

### บทที่ 3

#### แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการลูกค้า หรือผู้รับบริการ

“การให้บริการ” (Public Service Delivery) หมายถึง การที่องค์การราชการได้กระจายสินค้าสาธารณะ ออกไปให้กับคนในสังคม เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น<sup>4</sup> การให้บริการเป็นหน้าที่หลักที่สำคัญของการบริหารงานภาครัฐ โดยเฉพาะในลักษณะงานที่ต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับประชาชน หรือผู้รับบริการโดยตรง ซึ่งหน่วยงาน และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ มีหน้าที่ในการส่งต่อการบริการ (Delivery services) ให้แก่ผู้รับบริการ<sup>5</sup>

การบริการลูกค้า หรือผู้รับบริการ (The customer-service) เป็นกลยุทธ์ทางการจัดการที่ประยุกต์มาจากหน่วยงานเอกชน ที่อยู่บนพื้นฐานของแนวคิดที่ว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการ จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย และความสำเร็จขององค์กร นอกจากนี้ การบริการลูกค้า หรือผู้รับบริการ ยังจัดได้ว่า เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผล เนื่องจากจะเป็นตัวที่ช่วยให้องค์กรได้มองเห็นถึงการปฏิบัติงานขององค์กร และสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่าน ให้แนวความคิดเกี่ยวกับการให้บริการ อันได้แก่

<sup>4</sup> นฉวีวรรณ ต้นไทย, “พฤติกรรมกรให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ที่มีต่อประชาชนที่มึเค็ดต่ง.” (สารนิพนธ์ตามหลักสูตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533), น. 27

<sup>5</sup> นพร ดินทอง “คุณภาพในการให้บริการของฝ่ายบริการการค้าต่างประเทศ สำนักงานเลขานุการกรม กรมการค้าต่างประเทศ.” (สารนิพนธ์ตามหลักสูตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์, 2539), น. 13

แมกซ์ เวเบอร์<sup>6</sup> (Max Weber) ได้ชี้ให้เห็นว่า การให้บริการที่มีประสิทธิภาพต่อประชาชนมากที่สุด ก็คือ การให้บริการโดยไม่คำนึงถึงตัวบุคคล หรือที่เรียกว่า Sine Ira et Studio กล่าวคือ เป็นการให้บริการที่ไม่ใช้อารมณ์ และไม่มี ความชอบพอใครเป็นพิเศษ แต่ทุกคนจะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ตามหลักเกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

ประยูร กาญจนกุล<sup>7</sup> ได้กล่าวว่า หลักการให้บริการที่สำคัญมีอยู่ 5 ประการ คือ

1. บริการสาธารณะ เป็นกิจการที่อยู่ในความอำนาจ หรือในความควบคุมของฝ่ายปกครอง

2. บริการสาธารณะ มีวัตถุประสงค์ในการสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน

3. การจัดระเบียบและวิธีการดำเนินการบริการสาธารณะ ย่อมจะแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เพื่อความเหมาะสมแก่ความจำเป็นแห่งกาลสมัย

4. บริการสาธารณะ จะต้องหยุดชะงักลงด้วยประการใด ๆ ประชาชนย่อมได้รับความเดือดร้อน หรือได้รับความเสียหาย

5. เอกชนย่อมมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์จากบริการสาธารณะเท่าเทียมกัน

กุลธน ธนาพงศธร<sup>8</sup> ได้ชี้ให้เห็นว่า หลักการให้บริการที่สำคัญมี 5 ประการ คือ

<sup>6</sup> Max Weber, *The Theory of Social and Economic Organization*. Trans By A.M. Henderson and Talcott Parson. 4th eds. (New York : The Free Press, 1966), p. 340

<sup>7</sup> ประยูร กาญจนกุล, *กฎหมายปกครอง* (พระนคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2491) : น. 119-122

<sup>8</sup> กุลธน ธนาพงศธร, "ประโยชน์และบริการ", ใน *สาขาวิชาวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมศาสตร์, เอกสารการประชุมวิชาการบริหารงานบุคคล, พิมพ์ครั้งที่ 7* (นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมศาสตร์, 2530) : น.303-304

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้มันจะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลากรส่วนใหญ่หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์และบริการแล้ว ยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้น ๆ ด้วย

