึง การที่สินค้าหรือบริการสามารถตอบสนองความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าหรือของผู้ป่วย ได้ทั้งหมดทำให้เกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) หรือเรียกว่าเป็น Requirements Quality
3. คุณภาพขั้นประทับใจ หมายถึง การที่สินค้าหรือบริการนั้นยอดเยี่ยมมากถึงขนาดที่ทำให้ลูกค้าหรือผู้ป่วยเกิดความประทับใจ (Delighted) นั่นคือ สิ่งที่ได้รับนั้นมีคุณค่า (Value) มากกว่าที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้หรือเรียกว่า Quality of kind

สรุป แนวคิดและความหมายของคุณภาพ คือ ความพอใจของผู้รับบริการ เป็นผลลัพธ์ของสิ่งที่ผู้ให้บริการจัดให้ผู้รับบริการตรงตามมาตรฐานของผู้ให้บริการและสามารถตอบสนองต่อความต้องการความคาดหวังของผู้รับบริการได้อย่างสม่ำเสมอและทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้น การที่จะวัดว่าคุณภาพการให้บริการบรรลุเป้าหมายหรือไม่ คือ การวัด ความพึง



พอใจของประชาชนผู้รับบริการเพื่อเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการมีความสามารถสนองตอบความต้องการของประชาชนได้หรือไม่เพียงใด และอย่างไร

## 2. ความหมายของการบริการ (Service)

จินตนา บุญบงการ (2539 : 15) ได้ให้ความหมายของการบริการ ว่าเป็นสิ่งจับต้องสัมผัสและต้องอาศัยได้ยาก และเสื่อมสูญสภาพไปได้ง่าย บริการจะทำขึ้นทันทีและส่งมอบให้ผู้รับบริการทันทีหรือเกือบจะทันที ดังนั้นการบริการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมของการส่งมอบบริการจากผู้ให้ไปยังผู้รับบริการ ไม่ใช่สิ่งที่จับต้องได้ชัดเจน แต่ออกมาในรูปของเวลา สถานที่ รูปแบบ และที่สำคัญเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยทางจิตใจ ทำให้เกิดความพึงพอใจ คำว่าการบริการ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า SERVICE ซึ่งถ้าหากหาความหมายดี ๆ ให้กับอักษรภาษาอังกฤษ 7 ตัวนี้ อาจได้ความหมายของการบริการที่สามารถยึดเป็นหลักการปฏิบัติได้ตามความหมายของอักษรทั้ง 7 นี้ คือ

S = Smiling & Sympathy อิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้มารับการบริการ

E = Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว

R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้รับบริการ

V = Voluntariness Manner การให้บริการที่ทำอย่างสมัครใจเต็มใจทำไม่ใช่ทำงานอย่างเสียไม่ได้

I = Image Enhancing การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย

C = Courtesy ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพมีมารยาดี

E = Enthusiasm ความกระตือรือร้นกระแฉ่ง กระตือรือร้นขอจะให้บริการและให้บริการมากกว่าผู้รับบริการคาดหวังเอาไว้

วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2539 : 6) การบริการเป็นกิจกรรมหรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่กลุ่มหนึ่งสามารถยื่นให้กับอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งไม่สามารถจับต้องได้และไม่ได้เป็นผลของการเป็นเจ้าของสิ่งของใด ๆ ผลผลิตอาจจะเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่มีตัวตนก็ได้

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2540 : 316) การบริการเป็นกิจกรรม ประโยชน์ หรือความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขายหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า เช่น การบริการขายอาหารพร้อมกับบริการเสิร์ฟด้วย

อภิชาติ พรหมพิทักษ์กุล (2540 : 15 - 19) ได้เสนอหลักการให้บริการแบบครบวงจร หรือการให้บริการเชิงรุกของ ชวงส์ ฉายะบุตร ว่าจะต้องเป็นไปตามหลักการที่เรียกว่า การพัฒนา การให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจร (Package Service) ดังนี้

1. ยึดการตอบสนองความจำเป็นของประชาชนเป็นเป้าหมาย การบริการของรัฐในเชิงรับ จะเน้นการให้บริการตามระเบียบแบบแผน และมีลักษณะที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการ ดังนั้นเป้าหมายแรกของการจัดบริการแบบครบวงจรคือ การมุ่งประโยชน์ของประชาชนผู้ให้บริการ ทั้งผู้ที่มาติดต่อ และมาขอรับบริการ ผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการเป็นสำคัญ ซึ่งมีลักษณะ ดังนี้

1.1 ผู้ให้บริการจะต้องถือว่า การให้บริการ เป็นภาระหน้าที่ที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องพยายามจัดบริการให้ครอบคลุมผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการทุกคน

1.2 การกำหนดระเบียบ วิธีปฏิบัติและการใช้ดุลยพินิจ จะต้องคำนึงถึงสิทธิประโยชน์ของผู้ใช้บริการอย่างสะดวกและรวดเร็ว

1.3 ผู้ให้บริการจะต้องมองผู้มาใช้บริการว่ามีฐานะและศักดิ์ศรีเท่าเทียมกับตน มีสิทธิที่จะรับรู้ ให้ความเห็น หรือโต้แย้งด้วยเหตุผลได้อย่างเต็มที่

2. ความรวดเร็วในการให้บริการ ปัจจุบันสังคมมีการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ อย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา การพัฒนาให้บริการมีความรวดเร็วมากขึ้นอาจจะทำได้ 3 ลักษณะคือ

2.1 การพัฒนานุเคราะห์ให้มีทัศนคติ มีความรู้ ความสามารถ เพื่อให้เกิดความชำนาญ งานมีความกระตือรือร้น และกล้าตัดสินใจในเรื่องที่ทำอยู่ในอำนาจของตน

2.2 การกระจายอำนาจหรือมอบอำนาจให้มากขึ้น และปรับปรุงระเบียบวิธีการทำงานให้มีขั้นตอนและใช้ระยะเวลาในการให้บริการให้สั้นที่สุด

2.3 การพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่จะทำให้สามารถให้บริการได้เร็วขึ้น

3. การให้บริการจะต้องเสร็จสมบูรณ์ เป้าหมายของการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจรอีกประการหนึ่งก็คือ ความเสร็จสมบูรณ์ของการให้บริการ ซึ่งหมายถึง การเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ที่ผู้ให้บริการจะต้องได้รับ โดยที่ผู้ให้บริการไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้ง ซึ่งลักษณะที่ดีของการให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์ก็คือ การบริการที่แล้วเสร็จในการติดต่อเพียงครั้งเดียวหรือไม่เกิน 2 ครั้ง (คือ มารับเรื่องที่แล้วเสร็จอีกครั้งหนึ่ง) นอกจากนี้ยังหมายถึง ความพยายามที่จะให้บริการในเรื่องอื่น ๆ ที่ผู้มาติดต่อใช้บริการสมควรจะได้รับด้วย เช่น มีผู้มาขอคัดสำเนาทะเบียนบ้าน หากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการพบว่าบัตรประชาชนหมดอายุแล้ว ก็ดำเนินการจัดทำบัตรประชาชนให้ใหม่ทันที

4. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ซึ่งเป็นเป้าหมายที่สำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาการให้บริการเชิงรุก หากเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความกระตือรือร้นแล้ว ผู้มาใช้บริการก็จะเกิดทัศนคติที่ดียอมรับฟังเหตุผลและคำแนะนำต่าง ๆ มากขึ้น และเต็มใจที่จะมารับบริการในเรื่องอื่น ๆ อีก และจะนำไปสู่ความเชื่อถือศรัทธาของผู้ใช้บริการในที่สุด

5. การให้บริการด้วยความถูกต้องสามารถตรวจสอบได้ การพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจรนั้น ไม่เพียงแต่จะต้องให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์เท่านั้น แต่จะต้องมีความถูกต้องชอบธรรมทั้งในแง่ของนโยบาย ระเบียบแบบแผน และถูกต้องในเชิงศีลธรรมจรรยาด้วย

6. ความสุภาพอ่อนน้อมเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ จะต้องปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี อันจะส่งผลให้การสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างกันเป็นไปได้ง่ายขึ้น

7. ความเสมอภาค การให้บริการแบบครบวงจร จะต้องให้บริการแก่ผู้ใช้บริการด้วยความเสมอภาค ซึ่งจะต้องเป็นไปภายใต้เงื่อนไขดังต่อไปนี้

7.1 ให้บริการจะต้องเป็นไปภายใต้ระเบียบแบบแผนเดียวกัน และได้รับผลที่สมบูรณ์ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าผู้ใช้บริการจะเป็นใครก็ตาม หรือเรียกว่า ความเสมอภาคในการบริการ

