



ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการให้บริการยานพาหนะ
ของกลุ่มงานยานพาหนะ

ว่าที่เรืออากาศตรี ประเสริฐ สุขพรรณเจริญ

รายงานวิชาการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การพัฒนานักบริหารระดับสูงสำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 8
สถาบันพระปกเกล้า

พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของสถาบันพระปกเกล้า

THAI NATIONAL ASSEMBLY LIBRARY



3961205447

บ 29072

IS 8/2558 13 ประเสริฐ สุขพรรณเจริญ.
ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการ
ให้บริการยานพาหนะของ
กลุ่มงานยานพาหนะ.

#77292

วันที่ 29 พ.ย. 159
เลขทะเบียน 2129072
เลขหมู่ 8/2558



ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการให้บริการยานพาหนะ
ของกลุ่มงานยานพาหนะ

ว่าที่เรืออากาศตรี ประเสริฐ สุขพรรณเจริญ

ฉบับตีพิมพ์สมบูรณ์

รายงานวิชาการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การพัฒนานักบริหารระดับสูงสำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 8
สถาบันพระปกเกล้า

พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของสถาบันพระปกเกล้า



ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการให้บริการยานพาหนะ
ของกลุ่มงานยานพาหนะ

โดย

ว่าที่เรืออากาศตรี ประเสริฐ สุขพรรณเจริญ รหัสประจำตัว 013

สถาบันพระปกเกล้า

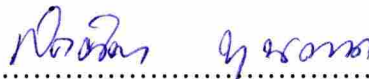
รายงานวิชาการส่วนบุคคล เรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการให้บริการยานพาหนะ ของ
กลุ่มงานยานพาหนะ

อาจารย์ที่ปรึกษา :



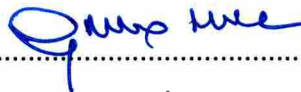
(อาจารย์วิวัฒน์ ชัยภาคภูมิ)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม :



(อาจารย์กิตติมา บุณนาค)

อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง
สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 8



(รองศาสตราจารย์วุฒิสาร ตันไชย)

เลขาธิการสถาบันพระปกเกล้า

บทคัดย่อ

ชื่อผู้จัดทำ : ว่าที่ ร.ต. ประเสริฐ สุขพรรณเจริญ นักศึกษาสถาบันพระปกเกล้า หลักสูตร
ประกาศนียบัตรการพัฒนาผู้บริหารระดับสูงสำหรับข้าราชการรัฐสภา รุ่นที่ 8

ชื่อหัวข้อเอกสาร : ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการยานพาหนะ ของกลุ่มงานยานพาหนะ

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์วิวัฒน์ ชัยภาคภูมิ

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม : อาจารย์กิตติมา นูนนาค

การศึกษาเอกสารทางวิชาการครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบข้อมูลพื้นฐาน และรายละเอียด รวมถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการด้านยานพาหนะ ของกลุ่มงานยานพาหนะ โดยนำข้อมูลที่ศึกษามาไปใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการการใช้บริการด้านยานพาหนะ ของกลุ่มงานยานพาหนะ ให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน และจัดเก็บเป็นฐานข้อมูลสำหรับผู้ที่สนใจจะทำการศึกษาในด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการยานพาหนะของกลุ่มงานยานพาหนะ ในภาพหน้า แนวทางการศึกษาเป็นแบบเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการสุ่มตัวอย่างบุคคลที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้ให้บริการและผู้รับบริการ รวม 10 คน จากการศึกษาพบว่าจำนวนรถที่ใช้บริการมีไม่เพียงพอกับบุคลากรที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยภายใน นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการยานพาหนะของกลุ่มงานยานพาหนะที่ไม่อาจมองข้าม เนื่องจากมีความสัมพันธ์ หรือเชื่อมโยงกับบุคลากรและยานพาหนะโดยตรง ได้แก่ งบประมาณ กฎ ระเบียบ และข้อบังคับของราชการ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ ของยานพาหนะ ประกอบด้วยปัจจัยที่ควบคุมได้ และปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ดังที่กล่าวมาข้างต้น อย่างไรก็ตาม สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นส่วนหนึ่งมาจากตัวบุคคลที่ขาดความรู้ ความเข้าใจ ระเบียบวินัย และความรับผิดชอบของแต่ละบุคคล ซึ่งผู้บริหารควรตระหนักและให้การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาด้านบุคลากรและยานพาหนะที่เหมาะสม และทันสมัยอยู่เสมอ ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานยานพาหนะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น อันจะส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ขวัญและกำลังใจผู้ปฏิบัติงาน และภาพลักษณ์ของสำนักงานฯสืบไป

เอกสารวิชาการกรณีศึกษาส่วนบุคคล เรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการให้บริการ ยานพาหนะ ของกลุ่มงานยานพาหนะ สืบเนื่องมาจากการที่ผู้ศึกษาได้เป็นผู้หนึ่งที่ขอรับบริการ ยานพาหนะ เพื่อเดินทางไปปฏิบัติราชการตามสถานที่ต่างๆตามที่ได้รับมอบหมาย ประกอบกับ ผู้ศึกษาเคยปฏิบัติราชการในกลุ่มงานการเงิน พัสดุ และงบประมาณ ซึ่งอยู่ภายในการกำกับดูแล ของสำนักการคลังและงบประมาณ เช่นเดียวกับกลุ่มงานยานพาหนะ จากการได้เคยร่วมงาน ในการเป็นกรรมการจัดหายานพาหนะบางประเภทของกลุ่มงานยานพาหนะ ตลอดจน การเป็นผู้รับบริการยานพาหนะ พบว่ามีปัญหาด้านการให้บริการยานพาหนะมีมาตั้งแต่แรกเริ่ม อาจแต่ต่างกันไปตามสถานการณ์ และการเพิ่มขึ้นของบุคลากรที่รับบริการ เหล่านี้ส่งผล ให้เกิดความสนใจที่ทำการศึกษาวามีเหตุหรือปัจจัยอะไร ที่มีผลกระทบต่อการให้บริการ ยานพาหนะ ของกลุ่มงานยานพาหนะ ทั้งนี้ เพื่อจะได้ทราบมูลเหตุแห่งสภาพปัญหาที่แท้จริง อันจะ นำไปสู่การปรับปรุงการให้บริการยานพาหนะที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงสามารถนำข้อมูลที่ได้ ไปประกอบการจัดทำแผนงาน งาน โครงการ กิจกรรม หรือยุทธศาสตร์ของสำนักงานฯที่กำหนด ไว้ว่าเป็นรูปธรรม ส่งผลดีต่อการปฏิบัติงาน อันเป็นการพัฒนาส่งเสริมและสนับสนุนงานด้าน นิติบัญญัติต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

เอกสารทางวิชาการส่วนบุคคลชิ้นนี้ จะสำเร็จมิได้หากขาดการสนับสนุนการฝึกอบรมผู้บริหารระดับสูง จากผู้บริหารของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร คณาจารย์ทุกท่านที่ประสาทวิชาความรู้ เพื่อนำมาใช้ในการจัดทำเอกสารทางวิชาการ อาจารย์ที่ปรึกษา (อาจารย์วิฑูรย์ รัชฎาภุมิ และอาจารย์กิตติมา บุญนา) ที่ให้คำปรึกษาและแนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินการ บุคคลที่ให้ข้อมูลด้านงานบริการยานพาหนะ ของกลุ่มงานยานพาหนะ ตลอดจนผู้ให้สัมภาษณ์ 10 ท่าน และผู้เกี่ยวข้องที่อำนวยความสะดวกด้านสถานที่ในการค้นหา หรือสืบค้นข้อมูล อาทิ เจ้าหน้าที่ห้องสมุดรัฐสภา ผู้ดูแลเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์ จนได้เนื้อหาตามที่ต้องการ และสำเร็จลุล่วงภายในกรอบระยะเวลาที่กำหนดไว้ ข้าพเจ้าจึงขอขอบคุณทุกท่านที่ได้กล่าวมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ว่าที่ ร.ต. ประเสริฐ สุขพรรณเจริญ

นักศึกษาลัทธิสุตฺรประกาศนียบัตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง

สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 8

สถาบันพระปกเกล้า

วันที่ 28 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2559

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทที่ 1 บทนำ	
1. ที่มาและความสำคัญของการศึกษา	1
2. วัตถุประสงค์การศึกษา	2
3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 นิยามศัพท์/แนวคิด/ทฤษฎี	4
1. นิยามศัพท์	4
2. แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ	4
3. ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	15
บทที่ 3 แนวทางการศึกษา	
บทที่ 4 ผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
1. ผลการศึกษา	20
2. ข้อเสนอแนะ	21
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก	
ภาคผนวก ข	
ประวัติผู้ศึกษา	29