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริหาร หรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้า และเท่าเทียมกัน ไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่บุคคล หรือกลุ่มบุคคลใด ในลักษณะต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด

4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการ จะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวกสบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้บริการ หรือผู้ให้บริการมากจนเกินไป

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ได้มีผู้ศึกษาความหมาย และให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ไว้หลายท่าน ซึ่งพอจะประมวลได้ดังนี้ “ความพึงพอใจ”<sup>9</sup> ตามความหมายของพจนานุกรมทางด้านจิตวิทยาของแชปลิน (Chaplin) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า เป็นความรู้สึกของผู้มารับ

<sup>9</sup> J.P. Chaplin, Dictionary of Psychology (Rengiem Books, 1968), อ้างถึงใน พ.ศ.ท. ณรงค์ ศรีสุทรวร “ความพึงพอใจของประชาชนในบริการของสถานีตำรวจนคร ด่านเมือง จ.สุรินทร์.” (สารนิพนธ์หลักสูตรพัฒนบริหารศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538), น. 12

บริการ ต่อสถานบริการ ตามประสบการณ์ที่ได้รับ จากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการ ในสถานบริการนั้น ๆ

จอห์น ดี มิลเล็ท<sup>10</sup> (John D. Millett) ได้อธิบายว่า คุณค่าที่ยิ่งใหญ่ ประการแรกในการบริหารสาธารณะที่ประชาชนสมควรจะได้รับ ก็คือ ความพึงพอใจ ในบริการ โดยให้พิจารณาจากสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (equitable service)
2. การให้บริการอย่างทันเวลา (timely service)
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (ample service)
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (continuous service)
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (progress service)

ดัลตัน<sup>11</sup> (Dalton) ให้คำจำกัดความของคำว่า “ทัศนคติ” หมายถึง ความรู้สึก ของคนใดคนหนึ่งว่า ชอบ หรือไม่ชอบในบุคคล สิ่งของ หรือสภาพแวดล้อมที่เขาเข้าไปเกี่ยวข้อง

กู๊ด<sup>12</sup> (Good) อธิบายว่า ความพึงพอใจหมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมด หรือบางส่วน ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะ

<sup>10</sup> John D. Millett, *Management in The Public Service* (New York : McGraw-Hill Book Company, Inc., 1954), p. 397-401

<sup>11</sup> Dalton E. Farland, *Personnel Management: Theory and Practice* (New York : The Macmillan Company, 1968), อ้างถึงใน พ.ศ.ท. นรสพล ศรีสุวรรณ, “ความพึงพอใจของประชาชนในบริการของสถานีตำรวจนครบาลเมืองที่ อ.เมือง จ.สุรินทร์.” (สารนิพนธ์หลักสูตรพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์, 2538), น. 12

<sup>12</sup> Good อ้างถึงใน พ.ศ.ท. นรสพล ศรีสุวรรณ, 2538, น. 12

เกิดขึ้น และในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับผลการตอบสนอง ความเครียด และความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

เดวิด เคทท์<sup>13</sup> (David Kaith) มีความเห็นว่า พฤติกรรมเกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์ คือ ความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียด หรือความกระวนกระวาย หรือภาวะไม่ได้สมดุลย์ในร่างกาย เมื่อมนุษย์สามารถขจัดสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวได้แล้ว มนุษย์ย่อมได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนต้องการ

สจิวต์ ออสแคมป์<sup>14</sup> (Stuart Oskamp) พบว่า ความพึงพอใจ มีความหมายอยู่ 3 นัย คือ

1. จากทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theories) ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพการณ์ที่ผลการปฏิบัติจริงได้เป็นไปตามที่บุคคลได้คาดหวังไว้
2. จากทฤษฎีความต้องการ (Need Theories) ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับของความสำเร็จที่เป็นไปตามความต้องการของบุคคลทั้งทางร่างกาย และจิตใจ
3. จากทฤษฎีคุณค่า (Value Theories) ความพึงพอใจ หมายถึง การทำงานได้เป็น หรือตอบสนองต่อคุณค่าของบุคคล

George D. Wagenheim and John H. Reurink<sup>15</sup> กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้องค์การประสบความสำเร็จในการทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจต่อบริการขององค์การ คือ

