

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการจากองค์การบริหารส่วนตำบลกะเปอร์ ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสาร ข้อมูล ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญและนำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการกระจายอำนาจ
4. แนวคิดเกี่ยวกับการปกครองส่วนท้องถิ่น
5. บริบทขององค์การบริหารส่วนตำบลกะเปอร์
6. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ

ความหมายของการให้บริการ

มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ ไว้ดังนี้

วรวิมล สิงห์นิล (2551) ได้ให้ความหมายของการให้บริการ หมายถึง กระบวนการหรือกระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการไปยังผู้มารับบริการหรือผู้ใช้บริการ โดยบริการเป็นสิ่งที่จับสัมผัสและต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยบริการและส่งมอบสู่ผู้มารับบริการเพื่อใช้สอยบริการนั้น ๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการบริการและมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านการบริการ

ยุทธนา บุญทน (2550) ได้ให้ความหมายของการให้บริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการปฏิบัติเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ ทั้งนี้การจัดการบริการให้มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องคำนึงถึงคุณภาพของทรัพยากรต้องเลือกสรรแล้วว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการและมีคุณภาพดี

คาร์เตอร์ กอร์ด (Cater Gord, 1975 อ้างถึงใน กมล ขววัน, 2552) ได้ให้ความหมายของการให้บริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ให้ความสะดวกต่าง ๆ ต่อผู้มาใช้บริการ ซึ่งจะกำหนดเงื่อนไขของการมารับบริการ เช่น การอำนวยความสะดวก การให้ความช่วยเหลือ การให้คำแนะนำ เป็นต้น

เลซตินิน (Lehtinen, 2001 อ้างถึงใน พระมหาเตชินท์ สิทธาภิภู (ผกา), 2554) ได้ให้ความหมายของการให้บริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือชุดของกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

กรอนรูส์ (Gronroos, 1990 อ้างถึงใน พระมหาเตชินท์ สิทธาภิภู (ผกา), 2554) ได้ให้ความหมายของการให้บริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่อาจจับต้องได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณีที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงาน

บริการ และ/หรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้ เพื่อช่วยผ่อนคลาย ปัญหาของลูกค้า

สแตนตัน (Stanton, 1981 อ้างถึงใน ญัตตินา แดงประเสริฐ, 2553) ได้ให้ความหมายของการให้บริการ หมายถึง กิจกรรมหรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจ ด้านลักษณะเฉพาะตัวของของมันเองที่จับต้องไม่ได้และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการใด การให้บริการอาจจะเกี่ยวข้องกับการใช้หรือไม่ใช้สินค้าที่มีตัวตน แต่ไม่ได้แสดงความเป็นเจ้าของสินค้านั้น

จากความหมายของการให้บริการดังกล่าว สรุปได้ว่า การให้บริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการในการปฏิบัติของกลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้ให้บริการ เพื่อตอบสนองต่อความประสงค์ของกลุ่มบุคคลอีกกลุ่มหนึ่ง เรียกว่า ผู้ใช้บริการในเรื่องต่าง ๆ ที่ผู้ให้บริการต้องการในขณะนั้น เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดในกิจกรรมนั้น ๆ

ลักษณะของการให้บริการ

มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของการให้บริการ ไว้ดังนี้

ณัฐกฤตา ชิดนอก (2551) ได้กล่าวถึง ลักษณะของการให้บริการ ประกอบด้วย

1. ได้รับความพอใจหรือไม่พอใจ ก็จะทำให้ความรู้สึกในทันที งานบริการเป็นงานให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก ดังนั้น เมื่อผู้รับบริการได้รับการสนองตอบตรงตามความต้องการก็จะแสดงออกถึงความรู้สึกที่ดี แต่ในทางกลับกันถ้าไม่ได้รับความพอใจก็จะเกิดความรู้สึกในทางที่ไม่ดีต่อผู้ให้บริการและองค์กรที่ให้บริการในทันทีเช่นกัน
2. ผลของการบริการเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาและแปลผลได้รวดเร็ว งานบริการเริ่มต้นและดำเนินการได้ในทุกขณะ ทั้งในตอนต้น ตอนกลาง และในตอนท้าย เพราะไม่มีข้อจำกัดว่าจะต้องให้บริการเฉพาะในเวลาหนึ่งเวลาใด
3. ผลของการบริการเชื่อมโยงไปถึงคนและองค์กร งานบริการสร้างความรู้ในทันทีที่ได้รับบริการ จึงสามารถแปรเปลี่ยนเป็นผลจากการให้บริการได้ทั้งในแง่ดีและไม่ดี อาจจะแปลผลจากการให้บริการได้ทั้งในแง่ดีและไม่ดี
4. ผิดพลาดแล้วชดเชยด้วยสิ่งอื่นก็เพียงแค่บรรเทาความไม่พอใจ การบริการที่ผิดพลาดบกพร่องไม่สามารถจะเปลี่ยนความรู้สึกของผู้รับบริการให้กลับมามีได้ นอกจากเป็นการลดความพอใจที่เกิดขึ้นได้น้อยลง
5. สร้างทัศนคติต่อบุคคล องค์กร และองค์กรได้อย่างมาก การบริการสามารถจะสร้างความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อผู้ให้บริการหรือองค์กรอย่างมากมายไม่มีขีดจำกัดขึ้นอยู่กับลักษณะของการให้บริการที่มีมากน้อยเพียงใดสำคัญมากน้อยเท่าใด
6. สร้างภาพลักษณ์ให้องค์กรและองค์กรเป็นเวลานาน การบริการทั้งที่ดีและไม่ดีจะติดอยู่ในความทรงจำของผู้บริการอยู่ตลอดไป แม้เมื่อมีการปรับปรุงแก้ไขบริการให้ดีขึ้นมากแล้ว แต่ภาพเก่าที่ไม่ดี ยังคงหลงเหลืออยู่กว่าที่จะล้างภาพลักษณ์ที่อัปลักษณ์ได้ต้องใช้เวลาอันเป็นสิบ ๆ ปี
7. หากเกิดการบกพร่องจะเห็นได้ชัด บริการเป็นสิ่งที่ไวต่อการรับรู้เมื่อมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดไม่สมบูรณ์หรือขาดตกบกพร่องก็จะปรากฏให้เห็นได้ในทันทีทันใด จึงต้องระมัดระวังในเรื่องบริการให้มาก

8. ต้องการคนเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบริการที่ดี บริการจะดีหรือไม่ดีมาน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ถ้าได้คนดีมีจิตสำนึกในการให้บริการดี มีทัศนคติต่อการให้บริการดีและได้รับการปลูกฝัง นิสัยในการให้บริการและฝึกฝนตนเองมาดี ก็จะทำให้เกิดการบริการที่เป็นเลิศ ในทางกลับกันถ้าได้คนไม่ดีมาเป็นผู้ทำงานให้บริการก็จะเท่ากับผิดพลาดตั้งแต่ต้นแล้วจะหวังให้เกิดบริการที่ดีคงเป็นไปได้ยาก

9. คนเป็นตัวแปรที่สำคัญในการสร้างและทำลายงานบริการ บริการที่ผิดพลาดบกพร่อง นำความเสียหายมาสู่องค์กรจะพบว่าส่วนใหญ่เกิดจากคน องค์กรหลายแห่งเคยได้รับชื่อเสียงยกย่องว่าให้บริการดี แต่พอเปลี่ยนทีมงานที่ให้บริการก็มีเสียงสะท้อนว่าให้บริการด้วยคุณภาพหรือให้บริการไม่ดีดังเดิม และอาจถึงขั้นทำให้เสียผู้รับบริการเดิมไปก็ได้

ขวัญเรือน คำไพเราะ (2554) กล่าวว่า ลักษณะของการให้บริการ ประกอบด้วย

1. สาระสำคัญของความไว้วางใจ (trust) การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการ ขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้น ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการจึงไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับการปฏิบัติอย่างไรจนกว่ากิจกรรมการบริการจะเกิดขึ้น การตัดสินใจซื้อบริการจึงจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ

2. สิ่งที่จับต้องไม่ได้ (intangibility) การบริการที่มีลักษณะเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่อาจสัมผัสก่อนที่จะมีการซื้อเกิดขึ้น คือ ผู้ซื้อหรือลูกค้าไม่อาจรับรู้การบริการล่วงหน้าหรือก่อนที่จะตกลงใจซื้อเหมือนกับการซื้อสินค้าทั่วไป และการซื้อบริการก็เป็นการซื้อที่จับต้องไม่ได้ เพียงแต่อาศัยความคิดเห็น เจตคติ และประสบการณ์เดิมที่ได้รับประกอบการตัดสินใจซื้อบริการนั้น ๆ

3. ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (inseparability) การผลิตและการบริโภคการบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับการขายบริการ ซึ่งจะแตกต่างกับตัวสินค้าที่มีการผลิต การขายสินค้าแล้วจึงเกิดการบริโภคภายหลัง

4. ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ (heterogeneity) เนื่องจากการบริการแต่ละแบบขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ละคน ซึ่งมีวิธีการให้บริการเป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง (ไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้) ถึงแม้จะเป็นการบริการอย่างเดียวกันจากผู้ให้บริการคนเดียวกันแต่ต่างวาระกัน คุณภาพของการบริการก็อาจแตกต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ ช่วงเวลาของการบริการ และสภาพแวดล้อมขณะบริการที่ต่างกันไป

5. ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (perishability) การบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาหรือเก็บสำรองไว้ได้เหมือนกับสินค้าทั่ว ๆ ไป เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการจะเกิดเป็นความสูญเสียไปที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูง ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา

6. ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (non - ownership) การบริการไม่มีความเป็นเจ้าของเมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้น ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปอย่างเห็นได้ชัด เพราะเมื่อผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อสินค้าใดก็จะเป็นเจ้าของสินค้านั้นอย่างถาวรทันที

ชัยสมพล ขาวประเสริฐ (2547) กล่าวว่า ลักษณะของการให้บริการ แบ่งได้ 5 ประการ ดังนี้

1. ความไม่มีตัวตน (intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น จับต้อง และสัมผัสไม่ได้ (abstract) โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ไม่ว่าจะเป็นตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง การบริการไม่สามารถ

แบ่งแยกเป็นชิ้นเหมือนสินค้าได้ เช่น หากจะซื้อน้ำหอม ผู้ซื้อย่อมจับขวดน้ำหอมมาทดลองฉีด ตม กลิ่นได้ หรือซื้อเป็นขวดได้

2. ความแยกจากกันไม่ได้ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการ (inseparability) ในช่วงเวลาการให้บริการนั้น เช่น บริการนวดแผนโบราณ ผู้นวดและลูกค้าจะต้องอยู่พร้อมกัน ณ สถานที่ที่ให้บริการในการตรวจรักษาแพทย์และคนไข้จะต้องอยู่ที่เดียวกัน ส่วนกรณีการปรึกษาปัญหาทางจิต และปัญหากฎหมายทางโทรศัพท์ แม้ผู้ให้บริการและผู้รับบริการจะอยู่กันคนละสถานที่ แต่ทั้งสองฝ่ายก็ไม่สามารถแยกจากกันได้ในช่วงเวลาที่ให้บริการ

3. การเก็บรักษาไม่ได้ (perish ability) การให้บริการต้องอาศัยคนในการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น หากไม่มีลูกค้ามาใช้บริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง พนักงานที่ให้บริการก็จะว่างเกิดการสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านแรงงานโดยเปล่าประโยชน์ แต่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ใด ๆ

4. ความต้องการที่ไม่แน่นอน (fluctuating demand) ความต้องการใช้บริการของลูกค้าขึ้นลงอยู่เสมอ การให้บริการนั้น จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการจะมากหรือน้อยต่างกัน ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาในแต่ละวัน วันใดต้นสัปดาห์หรือท้ายสัปดาห์ รวมทั้งฤดูกาล

5. ความแตกต่างของการให้บริการในแต่ละครั้ง (variability or heterogeneity) ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง หมายถึง ความแตกต่างด้านคุณภาพในการให้บริการ เนื่องจากการให้บริการต้องอาศัยคนหรือพนักงานในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งการที่พนักงานจะยิ้มหรือหัวเราะให้บริการด้วยจิตใจอย่างแท้จริงหรือไม่ต้องขึ้นกับองค์ประกอบอื่น ๆ ทั้งด้านร่างกายและจิตใจ

หลักการให้บริการ

การให้บริการ เป็นการให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นซึ่งจะต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติ มิใช่ว่าการให้ความช่วยเหลือหรือการทำประโยชน์ต่อผู้อื่นจะเป็นไปตามใจของเราผู้ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ ซึ่งนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงหลักการให้บริการ ดังนี้

จุฑาโล ธรรมสัทย์ (2553) กล่าวว่า หลักการให้บริการ ประกอบด้วย

1. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลัก จะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็น การให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดีและเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใด แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจ ไม่ให้ความสำคัญ การให้บริการนั้นก็อาจจะไร้ค่า

2. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ คุณภาพ คือ ความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น เพราะฉะนั้นการให้บริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจและถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการ ไม่ว่าเราจะตั้งใจให้บริการมากมายเพียงใดแต่ก็เป็นเพียงด้านปริมาณแต่คุณภาพของบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า

3. ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน การให้บริการซึ่งจะสนองตอบความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัดคือการปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ ครบถ้วน เพราะหากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้วก็จะยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ แม้จะมีคำขอโทษ ขออภัยก็ได้รับเพียงความเมตตา

4. เหมาะสมแก่สถานการณ์ การให้บริการที่รวดเร็วในการส่งสินค้าหรือให้บริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากการส่งสินค้าทันกำหนด ทำให้เป็นการบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากการส่งสินค้าทันกำหนดเวลาแล้วยังจะต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้าและสนองตอบให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย

5. ไม่ก่อผลเสียหายกับบุคคลอื่น การให้บริการในลักษณะใดก็ตามจะมุ่งแต่ประโยชน์ ที่จะเกิดแก่ลูกค้าและฝ่ายเราเท่านั้นไม่เป็นการเพียงพอ ผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่ายรวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงควรยึดหลักในการให้บริการว่าจะระมัดระวังไม่ทำให้เกิดผลกระทบทำความเสียหายให้แก่บุคคลอื่น ๆ ด้วย

พัชร อัมอาบ (2553) กล่าวว่า หลักการให้บริการ ประกอบด้วย

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และการให้บริการที่องค์กรจัดให้นั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นจะต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้รับบริการหรือผู้ปฏิบัติ

3. หลักความเสมอภาค การให้บริการที่จัดให้นั้นจะต้องให้ผู้มาใช้บริการทุกคนหรือทุกองค์กรอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน ไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด

4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการให้บริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวก การให้บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการ จะต้องเป็นไปในลักษณะที่ปฏิบัติได้ง่าย สะดวกสบาย สั้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้บริการ หรือผู้ใช้บริการมากเกินไป

สมิต สัมณกร (2550) กล่าวว่า หลักการให้บริการ มีหลักการดังนี้

1. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลักจะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการ มาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการแม้ว่าจะเป็น การให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดี และเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใดแต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจ ไม่ให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็อาจไร้ค่า

2. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ คุณภาพ คือ ความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น เพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้ผู้บริการเกิดความพอใจ และถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผล การให้บริการ ไม่ว่าเราจะตั้งใจให้บริการมากมายเพียงใด แต่ก็ยังเป็นเพียงด้านปริมาณแต่คุณภาพของการบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า

3. ปฏิบัติโดยถูกต้องครบถ้วน การให้บริการซึ่งตอบสนองความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัด คือ การปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะหากมีข้อผิดพลาดตกบกพร่องแล้วยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจแม้จะมีคำขอโทษ ขอภัย ก็ได้รับเพียงความเมตตา

4. เหมาะสมแก่สถานการณ์ การให้บริการที่รวดเร็ว ส่งเสริมหรือให้บริการตรงตามกำหนดเวลา เป็นสิ่งสำคัญ ความล่าช้าไม่ทันกำหนด ทำให้เป็นการบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากการส่งเสริมสินค้าทันกำหนดเวลาแล้วยังจะต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้าและสนองตอบให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย

5. ไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่น ๆ การให้บริการในลักษณะใดก็ตามจะต้องพิจารณาโดยรอบคอบรอบด้าน จะมุ่งแต่ประโยชน์ที่จะเกิดแก่ลูกค้าและฝ่ายเราเท่านั้นไม่เป็นการเพียงพอจะต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย รวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อมจึงควรยึดหลักในการให้บริการว่าจะระมัดระวังไม่ทำให้เกิดผลกระทบ ทำความเสียหายให้แก่บุคคลอื่น ๆ ด้วย

จากหลักการให้บริการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า หลักการให้บริการจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของบุคคล ความพอใจจากผู้รับบริการ โดยผู้ให้บริการจะต้องให้บริการด้วยความเสมอภาคและความสม่ำเสมอในการให้บริการ ให้ความสะดวกไม่ก่อผลเสียหายแก่ผู้รับบริการ ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ ไม่มีสิทธิพิเศษสำหรับคนบางกลุ่มหรือคนบางกลุ่มเพื่อเป็นการสร้างการให้บริการที่ดีโดยได้รับความเชื่อมั่น ความไว้วางใจจากผู้รับบริการ

ความสำคัญของการให้บริการ

การให้บริการมีบทบาทและความสำคัญอย่างยิ่ง เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคำนึงในการที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการต่าง ๆ ซึ่งนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความสำคัญของการให้บริการ ไว้ดังนี้

ยุทธนา บุญทนต์ (2550) กล่าวว่า การบริการเป็นสิ่งที่มีคุณค่าเป็นพิเศษในงานด้านต่าง ๆ เพราะบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ไม่มีการดำเนินงานใด ๆ ที่ปราศจากบริการทั้งในภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชน การขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใด ๆ ก็ต้องมีการบริการรวมอยู่ด้วยเสมอ ยิ่งเป็นธุรกิจบริการ ตัวบริการนั่นเอง คือ สินค้า การขายจะประสบความสำเร็จได้ต้องมีบริการที่ดี ธุรกิจการค้าจะอยู่ได้ต้องทำให้เกิดการ ขายซ้ำ คือ ต้องรักษาลูกค้าเดิม และเพิ่มลูกค้าใหม่ การบริการที่ดีจะช่วยรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ทำให้เกิดการขายซ้ำ และซ้ำอีกและชักนำให้ลูกค้าใหม่ ๆ ตามมา เป็นความจริงว่าเราสามารถพัฒนาคุณภาพสินค้าที่ละตัวได้ แต่การพัฒนาคุณภาพบริการต้องทำพร้อมกันทั้งองค์การ การพัฒนาคุณภาพของการบริการเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกคนในองค์การจะต้องถือเป็นความรับผิดชอบร่วมกัน มิฉะนั้นจะเสียโอกาสแก่คู่แข่ง หรือสูญเสียลูกค้าไป ในการพิจารณาความสำคัญของการบริการพิจารณาได้ใน 2 ด้าน คือ บริการที่ดี และบริการที่ไม่ดี ดังนี้

1. บริการที่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติอันดีแก่ ความคิดและความรู้สึกทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางบวก คือ ความชอบ ความพึงพอใจ ความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ มีความระลึกถึงและยินดีมาขอรับบริการอีก มีความประทับใจที่ดีไปอีกนานแสนนาน มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่น แนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการเพิ่มขึ้น มีความรักดีต่อหน่วยงานที่ให้บริการ มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี

2. บริการที่ไม่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติทั้งต่อตัวผู้ให้บริการ และหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางลบ มีความไม่ชอบและไม่พอใจ มีความรังเกียจตัวผู้ให้บริการมีความเสื่อมศรัทธาในหน่วยงานที่ให้บริการ มีความผิดหวังและไม่ยินดีมาใช้บริการอีก มีความประทับใจที่ไม่ดีไป

อีกนานแสนนาน มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่น ไม่แนะนำให้มาใช้บริการอีก มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ไม่ดี

ขวัญเรือน คำไพเราะ (2554) กล่าวว่า การให้บริการมีความสำคัญ ดังนี้

1. ความสำคัญที่มีความสำคัญต่อผู้รับบริการ (ลูกค้า) คือ จะทำให้ลูกค้าได้รับบริการที่ดีทำให้ผู้รับบริการมีความสุขมีความพึงพอใจ และมีความระลึกถึงในการที่จะมาขอรับบริการในครั้งต่อไป
2. ความสำคัญในด้านผู้ให้บริการทำให้กิจการสามารถรักษาลูกค้าเดิม การให้บริการเพื่อจะรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้เป็นลูกค้าประจำหรือลูกค้าที่มีความจงรักภักดี และนอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มลูกค้าใหม่จากการบอกต่อ แนะนำต่อ หรือชื่อเสียงในทางดีที่กระจายไป ผู้ให้บริการต้องพยายามกระทำทุกวิถีทางที่จะเพิ่มลูกค้าใหม่ เพราะเป็นการสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่หน่วยงานด้วย โดยมีจำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นเป็นตัวชี้วัด

ชัยสมพล ขาวประเสริฐ (2547) กล่าวว่า การให้บริการเข้ามามีบทบาทและมีความสำคัญมากขึ้น เพราะในปัจจุบันนี้การให้บริการได้เป็นส่วนที่จะสร้างมูลค่าให้กับการขายสินค้าและการสร้างความจงรักภักดีให้เกิดขึ้นกับลูกค้าได้ หากธุรกิจนั้น ๆ สามารถทำให้เขาได้รับความพึงพอใจและความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง ความสำคัญของการบริการ แบ่งได้ 2 ประการ คือ

1. ความสำคัญของการให้บริการต่อธุรกิจ

- 1.1 มีรายได้เพิ่มขึ้น จากการที่ลูกค้ายอมจ่ายเงินมากขึ้น เพื่อได้รับบริการที่ดีขึ้น
- 1.2 มีรายได้ต่อเนื่องและลดการสูญเสียลูกค้า จากการให้บริการหลังการขายเพื่อสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง
- 1.3 มีความสามารถในการอยู่รอดและการสร้างกำไรในระยะยาว อันเนื่องจากการให้บริการลูกค้าที่เป็นเลิศ และลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ก็จะบอกต่อและแนะนำความพึงพอใจที่ได้รับให้แก่คนอื่นทราบ ธุรกิจก็ได้ลูกค้ารายใหม่จากการบอกต่อแบบปากต่อปากของลูกค้ารายเก่านั่นเอง
- 1.4 การมีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดี จากการให้บริการที่ดีสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้
- 1.5 มีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันจากคู่แข่งที่ไม่มุ่งเน้นการให้บริการ เนื่องจากการให้บริการที่มีคุณภาพเป็นสิ่งที่ลอกเลียนแบบได้ยาก ต้องใช้เวลานานและลงทุนจึงยากที่คู่แข่งจะลอกเลียนแบบและแย่งลูกค้าได้ในเวลาอันสั้น

2. ความสำคัญของการให้บริการต่อลูกค้า ได้รับความพึงพอใจมากขึ้นจากการได้รับการให้บริการที่ดี ซึ่งจะต้องมีการพัฒนาให้ตอบสนองความต้องการที่ไม่สิ้นสุดของผู้บริโภค จะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ช่วยรักษาลูกค้าให้มีความจงรักภักดีตลอดไป

เพ็ญจันทร์ แสนประสาน (2542 อ้างถึงใน อรุณทัย อุณโธสง, 2552) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ คือการที่ทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ เป็นบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าตลอดจนขั้นตอนของการบริการนั้นๆจนถึงภายหลังการให้บริการด้วย ทั้งนี้ต้องตอบสนองต่อความต้องการเบื้องต้นตลอดจนครอบคลุมไปถึงความคาดหวัง (expectation) ของผู้ให้บริการ ทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจ

พิรุณ รัตนวนิช (2543 อ้างถึงใน แก้วมณี กิ่งเงิน, 2549) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นการให้ความสะดวกต่าง ๆ ที่บุคคลลงความเห็นว่าดี เป็นลักษณะของการกระทำประจำคงที่ รับรู้ได้โดยทั่วกันเป็นงานบริการที่มีลักษณะดังนี้

1. ผู้รับบริการได้รับบริการเป็นไปตามที่คาดหวัง
2. ผู้รับบริการได้รับบริการเกินความคาดหวัง
3. ผู้รับบริการคาดหวังได้รับการตอบสนองตามประสงค์

คุณภาพการให้บริการ

มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ไว้ดังนี้

ณัฐฤตา ชิดนอก (2551) กล่าวว่า ความสำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจบริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขึ้นโดยการเสนอคุณภาพการบริการตามความคาดหวังของลูกค้าลูกค้าจะทราบข้อมูลของคุณภาพการบริการจากประสบการณ์ในอดีตการพูดปากต่อปากการโฆษณาของธุรกิจบริการลูกค้าจะพึงพอใจถ้าได้รับในสิ่งที่ต้องการ (what) เมื่อมีความต้องการ (when) ในที่ที่ต้องการ (where) และในลักษณะที่ต้องการ (how) นักการตลาดต้องวิจัยเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า

วิธีการสร้างความแตกต่างของธุรกิจบริการคือการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ให้เหนือกว่าคู่แข่งขึ้นในการตอบสนองความคาดหวังคุณภาพการบริการแก่ลูกค้าลูกค้าจะเปรียบเทียบบริการที่รับรู้กับการบริการที่คาดหวังถ้าบริการที่รับรู้ต่ำกว่าบริการที่คาดหวังไว้ลูกค้าจะไม่สนใจถ้าบริการที่รับรู้สูงกว่าความคาดหวังลูกค้าจะใช้บริการซ้ำ

คุณภาพการบริการมีลักษณะดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า
2. การติดต่อสื่อสาร (communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยการใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
3. ความสามารถ (competence) บุคลากรต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในการทำงาน
4. ความมีน้ำใจ (courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือมีความเป็นกันเองและมีวิจารณ์ญาติ
5. ความน่าเชื่อถือ (credibility) หน่วยงาน และบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการโดยเสนอการบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า
6. ความไว้วางใจ (reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
7. การตอบสนองลูกค้า (responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการแก่ลูกค้าและแก้ปัญหาอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
8. ความปลอดภัย (security) บริการที่ให้อันตรายปราศจากอันตรายความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ
9. การสร้างบริการให้เป็นที่ยึดจับ (tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพการบริการได้
10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (understanding and Knowing customer)

สรุปหลักการแนวคิดและสาระที่นำไปใช้ในการศึกษาได้แก่

1. พนักงานบริการหรือผู้ให้บริการเป็นกลไกสำคัญในการทำให้กระบวนการให้บริการประสบความสำเร็จ หมายถึง การตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้รับบริการ
2. การสร้างความประทับใจในการให้บริการเกิดขึ้นในขณะที่ผู้ให้และผู้รับบริการอยู่พร้อมกัน ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องให้บริการอย่างสมบูรณ์แบบ จะละเลยขั้นตอนใดไม่ได้เลย เนื่องจากจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการบริการได้
3. ในกระบวนการให้บริการต้องยึดลูกค้าเป็นสำคัญ หมายถึง ต้องเข้าใจและรู้ถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ติดต่อสื่อสารอธิบายให้ลูกค้าอย่างถูกต้องชัดเจนด้วยข้อมูลที่น่าเชื่อถือ แสดงความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์เพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ เชื่อมั่นในความถูกต้องของการให้บริการจนเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก ไม่ว่าสถานที่นั้นจะอยู่ไกลก็ตาม
4. งานบริการส่วนหน้าจำเป็นต้องให้บริการอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพเนื่องจากเป็นการให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าเฉพาะเจาะจงที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของสถานที่นั้น ๆ
5. คุณภาพของการให้บริการที่ดีย่อมแสดงถึงวัฒนธรรมการทำงานที่ดีของหน่วยงานที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยคุณภาพชีวิตที่ดีในยุคปัจจุบัน