7.2 การให้บริการจะต้องคำนึงถึงความเสมอภาคในโอกาสที่จะได้รับบริการ ทั้งนี้เพราะประชาชนบางกลุ่มของประเทศมีข้อจำกัดในการที่จะมาติดต่อขอใช้บริการ เช่น รายได้น้อย ขาดความเข้าใจ หรือข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ อยู่ในพื้นที่ห่างไกลทุรกันดาร เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังกล่าวถึงคุณสมบัติของผู้ทำงานบริการ ดังนี้ คุณสมบัติ (Qualification) คือ ลักษณะประจำตัวซึ่งบุคคลต้องมี ก่อนที่จะได้มาซึ่งตำแหน่งหรือสิทธิ การพิจารณาว่าผู้ใดมีคุณสมบัติเหมาะสมกับงานใดหมายถึง จะทำงาน ได้ดีในหน้าที่อะไรอาจพิจารณาจากลักษณะประจำตัวของผู้นั้น ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ 2 ประการ ได้แก่

1. คุณลักษณะ (Trait) หมายถึง สิ่งที่ยูให้เห็นความดี อาจเป็นสิ่งที่ปรากฏให้เห็นจากภายนอก เช่น ร่างกาย รูปร่าง เป็นต้น หรืออาจเป็นสิ่งที่มิได้อยู่ภายใน เช่น จิตใจ อารมณ์ และความรู้สึกลึกซึ้ง เป็นต้น คุณลักษณะที่ดีย่อมนำมาซึ่งผลดี จึงเป็นลักษณะประจำตัวที่ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ต้องมีเพื่อให้เกิดคุณสมบัติครบถ้วน โดยมีคุณสมบัตินี้ดังต่อไปนี้

1.1 มีจิตใจรักงานบริการให้ความเอาใจใส่และสนใจกับงาน พยายามทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างดี ดังนั้น ผู้ซึ่งจะทำงานบริการ ได้ดีต้องมีใจรักและชอบงานบริการ

1.2 มีความรู้ในงานที่จะให้บริการ งานบริการต้องการความถูกต้องครบถ้วน สมบูรณ์เป็นสิ่งสำคัญ ผู้ทำงานบริการในเรื่องใดจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในงานที่ตนจะต้อง ให้บริการอย่างถูกต้องแท้จริง เพื่อให้มีความลักษณะเพียงพอแก่การเป็นผู้ให้บริการที่ดี

1.3 มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ เพราะการให้ความรู้และสารสนเทศ เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการเป็นหัวใจสำคัญของงานบริการ และเป็นงานบริการขั้นพื้นฐานที่ทุกคนต้องทำ

1.4 มีการวางตัวที่เหมาะสม เพราะการทำงานบริการจะต้องติดต่อสัมพันธ์หรือ เกี่ยวข้องกับคนต่าง ๆ จำนวนมาก การวางตนจึงเป็นสิ่งสำคัญเพราะเป็นการสร้างความเชื่อถือให้ ปราบกฏขึ้น การปฏิบัติตนจึงต้องระมัดระวังทั้งทางด้านกายและวาจาเนื่องจากเป็นสิ่งที่ปรากฏให้ เห็นได้ง่ายทั้งจากการแต่งกาย กิริยามารยาท การพูด การสื่อสาร เป็นต้น

1.5 มีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ เพราะความรับผิดชอบเป็นเงื่อนไข สำคัญที่จะทำให้งานบรรลุผล ผู้ที่ขาดความรับผิดชอบย่อมไม่สามารถทำงานใด ๆ สำเร็จได้ ดังนั้น ความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ จึงเป็นลักษณะที่สำคัญมากในการทำงานบริการ

1.6 มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจและ ให้บริการสอดคล้องกับความต้องการลูกค้า

1.7 มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ เนื่องจากทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการคิด ของผู้ทำงานบริการเป็นอันมาก หากผู้ใดมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ ก็จะทำให้ความสำคัญต่องาน บริการและปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ ส่งผลให้งานบริการมีคุณค่ามุ่งสู่การบริการที่เป็นเลิศ

1.8 มีจิตใจมั่นคง ผู้ที่ทำงานบริการจะต้องมีความมั่นคงในจิตใจ หากมี เหตุการณ์หรือความขัดแย้งเกิดขึ้นกระทบจิตใจ ทำให้เกิดปฏิกิริยาในทางลบ จะส่งผลถึงคุณภาพ บริการ

1.9 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผู้ทำงานบริการต้องมีความคิดริเริ่มใหม่ ๆ เพื่อ เปลี่ยนแปลงการบริการให้ดีกว่าเดิม มีการรับรู้และสร้างจินตนาการจากประสบการณ์ เพื่อนำมา พัฒนางานบริการให้ดียิ่งขึ้น

1.10 มีความช่างสังเกต โดยหมั่นสังเกตพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการว่า มีความรู้สึกเช่นไร เพื่อหาแนวทางในการสร้างความพึงพอใจในบริการให้เกิดขึ้น

1.11 มีวิจารณญาณ มีความไตร่ตรองและรอบคอบ เนื่องจากความต้องการของ ลูกค้ามีความหลากหลายหรือเกินขอบเขตที่จะให้บริการได้ ผู้ให้บริการจึงต้องใช้วิจารณญาณ ไตร่ตรองว่าควรจะทำประการใด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยไม่ขัดต่อนโยบายขององค์กร

1.12 มีความสามารถวิเคราะห์ปัญหา บางครั้งปัญหาอาจเกิดจากตัวผู้ให้บริการ หรือผู้ใช้บริการและเกิดความล่าช้าต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัญหาที่ต้องสามารถวิเคราะห์สาเหตุและหา วิธีแก้ไขที่ดีที่สุดส่งผลกระทบต่อผู้ใช้บริการน้อยที่สุด

2. พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง การแสดงออกทางความคิดและความรู้สึก โดยทั่วไปจะเห็นได้จากการกระทำของบุคคล ผู้ใดมีความคิดและความรู้สึกที่ดีก็จะมีกรกระทำที่ดี จึงมีคำกล่าวที่ว่า “กรรมเป็นเครื่องชี้เจตนา” อันหมายถึง การกระทำเป็นเครื่องบ่งชี้สภาพความคิด และความรู้สึก พฤติกรรมที่ดีย่อมนำมาซึ่งผลดี จึงนับเป็นลักษณะประจำตัวที่ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ต้องมี พฤติกรรมของผู้ที่จะทำงานบริการ ได้ดีต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

2.1 อหฺยาศัยดี ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่คาดหวังว่า ผู้ให้บริการจะให้การต้อนรับ ด้วยอหฺยาศัยที่ดีด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส ด้วยท่าทางที่กระตือรือร้น เป็นการสร้างความประทับใจ หากใช้วาจาที่สุภาพอ่อนโยนก็จะเป็นพฤติกรรมที่ดีของพนักงานบริการ

2.2 มีมิตรไมตรี เป็นการแสดงออกให้ผู้ใช้บริการเห็นว่าได้รับบริการที่มีมิตรไมตรี มีน้ำใจและช่วยเหลือเป็นการให้บริการที่มั่นคงและยืนยาว

2.3 เอาใจใส่สนใจงาน ความมุ่งมั่นในการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความเอาใจใส่งานเป็นอย่างมาก เพราะหากพนักงานขาดความเอาใจใส่แล้วก็จะละเลยในการปฏิบัติงาน ไม่คิดปรับปรุงพัฒนาให้เกิดความสะดวกในการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร

2.4 แต่งกายสะอาดเรียบร้อย ผู้ทำงานบริการจะต้องมีบุคลิกภาพดีเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือไว้วางใจแก่ผู้ใช้บริการ การแต่งกายที่ถูกกาลเทศะเหมาะสม ทั้งต่อสถานที่ทำงาน และสถานภาพของหน่วยงาน จะช่วยให้เกิดความรู้สึกที่ดีจากผู้มาติดต่อใช้บริการ ในการคัดเลือกผู้มาทำงานบริการจึงต้องให้ความสำคัญกับการแต่งกายเป็นพิเศษ หากแต่งกายไม่สุภาพจะแสดงถึงความไม่เอาใจใส่ในความถูกต้องเหมาะสม

2.5 กิริยาสุภาพ มารยาทงดงาม ผู้ใช้บริการทุกคนต้องการติดต่อกับผู้ให้บริการ ที่มีกิริยาสุภาพ การที่องค์กรมีผู้ทำงานบริการที่มีกิริยาสุภาพอ่อนน้อม จะเป็นเครื่องเชิดหน้าชูตา หรือเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน และยังแสดงออกถึงความมีมารยาท จึงนับเป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่ผู้ทำงานบริการ จะต้องตระหนักรู้ และประพฤติปฏิบัติอย่างระมัดระวัง

2.6 วาจาสุภาพ การทำงานบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือผู้อื่นให้เกิดความพึงพอใจ จึงต้องเป็นผู้มีวาจาสุภาพ เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสบายใจที่จะติดต่อขอรับบริการ การคัดเลือกผู้ทำงานบริการจึงควรสัมภาษณ์เพื่อจะได้สนทนาป้อนคำถามและฟังคำตอบว่าบุคคลใดมีการใช้ถ้อยคำอย่างไร วาจาสุภาพหรือไม่เพียงใด

2.7 น้ำเสียงไพเราะ การแสดงออกทางน้ำเสียงของแต่ละบุคคล จะแตกต่างกันออกไป บางคนพูดมีน้ำเสียงชวนฟัง แม้จะไม่ไพเราะหรือเสียงดี แต่จะต้องมีความชัดเจนชวนฟัง จึงมีความเหมาะสมในการทำงานบริการ

