

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่องคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม สาขาท่าอุเทน ส่วนแยกบ้านแพง ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารคุณภาพ
3. บริบททั่วไปของสำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม สาขาท่าอุเทน

ส่วนแยกบ้านแพง

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวนข้อมูลเอกสาร และแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย โดยแบ่งเป็น 3 หัวข้อ ดังนี้ 1) ความหมายของคุณภาพการให้บริการ 2) ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ 3) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

1. ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

ความหมายของคุณภาพการให้บริการ คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับงานให้บริการต่างๆ ซึ่งปัจจุบันต่างก็ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากทั้งในภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคเอกชน เกี่ยวกับความหมายของคุณภาพการให้บริการนั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึง ดังต่อไปนี้

พิรุณ รัตนวณิช (2548, หน้า 184) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการว่า เป็นสิ่งที่จะคุ้มครองสิทธิของผู้รับบริการให้ได้รับบริการที่ดีที่สุด ซึ่งเป็นการบริการที่ถูกต้องตามหลักวิชาชีพ รวดเร็ว ค่าใช้จ่ายเหมาะสม และผู้รับบริการพึงพอใจมากที่สุด ผู้ให้บริการจะต้องตระหนักถึงความจำเป็นและความสำคัญของการบริการที่มีคุณภาพ โดยการจัดระบบการบริหารจัดการทั้งทรัพยากรบุคคลและสิ่งอื่นอันวนในการให้บริการ

อย่างเพียงพอ มีการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มมาตรฐานบริการให้สูงขึ้น ทั้งนี้ เพื่อคงไว้ซึ่งบริการที่มีคุณภาพและยั่งยืน

ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์ (2549, หน้า 12) กล่าวว่า “คุณภาพ คือ สิ่งใดก็ตามที่ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจ และพูดถึงอยู่เสมอเมื่อได้ใช้สินค้าและบริการ”

สมิต สัชฌุกร (2550, หน้า 11, 119-121) กล่าวว่า การบริการ คือ การปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่างๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใดๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ ซึ่งงานบริการมีลักษณะเฉพาะ คือ

- 1) ได้รับความพอใจหรือไม่พอใจ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทันที
- 2) ผลของการบริการเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา และแปรผลได้รวดเร็ว
- 3) ผลของการบริการเชื่อมโยงไปถึงคน และหน่วยงาน
- 4) ผิดพลาดแล้วชดเชยด้วยสิ่งอื่น ก็เพียงแต่บรรเทาความไม่พอใจ
- 5) สร้างทัศนคติต่อบุคคล หน่วยงานและองค์กรได้อย่างมาก
- 6) สร้างจินตภาพ หรือภาพลักษณ์ให้หน่วยงาน และองค์กรเป็น

เวลานาน

- 7) หากเกิดความบกพร่องจะเห็นได้ชัด
- 8) ต้องการคนเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบริการที่ดี
- 9) คนเป็นตัวแปรที่สำคัญในการสร้าง และทำลายงานบริการ

อนุวัฒน์ ศุภชุตินกุล และคณะ (2550, หน้า 1) ได้ให้ความหมายว่า คุณภาพ คือ คุณลักษณะที่เป็นไปตามมาตรฐานที่เหมาะสมปราศจากข้อผิดพลาด ทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่ดี และตอบสนองความต้องการของผู้รับผลงานเป็นที่พึงพอใจ

จารุบุญณณ์ ปาณานนท์ (2550, หน้า 11-12) ได้กล่าวถึง คุณภาพของการบริการ ว่ามีความหมาย คือ บริการดี ราคาสมเหตุสมผล คุณภาพดีผู้รับบริการพอใจ การบริการที่มีคุณภาพจะเกิดความประทับใจแก่ผู้รับบริการ ส่วนคุณภาพของการบริการจะวัดระดับการให้บริการว่า อยู่ในระดับดีเพียงใดนั้น ได้มีการศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณภาพการบริการที่อาจใช้กับการบริการทั่วไปมี 10 ประการด้วยกัน ดังนี้

1. ไว้ใจวางใจได้ หมายถึง การบริการนั้นต้องคงที่และไว้ใจวางใจได้
2. ความพร้อมให้บริการ หมายถึง การบริการที่พร้อม ผู้ให้บริการ

มีความเต็มใจและพร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ

3. ความสามารถให้บริการ หมายถึง ผู้บริการจะต้องมีทักษะความรู้ความเข้าใจในบริการนั้นๆ อย่างแท้จริง
4. ความสามารถในการเข้าถึง หมายถึง จะต้องง่ายต่อการติดต่อ ไม่มีวิธีการที่ซับซ้อนและไม่เสียเวลารอคอย
5. ความมีอัธยาศัย หมายถึง ความสุภาพอ่อนน้อม เป็นมิตร และเข้าใจความรู้สึกของผู้รับบริการ
6. การสร้างความสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้รับบริการ ด้วยภาษาที่เข้าใจง่ายรวมทั้งรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการ
7. ความเชื่อถือได้ หมายถึง การบริการนั้นมีความซื่อตรงและวางใจได้
8. ความมั่นคงปลอดภัย หมายถึง การบริการจะต้องไม่เป็น ที่สงสัยปราศจากการเสี่ยงและอันตรายต่างๆ
9. ความรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ หมายถึง พยายามทำความเข้าใจถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ และให้บริการ ทำให้ผู้รับบริการคิดว่าเป็นความใส่ใจเฉพาะตัว
10. พยายามให้สิ่งที่ผู้รับบริการสัมผัสได้ หมายถึง เน้นเป็นพิเศษในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นรูปธรรม บุคลากร ตลอดจนสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่สามารถสัมผัสได้

จิตตินันท์ นันทโพบูลย์ (2551, หน้า 13) ได้กล่าวถึง “การบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น”

จิตตินันท์ นันทโพบูลย์ (2551, หน้า 91) กล่าวว่า คุณภาพการบริการเป็นความรู้สึกที่ลูกค้าได้รับจากการบริการ ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังก่อนรับบริการ กับสิ่งที่ได้รับบริการจริง หากเป็นไปตามที่คาดหวัง ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกพอใจ หากไม่เป็นไปตามที่คาดหวังก็จะเกิดความรู้สึกไม่พอใจ แต่ถ้าได้รับการบริการเกินความคาดหวัง ก็จะเกิดความรู้สึกพึงพอใจสูงสุดและประทับใจในการบริการ

วิไลลักษณ์ โตโคกสูง (2553, หน้า 18) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถในการส่งมอบบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้มารับบริการที่สามารถรับรู้ได้ โดยมีการส่งมอบบริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ สามารถวัดและประเมินได้จากกระบวนการให้บริการ และผลลัพธ์การให้บริการ

Dickens (1994, p. 15) ได้ให้ความหมายของคำว่า “คุณภาพ หมายถึง คุณลักษณะของความเป็นเลิศ ที่ปราศจากความบกพร่อง และสามารถตอบสนองความต้องการ หรือเกิดประโยชน์กับลูกค้า

Kotler (1994, p. 474) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ ถูกประเมินโดย ผู้รับบริการทำการเปรียบเทียบ ความแตกต่างระหว่างบริการที่รับรู้ กับบริการที่คาดหวัง

Corrall & Brewerton (1999, p. 37) ได้กล่าวถึง คุณภาพการให้บริการ คือ ลักษณะหรือคุณสมบัติโดยรวมที่เหมาะสม และสอดคล้องกับความคาดหวัง หรือความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ

Kotler (2000, p. 428) ได้กล่าวว่า “การบริการ คือ การกระทำ ที่หน่วยงานหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่งนำเสนอต่อหน่วยงานอีกแห่งหนึ่ง หรือบุคคลอีกคนหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้”

Fitzsimmons (2006, p. 129) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้าตั้งแต่เริ่มแรกที่รับรู้เกี่ยวกับบริการ กับบริการที่ได้รับจริง ซึ่งคุณภาพบริการถูกตัดสินโดยผู้รับบริการ โดยเปรียบเทียบจาก ช่องว่างบริการที่คาดหวัง กับบริการที่ได้รับจริง ซึ่งอาจจะเป็นผลบวกหรือผลลบก็ได้

คุณภาพการให้บริการที่ดี จำเป็นต้องพร้อมทั้งการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม ตามความประสงค์ของผู้รับบริการได้อย่างครบถ้วน ซึ่งเป็นประโยชน์สูงสุดแก่ผู้รับบริการ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องกระทำกิจกรรมเหล่านั้นด้วยพฤติกรรมที่ดี ทำความสุภาพ ความพอใจ ความชื่นชมยินดี มาสู่ผู้รับบริการด้วย ตามสภาพความเป็นจริง ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน แม้ประเทศไทยจะเป็นที่ยอมรับของนานาชาติว่าประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจด้านการบริการ เช่น ธุรกิจการโรงแรมและธุรกิจการท่องเที่ยว แต่คุณภาพการให้บริการประชาชนในหน่วยงานภาครัฐบาลหลายแห่งยังมีปัญหาอย่างไม่เป็นที่น่าพอใจอีกมากมาย ไม่ใช่เป็นเรื่องของการขาดแคลนวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ หรือขาดบุคลากร ที่แตกต่างกันมากก็คือ พฤติกรรมบริการนั่นเอง (จารุบุญฉวี ปาณานนท์, 2550, หน้า 11-12)

คุณภาพการให้บริการที่ดี คือ การให้สิ่งที่ดีแก่ผู้รับบริการ เมื่อประชาชนมารับบริการจากเราสิ่งที่เราต้องการก็คือ ความถูกต้องรวดเร็ว ความสะอาดสวยงาม ความสำคัญ ความอบอุ่น มิตรภาพ คุณภาพการบริการ ไม่ว่าจะเป็นที่สถาบันธุรกิจบันเทิง

หรือแม้แต่บริการสาธารณสุข ต่างเอาแพ้ชนะกันที่การให้ความสำคัญสะดวกกายสบายใจ แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการนั่นเอง ปกติแล้วคุณภาพบริการอยู่กับปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ

1. ความรู้ (Knowledge) ความรู้ถูกต้องแม่นยำในงาน
2. ความรู้สึก (Felling) ความรู้สึกที่ดีในขณะที่ให้บริการ
3. ประสบการณ์ (Experience) ความชัดเจนชำนาญในงาน

แต่ด้วยเหตุที่คุณภาพบริการวัดกันที่ความรู้สึกส่วนตัวของผู้รับบริการ คุณภาพบริการ จึงต้องเริ่มจากความรู้สึกที่ดีของผู้ให้บริการก่อนเสมอ ขณะให้บริการ ประชาชนต่อให้มีความรู้สึกมากเพียงใด มีประสบการณ์มากน้อยเพียงใด หากปราศจาก ความรู้สึกที่ดี หงุดหงิด รำคาญ อารมณ์บริการไม่พึงประสงค์ เหล่านี้นอกจากจะส่งกระแส ไปรบกวนจิตใจให้ผู้รับบริการโดยตรงแล้ว ยังเป็นตัวกำหนดรูปแบบของพฤติกรรมบริการ ที่ไม่มีคุณภาพอันเป็นการทำลายภาพพจน์ของตัวเอง สถาบันและวิชาชีพได้เป็นอย่างมาก ด้วย ตรงกันข้าม ถ้าบริการ เริ่มจากความยิ้มแย้ม แจ่มใส เต็มใจ สร้างความพอใจ ถูกใจ ประทับใจแก่ผู้รับบริการก่อนแล้ว ทุกสิ่งทุกอย่างก็สะดวกสบายและง่ายต่อการจัดการ

ดังนั้น คุณภาพบริการ จึงต้องเริ่มขึ้นจากความรู้สึกที่ดีงามของผู้ให้บริการ เป็นตัวก่อกระตุ้น ตัวชักนำ ความรู้สึกที่ดีงาม ให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ ในการนำความรู้ ประสบการณ์ และความชำนาญมาปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ใน 2 ระดับ คือ ระดับความสัมพันธ์ทางใจ และระดับความสัมพันธ์ทางพฤติกรรม

จิรุตม์ ศรีรัตนบัลล์ และคณะ (2551, หน้า 29-30) กล่าวว่าไว้ว่า คุณภาพมี หลายความหมายที่มักใช้กันบ่อย คือ คุณภาพการให้บริการ (Quality of service) และ คุณภาพของการดูแล (Quality of care) โดยคำจำกัดความ คุณภาพ หมายถึง ภาวะที่เป็น ประโยชน์ต่อผู้ใช้

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552, หน้า 106) กล่าวถึง ความหมายของ คุณภาพการให้บริการว่า คุณภาพของการให้บริการ (Quality of service) หมายถึง การบริการที่เป็นเลิศ (Excellent service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการ ของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ (Customer satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer loyalty)

Gerson Richard (2006. p. 20) ได้ให้คำจำกัดความของคุณภาพ ไว้ว่า สิ่งใดก็ตามที่ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจและพูดถึงอยู่เสมอ เมื่อพวกเขาได้ใช้สินค้าหรือบริการ ต่างๆ

จากการศึกษาความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความสำคัญของคุณภาพในการให้บริการ เป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่งทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ เพราะเกณฑ์การประเมินของผู้รับบริการและความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่จะบ่งบอกให้ทราบว่าผู้รับบริการมีความคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานของกิจการอย่างไร เพื่อกิจการจะได้นำไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น และการที่จะทำให้ผู้รับบริการพอใจนั้นต้องยึดหลักการเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม ความเชื่อถือได้ การตอบสนองของผู้รับบริการทันที การทำให้ผู้รับบริการมั่นใจ การเข้าใจผู้รับบริการ เพราะเป็นหลักในการให้บริการและยังจะเป็นการส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ

2. ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ

ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการถือว่าหัวใจหลักสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้การดำเนินงานให้บริการเป็นไปด้วยความเรียบร้อย เข้าใจและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี ความสำคัญของคุณภาพ การให้บริการ ประกอบด้วยแนวคิด ดังนี้

พิพัฒน์ ก้องกิจกุล (2546, หน้า 5) ได้สรุปคุณประโยชน์ของการวัดคุณภาพและความพึงพอใจของผู้รับบริการไว้ ดังนี้

1. การวัดทำให้เกิดสัญญาณที่มุ่งมั่น ที่จะเอาชนะและต้องการความสำเร็จ ซึ่งส่งผลต่อเนื่องไปสู่คุณภาพการให้บริการที่ดีกว่าให้แก่ผู้รับบริการ
2. การวัดทำให้รู้ถึงขีดขั้นมาตรฐานของผลงานตามปกติของเรา และรู้ถึงขั้นมาตรฐานที่ดีที่สุดที่เป็นไปได้ ซึ่งจะเป็นตัวที่นำพาไปสู่คุณภาพ ที่สูงขึ้น และความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น
3. การวัดทำให้ผู้ปฏิบัติงานรับรู้ผลที่ได้ในทันที โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากผู้วัดในที่นี้ คือ ลูกค้ำซึ่งกำลังประเมินพนักงานผู้ที่เขาติดต่องานอยู่ด้วย
4. การวัดจะบอกคุณได้ว่าสิ่งใดบ้างที่คุณจำเป็นต้องทำเพื่อปรับปรุงคุณภาพ และความพึงพอใจ และบอกได้ด้วยว่าคุณต้องทำอะไร ซึ่งข้อมูลส่วนนี้คุณอาจทราบได้โดยตรงจากผู้รับบริการนั่นเอง

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2548, หน้า 168-169) กล่าวไว้ว่า ปัจจัยสำคัญในการสร้างระบบข้อมูลของคุณภาพการให้บริการ คือ

1. แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ข้อมูลที่มีคุณภาพ ต้องมาจากแหล่งข้อมูลคุณภาพ และแหล่งที่สามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับบริการได้ดีและน่าเชื่อถือ มี 2 แหล่ง ได้แก่