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของการศึกษา

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เป็นส่วนราชการที่เรียกชื่ออย่างอื่น และมีฐานะเป็นกรม จึงเป็นหน่วยงานทางปกครองมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับกิจการฝ่ายธุรการของสภาผู้แทนราษฎรในการสนับสนุนการดำเนินการด้านนิติบัญญัติ โดยอยู่ในบังคับบัญชาของประธานสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (ปัจจุบัน) มีเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรเป็นหัวหน้าส่วนราชการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรมีวิสัยทัศน์ในการเป็นองค์กรที่เป็นเลิศในการส่งเสริมและสนับสนุนภารกิจของสถาบันนิติบัญญัติให้ก้าวหน้า ทันสมัย โปร่งใส และเป็นธรรม เพื่อประโยชน์สูงสุดของปวงชน และพันธกิจสนับสนุนกระบวนการนิติบัญญัติสภาพัฒนาแห่งชาติ และคณะกรรมการการยกย่องรัฐธรรมนุญอย่างมีอหิชาชีพ ในการสร้างความเชื่อมั่น และมีบทบาทนำในเวทีประชาคมอาเซียนและรัฐสภาระหว่างประเทศ รวมถึงการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีความปรองดองสมานฉันท์ สร้างการมีส่วนร่วมในการปฏิรูปประเทศไทย เพื่อพัฒนาประชาธิปไตยให้เข้มแข็ง การให้บริการยานพาหนะมีความสำคัญไม่เพียงแต่การรับส่งเจ้าหน้าที่เพื่อปฏิบัติหน้าที่ ขนสิ่งของอื่นๆแล้วยังสนับสนุนการถ่ายทอดสัญญาณผ่านดาวเทียมผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการสนับสนุนภารกิจของสถาบันนิติบัญญัติให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เดิมงานยานพาหนะเป็นส่วนหนึ่งของงานพัสดุ ของกองคลังและพัสดุ ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2554 ได้มีการปรับโครงสร้าง การแบ่งส่วนราชการ อำนาจและหน้าที่และอัตรากำลังในสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร โดยได้แยกส่วนงานยานพาหนะออกจากงานพัสดุ ตั้งเป็นกลุ่มงานยานพาหนะขึ้นต่อสำนักการคลังและงบประมาณ หรือกองคลังและพัสดุเดิม กลุ่มงานยานพาหนะมีอำนาจหน้าที่ดำเนินการเกี่ยวกับการบริหารจัดการ กำกับ ดูแลการใช้ประโยชน์ ซ่อมแซม และบำรุงรักษายานพาหนะของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เพื่อรองรับและสนับสนุนภารกิจของสำนักงานเลขาธิการให้บรรลุผลสำเร็จตามวิสัยทัศน์และพันธกิจที่กำหนดไว้ ปัจจุบันกลุ่มงานยานพาหนะมีรถราชการที่อยู่ในความครอบครองและรับผิดชอบทั้งสิ้น 48 คัน แยกประเภทตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยรถราชการ พ.ศ. 2523 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ประกอบด้วยรถยนต์ประจำตำแหน่ง 7 คัน รถยนต์รับรอง 7 คัน รถยนต์ส่วนกลาง 26 คัน รถยนต์เก๋งนำขบวน 3 คัน รถมอเตอร์ไซด์นำขบวน 4 คัน และรถยนต์ถ่ายทอดสัญญาณผ่านดาวเทียม 1 คัน จากระยะเวลาที่ผ่านมา การให้บริการยานพาหนะประสบปัญหาในเรื่องของจำนวนรถยนต์

และพนักงานขับรถยนต์ ไม่เพียงพอเมื่อเทียบสัดส่วนกับจำนวนผู้รับบริการ (ข้าราชการ พนักงานราชการ ลูกจ้าง) ที่เพิ่มขึ้น ต่อมาได้มีการจัดเช่ารถตู้จากเอกชนพร้อมคนขับ มาดำเนินการรับส่งเจ้าหน้าที่ตามสถานที่ทำงานของสำนักงานฯ ที่กระจายอยู่ตามสถานที่ต่างๆรวม 4 แห่ง ได้แก่ 1 พื้นที่ภายในรัฐสภา ถนนอุทองใน 2 พื้นที่อาคารพาณิชย์ (เก่า)บริเวณถนนประดิพัทธ์ 3 พื้นที่ภายในอาคารทิปโก้ (เช่า) และ 4 พื้นที่อาคารชาติพัฒนา (เช่า) ซึ่งสามารถลดปัญหาในการให้บริการยานพาหนะได้ระดับหนึ่ง จากประสบการณ์ที่ได้ให้บริการยานพาหนะ รวมถึงเคยมีโอกาสทำงานร่วมกับเจ้าหน้าที่ของกลุ่มงานยานพาหนะ ในการจัดหายานพาหนะ ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 ตลอดจนการบอกกล่าวของเพื่อนข้าราชการผู้รับบริการบางท่าน พบว่าปัญหาและอุปสรรคของการให้บริการด้านยานพาหนะยังมีอยู่ เพียงแต่แตกต่างกันไป กล่าวโดยสรุป คือจำนวนรถที่มีอยู่ไม่เพียงพอในการให้บริการในบางช่วงเวลา และประเภทรถที่มีในขณะเวลาของการให้บริการนั้นไม่เหมาะสม คุ่มค่าที่จะให้บริการ เช่น การนำรถบัสมาให้บริการกับจำนวนผู้รับบริการที่ไม่เหมาะสม เวลาการให้บริการ คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นต้น เหล่านี้จึงเกิดความสนใจจะศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการด้านยานพาหนะ ของกลุ่มงานยานพาหนะ เพื่อนำมาซึ่งข้อมูลสำหรับใช้เป็นแนวทางการบริหารจัดการงานยานพาหนะ ได้อย่างเป็นรูปธรรมสามารถตอบสนองต่อภารกิจของสำนักงานฯตามที่กำหนดไว้ ประกอบกับเรื่องนี้มีผู้ศึกษาน้อยราย และจากสถิติการใช้บริการในช่วงเดือนธันวาคม 2558 – เดือนมกราคม 2559 (ข้อมูลในแบบฟอร์มการใช้บริการรถส่วนบุคคล) พบว่าปริมาณการขอใช้รถส่วนบุคคล แยกเป็นประเภทและร้อยละการขอใช้บริการประกอบด้วย รถยนต์คิดเป็นร้อยละ 84 รถตู้ร้อยละ 9 และรถกระบะร้อยละ 7 ผู้ศึกษาได้วางแนวทางการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ตามประเด็นคำถามที่เตรียมไว้กับผู้บังคับบัญชาของกลุ่มงานยานพาหนะ หัวหน้าหมวดงานยานพาหนะ พนักงานขับรถและผู้รับบริการตัวแทนจากหน่วยงานภายใน สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร รวม 10 คน เฉพาะในส่วนรถที่อยู่ในความครอบครองของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (รถส่วนบุคคล) โดยนำข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปผลในส่วนที่เป็นสภาพปัญหาหรือปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการยานพาหนะ ของกลุ่มงานยานพาหนะ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นฐานข้อมูลให้แก่ผู้บริหาร หรือผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปประกอบการพิจารณา ตัดสินใจด้านการงบประมาณ การบริหารจัดการ ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพการให้บริการยานพาหนะ ของกลุ่มงานยานพาหนะให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

- 1) เพื่อต้องการทราบข้อมูลพื้นฐานและรายละเอียดที่เกี่ยวกับการรับบริการและการให้บริการยานพาหนะของกลุ่มงานยานพาหนะ
- 2) เพื่อต้องการทราบปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการให้บริการด้านยานพาหนะของกลุ่มงานยานพาหนะ

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร มีแหล่งข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับยานพาหนะและสภาพการให้บริการด้านยานพาหนะ ของกลุ่มงานยานพาหนะที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน อันจะนำมาซึ่งการพัฒนาดำเนินการบริหารจัดการระบบงาน และการให้บริการด้านยานพาหนะของกลุ่มงานยานพาหนะที่เหมาะสม ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. สามารถนำผลการศึกษาดังกล่าว ไปใช้เป็นแนวทางการศึกษาต่อเนื่องสำหรับการวิจัยและพัฒนางานการให้บริการยานพาหนะของสำนักงานฯ ในด้านอื่นๆต่อไป

บทที่ 2

นิยามศัพท์/แนวคิด/ทฤษฎี

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการให้บริการยานพาหนะ ของกลุ่มงานยานพาหนะ ประกอบด้วย นิยามศัพท์ แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องหลายด้านด้วยกัน ดังนี้

1. นิยามศัพท์

ปัจจัยที่มีผลกระทบ หมายความว่า เหตุอันเป็นทางให้เกิดผลลัพธ์ที่ทำให้กระเทือนไปถึงผู้อื่นหรือเหตุการณ์ที่จะตามมา

การบริการ หมายความว่า การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น การบริการที่ดีผู้รับบริการจะได้รับความประทับใจและเกิดความชื่นชมองค์กร

คุณภาพ (Quality) หมายความว่า การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพเป็นไปตามข้อกำหนดที่ต้องการ โดยสินค้าหรือบริการนั้นสร้างความพอใจให้กับลูกค้า

ประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง การใช้ทรัพยากรในการดำเนินการใดๆก็ตามโดยมีสิ่งมุ่งหวังถึงผลสำเร็จ และผลสำเร็จนั้นได้มาโดยการใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด

ยานพาหนะ หมายถึง วัตถุหรือสิ่งประดิษฐ์ที่ไม่ใช่สิ่งมีชีวิตซึ่งสามารถเคลื่อนย้ายขนส่งไปได้ ยานพาหนะส่วนใหญ่สร้างขึ้นโดยมนุษย์ อาทิ จักรยาน รถยนต์ จักรยานยนต์ รถไฟ เรือ

2. แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพ สามารถพิจารณาได้จากหลายมุมมอง และสาขาความรู้ หลากลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม การตลาดจิตวิทยาและการวิจัยการดำเนินการ (Khantanapha, 2000: 8) โดยจากมุมมองของบอร์น (Born, 1994) คุณภาพเป็นเรื่องทางเทคนิคที่ปัจจุบันได้รับความสำคัญอย่างยิ่งจากผู้บริหารระดับสูง (top management agenda) และเป็นหนึ่งในปัจจัยพื้นฐานของการสร้างสมรรถนะการจัดการและการแข่งขันให้กับองค์กร และได้รับความสนใจอย่างเห็นได้ชัดในช่วงหลายคริสต์ทศวรรษที่ผ่านมา แต่ในมุมมองเชิงปรัชญา (Philosophical View) คุณภาพเป็นคุณลักษณะแห่งความคิดและบรรดาถ้อยแถลงที่เชื่อมั่นว่าจะก่อให้เกิดผลดังที่คาดไว้ (Pirsig, 1974 cited in Khantanapha, 2000: 8) ความเป็นนามธรรมของคุณภาพนี้ ทำให้เรายากที่จะให้คำนิยามความหมายของคุณภาพได้ เนื่องจากคุณภาพมักเป็นคำที่จะต้องพิจารณาในเชิงสัมพันธ์กับตัวของมันเอง นักวิชาการที่มีชื่อเสียงซึ่งได้ให้ความหมายของคุณภาพที่ได้รับการยอมรับกันอย่างแพร่หลายได้แก่ โจเซฟ จูแรน (Joseph Juran) ปรมาจารย์ด้านการบริหารงานคุณภาพ ผู้เสนอแนวคิดระบบการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total Quality Management-TQM) อดีตศาสตราจารย์แห่งสถาบันเทคโนโลยีแห่งแมสซาชูเซตส์ (MIT) ได้เสนอไว้ว่า คุณภาพก็คือความเหมาะสมจะพอดีในการใช้และเป็นส่วนขยายในความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ (สินค้าหรือบริการ)

ในการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของการใช้งานตลอดระยะเวลาที่ใช้สินค้าหรือบริการนั้น ส่วนครอสบี (Crosby, 1982) ให้ความหมายอย่างกระชับไว้ว่าเป็นการตอบสนองต่อความต้องการ (Conformance to requirement) ในขณะที่ซีแฮมล์ พาราสุรามาน และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman, and Berry, 1990) เสนอว่า คุณภาพเป็นสิ่งที่เกิดจากความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการที่มีต่อบริการนั้น กล่าวโดยสรุปได้ว่า คุณภาพก็คือ ผลลัพธ์บริการที่ดีที่สุด โดยมีคุณค่าและมีความเหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการให้บริการ/ผลิตภัณฑ์ หากผู้รับบริการได้รับการบริการเป็นไปตามที่คาดหวัง กล่าวได้ว่า การบริการมีคุณภาพ (Juran and Gryna, 1998 ; Hutchins, 1985: 165 ; Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1990: 16) คุณภาพจึงเป็นการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของลูกค้าในผลิตภัณฑ์ หรือบริการ กับการรับรู้ที่แท้จริงที่มี โดยหากลูกค้าหรือผู้รับบริการเห็นว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้นเป็นสิ่งที่ดีที่สุดในสิ่งที่คาดหวัง ก็ถือได้ว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการดังกล่าวมีคุณภาพนั่นเอง และคุณภาพการให้บริการนี้ จากทัศนะของรอส โกทซ์และเดวิส (Ross, Goetsch and Davis, 1997: 11-13) ก็จัดว่าเป็นกรอบการมองเรื่องคุณภาพกรอบหนึ่ง พร้อมอธิบายว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นการควบคุมเพื่อให้เกิดคุณภาพการให้บริการ อันมีความแตกต่างจากคุณภาพในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ เพราะวิธีการควบคุมคุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่ยาก เนื่องจากการบริการจะมีการควบคุมหรือการบริการจัดการน้อย แต่ขณะเดียวกันก็มีความสำคัญมาก กับในทางหนึ่งระดับของคุณภาพที่ได้จากการ บริการ มักไม่สามารถทำการทำนายได้เพราะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่ พฤติกรรมผู้ให้บริการ (behavior of the delivery person) ภาพพจน์ ชื่อเสียงขององค์กร (image of the organization) โดยผู้รับบริการจะเป็นผู้ทำการตรวจสอบ ตั้งแต่กระบวนการการเริ่มให้บริการจนถึงการสิ้นสุดในการให้บริการ โดยการให้บริการจะยิ่งดีขึ้น ถ้าหากผู้รับบริการทำการประเมินการให้บริการในขณะนั้น จากที่ได้กล่าวถึงทัศนะของนักวิชาการดังกล่าว การศึกษาคุณภาพการให้บริการจึงเป็นเรื่องที่สำคัญเรื่องหนึ่ง และเป็นมุมมองในเชิงคุณภาพที่สำคัญที่พึงได้รับความสนใจ

ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

กรอนรูส (Gronroos, 1982) สมิธและฮุสตัน (Smith and Houston, 1982 cited in Khantanapha, 2000) พาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman et al., 1988) ได้อธิบายและให้ความหมายเชิงปฏิบัติการไว้ไม่แตกต่างกัน สรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการ (service quality) เป็นความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง (expectation-WHAT THEY WANT) กับการรับรู้ (perception-WHAT THEY GET) ลิวอิสและบลูม (Lewis, and Bloom, 1983) ได้ให้คำนิยามของคุณภาพการให้บริการว่าเป็นสิ่งที่วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการ ว่าสอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ

(delivering service quality) จึงหมายถึง การตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการกรอนรูส (Gronroos, 1982; 1990: 17) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการว่าจำแนกได้ 2 ลักษณะคือ คุณภาพเชิงเทคนิค (technical quality) อันเกี่ยวกับผลลัพธ์ หรือสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากบริการนั้น โดยสามารถที่จะวัดได้เหมือนกับการประเมิน ได้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (product quality) ส่วนคุณภาพเชิงหน้าที่ (functional quality) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของการประเมินนั่นเอง

ครอสบี (Crosby, 1988: 15) กล่าวว่าไว้ว่า คุณภาพการให้บริการหรือ “service quality” นั้นเป็นแนวคิดที่ถือหลักการการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่อง และตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริการ และสามารถที่จะทราบของต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย คุณภาพการให้บริการ เป็นมโนทัศน์และปฏิบัติการ ในการประเมินของผู้รับบริการ โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (expectation service) กับการบริการที่รับรู้จริง (perception service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการหรือสร้างบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการประเมินของผู้รับบริการ โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (expectation service) กับการบริการที่รับรู้จริง (perception service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ หรือสร้างบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก (Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1988: 42; 1990: 18; Fitzsimmons and Fitzsimmons, 2004: 78 cited in Napaporn Khantanapha, 2000; Kotler and Anderson, 1987: 102) พาราสุรามาน ซีแทมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985) ได้ชี้ให้เห็นด้วยว่า คุณภาพการให้บริการเป็นการให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งเป็นเรื่องของการประเมินหรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการในลักษณะของภาพรวม ในมิติของการรับรู้ ผลการศึกษาวิจัยของนักวิชาการกลุ่มนี้ ช่วยให้เห็นว่า การประเมินคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคเป็นไปในรูปแบบของการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อบริการที่คาดหวังและการบริการตามที่รับรู้ว่ามี ความสอดคล้องกันเพียงไร ข้อสรุปที่น่าสนใจประการหนึ่งก็คือการให้บริการที่มีคุณภาพนั้นหมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคอย่างสม่าเสมอ ดังนั้น ความพึงพอใจคือการบริการ จึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวังหรือไม่เป็นไปตามความคาดหวัง (confirm or disconfirm expectation) ของผู้บริโภคนั่นเอง ตามแนวคิดของบัซเซลและเกลล์ (Buzzell and Gale, 1987) คุณภาพการให้บริการ เป็นเรื่องที่ได้รับ ความสนใจและมีการให้ความสำคัญอย่างมาก ดังที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น มีผลงานวิจัยที่ค้นคว้าพฤติกรรมของผู้บริโภคและผลของความคาดหวัง

ของผู้บริโภคซึ่งพบว่า คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่ซับซ้อนขึ้นอยู่กับการมองหรือทัศนคติของผู้บริโภคที่เราเรียกกันทั่วไปว่า “ลูกค้า” แนวคิดและคำอธิบายเรื่องคุณภาพการให้บริการที่น่าสนใจเห็นจะได้แก่ มุมมองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะในสาขาความคาดหวังของลูกค้า (expert in the field of customer expectation) คือ ซีแฮมป์ พาราซุรามาน และเบอร์รี่ (Ziethaml, Parasuraman, and Berry, 1990: 19) ความแนวคิดของนักวิชาการกลุ่มนี้ คุณภาพการให้บริการ เป็นการประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความเป็นเลิศหรือความเหนือกว่าของบริการ นักวิชาการทั้งสามท่านดังกล่าว นับได้ว่าเป็นหนึ่งในคณะนักวิชาการที่สนใจทำการศึกษา เรื่อง คุณภาพในการให้บริการ และการจัดการคุณภาพในการให้บริการขององค์กรอย่างจริงจังมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1983 สิ่งที่ ซีแฮมป์ พาราซุรามาน และเบอร์รี่ ให้ความสนใจในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการนั้น เป็นการมุ่งตอบคำถามสำคัญ 3 ข้อ ประกอบด้วย (1) คุณภาพในการให้บริการคืออะไร (What is service quality?) (2) อะไรคือสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาคุณภาพในการให้บริการ (What causes service-quality Problems?) และ (3) องค์กรสามารถแก้ปัญหาคุณภาพในการให้บริการที่เกิดได้อย่างไร (What can organizations do to solve these problems?)