2.8 ควบคุมอารมณ์ได้ดี ผู้ทำงานบริการจะต้องมีอารมณ์มั่นคง เพราะอยู่ในสถานการณ์ ที่ต้องพบปะผู้คนมากมายหลายตา ซึ่งมีภูมิหลังต่างกัน ผู้มาใช้บริการบางคนมีกิริยาดี สุภาพแต่บางคนอาจมีความก้าวร้าวหรือใจร้อนต้องการ ได้รับความบริการที่รวดเร็วทันใจ เมื่อไม่ได้ตั้งใจ อาจพูดคำหยาบคายวิชาวาท ผู้ให้บริการไม่อาจแสดงอารมณ์ตอบโต้ได้ ดังนั้น จะต้องควบคุมอารมณ์ ด้วยความอดทน อดกลั้น

2.9 มีความกระตือรือร้น อุปนิสัยที่แสดงออกถึงความกระตือรือร้นเป็น พฤติกรรมที่ดีอย่างยิ่งในงานบริการ หากผู้ทำงานบริการเป็นคนเชิงซ้าแล้วยอมทำให้ผู้ใช้บริการ หมดความศรัทธาไม่คาดหวังที่จะ ได้รับความบริการอย่างทันท่วงที นอกจากนี้ยังทำให้ภาพลักษณ์ของ องค์กรเสียหายเป็นผลมาจากบริการล่าช้าและผิดนัด

2.10 รับฟังและเต็มใจแก้ไขปัญหา พฤติกรรมที่แสดงออกของผู้ทำงานบริการ จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังนั้น เมื่อผู้ใช้บริการมีปัญหาหรือข้อร้องเรียน ใด ๆ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงความสนใจรับฟังปัญหาเป็นเบื้องต้น จะคว่นบอกปิดหรือแสดงท่าที ไม่สนใจรับรู้ปัญหาไม่ได้ นอกจากแสดงความเอาใจใส่อย่างจริงจังแล้ว จะต้องมีความรู้สึกเต็มที่จะ ให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการด้วย จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ ความกระตือรือร้นในการดำเนินการแก้ปัญหา

2.11 มีวินัย ผู้ทำงานบริการที่มีระเบียบวินัยจะทำงานเป็นระบบยึดมั่นใน สัญญา เมื่อหน่วยงานมีนโยบายกำหนดไว้เป็นหลักการว่าจะให้บริการแก่ผู้ใช้บริการอย่างไร ก็ จะปฏิบัติตามกรอบหรือแนวทางอย่างเคร่งครัด ดังนั้น ในการพิจารณาคัดเลือกคุณสมบัติผู้ทำงาน บริการจึงควรทดสอบวินัยเป็นสำคัญ

2.12 ซื่อสัตย์ การให้บริการจะต้องให้ความช่วยเหลืออย่างถูกต้อง ตรงไปตรงมาผู้ใช้บริการทุกคนย่อมต้องการติดต่อสัมพันธ์กับคนที่ซื่อสัตย์รักษาคำพูด ดังนั้น พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความซื่อสัตย์รักษาคำพูด จึงเป็นสุดยอดปรารถนาของผู้ใช้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 142) ได้ให้ความหมายของการบริการว่าเป็น กิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการของลูกค้า

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2542 : 310) การบริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความ พึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ผู้ใช้บริการตัวอย่าง เช่น โรงเรียน โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม

วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2543 : 6-7) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า เป็นกระบวนการหรือกระบวนการกิจกรรม ในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการ (บริกร) ไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) หรือผู้ใช้บริการ โดยบริการเป็นสิ่งที่จับ สัมผัส หรือแตะต้อง ได้ยาก แต่เป็นสิ่งที่สูญสลายได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยบริกร และจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้น ๆ โดยทันที หรือในเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการให้บริการหรือเกิดการบริการขึ้น

อมรา ผูกบุญเชิด (2543 : 18) กล่าวว่างานบริการ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ซึ่งมีเจตนาใจแห่งการให้ ทั้งทางรูปธรรม และนามธรรม ในเชิงความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้องและด้านอัธยาศัยเป็นพื้นฐาน

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2544 : 8) การบริการเป็นกิจกรรมที่พิสูจน์ได้และมองไม่เห็นที่เป็นวัตถุประสงค์ของรายการติดต่อซื้อขายออกแบบให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

สิทธิชัย อุปกรณ์ศิริกร (2546 : 16) ได้ให้ความหมายของการบริการว่าเป็นการบริการในฐานะที่เป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่มีอำนาจกระทำที่ตอบสนองความต้องการ เพื่อให้เกิดความพอใจ จากความหมายนี้ จึงเป็นการพิจารณาการให้บริการว่า ประกอบด้วย ผู้ให้บริการ (Providers) และผู้รับบริการ (Recipients) โดยฝ่ายแรกถือปฏิบัติเป็นหน้าที่ที่ต้องให้บริการ เพื่อให้ฝ่ายหลังเกิดความพึงพอใจ

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ (2546 : 12) ในปัจจุบันการบริการเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวัน และบุคคลได้จ่ายเงินเป็นจำนวนมากเพื่อการบริการ ประมาณได้ว่าค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการทุกวันนี้ จะเป็นค่าบริการประมาณร้อยละ 45

วัชรภรณ์ สุริยาภิวัดน์ (2546 : 15) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึงกิจกรรมที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดขึ้นเพื่อให้แก่สมาชิกตามความสามารถและหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน โดยอาศัยความต้องการของสมาชิกที่ได้รับบริการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทางในการดำเนิน โครงการในระยะต่อไป พร้อมทั้งให้เกิดความพอใจแก่สมาชิก

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2547 : 14) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่ากิจกรรมประโยชน์หรือความพึงพอใจที่จัดทำขึ้นเพื่อเสนอขายหรือกิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้า จากความหมายดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่าการบริการแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1. ผลิตภัณฑ์บริการเป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบหนึ่งเพื่อสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค เช่น การนวดเพื่อผ่อนคลาย กล้ามเนื้อ การตรวจและรักษา โรคการจักษุที่พักในรูปแบบต่างๆ การให้ความรู้และพัฒนาทักษะในสถานศึกษาต่าง ๆ การให้คำปรึกษาในการบริหารธุรกิจหรือการให้ความบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ

2. การบริการส่วนครบเป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเพื่อเสริมกับสินค้าเพื่อให้การขายและให้สินค้ามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเช่นบริการติดตั้งเครื่องซักผ้าหลังการขายการตรวจเช็คเครื่องปรับอากาศตามระยะเวลาหรือการให้คำแนะนำในการใช้งานเครื่องพิมพ์ให้มีประสิทธิภาพ หรือการฝึกอบรมใช้เครื่องจักรในการผลิตให้กับลูกค้า

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2548 : 14) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง การกระทำพฤติกรรมหรือการปฏิบัติที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้น

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549 : 18) ได้ให้ความหมายของ การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

บังอร ชลสกุลถาวร (2549 : 7) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการ หมายถึง การดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างสอดคล้อง เป็นเลิศ โดยยึดหลักว่าต้องมีความสะดวก สะอาด รวดเร็ว และถูกต้อง ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการมากที่สุด อันนำมาซึ่งความประทับใจหรือความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ

กชพร วัฒนารธรรม (2550 : 10) ให้ความหมายคำว่าบริการว่า หมายถึง พฤติกรรม การกระทำหรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ และไม่ได้ส่งผลของความเป็นเจ้าของสิ่งใด

วริระวรรณ โกชาคม (2551 : 14) การให้บริการหมายถึง กิจกรรม หรือการกระทำให้บุคคลอื่นหรือผู้รับบริการมีความพึงพอใจในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ ทั้งนี้การให้บริการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด คือการให้บริการโดยไม่คำนึงถึงตัวบุคคล ไม่ใช้อารมณ์ ไม่มีความชอบพอใจใครเป็นพิเศษ ทุกคนต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน

### 3. ลักษณะสำคัญของการบริการ (Classification of Service)

วีระพงษ์ เถлимจิระวัฒน์ (2543 : 6 – 8) ให้ความหมายของลักษณะการบริการที่ดี 7 ประการ ดังนี้

S = Smiling & Sympathy หมายถึง ยิ้มแย้มแจ่มใสและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้มารับบริการ

E = Early Response หมายถึง การตอบสนองความประสงค์ของผู้รับบริการอย่างรวดเร็วทันใจ โดยไม่ต้องให้เอ่ยปากขอร้อง



R = Respectful หมายถึง การแสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้รับบริการ

V = Voluntariness Manner หมายถึง ลักษณะการให้บริการแบบสมัครใจและเต็มใจมิใช่ทำแบบเสียมิได้

I = Image Enhancing หมายถึง การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการและเป็นการเสริมภาพพจน์ขององค์กรด้วย

C = Courtesy หมายถึง ความอ่อนโยน สุภาพและมีมารยาทดี อ่อนน้อมถ่อมตน

E = Enthusiasm หมายถึง ความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้นขณะบริการและให้บริการเกินความคาดหวังของผู้รับบริการ