1.1 การสอบถามโดยตรงจากผู้รับบริการ แหล่งที่น่าเชื่อถือที่สุด คือ ต้นกำเนิดของข้อมูล คือผู้รับบริการที่มาใช้บริการโดยตรง จะทำให้ธุรกิจสามารถได้ข้อมูลที่เป็นเนื้อแท้ และยังไม่ผ่านการแปลความใดๆ เหมือนการสอบถาม โดยผ่านผู้อื่น

1.2 พนักงานที่ให้บริการกับผู้รับบริการโดยตรง เป็นอีกแหล่งที่น่าเชื่อถือ เนื่องจากเป็นผู้ติดต่อและให้บริการกับผู้รับบริการโดยตรง และใช้เวลากับผู้รับบริการมากที่สุด ดังนั้น พนักงานผู้ให้บริการทราบว่า ผู้รับบริการต้องการชอบหรือไม่ชอบอะไร ข้อมูลที่ได้จึงเป็นความน่าเชื่อถือไม่แพ้กับการได้ข้อมูลจากผู้รับบริการโดยตรง

2. ข้อมูลที่ถูกต้อง และข้อมูลที่ต้องการ ได้แก่

2.1 คุณภาพการให้บริการ เพื่อต้องการทราบว่าบริการนั้นๆ มีคุณภาพดีเพียงพอแล้วหรือไม่ เพื่อใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพ และสร้างความจงรักภักดีของผู้รับบริการในอนาคต

2.2 เปรียบเทียบกับคู่แข่ง นอกเหนือจากข้อมูลของเราเองแล้ว การที่จะทราบว่าเรามีความเข้มแข็งเพียงใด จะสามารถแข่งขันในตลาดได้หรือไม่ และจะวางแผนเติบโตได้อย่างไร จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทราบถึงข้อมูลของคู่แข่งชั้นด้วย เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการพัฒนาให้เหนือกว่าคู่แข่งในทุกๆ ด้าน

2.3 ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่ธุรกิจต้องทราบว่า ผู้รับบริการพึงพอใจต่อบริการของเราแล้วหรือยัง เพราะว่าสิ่งที่เราให้บริการเป็นสิ่งที่ดีที่สุด แต่ไม่ใช่สิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ และพึงพอใจเป็นการยากที่จะประสบความสำเร็จได้ เราต้องทราบว่าผู้รับบริการมีความพึงพอใจมากเพียงใดและอย่างไร

ซึ่งทั้งหมดต้องมีความถูกต้อง 3 ประการ ในที่นี้ หมายถึง

1. ข้อมูลถูกต้อง (Right information) ข้อมูลที่นำมาใช้สามารถตอบคำถามที่ต้องการไม่ใช่ต้องการตอบคำถามอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ได้ข้อมูลอีกอย่างหนึ่งที่ไม่สามารถตอบคำถามได้สมบูรณ์

2. เวลาถูกต้อง (Right time) ต้องคำนึงถึงทั้งการจัดสรรข้อมูลได้ทันเวลา และความทันสมัยของข้อมูล เช่น ข้อมูลที่ได้ถูกต้อง สามารถตอบคำถามได้ แต่ช้าเกินไปสำหรับการตัดสินใจ หรือข้อมูลที่ได้ เริ่มล้าสมัยไปแล้ว ก็จะไม่เกิดประโยชน์ตามที่คาดหวัง

3. ปริมาณถูกต้อง (Right quantity) มากเพียงพอที่จะตัดสินใจ ได้อย่าง
 แม่นยำมีข้อมูลสนับสนุนที่เพียงพอ ข้อมูลเพียงอย่างเดียวอาจไม่สามารถตอบคำถาม
 ที่ต้องการได้อย่างละเอียดครบถ้วน หรือยังไม่เป็นตัวแทนของประชากร ที่เราต้องการ
 ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2549, หน้า 290) กล่าวไว้ว่า โดยทั่วไปลูกค้า
 จะใช้หลักเกณฑ์ต่อไปนี้ พิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการ

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวก
 สะดวกในด้านเวลาและสถานที่ให้กับลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน สถานที่ตั้ง
 เหมาะสม อันแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า

2. การติดต่อสั่งการ (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้องโดย
 ใช้ภาษาที่ผู้รับบริการเข้าใจง่าย

3. ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความ
 ชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในการทำงานบริการ

4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) สำนักงานที่ให้บริการต้องมีบุคลากรที่มี
 มนุษย์สัมพันธ์ดีเป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง และมีวิจรรณญาณ

5. ความน่าเชื่อถือ (Creditability) บริษัทและบุคลากรต้องมี
 ความสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในการบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุด
 แก่ผู้รับบริการ

6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่มีความถูกต้องและสม่ำเสมอ
 ให้กับลูกค้าหรือผู้รับบริการ

7. การตอบสนองของผู้รับบริการ (Responsiveness) พนักงานจะต้อง
 มีการให้บริการและแก้ปัญหาผู้รับบริการอย่างรวดเร็วตามที่ผู้รับบริการต้องการ

8. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ปราศจากอันตรายความเสี่ยง
 จากปัญหาต่างๆ

9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ผู้รับบริการได้รับจะ
 ทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของการให้บริการดังกล่าวได้

10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing customer)
 พนักงานพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองต่อ
 ความต้องการดังกล่าว

3. การวัดคุณภาพการให้บริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552, หน้า 106-107) กล่าวไว้ว่า ลูกค้ายะวัดคุณภาพของการให้บริการจากองค์ประกอบของคุณภาพในการให้บริการ 5 ประการ คือ

1. การเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม สิ่งที่น่าเสนอทางกายภาพของบริการ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่ปรากฏ เครื่องมือ บุคลากร และวัสดุสื่อสาร สิ่งต่างๆ ที่กล่าวมาเป็นเครื่องแสดงทางกายภาพหรือภาพลักษณ์ของการบริการ ที่ลูกค้าใช้ประเมินคุณภาพกิจการบริการที่เน้นสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล โรงแรม ภัตตาคาร และร้านค้าปลีก จึงมักจะใช้ปัจจัยนี้ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกิจการ และเป็นเครื่องหมายแสดงคุณภาพ และมักใช้กับตัวกำหนดคุณภาพอื่นๆ ด้วยสิ่งซึ่งสะท้อนถึงการนำเสนอทางกายภาพ เช่น

- 1.1 บุคลิกภาพที่ปรากฏและการแต่งกายของบุคลากร
- 1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ
- 1.3 การออกแบบ ตกแต่งอาคารสถานที่
- 1.4 วัสดุสื่อสาร เช่น บอร์ดความรู้โปสเตอร์
- 1.5 ลูกค้าอื่นๆ ที่ใช้บริการ

2. ความเชื่อถือได้ ความสามารถในการบริการตามที่สัญญาไว้เป็นอย่างดี น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้และถูกต้อง ปัจจัยนี้เป็นตัวกำหนดคุณภาพที่สำคัญและให้ความหมายที่กว้าง ความเชื่อถือได้ หมายถึง การนำเสนอการบริการตามคำสัญญาให้ไว้ โดยเฉพาะสัญญาเกี่ยวกับคุณลักษณะของบริการหลัก (Care service) กิจการบริการ จึงควรตระหนักถึงความคาดหวังของลูกค้าในเรื่องนี้ หากไม่ได้ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในบริการหลักที่ลูกค้าต้องการแล้ว ก็จะทำให้ไม่ประสบความสำเร็จได้ การทำให้บริการเชื่อถือสามารถกระทำได้ คือ

- 2.1 ให้บริการตามที่สัญญาไว้กับลูกค้า
- 2.2 ให้บริการอย่างถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรก
- 2.3 ปฏิบัติงานเสร็จตามเวลาที่กำหนด
- 2.4 มีความถูกต้องด้านการรับชำระเงิน การบันทึกข้อมูลลูกค้า

3. การตอบสนองของลูกค้าทันที ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและให้บริการโดยทันที ปัจจัยที่เน้นให้ความสนใจและความพร้อมที่จะทำตามคำร้องตอบคำถาม รับฟังข้อร้องเรียน แก้ไขปัญหาให้ลูกค้า รวมถึงการยืดหยุ่นและความสามารถ

ในการปรับบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าแต่ละรายที่แตกต่างกัน ความรวดเร็ว และความพร้อมในการตอบสนองของลูกค้าทันทีที่ต้องเป็นไปตามทัศนคติของลูกค้า มิใช่ ผู้ให้บริการคิดว่าพร้อมหรือเป็นเวลาที่เหมาะสม การแสดงออกถึงการตอบสนองของลูกค้า โดยทันทีอาจทำได้ ดังนี้

- 3.1 ให้บริการทันทีตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ
- 3.2 ให้บริการอย่างรวดเร็ว
- 3.3 มีความพร้อมในการบริการ
- 3.4 เอาใจใส่ต่อปัญหาของผู้รับบริการ
- 3.5 ส่งเอกสารหรือโทรศัพท์กลับไปยังผู้รับบริการโดยเร็ว

4. การทำให้ผู้รับบริการมั่นใจ (Assurance) พนักงานมีความรู้ อัจฉริยะดี และมีความสามารถทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่น ข้อนี้มีความสำคัญ สำหรับบริการที่ผู้รับบริการรับรู้ว่ามีความเสี่ยงสูงหรือไม่สามารถประเมินผลของการบริการ ได้อย่างแน่ชัด เช่น บริการด้านการเงิน การรักษาพยาบาล และการบริการด้านกฎหมาย ความไว้วางใจและความเชื่อมั่นมักเกิดจากบุคคลซึ่งเชื่อมโยงกับผู้รับบริการกับบริษัท เช่น แพทย์ ทนายความ นายหน้า ที่ปรึกษาทางการเงิน สิ่งที่แสดงถึง ความไว้วางใจและเชื่อมั่น ได้แก่ พนักงานมีความรู้ ทักษะ ในการให้บริการ และกิจการ มีชื่อเสียงไว้วางใจได้

5. การเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) การเอาใจใส่กับผู้รับบริการเป็น รายบุคคล เป็นการนำเสนอบริการที่เป็นส่วนตัวหรือตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ แต่ละราย เพื่อแสดงว่าผู้รับบริการเป็นคนพิเศษ ผู้รับบริการอยากให้ผู้ให้ เข้าใจและเห็น ความสำคัญ การแสดงความเข้าใจของผู้รับบริการทำได้โดย

- 5.1 เรียนรู้และเข้าใจถึงความต้องการของผู้รับบริการ
- 5.2 ให้ความสนใจกับผู้รับบริการเป็นรายบุคคล
- 5.3 รู้จักและจดจำผู้รับบริการประจำได้
- 5.4 มีอัธยาศัย สุภาพ และเป็นมิตร

ทุกปัจจัยที่กล่าวมาขึ้นอยู่กับการปฏิบัติงานของคนโดยตรง ยกเว้น ปัจจัยด้านการเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม ทั้งหมดส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ดังนั้น จึงควรให้ความสนใจต่อปัจจัยเหล่านี้ในการกำหนดกลยุทธ์การบริการอย่างมีคุณภาพ

Peter and Donnelly (2004, pp. 180–183) กล่าวถึงเกณฑ์ที่ผู้รับบริการ ใช้ในการประเมินคุณภาพการให้บริการมี 5 ปัจจัย คือ

1. การบริการที่เป็นรูปธรรม หมายถึง ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่สามารถจับต้องได้ เช่น อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องแบบพนักงาน การตกแต่งสถานที่ เป็นต้น
2. ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการได้ตามที่ให้สัญญาไว้กับลูกค้าอย่างน่าเชื่อถือ ถูกต้อง
3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ หมายถึง ความเต็มใจ ตั้งใจ ตื่นตัวที่จะให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการ ให้บริการอย่างทันทีทันใด และรวดเร็วฉับไว
4. ความมั่นใจในบริการ หมายถึง พนักงานให้บริการต้องมีความรู้และทักษะความสามารถ ความซื่อสัตย์ ความสุภาพ ความเป็นมืออาชีพ ต้องสื่อสารออกมาให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อถือ มีความมั่นใจ ไว้วางใจในการใช้บริการ
5. ความเข้าใจ และเห็นอกเห็นใจ การดูแลเอาใจใส่ ให้ความสนใจ และรับฟังปัญหา มีความเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ

4. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

นักวิชาการหลายท่านทั้งในและต่างประเทศ ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ ดังนี้

Parasuraman and et. al. (1990, p. 21 อ้างถึงใน รังสิตรา สังขาราม, 2550, หน้า 7) เป็นผู้ที่สนใจศึกษาคุณภาพและการจัดการคุณภาพบริการมาตั้งแต่ปี 1983 ในขณะที่พาราราซุแมน เริ่มทำการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ยังไม่พบว่ามีการศึกษาในเรื่องคุณภาพบริการมากนัก พบแต่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของสินค้า ซึ่งมีผู้ทำการศึกษาไว้มาก ทำให้เข้าใจถึงความหมายและคุณลักษณะที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของสินค้าได้อย่างชัดเจน แต่ยังไม่เพียงพอต่อการทำความเข้าใจในคุณภาพบริการ เนื่องจากสินค้าและบริการมีความแตกต่างกันตามลักษณะพื้นฐาน 3 ประการ คือ การผลิต การบริโภค และการประเมินผล

Parasuraman and et. al. (1990, p. 21) ได้เริ่มทำการวิจัยด้วยการค้นหาคำตอบของข้อคำถาม 3 ประการข้างต้น โดยร่วมกันทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) เกี่ยวกับคุณภาพบริการ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้รับการสนับสนุนจากสถาบันวิจัยทางการตลาด MIS (Marketing Science Institute) และใช้เวลาในการวิจัยนานถึง 7 ปี (1983-1990) โดยแบ่งออกเป็น 4 ระยะ เริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพในกลุ่มผู้รับบริการ ผู้ให้บริการในบริษัทชั้นนำ และนำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนารูปแบบคุณภาพ

บริการที่ได้จากระยะที่ 1 มาทำการปรับปรุงด้วยวิธีการวิจัย ได้เครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพ การให้ บริการที่เรียกว่า (Service Quality) และการปรับปรุงเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสิน คุณภาพบริการตามการรับรู้ และความคาดหวังของผู้รับบริการ ในระยะที่สามได้ทำการ ศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์เหมือนในระยะที่สอง แต่มุ่งผลการวิจัยให้ครอบคลุมองค์กรต่างๆ มากขึ้น มีการดำเนินงานหลายขั้นตอน เริ่มต้นด้วยการวิจัยในสำนักงาน 89 แห่ง ของ 5 บริษัท ชำนาญในการให้บริการ แล้วนำงานวิจัยทั้ง 3 ระยะมาศึกษาร่วมกัน โดยทำการ สัมมนากลุ่มผู้รับบริการและผู้ให้บริการ การสัมภาษณ์แบบเจาะจงในกลุ่มผู้บริหาร ท้ายสุด ได้ทำการสำรวจในทุกๆกลุ่ม ต่อมาได้ทำการศึกษาอีกครั้งในธุรกิจ 6 ประเภท ได้แก่ งาน บริการบัตรเครดิต งานบริการซ่อมบำรุง งานบริการประกัน งานบริการโทรศัพท์ทางไกล งานบริการธนาคารสาขาย่อย และงานบริการนำหน้าซื้อขาย ระยะสุดท้ายเป็นการมุ่งศึกษา ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการโดยเฉพาะ

Parasuraman and et. al. (1990, p. 22) ได้กำหนดมิติที่ใช้วัดคุณภาพการ ให้บริการ ไว้ 10 ด้าน ได้แก่

1. ความไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความน่าเชื่อถือของ การให้บริการ ได้แก่ พฤติกรรมการปฏิบัติของพนักงานที่สามารถสร้างความมั่นใจ ความถูกต้องในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ
2. ความรับผิดชอบ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมในการ ตอบสนองการให้บริการที่สอดคล้องกับเวลา และการให้บริการที่เหมาะสม ตลอดจน สามารถช่วยแก้ปัญหาให้แก่ผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี
3. ความสามารถ (Competence) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถ และทักษะที่จะปฏิบัติงานด้านการให้บริการได้เป็นอย่างดี
4. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การที่ผู้รับบริการสามารถติดต่อ ขอรับบริการได้อย่างสะดวกรวดเร็วและใช้บริการได้หลายช่องทาง โดยครอบคลุมถึงเวลา เปิดดำเนินการ สถานที่ตั้งและวิธีการที่จะอำนวยความสะดวกในการให้บริการ
5. ความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมี ความสุภาพเรียบร้อย มีความนับถือในตัวผู้รับบริการ มีความเอาใจใส่ และความเป็นมิตร ต่อผู้รับบริการ

6. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสาร และให้ข้อมูลแก่ผู้รับบริการด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะหรือคำติชมของผู้รับบริการในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวกับการให้บริการ

7. ความน่าเชื่อถือ (Creditability) หมายถึง ความเชื่อถือได้ ความซื่อสัตย์ และความน่าไว้วางใจในบริการ

8. ความปลอดภัย (Security) หมายถึง ความรู้สึกปลอดภัยจากอันตราย ไม่มีความเสี่ยง หรือความกังวลใดๆ ในการรับบริการ

9. การเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง (Understanding/Knowing he Customer) หมายถึง ความพยายามที่จะเข้าใจ รับรู้ถึงความต้องการของผู้รับบริการ

10. สิ่งที่สามารถสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) หมายถึง ลักษณะภายนอกที่สามารถมองเห็นได้ของบุคลากร อุปกรณ์ที่ให้บริการ รวมไปถึงจนถึงสิ่งต่างๆ ที่เผยแพร่ออกไปว่ามีความเหมาะสม สวยงามและทันสมัย

5. หลักการให้บริการแบบครบวงจร

หลักการให้บริการแบบครบวงจร เป็นการให้บริการแบบเชิงรุกที่มุ่งเน้นให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างครบถ้วน และใช้ระยะเวลาที่รวดเร็ว ในการให้บริการ ประกอบด้วยหลักการแนวคิดการให้บริการแบบครบวงจร ดังนี้

อภิชาติ พรหมพิทักษ์กุล (2549, หน้า 15-19) ได้เสนอหลักการให้บริการแบบครบวงจร หรือการให้บริการเชิงรุกของ ชูวงศ์ ฉายะบุตร ว่าต้องเป็นไปตามหลักการที่เรียกว่า การพัฒนาการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจร (Package service)

1. ยึดการตอบสนองความจำเป็นของประชาชนเป็นเป้าหมาย การบริการของรัฐในเชิงรับ เน้นการให้บริการตามระเบียบแบบแผน และมีลักษณะที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการ ดังนั้น เป้าหมายหลักของการจัดบริการแบบครบวงจร คือ การมุ่งประโยชน์ของประชาชนผู้ใช้บริการ ผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการเป็นลำดับซึ่งมีลักษณะ ดังนี้

1.1 ผู้ให้บริการจะต้องถือว่าการให้บริการเป็นภาระหน้าที่ ที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยต้องพยายามจัดบริการให้ครอบคลุมผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการทุกคน

1.2 การกำหนดระเบียบ วิธีปฏิบัติและการใช้ดุลพินิจจะต้องคำนึงถึงสิทธิประโยชน์ของผู้ใช้บริการอย่างสะดวกและรวดเร็ว

1.3 ผู้ให้บริการจะต้องมองผู้มาใช้บริการว่ามีฐานะและศักดิ์ศรี เท่าเทียมกับตน มีสิทธิที่จะรับรู้ให้ความเห็น หรือข้อโต้แย้งด้วยเหตุผลได้อย่างเต็มที่

2. ความรวดเร็วในการให้บริการ ปัจจุบันสังคมมีการเปลี่ยนแปลงต่างๆ อย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา การพัฒนาให้บริการมีความรวดเร็วมากขึ้น อาจจะทำให้ 3 ลักษณะ คือ

2.1 การพัฒนาบุคลากรให้มีทัศนคติ มีความรู้ ความสามารถ เพื่อให้เกิดความชำนาญ มีความกระตือรือร้น และกล้าตัดสินใจในเรื่องที่ทำอยู่ในอำนาจของตน

2.2 การกระจายอำนาจหรือมอบอำนาจให้มากขึ้น และปรับปรุงระเบียบวิธีการทำงานให้มีขั้นตอน และระยะที่ใช้ในการให้บริการให้สั้นที่สุด

2.3 การพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อที่จะให้บริการได้เร็วขึ้น

3. การให้บริการจะต้องเสร็จสมบูรณ์ เป้าหมายของการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจรอีกประการหนึ่งคือ ความเสร็จสมบูรณ์ของการให้บริการ ซึ่งหมายถึงการเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ที่ผู้บริการจะต้องได้รับ โดยที่ผู้บริการไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้ง ซึ่งลักษณะที่ดีของการให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์ก็คือ การบริการที่แล้วเสร็จในการติดต่อเพียงครั้งเดียวหรือไม่เกิน 2 ครั้ง (คือ มารับเรื่องที่แล้วเสร็จอีกครั้งหนึ่ง) นอกจากนี้ยังหมายถึง ความพยายามที่จะให้บริการในเรื่องอื่นๆ ที่ผู้มาติดต่อใช้บริการสมควรจะได้รับด้วย เช่น ผู้มาขอคัดสำเนาทะเบียนบ้าน หากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการพบว่าบัตรประชาชนหมดอายุแล้วก็รีบดำเนินการทำบัตรประชาชนให้ใหม่ทันที

6. คุณสมบัติของการให้บริการ

ธุรกิจในปัจจุบันเกิดการแข่งขันที่สูงขึ้น ผู้รับบริการหรือผู้ซื้อสินค้ามีความคาดหวังที่จะได้รับสินค้าและการบริการที่ดีที่สุด และมีคุณภาพมากที่สุด ดังนั้นผู้บริหารงานทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน จึงมุ่งเน้นนโยบายการกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะมาให้บริการเพื่อให้งานดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นสิ่งสำคัญที่ทุกส่วนในหน่วยงานจะต้องยึดเป็นแนวปฏิบัติ และจะส่งผลให้เกิดความนิยมขึ้นชมยินดีและสร้างชื่อเสียงให้แก่หน่วยงานต่อไป คุณสมบัติของผู้ให้บริการ ประกอบด้วย

1. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ซึ่งเป็นเป้าหมายที่สำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาการให้บริการเชิงรุก หากเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความกระตือรือร้นแล้ว ผู้มาใช้บริการก็จะเกิดทัศนคติที่ดียอมรับฟังเหตุผล คำแนะนำต่างๆ มากขึ้น และเต็มใจที่จะมารับบริการในเรื่องอื่นๆ อีก และจะนำไปสู่ความเชื่อถือศรัทธาของผู้ใช้บริการในที่สุด

2. การให้บริการด้วยความถูกต้องสามารถตรวจสอบได้ การพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจรนั้น ไม่เพียงแต่จะต้องให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์เท่านั้น แต่จะต้องมีความถูกต้องชอบธรรมทั้งในแง่ของนโยบาย ระเบียบแบบแผน และถูกต้องในเชิงศีลธรรม จรรยาบรรณด้วย

3. ความสุภาพอ่อนน้อมของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ จะต้องปฏิบัติต่อผู้รับบริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการมีทัศนคติที่ดี อันจะส่งผลให้การสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างกันเป็นไปได้มากขึ้น

4. ความเสมอภาค การให้บริการแบบครบวงจร จะต้องให้บริการแก่ผู้รับบริการด้วยความเสมอภาค ซึ่งจะต้องเป็นไปภายใต้เงื่อนไข ดังต่อไปนี้

4.1 การให้บริการจะต้องเป็นไปภายใต้ระเบียบแบบแผนเดียวกัน และได้รับผลที่สมบูรณ์ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าผู้บริการจะเป็นใครก็ตาม หรือเรียกว่าความเสมอภาคในการบริการ

4.2 การให้บริการจะต้องคำนึงถึงความเสมอภาคในโอกาสที่จะได้รับบริการ ทั้งนี้เพราะประชาชนบางกลุ่มของประเทศมีข้อจำกัดในการที่จะมาติดต่อขอใช้บริการ เช่น รายได้น้อย ขาดความเข้าใจ หรือข้อมูลข่าวสารไม่เพียงพอ อยู่ในพื้นที่ห่างไกล ทุรกันดาร เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังกล่าวถึงคุณสมบัติของผู้ให้บริการ ดังนี้ คุณสมบัติ (Qualification) คือ ลักษณะประจำตัวเชิงบุคคลต้องมีก่อนที่จะได้มาซึ่งตำแหน่งหรือสิทธิการพิจารณาว่าผู้ใดมีคุณสมบัติเหมาะสมกับงานใด หมายถึง จะทำงานได้ดีในหน้าที่อะไร อาจพิจารณาจากลักษณะประจำตัวของผู้นั้น ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ 2 ประการได้แก่

1. คุณลักษณะ (Trait) หมายถึง สิ่งที่ใช้ให้เห็นความดี อาจเป็นสิ่งที่ปรากฏให้เห็นจากภายนอก เช่น รูปร่าง ร่างกาย เป็นต้น หรืออาจเป็นสิ่งที่มืออยู่ภายใน เช่น จิตใจ อารมณ์ และความรู้สึกนึกคิด เป็นต้น คุณลักษณะที่ดีย่อมนำมาซึ่งผลดี จึงเป็นลักษณะประจำตัวที่ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ต้องมีเพื่อให้เกิดคุณสมบัติครบถ้วน โดยมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1.1 มีจิตใจรักงานบริการให้ความเอาใจใส่และสนใจกับงาน พยายามทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างดี ดังนั้น ผู้ซึ่งจะทำงานบริการได้ดีต้องมีใจรักและชอบงานบริการ

1.2 มีความรู้ในงานที่จะให้บริการ งานบริการต้องการความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์เป็นสิ่งสำคัญ ผู้ทำงานบริการในเรื่องใดจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในงานที่ตนจะต้องให้บริการอย่างถูกต้องแท้จริง เพื่อให้มีลักษณะที่เพียงพอแก่การเป็นผู้ให้บริการที่ดี

1.3 มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการ เพราะการให้ความรู้และสารสนเทศเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการ เป็นหัวใจสำคัญของงานบริการ และเป็นงานบริการขั้นพื้นฐานที่ทุกคนต้องทำ

1.4 มีการวางตัวที่เหมาะสม เพราะการทำงานบริการจะต้องติดต่อกับสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกับคนจำนวนมาก การวางตนจึงเป็นสิ่งสำคัญเพราะเป็นการสร้างความเชื่อถือให้ปรากฏขึ้น การปฏิบัติตนจึงต้องระมัดระวังทั้งทางด้านกายและวาจา เนื่องจากเป็นสิ่งที่ปรากฏให้เห็นได้ง่ายทั้งจากการแต่งกาย กิริยามารยาท การพูด การสื่อสาร เป็นต้น

1.5 มีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ เพราะความรับผิดชอบเป็นเงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้งานบรรลุผล ผู้ที่ขาดความรับผิดชอบย่อมไม่สามารถทำงานใด ๆ สำเร็จได้ ดังนั้น ความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ จึงเป็นคุณลักษณะที่สำคัญมากในการทำงานบริการ

1.6 มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจ และให้บริการสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ

1.7 มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ เนื่องจากทัศนคติมีอิทธิพลต่อกระบวนการคิดของผู้ทำงานบริการ หากผู้ใดมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการก็จะให้ความสำคัญต่องานบริการและปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ ส่งผลให้งานบริการมีคุณค่ามุ่งสู่การบริการที่เป็นเลิศ

1.8 มีจิตใจมั่นคง ผู้ที่ทำงานบริการจะต้องมีความมั่นคงในจิตใจหากมีเหตุการณ์หรือความขัดแย้งเกิดขึ้นกระทบจิตใจ ทำให้เกิดปฏิกิริยาในทางลบ จะส่งผลถึงคุณภาพบริการ

1.9 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผู้ทำงานบริการจะต้องมีความคิดริเริ่มใหม่ๆ เพื่อเปลี่ยนแปลงการบริการให้ดีกว่าเดิม มีการรับรู้และสร้างจินตนาการจากประสบการณ์ เพื่อนำมาพัฒนางานบริการให้ดียิ่งขึ้น

1.10 มีความช่างสังเกต โดยหมั่นสังเกตพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้ให้บริการว่ามีความรู้สึกเช่นไร เพื่อหาแนวทางในการสร้างความพึงพอใจในการบริการที่เกิดขึ้น

1.11 มีวิจรรย์ญาณ มีความไตร่ตรองและรอบคอบ เนื่องจากความต้องการของผู้รับบริการมีความหลากหลายหรือเกินขอบเขตที่จะให้บริการได้ ผู้ให้บริการจึงต้องใช้วิจรรย์ญาณไตร่ตรองว่าควรทำประการใด เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจโดยไม่ขัดต่อนโยบายขององค์กร

1.12 มีความสามารถวิเคราะห์ปัญหา บางครั้งปัญหาอาจเกิดจากตัวผู้ให้บริการ หรือผู้ให้บริการและเกิดความล่าช้าต่างๆ ซึ่งเป็นปัญหาที่ต้องสามารถวิเคราะห์สาเหตุ และหาวิธีแก้ไขที่ดีที่สุดส่งผลกระทบต่อผู้ให้บริการน้อยที่สุด

2. พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง การแสดงออกทางความคิดและความรู้สึกโดยทั่วไปจะเห็นได้จากการกระทำของบุคคล ผู้ใดมีความคิดและความรู้สึกที่ดีก็จะมี การกระทำที่ดี จึงมีคำกล่าวที่ว่า กรรมเป็นเครื่องชี้เจตนา หมายถึง การกระทำเป็นเครื่องบ่งชี้สภาพความคิดและความรู้สึกพฤติกรรมที่ดีย่อมนำมาซึ่งผลดี จึงนับเป็นลักษณะประจำตัวที่ถือได้ว่า เป็นสิ่งที่จะต้องฝึกปฏิบัติของผู้ที่จะทำงานบริการได้ดีต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

2.1 อัจฉริยะดี ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่คาดหวังว่า ผู้ให้บริการจะให้การต้อนรับด้วยอัธยาศัยที่ดี ด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส ด้วยท่าทางที่กระตือรือร้น เป็นการสร้างความประทับใจ หากใช้วาจาที่สุภาพอ่อนโยนก็จะเป็นพฤติกรรมที่ดีของพนักงานบริการ

2.2 มีมิตรไมตรี เป็นการแสดงออกให้ผู้ใช้บริการเห็นว่า ได้รับบริการที่มีมิตรไมตรีมีน้ำใจและช่วยเหลือเป็นการให้บริการที่มั่นคงและยั่งยืน

2.3 เอาใจใส่สนใจงาน ความมุ่งมั่นในการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความเอาใจใส่งานเป็นอย่างมาก เพราะหากพนักงานขาดความเอาใจใส่แล้ว ก็จะละเลยในการปฏิบัติงาน ไม่คิดปรับปรุงพัฒนาให้เกิดความสะดวกรในการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร

2.4 แต่งกายสะอาดเรียบร้อย ผู้ทำงานบริการจะต้องมีบุคลิกภาพที่ดี เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือไว้วางใจแก่ผู้ใช้บริการ การแต่งกายที่ถูกต้องเหมาะสม ทั้งต่อสถานที่ทำงาน และสถานภาพของหน่วยงาน จะช่วยให้เกิดความรู้สึกที่ดีจากผู้มารับบริการ โดยการคัดเลือกผู้มาทำงานบริการจึงต้องให้ความสำคัญกับการแต่งกายเป็นพิเศษ หากแต่งกายไม่สุภาพจะแสดงถึงความไม่เอาใจใส่ในความถูกต้องเหมาะสม

2.5 กิริยาสุภาพ มารยาทงดงาม ผู้รับบริการทุกคนต้องการติดต่อกับผู้ให้บริการที่มีกิริยาสุภาพ การที่องค์กรมีผู้ทำงานบริการที่มีกิริยาสุภาพอ่อนน้อม จะเป็นเครื่องเชิดหน้าชูตาหรือเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน และยังแสดงออกถึงความมีมารยาท จึงนับเป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่ผู้ทำงานบริการจะต้องตระหนักรู้และประพฤติปฏิบัติอย่างระมัดระวัง

2.6 วาจาสุภาพ การทำงานบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือผู้อื่นให้เกิดความพึงพอใจ จึงต้องเป็นผู้มีวาจาสุภาพ เพื่อให้ผู้มารับบริการมีความสบายใจที่จะติดต่อขอรับบริการ การคัดเลือก ผู้ทำงานบริการจึงควรสัมภาษณ์เพื่อจะได้สนทนาบอกรับคำถามและฟังคำตอบว่าบุคคลใดมีการใช้ถ้อยคำอย่างไร วาจาสุภาพหรือไม่เพียงใด

2.7 น้ำเสียงไพเราะ การแสดงออกทางน้ำเสียงของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันออกไป บางคนพูดน้ำเสียงชวนฟัง แม้จะไม่ไพเราะหรือเสียงดี แต่จะต้องมีความชัดเจนชวนฟัง จึงมีความเหมาะสมในการทำงานบริการ

2.8 ควบคุมอารมณ์ได้ดี ผู้ทำงานบริการจะต้องมีอารมณ์มั่นคง เพราะอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องพบปะผู้มารับบริการมากหน้าหลายตา ซึ่งมีภูมิหลังต่างกัน ผู้มาใช้บริการบางคนมีกิริยาดีสุภาพ แต่บางคนอาจมีความก้าวร้าวหรือใจร้อนต้องการได้รับบริการที่รวดเร็วทันใจ เมื่อไม่ได้ตั้งใจอาจพูดตำหนิในการให้บริการ ผู้ให้บริการอาจแสดงอารมณ์ตอบโต้ ดังนั้น จะต้องควบคุมอารมณ์ด้วยความอดทน

2.9 มีความกระตือรือร้น อุบนิสัยที่แสดงออกถึงความกระตือรือร้น เป็นพฤติกรรมที่ดีอย่างยิ่งในงานบริการ หากผู้ทำงานบริการเป็นคนเซื่องช้าแล้ว ย่อมทำให้ผู้ใช้บริการหมดความศรัทธา ไม่คาดหวังที่จะได้รับบริการอย่างทันท่วงที นอกจากนี้ยังทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรเสียหายเป็นผลมาจากบริการล่าช้า

2.10 รับฟังและเต็มใจแก้ไขปัญหา พฤติกรรมที่แสดงออกของผู้ทำงานบริการจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังนั้น เมื่อผู้ใช้บริการมีปัญหาหรือข้อร้องเรียนใดๆ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงความสนใจรับฟังปัญหาเป็นเบื้องต้น

ซึ่งจะปฏิเสธความรับผิดชอบก่อนไม่ได้ นอกจากแสดงความเอาใจใส่อย่างจริงจังแล้ว จะต้องมีความรู้สึกเต็มที่จะให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการด้วยจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจความกระตือรือร้นในการดำเนินการแก้ปัญหา

2.11 มีวินัย ผู้ทำงานบริการที่มีระเบียบวินัยจะทำงานเป็นระบบยึดมั่นในสัญญา เมื่อหน่วยงานมีนโยบายกำหนดไว้เป็นหลักการว่าจะให้บริการแก่ผู้มารับบริการอย่างไร ก็จะปฏิบัติตามกรอบหรือแนวทางอย่างเคร่งครัด ดังนั้น ในการพิจารณาคัดเลือกคุณสมบัติผู้ทำงานบริการจึงควรทดสอบวินัยเป็นสำคัญ

2.12 ความซื่อสัตย์ การให้บริการจะต้องให้ความช่วยเหลืออย่างถูกต้องตรงไปตรงมา ผู้มารับบริการทุกคนย่อมต้องการติดต่อสัมพันธ์กับคนที่ซื่อสัตย์รักษาคำพูด ดังนั้น พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความซื่อสัตย์รักษาคำพูด จึงเป็นสุดยอดปรารถนาของผู้มารับบริการ

จรัส สุวรรณมาลา (2550, หน้า 10-12) กล่าวถึง คุณภาพของการให้บริการประชาชนแต่ละประเภทมีคุณลักษณะแตกต่างกันออกไป ตัวแปรที่จะนำมาใช้ในการกำหนดคุณภาพการให้บริการ มีดังนี้

1. ความต้องการตามกฎหมาย หมายถึง บริการที่จัดให้มีขึ้นตามกฎหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริการที่บังคับให้ประชาชนต้องมาใช้บริการ เช่น บริการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชน บริการชำระภาษีอากร บริการออกใบอนุญาตและเอกสารสิทธิต่างๆ

2. ความเพียงพอ หมายถึง บริเวณที่มีจำนวนมากและคุณภาพเพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ไม่มีการรอคอยหรือเข้าคิวเพื่อขอรับบริการเพราะหน่วยงานมีขีดความสามารถในการให้บริการต่ำกว่าความต้องการของประชาชน เช่น บริการเก็บขยะของเทศบาล ต้องเพียงพอกับความต้องการของประชาชน สามารถเก็บขยะได้หมดทุกวันไม่มีขยะตกค้าง

3. ความทั่วถึง เท่าเทียม ไม่มีข้อยกเว้น ไม่มีอภิสิทธิ์ หมายถึง บริการสาธารณะที่ดีจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนในทุกพื้นที่ ทุกกลุ่ม อาชีพ ทุกเพศ ทุกวัย ได้ใช้บริการประเภทเดียวกัน คุณภาพเดียวกันได้อย่างทั่วถึง เท่าเทียมกัน โดยไม่มีข้อยกเว้นใด

4. ความสะดวก รวดเร็ว เชื่อถือได้ หมายถึง การให้บริการที่ดีมีคุณภาพนั้น ผู้ใช้บริการจะต้องได้รับความสะดวก คือ สามารถใช้บริการได้ตามที่ต่างๆ และยังจะสามารถเลือกใช้วิธีการได้หลายแบบ ตามสภาพของผู้ใช้บริการ เช่น ประชาชนสามารถ

ชำระภาษีอากรและค่าบริการต่างๆ ได้โดยผ่านระบบธนาคาร หรือสามารถใช้บริการ ทะเบียนราษฎร์ได้ทางไปรษณีย์ หรือทางระบบสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่จำเป็นต้อง เดินทางไป ที่ว่าการอำเภอ/เขต

5. ความได้มาตรฐานทางเทคนิคหรือมาตรฐานทางวิชาการ หมายถึง การให้บริการบางประเภทจะต้องอาศัยความรู้ความชำนาญทางเทคนิคหรือทางวิชาการ เช่น บริการทางการแพทย์ บริการให้คำปรึกษาด้านวิศวกรรม เกษตรกรรม เศรษฐกิจ การเงินการบัญชี กฎหมาย บริการดังกล่าวนี้จะมีคุณภาพดีก็ต่อเมื่อมีบุคลากรและ กระบวนการให้บริการที่ได้มาตรฐานทางเทคนิคและวิชาการเท่านั้น

6. การเรียกเก็บค่าบริการที่เหมาะสม ต้นทุนการให้บริการต่ำ หมายถึง การให้บริการของรัฐบาลบางประเภทมีการเรียกเก็บค่าบริการจากผู้ใช้บริการในกรณี ดังกล่าวนี จะต้องนำเรื่องการเก็บค่าบริการมาพิจารณาด้วยเช่นเดียวกัน บริการที่ดีต้องมี ค่าบริการที่เหมาะสมไม่สูงจนทำให้บุคคลบางกลุ่มซึ่งจำเป็นต้องใช้บริการถูกกีดกัน

7. ความพอใจ ประทับใจของผู้ใช้บริการ หมายถึง คุณภาพการให้บริการ คือความพึงพอใจของผู้รับบริการ บริการที่มีคุณภาพจะต้องเป็นที่พึงพอใจและเป็น ที่ไว้วางใจของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่

จิตตินันท์ เตชะคุปต์ (2549, หน้า 23) ได้กล่าวถึง สาระสำคัญของ การ ให้บริการ ดังนี้

1. สาระสำคัญของ การ ให้บริการ คือ การ ให้บริการ เป็นกิจกรรมหรือ การกระทำที่ผู้บริการปฏิบัติต่อผู้มารับบริการ ขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้น ผู้ซื้อหรือ รับบริการจึงไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับการปฏิบัติอย่างไร จนกว่ากิจกรรมการ บริการจะเกิดขึ้น การตัดสินใจซื้อบริการจึงจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ ซึ่งแตกต่าง จากการซื้อสินค้าทั่วไป ที่ผู้บริโภคสามารถหยิบ จับ ตรวจสอบสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ การบริการทำได้เพียงการให้คำอธิบาย สิ่งที่ถูกค้าจะได้รับการรับประกันคุณภาพหรือการ อ้างอิงประสบการณ์ที่ผู้อื่นเคยใช้บริการมาก่อน

2. สิ่งที่ต้องจับต้องไม่ได้ (Intangibility) การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่อาจสัมผัสผัสก่อน ที่จะมีการซื้อเกิดขึ้น ผู้ซื้อหรือลูกค้าไม่อาจรับรู้การบริการล่วงหน้าหรือ ก่อนที่จะตกลงซื้อเหมือนกับการซื้อสินค้าทั่วไป นอกจากนั้น การซื้อบริการก็เป็นการซื้อ ที่จับต้องไม่ได้เพียงแต่อาศัยความคิดเห็นเจตคติ และประสบการณ์เดิมที่ได้รับ ประกอบการตัดสินใจซื้อบริการนั้นๆ โดยผู้ซื้ออาจกำหนดเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพหรือ

ประโยชน์ของการบริการที่ตนควรได้รับแล้วจึงตัดสินใจเลือกซื้อบริการที่ตรงกับความต้องการดังกล่าว

3. ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability) การบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถอาจแยกออกจากตัวบุคคล หรืออุปกรณ์เครื่องมือที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการหรือผู้ขายบริการนั้นๆได้ การผลิตและการบริโภค การบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกับการขายบริการ ซึ่งจะแตกต่างกับตัวสินค้าที่มีการผลิตการขายสินค้าแล้ว จึงเกิดการบริโภคภายหลัง เนื่องจากการบริการมีลักษณะที่แบ่งแยกไม่ได้ ทำให้มีข้อจำกัดในเรื่องของปริมาณการขาย ขอบเขตการดำเนินงานบริการ ซึ่งในบางกรณีอาจจำเป็นต้องมีผู้ให้บริการตลอดเวลาในลักษณะของการขายตรงจากผู้ขายไปยังผู้ซื้อ หรืออาจใช้ตัวแทนเป็นสื่อกลางการติดต่อระหว่างผู้ขายหรือผู้ให้บริการกับผู้ซื้อหรือผู้รับบริการ

4. ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ (Heterogeneity) การบริการมีลักษณะที่ไม่คงที่และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้ เนื่องจากการบริการแต่ละแบบขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ละคน และมีวิธีการเป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ถึงแม้จะเป็นบริการอย่างเดียวกัน จากผู้ให้บริการคนเดียวกันแต่ต่างวาระกัน คุณภาพของการบริการก็อาจแตกต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ ช่วงเวลาของการบริการและสภาพแวดล้อมขณะบริการที่แตกต่างกัน เนื่องจากการบริการที่มีความหลากหลายผันแปรไปตามปัจจัยหลายๆ อย่าง เป็นการยากที่จะกำหนดเป็นมาตรฐานในการบริการอย่างเดียว แม้จะมีการกำหนดเป็นระบบการทำงาน เช่น การบริการในธนาคาร การบริการบนเครื่องบิน การบริการในโรงพยาบาล เป็นต้น การให้บริการนี้อาจแตกต่างกันได้ ดังนั้น การให้ความสำคัญต่อการเลือกบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับลักษณะงาน และจัดให้มีการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่ง รวมทั้งการกำหนดมาตรการในการให้บริการมากเป็นพิเศษ เช่น รับฟังคำติชม รับฟังข้อคิดเห็น รับฟังการเสนอบริการด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวกและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพและความสม่ำเสมอของการบริการ

5. ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perish ability) หรือเก็บสำรองไว้ได้เหมือนกับสินค้าทั่วไป เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการ บริการจะก่อให้เกิดความสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ได้ใหม่ การบริการจึงมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อใดก็ได้ เช่น การจัดเตรียมอาหารไว้บริการลูกค้าตามร้านอาหาร เมื่อไม่มีผู้มาใช้บริการ การจัดเตรียมของไว้ก็อาจจะสูญเปล่าแต่ก็จำเป็นที่จะต้องจัดเตรียมไว้ เนื่องจากอาจมี

ผู้ใช้บริการมาใช้บริการได้ตลอดเวลา การรักษาความสมดุลของลูกค้าจำเป็นต้องการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อหาวิธีจูงใจลูกค้าให้มาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ

6. ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non-ownership) การบริการมีลักษณะที่ไม่มีความเป็น เมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้น ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปอย่างเห็นได้ชัด เพราะเมื่อผู้ใช้บริการจ่ายเงินซื้อสินค้าใด ก็จะเป็นเจ้าของสินค้านั้นอย่างถาวรทันที ในขณะที่ผู้ใช้บริการจ่ายเงินซื้อบริการใด ก็จะเป็นค่าบริการนั้นที่ผู้ซื้อจะได้รับตามเงื่อนไขของการบริการแต่ละประเภท เพราะการบริการไม่ใช่สิ่งของ แต่เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการของการกระทำ เช่น เมื่อผู้โดยสารหรือลูกค้าซื้อตั๋วเครื่องบินเดินทางกับบริษัทการบินไทย จากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง การบริการจะเกิดขึ้น ขณะที่โดยสารบนเครื่องบินจากที่แห่งหนึ่งไปยังที่แห่งหนึ่งเมื่อถึงจุดหมายปลายทาง การบริการก็จบสิ้นลง ผู้โดยสารไม่สามารถเป็นเจ้าของการบริการนั้นได้อีกเพราะการบริการหมดลงไม่ถาวรเหมือนสินค้าอื่นๆ

Millet (1954, p. 397 อ้างถึงใน ชนิทร ตั้งชูทวีทรัพย์, 2545, หน้า 15) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญของการบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการ สาธารณะแก่ประชาชน โดยมีหลักและแนวทาง คือ การให้บริการอย่างเสมอภาค หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงาน ภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติ อย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมายไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับ การปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานในการให้บริการเดียวกันการให้บริการที่ ตรงเวลา หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่า การให้บริการสาธารณะจะต้องตรงต่อเวลา ผลการ ปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงต่อเวลา ซึ่งจะต้องสร้างความไม่พอใจให้แก่ประชาชนการให้บริการอย่างเพียงพอ หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมี ลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม Millet เห็นว่า ความเสมอภาค หรือการตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งที่ ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ ผู้รับบริการ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่า จะให้บริการ หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้และการให้บริการ อย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและ ผล

การปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

Millet (1954, p. 397 อ้างถึงใน รังสิตรา สังอร่าม, 2550, หน้า 20) ได้ให้ทัศนะว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการของหน่วยงานภาครัฐนั้น โดยได้สรุปประเด็นว่า เป้าหมายที่เป็นที่นิยมมากที่สุดที่ผู้ปฏิบัติต้องยึดถือไว้เสมอในหลักการ 5 ประการ คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานของภาครัฐที่มีพื้นฐานคติที่ว่าคนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในกรอบของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกในการให้บริการประชาชน จะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely service) หมายถึง การให้บริการจะต้องมองว่าเป็นการบริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพเลย ถ้าไม่ตรงต่อเวลาจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะจะต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม มีลเลท เห็นว่า ความเสมอภาคหรือการตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมาย ถ้าจำนวนการให้บริการไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดหลักความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใด

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน กล่าวกันอีกนัยหนึ่ง คือ ความสามารถ หรือการเพิ่มประสิทธิภาพ ที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมา สรุปได้ว่า การบริการอย่างมีคุณภาพนั้น คือการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและอำนวยความสะดวกด้วยความมีอัธยาศัย สะดวก รวดเร็ว เสมอภาคและเป็นธรรม ให้บริการโดยไม่คำนึงถึงตัว

บุคคล และเป็นกาารให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ผู้มารับบริการทุกคนได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกัน ภายใต้กฎหมายข้อบังคับและระเบียบต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ มุ่งที่จะให้บริการในเชิงส่งเสริมทัศนคติและสัมพันธที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างภาพพจน์ให้เป็นที่ประทับใจ นอกจากนี้ต้องมึคิลปะที่จะชักจูงให้ผู้มารับบริการมีความพึงพอใจกลับมาใช้บริการอีก กล่าวได้ว่าความสำคัญของงานบริการนั้นเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงความเจริญและความเสื่อมอันเป็นผลจากการให้บริการที่ดีและไม่ดี

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารคุณภาพ

1. ความเป็นมาของการบริหารคุณภาพ

ปัจจุบันการบริหารคุณภาพมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพขององค์กร เพื่อให้องค์กรมีความทันสมัย และมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งในด้านการสื่อสาร เทคโนโลยีที่ทันสมัย ทั้งในด้านสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป และเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ ดังนั้น การที่จะให้องค์กรเป็นที่ยอมรับในเรื่องการให้บริการในระดับกว้างทั้งภายในและต่างประเทศ คุณภาพจึงเป็นปัจจัยในการปรับปรุงระบบการจัดการสมัยใหม่และเป็นตัวบ่งชี้ถึงผลความสำเร็จของการปฏิบัติงานภายในองค์กรในปัจจุบัน นั่นคือการสร้างผลผลิตผลิตภัณฑ์ และการให้บริการที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นแนวทางหลักในการบริหารองค์กรให้มีคุณภาพ ด้วยเหตุนี้การได้รับการรับรองให้เป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการมาตรฐานและความเป็นสากลจึงเป็นสิ่งสำคัญ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน, 2543)

ระบบการบริหารคุณภาพ (Quality management) คือการจัดการทุกเรื่องในองค์กรให้ได้ตามนโยบายคุณภาพที่กำหนด โดยเริ่มต้นจากการกำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมาย นโยบาย และการวางแผน จัดเตรียมทรัพยากร และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างคุณภาพ ตลอดจนตัวชี้วัดคุณภาพให้สอดคล้องกับความต้องการอย่างชัดเจน และมีระบบบริหารคุณภาพซึ่งได้แก่ ระบบ IPOO (Input-Process-Output-Outcome) ระบบการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total quality management : TQM) ในปลายปี ค.ศ.1980 วัตถุประสงค์ที่สำคัญของธุรกิจ คือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ดังนั้นคุณภาพจึงเป็นกุญแจที่สำคัญของความสำเร็จ ในการตอบสนองความต้องการของ

ผู้รับบริการ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้วิธีนี้เพื่อให้ประสบความสำเร็จ และเป็นตัวกำหนดมาตรฐาน การให้บริการที่สูงขึ้นได้เป็นอย่างดี

TQM มาจากคำว่า TQC (Total quality control) ของญี่ปุ่น หรือบางที่ญี่ปุ่น เรียกว่า “CWQC” (Company-Wide Quality Control) หรือแปลว่า “การควบคุมคุณภาพ ทั่วบริษัท” (เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ, 2549) TQM ได้รับการนิยามว่าเป็น “กิจกรรมที่เป็น ระบบ เป็นวิทยาศาสตร์ ครอบคลุมทุกส่วนขององค์กรโดยให้ความสำคัญที่ลูกค้า” (จำลักษณ์ ขุนพลแก้ว และศุภชัย อาชีวะระงับโรค, 2548)

แนวคิด TQM ถูกคิดค้นในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โดย Deming เพื่อ ปรับปรุงคุณภาพการผลิตสินค้าและบริการ แต่ชาวอเมริกายังไม่ได้มีการนำมาใช้อย่าง จริงจัง สำหรับการนำแนวคิดการบริหารงานโดยใช้ TQM มาใช้ในการบริหารงานอย่าง จริงจังนั้น ได้เริ่มตั้งแต่ปลายปี 1940 โดยบุคคลที่มีบทบาทในการบริหารคุณภาพ เช่น จูราน (Juran) เฟเกนบาม (Feigenbaum) และ เดมมิ่ง (Deming) ในปี ค.ศ. 1951 เฟเกนบาม (Feigenbaum) ได้แต่งหนังสือเรื่อง Total quality control และในปีเดียวกัน จูราน (Juran) เขียนหนังสือ เรื่อง Juran’s Quality Control Handbook TQM ได้รับความนิยมและมีผล ในทางปฏิบัติมากในประเทศญี่ปุ่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับชาติที่เน้นการผลิต สินค้าที่มีคุณภาพดี และได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความที่เกี่ยวข้องกับ TQM

การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร TQM (Total quality management) มีหลากหลายแนวความคิด แต่ไม่ว่าเป็นแนวทางของใคร สิ่งที่มีมุ่งเน้นเป็นปรัชญาการ บริหารจัดการ คือการบริหารมุ่งความสำคัญของลูกค้า เพื่อที่จะสามารถนำเสนอ ผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ด้วยการมีส่วนร่วมของทุกคน ภายในองค์กรในการพัฒนาองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่าที่สุด โดยการพัฒนา และใช้ประโยชน์สูงสุดจากศักยภาพของพนักงานทุกๆ คน ที่จะมุ่งไปสู่การปรับปรุงคุณภาพ อย่างต่อเนื่อง

2. ความหมายของการบริหารคุณภาพ

การบริหารคุณภาพ TQM (Total quality management) หรือการบริหาร คุณภาพแบบเบ็ดเสร็จ การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร รวมถึงเป็นการบริหารคุณภาพ แบบองค์รวม เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่า TQM หมายถึง การบริหารคุณภาพโดยรวม ความหมายของ TQM มีความหมายเป็นพลวัต มีพัฒนาการเป็นวัฒนธรรมขององค์กรที่ สมาชิกทุกคนต่างให้ความสำคัญ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาการดำเนินงานขององค์กร

อย่างต่อเนื่องโดยมุ่งที่จะตอบสนองความต้องการ และสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะสร้างโอกาสทางธุรกิจ ความได้เปรียบในการแข่งขัน และพัฒนาการที่ยั่งยืนขององค์กร

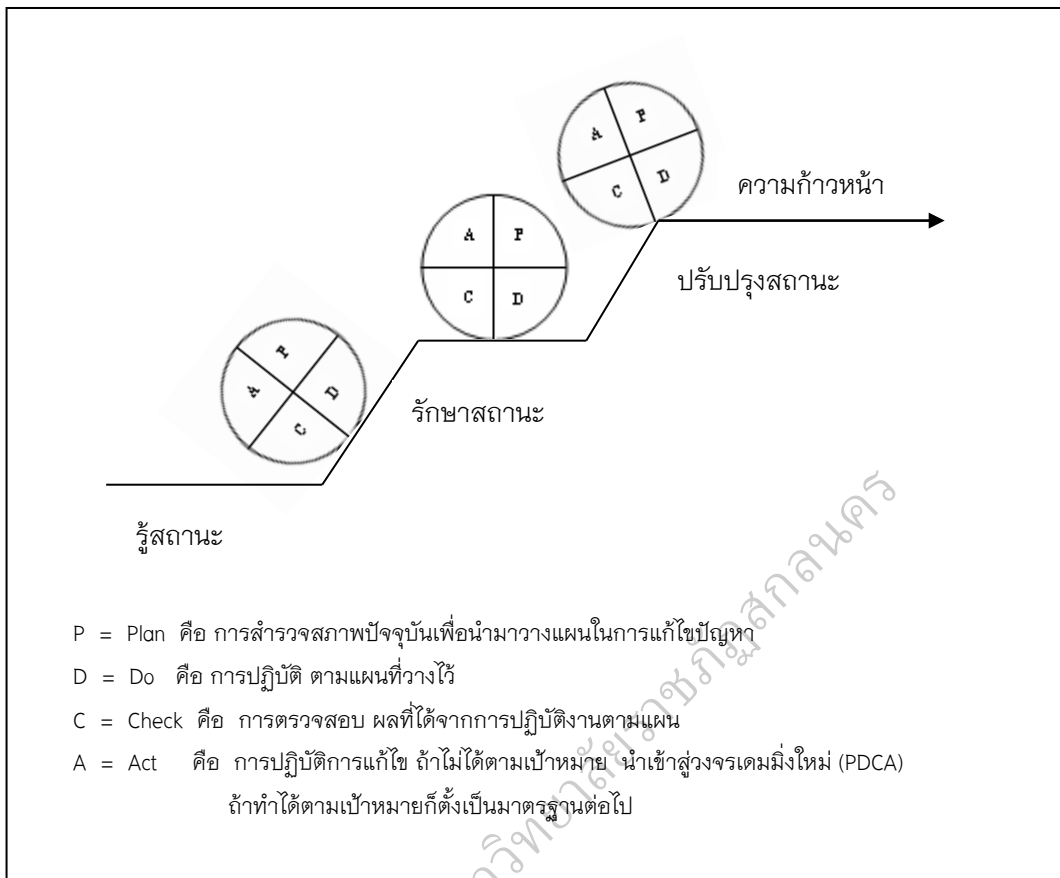
เมื่อก้าวโดยสรุปโดยภาพรวมสำหรับความหมายของ TQM นั้น Witcher (1990 อ้างถึงใน สุนทร พูนพิพัฒน์, 2542) กล่าวว่า

T (Total) : การยินยอมให้ทุกคนปฏิบัติงานอยู่ในองค์กร ได้มีส่วนร่วมในการจัดตั้งและบริหารงานระบบคุณภาพ ซึ่งเกี่ยวกับทั้งลูกค้าภายนอก (external customer) และลูกค้าภายใน (internal customer) โดยตรง

Q (Quality) : การสร้างความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ประโยชน์จากสินค้าและบริการ นอกจากนี้คุณภาพยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับแนวความคิดเชิงระบบของการจัดการ (systematic approach of management) กล่าวคือ การกระทำสิ่งใดๆ อย่างเป็นระบบที่ต่อเนื่อง ตรงตามแนวความคิดดั้งเดิมของวงจรคุณภาพที่เรียกว่า PDCA cycle ซึ่งเสนอรายละเอียดโดย W.Edwards Deming

เพราะฉะนั้นถ้าหมุนวงจรคุณภาพเช่นนี้อย่างต่อเนื่องขึ้นภายในแต่ละหน่วยงานย่อยขององค์กรหนึ่งๆ ก็ย่อมจะเกิดระบบคุณภาพโดยรวมทั้งหมดที่เรียกว่า TQM ขึ้นมาได้ในการสุดท้าย

M (Management) : ระบบของการจัดการหรือบริหารคุณภาพขององค์กร ดำเนินการและควบคุมด้วยระดับผู้บริหารสูงสุด ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ (vision) การประกาศพันธกิจ (mission statement) และกลยุทธ์ของการบริหาร (Strataship management) รวมถึงการแสดงสถานะของความเป็นผู้นำ (leadership) ที่จะมุ่งมั่นปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพขององค์กรอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องตลอดระยะเวลา (continuous quality improvement)



ภาพประกอบ 2 ระบบการจัดการบริหารคุณภาพขององค์กร
 ที่มา : Deming (1986, อ้างถึงใน สุนทร พูนพิพัฒน์, 2542)

TQM เป็นระบบการจัดการที่เน้นมนุษย์ (A people-focused management system) กล่าวคือ เป็นกระบวนการทางวัฒนธรรมที่มุ่งเปลี่ยนแปลงคนในองค์กร เพื่อให้หันมาสนใจปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายสูงสุด คือ การสร้างความเป็นเลิศในระดับโลก TQM มีความหมายหลายอย่างในตัวเอง กล่าวคือเป็นทั้งกลยุทธ์ เทคนิค ระบบการจัดการ รวมไปถึงปรัชญาและเครื่องมือในการแก้ปัญหาขององค์กร สาเหตุที่ TQM มีความสำคัญ เพราะการเปลี่ยนแปลงทางด้านการผลิต การตลาด และการเงิน เนื่องจากองค์กรต้องการพัฒนาประสิทธิภาพ เพื่อต่อสู้กับการแข่งขัน โดยมีกระแสโลกาภิวัตน์เป็นตัวเร่งรัด และการแข่งขันเปิดกว้างออกอย่างไร้พรมแดน ซึ่งองค์กรต้องหาทางลดต้นทุนและเพิ่มคุณภาพ เพื่อเอาตัวรอดและสร้างความเจริญก้าวหน้า ประกอบกับมีตัวอย่างความสำเร็จของ TQM จากกิจการต่างๆ ทั้งในประเทศญี่ปุ่น ประเทศตะวันตกและประเทศอื่นๆ ทั่วโลก (เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ, 2549)

3. หลักการบริหารคุณภาพ

1. ค้นหาความต้องการของผู้มารับบริการ โดยการสำรวจความต้องการหรือการใช้เทคนิคอื่นๆ
2. ออกแบบสินค้าหรือบริการตามที่ผู้มารับบริการมีความต้องการหรือเกินกว่าความคาดหวังของผู้มารับบริการ
3. ออกแบบกระบวนการที่ง่ายเพื่อให้งานที่ออกมาถูกต้อง และกำหนดวิธีการป้องกันข้อผิดพลาดที่จะเกิดขึ้น
4. เก็บผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาระบบ
5. มีการขยายความคิดและช่องทางการให้บริการหลากหลายเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ

4. แนวคิดและภาพรวมของการบริหารคุณภาพ

1. การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous improvement)
2. การเปรียบเทียบเพื่อการแข่งขัน (Competitive benchmarking)
3. มอบอำนาจให้แก่ผู้ให้บริการ (Employee empowerment)
4. วิธีการทำงานเป็นทีม (Team approach)
5. การตัดสินใจโดยใช้พื้นฐานของข้อเท็จจริง (Decision based on fact rather than opinion)
6. ความรู้ในตัวเครื่องมือ (Knowledge of tools)
7. คุณภาพของผู้ให้บริการปัจจัยการผลิต (Supplier quality)
8. ผู้ชนะเลิศ (Champion)
9. คุณภาพแหล่งที่ผลิต (Quality at the source)
10. ผู้ให้บริการปัจจัยการผลิต (Supplier)