พัชรี อิ่มอาบ (2553) กล่าวว่า คุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จึงมีอาจชี้ชัดลงไปได้ว่าสิ่งไหนคุณภาพไม่ดี ซึ่งเมื่อพูดอย่างวิชาการแล้ว คือ การผลิตและการบริโภคขึ้นพร้อมกัน เพราะฉะนั้นการให้บริการที่ไม่ดีออกไปแล้วก็ออกไปเลยทำให้ลูกค้าไม่พอใจตัดสินใจไม่มาใช้บริการอีก และสูญเสียลูกค้าไปในที่สุด การให้บริการไม่อาจตรวจสอบคุณภาพก่อนเหมือนสินค้า ปัญหาการควบคุมคุณภาพการบริการนั้นเป็นเรื่องลึกซึ้งและสำคัญมากกว่าอุตสาหกรรมการผลิต สรุปได้ว่าคุณภาพการบริการกำหนดด้วยส่วนประกอบ 2 ประการ คือ

1. สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้ คือ เมื่อลูกค้ามาใช้บริการและมีความคาดหวังว่าจะได้รับการให้บริการขนาดใด
2. ผลการประเมิน คือ สิ่งที่ลูกค้าประเมินออกมาเมื่อได้ใช้บริการนั้นแล้ว ได้แก่
 - 2.1 หากผลประเมินสูงกว่าที่คาดหวังไว้ จะเกิดความรู้สึกว่า ดีกว่าที่เขาคาดคิดไว้ และลูกค้าหันกลับมาใช้บริการอีก
 - 2.2 หากผลประเมินต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ก่อน ลูกค้าจะรู้สึกว่า อะไรกันนี้ ไม่มาอีกแล้ว จะเสียลูกค้าไป
 - 2.3 หากผลประเมินไม่มีอะไรแตกต่างจากที่คาดหวัง ลูกค้าจะรู้สึกว่าเป็นการให้บริการธรรมดา ๆ ไม่เกิดความประทับใจ

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวัง ทำให้เกิดความพึงพอใจและความเชื่อมั่นในการใช้บริการ

องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ

ในปัจจุบันองค์กรไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน ผู้ให้บริการต้องทำทุกวิถีทางเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการพอใจ และได้รับการบริการที่ดีและมีประสิทธิภาพ ผู้ให้บริการจะต้องเข้าใจถึงองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ ดังนี้

ศิริรัตน์ ประกอบพานิช (2549) กล่าวว่า องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย 4 ประการ คือ

1. การเข้าถึงบริการ ได้แก่ การเข้าถึงด้านภูมิศาสตร์ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านภาษา และการจัดองค์กรที่ให้ความสะดวกแก่ผู้ป่วย เช่น ระบบนัด เวลาที่จัดให้บริการ เป็นต้น

2. ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง บริการที่ไม่เกี่ยวกับสัมฤทธิ์ผลทางด้านคลินิกแต่จะช่วยให้ผู้ป่วยมีความพึงพอใจมากขึ้น ยินดีที่จะกลับมาใช้บริการอีก เกิดความเชื่อมั่นในการบริการ ที่จะได้รับ และเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการ

3. มนุษยสัมพันธ์ คือ คุณภาพด้านมนุษยสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการได้รับข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นในการให้บริการ ทั้งด้านการแสดงออก ความต้องการของผู้รับบริการ และคำแนะนำที่เป็นประโยชน์โดยอาศัยการให้ความเคารพในสิทธิของผู้รับบริการ

4. คุณภาพด้านเทคนิค หมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับสภาพของผู้รับบริการ การมีส่วนร่วมในการบริการของผู้ให้บริการ

วีรพร ยงหนู (2551) กล่าวว่า องค์ประกอบคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ การเข้าถึงการให้บริการลักษณะทางกายภาพ หรือสภาพแวดล้อมขององค์กร และคุณภาพด้านมนุษยสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นและการสื่อสารข้อมูลระหว่างกัน เพื่อแสดงความต้องการคำแนะนำของผู้รับบริการ โดยอาศัยการให้ความเคารพ ความสุภาพ การฟัง และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

อรพินท์ ไชยพะยอม (2542 อ้างถึงใน ศิริรัตน์ ประกอบพานิช, 2549) กล่าวว่า องค์ประกอบคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย

1. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (physical environment) ได้แก่ การรักษาความสะอาดของสถานที่ การควบคุมเสียง อากาศ แสง และอุณหภูมิที่พอเหมาะ

2. ความเพียงพอของบริการ (availability) ได้แก่ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ทันที การปฏิบัติงานตามเวลา และการให้บริการที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้รับบริการ

3. ทักษะในการให้บริการ (technical skill) ได้แก่ บริการที่ตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้รับบริการ เช่น อาหาร ความสะอาด ห้องน้ำ กระบวนการดูแลที่มีคุณภาพ

4. ศิลปะการให้ดูแล (art of care) ได้แก่ อธิยาศัย ความเป็นมิตร ความเอาใจใส่ การรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการ การเคารพนับถือ และให้ความเป็นกันเองกับผู้รับบริการและผลที่เกิดขึ้นจากการบริการ

5. ความต่อเนื่องของการให้บริการ (continuity of care) ได้แก่ การให้บริการของเจ้าหน้าที่คนเดิม ความเข้าใจสภาพและความต้องการของผู้รับบริการ

6. ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะ (specific outcome of care) ได้แก่ ความรู้สึกของผู้รับบริการ ภายหลังจากการรับบริการ

7. คุณภาพทั่วไป (overall quality) ได้แก่ ความพึงพอใจหรือคุณภาพโดยรวมทั้งหมด

8. ความตั้งใจของผู้รับบริการ (future intent) ได้แก่ ความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการในอนาคตและการให้คำแนะนำต่อไปยังญาติและเพื่อน

ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ทฤษฎีคุณภาพการให้บริการเป็นการศึกษาแนวทางในการที่จะทำให้องค์กรมีการให้บริการที่มีคุณภาพ โดยมีการศึกษาทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำไปสร้างกลยุทธ์การให้บริการขององค์กรให้ตอบสนองตรงความต้องการของผู้บริโภคอย่างสูงสุด ซึ่งมีการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ 2 ทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ (SERVQUAL)

คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ที่สร้างความพึงพอใจกับผู้ใช้บริการ เพื่อให้องค์กรอยู่รอดและเจริญเติบโตต่อไป มีผู้กล่าวถึงทฤษฎีการให้บริการ ดังนี้

พาราซูรามาน และคณะ (Parasuraman and Other, 1990 อ้างถึงใน ยอดขวัญ เรืองรัตน์, 2547) โดยที่พาราซูรามาน และคณะ ได้ทำการศึกษาคุณภาพและการจัดการคุณภาพการให้บริการ มาตั้งแต่ปี 1983 ในขณะที่พาราซูรามาน เริ่มทำการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น ยังไม่พบว่ามี การศึกษาในเรื่องคุณภาพการให้บริการมากนัก แต่พบงานวิจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า ซึ่งมีผู้ ทำการศึกษาไว้มาก ทำให้เข้าใจถึงความหมายและคุณลักษณะสำคัญที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของสินค้า ได้อย่างชัดเจน แต่ยังไม่เพียงพอต่อการทำความเข้าใจคุณภาพการให้บริการเนื่องจากสินค้าและ บริการมีความแตกต่างกันตามลักษณะพื้นฐาน 3 ประการ คือ การผลิต การบริโภค และการประเมิน พาราซูรามาน จึงเริ่มทำวิจัยและค้นหาคำตอบของข้อคำถาม 3 ประการข้างต้น โดยร่วมกันทำการ วิจัยเชิงสำรวจเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ โดยแบ่งเป็น 4 ระยะ เริ่มจากการวิจัยคุณภาพในกลุ่ม ผู้รับบริการและผู้ให้บริการของบริษัทชั้นนำหลายแห่ง และนำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนารูปแบบ คุณภาพการให้บริการ ต่อมาเป็นวิจัยเชิงประจักษ์ โดยมุ่งศึกษาที่ผู้รับบริการโดยเฉพาะ ได้ใช้เครื่องมือ วัดคุณภาพการให้บริการที่เรียกว่า SERVQUAL และการปรับปรุงเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินคุณภาพการ ให้บริการตามการรับรู้และการคาดหวังของผู้รับบริการ ผลลัพธ์ที่เกิดจากการที่ผู้ใช้บริการประเมิน คุณภาพการให้บริการ เรียกว่า คุณภาพของการบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้ ซึ่งเกิดขึ้นหลังจากที่ ผู้ใช้บริการได้รับบริการแล้ว โดยพาราซูรามาน มีเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการให้บริการ แบ่งเป็น 5 เกณฑ์ ดังนี้

1. ลักษณะที่สัมผัสได้ / สิ่งสัมผัสจับต้องได้ / รูปลักษณ์ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่าง ๆ

2. ความเชื่อถือได้ / ความไว้วางใจ / น่าเชื่อถือ ได้แก่ ความสามารถในการให้บริการในระดับ หนึ่งที่ต้องการอย่างถูกต้อง และไว้วางใจได้

3. การสามารถตอบสนอง / การตอบสนองต่อลูกค้า ได้แก่ ความเต็มใจที่จะให้บริการทันที และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี

4. ความแน่นอน / ความมั่นใจ ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการให้บริการ มีความสุภาพเป็นมิตรกับผู้ใช้บริการ มีความซื่อสัตย์สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการได้ และ มีความมั่นคงปลอดภัย

5. ความเข้าใจในผู้ใช้บริการ / ความใส่ใจ / การดูแลเอาใจใส่ ได้แก่ ความสามารถในการ เข้าถึงได้โดยสะดวก และสามารถติดต่อได้ง่าย ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร และเข้าใจ ผู้ใช้บริการ

พาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman and Other, 1995 อ้างถึงใน แก้วมณี กิ่งเงิน, 2549) กล่าวว่า การให้บริการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติสำคัญต่าง ๆ 5 ประการ ที่ผู้รับบริการมักจะใช้ในการพิจารณาคุณภาพของบริการที่ได้รับ ดังนี้

1. ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (reliability) คือ ความสามารถในการดำเนินธุรกิจการให้บริการตามพันธะสัญญาที่ให้ไว้อย่างถูกต้องและไว้วางใจได้ การดำเนินการให้บริการโดยตรง และชื่อเสียงสุจริตของผู้ปฏิบัติงานบริการ เช่น ความสามารถในการมอบบริการเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ได้สัญญาหรือที่ควรจะเป็นได้อย่างถูกต้องและตรงตามวัตถุประสงค์ของการให้บริการนั้นภายในเวลาที่เหมาะสม

2. ความรวดเร็วหรือการตอบสนอง (responsiveness) คือ การแสดงความเต็มใจหรือความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าโดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนาน รวมทั้งมีความกตัญญู เห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ การตอบสนองประกอบด้วยความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา ความต่อเนื่องในการติดต่อและปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี

3. การสร้างความเชื่อมั่น (assurance) คือ ความรู้ ความเชี่ยวชาญ ความสามารถในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ อธิษาคยนอบน้อม ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นมิตรของผู้ให้บริการทำให้เกิดความมั่นใจในงาน ความประณีต ความสะอาด ความปลอดภัยปราศจากอันตราย ร่างกาย และทรัพย์สิน ความมีชื่อเสียงของหน่วยงาน ความสามารถในการให้บริการ ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร ความรู้ทางการแพทย์ที่จะให้บริการ

4. การดูแลเอาใจใส่ (empathy) คือ การให้ความเอาใจใส่และสนใจดูแลลูกค้า ผู้รับบริการ ให้คำแนะนำแก่ผู้รับบริการ การให้ความสะดวกในการเข้าถึงบริการได้ง่าย การติดต่อสื่อสารได้ง่าย รู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริงใจ มีน้ำใจ ความเป็นกันเอง

5. สิ่งสัมผัสได้ (tangible) คือ สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในการให้บริการ เช่น การตกแต่งอาคารสถานที่ เครื่องมือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ การแต่งกายของผู้ปฏิบัติงานบริการ สิ่งสัมผัสได้เหล่านี้จะเหมือนกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

จากทฤษฎีคุณภาพการให้บริการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ทฤษฎีคุณภาพการให้บริการเป็นกลยุทธ์ในการบริหารพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพ ในการประกอบธุรกิจบริการต้องให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการ และการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการอยู่เสมอ โดยนำเสนอการบริการที่ดีและมีคุณภาพตรงตามที่คุณค่าคาดหวังไว้โดยรักษาระดับการให้บริการให้อยู่เหนือคู่แข่งนั่นเอง

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจุบันมีการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจมากขึ้น การศึกษาปัจจัยทางการตลาดจึงเป็นการกำหนดจุดมุ่งหมายทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อให้ธุรกิจเจริญเติบโต โดยมีผู้กล่าวถึงทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดไว้ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาดอันได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ราคา จะตัดสินใจเกี่ยวกับราคาผู้ขายส่งและราคาขายปลีก ส่วนลดและส่วนที่ยอมให้รวมถึงเงื่อนไขการให้เครดิต ซึ่งราคาจะมีความเหมาะสมกับมูลค่าการรับรู้ที่นำเสนอไป มิฉะนั้นผู้ซื้ออาจจะไปซื้อสินค้าของคู่แข่งแทน ถ้าสินค้าของบริษัทมีราคาแพงมากเกินไป

2. ผลិតภัณฑ์ เป็นสิ่งที่จับต้องได้ที่บริษัทนำเสนอให้การตลาดซึ่งรวมถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การออกแบบ รูปลักษณ์ ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ อาจจะต้องเตรียมการให้บริการที่หลากหลาย เช่น การให้ซื้อสินค้าให้เป็นเงินเชื่อ การจัดส่ง การซ่อม การอบรม ซึ่งกิจกรรมสนับสนุนเหล่านี้สามารถทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันจากตลาดโดยรวมได้

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นแหล่งรวบรวมกิจกรรมหลายอย่าง que บริษัทจะต้องดำเนินการเพื่อให้สินค้าสามารถเข้าถึงและพร้อมจำหน่ายให้ลูกค้าเป้าหมาย จะต้องทำการประสานงานกับผู้อำนวยการทางการตลาดอื่นๆ ในการจัดส่งสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพให้กับตลาดเป้าหมายและจะต้องเข้าใจรูปแบบที่แตกต่างกันของผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่ง รวมถึงบริษัทจัดส่งตลอดจนวิธีการที่บริษัทเลือกใช้

4. การส่งเสริมทางการตลาด การรวมกิจการทุกอย่างที่บริษัทจะต้องดำเนินการในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์สินค้าของตนไปยังตลาดเป้าหมาย จะต้องจ้างฝึกอบรม และทำการกระตุ้นพนักงานขาย ซึ่งจะต้องจัดตั้งโปรแกรมการสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์ที่ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า รวมถึงการขายให้ตลาดโดยตรงผ่านทางอินเทอร์เน็ต

จากทฤษฎีข้างต้นสรุปได้ว่า ส่วนผสมทางการตลาดเป็นกลยุทธ์การบริหารที่เป็นแนวคิดใช้ในการพิจารณาองค์ประกอบสำคัญในการตอบสนองต่อตลาดอย่างเหมาะสม โดยสิ่งที่นำเสนอลูกค้ามีราคาเหมาะสมด้วยวิธีการเข้าถึงลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย และหาวิธีการที่จะส่งข่าวสารและกระตุ้นให้เกิดการซื้อด้วยการส่งเสริมการตลาด ซึ่งกลยุทธ์เหล่านี้ถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะตอบสนองความต้องการกับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ

ความหมายของความพึงพอใจ

มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้ ดังนี้

จารุวรรณ ศรีบรรจง (2550) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ ไว้ว่า เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่าว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นเป็นไปทางบวกหรือทางลบ

จันทร์เพ็ญ ตูเทศานันท์ (2542 อ้างถึงใน ดวงฤทัย สิงห์สาย, 2551) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก อารมณ์ที่มีความสุข ความยินดีทางจิตใจที่เกิดขึ้นกับมนุษย์ ความรู้สึกเป็นสุขหรือไม่เกิดทุกข์ เกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการและเป็นไปตามที่คาดหวังไว้

อิทธิรัตน์ ชันน้อย (2550) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ ไว้ว่า เป็นทัศนคติหรือระดับความพึงพอใจของบุคคลต่อกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมนั้น ๆ โดย

เกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยมและประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ ระดับของความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อกิจกรรมนั้น ๆ สามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้

สมหมาย เปียณอม (2551) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ ไว้ว่า เป็นทัศนคติอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ เป็นความรู้สึกส่วนตัวที่เป็นสุข เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการของตนในสิ่งที่ขาดหายไป และเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมในการแสดงออกของบุคคลที่มีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมนั้น ๆ ความพึงพอใจจะทำให้บุคคลเกิดความสบายใจหรือสนองความต้องการทำให้เกิดความสุข รวมทั้งสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ

วอลเลอร์สไตน์ (Wallerstein, 1971 อ้างถึงใน ไพโรจน์ ภาควิชา, 2554) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ ไว้ว่า เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย และอธิบายว่าความพึงพอใจเป็นกระบวนการทางจิตวิทยาไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนแต่เราสามารถคาดคะเนได้ว่ามีหรือไม่มี จากการสังเกตพฤติกรรมของคนเหล่านั้นการที่จะทำให้คนเกิดความพึงพอใจจะต้องศึกษาปัจจัย และองค์ประกอบที่เป็นสาเหตุแห่งความพึงพอใจนั้น

วูม (Vroom, 1967 อ้างถึงใน รุ่งเพชร ดอกบัว, 2554) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นทัศนคติและความพึงพอใจเป็นสิ่งที่สามารถชี้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้นทัศนคติด้านบวก แสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบ แสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

จากความหมายของความพึงพอใจดังกล่าว สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับกับความคาดหวังของตัวบุคคล

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ไว้ดังนี้

อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒน์กิจ (2548) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการจะแสดงออกในทางบวกหรือลบต่อสิ่งที่ได้รับจากการบริการ และการนำเสนอการบริการโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้คาดหวังไว้ ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในระหว่างการบริการ ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์บริการ ในการนำเสนอการบริการจะต้องมีผลิตภัณฑ์บริการที่มีคุณภาพและระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยผู้ให้บริการจะต้องแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่ และจริงจังต่อการสร้างเสริมคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการที่จะส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดจากการประเมินคุณภาพและรูปแบบของการบริการเทียบกับราคาค่าบริการที่จะต้องจ่ายออกไป โดยผู้ให้บริการจะต้องกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ และเป็นไปตามความเต็มใจที่จะจ่าย (willingness to pay) ของผู้รับบริการ ค่าบริการจะถูกหรือแพงขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่ายและเจตคติต่อราคาของกลุ่มผู้รับบริการอีกด้วย

3. สถานที่บริการ ผู้ให้บริการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก มีสถานที่ที่กว้างขวางเพียงพอและต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่

ผู้รับบริการในทุกด้าน เช่น การมีสถานที่จอดรถ หรือการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้ประเด็นด้านสถานที่ให้บริการลดลงไปได้ เป็นต้น

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ผู้ให้บริการจะต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกแก่ผู้รับบริการทั้งในด้านคุณภาพการบริการ และภาพลักษณ์ของการบริการผ่านทางสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับบริการได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปช่วยประเมินเพื่อตัดสินใจใช้บริการต่อไป

5. ผู้ให้บริการ จะต้องตระหนักตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการ โดยในการกำหนดกระบวนการจัดการ การวางรูปแบบการบริการจะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นสำคัญ ทั้งแสดงพฤติกรรมบริการและเสนอบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ให้บริการจะต้องสร้างให้เกิดความสวยงามของอาคารสถานที่ ผ่านการออกแบบตกแต่ง การแบ่งพื้นที่อย่างเหมาะสมลงตัวสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรผู้ให้บริการและสื่อภาพลักษณ์เหล่านี้ออกไปสู่ผู้รับบริการอีกด้วย

7. กระบวนการบริการ ผู้ให้บริการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัวและความสามารถในการสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ โดยการนำบุคลากร เทคโนโลยีเข้ามารวมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ และหวังต่อประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้นต่อผู้รับบริการ

กรอนรูส (Gronroos, 1990 อ้างถึงใน ญัฐกฤตา ชิดนอก, 2551) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการ ซึ่งจะประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณลักษณะที่บริการที่ได้รับมีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการบริการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใดจึงจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการ มีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ในด้านความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ และปฏิกริยาการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการ ต่อผู้รับบริการความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมาย และปฏิบัติตนในการให้บริการ สิ่งเหล่านี้เกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยมิติจิตของการบริการที่แท้จริง

จากแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจดังกล่าว สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ที่ได้รับการตอบสนองทั้งในทางบวกและทางลบ ประกอบด้วยองค์ประกอบและปัจจัยในด้านต่าง ๆ ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับค่านิยม และประสบการณ์ที่ได้รับ

ความหมายของความพึงพอใจในการให้บริการ

มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ ไว้ดังนี้

จารุวรรณ ศรบรรจง (2550) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจในการให้บริการ ไว้ว่า เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกที่เกิดจากการได้รับการตอบสนองต่อความต้องการของตนเองอย่างดี

กขกร เป้าสุวรรณ และคณะ (2550) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจในการให้บริการ ไว้ว่า เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลอันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการ

ยุทธนา บุญทน (2550) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจในการให้บริการ ไว้ว่า เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกของบุคคลที่มีต่องาน ต่อองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับงานและต่อชีวิตของบุคคลนั้น

วรูม (Vroom, 1967 อ้างถึงใน รุ่งเพชร ดอกบัว, 2554) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจในการให้บริการ ไว้ว่า เป็นทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะว่าทั้งสองคำนี้ คือ ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่ง ๆ นั้น ทัศนคติด้านบวก จะแสดงให้เห็นถึงสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น ส่วนทัศนคติด้านลบ จะแสดงให้เห็นถึงสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

จามจุรี จันทรตนา (2543) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจในการให้บริการ ไว้ว่า เป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในด้านต่าง ๆ ดังนี้ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

เชลลี (Shelly, 1995 อ้างถึงใน รุ่งเพชร ดอกบัว, 2554) กล่าวว่าความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นความรู้สึกที่เป็นนามธรรมของผู้รับบริการ ซึ่งเกิดจากการที่ผู้ให้บริการได้ดำเนินการให้เกิดสมดุลระหว่างสิ่งที่ผู้รับบริการให้ค่ากับความคาดหวังของผู้รับบริการ โดยแบ่งความพึงพอใจไว้ 5 ประการ ดังนี้ การเข้าถึงบริการที่สะดวกสบายและเท่าเทียม การได้รับความสะดวกสบายทางกายภาพ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการ การให้บริการที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง และค่าบริการที่เหมาะสม

จากความหมายของความพึงพอใจในการให้บริการดังกล่าว สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกของบุคคลที่เกิดจากการได้รับการบริการ ซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจจากการบริการในด้านต่าง ๆ ที่ได้รับการบริการ

ความสำคัญของความพึงพอใจในการให้บริการ

มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความสำคัญของความพึงพอใจในการให้บริการไว้ดังนี้

อนเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒน์กิจ (2548) ได้กล่าวถึงความสำคัญของความพึงพอใจในการให้บริการ เป็นความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการเป็นเป้าหมายของผู้ให้บริการทั้งหลายที่ต่างก็คิดหาวิธีการต่าง ๆ ที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจในการบริการ กลับมาใช้บริการอีกและไม่เกิดเรื่องร้องเรียน ซึ่งความพึงพอใจเป็นสิ่งที่สำคัญกับบุคคลหลายฝ่ายได้แก่

1. ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการ เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องคำนึงถึงในการจัดให้เกิดการบริการโดยจะต้องยึดถือในสิ่งต่อไปนี้

- 1.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของบริการ รูปแบบการบริการที่ดีจะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความหวังของผู้รับบริการได้โดยผู้ให้บริการ

จะต้องทำการสำรวจหรือศึกษาหาความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายเสียก่อน จากนั้นจึงจะสามารถกำหนดรูปแบบการบริการที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการบริการที่ประทับใจผู้รับบริการได้

1.2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ เนื่องจากเป็นเกณฑ์ที่ชัดเจนและส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ โดยทั่วไปองค์การธุรกิจบริการ จะทำการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการในหลาย ๆ ด้าน เช่น อาคารสถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ ความน่าเชื่อถือของกิจกรรมการบริการ ความเต็มใจในการให้บริการ ความรู้และความสามารถในการให้บริการ

1.3 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน เป็นตัวชี้วัดคุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ เนื่องจากการบริการจะดีเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการซึ่งการปฏิบัติงานบริการ จะมีคุณภาพนั้น ผู้ให้บริการจะต้องมีความพึงพอใจในงานของตน จึงจะทุ่มเทในการทำงาน และเป็นสิ่งนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้รับบริการ และสุดท้ายจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการของกิจการบริการด้วย

2. ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการจะได้จากการมารับบริการนั้น โดยผู้รับบริการมุ่งหวังความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย และคุณภาพการบริการที่ดี ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นตัวผลักดันคุณภาพของการบริการของผู้ให้บริการนั่นเอง ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้บริการเอง ผู้รับบริการมุ่งหวังการได้รับการบริการที่ดี เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของตนเองจากการไปรับบริการต่าง ๆ

2.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้รับบริการเอง ผู้รับบริการมุ่งหวังการได้รับการบริการที่ดีเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของตนเองจากการไปรับบริการนี้เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการบริการจะต้องตระหนักถึงและจัดให้มี ทำให้มีการแข่งขันนำเสนอสิ่งที่ดีกว่าแก่ผู้รับบริการ ผลสุดท้าย คือ ผู้รับบริการจะได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพมากขึ้นเรื่อย ๆ นั่นเอง

2.2 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการ ช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ เนื่องจากผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจการทำงานจะทำงานด้วยความเต็มใจ ทุ่มเท สร้างสรรค์ และส่งเสริมในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ ส่งผลให้คุณภาพในการบริการสูงขึ้น และงานบริการกลายเป็นงานที่แพร่หลายมากขึ้นมีบุคลากรที่มีทักษะและความสามารถเข้าสู่การธุรกิจมากขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจบริการ และสุดท้ายส่งผลต่อลักษณะการบริการ ทำให้ผู้รับบริการได้รับบริการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพสูงขึ้นต่อไป

แก้วมณี กิ่งเงิน (2549) กล่าวว่า การให้บริการเป็นสิ่งที่สร้างความพึงพอใจหรือการให้ความสำคัญต่อลูกค้า ซึ่งความสำคัญของการให้บริการสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. ความสำคัญต่อผู้รับบริการ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 ช่วยตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล เนื่องจากธุรกิจบริการในปัจจุบันมีหลากหลายประเภท ที่มุ่งตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตใจ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้รับบริการที่ต้องศึกษาเปรียบเทียบกับมาตรฐานคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการตามอัตภาพของแต่ละบุคคล

1.2 ช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตเพราะการที่ผู้รับบริการได้รับบริการที่ตรงกับความต้องการก็จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกสะดวกสบาย อันจะนำมาซึ่งความประทับใจและความสุขต่อไป

2. ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1 ความสำคัญต่อผู้ประกอบการหรือผู้บริหาร การที่ผู้ประกอบการปรับกลยุทธ์โดยการให้ความสนใจเรื่องการให้บริการร่วมกับผลิตภัณฑ์จะส่งผลให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จทั้งในด้านผลกำไรและภาพลักษณ์ขององค์กร ดังนี้