พาราซูรามาน เซียแทมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Ziehl & Berry, 1985) ได้ชี้ให้เห็นด้วยว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นการให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งเป็นเรื่องของการประเมินหรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการในลักษณะของภาพรวม ในมิติของการรับรู้ ผลการศึกษาวิจัยของนักวิชาการกลุ่มนี้ ช่วยให้เห็นว่า การประเมินคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคเป็นไปในรูปแบบของการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อบริการที่คาดหวังและการบริการตามที่รับรู้ว่ามีคุณสมบัติสอดคล้องกันเพียงไร ข้อสรุปที่น่าสนใจประการหนึ่งก็คือ การให้บริการที่มีคุณภาพนั้นหมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น ความพึงพอใจต่อการบริการ จึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวังหรือการไม่เป็นไปตามความคาดหวัง (Confirm or Disconfirm Expectation) ของผู้บริโภคนั่นเอง

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550 : 66) ให้ความเห็นว่า คุณภาพการให้บริการเป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับบริการซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Tolerance Zone) ผู้รับบริการก็จะมี ความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ขณะเวลาหนึ่ง

นิติพงษ์ เนตรระภาศ (2550 : 16) ให้ความหมายคุณภาพการบริการสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการเป็นเรื่องซับซ้อน จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการ ผู้บริหารการบริการ หรือผู้ปฏิบัติงานบริการล้วนมีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการจัดการระบบการบริการทั้งสิ้น การให้ความสำคัญต่อการรับรู้คุณภาพการบริการเป็นเรื่องที่มีอาจจะเลยได้ด้วยการเพิ่มพูนประสิทธิภาพของการส่งเสริม

คุณภาพการบริการอย่างทั่วถึง ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ หัวใจการบริการที่แท้จริงอยู่ที่คุณภาพของการบริการที่สามารถสร้างความประทับใจอย่างแนบแน่นให้กับผู้รับบริการ

ลิวอิสและบลูม (Lewis & Bloom. 1983 ; อ้างถึงใน ชัชวาล ทัดศิวิฑ. 2552 ; ออนไลน์) ให้ความหมายว่า คุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบ โดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (Delivering Service Quality) จึงหมายถึง การตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังผู้รับบริการ

ครอสบี้ (Crosby. 1988 ; อ้างถึงใน ชัชวาล ทัดศิวิฑ. 2552 ; ออนไลน์) กล่าวไว้ว่า คุณภาพบริการหรือ “Service Quality” นั้นเป็นแนวคิดที่ถือหลักการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่องและตอบสนองตรงความต้องการของผู้รับบริการและสามารถที่จะทราบของความ ต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย

พาราสุรามาน ซีเทมส์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Ziethaml & Berry. 1990 ; อ้างถึงใน ระวีวรรณ โภชาคม. 2552 : 16) ให้ความหมายว่าคุณภาพการบริการเป็นการให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งเป็นเรื่องของการประเมินหรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการ ในลักษณะของภาพรวมในมิติของผู้รับรู้

กรอนรูส (Gronroos. 1992 ; อ้างถึงใน ชัชวาล ทัดศิวิฑ. 2552 ; ออนไลน์) ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการว่า จำแนกได้ 2 ลักษณะคือ

1. คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) อันเกี่ยวกับผลลัพธ์หรือสิ่งบริการที่ได้รับจากบริการ โดยสามารถที่จะวัดได้เหมือนกับการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์
2. คุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการประเมิน

สรุป คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง ความสามารถตอบสนองความต้องการของการให้บริการตรงกับหรือเกินความคาดหวังของผู้รับบริการ หรือเป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการจะมีระดับแตกต่างกันไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคลตามผลการประเมินที่ได้รับบริการ ณ เวลาหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตามคุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะใช้เป็นเครื่องมือวัดสมรรถนะในการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ ซึ่งจะทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการสูงสุด เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการปฏิรูประบบบริหารภาครัฐ

#### 4. เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการ

เนื่องจากคุณภาพเป็นเรื่องที่สลับซับซ้อนและมีองค์ประกอบหรือปัจจัยหลายอย่างที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ส่งผลให้การมองคุณภาพจำเป็นต้องพิจารณาจากเกณฑ์การพิจารณามีหลายด้าน ดังนี้

บัซเซลและเกลล์ (Buzzell & Gale. 1987 ; อ้างถึงใน อนุวัฒน์ สุภษุติกุล. 2542 : 2-3) ได้กล่าวถึงเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการไว้ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการ จะถูกกำหนดโดยลูกค้าหรือผู้รับบริการ ลูกค้าหรือผู้รับบริการจะเป็นผู้พิจารณาว่าอะไรที่เรียกว่าคุณภาพ โดยไม่ได้ใส่ใจว่ากระบวนการทำให้การบริการเกิดขึ้นนั้นเป็นอย่างไร อย่างไรก็ตามลูกค้าหรือผู้รับบริการแต่ละคนย่อมมีมุมมองในเรื่องคุณภาพที่อาจแตกต่างกันไปบ้าง

2. คุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งที่องค์การจะต้องค้นหาอยู่ตลอดเวลาไม่มีจุดสิ้นสุด โดยที่เราไม่สามารถกำหนดคุณภาพการให้บริการให้เป็นไปโดยเฉพาะเจาะจง หรือเป็นสูตรสำเร็จตายตัวได้ การให้บริการที่ดีมีคุณภาพจึงต้องทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ทั้งในช่วงเวลาที่กิจการดำเนินไปได้ด้วยดีหรือไม่ดีก็ตาม

3. คุณภาพการให้บริการ จะเกิดขึ้น ได้ด้วยความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้ปฏิบัติงานในส่วนตัว การควบคุมคุณภาพของการปฏิบัติงานของแต่ละคนเป็นเรื่องที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการให้บริการที่มีคุณภาพได้ สิ่งที่ผู้ปฏิบัติงานจำเป็นต้องได้รับคือการปลูกฝังจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อการให้บริการ และการนำเสนอบริการที่มีคุณภาพอยู่เสมอ ทั้งต่อเพื่อนร่วมงานและลูกค้าหรือผู้รับบริการ

4. คุณภาพการให้บริการ การบริหารการบริการ และการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งที่ไม่อาจแยกออกจากกันได้ ในการนำเสนอการให้บริการที่มีคุณภาพนั้น ผู้ปฏิบัติงานให้บริการจำเป็นต้องมีความรู้และเข้าใจคำติชมผลงาน ซึ่งให้การนี้ ผู้บริการจะต้องเอาใจใส่ต่อการบริหารจัดการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานบริการด้วยความจริงใจและสร้างสรรค์ ภายใต้ความมุ่งหวังที่จะให้บริการที่ออกมาดีมีคุณภาพดี

5. คุณภาพการให้บริการ จะต้องอยู่บนพื้นฐานความเป็นธรรม

6. คุณภาพการให้บริการจะดีเพียงนั้นขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของการบริการภายในองค์การที่เน้นความเป็นธรรมและคุณค่าของคน โดยองค์การที่ให้บริการที่สามารถปฏิบัติต่อกู้และบุคลากรขององค์การได้อย่างเท่าเทียมกัน ย่อมสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพการให้บริการอย่างแท้จริง

7. คุณภาพการให้บริการขึ้นอยู่กับความพร้อมในการให้บริการแม้ว่าคุณภาพการให้บริการจะไม่สามารถหรือยากที่จะกำหนดตายตัวลงไป แต่การวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมของการบริการไว้ล่วงหน้า รวมทั้งการเรียนรู้ในสิ่งที่เป็นความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการ ย่อมก่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพดี

8. คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การรักษาความมั่นคงว่าองค์กรจะให้บริการลูกค้าหรือผู้รับบริการ ได้อย่างเป็นไปตามความคาดหวัง และเป็นไปตามเงื่อนไขที่ผู้ปฏิบัติงานให้บริการ

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550 : 50) ได้อธิบายว่า การวัดเกณฑ์คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องพิจารณาจากธรรมชาติความไม่แน่นอนของงานบริการที่จับต้องไม่ได้และคาดหมายลำบาก นักวิชาการจึงได้มีความพยายามค้นหาแนวทางการประเมินหรือวัดคุณภาพการให้บริการที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงมิติของการปฏิบัติและสามารถนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างเด่นชัดที่สุด 2 มิติ คือ คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) และคุณภาพเชิงหน้าที่

(Functional Quality) ซึ่งจะส่งผลกระทบไปถึงความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการว่าคุณภาพการให้บริการจะมีมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับระดับของคุณภาพเชิงเทคนิค และคุณภาพเชิงหน้าที่เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการบริการว่าสามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้มีหลัก 6 ประการ คือ

1. การเป็นมืออาชีพและการมีทักษะของผู้ให้บริการ (Professionalism & Skill) เป็นการพิจารณาว่า ผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้จากการเข้ารับบริการจากผู้ให้บริการที่มีความรู้และทักษะในงานบริการ ซึ่งสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีระบบและแบบแผน
2. ทักษะคติและพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (Attitude & Behavior) ผู้รับบริการจะเกิดความรู้สึกได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็นมิตร และดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน

3. การเข้าพบได้อย่างง่ายและมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ (Accessibility And Flexibility) ผู้รับบริการจะพิจารณาจากสถานที่ตั้งไว้ให้บริการ และเวลาที่ได้รับการจากผู้ให้บริการ รวมถึงระบบการบริการที่จัดเตรียมไว้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ

4. ความไว้วางใจและเชื่อถือได้ (Reliability and Trustworthiness) ผู้รับบริการจะทำการพิจารณาหลังจากที่ได้รับบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งการให้บริการของผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติตามที่ได้รับการตกลงกัน

5. การแก้ไขสถานการณ์ให้กลับสู่ภาวะปกติ (Recovery) พิจารณาจากการเกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ล่วงหน้าเกิดขึ้นหรือเกิดเหตุการณ์ที่ผิดปกติ และผู้ให้บริการสามารถแก้ไขสถานการณ์นั้น ๆ ได้ทัน่วงทีด้วยวิธีการที่เหมาะสมซึ่งทำให้สถานการณ์กลับสู่ภาวะปกติ

6. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (Reputation and Credibility) ผู้รับบริการจะเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ให้บริการจากการที่ผู้ให้บริการดำเนินกิจการด้วยดีมาตลอด

กรอนรูส (Gronroos, 1990 ; อ้างถึงใน วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์, 2543 : 40-42) ได้ให้ความหมายของเกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการว่า คุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการรับรู้ เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ ที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1. คุณภาพที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการคาดหวัง (Expected Quality) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ การสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication) ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image) การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth Communication) และความต้องการของลูกค้า (Customer Needs)

2. คุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้บริการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ (Experiences Quality) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image) คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) และคุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality)

ผู้รับบริการจะทำการประเมินคุณภาพของการให้บริการ โดยการเปรียบเทียบคุณภาพที่คาดหวังกับคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ของการใช้บริการว่า คุณภาพทั้งสองด้านนั้น สอดคล้องกันหรือไม่ หรือมีความแตกต่างกันอย่างไร

สรุป การพิจารณาเกณฑ์คุณภาพการให้บริการนั้น เป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนและหลากหลายในแง่มุมมองของการพิจารณา การวัดคุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องยากเนื่องจากคุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับผู้รับบริการว่าใช้เกณฑ์อะไรในการประเมินเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้และความคาดหวัง ซึ่งผู้ให้บริการต้องมิจิตสำนึกในการให้บริการและรับรู้คำติชมของผลงานเพื่อนำมาเป็นเกณฑ์ในการปรับปรุงการปฏิบัติงานให้มีคุณภาพ คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่สำคัญซึ่งผู้บริหารขององค์กรพึงให้ความสำคัญและทุ่มเทความสนใจ องค์กรที่ต้องการความสำเร็จของการประกอบการไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือภาคเอกชน จึงต้องให้ความสนใจต่อประเด็นเรื่องคุณภาพการให้บริการที่พิจารณาหรือทำความเข้าใจจากความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการให้ได้เช่นชัดเจน

## 5. เครื่องมือในการวัดคุณภาพ

ชัชวาล ทัดศิวิฐ (2552 : ออนไลน์) กล่าวว่าตัวแบบที่ใช้วัดคุณภาพการให้บริการที่ได้รับความนิยมนำมาใช้อย่างแพร่หลายนั้นนับว่าได้แก่ผลงานของพาราซุรามาน ซิธแฮมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, zithaml & Berry, 1990) ซึ่งได้พัฒนาตัวแบบเพื่อใช้สำหรับการประเมินคุณภาพการให้บริการ โดยอาศัยการประเมินจากพื้นฐานการรับรู้ของผู้รับบริการหรือลูกค้า พร้อมกับได้

พยายามหาความหมายของคุณภาพการให้บริการและปัจจัยที่กำหนดคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสม ผลงานความคิดและการพัฒนาตัวแบบ SERVQUAL ของซีแธมล์ พาราชูรามานและคณะ (Ziethaml, Parasuraman, & Berry. 1990) มาจากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างคุณภาพการให้บริการ ที่ได้แบ่งระยะของการวิจัยออกเป็น 4 ระยะ โดยระยะที่ 1 ศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพในกลุ่มผู้รับบริการและผู้ให้บริการของบริษัทชั้นนำหลายแห่ง และนำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนารูปแบบคุณภาพในการให้บริการ ระยะที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงประจักษ์โดยมุ่งศึกษาที่ผู้รับบริการโดยเฉพาะ ใช้รูปแบบคุณภาพในการให้บริการที่ได้จากระยะที่ 1 มาปรับปรุงได้เป็นเครื่องมือที่เรียกว่า SERVQUAL และปรับปรุงเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินคุณภาพในการให้บริการตามการรับรู้และความคาดหวังของผู้รับบริการระยะที่ 3 ได้ทำการศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์เหมือนในระยะที่ 2 แต่มุ่งขยายผลการวิจัยให้ครอบคลุมองค์การต่าง ๆ มากขึ้นมีการดำเนินงานหลายขั้นตอนเริ่มต้นด้วยการวิจัยในสำนักงาน 89 แห่ง ของ 5 บริษัทชั้นนำในการบริการ แล้วนำผลงานมาวิจัยทั้ง 3 ระยะมาศึกษาาร่วมกัน โดยการทำสัมมนากลุ่มผู้รับบริการและผู้ให้บริการ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในกลุ่มผู้บริหารและสุดท้ายได้ทำการวิจัยสำรวจในทุก ๆ กลุ่ม ต่อมาได้ทำการศึกษาอีกครั้งในธุรกิจบริการ 6 ประเภท ได้แก่ งานบริการซ่อมบำรุง งานบริการบัตรเครดิต งานบริการประกัน งานบริการโทรศัพท์ทางไกล งานบริการธนาคารสาขาย่อย และงานบริการนายหน้าซื้อขาย และระยะที่ 4 เป็นมุ่งศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้บริการ

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550 : 75) กล่าวว่าจากงานวิจัยของ ซีแธมล์ พาราชูรามานและคณะ (Ziethaml, Parasuraman, Berry. 1990) ได้กำหนดมิติที่จะใช้วัดคุณภาพในการให้บริการ (Dimension of Service Quality) ไว้ 10 ด้าน และพัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้วัดคุณภาพการให้บริการเป็น 10 ตัวแปรหลักคือ

มิติที่ 1 ลักษณะของการบริการ (Appearance) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในการให้บริการ

มิติที่ 2 ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่เป็นไปตามคำมั่นสัญญาได้อย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง

มิติที่ 3 ความกระตือรือร้น (Responsiveness) หมายถึง การที่องค์การที่ให้บริการแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างเต็มที่ทันทีทันใด

มิติที่ 4 สมรรถนะ (Competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ

มิติที่ 5 ความไมตรีจิต (Courtesy) หมายถึง มีอภัยสายนอบน้อม มีไมตรีจิตที่เป็นกันเองรู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริ่งใจ มีน้ำใจ และมีความเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติการให้ให้บริการ

มิติที่ 6 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นด้วยความซื่อตรงและสุจริตของผู้ให้บริการ

มิติที่ 7 ความปลอดภัย (Security) หมายถึง สภาพที่บริการปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัยหรือปัญหาต่าง ๆ

มิติที่ 8 การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับบริการเป็นไปด้วยความสะดวกไม่ยุ่งยาก

มิติที่ 9 การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์และการสื่อความหมาย

มิติที่ 10 การเข้าใจลูกค้าหรือผู้รับบริการ (Understanding of Customer) ในการค้นหาและทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ รวมทั้งการให้ความสนใจต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ

ต่อมาภายหลัง ตัวแบบและวิธีการประเมินคุณภาพการให้บริการหรือ SERVQUAL ได้รับการนำมาทดสอบซ้ำโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกลุ่มทั้งสิ้น 12 กลุ่มคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์ จำนวน 97 คำตอบ ได้ทำการจับกลุ่มเหลือเพียง 10 กลุ่มที่แสดงถึงคุณภาพการให้บริการ โดยแบบวัด SERVQUAL นี้ได้ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ใช้วัดถึงความคาดหวังในบริการจากองค์กรหน่วยงาน

ส่วนที่ 2 เป็นการวัดการรับรู้ภายหลังจากได้รับบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ในการแปลคะแนนของแบบวัด SERVQUAL ทำโดยการนำคะแนนการรับรู้ในบริการลบกันกับคะแนนความคาดหวังในบริการ และถ้าผลลัพธ์ของคะแนนอยู่ในช่วงคะแนนตั้งแต่ +6 ถึง -6 แสดงว่า องค์กรหรือหน่วยงานดังกล่าวมีคุณภาพการให้บริการในระดับดี ได้นำหลักวิชาสถิติเพื่อพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวัดการรับรู้คุณภาพในการให้บริการของผู้รับบริการ ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) พบว่า SERVQUAL สามารถแบ่งมิติได้เป็น 5 มิติหลักและยังคงมีความสัมพันธ์กับมิติของคุณภาพการให้บริการทั้ง 10 ประการ SERVQUAL ที่ทำการปรับปรุงใหม่จะเป็นการยุบรวมบางมิติจากเดิมให้รวมกันภายใต้ชื่อมิติใหม่ SERVQUAL ที่ปรับปรุงใหม่ประกอบด้วย 5 มิติหลัก คือ

มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่

ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแล ห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกรับเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจนขึ้น

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงตามสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็ว

มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่น ให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพนุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่า ผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

สรุป เครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพการให้บริการที่ได้รับความนิยมในการนำมาใช้ในการศึกษาเพื่อวัดคุณภาพบริการขององค์กรคือ SERVQUAL ซึ่ง ซินแฮมล์ พาราชูรามานและเบอร์รี่ ได้พัฒนามาจากตัวแปรหลัก ที่กำหนดไว้ 10 มิติ เพื่อใช้วัดคุณภาพการให้บริการ ต่อมาได้ปรับปรุงใหม่ ประกอบด้วย 5 มิติดังกล่าวข้างต้น ซึ่งองค์กรต้องการทำความเข้าใจและใช้เป็นเทคนิคในการวัดคุณภาพการให้บริการขององค์กร นอกจากนี้ สามารถประยุกต์ใช้ SERVQUAL สำหรับการทำความเข้าใจกับการรับรู้ของบุคลากรต่อคุณภาพในการให้บริการ โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อให้เกิดการพัฒนาการให้บริการประสบผลสำเร็จ

## 6. ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการ

ชัชวาล ทัดศิริวัต (2552 : ออนไลน์) กล่าวว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการประกอบไปด้วย 3 ประการดังนี้



## 7. ความคาดหวังกับคุณภาพการให้บริการ

ความคาดหวังของผู้รับบริการ เป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้รับบริการเกี่ยวกับการบริการที่เขาจะได้รับเมื่อเขาไปใช้บริการ ความคาดหวังในเรื่องคุณภาพในการให้บริการมีระดับที่แตกต่างกันออกไปโดยยึดเอาเกณฑ์การพิจารณาความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริการ ได้กล่าวคือ ในระดับต้น หากผู้รับบริการไม่พึงพอใจ จะแสดงให้เห็นว่าคุณภาพในการให้บริการมีน้อย ในระดับที่สอง หากผู้รับบริการมีความพึงพอใจ แสดงว่า มีคุณภาพในการให้บริการ และในระดับที่สาม หากผู้รับบริการมีความประทับใจ ย่อมแสดงว่า การให้บริการนั้นมีคุณภาพสูงหรือมีคุณภาพในการให้บริการสูง ความคาดหวังเป็นแนวคิดสำคัญที่ได้รับการนำมาใช้สำหรับการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และคุณภาพการให้บริการ ซีแฮมล์ พาราซูรามาน และเบอร์รี่ (Ziethaml, Parasuraman, & Berry, 1990) ซึ่งได้เสนอตัวแบบ SERVQUAL เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ จากความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อบริการที่เขาได้รับ โดยเสนอความเห็นไว้ว่า ความคาดหวังหมายถึง ความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภค โดยความคาดหวังของบริการนี้ไม่ได้ นำเสนอถึงการคาดการณ์ว่าผู้ให้บริการอาจจะให้บริการอย่างไร แต่เป็นเรื่องพิจารณาว่าผู้ให้บริการควรให้บริการอะไรมากกว่า กล่าวโดยสรุปแล้ว ความคาดหวังของผู้รับบริการ เป็นการแสดงออกถึงความต้องการของผู้รับบริการที่อันที่จะ ได้รับบริการจากหน่วยงานหรือองค์กรที่ทำหน้าที่ในการให้บริการ โดยความคาดหวังของผู้รับบริการนี้ ย่อมมีระดับที่แตกต่างกันไป มากบ้างน้อยบ้าง ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ความต้องการส่วนบุคคล การได้รับคำบอกเล่า ประสบการณ์ที่ผ่านมา เป็นต้น และความคาดหวังของผู้รับบริการนี้ หากได้รับการตอบสนองหรือ ได้รับบริการที่ตรงตามคาดหวังแล้ว ก็ย่อมสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพในการให้บริการของผู้ให้บริการ ในงานวิจัยหลายชิ้น นอกจากจะศึกษาการรับรู้ในคุณภาพในการให้บริการแล้ว ยังมีการศึกษาความคาดหวังในการให้บริการเพื่อสะท้อนถึงคุณภาพในการให้บริการกันอย่างกว้างขวางเช่นเดียวกัน

ซีแฮมล์ พาราซูรามาน และเบอร์รี่ (Ziethaml, Parasuraman, & Berry. 1990 ; อ้างถึงใน ชัชวาล ทัดสิวัต. 2552 : ออนไลน์) ได้เสนอมุมมองของการพิจารณาคุณภาพในการให้บริการ จากความคาดหวัง (Expectation) ของผู้รับบริการว่า ความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อบริการหนึ่งบริการใด ย่อมเกิดขึ้นจากปัจจัยหลายประการประกอบกันหรือเป็นตัวกำหนด และปัจจัยเช่นนั้นก็กำหนดความคาดหวังของผู้รับบริการ นอกเหนือไปจากการรับรู้ เป็นความแตกต่างของบริการที่ได้รับจริงกับบริการที่คาดหวัง ซีแฮมล์ พาราซูรามาน และเบอร์รี่ (Ziethaml, Parasuraman, & Berry. 1990) ได้กำหนดปัจจัยที่เป็นตัวกำหนด (Determiner) ความคาดหวังของผู้รับบริการไว้ 4 ประการด้วยกันดังนี้

ประการแรก การบอกแบบปากต่อปาก (Word - of - Mouth Communication) ความคาดหวังที่เกิดจากการบอกเล่าปากต่อปาก หมายถึง ความคาดหวังที่เกิดจากคำบอกที่เล่ารับทราบจากคำแนะนำของเพื่อน หรือญาติสนิทที่เคยไปรับบริการในสถานที่แห่งนั้นมาก่อน และพบว่ามีการให้บริการเป็นอย่างดี อันทำให้ผู้ฟังเกิดความคาดหวังที่จะได้รับบริการเช่นนั้น

ประการที่สอง ความต้องการส่วนบุคคล (Customer's Personal Needs) ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งที่ทำให้ระดับความคาดหวังของบุคคลอยู่ในระดับที่ลดลงจากเดิมก็ได้

ประการที่ 3 ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) ความคาดหวังอันเกิดจากประสบการณ์ในอดีต มีส่วนเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ด้านการบริการที่เคยได้รับ และมีอิทธิพลต่อความคาดหวังในปัจจุบันของผู้รับบริการ ทั้งนี้ ประสบการณ์นั้นอาจจะเป็นประสบการณ์ที่สร้างความประทับใจหรือความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจก็ได้

ประการที่สี่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (External Communication) เป็นความคาดหวังที่เกิดจากการติดต่อสื่อสารเพื่อโน้มน้าวผู้รับบริการ ซึ่งเป็นทั้งการสื่อสารทางตรงและการสื่อสารทางอ้อม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ เช่น การให้บริการด้วยความจริงใจตรงต่อเวลา เป็นต้น

เทนเนอร์และเดอโทโร (Tenner & detoro, 1992 ; อ้างถึงใน ชัชวาล ทัดศิวิฆ. 2552 : ออนไลน์) ได้ให้ทัศนะในฐานะนักวิชาการว่า ผู้รับบริการ มีความต้องการที่จะให้ความคาดหวังของตนได้รับการตอบสนองหรือบรรลุผลอย่างครบถ้วน และมีแนวโน้มที่จะยอมรับการให้บริการนั้น โดยทำการเปรียบเทียบกับประสบการณ์จริงที่เคยได้รับ ก่อนที่จะชำระค่าบริการเสมอ ซึ่งผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจต่อเมื่อได้รับบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของเขา ดังนั้นในหน่วยงานที่ประสบความสำเร็จในการให้บริการ จึงจะต้องเป็นหน่วยงานที่สามารถทำนายความคาดหวังของผู้รับบริการและสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับบริการได้อย่างครบถ้วนถูกต้อง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการประกอบไปด้วย

1. ลักษณะบริการที่ผู้รับบริการต้องการ
2. ระดับของการปฏิบัติงานหรือการให้บริการที่ผู้รับบริการพึงพอใจ
3. ความสัมพันธ์ของงานบริการที่สำคัญ
4. ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบัน

## 8. การรับรู้กับคุณภาพการให้บริการ

ในเชิงทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม การรับรู้สามารถอธิบายได้ คือ วิธีการที่บุคคลมองโลกที่อยู่รอบๆ ตัวของบุคคล ฉะนั้นบุคคล 2 คนอาจมีความคิดต่อตัวกระตุ้นอย่างเดียวกันภายใต้เงื่อนไขเดียวกัน แต่บุคคลทั้ง 2 อาจมีวิธีการยอมรับถึงตัวกระตุ้น (Recognize) การเลือกสรร (Select) การประมวลผล (Organize) และการตีความ (Interpret) เกี่ยวกับตัวกระตุ้นดังกล่าวไม่เหมือนกัน อย่างไรก็ตาม ยังขึ้นกับพื้นฐานของกระบวนการของบุคคลแต่ละคนเกี่ยวกับความต้องการ ค่านิยม การคาดหวัง และปัจจัยอื่น ๆ ทั้งนี้ มิติของการรับรู้คุณภาพในการให้บริการ (The Definition and Dimensions of Perceived Service Quality) นักวิชาการเห็นว่าประกอบไปด้วย

1. เวลา หมายถึง เวลาของการตัดสินใจว่าจะใช้บริการเมื่อใดหรือในช่วงใด
2. เหตุผล ในการตัดสินใจใช้บริการนั้น เป็นการตัดสินใจที่ผู้ใช้บริการเปรียบเทียบกับระหว่างประโยชน์ที่ได้รับกับต้นทุนที่ได้ลงไป
3. การบริการ เนื่องจากคุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องของปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ จึงต้องมีการประเมินหรือการวัดคุณภาพการให้บริการจากผู้รับบริการหรือลูกค้า
4. เนื้อหา โดยคุณภาพการให้บริการครอบคลุมถึงความรู้ (Cognitive) ความรู้สึก (Affective) และแนวโน้มของพฤติกรรม (Behavioral) ของผู้รับบริการ
5. บริบท (Context) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากบริการหรือปัจจัยสถานการณ์และ
6. การรวม (Aggregation) โดยที่พฤติกรรมการใช้บริการนั้น จะได้รับการพิจารณาว่าเป็นเรื่องของการทำธุรกิจ หรือความต้องการสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการ

## 9. ประสพการณ์การรับบริการกับคุณภาพการให้บริการ

ประการณ์ในอดีตที่เกี่ยวกับการรับบริการในทางทฤษฎีแล้วถือได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลหรือส่งผล หรือเป็นตัวกำหนดความคาดหวังต่อคุณภาพในการให้บริการของผู้รับบริการ ตามทัศนะของซีแธมส์ พาราซูรามาน และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman, & Berry) อันมีอิทธิพลต่อความคาดหวังในปัจจุบันของผู้รับบริการ ในทางการตลาด ประสพการณ์ของการเคยรับบริการนับเป็นส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของธุรกิจบริการหนึ่งใน 7 องค์ประกอบ (7 P's) ที่นักตลาดควรคำนึงถึงในการจัดการทางการตลาดของสินค้าหรือบริการ

สรุป คุณภาพการให้บริการ เป็นเรื่องของการรับรู้ของผู้รับบริการต่อการให้บริการของผู้ให้บริการ ซึ่งนอกจากจะมีมิติครอบคลุมถึงเรื่องต่าง ๆ ความพร้อมในการให้บริการ ความเป็น

การรับรู้ในคุณภาพการให้บริการหรือคุณภาพของการบริการจะผูกพันกับความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อสองสิ่ง คือการรับรู้และความคาดหวังที่มีต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งเป็นเรื่องของผลงานหรือบริการที่ผู้รับบริการได้รับและคุณภาพกระบวนการบริการซึ่งเกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการในแต่ละสถานการณ์และพฤติกรรมบริการที่ให้ผู้บริการแสดงออกมา องค์การที่มีภารกิจหลักในการให้บริการควรตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพของการบริการ เนื่องจากความก้าวหน้าทางการสื่อสารและกระแสโลกาภิวัตน์ รวมถึงการประเมินสัมฤทธิ์ผลจากการปฏิบัติงานขององค์กรเพื่อสร้างความอยู่รอดให้กับองค์กร คุณภาพการบริการจึงเป็นเครื่องชี้บ่งถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กรเป็นอย่างดี องค์กรภาครัฐในปัจจุบันได้ปรับกระบวนการทัศน์ในการบริหารงานจากเดิมที่ประชาชนเป็นผู้จําต้องรับบริการที่รัฐจัดให้ มาเป็นลูกค้าที่องค์กรภาครัฐพึงให้ความสนใจจัดบริการสาธารณะตามอำนาจหน้าที่รับผิดชอบอย่างมีคุณภาพ คุณภาพของการบริการเป็นเรื่องซับซ้อน จึงได้มีการพัฒนาแนวคิดและยึดตัวแบบภายใต้เป้าหมายสำคัญของการประเมินคุณภาพการให้บริการที่สนองต่อการสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการให้บริการ ซึ่งเป็นมิติหลักด้านหนึ่งของการประเมินผลของการให้บริการ ซึ่งเป็นมิติหลักด้านหนึ่งของการประเมินผล การปฏิบัติราชการของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยมีตัวชี้วัดสำคัญในเรื่องความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนการปรับปรุงการปฏิบัติราชการให้เกิดความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีประเด็นที่ควรนำมาศึกษาต่อไปคือ การวัดคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เป็นอยู่ในปัจจุบันสะท้อนถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการอย่างแท้จริงหรือไม่ เครื่องมือที่ใช้ชี้วัดความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นรูปแบบที่มีมาตรฐานกำหนดแนวทางการปฏิบัติหรือไม่ มีผลสะท้อนถึงมิติของการพัฒนาคุณภาพที่ดีขึ้นหรือไม่อย่างไร ปัจจุบันทั้งภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสนใจพัฒนาคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานเป็นอย่างมาก

**บริบทขององค์กรบริหารส่วนตำบลในเขตตำบลดงขวาง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม**

### 1. ที่ตั้ง

ตำบลดงขวาง ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของจังหวัดนครพนม ตั้งอยู่เลขที่ 172 หมู่ที่ 5 บ้านดงขวาง ตำบลดงขวาง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ได้รับการยกฐานะจากสภาตำบลเมื่อวันที่ 23 เดือนกุมภาพันธ์ 2540 ตามประกาศกระทรวงมหาดไทยลงวันที่ 16 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2539 (ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับประกาศทั่วไปเล่ม 113 ตอนพิเศษ 52 ลงวันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2539)

## 2. จำนวนประชากร

ตารางที่ 1 จำนวนครัวเรือนที่มีอยู่ในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลดงขวาง อำเภอเมือง  
จังหวัดนครพนม

ลำดับที่	หมู่บ้าน	จำนวนครัวเรือน (ครัวเรือน)	จำนวนประชากรทั้งหมด (คน)
1	บ้านโพนทา	79	314
2	บ้านนาออกควาย	226	885
3	บ้านบัว(หมู่ 3)	158	722
4	บ้านบัว(หมู่ 4)	166	701
5	บ้านดงขวาง	235	924
6	บ้านบึงหล่ม	92	353
7	บ้านดงต้อง(หมู่ 7)	172	669
8	บ้านดงต้อง(หมู่ 8)	125	499
9	บ้านหนองสระพัง	129	564
10	บ้านกกไฮ	187	587
11	บ้านโพนทอง	77	310
รวม		1,646	6,528

## 3. โครงสร้างการแบ่งงานขององค์การบริหารส่วนตำบลดงขวาง

ตามอำนาจหน้าที่เป็นไปตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล  
(ฉบับที่ 6) พ.ศ. 2552 ดังนี้คือ

### 3.1 ฝ่ายสถานิติบัญญัติ องค์การบริหารส่วนตำบลดงขวาง

- 3.1.1 ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบล
- 3.1.2 รองประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบล
- 3.1.3 เลขานุการสภาองค์การบริหารส่วนตำบล

### 3.2 คณะผู้บริหารท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบลดงขวาง มี 4 คน

- 3.2.1 นายกององค์การบริหารส่วนตำบล
- 3.2.2 รองนายกององค์การบริหารส่วนตำบล
- 3.2.3 รองนายกององค์การบริหารส่วนตำบล

3.2.4 เลขานุการนายก อบต.ดงขวาง			
3.3 ข้อมูลบุคลากร จำนวน 41 อัตรา			
3.3.1 ตำแหน่งปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล	- จำนวน	--1	อัตรา
3.3.2 ตำแหน่งรองปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล	จำนวน	1	อัตรา
3.3.3 ตำแหน่งในสังกัดสำนักปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล	จำนวน	22	อัตรา
3.3.4 พนักงานส่วนตำบล	จำนวน	5	อัตรา
3.3.5 ลูกจ้างประจำ	จำนวน	2	อัตรา
3.3.6 พนักงานจ้างตามภารกิจ	จำนวน	13	อัตรา
3.3.7 พนักงานจ้างทั่วไป	จำนวน	2	อัตรา
3.4 ตำแหน่งในสังกัดกองคลัง	จำนวน	6	อัตรา
1. พนักงานส่วนตำบล	จำนวน	3	อัตรา
2. พนักงานจ้างตามภารกิจ	จำนวน	3	อัตรา
3.5 ตำแหน่งในสังกัดกองช่าง	จำนวน	4	อัตรา
1. พนักงานส่วนตำบล	จำนวน	2	อัตรา
2. พนักงานจ้างตามภารกิจ	จำนวน	2	อัตรา
3.6 ตำแหน่งในสังกัดกองการศึกษาฯ	จำนวน	7	อัตรา
1. พนักงานส่วนตำบล	จำนวน	1	อัตรา
2. พนักงานจ้างตามภารกิจ	จำนวน	6	อัตรา
3.7 ระดับการศึกษา			
1. ประถมศึกษา	จำนวน	2	คน
2. มัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช.	จำนวน	9	คน
3. ปวส.	จำนวน	6	คน
4. ปริญญาตรี	จำนวน	19	คน
5. สูงกว่าปริญญาตรี	จำนวน	4	คน
6. อื่น ๆ (ม.ศ.3)	จำนวน	1	คน