ตาราง 1 เปรียบเทียบระหว่างวัฒนธรรมขององค์กรที่ใช้หลัก TQM และวัฒนธรรม
องค์กรแบบดั้งเดิม

| หลักเกณฑ์ | แบบดั้งเดิม | TQM |
|---------------------------|--|--|
| พันธกิจโดยรวม | ผลตอบแทนจากการลงทุนสูงสุด | สร้างความพอใจให้สอดคล้องหรือมากกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ |
| วัตถุประสงค์ | เน้นความสำคัญในระยะสั้น | ความสมดุลระหว่างระยะยาวและระยะสั้น |
| การจัดการ | ไม่เป็นระบบเปิด แต่บางทีก็เป็นวัตถุประสงค์ที่ไม่เป็นไปตามที่วางแผนเอาไว้ หรือเกิดความไม่แน่นอน | เป็นระบบเปิด สนับสนุนความคิดเห็น(ตัวป้อนกลับ) จากพนักงานเพื่อนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดวัตถุประสงค์ |
| บทบาทของผู้จัดการ | ออกกฎระเบียบและข้อบังคับ | เป็นผู้ฝึกสอน ขจัดอุปสรรคต่างๆ ที่มี รวมทั้งสร้างความไว้วางใจให้กับทุกฝ่าย |
| ผู้รับบริการ | ไม่ใช่สิ่งที่มีมาก่อนสิ่งอื่น บางทีอาจจะยังไม่ชัดเจน | เป็นสิ่งที่มาก่อนสิ่งอื่นใด เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องจำแนกและทำความเข้าใจ |
| ปัญหา | กำหนดความรับผิดชอบและบทลงโทษ | ระบุปัญหาและแนวทางแก้ไข |
| การแก้ปัญหา | ไม่เป็นระบบ เป็นการปฏิบัติเฉพาะบุคคล | เป็นระบบและทำงานเป็นทีม |
| การปรับปรุง | ไม่มีกฎเกณฑ์ | เป็นการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง |
| ผู้ให้บริการปัจจัยการผลิต | ไม่มีความร่วมมือกัน | สร้างพันธมิตรในการทำงานร่วมกัน |
| งาน | รูปแบบแคบๆ เฉพาะเจาะจง | รูปแบบกว้าง เน้นความเป็นทีม |
| จุดสำคัญ | มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ | มุ่งเน้นกระบวนการ |

ที่มา : สุนทร พูนพิพัฒน์ (2542, หน้า 16)

5. อุปสรรคในการนำการบริหารคุณภาพ (TQM)

1. การขาดคำจำกัดความที่กว้างในเรื่องคุณภาพ ขาดความพยายามในการประสานร่วมมือกัน คนทำงาน ตรงข้ามกับวัตถุประสงค์ที่วางไว้ การพูดกัน ในคนละหัวข้อ การใช้มาตรฐานในการวัดความสำเร็จที่แตกต่างกัน

2. การขาดการวางแผนกลยุทธ์สำหรับการเปลี่ยนแปลง
3. การขาดความสนใจในตัวผู้มารับบริการ
4. การขาดการติดต่อสื่อสารที่ดีภายในองค์กร
5. การขาดการให้อำนาจกับผู้ใต้บังคับบัญชา
6. มุมมองด้านคุณภาพมีลักษณะที่ตายตัวเพียงแค่วะยะสั้น
7. เน้นผลทางด้านการเงินในระยะสั้น
8. การมีนโยบายภายใน และข้อกำหนดที่มากเกินไป
9. การขาดการกระตุ้นที่ดี
10. การขาดการอุทิศเวลาในการทำงานให้เกิดคุณภาพ
11. การขาดความเป็นผู้นำ

6. ข้อวิจารณ์เกี่ยวกับการบริหารคุณภาพ (TQM)

- ขั้นที่ 1 กำหนดปัญหาและกำหนดเป้าหมายเพื่อการปรับปรุง
- ขั้นที่ 2 เก็บรวบรวมข้อมูล
- ขั้นที่ 3 การวิเคราะห์ปัญหา
- ขั้นที่ 4 กำหนดแนวทางแก้ปัญหาที่เป็นไปได้ทั้งหมด
- ขั้นที่ 5 เลือกแนวทางแก้ไขปัญหา
- ขั้นที่ 6 การนำแนวทางแก้ไขปัญหาที่ได้เลือกไว้ไปปฏิบัติ
- ขั้นที่ 7 ตรวจสอบแนวทางแก้ไขปัญหว่าสามารถแก้ไขได้สำเร็จหรือไม่

7. ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประยุกต์ใช้การบริหารคุณภาพ (TQM)

การนำหลัก TQM มาใช้ไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะ TQM เป็นเรื่องที่ซับซ้อนและมีความเกี่ยวข้องกับทุกคนในองค์กร ดังนั้น ถึงแม้ผู้บริหารจะดำเนินการตามขั้นตอนการนำ TQM ไปปฏิบัติแบบเปิดตำราทำ (Open book approach) แล้วก็ตาม โครงการ TQM ก็อาจจะมีผลล้มเหลวได้ เพราะผู้ปฏิบัติขาดความเข้าใจ และไม่ตระหนักถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการเปลี่ยนแปลงองค์กร ที่เรียกว่ากุญแจแห่งความสำเร็จ (Key success factors) โดยการนำ TQM มาประยุกต์จนประสบความสำเร็จซึ่งประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญต่อไปนี้ (พันธศักดิ์ พลสามรัมย์, 2543, หน้า 11)

1. ความรู้และความเข้าใจ (Knowledge and understanding) เป็นจุดเริ่มต้นของความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการทำ TQM เนื่องจาก TQM เป็นปรัชญาในการ

บริหาร จึงจำเป็นต้องดำเนินการด้วยความเข้าใจ ไม่ใช่คิดขึ้นเองหรือทำงานแบบครั้งต่อครั้งและจะต้องมีวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ แผนงาน และวิธีปฏิบัติที่ชัดเจน

2. ความศรัทธาและมุ่งมั่น(Faith and commitment) ในหลักการและความสำเร็จของ TQM ทำให้ทุกคนร่วมแรงร่วมใจปฏิบัติงาน แก้ไขปัญหาและผ่านอุปสรรคต่างๆ เพราะการสร้างวัฒนธรรมและองค์การ TQM ต้องอาศัยความทุ่มเทและเสียสละอย่างมาก และต้องเกิดขึ้นจากความเข้าใจอย่างแท้จริง

3. ภาวะผู้นำ (Leadership) ผู้บริหารและทุกคนในองค์กรต้องมีความเป็นผู้นำในตนเอง โดยมีการตัดสินใจอย่างถูกต้อง โดยผู้บริหารจะต้องเป็นแม่แบบทั้งในการทำงาน การยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลง การรับผิดชอบในการกระทำของตนเองและผู้ใต้บังคับบัญชาและมีการพัฒนาตนเองและทีมงานอย่างต่อเนื่อง

4. ความกล้า (Courage) เป็นพื้นฐานสำคัญของการเป็นผู้นำ การสร้างสรรค์ และนวัตกรรมใหม่ๆ ที่จะต้องคิดนอกกรอบ โดยสมาชิก TQM จะต้องกล้าที่จะตัดสินใจ เปลี่ยนแปลง รับผิดชอบและแก้ไขการดำเนินงานของตนเองได้เป็นอย่างดี

5. การบริหารระบบ (System management) TQM เป็นงานที่ต้องมีการวางแผนและระบบบริหารงานร่วมกันทั้งองค์กร โดยกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และแผนแม่บท ซึ่งมีความครอบคลุมในการพัฒนาศักยภาพขององค์การ และต้องยืดหยุ่นสามารถปรับตัวได้สอดคล้องกับข้อกำหนด และเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์

ดังนั้น ความสำเร็จในการทำ TQM นั้นจึงอยู่ที่คน ซึ่งจะต้องมีความเชื่อมั่นพร้อมที่จะเรียนรู้ในการทำงาน และผู้บริหารต้องไม่ใจร้อน เพราะการสร้างองค์การ TQM จะเริ่มเกิดผลที่เป็นรูปธรรม เมื่อดำเนินงานจนถึงระดับที่ทำให้สมาชิกส่วนใหญ่ในองค์การเห็นความสำคัญของคุณภาพ และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยสมาชิกในองค์กร TQM จะไม่พอใจต่อคุณภาพ หรือความสำเร็จในปัจจุบันเท่านั้น แต่ต้องหมั่นตรวจสอบ วิเคราะห์ และแก้ไขให้ปฏิบัติงานอย่างก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป จึงจะทำให้้องค์การประสบความสำเร็จ

สรุป วัตถุประสงค์หลักของระบบ TQM (Total quality management) คือ “การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง” (Continuous Improvement) รวมถึงแนวทางในการบริหารองค์กร ที่มุ่งเน้นคุณภาพ และสมาชิกทุกคนขององค์กรมีส่วนร่วมและมุ่งหมายผลกำไรในระยะยาวด้วยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า รวมทั้งการสร้างผลประโยชน์ตอบแทนสมาชิกขององค์กรและสังคมระบบการทำงานที่เป็นวัฒนธรรมขององค์กรที่สมาชิกทุกคนต่างให้ความสำคัญ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาการดำเนินงานขององค์กรอย่างต่อเนื่อง

โดยมุ่งที่จะตอบสนองความต้องการ และสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้าซึ่งจะสร้างโอกาสทางธุรกิจ ความได้เปรียบในการแข่งขันซึ่งจะสร้างโอกาสทางธุรกิจ ความได้เปรียบในการแข่งขันและเป็นการพัฒนาการที่ยั่งยืนขององค์กร

บริบททั่วไปของสำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม สาขาท่าอุเทน ส่วนแยกบ้านแพง

1. ประวัติความเป็นมา

กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย ได้มีประกาศ เรื่อง ตั้งสำนักงานที่ดินส่วนแยก (ฉบับที่ 14) ประกาศ ณ วันที่ 25 กรกฎาคม พ.ศ. 2546 โดยให้ตั้งสำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม สาขาท่าอุเทน ส่วนแยกบ้านแพง มีเขตดำเนินการในท้องที่อำเภอบ้านแพง เพื่อดำเนินการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรม ออกโฉนดที่ดิน การรังวัดที่ดิน ตลอดจนการดำเนินการเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ตามบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายที่ดิน

กระทรวงมหาดไทย ได้มีประกาศ เรื่อง ยกเลิกอำนาจหน้าที่ของนายอำเภอเกี่ยวกับการปฏิบัติการตามประมวลกฎหมายที่ดิน (ฉบับที่ 39) ประกาศ ณ วันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2546 โดยยกเลิกอำนาจหน้าที่ของหัวหน้าเขต นายอำเภอ หรือ ปลัดอำเภอผู้เป็นหัวหน้ากิ่งอำเภอ ให้ผู้ดำรงตำแหน่งดังกล่าวปฏิบัติหน้าที่ต่อไปพลางก่อน จนกว่ารัฐมนตรีจะได้ประกาศยกเลิกในราชกิจจานุเบกษา เป็นท้องที่ไป

ในการดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ของสำนักงานที่ดิน จะต้องมีการให้บริการเป็นงานที่ต้องเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับบุคคลและนิติบุคคลทั่วไป เพื่อให้ผู้รับบริการได้รับความสะดวก และรวดเร็ว ได้รับประโยชน์และได้รับความประทับใจผู้ให้บริการจึงมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. มีความรอบรู้ในองค์กรและงานที่รับผิดชอบ
2. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับศิลปะในการให้บริการ
3. มีมนุษยสัมพันธ์
4. มีทัศนคติที่ดีต่องาน
5. มีจิตสำนึกในการให้บริการ

ประวัติสำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม

เดิมงานในหน้าที่ของกรมทะเบียนที่ดินสมัยก่อน ในส่วนของจังหวัดนครพนม ยังไม่มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบโดยเฉพาะ จึงได้มอบหมายให้กระทรวงมหาดไทยปฏิบัติงานแทน เมื่อประกาศใช้พระราชบัญญัติออกโฉนดที่ดิน (ฉบับที่ 6) พ.ศ. 2479 กรมทะเบียนที่ดินได้แต่งตั้งเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นงานด้านการจับจองที่ดิน ส่วนการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมเกี่ยวกับที่ดินยังมอบหมายให้กระทรวงมหาดไทยดำเนินการต่อไป โดยอาศัยศาลากลางจังหวัดเป็นที่ตั้งสำนักงาน ต่อมา เมื่อได้ประกาศใช้ประมวลกฎหมายที่ดิน พ.ศ. 2497 ได้มีการประกาศเดินสำรวจออกโฉนดที่ดินทั้งตำบล ครั้งแรก ในปี พ.ศ. 2498 กระทรวงมหาดไทยจึงได้ประกาศตั้งสำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม ขึ้นเมื่อวันที่ 18 กันยายน 2498 เพื่อให้บริการแก่ประชาชนในการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรม และการทำธุรกรรม เกี่ยวกับที่ดินต่างๆ โดยเช่าอาคารของเอกชน (บ้านนายพิชัย ประเสริฐ) เป็นที่ทำการสำนักงานตั้งอยู่ถนนนิตโย

ต่อมาในปี พ.ศ. 2509 จังหวัดนครพนม ได้รับจัดสรรเงินงบประมาณเพื่อก่อสร้างอาคารสำนักงานที่ดินจังหวัดในวงเงิน 400,000 บาท แต่จังหวัดพิจารณาเห็นควรให้นำเงินจำนวน 200,000 บาท มาปรับปรุงบ้านพักรับรองข้าราชการจังหวัดนครพนม ตั้งอยู่ถนนอภิบาลบัญชา ซึ่งสร้างมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2458 เป็นที่ทำการสำนักงานที่ดินจังหวัดแทน ส่วนเงินที่เหลือจำนวน 200,000 บาทให้นำมาใช้เป็นค่าชดเชยและปลูกสร้างบ้านพักรับรองหลังใหม่ให้จังหวัด ซึ่งสำนักงบประมาณได้อนุมัติตามที่จังหวัดเสนอ จึงได้ปรับปรุงอาคารดังกล่าว และเปิดให้บริการประชาชนเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2510 เป็นต้นมาจนถึงปีงบประมาณ พ.ศ. 2533 อาคารอยู่ในสภาพชำรุดทรุดโทรมปูนแตกรวงเนื่องจากได้ใช้การมาเป็นระยะเวลาประมาณ 76 ปี กรมที่ดินจึงได้เสนอขอของบประมาณเพื่อก่อสร้างอาคารสำนักงานที่ดินแห่งใหม่ ซึ่งสำนักงบประมาณได้อนุมัติให้ก่อสร้างได้ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2533 วงเงิน 3,656,900 บาท ก่อสร้างโดยวิธีพิเศษ โดยบริษัท เจริญเพชรก่อสร้าง จำกัด เมื่อวันที่ 17 กันยายน 2533 แล้วเสร็จเมื่อวันที่ 12 สิงหาคม 2534 เปิดทำการเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2534 และใช้เป็นที่ทำการสำนักงานที่ดินจังหวัดมาจนถึงปัจจุบัน

เจ้าพนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม คนแรก คือ นายคำนวน โฉมที่ ดำรงตำแหน่งระหว่างปี พ.ศ. 2498 - 2501 รวมผู้ดำรงตำแหน่งเจ้าพนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม ปัจจุบันเป็น 32 ท่าน และเจ้าพนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม คนปัจจุบันคือ นายประจวบ คงฤทธิ์ ดำรงตำแหน่งตั้งแต่วันที่ 19 ตุลาคม 2558

สาขาย่อย ประกอบด้วย

- สำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม สาขาธาตุพนม ตั้งอยู่ถนนพนมพนารักษ์ อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม มีพื้นที่รับผิดชอบอำเภอธาตุพนม

- สำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม สาขาศรีสงคราม ตั้งอยู่ถนนศรีสงคราม - ท่าดอกแก้ว อำเภอศรีสงคราม จังหวัดนครพนม มีพื้นที่รับผิดชอบ อำเภอศรีสงคราม อำเภอนาหว้า และอำเภอนาทม

- สำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม สาขาท่าอุเทน ตั้งอยู่ ถนนศรีเมือง อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม มีพื้นที่รับผิดชอบอำเภอท่าอุเทน อำเภอโพนสวรรค์

- สำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม สาขานาแก ตั้งอยู่ถนน ชาญยุทธภิก อำเภอนาแก จังหวัดนครพนม มีพื้นที่รับผิดชอบอำเภอนาแก และอำเภอวังยาง

- สำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม สาขาเรณูนคร ตั้งอยู่เลขที่ 116 หมู่ที่ 9 ตำบลโพนทอง อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม มีพื้นที่รับผิดชอบอำเภอเรณูนคร

- สำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม สาขาท่าอุเทน ส่วนแยกบ้านแพง สำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม สาขาท่าอุเทน ส่วนแยกบ้านแพง มีการให้บริการอยู่ 2 ด้าน ได้แก่ 1)ด้านการทะเบียนที่ดิน 2)ด้านการรังวัด ซึ่งอัตรากำลังที่ปฏิบัติงาน มีข้าราชการ และลูกจ้าง รวมจำนวน 6 คน ภายใต้การกำกับดูแลและควบคุมของเจ้าพนักงานที่ดินหัวหน้าส่วนแยกบ้านแพง

1. การให้บริการด้านทะเบียนที่ดิน ประกอบด้วย

1.1 การให้บริการด้านการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรม ได้แก่ ขาย ผาก ขาย แลกเปลี่ยน ให้ มรดก จำนอง เช่า ประเภทไม่มีทุนทรัพย์อื่นๆ

1.2 การให้บริการด้านข้อมูลที่ดิน

1.3 การให้บริการด้านอื่นๆ เบ็ดเตล็ด) ได้แก่ คำขอคัดรับรอง

1.4 การให้บริการด้านการออกเอกสารสิทธิ ได้แก่ ออกหนังสือแสดงสิทธิในที่ดิน (ออกโฉนดเฉพาะรายและแบบท้องถิ่น) โฉนดที่ดิน น.ส.3ก. หนังสือกรรมสิทธิ์ห้องชุด ออกใบแทน

1.5 การพิจารณาขอขอรื้อ อนุมัติ อนุญาตเกี่ยวกับที่ดิน ได้แก่ การได้มาซึ่งที่ดินของคนต่างด้าว จดทะเบียนอาคารชุด จดทะเบียนนิติบุคคลอาคารชุด จัดสรรที่ดิน จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงข้อบังคับ การขออนุญาตตามมาตรา 9

1.6 การจัดเก็บหลักฐานทางทะเบียนที่ดิน ได้แก่ ควบคุมและจัดเก็บหนังสือแสดงสิทธิในที่ดิน จัดทำสารบรรณควบคุมสารระบบและหลักฐานที่ดิน จัดเก็บเอกสารหลักฐานที่ดิน

1.7 การจัดเก็บเงินรายได้ประเภทต่างๆ เช่น ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรม ค่าธรรมเนียมการออกโฉนดที่ดิน ค่าธรรมเนียมการออกหนังสือรับรองการทำประโยชน์ ค่าธรรมเนียมรังวัดที่ดิน ฯลฯ ทั้งนี้ กรมที่ดินได้รับมอบหมายให้จัดเก็บภาษีรายได้ และภาษีธุรกิจเฉพาะจากการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมส่งให้กรมสรรพากร และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งนับได้ว่ามีมูลค่าถึง 100% ของการจัดเก็บรายได้ทั้งหมด

2) การให้บริการด้านรังวัดที่ดิน ประกอบด้วย

2.1 การให้บริการด้านการรังวัดแบ่งแยก

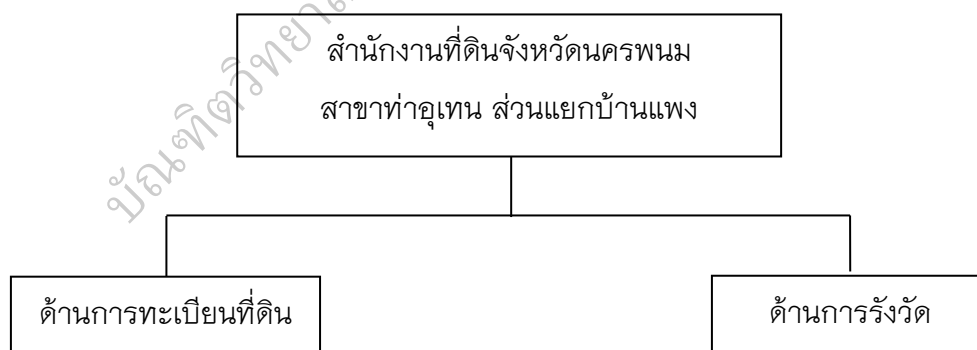
2.2 การให้บริการด้านการรังวัดรวมเปลี่ยน

2.3 การให้บริการด้านการรังวัดสอบเขต ตรวจสอบเนื้อที่

2.4 การให้บริการด้านการรังวัดออกเอกสารสิทธิ

2.5 การจัดเก็บหลักฐานด้านการรังวัดและทำแผนที่

2.โครงสร้างการบริหารงาน



ภาพประกอบ 3 แผนภูมิแบ่งงานภายในของสำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม

สาขาท่าอุเทน ส่วนแยกบ้านแพง

ที่มา : กองแผนงาน กรมที่ดิน (2558)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยภายในประเทศ

ธีรพงษ์ ศิริโสม (2550, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัญหาและคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียน สำนักงานที่ดินในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียน สำนักงานที่ดินในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียนสำนักงานที่ดินในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ ของผู้รับบริการที่มีความแตกต่างกันในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ จำนวน 204 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษา พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียนสำนักงานที่ดินในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความโปร่งใส ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความเสมอภาค ผู้รับบริการเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมและเป็นรายด้านไม่แตกต่างกัน ผู้รับบริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมและเป็นรายด้านแตกต่างกัน ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมและเป็นรายด้านแตกต่างกัน

พิทยา สุรวุฒ (2552, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการผู้เสียหายอากร ของทีมกำกับดูแล สำนักงานสรรพากรพื้นที่อุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการของทีมกำกับดูแล สำนักงานสรรพากรพื้นที่อุบลราชธานีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความมั่นใจในการบริการ ด้านประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ด้านความเข้าใจถึงจิตใจผู้เสียหายอากร ด้านความเสมอภาค และด้านความยุติธรรม 2) เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของทีมกำกับดูแลสำนักงานสรรพากรพื้นที่อุบลราชธานี จำแนกตามเพศ อายุ และเงินทุนทั้งในภาพรวมและรายด้านมีระดับความคิดเห็น ไม่มีความแตกต่าง ส่วนจำแนกตามประเภทการเสียหายเงินได้ ในภาพรวมและด้านความมั่นใจ ในการให้บริการ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และจำแนกตามการศึกษาด้านความเสมอภาค มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

สุวิชาดา เทียนแสน (2552, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ผลการวิจัยพบว่า

- 1) คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ อยู่ในขั้นดี มีมาตรฐานของการให้บริการและมีประสิทธิภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ อยู่ในช่วง 3.69–4.08 โดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความสุภาพ/อัธยาศัยไมตรี ด้านความไว้วางใจ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม และด้านความปลอดภัย
- 2) การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของคุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์การเงินในธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า เพศและสถานภาพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็น แต่อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ธัญฉอร ใจตาบุตร, สมศักดิ์ บุญสาธร และพลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง (2553, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา ความคาดหวังและความพึงพอใจของประชาชนต่อการอำนวยความสะดวกในการให้บริการสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงราย โดยได้นำ “แนวทางการดำเนินงานในการให้บริการที่อำนวยความสะดวก และตอบสนองความต้องการของประชาชน” ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (สำนักงาน ก.พ.ร.) มาเป็นต้นแบบในการศึกษา โดยใช้แบบสอบถามเก็บตัวอย่างจากประชาชนผู้มารับบริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน ผู้ศึกษาใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล และใช้การทดสอบค่าที (t-test) และ ANOVA ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนที่มารับบริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงรายมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการอำนวยความสะดวกในการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงรายอยู่ในระดับมาก และผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการอำนวยความสะดวกในการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงราย พบว่าประชาชนผู้มารับบริการมีความคาดหวังแตกต่างจากความพึงพอใจ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประชาชนมีความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจที่ได้รับจากการอำนวยความสะดวกในการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงราย

พงศ์นาคินทร์ เกิดทรัพย์ (2553, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกอกน้อย การวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกอกน้อยและเพื่อเปรียบเทียบระดับความ พึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกอกน้อย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชน ผู้มารับบริการ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ประชาชนผู้มาติดต่อใช้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกอกน้อย จำนวน 400 คน ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถามแบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) หรือ F-Test กำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับ .05 เพื่อการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกอกน้อยอยู่ในระดับมาก ประชาชนที่มารับบริการที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้ บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกอกน้อย ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ประชาชนที่มารับบริการที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้ บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกอกน้อย ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ธงชัย ศิริโสภางษ์ (2554, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา ภาพลักษณ์ของสำนักงานที่ดินจังหวัดอุบลราชธานี สาขาม่วงสามสิบ การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive research) มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของสำนักงานที่ดินจังหวัดอุบลราชธานี สาขาม่วงสามสิบ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือประชาชนผู้มารับบริการ ณ สำนักงานที่ดินจังหวัดอุบลราชธานี สาขาม่วงสามสิบ จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยแบบสอบถามปลายเปิด และการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะของการมารับบริการต่อภาพลักษณ์ของสำนักงาน

ที่จังหวัดอุบลราชธานี สาขาม่วงสามสิบ โดยใช้สถิติ t-test และ F-test ทดสอบรายคู่ ตามวิธี Least – Significant Different (LSD) และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ผลการศึกษา พบว่า โดยภาพรวมส่วนใหญ่ผู้มารับบริการ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ในระดับดี และผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้มารับบริการ คุณลักษณะด้านการมารับบริการต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานที่จังหวัดอุบลราชธานี สาขาม่วงสามสิบ พบว่า (1) ผู้มารับบริการที่มีคุณลักษณะด้านเพศ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านสถานที่ และพฤติกรรมบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ผู้มารับบริการที่มีคุณลักษณะด้านอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านการให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (3) ผู้มารับบริการที่มีคุณลักษณะด้านการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านการให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (4) ผู้มารับบริการที่มีคุณลักษณะด้านรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านความเสมอภาคในการเข้าถึงบริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (5) ผู้มารับบริการที่มีคุณลักษณะด้านจำนวนครั้งที่มารับบริการแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านการให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ (6) ผู้มารับบริการที่มีคุณลักษณะด้านระดับความรู้เกี่ยวกับสำนักงานที่دينฯ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านความโปร่งใส และความเสมอภาคในการเข้าถึงบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนอกจากนี้ยังได้พบว่า ผู้มารับบริการที่มีคุณลักษณะด้านประเภทของกิจกรรมที่มารับบริการ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านต่างๆ ของสำนักงานที่دينจังหวัดอุบลราชธานี สาขาม่วงสามสิบ ไม่แตกต่างกัน

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดหนองบัวลำภู (2555, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา การประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดหนองบัวลำภู ปีงบประมาณ 2555 โดยการเก็บข้อมูลจากประชาชนที่มาติดต่อราชการ จำนวน 100 คน โดยการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นคือข้อมูล ทั่วไป ข้อมูลด้านการบริการ ข้อมูลด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และผลจากการให้บริการและนำข้อมูลมาดำเนินการวิเคราะห์ โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อจำแนกเป็น

รายชื่อมีความพึงพอใจในระดับดี ในประเด็น เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี ,การตั้งใจในการให้บริการและการนำไปปฏิบัติ, ความสุภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่, มีความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจระดับพอใช้ ในประเด็นการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ ความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อ ความพึงพอใจในระดับพอใช้ ในประเด็น มีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก ชับช้อนมีความชัดเจน มีช่องทางการให้บริการหลากหลาย มีขั้นตอนการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็ว และมีเอกสาร/แผ่นพับ/ป้ายประกาศ/บอร์ดแจ้งข้อมูลต่างๆ อย่างชัดเจน มีผู้แสดงความคิดเห็น หรือรับแบบประเมินการบริการ มีผังลำดับขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการที่แน่นอน และประชาชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อ มีความพึงพอใจในระดับพอใช้ในประเด็น สถานที่ให้บริการ สะอาด และเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ให้บริการ เช่น ที่นั่งรอรับบริการ ฯลฯ โดยสรุป ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดหนองบัวลำภู โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี

ศิริวรรณ จุลแก้ว (2556, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา คุณภาพการให้บริการของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือประชาชนที่อาศัยในเขตพื้นที่รับผิดชอบของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับคุณภาพสูง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับคุณภาพสูงทุกด้าน โดยมีระดับคุณภาพการให้บริการสูงที่สุดด้านการให้บริการของพนักงาน ได้แก่ การให้บริการด้วยความเสมอภาค การให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถามและการบริการด้วยความใส่ใจ เต็มใจ และรวดเร็ว รองลงมาคือด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ระยะเวลาในการให้บริการ มีขั้นตอนชัดเจน และง่ายรวมทั้งมีป้ายประชาสัมพันธ์บอกจุดให้บริการและบอกทาง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก ได้แก่ มีอาคารสถานที่สะอาด มีพื้นที่ให้นั่งคอย มีน้ำดื่มบริการ และมีการให้บริการข้อมูลสารสนเทศ

สุเมศวร์ เสือทอง (2556, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา คุณภาพการให้บริการสาธารณะของสำนักปลัดเทศบาล เทศบาลตำบลฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการสาธารณะของสำนักปลัดเทศบาล เทศบาลตำบลฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช และเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสาธารณะของสำนักปลัดเทศบาล เทศบาลตำบลฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการสาธารณะของสำนักปลัดเทศบาล เทศบาลตำบลฉวาง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามเวลาที่ประชากรมาใช้บริการ ในช่วงเวลา 09.00-11.00 น. และ 13.00 - 15.00 น. จำนวน 266 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่น 0.89 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบที (t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการสาธารณะของสำนักปลัดเทศบาล เทศบาลตำบลฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีคุณภาพอยู่ในระดับมากคือ ด้านข้อมูลข่าวสารและด้านสถานที่ให้บริการ ส่วนด้านที่มีคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านการประสานงาน ตามลำดับ 2) การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสาธารณะของสำนักปลัดเทศบาล เทศบาล ตำบลฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมและรายด้าน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านการประสานงาน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพพบว่าประชาชนที่มีเพศ อายุระดับการศึกษาและอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสาธารณะของสำนักปลัดเทศบาล เทศบาลตำบลฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

นิภาพร นินนินนนท์ (2556, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางเขน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของ สำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางเขน 2) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดิน

กรุงเทพมหานคร สาขาบางเขน 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางเขน ให้ดีขึ้นโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการวิจัย ประชากรในการวิจัยคือ ประชาชนผู้มาติดต่อขอรับบริการการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรม ณ สำนักงานที่ดิน กรุงเทพมหานคร สาขาบางเขน จำนวน 400 คน โดยใช้ในการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling Method) สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และไคสแควร์ (Chi-Square Test) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม และค่าสัมประสิทธิ์ Gamma เพื่อหาทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จากผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางเขน อยู่ในระดับมาก และปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และปัจจัยด้านองค์การอื่นได้แก่ การรับรู้กระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ความเชื่อถือในความสามารถของเจ้าหน้าที่ การได้รับบริการด้วยความเสมอภาค ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานครสาขาบางเขน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สำนักงานที่ดินให้บริการด้วยความเสมอภาค จึงควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ การเอื้อเฟื้อมีมิตรไมตรี การอำนวยความสะดวก ตลอดจนความโปร่งใสในการให้บริการ และควรให้คำแนะนำความรู้ด้านกฎหมายแก่ประชาชนเพิ่มเติมด้วยภาษาที่ง่ายไม่เป็นทางการ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง เผยแพร่หลากหลายช่องทาง เร่งการเสริมสร้างทัศนคติ ค่านิยม และวิถีทำงานของเจ้าหน้าที่ให้มีความเข้าใจในบทบาทและความรับผิดชอบที่ต้องตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนฝึกรอบมเกี่ยวกับเทคนิควิธีการใหม่ๆ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย นำนวัตกรรมใหม่เพิ่มทางเลือกในการให้บริการ เช่นการพัฒนากระบวนการรับรองสำเนาเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการลดภาระและค่าใช้จ่าย และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาขอรับบริการ ในขณะเดียวกันเตรียมพร้อมระบบการรักษาความปลอดภัยและการสำรองข้อมูลต้องมีการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ชัชฎุทัศน์ พิษยประภาพัทฒน์ (2558, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดวิญญูญาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ผลการวิจัยพบว่า

1) คุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการสร้างความสัมพันธ์ ด้านความเข้าใจ ผู้รับบริการ ด้านความมั่นคงปลอดภัย ด้านความพร้อมให้บริการ ด้านการสร้าง ความสัมพันธ์ได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความไว้วางใจได้ ด้านความสามารถให้บริการ ด้านความมีอัธยาศัย และด้านความสามารถเข้าถึงบริการ 3) การเปรียบเทียบคุณภาพการ ให้บริการของสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร จำแนกตาม คุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า เพศ และอาชีพ ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านความ พร้อมให้บริการ ด้านความสามารถเข้าถึงบริการ ด้านความมีอัธยาศัย ด้านความเชื่อถือได้ และด้านการสร้างความสัมพันธ์ได้ มีระดับความคิดเห็นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 จำแนกตาม อายุ ประเภทนักศึกษา ระดับการศึกษา การได้รับบริการ และการรับรู้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ พบว่า การให้บริการของสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน 4) งานวิจัยได้เสนอแนวทางการ พัฒนาคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร โดยนำข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมและนำไปสร้างแนวทางในการพัฒนา คุณภาพการให้บริการมีจำนวน 4 ด้าน คือ 1) ด้านความไว้วางใจ 2) ด้านความสามารถ ให้บริการ 3) ด้านความสามารถเข้าถึงบริการ 4) ด้านความมีอัธยาศัย

สรุปได้ว่างานวิจัยภายในประเทศส่วนใหญ่ ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ ความไว้วางใจในบริการ ความพร้อมในการให้บริการ ความสามารถในการให้บริการ ความมีอัธยาศัยที่ดีในการบริการ การสร้างความสัมพันธ์ที่ ดีในบริการ ความเชื่อถือได้ในบริการ ความมั่นคงและปลอดภัยในการบริการ มีความเข้าใจ ผู้รับบริการเป็นอย่างดี และยังสร้างความสัมพันธ์ให้กับผู้รับบริการ ความพึงพอใจในการ รับบริการ กระบวนการในการรับบริการ การศึกษาความต้องการของผู้รับบริการ การกำหนดมาตรฐานการให้บริการ ความสามารถในการให้บริการ และระดับคุณภาพการ ให้บริการเพื่อพัฒนาให้คุณภาพของการให้บริการแก่ผู้รับบริการได้ดียิ่งขึ้นและประสบ ความสำเร็จในการบริหารจัดการภายในองค์กรต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดแก่ ผู้รับบริการต่อไป

2. งานวิจัยต่างประเทศ

Brady and Robertson (2001, Abstract) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความเห็นของคนส่วนใหญ่ที่มีต่อบทบาทของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจ ตัวแปรที่ใช้ ได้แก่ ความพึงพอใจ คุณภาพการบริการ และพฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจของลูกค้า ผลการศึกษาพบว่า มีความสัมพันธ์กันระหว่างคุณภาพของการบริการกับความพึงพอใจ แม้จะมีความแตกต่างกันทางด้านวัฒนธรรมและนำไปสู่พฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจของลูกค้า โดยมีความสอดคล้องกันจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม โดยผู้วิจัยได้แนะนำให้ผู้ประกอบการมุ่งเน้นด้านคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นเหตุของการพัฒนาความพึงพอใจ และมีผลกระทบอย่างมากต่อพฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจที่มีต่อความประทับใจของลูกค้า

Hou (2005, Abstract, อ้างถึงใน ประไพ กลมเกลี้ยง, 2551, หน้า 50) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการของผู้ค้าปลีกเครื่องแต่งกายทางอินเทอร์เน็ต และผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า ความเชื่อถือและความจงรักภักดีของลูกค้า ผลการศึกษาพบว่า การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดในอินเทอร์เน็ตและการเรียนรู้ที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจค้าปลีกเป็นอย่างมาก ลูกค้ามีแนวโน้มที่จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงและให้ความใส่ใจต่อผลกำไรที่ตนควรจะได้รับจากรูปแบบการบริการทางอินเทอร์เน็ต ผลลัพธ์ด้านเครื่องแต่งกายเป็นประเภทของสินค้าที่สำคัญในการค้าปลีกในโลกอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีความสำคัญที่ผู้เรียนรู้อินเทอร์เน็ตและผู้สอนอินเทอร์เน็ตต้องเข้าใจว่าปัจจัยใดของคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าจะมองเห็นได้ก่อนและการมองเห็นและทำความเข้าใจในคุณภาพการให้บริการเป็นอย่างไรต่อความพึงพอใจ ความเชื่อใจและความจงรักภักดีของลูกค้า เพื่อที่จะสามารถสังเกตเห็นความสัมพันธ์ซับซ้อนระหว่างคุณภาพการให้บริการของคนในสมัยก่อน คุณภาพการให้บริการและทัศนคติและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้า

Forsythe (2005, Abstract, อ้างถึงใน ประไพ กลมเกลี้ยง, 2551, หน้า 50) ได้ทำการศึกษาวินิจฉัย เรื่องบทบาทและคุณภาพการให้บริการในฐานะปัจจัยของความพึงพอใจในการก่อสร้างที่อยู่อาศัย ซึ่งสามารถสรุปการวิจัยได้ว่า คุณภาพการให้บริการมีความสำคัญต่อลูกค้าโดยไม่เรียงลำดับ คือ คุณภาพการให้บริการที่แตกต่าง หรือราคา และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีแตกต่างกัน การสนองกลับจะถูกผลักดันจากภายนอกต่อการเกิดการบริการระหว่างที่มีการก่อสร้าง แบบจำลองได้มีการพัฒนาเพื่อให้สรุป

รูปแบบของการเกิดการให้บริการและความสำคัญของอัตราระหว่างเหตุที่เป็นบวกกับลบ ซึ่งได้ผลสรุปเพิ่มเติมอีกว่าผลิตภัณฑ์ที่เสร็จสมบูรณ์แล้วได้ก่อให้เกิดผลกระทบที่เพิ่มมากขึ้นต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า

Kim (2005, Abstract อ้างถึงใน ธีรวิฑูฒิ วงษ์สิงห์, 2553, หน้า 48)

ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการด้านความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการใหม่ของสนามกอล์ฟเอกชนในประเทศเกาหลี ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยของอายุและระดับการศึกษา 2) กลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ คือ ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานการให้บริการที่มีความสามารถ รองลงมา คือ ความไว้วางใจ การเอาใจใส่ต่อลูกค้า การตอบสนองด้วยความเต็มใจ 3) ส่วนกลยุทธ์ที่ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก คือ ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานบริการและการตอบสนองด้วยความเต็มใจ

Nguyen, Doan Thuy Thi (2006, Abstract) ได้ทำการศึกษาการฟื้นฟูภาพลักษณ์การให้บริการ : การสร้างมุมมองและแนวคิด ผลการศึกษาพบว่า การฟื้นฟูภาพลักษณ์การให้บริการแบ่งเป็นโครงสร้างหลักๆ ได้แก่ 1) ความคาดหวังของลูกค้าในการแก้ไขข้อบกพร่อง สะท้อนจากการยอมรับในแนวทางแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมที่องค์กรเลือกใช้ 2) การไต่ตรองก่อนที่จะใช้บริการอีกครั้ง การที่ลูกค้าใช้เวลาในการพิจารณาวิเคราะห์มากขึ้นก่อนที่จะตัดสินใจว่าจะเลือกกลับมาใช้บริการในองค์กรนี้อีกหรือไม่ 3) ความรู้สึกด้านการให้บริการของลูกค้า เป็นความสัมพันธ์ของลูกค้าและผู้ให้บริการซึ่งจะสังเกตได้จากปฏิกิริยาตอบรับของลูกค้า 4) ความไม่มั่นใจของลูกค้าที่มีต่อวิธีการแก้ปัญหาของหน่วยงาน แนวทางแก้ปัญหาที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับ นำไปเปรียบเทียบกับวิธีการจริงที่พวกเขาได้รับว่าเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร ทั้ง 4 ข้อ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ 2 อย่างคือ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแนวทางการแก้ปัญหา และความต้องการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญในการฟื้นฟูความเชื่อมั่นด้านการให้บริการคือ สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังกับสิ่งที่ทางองค์กรเสนอให้จะต้องมีแนวโน้มที่จะให้อภัยและแสดงความเข้าใจถึงความผิดพลาดที่เกิดขึ้นมากกว่าลูกค้าชาจร แต่ถ้าองค์กรไม่สามารถแก้ไขข้อบกพร่องได้ความไม่พอใจของลูกค้าประจำก็มีมากเช่นเดียวกัน แนวทางที่ดีที่สุดในการแก้ไขปัญหาเพื่อฟื้นฟูความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กร คือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และพยายามรักษาระดับความสัมพันธ์นั้น อีกทั้งแก้ไขข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นให้รวดเร็วและทันใจ และเข้าใจ

Shih (2006, p. 141 อ้างถึงใน ธนกร จินตพละ, 2554, หน้า 53)

ได้ศึกษาวิจัย เรื่องผลกระทบของวัฒนธรรมต่อคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้รับบริการผลการศึกษเพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย พบว่าคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับระยะห่างของอำนาจในวัฒนธรรมของชาติและสัญชาติใน แบบจำลองทั้ง 5 ด้าน ทุกประการซึ่งมีความสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย อย่างไรก็ตามการกลไกความคิดแบบขงจื้อเป็นตัวพยากรณ์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในทุกด้านของผู้รับบริการ การวิเคราะห์ทบทบัญญัติวินัยในศาสนาคริสต์แสดงให้เห็นว่าผู้รับบริการจากประเทศฝั่งตะวันตก (สหรัฐอเมริกาและเยอรมันนี) มีแนวโน้มที่จะมีค่าคะแนนสูงกว่าในมิติทั้ง 5 ของคุณภาพการให้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับผลของผู้รับบริการจากประเทศฝั่งตะวันออก (ญี่ปุ่นและไต้หวัน) จากผลการเปรียบเทียบแบบ HSD Post-hoc ของ Tukey แสดงให้เห็นว่าผู้รับบริการชาวสหรัฐอเมริกามีค่าคะแนนสูงกว่าผู้รับบริการชาวญี่ปุ่นและไต้หวัน ในคุณภาพการให้บริการทุกด้าน ซึ่งผู้รับบริการชาวเยอรมันก็ได้ผลลัพธ์เช่นเดียวกับผู้รับบริการชาวสหรัฐอเมริกา ความพึงพอใจของผู้รับบริการในทุกด้านนั้นผู้รับบริการชาวสหรัฐอเมริกามีค่าคะแนนสูงกว่าผู้รับบริการชาวญี่ปุ่นและไต้หวันมาก ซึ่งผู้รับบริการชาวไต้หวันเองก็มีคะแนนทั้งห้าของผู้รับบริการชาวญี่ปุ่นอย่างมาก

ได้สรุปว่างานวิจัยต่างประเทศส่วนใหญ่นิยมศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการโดยการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการซึ่งส่งผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการความไว้วางใจในการให้บริการ ความพึงพอใจ ตลอดจนความพร้อมที่จะให้บริการ ความสามารถ การมีอัธยาศัยที่ดีต่อการบริการ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้รับบริการและ มีความน่าเชื่อถือ เข้าใจผู้รับบริการอย่างมั่นคงและปลอดภัย และสัมผัสถึงการบริการอย่างแท้จริงได้ และการบริการต่อการตัดสินใจใช้บริการภายใต้วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น

นอกจากนี้ ผลการศึกษางานวิจัยทั้งในประเทศต่างประเทศ สรุปได้ว่าคุณลักษณะส่วนบุคคล เรื่องคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กัน แม้ว่าบุคคลจะมีความแตกต่างกันทางด้านเพศ และอายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ของผู้รับบริการเป็นปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ โดยปัจจัยสำคัญในการฟื้นฟูความเชื่อมั่นในการให้บริการ คือ สิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังกับสิ่งที่องค์กรเสนอให้มันต้องมีความสอดคล้องกันทั้งทางด้านความเป็นธรรมของการบริการให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าจะ

ได้รับการดูแลห่วงใยและความตั้งใจจากผู้ให้บริการ และการให้บริการทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้องเหมาะสมและได้ผลออกมาในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่ามีค่าน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งงานวิจัยในประเทศและงานวิจัยต่างประเทศ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ เช่น ความไว้วางใจในการให้บริการ ความพึงพอใจ ตลอดจนความพร้อมที่จะให้บริการ ความสามารถ การมีอัธยาศัยที่ดีต่อการบริการ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้รับบริการและมีความน่าเชื่อถือ เข้าใจผู้รับบริการอย่างมั่นคงและปลอดภัย และสัมผัสถึงการบริการอย่างแท้จริงได้ และการบริการต่อการตัดสินใจใช้บริการภายใต้วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารจะต้องนำมาใช้ในการกระตุ้นและโน้มน้าวให้ผู้ให้บริการมีความพยายามในการทำงาน และคาดหวังผลลัพธ์ของการทำงานในระดับที่สูงขึ้นกว่าปกติ ส่งเสริมให้ผู้ตามเกิดการตระหนักรู้ในภารกิจและวิสัยทัศน์ของกลุ่มและองค์กร การพยายามจูงใจผู้ร่วมงานหรือผู้ตามให้ทำงาน เพื่อมุ่งผลประโยชน์ของกลุ่มหรือองค์กรมากกว่าผลประโยชน์ส่วนตน ทำให้ผู้ตามเกิดความผูกพันต่อองค์กร มีแรงจูงใจในการทำงาน ทำงานอย่างมีความสุข มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน เสริมสร้างการทำงานเป็นทีม ผู้นำมีความเข้าใจ และสามารถที่จะปรับตนเองให้สอดคล้องกับความต้องการและแรงจูงใจของผู้ตาม ในการทำงานที่มุ่งผลสำเร็จตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ ดังนั้น ในงานวิจัยนี้จึงสรุปเป็นตัวแปรในการศึกษา ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม สาขาท่าอุเทน ส่วนแยกบ้านแพง ในองค์ประกอบ 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) การให้บริการอย่างเสมอภาค 2) การให้บริการที่ตรงเวลา 3) การให้บริการอย่างเพียงพอ 4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง 5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า