1) ช่วยเพิ่มผลกำไรระยะยาวให้กับธุรกิจ เนื่องจากผู้บริโภคสมัยใหม่ให้ความสำคัญต่อการบริการมากขึ้น ดังนั้น คุณภาพการให้บริการจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างโอกาสในการขายเพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2) ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจ เนื่องจากการบริการจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับทุกขั้นตอนของการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย โดยเริ่มตั้งแต่การให้ข้อมูลข่าวสารในการตัดสินใจซื้อ การแสดงออกถึงความเอาใจใส่ต่อผู้ซื้อตลอดระยะเวลาการให้บริการ สิ่งเหล่านี้จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอันจะนำมาซึ่งการบอกต่อ ถือเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของธุรกิจให้เกิดความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

3) ช่วยลดการเปลี่ยนใจของลูกค้าไปจากธุรกิจ เพราะเมื่อลูกค้าให้ความไว้วางใจต่อสินค้าและบริการว่าดีกว่าสินค้าหรือบริการจากแหล่งอื่น โดยเฉพาะลูกค้าเก่าก็จะมีการซื้อซ้ำรวมทั้งแนะนำลูกค้ารายใหม่เพิ่มอีกด้วย

4) ช่วยพนักงานให้ปฏิบัติงานกับธุรกิจต่อไป เนื่องจากการให้บริการที่ดีย่อมจะส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรสูงและสามารถจ่ายค่าตอบแทนให้แก่พนักงานในอัตราที่สูงตามไปด้วย ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจซึ่งจะเป็นการรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กรได้อีกวิธีหนึ่ง

2.2 ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานบริการ จากการขยายตัวของอุตสาหกรรมการให้บริการได้ก่อให้เกิดงานบริการเพิ่มขึ้นหลายสาขาอาชีพ ซึ่งอาชีพบริการก็ถือเป็นอาชีพที่สำคัญและทำรายได้ดีอีกอาชีพหนึ่งในตลาดแรงงาน แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับประเภทของงานบริการและความสามารถในการปฏิบัติงานบริการของแต่ละคนที่จะฝึกฝนและพัฒนาตนเอง

2.3 ลดต้นทุนการแสวงหาธุรกิจที่จะให้บริการรายใหม่ ถ้าลูกค้าได้รับการให้บริการที่ดีจากธุรกิจใด มักจะไม่ค่อยเปลี่ยนไปใช้บริการกับธุรกิจอื่น

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การให้บริการมีความสำคัญต่อองค์กรทุก องค์กร ความพึงพอใจในการให้บริการต้องเกิดจากการได้รับบริการที่ดีมีความประทับใจ การให้บริการที่ดีจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กร ทำให้เกิดลูกค้ารายใหม่และรักษาลูกค้าที่เคยใช้บริการในองค์กรตลอดไป

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง พบว่า นักวิชาการได้กล่าวถึงทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ ไว้ดังนี้

ทฤษฎีแรงจูงใจของแมคเคลล์แลนด์ (McClelland)

ทฤษฎีแรงจูงใจของแมคเคลล์แลนด์ (McClelland, 1940 อ้างถึงใน ฌักมาร์ บรรลึงค์, 2553) ในช่วงปี ค.ศ. 1940 นักจิตวิทยาชื่อ David I. McClelland ได้ทำการทดลองโดยใช้แบบทดสอบการรับรู้ของบุคคล (Thematic Apperception Test : TAT) เพื่อวัดความต้องการของมนุษย์ โดย

แบบทดสอบ TAT เป็นเทคนิคการนำเสนอภาพต่างๆ แล้วให้บุคคลเขียนเรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งที่เขาเห็น จากการศึกษาวิจัยของแมคเคลล์แลนด์ได้สรุปคุณลักษณะของคนที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมีความต้องการ 3 ประการที่ได้จากแบบทดสอบ TAT ซึ่งเขาเชื่อว่าเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะเข้าใจถึงพฤติกรรมของบุคคลได้ดังนี้

1. ความต้องการความสำเร็จ (need for achievement) เป็นความต้องการที่จะทำสิ่งต่างๆ ให้เต็มที่และดีที่สุดเพื่อความสำเร็จจากการวิจัยของ McClelland พบว่าบุคคลที่ต้องการความสำเร็จสูงจะมีลักษณะชอบการแข่งขัน ชอบงานที่ท้าทาย และต้องการได้รับข้อมูลป้อนกลับเพื่อประเมินผลงานของตนเอง มีความชำนาญในการวางแผน มีความรับผิดชอบสูง และกล้าที่จะเผชิญกับความล้มเหลว

2. ความต้องการความผูกพัน (need for affiliation) เป็นความต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ต้องการสัมพันธภาพที่ดีต่อบุคคลอื่น บุคคลที่ต้องการความผูกพันสูงจะชอบสถานการณ์การร่วมมือมากกว่าสถานการณ์การแข่งขัน โดยจะพยายามสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น

3. ความต้องการอำนาจ (need for power) เป็นความต้องการอำนาจเหนือผู้อื่น บุคคลที่มีความต้องการอำนาจสูงจะแสวงหาวิถีทางเพื่อให้ตนมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับหรือยกย่อง ต้องการความเป็นผู้นำ ต้องการงานให้เหนือกว่าบุคคลอื่น และจะกังวลเรื่องอำนาจมากกว่าการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

ทฤษฎีลำดับความต้องการมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory)

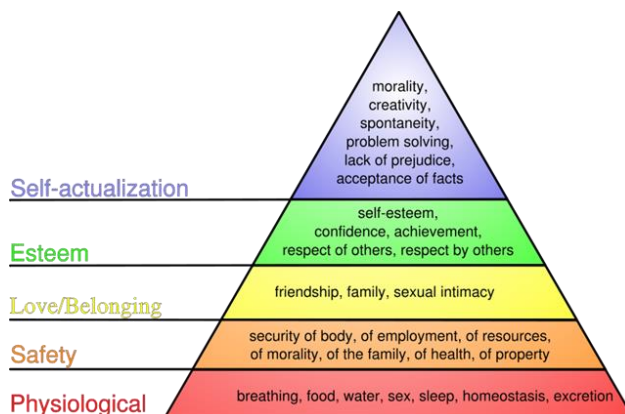
ทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ (Maslow, 1970 อ้างถึงใน ภาศิริ เขตปิยรัตน์ และ สนิทนาถ วิศวกรรมประสิทธิ์, 2554) เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นโดยอับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) นักจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยแบรนดีส์เป็นทฤษฎีที่รู้จักกันมากที่สุดทฤษฎีหนึ่ง ซึ่งระบุว่าบุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจากระดับพื้นฐานที่สุดไปยังระดับสูงสุดครอบคลุมความคิดที่สำคัญของทฤษฎีนี้ มี 3 ประการคือ

1. บุคคลเป็นสิ่งที่ชีวิตที่มีความต้องการมีอิทธิพลหรือเป็นเหตุจูงใจต่อพฤติกรรมความต้องการที่ยังไม่ได้รับการสนองตอบเท่านั้นที่เป็นเหตุจูงใจ ส่วนความต้องการที่ได้รับการสนองตอบแล้วจะไม่เป็นเหตุจูงใจอีกต่อไป

2. ความต้องการของบุคคลเป็นลำดับขั้นเรียงตามความสำคัญจากความต้องการพื้นฐานไปจนถึงความต้องการที่ซับซ้อน

3. เมื่อความต้องการลำดับต่ำได้รับการสนองตอบอย่างดีแล้วบุคคลจะก้าวไปสู่ความต้องการลำดับที่สูงขึ้นต่อไป

มาสโลว์เห็นว่าความต้องการของบุคคลมี 5 กลุ่มจัดแบ่งได้เป็น 5 ระดับจากระดับต่ำไปสูง เพื่อความเข้าใจมักจะแสดงลำดับของความต้องการเหล่านี้โดยภาพดังนี้



ภาพ 1 แสดงลำดับความต้องการของมนุษย์ตามแนวคิดของมาสโลว์

ที่มา : มาสโลว์ (Maslow, 1970 อ้างถึงใน ภาศิริ เขตปิยรัตน์ และสินีนาถ วิกรมประสิทธิ์, 2554)

ลำดับที่ 1 ความต้องการทางร่างกาย (physiological needs) เป็นความต้องการลำดับต่ำสุด และเป็นพื้นฐานของชีวิตเป็นแรงผลักดันทางชีวภาพ เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย หากพนักงานมีรายได้จากการปฏิบัติงานเพียงพอก็จะสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ โดยมีอาหารและที่พักอาศัยเขาจะมีกำลังที่จะทำงานต่อไปและการมีสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม เช่น ความสะอาด ความสว่าง การระบายอากาศที่ดี การบริการสุขภาพเป็นการสนองความต้องการในลำดับนี้ได้

ลำดับที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) เป็นความต้องการที่จะเกิดขึ้นหลังจากที่ความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองอย่างไม่ขาดแคลนแล้ว หมายถึงความต้องการสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยจากอันตรายทั้งทางกายและจิตใจ ความมั่นคงในงานในชีวิตและสุขภาพการสนอง ความต้องการนี้ต่อพนักงานทำได้หลายอย่าง เช่น การประกันชีวิตและสุขภาพ กฎระเบียบข้อบังคับที่ยุติธรรม การให้มีสภาพแรงงานความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน เป็นต้น

ลำดับที่ 3 ความต้องการทางสังคม (social needs) เมื่อมีความปลอดภัยในชีวิตและมั่นคงในการทำงานแล้วคนเราจะต้องการความรัก มิตรภาพ ความใกล้ชิดผูกพัน ต้องการเพื่อน การมีโอกาสนำเข้าสมาคมสังสรรค์กับผู้อื่น ได้รับการยอมรับเป็นสมาชิกในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือหลายกลุ่ม

ลำดับที่ 4 ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (esteem needs) เมื่อความต้องการทางสังคมได้รับการตอบสนองแล้วคนเราจะต้องการสร้างสถานภาพของตัวเองให้สูงเด่นมีความภูมิใจและสร้างการนับถือตนเองขึ้นชมในความสำเร็จของงานที่ทำ ความรู้สึกมั่นใจในตัวเองและเกียรติยศ ความต้องการเหล่านี้ ได้แก่ ยศตำแหน่ง ระดับเงินเดือนที่สูง งานที่ท้าทาย การยกย่องจากผู้อื่น การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในงาน โอกาสแห่งความก้าวหน้าในงานอาชีพ เป็นต้น

ลำดับที่ 5 ความต้องการเติมเต็มความสมบูรณ์ให้ชีวิต (self-actualization needs) เป็นความต้องการระดับสูงสุด คือ ต้องการจะเติมเต็มศักยภาพของตนเองต้องการความสำเร็จในสิ่งที่ปรารถนาสูงสุดของตัวเองความเจริญก้าวหน้า การพัฒนาทักษะความสามารถให้ถึงขีดสุดยอด มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจและการคิดสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ การก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นในอาชีพและการงาน เป็นต้น

มาสโลว์แบ่งความต้องการเหล่านี้ออกเป็นสองกลุ่ม คือ ความต้องการที่เกิดจากความขาดแคลน (deficiency needs) เป็นความต้องการระดับต่ำ ได้แก่ ความต้องการทางกาย และความต้องการความปลอดภัย อีกกลุ่มหนึ่งเป็นความต้องการก้าวหน้า และพัฒนาตนเอง (growth needs) ได้แก่

ความต้องการทางสังคมเกียรติยศชื่อเสียง และความต้องการเติมความสมบูรณ์ให้ชีวิต จัดเป็นความต้องการระดับสูง และอธิบายว่าความต้องการระดับต่ำจะได้รับการสนองตอบจากปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ส่วนความต้องการระดับสูงจะได้รับการสนองตอบจากปัจจัยภายในตัวบุคคลเอง ตามทฤษฎีของมาสโลว์ความต้องการที่รับการตอบสนองอย่างดีแล้วจะไม่สามารถเป็นเงื่อนไขจูงใจบุคคลได้อีกต่อไป แม้ผลวิจัยในเวลาต่อมาไม่สนับสนุนแนวคิดทั้งหมดของมาสโลว์แต่ทฤษฎีลำดับความต้องการของเขาก็คือเป็นทฤษฎีที่เป็นพื้นฐานในการอธิบายองค์ประกอบของแรงจูงใจ ซึ่งมีการพัฒนาในระยะหลัง ๆ

ทฤษฎี ERG (Alderfer's Existence Relatedness Growth Theory)

แอลเดอร์เฟอร์ (Alderfer, 1989 อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2555) ได้พัฒนาทฤษฎี ERG โดยยึดถือพื้นฐานความรู้จากทฤษฎีของ Maslow โดยตรงแต่มีการสร้างรูปแบบที่เป็นจุดเด่นที่ต่างไปจากทฤษฎีของมาสโลว์ คือ แอลเดอร์เฟอร์เห็นว่าความต้องการของมนุษย์ทั้ง 3 ประการ ได้แก่

1. ความต้องการในการดำรงชีวิต (existence needs: E) เป็นความต้องการพื้นฐานของร่างกายเพื่อให้มนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ได้ เช่น ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เป็นต้น เป็นความต้องการในระดับต่ำสุดและมีลักษณะเป็นรูปธรรมสูงสุด ประกอบด้วยความต้องการทางร่างกายบวกด้วยความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคงตามทฤษฎีของมาสโลว์ ผู้บริหารสามารถตอบสนองความต้องการในด้านนี้ได้ด้วยการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม มีสวัสดิการที่ดี มีเงินโบนัส รวมถึงทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชารู้สึกมั่นคงปลอดภัยจากการทำงาน ได้รับความยุติธรรม มีการทำสัญญาว่าจ้างการทำงาน เป็นต้น

2. ความต้องการด้านความสัมพันธ์ (relatedness needs: R) เป็นความต้องการที่จะให้และได้รับไมตรีจิตจากบุคคลที่แวดล้อม เป็นความต้องการที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมน้อยลงประกอบด้วยความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) ตามทฤษฎีของมาสโลว์ ผู้บริหารควรส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อบุคคลภายนอกด้วย เช่น การจัดกิจกรรมที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ตาม เป็นต้น