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศรีรัฐ ชัชวาลปรีชา (2547 : 88) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “คุณภาพในการให้บริการของฝ่ายทะเบียนรถและฝ่ายใบอนุญาตขับรถ : ศึกษากรณีสำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี

การศึกษาสูงสุดมัธยมปลาย/ปวช. อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท พฤติกรรมของผู้มาใช้บริการ หน่วยงานที่มาใช้บริการฝ่ายทะเบียนส่วนใหญ่ใช้บริการงานทะเบียนรถ ส่วนฝ่ายใบอนุญาต ส่วนใหญ่ใช้บริการงานใบอนุญาตและช่วงเวลาที่ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเวลา 08.30 – 12.00 น. ความคิดเห็นต่อคุณภาพด้านการบริการในภาพรวมด้านสิ่งสัมผัสได้ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเอาใจใส่ เห็นด้วยปานกลาง ส่วนด้านการตอบสนองทันที ทำให้เกิดความเห็นด้วยมาก ผลการทดสอบสมมติฐานข้อมูลทั่วไปของผู้มาใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด อาชีพหลัก และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้บริการของสำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรี พบว่า ไม่แตกต่างกัน ส่วนข้อมูลพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการ ผู้ที่ใช้บริการฝ่ายทะเบียนรถต่างกัน ช่วงเวลาที่ใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นในการใช้บริการของสำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ที่ใช้บริการฝ่ายใบอนุญาตต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้บริการของสำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน ยกเว้นฝ่ายใบอนุญาตสำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรีกับด้านความเอาใจใส่

ชญญวัลย์ เชิดชูกิจกุล (2548 : 91) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการ ณ ศูนย์บริการประชาชนแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจผู้รับบริการมีความพึงพอใจในภาพรวม 3 ด้านและในแต่ละด้านอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ประชาชนที่มีเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส งานที่มาติดต่อต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ไม่ต่างกัน

เบญจวรรณ โปษยะกุล (2549 : 94) ได้ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อผลการปฏิบัติงานการให้บริการของสำนักงานเขตหลักสี่ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อผลการปฏิบัติงานการให้บริการของสำนักงานเขตหลักสี่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีระดับความคิดเห็นมากอันดับหนึ่ง คือ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ รองลงมาด้านการบริการทั่วไป ด้านการบริการสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ ประชาชนที่มาใช้บริการบนสำนักงานเขตหลักสี่ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.75 อายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40.75 ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 29.25 และช่วงเวลาที่มารับบริการ 08.00-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 62.00

ว่าที่ ร.ท. เสกสิทธิ์ สุวรรณโชติ (2549 : 77) ได้ศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี” ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอเมืองชลบุรีโดยรวมประชาชนมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอยู่ในระดับพึงพอใจ

มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของสำนักทะเบียนมากที่สุดคือ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค รองลงมาคือ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยในด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ประชาชนมีความเห็นว่าการให้บริการมีขั้นตอนชัดเจน เรียงลำดับก่อน-หลัง และยุติธรรมในด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ประชาชนมีความเห็นว่า ท่าเลที่ตั้งของสถานที่มีความเหมาะสมเพียงพอ และสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อราชการ และในด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ประชาชนมีความเห็นว่าการให้บริการงานต่าง ๆ ด้วยระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อเพิ่มความสามารถในการให้บริการประชาชน ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอเมืองชลบุรี พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ ระดับความถี่ในการติดต่อกับสำนักทะเบียน ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองชลบุรี และภูมิลำเนาเดิมต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอเมืองชลบุรี ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

กขพร วัฒนาธรรม (2549 : 90) ได้ดำเนินการศึกษาเรื่องความคิดเห็นต่อการบริการอินเทอร์เน็ตขององค์การบริการส่วนตำบลคลองนครเนื่องเขต อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มาใช้บริการอินเทอร์เน็ตตำบลมีความเห็นต่อการบริการอินเทอร์เน็ตตำบล อยู่ในระดับปานกลาง ในด้านความเชื่อถือได้ เป็นอันดับ 1 รองลงมาคือด้านความสามารถในการให้บริการ สำหรับอันดับ 3 คือ ด้านความมั่นคงในการให้บริการ และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับการให้บริการอินเทอร์เน็ตตำบล ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริการอินเทอร์เน็ตตำบลขององค์การบริการส่วนตำบลคลองนครเนื่องเขตในภาพรวม พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความเห็นต่อการบริการอินเทอร์เน็ตตำบลแตกต่างกัน ประชาชนที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ และระยะทางที่ใช้ในการเดินทางต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริการอินเทอร์เน็ตตำบลที่ไม่ต่างกัน

จรรดิ เก็บทรัพย์ (2550 : 101) ได้ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการบริการจัดเก็บภาษีเมืองพัทยา ผลการศึกษาพบว่า การบริการที่ประชาชนได้รับบริการต่อการจัดเก็บภาษีของเมืองพัทยาในภาพรวม พบว่า การบริการอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมจะมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาด้านการตอบสนองต่อความต้องการทันที มีค่าเฉลี่ยด้านความเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ย ด้านการทำให้เกิดความเชื่อมั่น มีค่าเฉลี่ย และสุดท้ายด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด และเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของประชาชนต่อการจัดเก็บภาษีเมืองพัทยา ของฝ่ายพัฒนารายได้และผลประโยชน์ งานพัฒนารายได้ สำนัก



การคลัง เมืองพัทยา พบว่า ประชาชนที่มามีทัศนคติต่อเสียภาษีจำแนกตามอายุ การศึกษา อาชีพตาม สมมติฐาน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ธานินทร์ คำรืห์กล้า (2550 : 89) ได้ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหาร ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางบ่อ อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารขององค์การบริหารส่วนตำบลบางบ่อ อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับไม่พอใจ ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารของ องค์การบริหารส่วนตำบลบางบ่อ อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า

1. ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง เพศหญิงมีความคิดเห็นมากกว่า
2. กลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นมากกว่าอายุ 18-30 ปี และ 31-59 ปี
3. กลุ่มอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นมากกว่าอาชีพ เกษตรกรรม ค้าขาย รับจ้าง และพนักงานบริษัท ห้างร้าน โรงงานอุตสาหกรรม
4. กลุ่มผู้ที่อยู่อาศัย หมู่ที่ 1 หมู่ที่ 2 หมู่ที่ 3 หมู่ที่ 4 หมู่ที่ 5 หมู่ที่ 6 หมู่ที่ 7 หมู่ที่ 8 หมู่ที่ 9 หมู่ที่ 10 หมู่ที่ 11 มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน
5. กลุ่มผู้มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความคิดเห็นมากกว่า ผู้มีรายได้ 1-5,000 บาท และ 5,001-10,000 บาท
6. กลุ่มวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีความคิดเห็นมากกว่ากลุ่มวุฒิการ ศึกษาอื่น

นวนุช อินสวน (2550 : 100) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อ บริการทางการแพทย์ แผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลตราด ผลการวิจัยพบว่าผู้ รับบริการทาง การแพทย์แผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลตราด มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เพื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า อันดับแรกคือ ด้านการ ตอบสนองต่อผู้รับบริการ รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อมั่น ใ้วางใจได้ ด้านการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ และอันดับสุดท้ายคือ ด้านความน่าเชื่อถือ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้รับบริการทางการแพทย์แผนกผู้ป่วยนอกที่มีเพศ อายุ ระดับ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการทางการแพทย์แผนก ผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลตราด ไม่ต่างกัน

น้ำทิพย์ ทองสาย (2550 : 77) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อ การให้บริการของฝ่ายใบอนุญาตขับรถของสำนักงานขนส่ง จังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี มากที่สุด ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) อาชีพเกษตรกรหรือรับจ้างเป็นส่วนใหญ่ รายได้

ต่อเดือนเฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาท ความคิดเห็นของประชาชนต่อกระบวนการในการดำเนินงานเพื่อขอใบอนุญาตขับรถ ของสำนักงานขนส่งจังหวัดจันทบุรี พบว่า ช่วงเวลาและขั้นตอนการให้บริการเหมาะสม เห็นด้วยกับระเบียบข้อบังคับในการให้บริการของฝ่ายใบอนุญาตขับรถ มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของฝ่ายใบอนุญาตขับรถ สำนักงานขนส่งจังหวัดจันทบุรี ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยรวมรายด้าน พบว่า ด้านความเชื่อถือ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านความมั่นใจ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านการเข้าถึงจิตใจ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีอายุ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการของสำนักงานขนส่งจังหวัดจันทบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาจึงใช้แนวคิดคุณภาพการบริการของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1990) ที่ได้พัฒนาเกณฑ์ประเมินคุณภาพบริการของผู้รับบริการพบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่ประเมินคุณภาพบริการจากเกณฑ์วัดคุณภาพการบริการเพียง 5 ด้าน ตามตัวแปรดังนี้ คือ