<sup>13</sup> David Kaith อ้างถึงใน พ.ศ.ท. นรเศรษฐ ศิริสุวรรณ ,2538, น. 12

<sup>14</sup> Oskamp, Stuart, *Applied Social Psychology*. (Ney Jersey : Prentice-Hall, 1984). p. 177

<sup>15</sup> George D. Wagenheim and John H. Reurink, "Customer Service in Public Administration." *Public Administration Review*, Vol.51(May/June), No.3, 1991, p. 263-266 อ้างถึงใน พิมพ์ภา สงกะกุล "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่ทะเบียน สังกัดกรุงเทพมหานคร." (สารนิพนธ์ หลักสูตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536), น. 23-24

องค์การจำเป็นต้องทราบถึงความต้องการของลูกค้า หรือผู้รับบริการ ถึงแม้ว่าความต้องการของลูกค้าจะเป็นเรื่องสลับซับซ้อน และเป็นเรื่องที่เฉพาะตัว แต่ก็สามารถระบุความต้องการทั่ว ๆ ไปของผู้รับบริการ ได้ดังนี้

1. ความต้องการข่าวสารและการติดต่อสื่อสาร ข่าวสาร และการติดต่อสื่อสาร เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการบริการ ผู้รับบริการทุกคนมีความคาดหวังต่อการบริการ ความคาดหวังนี้จะอยู่บนรากฐานของการกระทำ และคำพูดของบุคคลผู้ให้บริการ

2. ความต้องการในการตอบรับ หมายถึง ผู้ให้บริการจะตอบสนองของผู้รับบริการอย่างไร ตัวอย่างของการตอบรับ เช่น การตอบคำถามทั่ว ๆ ไป การตอบโทรศัพท์ และการให้บริการอย่างรวดเร็ว

3. ความต้องการในการแก้ปัญหา เมื่อผู้รับบริการเกิดปัญหาขึ้น เขาต้องการรู้เพียงว่า เขาจะทำอะไรต่อไป ดังนั้น ผู้ให้บริการควรที่จะสามารถแก้ปัญหาให้แก่ผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ความต้องการตรงต่อเวลา และความมั่นคงในการบริการ ผู้รับบริการต้องการได้รับบริการที่เที่ยงตรงต่อเวลา และความมั่นใจว่าเมื่อเขามาขอรับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องจัดหา หรือส่งมอบบริการให้ตามความคาดหมาย

5. ความต้องการผู้บริการที่มีความสามารถ หมายถึง ผู้ให้บริการควรมีทักษะในการปฏิบัติหน้าที่ มีความสามารถในการแก้ปัญหา มีความคิดสร้างสรรค์

6. ความต้องการการปฏิบัติงานอย่างถูกต้อง เช่น การส่งจดหมาย การพิมพ์สัญญา หรือการส่งข่าวสาร เป็นต้น ผู้รับบริการต้องการบริการที่ถูกต้อง มีความผิดพลาดน้อยที่สุด เนื่องจากผลของความไม่ผิดพลาดในการปฏิบัติงาน จะส่งผลต่อความไว้วางใจ และความเชื่อถือของผู้รับบริการ

7. ความต้องการบริการที่สุภาพ และเป็นมิตร ผู้ให้บริการควรปฏิบัติต่อผู้มารับบริการด้วยความสุภาพ อ่อนโยน และอัธยาศัยที่ดี

ฟรีแมนทอล เดวิด<sup>16</sup> (Freemantle, David) ได้ให้กรอบแนวความคิดที่มองความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้า หรือผู้รับบริการ กับ ผู้ให้บริการ เป็นตัวกำหนดความพึงพอใจในบริการที่ได้รับ มีดังนี้

1. รักษาคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้แก่ลูกค้า หรือผู้รับบริการ
2. ตอบรับโทรศัพท์ที่โทรเข้ามาอย่างรวดเร็วภายในไม่เกิน 5 วินาที
3. มีการตอบรับในเรื่องเอกสาร หรือหลักฐานสำคัญต่าง ๆ ภายใน 2 วัน
4. ไม่ควรให้ลูกค้า หรือผู้รับบริการคอยเกิน 5 นาที
5. พนักงานทุกคนต้องมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า
6. เมื่อมีสิ่งบกพร่องเกิดขึ้น รีบไปหาลูกค้า หรือผู้ให้บริการก่อนที่ลูกค้าจะมาหา
7. การติดต่อสื่อสาร หรือธุรกิจต่าง ๆ ระหว่างผู้รับบริการต่าง ๆ จะต้องดำเนินอยู่บนรากฐานของความซื่อสัตย์ต่อกันและกันอย่างเปิดเผย
8. ระบบการทำงานจะต้องมีความเชื่อมั่น
9. การแก้ไขปัญหา หรือข้อผิดพลาดทุกด้านอย่างรวดเร็ว
10. พนักงานทุกคนจะต้องเป็นผู้รู้เกี่ยวกับเรื่องดังต่อไปนี้
  - รู้เรื่องเกี่ยวกับสินค้าที่ตนขาย (Know the product)
  - รู้เกี่ยวกับบริการที่ให้ (Know the service)

<sup>16</sup> Freemantle David, *Incredible Customer Service* (New York : McGraw-Hill Book Company, 1993) อ้างถึงใน พ.ศ.ท. ณรงค์ ศรีสุธรรม . "ความพึงพอใจของประชาชนในบริการของสถานีตำรวจนครบาลเมืองที่ อ.เมือง จ.สุรินทร์." (สารนิพนธ์หลักสูตรพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์, 2538), น. 13-16

-รู้ข้อมูล หรือรู้จักองค์กรที่ตนทำงานอยู่ (Know the organization)

-รู้ว่าจะต้องทำงานอะไรบ้างให้สำเร็จลุล่วง (Know how to get thing done)

-รู้จักวิธีแก้ไขปัญหา (Know how to get the problems resolved)

-รู้จักชื่อของลูกค้าประจำ (Know regular customer by their name)

11. พนักงานที่ต้องติดต่อกับงาน หรือให้บริการลูกค้า จะต้องเป็นผู้ที่สามารถตัดสินใจ หรือตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า โดยไม่ต้องเกรงกลัวฝ่ายบริหารจะตำหนิ

12. ให้สิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ หรือบริการพิเศษเล็ก ๆ น้อย ๆ

13. อย่ามองข้ามความสำคัญของรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ

14. พยายามจัดสำนักงาน และทุกอย่างในสำนักงานให้มีความสง่า

โรเบิร์ต บี. วูดรUFF และ ซาราห์ เอฟ. กาดิเยล<sup>17</sup> (Robert B. Woodruff and Sarah F. Gardial) ได้ให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจของลูกค้า คือ ความรู้สึกในทางบวก หรือลบ เกี่ยวกับคุณค่าซึ่งตนได้รับ จากผลของการใช้สินค้า และบริการขององค์กร ซึ่งความรู้สึกเช่นนี้เป็นปฏิกิริยาตอบสนองต่อสถานการณ์ในฉับพลันทันที หรือต่อสถานการณ์ที่ส่งสมมาจากประสบการณ์ที่ตนเคยได้รับ

<sup>17</sup> Robert B. Woodruff and Sarah F. Gardial, *Know Your Customer*, New Approaches to Understanding Customer Value and Satisfaction, (Massachusetts : Blackwell Publishers Inc., 1996 : p. 20).

ไมเคิล อาร์. โซโลมอน<sup>18</sup> (Michael R. Solomon) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ และ ความไม่พึงพอใจของลูกค้า ตัดสินได้จากความรู้สึก หรือทัศนคติโดยรวมของ ลูกค้า เกี่ยวกับสินค้า หรือบริการ หลังจากได้ซื้อ หรือได้ใช้บริการไปแล้ว

จากการทบทวนแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ การให้บริการ และ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ จากเอกสารทั้งหมด ผู้วิจัย ได้กำหนดแนวคิด ที่เกี่ยวข้องกับ คุณภาพบริการ ราคา และ ความพึงพอใจ โดยมีสมมติฐานว่า

“ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ รับ-ส่ง เอกสาร/ สิ่งของ คำนวณระหว่างประเทศ ของผู้รับบริการ ราคา เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากกว่า คุณภาพ”

---

<sup>18</sup> Michael R. Solomon, *Consumer Behavior, Buying, Having and Being* (Newjersey : Prentice Hall, 1996), p. 323