3. ความต้องการด้านความเจริญก้าวหน้า (growth needs: G) เป็นความต้องการในระดับสูงสุดของบุคคลซึ่งมีความเป็นรูปธรรมต่ำสุดประกอบด้วยความต้องการการยกย่องบวกด้วยความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตตามทฤษฎีของมาสโลว์ ผู้บริหารควรสนับสนุนให้พนักงานพัฒนาตนเองให้เจริญก้าวหน้าด้วยการพิจารณาเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง หรือมอบหมายให้รับผิดชอบต่องานกว้างขึ้น โดยมีหน้าที่การงานสูงขึ้น อันเป็นโอกาสที่พนักงานจะก้าวไปสู่ความสำเร็จ

จากการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจทั้ง 3 ทฤษฎีผู้วิจัยสรุปได้ว่า ทฤษฎีแรงจูงใจของแมคเคลแลนด์ (McClelland) มีแรงจูงใจที่สำคัญ 3 ประการ คือ ความต้องการความสำเร็จ ความต้องการความผูกพัน และความต้องการอำนาจ ทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ ได้แบ่งระดับความต้องการของมนุษย์เป็น 5 ระดับ เมื่อความต้องการระดับต้น ๆ ได้รับการสนองตอบ ก็จะเกิดความต้องการในระดับสูง เพิ่มขึ้นไปเรื่อย ๆ ตามลำดับจนถึงระดับสูงสุด และทฤษฎี ERG ได้แบ่งความต้องการของบุคคลออกเป็น 3 ประการ คือ ความต้องการมีชีวิตอยู่ ความต้องการสัมพันธ์กับคนอื่น และความต้องการความเจริญก้าวหน้า

จากการศึกษาความพึงพอใจในการให้บริการดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการจาก ในองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านขั้นตอนการให้บริการ หมายถึง ความคิดเห็นของประชาชนผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการเกี่ยวกับ การจัดระบบบริการในเรื่องการติดป้าย การประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการรับบริการ ระยะของการขอรับบริการ การให้บริการตามลำดับก่อน – หลัง และความรวดเร็วในการให้บริการ

ด้านช่องทางการให้บริการ หมายถึง ความคิดเห็นของประชาชนผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของมูลข่าวสาร ช่องทางการรับฟังปัญหา และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการข้อมูลที่หลายหลายและทันสมัย

ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ หมายถึง ความคิดเห็นของประชาชนผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการเกี่ยวกับคุณลักษณะและพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ในการให้บริการ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง ความคิดเห็นของประชาชนผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการเกี่ยวกับสิ่งสนับสนุนต่อการดำเนินงานในการให้บริการ อาทิ สถานที่ แผนผังอธิบายขั้นตอนการขอรับบริการ การจัดเตรียมโต๊ะ เก้าอี้ การบริการสำเนาเอกสาร การบริการนำดื่ม การบริการห้องน้ำ ที่จอดรถ รวมทั้งแบบฟอร์มคำร้องต่าง ๆ ผู้รับความคิดเห็น

แนวคิดเกี่ยวกับการกระจายอำนาจ

ความหมายของการกระจายอำนาจ

มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการกระจายอำนาจ ไว้ดังนี้

ซไมพร วตศิริศักดิ์ (2552) กล่าวว่า การกระจายอำนาจ (decentralization) เป็นหลักการที่กำหนดให้รัฐบาลกลาง ซึ่งเป็นผู้ใช้อำนาจในการบริหารประเทศ มอบอำนาจปกครองในระดับหนึ่งให้ “องค์กรปกครองท้องถิ่น” ซึ่งเป็นตัวแทนของประชาชนในท้องถิ่น เพื่อให้องค์กรปกครองท้องถิ่นสามารถดำเนินกิจการของท้องถิ่น ได้แก่ การจัดบริการ สาธารณะต่าง ๆ ในท้องถิ่น การพัฒนาท้องถิ่น และการแก้ปัญหาต่าง ๆ ของท้องถิ่นได้อย่างเป็นอิสระตลอดจนสามารถสนองความต้องการของท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สุภัทรา บุญอากาศ (2550) กล่าวว่า การกระจายอำนาจ หมายถึง การที่รัฐบาลหรือราชการบริหารส่วนกลาง และราชการบริหารส่วนภูมิภาคได้มอบอำนาจในการบริหารกิจการของท้องถิ่นตนเองโดยประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ โดยเฉพาะในการจัดทำกิจการ หรือการบริการสาธารณะบางเรื่องภายในขอบเขตของท้องถิ่นนั้น ๆ โดยเฉพาะในการจัดทำกิจการ ซึ่งเป็นองค์กรของประชาชนขึ้น และเป็นนิติบุคคล เพื่อใช้อำนาจแทนประชาชน และการดำเนินการบริหารท้องถิ่น คณะผู้บริหารท้องถิ่นมีอำนาจอย่างเป็นอิสระ โดยปราศจากการถูกแทรกแซงจากรัฐบาล แต่ยังคงอยู่ภายใต้การกำกับดูแลจากฝ่ายรัฐบาลเพียงเท่าที่จำเป็นเท่านั้น

ยุทธนา บุญทน (2550) กล่าวว่า การกระจายอำนาจ เป็นการเปลี่ยนแปลงของอำนาจและการควบคุมจากศูนย์กลางไปยังส่วนปลาย เป็นการปรับเปลี่ยนอำนาจและความรับผิดชอบจากส่วนกลางไปยังกลุ่มวิชาชีพในชุมชน

ไพฑูริย์พัฒน์ มีบาง (2550) กล่าวว่า การกระจายอำนาจ หมายถึง การลดทอนอำนาจบางประการจากศูนย์อำนาจเดิมไปสู่บุคคลตำแหน่งหรือหน่วยงานอื่นทั้งที่ไม่ว่าจะมีลักษณะแนวดิ่งหรือแนวนอน และอีกนัยหนึ่งคือ ความพยายามที่จะมอบอำนาจหน้าที่หรือความสามารถดำเนินการให้หน่วยงานระดับล่างหรือหน่วยงานอื่น โดยอำนาจที่กล่าวมานั้นสามารถใช้ดุลยพินิจหรืออำนาจการกระทำ เพื่อให้การกระจายอำนาจในการบริหารงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

จากความหมายของการกระจายอำนาจดังกล่าว สรุปได้ว่า การกระจายอำนาจ หมายถึง การใช้อำนาจบริหารต่าง ๆ เป็นการแบ่งเบาภาระจากส่วนกลาง เพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการบริหารและจัดทำกิจกรรมของตนเอง โดยมีการเลือกตั้งผู้บริหารองค์กร เป็นผู้ดำเนินการกิจการสาธารณะให้เป็นที่ยอมรับของประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างอิสระ แต่ต้องอยู่ในขอบเขตของกฎหมายที่ส่วนกลางกำหนด

หลักการกระจายอำนาจ

มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับหลักการกระจายอำนาจ ไว้ดังนี้

กรมการปกครอง (2551) กล่าวถึง หลักการกระจายอำนาจมีองค์ประกอบสำคัญ 4 ได้แก่

1. ความเป็นนิติบุคคล (artificial person) การกระจายอำนาจการปกครองนั้นจะต้องมีองค์การเป็นนิติบุคคลต่างหากจากองค์การรัฐบาลกลางเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ของตนเอง องค์กรเหล่านี้จะมีงบประมาณ ทรัพย์สิน หนี้สิน และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานเป็นของตนเอง
2. มีอำนาจอิสระในการบริหารงาน (autonomy) ความมีอิสระในการปฏิบัติหน้าที่เป็นหลักการสำคัญประการหนึ่งของการกระจายอำนาจการปกครอง เพราะหากองค์กรนั้นไม่มีอำนาจอิสระในการปฏิบัติหน้าที่จะต้องรอคำสั่งจากรัฐบาลกลางอยู่เสมอ องค์กรเช่นนี้จะมีลักษณะไม่ผิดไปจากหน่วยงานการปกครองส่วนภูมิภาค ซึ่งมีฐานะเป็นตัวแทนของรัฐบาลกลางที่ประจำอยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ องค์กรปกครองท้องถิ่นจะต้องมีอำนาจอิสระในการปฏิบัติภารกิจของตนเอง ตลอดจนมีอิสระพอสมควรในการกำหนดนโยบายหรือการตัดสินใจในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้แต่มีข้อจำกัดว่าอำนาจอิสระขององค์กรปกครองท้องถิ่นจะต้องมีพอสมควร ไม่มากเกินไปจนทำให้กระทบกระเทือนต่อเอกภาพและอธิปไตย (unity and sovereignty) ของประเทศ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง องค์กรปกครองท้องถิ่นมิใช่เป็นสถาบันการเมืองที่มีอำนาจอธิปไตยเป็นของตนเอง หากแต่ควรมีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายกำหนดให้ และให้เมืองการที่จำเป็นสำหรับทำหน้าที่ทางด้านนิติบัญญัติและบริหารกิจกรรมอันเป็นหน้าที่ของตนเท่านั้น
3. ประชาชนมีส่วนร่วมในการเลือกผู้บริหารและผู้ที่ทำหน้าที่นิติบัญญัติ การมีส่วนร่วมในการปกครองท้องถิ่นของประชาชนนั้น อาจจะทำให้หลายระดับแล้วแต่ความสามารถและความสนใจของประชาชนในท้องถิ่นนั้นเป็นสำคัญ
4. มีงบประมาณเป็นของตนเอง องค์กรปกครองท้องถิ่นต้องมีอำนาจในการจัดเก็บรายได้เอง รวมถึงการมีอำนาจในการบริหารงบประมาณที่ได้มานั้นด้วย การให้องค์กรปกครองท้องถิ่นมีอำนาจในการจัดเก็บและบริหารรายได้ด้วยตนเองนี้ เป็นการมอบอำนาจการตัดสินใจให้องค์กร

ปกครองท้องถิ่นทั้งหมด ตั้งแต่การวางแผนปฏิบัติงาน การจัดเก็บรายได้ การบริหาร และการบริหารประชาชนในพื้นที่ที่รับผิดชอบ

วีระศักดิ์ เครือเทพ (2551) กล่าวว่า หลักการสำคัญของการกระจายอำนาจ แบ่งได้ 3 ประการ ดังนี้

1. หลักความเป็นอิสระขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการกำหนดนโยบายการบริหารงานบุคคล และการบริหารการเงิน การคลังของตนเองภายใต้กรอบของกฎหมายและภายใต้หลักความเป็นรัฐเดี่ยวในระบบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข

2. หลักการจัดความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานของรัฐในการบริหารราชการแผ่นดินโดยกำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรับผิดชอบการจัดบริการสาธารณะระดับชุมชน การบริหารราชการส่วนกลาง และส่วนภูมิภาครับผิดชอบการดำเนินการกิจของรัฐในระดับประเทศและในระดับภูมิภาค และให้คำปรึกษา สนับสนุน และกำกับดูแลการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพียงเท่าที่จำเป็น

3. หลักประสิทธิภาพในการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ประหยัด) และประสิทธิผล (สำเร็จตามเป้าหมาย) มีคุณภาพตามมาตรฐาน บริหารงานอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้ เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ยุทธนา บุญทน (2550) กล่าวว่า หลักการการกระจายอำนาจ เป็นการปกครองบางอย่าง ซึ่งรัฐได้มอบให้ท้องถิ่นทำกันเอง เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีโอกาสปกครอง และบริหารงานของท้องถิ่นด้วยตนเอง เพื่อสนองความต้องการการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยเหตุที่ว่าประชาชนในแต่ละท้องถิ่นย่อมจะทราบความต้องการและมีความผูกพันต่อท้องถิ่นของตนเองยิ่งกว่าผู้อื่นโดยมีเจ้าหน้าที่ซึ่งราษฎรในท้องถิ่นได้เลือกตั้งกันมาทั้งหมด หรือนำมาแต่บางส่วนมาบริหารราชการในท้องถิ่นนั้น โดยมีงบประมาณของตนเอง และมีอิสระในการบริหารงานพอสมควร

ลักษณะของการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น

มินกวีวิชาการหลายท่าน ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น ไว้ดังนี้

วุฒิสาร ตันไชย (2552) กล่าวว่า เป็นการกำหนดขั้นตอนการกระจายอำนาจตามแผนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีผลบังคับใช้ จะเห็นว่ามีผลบังคับใช้อย่างยิ่งที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องปรับปรุง เปลี่ยนแปลง บทบาท และภารกิจของตน โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบต่าง ๆ จะต้องดำเนินการกิจเพิ่มขึ้นกว่าเดิมเนื่องจากมีภารกิจจำนวนหนึ่งซึ่งราชการส่วนกลาง และราชการส่วนภูมิภาคได้ถ่ายโอน หรือมอบหมายให้ดำเนินการ ถ้าพิจารณาจากกฎหมายจัดตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พุทธศักราช 2541 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พุทธศักราช 2542 พระราชบัญญัติเทศบาล (ฉบับที่ 11) พุทธศักราช 2543 พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พุทธศักราช 2542 พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พุทธศักราช 2521 และพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พุทธศักราช 2528 พบว่า การกำหนด

บทบาทและอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบต่าง ๆ มักจะกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ในลักษณะที่กว้าง เช่น พระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พุทธศักราช 2541 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พุทธศักราช 2542 กำหนดว่า อำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดตามมาตรา 45 ได้แก่ 1) ตราข้อบัญญัติโดยไม่ขัดหรือแย้งต่อกฎหมาย 2) จัดทำแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนจังหวัด และประสานการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดตามระเบียบที่คณะรัฐมนตรีกำหนด 3) สนับสนุนตำบลและราชการส่วนท้องถิ่นอื่นในการพัฒนาท้องถิ่น 4) ประสานและให้ความร่วมมือในการปฏิบัติหน้าที่ของสภาตำบลและราชการส่วนท้องถิ่นอื่น 5) แบ่งสรรเงินซึ่งตามกฎหมายจะต้องแบ่งให้แก่สภาตำบลและราชการส่วนท้องถิ่นอื่น 6) อำนาจหน้าที่ของจังหวัดตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการส่วนจังหวัด พุทธศักราช 2498 เฉพาะภายในเขตสภาตำบล 7) คຸ້ມครอง ดูแลและบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม บำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น 8) จัดทำกิจกรรมใด ๆ อันเป็นอำนาจหน้าที่ของราชการส่วนท้องถิ่นอื่นที่อยู่ในเขตองค์การบริหารส่วนจังหวัด และกิจกรรมนั้นเป็นการสมควรให้ราชการส่วนท้องถิ่นอื่นร่วมกันดำเนินการหรือให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดจัดทำ ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง และ 9) จัดทำกิจการอื่นใดตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้หรือกฎหมายอื่นกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด

จารุวรรณ ศรีบรรจง (2550) กล่าวว่า การกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นเป็นยุทธศาสตร์ส่วนหนึ่งในการบริหารจัดการบ้านเมืองของรัฐในระบบประชาธิปไตยโดยมุ่งลดบทบาทของรัฐส่วนกลางลงเหลือภารกิจหลักที่ต้องทำเท่าที่จำเป็น และให้ประชาชนได้มีส่วนในการบริหารงานของชุมชนท้องถิ่นตามเจตนารมณ์ของประชาชนมากขึ้น การกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นจึงเป็นการจัดความสัมพันธ์ทางอำนาจหน้าที่ใหม่ ระหว่างส่วนกลางกับส่วนท้องถิ่นให้สอดคล้องกับสภาพการณ์บ้านเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปในสถานะที่สังคมมีกลุ่มที่หลากหลายมีความต้องการและความคาดหวังจากรัฐที่เพิ่มขึ้นและแตกต่างกัน ขัดแย้งกัน ในขณะที่รัฐเองก็มีขีดความสามารถ และทรัพยากรที่จำกัดในการตอบสนองปัญหาและความต้องการที่เกิดขึ้นในแต่ละท้องถิ่นได้ทันต่อเหตุการณ์

แนวคิดเกี่ยวกับการปกครองส่วนท้องถิ่น

ความหมายของการปกครองส่วนท้องถิ่น

มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการปกครองส่วนท้องถิ่น ไว้ดังนี้

อมรรัตน์ วงศ์ไชยสิทธิ์ (2550) ได้ให้ความหมายของการปกครองท้องถิ่น หมายถึง การปกครองส่วนหนึ่งของประเทศ ซึ่งมีอำนาจอิสระ (autonomy) ในการปฏิบัติหน้าที่ตามสมควรอำนาจอิสระในการปฏิบัติหน้าที่จะต้องไม่มากจนมีผลกระทบกระเทือนต่ออำนาจอธิปไตยของรัฐ เพราะองค์การปกครองท้องถิ่นมิใช่ชุมชนที่มีอำนาจอธิปไตย องค์การปกครองท้องถิ่นมีสิทธิตามกฎหมาย (legal rights) และมีองค์การที่จำเป็น (necessary organizations) เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ขององค์การปกครองท้องถิ่นนั่นเอง

วิภาวรรณ ทองชัยวัฒน์ (2552) ได้ให้ความหมายของการปกครองท้องถิ่น หมายถึง การปกครองส่วนหนึ่งของประเทศซึ่งมีอำนาจอิสระ (autonomy) ในการปฏิบัติหน้าที่ตามสมควร ทั้งนี้จะต้องไม่มากจนมีผลกระทบกระเทือนต่ออำนาจอธิปไตย องค์การปกครองท้องถิ่นมีสิทธิตาม

กฎหมาย (legal rights) และมีองค์การที่จำเป็น (necessary organizations) เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ขององค์การปกครองท้องถิ่นนั่นเอง

วิลเลียม วี ฮอลโลเวย์ (William V. Holloway, 1959 อ้างถึงใน วิจารณ์ ทอชชัยวัฒน์, 2552) ได้ให้นิยามของการปกครองท้องถิ่น หมายถึง องค์การที่มีอาณาเขตแน่นอนมีประชากรตามหลักที่กำหนดไว้มีอำนาจการปกครองตนเอง มีการบริหารการคลังของตนเอง และมีสภาท้องถิ่นที่สมาชิกได้รับการเลือกตั้งจากประชาชน

จารุวรรณ ศรีบรรจง (2550) ได้ให้ความหมายของการปกครองท้องถิ่น หมายถึง การปกครองที่รัฐบาลกลางให้อำนาจหรือการกระจายอำนาจไปให้หน่วยการปกครองท้องถิ่นเพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นนั้นได้อำนาจในการปกครองร่วมรับผิดชอบทั้งหมดหรือเพียงบางส่วนในการบริหารงานท้องถิ่นตามแนวความคิดที่ว่า ถ้าอำนาจการปกครองมาจากประชาชนในท้องถิ่นแล้วรัฐบาลของท้องถิ่นก็ย่อมจะเป็น รัฐบาลของประชาชน โดยประชาชนเพื่อประชาชน

ยุทธนา บุญทนต์ (2550) ได้ให้ความหมายของการปกครองท้องถิ่น หมายถึง ระบบการปกครองที่เป็นผลเนื่องมาจากการกระจายอำนาจทางการปกครองของรัฐและโดยนัยนี้จะเกิดมีองค์การทำหน้าที่ปกครองท้องถิ่นโดยคนในท้องถิ่นนั้น ๆ องค์การนี้ถูกจัดตั้งและควบคุมโดยรัฐบาลแต่ก็มีอำนาจในการกำหนดนโยบายและการควบคุมให้มีการปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายของตนเองได้

ความจำเป็นของการปกครองส่วนท้องถิ่น

โกวิท พวงงาม (2546 อ้างถึงใน วิจารณ์ ทอชชัยวัฒน์, 2552) กล่าวถึง หลักการปกครองท้องถิ่น มีสาระสำคัญดังนี้

1. การปกครองของชุมชนหนึ่ง ซึ่งชุมชนเหล่านั้นอาจมีความแตกต่างกันในด้านความเจริญ จำนวนประชากรหรือขนาดพื้นที่

2. หน่วยการปกครองท้องถิ่นจะต้องมีอำนาจอิสระ (autonomy) ในการปฏิบัติหน้าที่ตามความเหมาะสม กล่าวคือ อำนาจของหน่วยการปกครองท้องถิ่นจะต้องมีขอบเขตพอควร เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของหน่วยการปกครองท้องถิ่นอย่างแท้จริง หากมีอำนาจมากเกินไปไม่มีขอบเขต หน่วยการปกครองท้องถิ่นนั้นก็กลายเป็นรัฐอธิปไตยเอง เป็นผลเสียต่อความมั่นคงของรัฐบาล อำนาจท้องถิ่นนี้มีขอบเขตที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะความเจริญและความสามารถของประชาชนในท้องถิ่นนั้นเป็นสำคัญ รวมทั้งนโยบายของรัฐบาลในการพิจารณาการกระจายอำนาจให้หน่วยการปกครองท้องถิ่นระดับใดจึงจะเหมาะสม

3. หน่วยการปกครองท้องถิ่นจะต้องมีสิทธิตามกฎหมาย (legal rights) ที่จะดำเนินการปกครองตนเอง สิทธิตามกฎหมายแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ

- 3.1 หน่วยการปกครองท้องถิ่นมีสิทธิที่จะตรากฎหมาย หรือระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อประโยชน์ในการบริหารตามหน้าที่ และเพื่อใช้บังคับประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ

- 3.2 สิทธิที่เป็นหลักในการดำเนินการบริหารท้องถิ่น คือ อำนาจในการกำหนดงบประมาณเพื่อบริหารกิจการตามอำนาจหน้าที่ของหน่วยการปกครองท้องถิ่นนั้น ๆ

3.3 เมืองค์กรที่จำเป็นในการบริหารและการปกครองตนเอง องค์กรที่จำเป็นของท้องถิ่น จัดแบ่งเป็นสองฝ่าย คือ องค์กรบริหาร และองค์กรฝ่ายนิติบัญญัติ

3.4 ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการปกครองท้องถิ่น จากแนวความคิดที่ว่า ประชาชนในท้องถิ่นเท่านั้นที่จะรู้ปัญหา และวิธีการแก้ไขของตนเองอย่างแท้จริง หน่วยการปกครองท้องถิ่นจึงจำเป็นต้องมีคนในท้องถิ่นมาบริหารงาน เพื่อให้สมเจตนารมณ์และความต้องการของชุมชน และอยู่ภายใต้การควบคุมของประชาชนในท้องถิ่น นอกจากนี้ยังเป็นการฝึกให้ประชาชนในท้องถิ่นเข้าใจในระบบกลไกของประชาธิปไตยอย่างแท้จริงอีกด้วย

อิริวัฒน์ ปิยะนันท์ (2553) กล่าวถึง เหตุผลและความจำเป็นที่จะต้องมีการปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย

1. เพื่อแบ่งเบาภาระของรัฐ มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบที่จะต้องดูแลทำนุบำรุงประโยชน์สุขให้แก่ประชาชนทั้งอาณาเขตประเทศ งบประมาณที่ใช้จ่ายและต้องใช้เจ้าหน้าที่เป็นจำนวนมาก หากท้องถิ่นได้ดำเนินการปกครองบริหารด้วยตนเองแล้วโดยงบประมาณที่ทำได้เองและมีเจ้าหน้าที่ของตนเอง ก็ย่อมเป็นการแบ่งเบาภาระของรัฐ ในการให้บริการแก่ประชาชนลงไปอย่างมากทำให้รัฐสามารถหันไปทำนุบำรุงทุ่มเทในสิ่งใหญ่ที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชนและประเทศได้อย่างดียิ่งขึ้น

2. สามารถสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างถูกต้อง ประเทศแต่ละประเทศมีความกว้างใหญ่ไพศาล การที่รัฐจะต้องดูแลประชาชนทั้งประเทศนั้นย่อมเกิดปัญหา คือ

2.1 ดูแลไม่ทั่วถึง สิ้นเปลืองกำลังงบประมาณกำลังคน

2.2 สอนองความต้องการของประชาชน ซึ่งแต่ละท้องถิ่นมีความต้องการเหมือนกัน

3. ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการปกครอง อันจะทำให้ประชาชนได้มีความรู้ ความเข้าใจในการปกครองระบอบประชาธิปไตย เพราะ ว่าการกระจายอำนาจให้แก่ท้องถิ่นนั้น ประชาชนสามารถเข้ามารับผิดชอบในการให้บริการเพื่อสนองความต้องการของตนเองและปกป้องผลประโยชน์ของท้องถิ่นเป็นส่วนตัว จะส่งผลถึงการปกครองแบบประชาธิปไตยในระดับชาติ จึงกล่าวได้ว่า การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นโรงเรียนสอนประชาธิปไตย

องค์ประกอบของการปกครองส่วนท้องถิ่น

วิภาวรรณ ทองชัยวัฒน์ (2552) กล่าวถึง ระบบการปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องประกอบด้วย องค์ประกอบ 8 ประการ คือ

1. สถานะตามกฎหมาย หากประเทศใดกำหนดเรื่องการปกครองส่วนท้องถิ่นไว้ในรัฐธรรมนูญของประเทศ การปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นจะมีความเข้มแข็งกว่าการปกครองส่วนท้องถิ่นที่จัดตั้งโดยกฎหมายอื่น เพราะข้อความที่กำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญนั้น จะเป็นการแสดงให้เห็นว่าประเทศนั้นมีนโยบายที่จะกระจายอำนาจอย่างแท้จริง

2. พื้นที่และระดับ ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการกำหนดพื้นที่และระดับของหน่วยการปกครองท้องถิ่นหลายประการ เช่น ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ เชื้อชาติ และความสำนึกในการปกครองตนเองของประชาชน จึงได้มีกฎที่จะกำหนดพื้นที่และระดับของหน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่นออกเป็น 2 ระดับ คือ หน่วยการปกครองท้องถิ่นขนาดเล็กและขนาดใหญ่ สำหรับขนาดของพื้นที่จากการศึกษาขององค์การสหประชาชาติ โดยองค์การอาหารและเกษตรแห่งประชาชาติ (FAO) องค์การศึกษาวิทยาการศาสตร์และวัฒนธรรม (UNESCO) องค์การอนามัยโลก (WHO) และสำนักกิจการสังคม ได้

ให้ความเห็นว่าหน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่นที่สามารถให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพได้ควรจะมีประชากรประมาณ 50,000 คน แต่ก็ยังมีปัจจัยอื่นที่จะต้องพิจารณาด้วย เช่น ประสิทธิภาพในการบริหารรายได้ และบุคลากร เป็นต้น

3. การกระจายอำนาจและหน้าที่ การที่จะกำหนดให้ท้องถิ่นมีอำนาจหน้าที่ที่มากนักน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับนโยบายการเมืองเป็นสำคัญ

4. องค์การนิติบุคคล จัดตั้งโดยกฎหมายแยกจากรัฐบาลกลางหรือรัฐบาลแห่งชาติ มีขอบเขตการปกครองที่แน่นอน มีอำนาจในการกำหนดนโยบาย ออกกฎหมายข้อบังคับควบคุมให้มีการปฏิบัติตามนโยบายนั้น ๆ

5. การเลือกตั้งสมาชิกองค์การหรือคณะผู้บริหารจะต้องได้รับเลือกจากประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ ทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน เพื่อแสดงถึงการมีส่วนร่วมทางการเมืองของการปกครองของประชาชน โดยเลือกผู้บริหารท้องถิ่นของตนเอง

6. อิสระในการปกครองตนเอง สามารถใช้ดุลพินิจของตนเองในการปฏิบัติกิจการของตนเองในขอบเขตของกฎหมาย โดยไม่ต้องขออนุมัติจากรัฐบาลกลาง และไม่อยู่ในสายการบังคับบัญชาของหน่วยงานทางราชการ