นักวิชาการที่กล่าวถึงความหมายของคุณภาพการให้บริการที่น่าสนใจอีกกลุ่มหนึ่งได้แก่ บิเทอร์และฮับเบิร์ต (Bimer and Hubbert, 1994 cited in Lovelock, 1996) ซึ่งเสนอความเห็นไว้ว่าคุณภาพการให้บริการ เป็นความประทับใจในภาพรวมของลูกค้าผู้รับบริการ อันมีต่อความเป็นเลิศขององค์กรและบริการที่องค์กรจัดให้มี ขณะที่ไวท์ และเอเบล (White and Abel, 1995: 37 cited in Lovelock, 1996) ได้ให้นิยามคำดังกล่าวว่าเป็นการวินิจฉัยของผู้รับบริการเกี่ยวกับความสามารถในการเติมเต็มงานการให้บริการของหน่วยงานที่ให้บริการ บริการเช่นว่านี้ ไวท์และเอเบลเสนอแนวคิดว่าแตกต่างไปจากสินค้า (goods) กล่าวคือ สินค้าเป็นสิ่งที่จับต้องได้ มีความคงทนสูงและโดยทั่วไปผลิตขึ้นภายใต้ผลผลิตเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานที่แน่นอนอันหนึ่ง ในขณะที่บริการ เป็นเรื่องที่มีความผันแปรมากกว่าสินค้าแม้จะมีลักษณะที่ตอบสนองผู้บริโภคเช่นเดียวกับสินค้าก็ตาม และโดยทั่วไปแล้ว บริการมีคุณลักษณะสำคัญที่จับต้องไม่ได้ มีความหลากหลายและไม่สามารถแบ่งแยกได้จากการผลิตและการบริโภค (inseparability of production and consumption) ประเด็นที่น่าสนใจคือ คุณภาพการให้บริการเป็นการพิจารณาจากเรื่องใด

ชเมนเนอร์ (Schmenner, 1995) ได้กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการไว้ว่า คุณภาพการให้บริการได้มาจากการรับรู้ที่ได้รับจริงลบด้วยความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากบริการนั้น หากการรับรู้ในบริการที่ได้รับมีน้อยกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้ผู้รับบริการมองคุณภาพการให้บริการนั้นติดลบ หรือรับรู้ว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควรตรงกันข้าม หากผู้รับบริการรับรู้ว่าการที่ได้รับจริงนั้นมากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวัง คุณภาพการให้บริการก็จะเกินบวก หรือมีคุณภาพในการบริการนั่นเอง ในประเด็นเดียวกันนี้ เลฟล็อก (Lovelock, 1996) มองคุณภาพการให้บริการว่ามีความหมายอย่างกว้าง ๆ เป็นแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องของสินค้า

หรือบริการที่ถูกค้ำที่มีศักยภาพในการซื้อหา สามารถและอาจจะทำการประเมินก่อนที่เขาจะเลือก บริโภคสินค้าหรือบริการนั้น

ซินเลดิน (Zineldin, 1996) เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่อง ที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการในด้านของคุณภาพภายหลังจากที่เขาได้ข้อมูลเกี่ยวกับ บริการนั้น ๆ และมีความต้องการที่จะใช้บริการนั้น รวมทั้งการที่เขาได้ทำการประเมินและ เลือกที่จะใช้บริการ

วิซเซอร์ และคอร์เนย์ (Wisher and Comey, 2001) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการมีแนว การศึกษาที่สำคัญคือการวิเคราะห์ที่เรียกว่า SERVQUAL ทั้งนี้ นักวิชาการทั้งสองท่านเสนอว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นการตัดสินใจวินิจฉัยเกี่ยวกับความเลิศของบริการ (superiority of the service)

ในทัศนะของนักวิชาการไทยเช่นวีรพงษ์ เถลิงจิรัตน์ (2543, 14-15) คุณภาพ การให้บริการ คือความสอดคล้องกันของความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ หรือระดับ ของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการอันทำให้ ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่เขาได้รับ ส่วนสม

วงศ์ พงศ์ศภาพร (2550: 66) เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นทัศนคติ ที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับ ได้ (tolerance zone) ผู้รับบริการก็จะมี ความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกัน ออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เอง เป็นผลมาจากการประเมินผล ที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ขณะเวลาหนึ่ง

กล่าวอย่างสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (service quality) หมายถึง ระดับ ความสามารถในการให้บริการเพื่อตอบ โงทย์ หรือสนองตอบต่อความต้องการ หรือความคาดหวัง ของผู้รับบริการ อันเป็นที่ยอมรับแก่การให้บริการนั้นๆ และส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจที่ได้รับ จากบริการ ตามรูปแบบ วิธีการ เวลาและสถานที่ที่นำเสนอการบริการแต่ละแห่ง

ทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ

ในแง่แนวคิดทางวิชาการ แนวคิดพื้นฐาน (Basic Concept) ในเรื่องคุณภาพการให้บริการ ประกอบไปด้วย 3 แนวคิดหลัก คือ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction) คุณภาพการให้บริการ (service quality) และคุณค่าของลูกค้า (customer value) (Cronin, and Taylor, 1992; Oliver, 1993; Ziethaml, Parasuraman, and Berry, 1988) ตามแนวคิดพื้นฐานดังกล่าว ความพึงพอใจของลูกค้าคือบริการ เป็นพฤติกรรมเชิงจิตวิทยาที่บุคคลมีต่อบริการที่ได้รับ หรือเกิดขึ้น (Oliver, 1993) ส่วนแนวคิดพื้นฐานเรื่องคุณภาพการให้บริการ เป็นแนวคิดที่ได้รับการเสนอไว้โดยโครนินและเทเลอร์ (Cronin and Taylor, 1992) ในทัศนะของนักวิชาการ

ทั้งสองท่าน ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เป็นเรื่องของการเปรียบเทียบประสบการณ์ของผู้รับบริการที่ได้รับบริการ กับความคาดหวังที่ผู้รับบริการนั้นมีในช่วงเวลาที่มาใช้บริการ และเป็นสิ่งที่จะช่วยให้สามารถวัดคุณภาพการให้บริการได้ ส่วนคุณภาพการให้บริการในมุมมองเชิงการตลาด คอร์ดับเบิลสกี ริสท์ และซาร์ฮอริก (Cordupleski, Rust, and Zaborik, 1993) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นส่วนขยายของบริการ กระบวนการบริการ และองค์กรที่ให้บริการ ที่สามารถตอบสนองหรือทำให้เกิดความพึงพอใจในความคาดหวังของบุคคล แนวคิดพื้นฐานที่มองคุณภาพการให้บริการผ่านกรอบการมองด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการนี้ ได้รับการสนับสนุนจากนักวิชาการอีกท่านหนึ่ง คือบิทเนอร์ (Bitner, 1992) ซึ่งอธิบายจากผลงานวิจัยที่ได้เคยทำการศึกษาไว้ว่า คุณภาพการให้บริการสามารถวัดโดยผ่านความพึงพอใจของผู้รับบริการได้ โดยประการที่ได้กล่าวมาข้างต้น ก่อให้เกิดกรอบการพิจารณาตัวแบบการศึกษาคุณภาพการให้บริการจากแนวคิดพื้นฐาน 3 แนวคิดดังกล่าวได้ในสองนัยยะ กล่าวคือ นัยยะแรก คุณภาพการให้บริการสามารถพิจารณาได้จากทั้งสามองค์ประกอบ หรืออย่างน้อย 2 องค์ประกอบรวมกัน และนัยยะที่สอง คุณภาพการให้บริการ พิจารณาได้จากตัวชี้วัดซึ่งพัฒนาจากแนวคิดใดแนวคิดหนึ่งเป็นหลัก เช่น แนวคิดพื้นฐานเรื่องคุณภาพการให้บริการ (service quality) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้เขียนพบว่า นักวิจัยส่วนใหญ่มักให้ความสนใจทำการศึกษาค้นคว้าคุณภาพการให้บริการจากแนวคิดพื้นฐานสองแนวคิดหลัก คือ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า และแนวคิดคุณภาพการให้บริการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยแนวคิดแรกมุ่งวัดความพึงพอใจในมิติต่าง ๆ ส่วนแนวคิดที่สอง วัดคุณภาพการให้บริการตามตัวแบบ SERVQUAL ที่เสนอโดยซีแทมส์ พาราชราแมนและคณะ คำถามที่มักเกิดขึ้นต่อมาก็คือ เราจะใช้การวัดความพึงพอใจของประชาชนหรือผู้รับบริการที่มีต่อการบริการ หรือจะวัดจากคุณภาพการให้บริการ จึงสามารถตอบได้ในเบื้องต้น คำตอบก็คือ เราจะวัดโดยอาศัยแนวคิดพื้นฐานใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับสิ่งที่สำคัญคือ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการวัด โดยเฉพาะในประเด็นความต้องการนำข้อมูลที่ได้รับจากการประเมินไปใช้ประโยชน์นั่นเอง เพียงแต่แนวคิดทฤษฎีและข้อสรุปทั่วไปจากการวิจัยเท่าที่ปรากฏ ควรรองรับและยอมรับวิธีการวัดคุณภาพการให้บริการในกรอบการมองเรื่องคุณภาพการให้บริการมากกว่ากรอบการมองด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ

เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการ

เนื่องจากคุณภาพเป็นเรื่องที่สลับซับซ้อนและมีองค์ประกอบหรือปัจจัยหลายอย่างที่เข้ามาเกี่ยวข้อง อันส่งผลให้การมองคุณภาพจำเป็นต้องทำการมองจากหลายด้าน ดังที่สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550: 50) อธิบายให้เห็นว่า คุณภาพการ ให้บริการ โดยพื้นฐานแล้วนับเป็นเรื่องที่ยากเนื่องจากธรรมชาติความไม่แน่นอนของงานบริการที่จับต้องไม่ได้และคาดหมายลำบาก จึงได้มีความพยายามจากนักวิชาการมาโดยต่อเนื่องในการ พยายามค้นหาแนวทางการประเมินหรือวัดคุณภาพการให้บริการที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงมิติของการปฏิบัติและสามารถนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างเด่นชัดที่สุด กรอนรูส (Gronroos, 1984) ได้เสนอแนวคิดไว้ว่า คุณภาพเชิงเทคนิค (technical quality) และคุณภาพเชิงหน้าที่ (functional quality) เป็นภาพแห่งมิติของคุณภาพที่ส่งผลกระทบต่อไปถึงทั้งความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการ และคุณภาพการให้บริการจะมีมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับระดับของ คุณภาพเชิงเทคนิค และคุณภาพเชิงหน้าที่นั่นเอง ทั้งนี้ กรอนรูส ได้กล่าวถึงเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการบริการว่าสามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้ตามหลัก 6 ประการ กล่าวคือ

1. การเป็นมืออาชีพและการมีทักษะของผู้ให้บริการ (professionalism and skill) เป็นการพิจารณาว่า ผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้จากกรเข้ารับบริการจากผู้ให้บริการที่มีความรู้และทักษะในงานบริการ ซึ่งสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีระบบและแบบแผน
2. ทักษะคติและพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (attitude and behavior) ผู้รับบริการจะเกิดความรู้สึก ได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็นมิตร และดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน
3. การเข้าพบได้้อย่างง่ายและมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ (accessibility and flexibility) ผู้รับบริการจะพิจารณาจากสถานที่ตั้งไว้ให้บริการ และเวลาที่ได้รับการจากผู้ให้บริการ รวมถึงระบบการบริการที่จัดเตรียมไว้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ
4. ความไว้วางใจและความเชื่อถือได้ (reliability and trustworthiness) ผู้รับบริการ จะทำการพิจารณาหลังจากที่ได้รับบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งการ ให้บริการของผู้ให้บริการต้องปฏิบัติตามที่ได้รับตกลงกัน
5. การแก้ไขสถานการณ์ให้กับสู่ภาวะปกติ (recovery) พิจารณาจากการเกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ล่วงหน้าเกิดขึ้นหรือเกิดเหตุการณ์ที่ผิดปกติ และผู้ให้บริการสามารถแก้ไขสถานการณ์นั้นๆ ได้ทัน่วงทีด้วยวิธีการที่เหมาะสม ซึ่งทำให้สถานการณ์กลับสู่ภาวะปกติ
6. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (reputation and credibility) ผู้รับบริการจะเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ให้บริการ จากการที่ผู้ให้บริการดำเนินกิจการด้วยดีมาตลอด

คำอธิบายและผลงานของการศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของกรอนรูส (Gronroos, 1982; 1983; 1984) ตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น นับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการศึกษาคุณภาพที่เน้นหนักในเชิงคุณภาพการให้บริการอย่างแท้จริง ผลงานที่สำคัญอันเป็นแนวคิดของกรอนรูสคือข้อเสนอในเชิงแนวคิดที่สำคัญเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่เขาเรียกว่า “คุณภาพการให้บริการที่ถูกค้ำรับรู้ (Perceived Service Quality-PSQ)” และ “คุณภาพการให้บริการที่ถูกค้ำรับรู้ทั้งหมด (Total Perceived Quality-TPQ)” ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกิดจากการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและผลกระทบที่เกิดจากความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการที่มีต่อการประเมินคุณภาพของบริการภายหลังจากที่ได้รับบริการแล้ว (ปรับปรุงจาก ชีรภิกขิ นวรัตน์ อยุธยา, 2547: 182 โดยผู้เขียน) ต่อมาในปี ค.ศ.1990 กรอนรูส (Gronroos, 1990: 40-42) ได้อธิบายแนวคิดในเรื่องคุณภาพที่ถูกค้ำรับรู้ทั้งหมดว่า เป็นคุณภาพการให้บริการที่ถูกค้ำรับรู้หรือผู้รับบริการรับรู้โดยเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของสิ่งต่าง ๆ ที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1. คุณภาพที่ถูกค้ำรับรู้หรือผู้รับบริการคาดหวัง (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)

ทัศนะเรื่องคุณภาพการให้บริการของกรอนรูสดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ลูกค้าที่รับบริการมักจะทำการประเมินคุณภาพของการให้บริการโดยการเปรียบเทียบคุณภาพที่คาดหวังกับคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ของการใช้บริการ ว่า คุณภาพทั้งสองด้านนั้น สอดคล้องกันหรือไม่ หรือมีความแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งเมื่อนำมาพิจารณาร่วมกันแล้ว จะกลายเป็นคุณภาพที่ถูกค้ำรับรู้ทั้งหมด (Total Perceived Quality-TPQ) และทำการสรุปผลขั้นสุดท้ายเป็นคุณภาพที่รับรู้ได้ (Perceived Service Quality-PSQ) นั่นเอง ซึ่งหากผลจากการเปรียบเทียบพบว่า คุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ไม่เป็นไปหรือ ไม่สอดคล้องกับคุณภาพที่คาดหวังจะทำให้มีการรับรู้ของลูกค้าที่ดีหรือไม่ดีอย่างไร ส่วนนักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่งที่ได้ให้ความสนใจทำการศึกษาค้นคว้าเพื่อใช้ชี้วัดคุณภาพการให้บริการ และได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายก็คือ พาราซูรามาน และคณะในผลงานการวิจัยเชิงสำรวจและบทความตีพิมพ์เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ผลงานเมื่อปี ค.ศ.1985, 1988 และ 1990 ซึ่งได้ต่อยอดจากผลงานความคิดของกรอนรูส (Gronroos, 1982; 1984) และได้รับการพัฒนามาเป็นกรอบแนวคิดพื้นฐานเรื่องการศึกษาคุณภาพการให้บริการ บัซเซิลและเกลล์ (Buzzele and Gale, 1985 อ้างถึงใน อนุ วัฒนีย์ สุขชาติกุลและคณะ, 2542: 2-3) ได้กล่าวถึงเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการไว้ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการ จะถูกกำหนดโดยลูกค้าหรือผู้รับบริการ ลูกค้าหรือผู้รับบริการจะเป็นผู้พิจารณาว่าอะไรที่เรียกว่าคุณภาพ โดยไม่ได้ใส่ใจว่ากระบวนการทำให้การบริการเกิดขึ้นนั้นเป็นอย่างไร อย่างไรก็ตาม ลูกค้าหรือผู้รับบริการแต่ละคนย่อมมีมุมมองในเรื่องคุณภาพที่อาจแตกต่างกันไปบ้าง

2. คุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งที่องค์กรจะต้องค้นหาอยู่ตลอดเวลาไม่มีจุดสิ้นสุด โดยที่เราไม่สามารถกำหนดคุณภาพการให้บริการให้เป็นไปโดยเฉพาะเจาะจง หรือเป็นสูตรสำเร็จตายตัวได้ การให้บริการที่ดีมีคุณภาพจึงต้องทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ทั้งในช่วงเวลาที่กิจการดำเนินไปได้ด้วยดีหรือไม่ดีก็ตาม

3. คุณภาพการให้บริการ จะเกิดขึ้นได้ด้วยความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้ปฏิบัติงานในส่วนตัว การควบคุมคุณภาพของการปฏิบัติงานของแต่ละคนเป็นเรื่องที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการให้บริการที่มีคุณภาพได้ สิ่งที่ผู้ปฏิบัติงานจำเป็นต้องได้รับคือการปลูกฝังจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อการให้บริการ และการนำเสนอบริการที่มีคุณภาพอยู่เสมอ ทั้งต่อเพื่อนร่วมงานและลูกค้าหรือผู้รับบริการ

4. คุณภาพการให้บริการ การบริหารการบริการ และการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งที่ไม่อาจแยกออกจากกันได้ ในการนำเสนอการให้บริการที่มีคุณภาพนั้น ผู้ปฏิบัติงานให้บริการจะเป็นต้องมีความรู้และเข้าใจคำติชมผลงาน ซึ่งให้การนี้ ผู้บริการจะต้องเอาใจใส่ต่อการบริหารจัดการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานบริการด้วยความจริงใจและสร้างสรรค์ ภายใต้อารมณ์ที่หวังที่จะให้บริการที่ออกมาดีมีคุณภาพดี

5. คุณภาพการให้บริการ จะต้องอยู่บนพื้นฐานความเป็นธรรม

6. คุณภาพการให้บริการจะดีเพียงนั้นขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของการบริการภายในองค์กร ที่เน้นความเป็นธรรมและคุณค่าของคน โดยองค์กรที่ให้บริการที่สามารถปฏิบัติต่อลูกค้า และบุคลากรขององค์กร ได้อย่างเท่าเทียมกัน ย่อมสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพการให้บริการอย่างแท้จริง

7. คุณภาพการให้บริการ ขึ้นอยู่กับความพร้อมในการให้บริการ แม้ว่าคุณภาพการให้บริการจะไม่สามารถหรือยากที่จะกำหนดตายตัวลงไป แต่การวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมของการบริการไว้ล่วงหน้า รวมทั้งการเรียนรู้ในสิ่งที่มีความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการ ย่อมก่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพที่ดี

8. คุณภาพการให้บริการ หมายถึงการรักษาความมั่นใจสัญญาว่าองค์กรจะให้บริการลูกค้าหรือผู้รับบริการ ได้อย่างที่เป็นไปตามความคาดหวัง และเป็นไปตามเงื่อนไขที่ผู้ปฏิบัติงานให้บริการ

นอกเหนือจากที่กล่าวไปแล้ว สตีฟ และค็อก (Steve and Cook, 1995: 53) ยังชี้ให้เห็นด้วยว่า การเลือกใช้บริการของผู้รับบริการ โดยส่วนใหญ่ นอกจากจะคำนึงถึงภาพลักษณ์ขององค์กร

และความต้องการส่วนบุคคลแล้ว คุณภาพการให้บริการของหน่วยงานหรือองค์กรที่ให้บริการยังสามารถพิจารณาได้จากเกณฑ์ 9 ประการดังต่อไปนี้

1. การเข้าถึงบริการ ได้ทันทีตามความต้องการของผู้ให้บริการ
2. ความสะดวกของทำเลที่ตั้งในการเข้ารับบริการ
3. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการให้บริการ
4. การให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการแต่ละคน
5. ราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับลักษณะของงานบริการ
6. คุณภาพการให้บริการทั้งในระหว่างเข้ารับบริการและภายหลังการเข้ารับบริการ
7. ชื่อเสียงของบริการที่ได้รับรวมถึงการยกย่องชมเชยในบริการ
8. ความปลอดภัยในการให้บริการจากผู้เชี่ยวชาญ โดยเฉพาะ
9. ความรวดเร็วในการให้บริการ

นักวิชาการที่ได้กล่าวถึงหลักการพิจารณาคุณภาพการให้บริการยังได้แก่ เคอร์ซและโคลว (Krutz and Clow, 1998) ซึ่งได้เสนอ หลักพิจารณา 3 ประการ ประกอบด้วย (1) คุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งที่ลูกค้าประเมินได้ยากกว่าคุณภาพของสินค้า (2) คุณภาพการให้บริการนั้นขึ้นอยู่กับความรู้สึกของลูกค้าเกี่ยวกับผลผลิตของการให้บริการ และจะประเมินจากกระบวนการที่บริการนั้นเกิดขึ้น และ (3) คุณภาพการให้บริการเกิดจากการเปรียบเทียบสิ่งที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ กับระดับของการบริการที่ได้รับจริง

จากที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการนั้น เป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนและหลากหลายในแง่มุมของการพิจารณา แต่กระนั้น เป็นที่ประจักษ์ชัดว่าคุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่สำคัญซึ่งผู้บริหารขององค์กรพึงให้ความสำคัญและทุ่มเทความสนใจ องค์กรที่ต้องการความสำเร็จของการประกอบการไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน จึงต้องให้ความสำคัญต่อประเด็นเรื่องคุณภาพการให้บริการที่พิจารณาหรือทำความเข้าใจจากความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการให้ได้เช่นชัดเจน

การวัดคุณภาพการให้บริการ

นักวิชาการบางท่านเสนอความเห็นไว้ว่า ในการวัดคุณภาพการให้บริการนั้นเรายังจะใช้วิธีการวัดดัชนีความพึงพอใจ (Customer Satisfaction Index-CSI) ของลูกค้าหรือผู้รับบริการ ภายหลังจากที่ได้รับบริการนั้นแล้ว แต่โดยทั่วไป ปัญหาในการวัดคุณภาพการให้บริการนั้นมักจะขึ้นอยู่กับวิธีการวัดเงื่อนไขที่นำมาสู่การสะท้อนคุณภาพการให้บริการ ซึ่งก็คือการตอบสนองหรือเป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการซึ่งเกิดขึ้นจริง หรือที่ได้กล่าวมาแล้วว่าเป็นความพึงพอใจที่ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่เขาได้รับมานั้น สอดรับกับความคาดหวังที่วางไว้หรือที่ได้รับรู้มา เช่น การได้รับบริการจากบุคคลโดยตรง (the one-on-one) การได้รับบริการ

จากแบบเผชิญหน้า (face-to-face) และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ แต่อย่างไรก็ตาม การวัดคุณภาพการให้บริการมีองค์ประกอบประการใดบ้างนั้น สามารถพิจารณาได้จากทัศนะของนักวิชาการ ได้แก่ โคเลอร์และแพนนาวสกี (Koehler and Paukowski, 1996: 184-185) ซึ่งได้ให้หลักการสำคัญในการวัดคุณภาพของสินค้าหรือบริการ โดยจะต้องพิจารณาถึง 4 ประการหลัก ดังนี้

ประการที่ 1 ความคาดหวังของผู้บริการ (customer expectations) สิ่งสำคัญประการหนึ่งของกระบวนการแห่งคุณภาพ คือ การทำให้ความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นจริง และสร้างความเบิกบานใจให้แก่ลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตั้งคำถามเพื่อที่จะถามผู้รับบริการจะเป็นการวัดถึงความพึงพอใจจากการบริการที่ได้รับเป็นอย่างดี ในส่วนของคำถามผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการจะต้องสร้างคำถามในลักษณะที่ว่าทำอย่างไร

ประการที่ 2 ภาวะความเป็นผู้นำ (leadership) รูปแบบต่างๆ ของผู้นำภายในองค์กร ทั้งแบบผู้อำนวยการ ผู้บริหาร ผู้จัดการ และผู้ควบคุม จะแสดงให้เห็นถึงการกระทำที่นำไปสู่ความมีคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงขององค์กร เช่น การจัดแบ่งด้านเวลา การจัดสรรทรัพยากร เป็นต้น

ประการที่ 3 การปรับปรุงขั้นตอน (process improvements) โดยทำการอธิบายถึงวิธีการที่จะทำให้ขั้นตอนต่างๆ มีระดับที่ดีเพิ่มขึ้น หากกระบวนการใหม่ในการปรับปรุงขั้นตอน ทำการปรับปรุงเครื่องมือเพื่อให้เกิดขั้นตอนใหม่ๆ เกิดขึ้นและติดตามถึงผลสะท้อนกลับจากขั้นตอนใหม่ๆ ดังกล่าว

ประการที่ 4 การจัดการกับแหล่งข้อมูลที่สำคัญ (meaningful data) เริ่มจากการอธิบายถึงการคัดเลือกและจัดแบ่งข้อมูล รวมทั้งทำการวิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยทำการสำรวจจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) สอบถามทางโทรศัพท์ นัดพบกับลูกค้า เป็นรายบุคคล การสนทนากลุ่มหรือจดหมายร้องเรียน นอกจากนี้ยังหมายถึงการรายงานหรือการศึกษพิเศษ (จากรัฐบาล)

สรุปได้ว่า การวัดคุณภาพของสินค้าหรือบริการ จะพิจารณาจากองค์ประกอบ 4 ประการหลักเป็นสำคัญ และถ้าสามารถทำให้ความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จริงจะส่งผลให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการ และนำไปสู่ความมีคุณภาพของการให้บริการเป็นลำดับ

3. ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler and Armstrong (2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา(biological) เกิดขึ้นจากสภาวะสิ่งเรียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอ จนเกิดความตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และทฤษฎีของซิกมันด์ ฟรอยด์

ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory motivation)

อับราฮัม มาสโลว์ (A.H.Maslow) ค้นหาวิธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดัน โดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลานั้น ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมาก เพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์ คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุด ไปถึงน้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ คือ

1.1 ความต้องการทางกาย (physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ชารักษาโรค

1.2 ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย

1.3 ความต้องการทางสังคม (social needs) เป็นการต้องการการยอมรับจากเพื่อน

1.4 ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะทางสังคม

1.5 ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (self-actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรก ก่อนเมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็หมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต้องงานศิลปะชั้นถ้าสุด (ความต้องการสูงสุด)

หรือไม่ต้องการยกย่องจากผู้อื่น หรือ ไม่ต้องการแบ้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป

ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์

ซิกมันด์ ฟรอยด์ (S. M. Freud) ตั้งสมมุติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวมากนักว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม ฟรอยด์พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่างถึงเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พูดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Shelly (2518 อ้างถึง พรปวีณ์, 2551 : 26) ได้ทำการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึก ของมนุษย์ ซึ่งแสดงออกถึงสองแบบด้วยกัน คือ ความรู้สึกใน ทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วส่งผลให้เกิด 19 ความสุข ความสุขนั้นเป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่มี ระบบย้อนกลับ และความสุขนี้สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึก ทางบวกอื่น ๆ ความรู้สึกทางบวก ความรู้สึกทางลบ และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามเรียกโดยรวมว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะ เกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกความพึงพอใจของมนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากร สิ่งเร้า การวิเคราะห์ เป็นต้น ระบบความพึงพอใจ คือ การศึกษาว่าทรัพยากร หรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และความสุขแก่มนุษย์ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ เมื่อมีทรัพยากรทุกอย่าง ครบถ้วนตามความต้องการของมนุษย์ที่มีอยู่ ณ ขณะนั้น

พิมานมาศ ลีเลิศวงศ์ภักดี (2552 : 10) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นระดับความรู้สึกของความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ ใน การทำงาน กับความคาดหวังของลูกค้า และผู้ใช้บริการ (Kotler, 2003) ถ้าผลการทำงานเท่ากับ ความคาดหวัง ลูกค้า และผู้ใช้บริการ จะเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลของการทำงานสูงกว่า ความคาดหวังมาก ลูกค้าและผู้ใช้บริการจะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก ผลประโยชน์จากคุณสมบัติ การบริการ หรือการทำงานของการบริการ และผลิตภัณฑ์ นักการตลาด และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง พยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และผู้ใช้บริการ โดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) ทั้งคุณค่าเพิ่มที่เกิดจากการผลิต และจากการตลาด ตลอดจน ยึดหลักการสร้างภาพโดยรวมคุณค่าที่เกิดขึ้นจากการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน ซึ่งคุณค่าที่ ลูกค้าพึง ได้รับจะต้องมากกว่า ต้นทุนของลูกค้า หรือราคาสินค้า ความแตกต่างทางการแข่งขันทั้งในด้านการบริการ และผลิตภัณฑ์

เป็นการออกแบบ ลักษณะต่าง ๆ ให้การบริการ และผลิตภัณฑ์ หรือบริษัท สามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่ง ความแตกต่างจะต้องสร้างคุณค่าให้ลูกค้า หรือผู้ใช้บริการ สามารถรับรู้ และสร้างความพึงพอใจ ความ แตกต่างทางการแข่งขันประกอบด้วย

1. ความแตกต่างทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation)
2. ความแตกต่างทางด้านบริการ (Services Differentiation)
3. ความแตกต่างทางด้านบุคลากร (Personal Differentiation)
4. ความแตกต่างทางด้านภาพลักษณ์ (Image Differentiation)

20 ความแตกต่างเหล่านี้เป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า และผู้ใช้บริการ คุณค่ารวมใน สายตาของลูกค้า และผู้ใช้บริการ เป็นการรับรู้ในรูปของตัวเงิน ทางด้านเศรษฐกิจ หน้าที่ และ ผลประโยชน์ทางด้านจิตวิทยาที่ลูกค้า และผู้ใช้บริการคาดหวังที่จะได้รับจากตลาด หรือเป็นผลรวม ของผลประโยชน์ หรืออรรถประโยชน์ จากผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ คุณค่าที่เกิดขึ้น เกิดจากการ พิจารณาจากความแตกต่างทางการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วย

- (1) ความแตกต่างทางด้านผลิตภัณฑ์
- (2) ความแตกต่างทางด้านบริการ
- (3) ความแตกต่างทางด้านบุคลากร
- (4) ความแตกต่างทางด้าน ภาพลักษณ์ ซึ่งความแตกต่างทางด้านบริการที่กล่าวนั้น

ก่อให้เกิดคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และการบริการ 4 ด้าน ได้แก่ (1) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (2) คุณค่าด้านบริการ (3) คุณค่าบุคลากร และ(4) คุณค่าด้าน ภาพลักษณ์ คุณค่าทั้ง 4 ประการ เรียกว่า คุณค่าผลิตภัณฑ์รวม หรือคุณค่าการบริการรวม ในสายตา ของลูกค้า และผู้ใช้บริการ Kotler (2541 อ้างถึง ธีรดา, 2554 :62-63) กล่าวว่า แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด การบริการ ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ บริการ (Product) คือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เสนอแก่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2. ราคา (Price) คือ ต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้า หรือผู้ใช้บริการต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับ ผลิตภัณฑ์ หรือผลิตภัณฑ์การบริการ ซึ่งรวมถึงค่าจ้าง ค่าแรงงาน การใช้ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม นำมาคำนวณเป็นต้นทุน แล้วกำหนดราคาที่เป็นตัวเงิน

3. ช่องทางการจำหน่าย (Channels of Distribution) คือ กระบวนการท างานที่ทำให้สินค้า หรือการบริการ ไปสู่ตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคสินค้า หรือผู้รับบริการ ได้รับตามความต้องการอย่าง สะดวก และรวดเร็ว

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ สื่อการตลาด เพื่อให้แน่ใจว่าผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเข้าใจ และทราบถึงคุณค่าของสินค้าที่เสนอขาย

5. บุคลากร / เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (Personnel) คือ บุคคลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม ในการให้บริการแต่ละธุรกิจ ตั้งแต่เริ่มต้นจนการให้บริการสิ้นสุด เป็นการเลือกสรรบุคคล

ที่ให้บริการแก่ ลูกค้า หรือผู้ใช้บริการตามวัฒนธรรม และนโยบายขององค์กร เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า และผู้ใช้บริการได้อย่างสูงสุดเช่น ความสุภาพ ความเอาใจใส่ การช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) คือ การแสดงให้เห็นถึงคุณค่าการให้บริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณค่าของการบริการ เช่น สถานที่ให้บริการ มีความสะอาด ร่มรื่น มีบรรยากาศที่ดี

7. กระบวนการ/ ขั้นตอนการให้บริการ (Process) คือวิธีการดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้ เกิดการบริการที่ดี เพื่อตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า หรือผู้ใช้บริการ และทำให้ลูกค้า หรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ เช่น ความชัดเจนของข้อมูล ขั้นตอนการดำเนินการ โดยสรุป แนวคิดความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ตามที่คาดหวัง และเพียงพอต่อความต้องการของคนที่มียู่ ในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ซึ่งส่งผลกลายเป็นความรู้สึกที่พึงพอใจในช่วงเวลานั้น รวมทั้ง เกิดจากความรู้สึก ถึงคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับ จากความคาดหวังที่ได้รับบริการ หรือการใช้ผลิตภัณฑ์และการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ องค์กร เองควรมีการคำนึงถึงคุณสมบัติการบริการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อให้เกิด คุณค่าที่ลูกค้าพึงได้รับที่คาดว่า จะต้องได้รับมากกว่าต้นทุนของลูกค้า หรือราคาสินค้า ได้แก่ การสร้าง คุณค่าให้ลูกค้า หรือผู้ใช้บริการ สามารถรับรู้ และสร้างความพึงพอใจ ความแตกต่างทางการแข่งขัน ประกอบด้วย (1)ความแตกต่างทางด้านผลิตภัณฑ์ (2) ความแตกต่างทางด้านบริการ (3)ความแตกต่าง ทางด้านบุคลากร และ(4) ความแตกต่างทางด้านภาพลักษณ์ และส่วนประสมการตลาดการบริการ (Kotler, 2541) ประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์ บริการ (2) ราคา (3) ช่องทางการจำหน่าย (4) การส่งเสริม การตลาด (5) บุคลากร/เจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการ (6)ลักษณะทางกายภาพ และ(7) กระบวนการ / ขั้นตอน การให้บริการ

บทที่ 3

แนวทางการศึกษา

การศึกษาค้างนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยทำการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสภาพปัญหาและความคิดเห็นหรือข้อสังเกตเกี่ยวกับการให้บริการยานพาหนะของกลุ่มงานยานพาหนะจากผู้ใช้บริการประกอบด้วยผู้บังคับบัญชากลุ่มงานยานพาหนะ หัวหน้าหมวดยานพาหนะ พนักงานขับรถ และจากผู้รับบริการประกอบด้วยข้าราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ผู้ปฏิบัติงานสนับสนุนการทำหน้าที่ของสมาชิก/กรรมาธิการ ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม กล่าวคือ ผู้ปฏิบัติงานด้านกรรมาธิการ ด้านวิชาการ และด้านการบริหารงานกิจการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร รวม 10 คน สำหรับประเภทและลักษณะงานบริการที่ทำการในครั้งนี้นำประกอบด้วยบริการยานพาหนะทั้งภายในเขตและนอกเขตกรุงเทพฯ/ปริมณฑล โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และนำผลการวิเคราะห์ดังกล่าวมาสังเคราะห์ประเด็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการยานพาหนะของกลุ่มงานยานพาหนะเพื่อนำเสนอเป็นรายงานผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ระยะเวลาที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาค้างนี้ คือ 2 เดือน กล่าวคือเดือนธันวาคม 2558 ถึงเดือนมกราคม 2559 ส่วนขั้นตอนการศึกษาเริ่มจากการจัดทำแบบสัมภาษณ์ที่ใช้เป็นเครื่องมือการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ 1) ลักษณะและประเภทของงานบริการยานพาหนะของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร 2) สภาพปัญหาและความเห็นต่อการให้บริการ/รับบริการยานพาหนะของกลุ่มงานยานพาหนะ 3) ข้อเสนอแนะ/แนวทางการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการบริการยานพาหนะของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ทั้งนี้โดยผู้ศึกษาทำหน้าที่เป็นผู้สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายด้วยตนเอง และจำกัดขอบเขตเฉพาะการใช้บริการยานพาหนะในส่วนยานพาหนะที่อยู่ในความครอบครองของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

บทที่ 4

ผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

รายงานการศึกษานี้ประกอบด้วยเนื้อหาสองส่วน ส่วนแรกเป็นผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการยานพาหนะของกลุ่มงานยานพาหนะ ส่วนที่สองข้อเสนอแนะ หรือแนวทางการแก้ไขปัญหาการใช้บริการดังกล่าว

1. ผลการศึกษา

กลุ่มงานยานพาหนะ สำนักงานคลังและงบประมาณ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร มีบริการยานพาหนะสำหรับผู้รับบริการ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ กลุ่มผู้รับบริการที่เป็นบุคลากรของสำนักงานฯ และกลุ่มผู้รับบริการที่เป็นสมาชิกหรือกรรมการของสภาผู้แทนราษฎร กลุ่มยานพาหนะจึงทำหน้าที่ให้บริการเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติการกิจของสภาผู้แทนราษฎร ในลักษณะที่เป็นบริการ โดยตรงต่อกิจการงานของสภาผู้แทนราษฎร/กรรมการ และบริการโดยอ้อมต่อบุคลากรสำนักงานฯ ซึ่งปฏิบัติราชการเพื่อสนับสนุนกิจการงานของสภาผู้แทนราษฎร ในแต่ละด้าน คือด้านกรรมการ ด้านวิชาการและด้านการบริหารงานกิจการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร สำหรับระเบียบและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการขอใช้บริการยานพาหนะมีรายละเอียด ดังนี้

1. กรณีใช้บริการงานในกรุงเทพฯและปริมณฑล (ทั้งในเวลาและนอกเวลาราชการ)
 - 1.1 กรอกแบบฟอร์มคำขอใช้บริการ (โครขอ/โครอนุญาต/โครใช้บริการ/โครใช้รถ/โครประสาน)
 - 1.2 ระบุกิจกรรม/ลักษณะงานและการใช้รถ (นำส่งเอกสาร ประชุม ดูงาน สัมมนา พบบุคคลสำคัญ)
 - 1.3 นำแบบฟอร์มผ่านไปยังผู้บังคับบัญชากลุ่มงานยานพาหนะเพื่อลงนามอนุญาต
 - 1.4 ประสานหัวหน้าหมวดยานพาหนะยืนยันเวลาการเดินทาง
2. กรณีใช้บริการงานไปต่างจังหวัด
 - 2.1 กรอกแบบฟอร์มคำขอใช้บริการ (โครขอ/โครอนุญาต/โครใช้บริการ/โครใช้รถ/โครประสาน)
 - 2.2 ระบุกิจกรรม/ลักษณะงานและการใช้รถพร้อมแนบเอกสารที่ได้รับอนุมัติให้เดินทางจากเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรแล้ว
 - 2.3 นำแบบฟอร์มผ่านไปยังผู้อำนวยการสำนักงานคลังฯเพื่อลงนามอนุญาตการใช้รถ
 - 2.4 ประสานไปยังกลุ่มงานยานพาหนะยืนยันเวลาการเดินทาง

3. กรณีการใช้บริการระหว่างอาคารสำนักงานฯ (อุทองโน - สุโขทัย - ประดิพัทธ์) ไม่ต้องมีเอกสารการขอใช้บริการ โดยสามารถขึ้นรถตู้บริการที่สำนักงานฯ จัดเช่าตามรอบเวลาการเดินทางที่ทางสำนักงานฯ จัดให้ ระหว่างเวลา 07.30 น. ถึง 17.30 น.

อย่างไรก็ตามข้อมูลจากการสัมภาษณ์ สะท้อนปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการยานพาหนะของกลุ่มงานยานพาหนะ โดยแยกออกเป็นปัจจัยด้านผู้ให้บริการ ด้านผู้รับบริการด้านกระบวนการให้บริการ และด้านยานพาหนะ ดังนี้

1) ปัจจัยด้านผู้ให้บริการ (ถามผู้รับบริการ)

1. พนักงานขับรถบางคนยังขาดความรู้ ความชำนาญในเส้นทางการเดินทาง
2. ความสุภาพเรียบร้อยในการให้บริการสภาพ
3. การขับรถโดยไม่คำนึงด้านความปลอดภัย

2. ปัจจัยด้านผู้รับบริการ (ถามผู้ให้บริการ)

1. การขอใช้รถบริการบางครั้งไม่มีการประสาน แจ้งหรือการจองล่วงหน้า (กะทันหัน)
2. การไม่มาตามเวลาที่นัดหมาย
3. การยกเลิกการเดินทางโดยไม่แจ้งให้ทราบ ทำให้การบริหารจัดการมีความคาด

เคลื่อน ไม่เป็นไปตามแผนงาน

3. ปัจจัยด้านกระบวนการ

1. ขั้นตอนการขอใช้บริการ ไม่เอื้อต่อการขอใช้ที่สะดวกรวดเร็ว
2. ข้อจำกัดด้านกระบวนการที่ต้องยึดกับกฎระเบียบที่ขาดความยืดหยุ่น

4. ปัจจัยด้านยานพาหนะ

1. ปริมาณรถไม่เพียงพอต่อการให้บริการ
2. ความพร้อมด้านยานพาหนะ (รถชำรุดในช่วงขอใช้บริการ)

2. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาสภาพปัญหา โดยเฉพาะปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการยานพาหนะของกลุ่มงานยานพาหนะดังกล่าว ประกอบกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้การสัมภาษณ์ พบว่าปัจจัยหลักของสภาพปัญหาที่ผ่านมา ส่วนหนึ่งมาจากการบริหารจัดการที่ดีไม่ว่าจะเป็นการด้านตัวบุคคล กฎระเบียบข้อบังคับที่ยังขาดความยืดหยุ่นต่อการบริหารงาน การขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับยานพาหนะ และการติดต่อสื่อสารที่ดี เป็นต้น จึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์มาใช้ในการเสนอแนวทางแก้ไขและพัฒนาการบริการยานพาหนะของกลุ่มงานยานพาหนะได้ ดังนี้



ด้านผู้ให้บริการ

1. ตรวจสอบปริมาณรถที่มีอยู่เมื่อเทียบกับจำนวนบุคลากรและงานที่ได้รับ เพื่อประเมินสถานการณ์สำหรับเป็นข้อมูลในการของบประมาณในการจัดหายานพาหนะที่เพียงพอ
2. ควรมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ภายในกลุ่มงานยานพาหนะ อาจจะเป็นลักษณะพี่สอนน้อง หรือการจัดการความรู้ที่เป็นระบบ ตลอดจนการจัดทำคู่มือการให้บริการ ตลอดจนแผนที่การเดินทาง เป็นต้น
3. จัดทำกล่องรับฟังความคิดเห็นต่อบริการยานพาหนะของสำนักงานฯ โดยอาจจะติดตั้งตามหน่วยงานในสำนักงานฯ หรือจุดบริการที่จัดไว้ หรือผ่านทางช่องทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสำรวจสภาพปัญหาการให้บริการ และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ด้านผู้รับบริการ

1. ประสานยืนยันกำหนดการใช้บริการยานพาหนะล่วงหน้าก่อนเสมอ เพื่อประโยชน์ด้านการจัดยานพาหนะ และการจัดรูปแบบการให้บริการให้มีความเหมาะสมและตอบสนองต่อปัญหาข้อจำกัดที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน
2. ควรมีการพูดคุยกับผู้รับบริการที่ไม่มาตามเวลา เพื่อจะได้ทราบสภาพปัญหาที่แท้จริง
3. ในการกำหนดมาตรการป้องกันหรือแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างตรงจุด
3. หากมีเหตุที่ต้องยกเลิกการขอใช้บริการยานพาหนะ ไม่ว่าจะด้วยเหตุใด ผู้รับบริการควรแจ้งหรือประสานเรื่องยกเลิกไปยังผู้ให้บริการโดยเร็ว

ด้านกระบวนการ

1. ลดขั้นตอนหรือแบบฟอร์มการขอใช้บริการยานพาหนะ เพื่อให้การใช้บริการเกิดความคล่องตัว และรวดเร็วขึ้น
2. กำหนดแผนงาน ขั้นตอน หรือกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ระหว่างผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน เช่น การจัดทำแผนผัง แผนภาพการให้บริการและการรับบริการ เป็นต้น
3. ควรส่งเสริมการฝึกอบรม การศึกษาดูงาน ให้แก่พนักงานขับรถ เกี่ยวกับเรื่องการใช้บริการ เพื่อปลูกจิตสำนึกการและตระหนักถึงความสำคัญและความปลอดภัยต่อการให้บริการ

ด้านยานพาหนะ

1. ตรวจสอบยานพาหนะที่หมดอายุการใช้งาน เพื่อจำหน่ายรถให้เป็นไปตามระเบียบราชการ และจัดหารถใหม่ที่มีประสิทธิภาพมารับการให้บริการ ทั้งนี้ เพื่อลดต้นทุนด้านบำรุงรักษา และได้รถที่เหมาะสมกับปัจจุบัน
2. ควรกำหนดแผนงานหรือตารางการบำรุงรักษารถยนต์ที่ชัดเจน เพื่อเตรียมความพร้อมของรถที่จะให้บริการ

บรรณานุกรม

- ทำเนียบข้าราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ฉบับที่ 1. (2557) : สำนักงานเลขาธิการ
สภาผู้แทนราษฎร
- ทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ. (11 เม.ย. 2011). ชัชวาลย์ ทัดศิวัช .สืบค้นเมื่อวันที่ 23 ธันวาคม
2558, จาก www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?pageid=4.
- prasert rk(2553).ทฤษฎีความพึงพอใจ.[ออนไลน์].สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2558 ,
จาก <https://www.gotoknow.org/posts/492000>
- กาญจนา(2546).ความพึงพอใจ.ทฤษฎีความพึงพอใจ.[ออนไลน์].สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2558 ,
จาก [http://www.gotoknow.org/posts/492000%20\(12](http://www.gotoknow.org/posts/492000%20(12)
- ยุทธนา อยู่จรรยา.(28 ธันวาคม 2558).สัมภาษณ์.ผู้บังคับบัญชาในกลุ่มงานยานพาหนะ.สำนักงาน
เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
- นายอาคม โคมเจลา.(28 ธันวาคม 2558).สัมภาษณ์. หัวหน้าหมวดยานพาหนะ.สำนักงานเลขาธิการ
สภาผู้แทนราษฎร
- พรฤดี จิตรบรร.(28 ธันวาคม 2558).สัมภาษณ์. เจ้าพนักงานการเงินและบัญชีปฏิบัติงาน.สำนักงาน
เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
- สายชล ศรีบัวงาม.(5 มกราคม 2559).สัมภาษณ์.พนักงานขับรถ.สำนักงานเลขาธิการ
สภาผู้แทนราษฎร
- ปฐม ทองทราย.(12 มกราคม 2559).สัมภาษณ์.เจ้าพนักงานบันทึกข้อมูลปฏิบัติงาน.สำนักงาน
เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบบันทึกการสัมภาษณ์

แบบบันทึกการสัมภาษณ์

ครั้งที่.....

ผู้รับการสัมภาษณ์ ชื่อ.....นามสกุล.....

ตำแหน่ง.....

สถานที่สัมภาษณ์.....ทำการสัมภาษณ์ เมื่อวันที่.....

เดือน.....พ.ศ.....เวลา.....น. ถึง.....น.

ประเด็นการสัมภาษณ์

ข้อมูลเกี่ยวกับรถและการให้บริการ

.....

ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการ

.....

ความพึงพอใจ

.....

ข้อมูลที่สรุปได้จากการสัมภาษณ์

.....

ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ

.....

ผู้สัมภาษณ์

ตำแหน่ง

.....

ภาคผนวก ข

เอกสารการปรับปรุงโครงสร้าง การแบ่งส่วนราชการ อำนาจหน้าที่และอัตรากำลังใน
สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

ประวัติของผู้จัดทำผลงานส่วนบุคคล

ชื่อ	ว่าที่ ร.ต. ประเสริฐ นามสกุล สุขพรรณเจริญ
ที่อยู่	433 ถนนเจริญนคร ตำบลบางลำพูล่าง อำเภอคลองสาน จังหวัดกรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์
อาชีพ	รับราชการ
ตำแหน่ง	นักวิชาการตรวจสอบภายในชำนาญการพิเศษ
สถานที่	กลุ่มตรวจสอบภายใน สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