7. งบประมาณของตนเอง มีอำนาจในการจัดเก็บภาษีตามขอบเขตที่กฎหมายให้อำนาจในการจัดเก็บ เพื่อให้ท้องถิ่นมีรายได้เพียงพอที่จะทำนุบำรุงท้องถิ่นให้เจริญก้าวหน้าต่อไป

8. การควบคุมดูแลของรัฐ เมื่อได้รับการจัดตั้งขึ้นแล้วยังคงอยู่ในการกำกับดูแลของรัฐ เพื่อประโยชน์และความมั่นคงของรัฐและประชาชนโดยรวม

บริบทขององค์การบริหารส่วนตำบลกะเปอร์

ข้อมูลพื้นฐาน

การตั้งถิ่นฐานตามที่ทราบจากคำบอกเล่าสืบต่อกันมาประมาณปี พ.ศ.2311 ครอบครัวของนางเปอ หรือ "กะเปอ" ได้มาตั้งถิ่นฐานอยู่รวมกันเป็นครอบครัว ใหญ่ที่อยู่ปลูกเป็นโรงเรือนใหญ่แบ่งที่พักออกเป็นห้อง ๆ ตามภาษาจีน เรียกว่า "กงซี" ซึ่งเป็นที่อยู่รวมกัน จึงเรียกว่า "บ้านกงซี" ต่อมาได้จัดการปกครองตามระเบียบ การปกครองสมัยนั้นเรียกว่า "หัวเมืองตำบลกะเปอร์" ตั้งให้หลวงกะเปอร์สินธุ์ เป็นหัวหน้าปกครองมีฐานะ เป็นกำนันส่วนตามเกาะ หรือชายฝั่งทะเลที่อุดมสมบูรณ์ ก็จะมีชุมชนไทยมุสลิมและพวกชาวน้ำได้มาอาศัยอยู่ เช่น เกาะบางเบนบ้านสำนัก ซึ่งได้อพยพมาจากตะกั่วป่า และภูเก็ต ส่วนชาวน้ำจะอาศัยอยู่ตามเกาะในบริเวณที่อุดมสมบูรณ์หาเลี้ยงชีพด้วยการจับสัตว์น้ำโดย เฉพาะการดำหอยจากกันทะเล ชาวน้ำมีความสามารถในการดำน้ำได้ลึก และในฤดูทำบุญเดือนสิบจะมีชาวน้ำนำเรือมาตามคลองม่วงกลวงเพื่อเก็บขนม ผลไม้ และ อาหารที่ชาวบ้านไปใส่ตายายที่วัดอัมพวันม่วงกลวงเป็นประจำทุกปี แต่ปัจจุบันไม่มีแล้ว

ขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวน้ำที่สืบทอดกันมา คือ ประเพณีแต่งงาน เมื่อชายหนุ่ม และหญิงสาวมีความรักใคร่ชอบพอกัน ก็จะจัดพิธีแต่งงานแสดงความยินดี และเป็นที่รับรู้ในกลุ่มด้วยการกินเลี้ยง แล้วให้เจ้าบ่าวและเจ้าสาวนั่งเรือออกไปกลางทะเล 2 คน เพื่อเป็นการแสดง การคารวะต่อเจ้าที่ทางทะเลให้รับทราบ ซึ่งชาวประมงนับถือ เรียกว่า "ขุนทะเล" ซึ่งเป็นอันเสร็จพิธี อำเภอกะเปอร์ มีส่วนเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์ทางประวัติศาสตร์กับชุมชนกำพวนรุ่นเก่าแก่เคยเป็นเส้นทางไปมา

ค้าขายกับชุมชนท่าชนะ นองหวาย และไชยา โดยผ่านมาทางเขาชาคลี บางหิน วังกุ่ม ต่อไปทางเขี้ยวเหลียงบ้านนา แล้วเดินทางลัดเลาะไปตามหุบเขาไปถึงท่าชนะ ไชยา มาตั้งแต่สมัยโบราณนานมาแล้ว เพราะพบโบราณวัตถุ จำพวกเศษถ้วยชามกระเบื้อง อิฐ ดินเผา ลูกปัด กำไล ต้มหู รุ่นเดียวกันกับที่พบที่กำแพงนครเขื่อนขันธ์ และเกาะคอเขา กระบุรี ส่วนตำบลม่วงกลวง มีซากเรือจมอยู่พบเพียงหัวเรือในลำคลอง ชาวบ้านเรียกว่า "วังเรือเหวน" โดยผู้เฒ่าผู้แก่เล่าว่า เมื่อประมาณ 90 - 100 ปีมีนายพลหรือปู่พลเป็นผู้นำชาวบ้านนำเรือออกลาดตระเวนทางฝั่งทะเลอันดามัน เพื่อป้องกันโจรสลัด และข้าศึกที่จะเข้ามาปล้น ชั่งชิงทรัพย์สิน และอาหาร จากชาวบ้านนายพลหรือปู่พลมีลูกหลานอยู่ที่ตำบลม่วงกลวง ตำบลราษฏร์ และที่อำเภอพะโต๊ะ ซึ่งนายพลหรือปู่พลเป็นต้นตระกูล "นิยม" ชื่อของปู่พล หรือ ที่ชาวบ้านเรียกขานในตำแหน่ง คือ "นายพลเรือเหวน" ซึ่งชื่อของปู่พลยังคงเป็นที่เคารพนับถือของชุมชนบางกลุ่มอย่างเคร่งครัด ทุกครั้งที่มีการเซ่นไหว้บรรพบุรุษเครื่องเซ่นไหว้ของปู่พลเป็นอันดับแรก และเป็นสัญลักษณ์ คือ "ขนมโคใส่น้ำตาล" (ขนมต้มขาวใส่น้ำตาล) จนทุกวันนี้ แต่เป็นที่น่าเสียดายที่วังเรือเหวน และซากเรือถูกขุดทำเป็นฟาร์มเลี้ยงกุ้งจนหมดสิ้น

วิสัยทัศน์

“โครงสร้างเศรษฐกิจดี ประชาชนมีคุณภาพชีวิตเป็นเลิศ”

ที่ตั้ง /อาณาเขต

องค์การบริหารส่วนตำบลกะเปอร์ อยู่ทางทิศตะวันออกของอำเภอกะเปอร์ ระยะห่างจากอำเภอกะเปอร์ ประมาณ 1.3 กิโลเมตร มีเส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 ถนนเพชรเกษม เป็นเส้นทางคมนาคมหลัก ที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลกะเปอร์ เลขที่ 99/9 หมู่ที่ 3 ตำบลกะเปอร์ ระยะทางจากองค์การบริหารส่วนตำบลกะเปอร์ไปจังหวัดระนองมีระยะทางประมาณ 53 กิโลเมตร

ทิศเหนือ ติดต่อกับตำบลม่วงกลวง อำเภอกะเปอร์

ทิศใต้ ติดต่อกับตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์

ทิศตะวันออก ติดต่อกับตำบลเขี้ยวเหลียง อำเภอกะเปอร์ และอำเภอพะโต๊ะจังหวัดชุมพร

ทิศตะวันตก ติดต่อกับชายฝั่งทะเลอันดามัน

เขตการปกครองและจำนวนประชากร

องค์การบริหารส่วนตำบลกะเปอร์ แบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 10 หมู่บ้าน (ประชากร 2,232 ครัวเรือน) จำนวนประชากรทั้งหมด 5,505 คน จำนวนหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลกะเปอร์ จำนวน 10 หมู่บ้าน

หมู่ที่	หมู่บ้าน	จำนวนประชากร (คน)			จำนวนครัวเรือน
		ชาย	หญิง	รวม	
1	บ้านด่าน	534	517	1,051	433
2	บ้านห้วยเสียด	327	248	575	271
3	บ้านบางลำพู	373	372	745	302
4	บ้านฝายท่า	166	167	333	111
5	บ้านกงซี	162	144	306	112
6	บ้านบางปรุเหนือ	155	155	307	137

หมู่ที่	หมู่บ้าน	จำนวนประชากร (คน)			จำนวนครัวเรือน
		ชาย	หญิง	รวม	
7	บ้านบางปรูล่าง	166	169	335	157
8	บ้านซิมิ	433	410	843	311
9	บ้านหินขาว	277	222	499	200
10	บ้านคอกช้าง	241	261	502	199
รวม		2,838	2,667	5,505	2,232

ที่มา : องค์การบริหารส่วนตำบลกะเปอร์

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พงษ์ไพบูลย์ ศีลาราวาเวทย์ และทิฆัมพร คัมวงศ์ (2551) ศึกษา ความพึงพอใจของผู้มารับบริการจากเทศบาลตำบลท่าล้อ อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้มารับบริการ โดยภาพรวม และรายด้านทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก ลำดับแรก ด้านกระบวนการ และขั้นตอนในการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

กาญจนา ทับทิมทอง (2551) ศึกษา ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลหันตรา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการให้บริการ โดยภาพรวม และรายด้านทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก ลำดับแรก ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความรวดเร็วที่ให้บริการ ด้านอาคาร / สถานที่ และด้านประชาสัมพันธ์เพื่อให้บริการ ตามลำดับ

สุจิตราพร วานะ (2552) ศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบล กรณีศึกษาเฉพาะองค์การบริหารส่วนตำบลเกษม อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการ โดยภาพรวม และรายด้านทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก ลำดับแรก ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านการดำเนินงานตามบทบาท ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านข้อมูลข่าวสาร ตามลำดับ

อมรรัตน์ บุญศิริ (2550) ศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการภายในขององค์การบริหารส่วนตำบลเสาธงหิน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง หากพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านคุณภาพและเวลา และด้านความสะดวกและสถานที่ อยู่ในระดับปานกลาง

สุกัญญา มีแก้ว (2554) ศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนในการใช้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบล เขตอำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชน โดยภาพรวม และรายด้านทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง ลำดับแรก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านอาคาร / สถานที่ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ และกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ และผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจ 1) ประชาชนเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านขั้นตอนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการ โดยภาพรวม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านอาคาร /

สถานที่ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ และกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการ โดยภาพรวม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ และกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) ประชาชนที่มาใช้บริการต่างประเภทกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการ โดยภาพรวม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านอาคาร / สถานที่ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ และกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สิริโฉม พิเชษฐบุญเกียรติ (2553) ศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลเวียงพางคำ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจในการให้บริการ โดยภาพรวม และรายด้าน 4 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรก ด้านเจ้าหน้าที่ / บุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการ / ขั้นตอนการให้บริการ ด้านคุณภาพของการให้บริการ และด้านความเชื่อมั่นในคุณภาพการให้บริการ ตามลำดับ

มณี จิตรมาศฐาน (2550) ศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการจัดเก็บรายได้ของเทศบาลตำบลท่าข้าม อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านระบบข้อมูลสารสนเทศวิทยาการสมัยใหม่ และด้านการประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ชนะดา วีระพันธ์ (2554) ศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านเก่า อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการ โดยภาพรวม และรายด้านทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรก ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการที่ตรงเวลา ตามลำดับ

พนิตดา นรสิงห์ (2552) ศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลสนามจันทร์ ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการ โดยภาพรวม และรายด้านทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก ลำดับแรก ด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านอาคารสถานที่ ตามลำดับ

มนูญ ประจิตร (2551) ศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อผลการปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านอาคารและสถานที่ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านช่อง

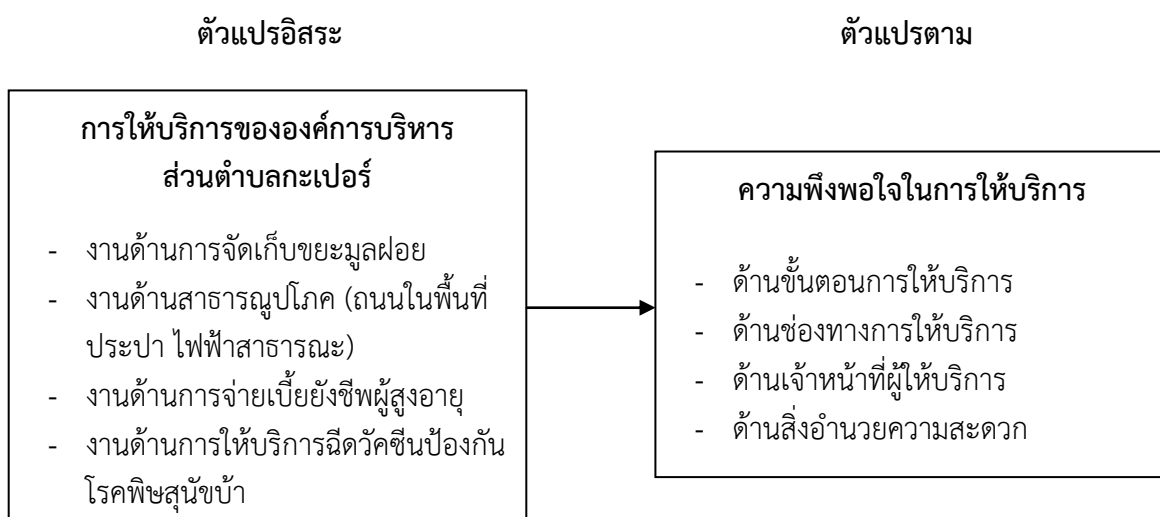
การประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง และผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจ 1) ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงาน ด้านเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงาน ด้านเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ และด้านอาคารและสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงาน ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วรวิมล สิงห์นิล (2551) ศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกองนาง อำเภอบำบ่ง จังหวัดหนองคาย ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนต่อการดำเนินงาน โดยภาพรวม และรายด้านทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง ลำดับแรก ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างทั่วถึง ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า และด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม

นพรัตน์ หวลระลึก (2551) ศึกษา ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลหันตรา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มาใช้บริการมีความคิดเห็นต่อการให้บริการ โดยภาพรวม และรายด้านทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ลำดับแรก ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านอาคาร / สถานที่ และด้านประชาสัมพันธ์เพื่อให้บริการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการจากองค์การบริหารส่วนตำบลกะเปอร์ โดยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย