

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชี บริษัท ริชไลน์ การบัญชีและวีซ่า จำกัด ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
3. ข้อมูลทั่วไปของสำนักงานบัญชี
4. ข้อมูลบริษัท ริชไลน์ การบัญชีและวีซ่า จำกัด
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2555, หน้า 12) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555, หน้า 398) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในกระบวนการสร้างคุณค่า ที่ไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งเกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิดทางด้านจิตใจของลูกค้าที่มีต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ

ตรีเพ็ชร อ่ำเมือง และคณะ (2556, หน้า 18) ได้อธิบาย การบริการ หมายถึง กิจกรรมที่จะต้องมีการให้บริการจัดทำสินค้าหรือกระบวนการ สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ ลักษณะของการบริการมีทั้งไม่ปรากฏรูปร่างหรือตัวตน ไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้ และสามารถเสื่อมสลายได้ง่าย ซึ่งทั้งสองคนเห็นว่า การบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่มีเจ้าของ และสามารถหายไปได้ตามระยะเวลา

ฤดี หลิมไพโรจน์ (2557, หน้า 2) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์หรือความพึงพอใจที่จัดทำขึ้นเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดทำขึ้นร่วมกับการขายสินค้า

กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2557, หน้า 29) กล่าวว่า การบริการ เป็นวิธีการส่งมอบสินค้าที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน ของกิจการให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าหรือบริการเหล่านั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า จนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ โดยเน้นว่าความพึงพอใจของงานบริการต้องบริการได้โดยพนักงานที่มีการบริการที่ดี โดยมีสาเหตุมาจากทักษะการปฏิบัติงานของพนักงานที่มีศักยภาพสูง

สรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการที่สามารถจับต้องได้ สามารถตอบสนองความต้องการและนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ความสำคัญของการบริการ

สมิต สัจฉกร (2556, หน้า 11) ให้ให้แนวคิดของการบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือ หรือ การดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ปฏิบัติ มิใช่ว่าการให้ความช่วยเหลือ หรือทำประโยชน์ต่อผู้อื่น จะเป็นไปตามใจของเราผู้ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ โดยทั่วไปหลักการให้บริการมี ข้อควรคำนึง ดังนี้

(1) สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้บริการ การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการ เป็นหลักจะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดีและเหมาะสมแก่ผู้บริการเพียงใด แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจไม่ได้ให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็อาจไร้ค่า

(2) ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ คุณภาพ คือ ความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น เพราะฉะนั้น การบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ และถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผล การให้บริการ ไม่ว่าเราจะตั้งใจให้บริการมากมายเพียงใด แต่ก็ยังเป็นเพียงด้านปริมาณ แต่คุณภาพของ บริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า

(3) ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน การให้บริการซึ่งจะสนองตอบความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัดคือการปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะหากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้วก็ยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ แม้จะมี คำขอโทษ ขออภัย ก็ได้รับเพียงความเมตตา

(4) เหมาะสมแก่สถานการณ์ การให้บริการที่รวดเร็ว ส่งสินค้าหรือให้บริการตรงตามกำหนด เวลาเป็นสิ่งสำคัญ ความล่าช้าไม่ทันกำหนด ทำให้เป็นการบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากส่งสินค้าทันกำหนดแล้วยังจะต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้าและสนองตอบให้ รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย

(5) ไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่นๆ การให้บริการในลักษณะใดก็ตามจะต้องพิจารณาโดย รอบคอบและรอบด้าน จะมุ่งแต่ประโยชน์ที่จะเกิดแก่ลูกค้าและของเราเท่านั้นไม่เป็นการเพียงพอ จะต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย รวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงควรยึดหลักในการให้บริการว่า จะระมัดระวังไม่ทำให้เกิดผลกระทบทำความเสียหายให้แก่บุคคลอื่นๆ ด้วย

ลักษณะเฉพาะของการบริการ

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555, หน้า 400-403) กล่าวว่า ธุรกิจบริการมีลักษณะเฉพาะอยู่ 4 ประการ ที่ทำให้การบริการมีลักษณะที่แตกต่างจากธุรกิจอื่น ดังนี้

(1) ไม่สามารถจับต้องได้ คุณสมบัติแรกของการบริการ คือ ไม่มีลักษณะทางกายภาพ และไม่สามารถจับต้องได้เหมือนกับสินค้าประเภทอื่น ลูกค้าจึงไม่สามารถที่จะมองเห็น จับต้องได้ หรือทดลองใช้ก่อนที่จะซื้อหรือชำระเงินได้ ลูกค้าจึงมีการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธุรกิจ จากพนักงาน อุปกรณ์ หรือสัญลักษณ์ต่างๆ ราคาสินค้าของธุรกิจและราคาในการให้บริการ ธุรกิจจึง ต้องมีการพัฒนาสิ่งต่างๆ เหล่านี้ ซึ่งเป็นแบบแผนในการสร้างคุณค่าให้สามารถสื่อสารกับลูกค้าว่า ธุรกิจจะสามารถร่วมสร้างคุณค่ากับลูกค้าได้อย่างไร ดังนั้น จึงต้องมีการวิเคราะห์ถึงการให้คุณค่าของ ลูกค้าในการบริการของธุรกิจ เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบแผนการสร้างคุณค่าของ ธุรกิจ

(2) ไม่สามารถแบ่งแยกได้ ธุรกิจบริการไม่สามารถที่จะแบ่งแยกการให้บริการได้ โดยปกติธุรกิจจะเสนอบริการให้กับลูกค้าและลูกค้าจะใช้บริการทันที ซึ่งต่างจากผู้ประกอบการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย ที่ต้องมีกระบวนการต่างๆ ตั้งแต่ จัดหาวัตถุดิบ ผลิต ขนส่ง จัดวางบนชั้น และรอให้ลูกค้าทำการซื้อและบริโภคหลังจากซื้อสินค้า แต่การบริการไม่สามารถที่จะแยกออกจากผู้ให้บริการหรือให้ผู้อื่นมารับบริการแทนได้ ทำให้การบริการต้องใช้เวลา เนื่องจากมีเวลาจำกัด การให้บริการต้องกระทำภายในทันที เช่น ธุรกิจร้านตัดผม เมื่อลูกค้าเข้าไปตัดผมในร้านได้ประมาณ 10 นาที ปรากฏว่ามีโทรศัพท์มาตามให้เข้าประชุมด่วน ลูกค้าคนนั้นยังต้องนั่งตัดผมต่อไปจนเสร็จ เนื่องจากการตัดผมต้องกระทำให้เสร็จในทันที ไม่สามารถกลับมาตัดอีกครั้งในโอกาสต่อไป ดังนั้น ธุรกิจบริการที่มีเวลาจำกัด ลูกค้ามีความต้องการมาก การรอคอยนานทำให้เกิดความเบื่อหน่ายและไม่พึงพอใจ ผู้ให้บริการต้องมีการปรับปรุงการบริการและการสร้างคุณภาพการบริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และมีการจัดการเกี่ยวกับความต้องการซื้อในธุรกิจบริการ ดังนี้

(2.1) ฝึกฝนการให้บริการแก่คนเป็นจำนวนมาก เพื่อให้ลูกค้าไม่ต้องรอนาน เช่น ในร้านตัดผมขณะที่มีลูกค้าจำนวนมาก เมื่อลูกค้าใหม่เข้าร้าน จะนำลูกค้าไปสระผมก่อน ขณะที่ลูกค้ารายใหม่กำลังสระผมช่างตัดผมก็ให้บริการกับลูกค้าคนอื่นๆ โดยใช้เวลาเท่าๆ กับช่วงเวลาที่ลูกค้ารายใหม่กำลังสระผม และนำลูกค้าที่ตัดผมแล้วไปทำความสะอาด หลังจากนั้นจึงเป่าผมให้แห้งและตรวจสอบคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นการจัดการกับความต้องการซื้อลักษณะหนึ่งของธุรกิจบริการ

(2.2) ฝึกฝนการบริการให้รวดเร็วขึ้น แต่คุณภาพได้มาตรฐาน ธุรกิจสามารถกำหนดระยะเวลาในการให้บริการ มาตรฐานในการบริการแต่ละขั้นตอน เช่น ศูนย์มะเร็งจังหวัดสุราษฎร์ธานี เปิดโอกาสให้พนักงานได้ร่วมกันพัฒนากระบวนการให้บริการ เพื่อลดระยะเวลาในการให้บริการรวม และสามารถลดระยะเวลาในการบริการได้อย่างมาก

(2.3) ฝึกฝนให้ผู้ให้บริการเพิ่มมากขึ้น โดยจัดตั้งเครือข่ายสัมพันธ์กันเพื่อเชื่อมโยงและให้บริการอย่างสัมพันธ์กัน เป็นการกระจายความต้องการซื้อไปยังผู้ให้บริการหลายคน ทำให้สามารถบริการได้รวดเร็วขึ้น เช่น ในธุรกิจธนาคาร แม้ว่าธนาคารต่างๆ จะมีการใช้ระบบบัตรคิวอัตโนมัติและวางแผนการจัดคิวในการให้บริการ แต่ในช่วงเวลาที่เร่งด่วน ผู้จัดการธนาคารจะเปิดช่องให้บริการในเคาน์เตอร์พิเศษ เพื่อให้บริการในส่วนที่ไม่จำเป็นต้องใช้ระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อกระจายการบริการลูกค้าไปยังพนักงานคนอื่น

(2.4) การวางแผนการบริการที่ยืดหยุ่น ธุรกิจอาจจะวางแผนการบริการโดยใช้พนักงานที่ให้บริการหน้าที่หลักของตนเอง แต่สามารถทำงานได้หลายหน้าที่ เนื่องจากบางกระบวนการยังไม่จำเป็นในขณะนั้น ธุรกิจอาจจะวางแผนให้พนักงานกลุ่มนั้นไปบริการในส่วนอื่น เพื่อเป็นการใช้คนอย่างมีประสิทธิภาพ

(2.5) พัฒนาระบบวัดคุณภาพการให้บริการ นักการตลาดอาจจะใช้แนวคิด ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ในการวัดคุณภาพการให้บริการ เพื่อควบคุมและติดตามมาตรฐานการให้บริการของธุรกิจ โดยมีความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวชี้วัด แต่ธุรกิจต้องพัฒนาระบบในการนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการปรับปรุงแก้ไขผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

(3) สามารถเปลี่ยนแปลงได้ การบริการมีลักษณะเฉพาะที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ง่าย อันเนื่องมาจากความเกี่ยวข้องด้านอารมณ์ ของทั้งผู้ให้บริการและลูกค้า จึงทำให้การบริการในแต่ละ

ครั้งไม่สามารถบริหารจัดการให้มีกระบวนการหรือมาตรฐานที่เท่ากันได้ทุกครั้งหรือทุกสถานการณ์ จึงส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของลูกค้าได้ง่าย เมื่อลูกค้าใช้บริการกับธุรกิจแล้วไม่พึงพอใจ ลูกค้าจะเปลี่ยนไปใช้บริการกับคู่แข่งหรือธุรกิจอื่นที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า ดังนั้นธุรกิจต้องเน้นรักษามาตรฐานของคุณภาพในการบริการให้อยู่คงที่มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ หรือสร้างมาตรฐานการบริการให้เหนือกว่าคู่แข่ง และเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งธุรกิจต้องเริ่มตั้งแต่การฝึกฝนพนักงานให้มีความเป็นมิตร มีใจรักงานบริการ ให้บริการแก่ลูกค้าด้วยท่าที่เป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส ยินดีที่จะให้บริการ และที่สำคัญ ธุรกิจต้องกำหนดมาตรฐานการให้บริการเพื่อเป็นแนวทางสำหรับพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้า โดยธุรกิจต้องคอยตรวจสอบคุณภาพการให้บริการผ่านระบบคำแนะนำจากลูกค้า การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า หรือการจ้างผู้ตรวจสอบเข้าไปเป็นผู้ใช้บริการ เป็นต้น

(4) ไม่สามารถเก็บไว้ได้ ลักษณะอีกประการหนึ่งของการบริการคือ ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ แม้ว่าการบริการจะไม่เน่าเสียเหมือนกับอาหารหรือผลไม้ แต่เมื่อธุรกิจเสนอบริการให้ลูกค้าแล้วลูกค้าไม่สามารถรอหรือเลื่อนไปใช้บริการในเวลาอื่นได้

องค์ประกอบของการบริการ

กัตถุญญ หิริญญสมบุรณ (2557, หน้า 11) กล่าวว่า องค์ประกอบต่างๆ ของการบริการแบ่งได้ดังนี้ต่อไป

(1) กิจกรรมการดำเนินงาน เป็นสิ่งที่ธุรกิจกระทำการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ

(2) ความต้องการของลูกค้า คือสาระที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้บริการนั้น ความต้องการของลูกค้าเป็นนามธรรมซึ่งอรรถประโยชน์ตามที่ลูกค้าต้องการ

(3) ผู้ให้บริการ เป็นองค์ประกอบในด้านปัจจัยการผลิตการบริการที่สำคัญ เนื่องจากการบริการโดยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่ใช้แรงงานเป็นหลัก ผู้ให้บริการในบางประเภทต้องปฏิบัติงานโดยมีผู้รับบริการเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริการนั้น

(4) ทรัพยากรที่จับต้องได้ เป็นปัจจัยการผลิตที่เอื้ออำนวยต่อความสำเร็จของการบริการนั้น

(5) ระบบงาน เป็นวิธีการปฏิบัติงานที่กำหนดไว้ล่วงหน้าแต่ละขั้นตอนอย่างมีระเบียบแบบแผน เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า ระบบงานที่ดีมีประสิทธิภาพจะทำให้การบริการสมบูรณ์แบบทั้งด้านคุณภาพบริการที่ดี และทันเวลาที่ลูกค้าต้องการ ระบบงานที่ดีต้องอาศัยการบริหารจัดการที่ดี มีการวางแผนอย่างรอบคอบทั้งเมื่อปฏิบัติงานตามปกติ และเมื่อเกิดสถานะฉุกเฉิน โดยมีขั้นตอนการปฏิบัติงานทั่วไปและแผนงานสำรองเพื่อรองรับการสร้างระบบงานที่ดี

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2556, หน้า 18) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การที่ผู้รับบริการได้รับบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า

นภวรรณ คณานุรักษ์ (2556, หน้า 7) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การรับรู้ส่วนบุคคลเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เชื่อมโยงกับความคาดหวังของลูกค้า

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ และคณะ (2555, หน้า 25) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นภาวะการณ์แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบการรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับบริการหรือการให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น

นันทสารี สุขโต และคณะ (2555, หน้า 10) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า ขึ้นอยู่กับสมรรถนะของผลิตภัณฑ์ที่รับรู้ได้เปรียบเทียบกับความคาดหวังของผู้ซื้อ หากสมรรถนะของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะไม่พึงพอใจ หากสมรรถนะของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวัง ลูกค้าจะพึงพอใจ แต่ถ้าสมรรถนะของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะพึงพอใจมากหรือเรียกว่า ความปิติยินดีของลูกค้า (Delight)

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2553, หน้า 15) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการทำงานในทางบวก เป็นความสุขของบุคคลที่เกิดจากการปฏิบัติงานหรือได้รับบริการ ซึ่งเป็นผลที่เกิดจากความพึงพอใจทำให้บุคคลเกิดความรู้สึก กระตือรือร้นมีความมุ่งมั่น สิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการทำงาน รวมทั้งส่งผลต่อความสำเร็จและเป็นไปตามเป้าหมาย

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การรับรู้ส่วนบุคคลที่แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกสามารถตอบสนองความต้องการ และเชื่อมโยงกับความคาดหวังของลูกค้า

แนวทางการเสริมสร้างความพึงพอใจในการบริการ

จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2555, หน้า 43-45) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าและผู้ให้บริการต่างมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินงานบริการ ดังนั้นการสร้างความพึงพอใจในการบริการจำเป็นที่จะต้องดำเนินการควบคู่กันไปทั้งต่อลูกค้าและผู้ให้บริการ ดังนี้

(1) การตรวจสอบความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าและผู้ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ผู้บริหารการบริการจะต้องใช้เครื่องมือต่างๆ ที่มีในการสำรวจความต้องการ ค่านิยมและความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการขององค์กร ซึ่งสามารถกระทำได้โดยการใช้บัตรแสดงความคิดเห็นการสำรวจและการวิจัยตลาด การสำรวจและเจาะกลุ่มเป้าหมาย การสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้า ตลอดจนการรับฟังความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในองค์กรบริการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนทั้งภายนอกและภายในองค์กร ในการสะท้อนภาพประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานบริการ ซึ่งจะเป็นตัวชี้ข้อบกพร่อง ข้อได้เปรียบขององค์กร เพื่อการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาคุณภาพของการบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า อันนำมาซึ่งความพึงพอใจต่อการบริการ

(2) การกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์กรให้ชัดเจน ผู้บริหารการบริการจำเป็นที่จะต้องนำข้อมูลที่ระบุถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ข้อบกพร่อง ข้อได้เปรียบขององค์กร ต้นทุนของการดำเนินการ แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค และข้อมูลอื่นที่เป็นประโยชน์มาประกอบการกำหนดนโยบาย เป้าหมาย และทิศทางขององค์กร โดยคำนึงถึงความชัดเจนและผลในทางปฏิบัติของนโยบายดังกล่าวให้สอดคล้องกับความสามารถ และความพร้อมขององค์กรและผู้ปฏิบัติงาน รวมทั้งเป็นที่ยอมรับและรับรู้ถึงข้อปฏิบัติเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งจะส่งผลต่อลักษณะของการให้บริการและคุณภาพของการบริการต่อลูกค้า

(3) การกำหนดกลยุทธ์การบริการที่มีประสิทธิภาพ ผู้บริหารการบริการจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนการบริการที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับเป้าหมายและทิศทางขององค์การ โดยใช้กลยุทธ์สมัยใหม่ ทั้งในด้านการบริการ การตลาด การควบคุมคุณภาพ การบริการ รวมทั้งการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการอำนวยความสะดวกในการบริการด้านต่างๆ

(4) การพัฒนาคุณภาพและความสัมพันธ์ในกลุ่มพนักงาน การพัฒนาบุคลากรในองค์การบริการให้มีคุณภาพและมีจิตสำนึกของการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อการบริการให้เกิดขึ้นอย่างแท้จริง จะต้องเริ่มจากการให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการในด้านความรับผิดชอบต่องาน และผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ การพัฒนาให้มีความรู้ความเข้าใจในความสำคัญของลูกค้า และความพยายามสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด การสนับสนุนการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มในการนำเสนอบริการต่อลูกค้าอย่างเป็นระบบ ตลอดจนการสร้างสรรค์กิจกรรมให้เกิดความกลมเกลียวและพร้อมที่จะทำหน้าที่บริการลูกค้า

(5) การนำกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าไปปฏิบัติและประเมินผลผู้บริหารการบริการจะต้องสร้างสรรค์บรรยากาศและวัฒนธรรมองค์การที่มุ่งเน้นความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้าให้เกิดขึ้นทุกฝ่าย ทุกขั้นตอน ทุกระดับของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ พนักงานทุกคนต้องยึดหลักการทำหน้าที่เพื่อประโยชน์ของลูกค้าหรือลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงานทุกอย่าง ตั้งแต่การกำหนดนโยบาย การวางแผนจัดการ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การบริการ จนถึง การนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการที่มุ่งไปสู่เป้าหมายของ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า อย่างแท้จริง

ปัจจัยหลักในการสร้างความพอใจ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2556, หน้า 146-148) กล่าวว่า ความพอใจของลูกค้าเกิดจากประสบการณ์จากการใช้บริการแล้วประทับใจเกินกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ ความพอใจสำหรับการบริการนั้นสร้างได้ยากกว่าสินค้า เนื่องจากคุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งที่พัฒนาแล้วอยู่นิ่งไม่เปลี่ยนแปลง แต่คุณภาพการบริการขึ้นกับพนักงาน ซึ่งแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์และตามสถานการณ์ต่างๆ หรือลูกค้าที่มาใช้บริการบางรายอาจมีความต้องการเฉพาะที่มากเกินความต้องการที่พนักงานจะให้บริการได้อย่างเต็มที่ จึงทำให้เกิดความไม่พอใจ ดังนั้น ปัจจัยหลักในการสร้างความพอใจมี 3 ประการ ดังนี้

(1) ผู้รับบริการ มีความต้องการและความคาดหวังสำหรับการบริการที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน รวมทั้งความต้องการนั้นยังเปลี่ยนไปสำหรับการบริการแต่ละครั้ง นอกจากนี้อารมณ์หรือลักษณะเฉพาะของลูกค้าย่อมมีผลต่อความพอใจของตน หากลูกค้าอารมณ์ไม่ดี แม้ว่าพนักงานในร้านอาหารจะให้บริการต้อนรับดีเพียงใด ลูกค้าย่อมบอกว่าการบริการยังไม่ประทับใจนัก หรือหากลูกค้ามีมาตรฐานในการได้รับบริการสูงมาก มีความต้องการเฉพาะมากมาย ความประทับใจย่อมเกิดได้ยากกว่าลูกค้าที่มีความต้องการไม่มากนัก

(2) ผู้ให้บริการ ความพอใจของลูกค้ามีผลจากความรู้ ความสามารถ ความพร้อมในด้านกายและอารมณ์ในขณะที่ให้บริการ รวมถึงความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน สิ่งหนึ่งที่นักการตลาดต้องทำคือ การคัดเลือกพนักงานจะต้องทำอย่างรอบคอบ ต้องมีการวัดทัศนคติของผู้ให้บริการ ต้องศึกษาถึงสภาพครอบครัว ต้องให้พนักงานทำงานเป็นทีมที่พร้อมจะช่วยเหลือกันตลอดเวลา ต้อง

สร้างความสามัคคี ต้องฝึกอบรมสร้างความมุ่งมั่นในการให้บริการให้เกิดในหัวใจ หรืออาจจะต้องลงให้พนักงานไปทดลองใช้บริการของธุรกิจคู่แข่ง

(3) สิ่งแวดล้อมอื่นๆ เช่น อากาศ แสงแดด โต๊ะ เก้าอี้ ล้อบีบี่ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อความพอใจของลูกค้าอย่างมาก ความพอใจของลูกค้ายังมีผลมาจากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการด้วย แถวที่ยาวเหยียดของธนาคารในวันศุกร์ย่อมสร้างความไม่พอใจใช้บริการ หรือหากจำเป็นต้องใช้บริการธนาคารในวันนั้น ลูกค้าจะมีแนวโน้มของความไม่พอใจสูงกว่าปกติ สวนสนุกที่มีแถวยาวมากทำให้ลูกค้าไม่ต้องการเล่นเครื่องเล่น ดังนั้น ต้องบริหารให้ดี สิ่งที่ทำได้คือต้องจัดการแถวอย่างมีประสิทธิภาพ

การวัดความพึงพอใจในการให้บริการ

Millet (2012, p.27) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยการพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

(1) การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริการงานของที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นผู้ให้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ผู้ให้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

(2) การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ถ้าไม่มีการตรงเวลาจะนำมาซึ่งการสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ผู้ให้บริการ

(3) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The right quantity at the geographical) ซึ่ง Millet เห็นว่าความเสมอภาค หรือการตรงเวลาจะไม่มีคามหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้ให้บริการ

(4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลักไม่ใช่ยึดความพอใจขององค์กรที่ให้บริการว่าจะให้ หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

(5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่ทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการดำเนินการใดๆ เพื่อเป็นการให้ความสะดวกแก่บุคคลอื่นซึ่งกิจกรรมนั้นไม่สามารถจับต้องได้ แต่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับได้ และสามารถทำให้เกิดความประทับใจ หรือความพึงพอใจกับผู้ให้บริการได้

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler and Armstrong (2002, p.75) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับเคลื่อน (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการ

บางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (Biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิว กระจายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (Psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (Recognition) การยกย่อง (Esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (Belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และทฤษฎีของซิกมันด์ ฟรอยด์

(1) ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory motivation)

อับราฮัม มาสโลว์ (A.H. Maslow) ค้นหารีวิธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์ คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ คือ

(1.1) ความต้องการทางกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค

(1.2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย

(1.3) ความต้องการทางสังคม (Social needs) เป็นความต้องการการยอมรับจากเพื่อน

(1.4) ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือ และสถานะทางสังคม

(1.5) ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (Self-actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรก ก่อนเมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่องานศิลปะชั้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการแม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการ เป็นมโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินของผู้รับบริการ โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (Expectation service) กับการบริการที่รับรู้ได้จริง (Perception service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการหรืออาจสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1988, p.42)

อาจจำแนกคุณภาพเป็นคุณภาพที่ต้องมี (Must be quality) และคุณภาพที่ประทับใจ (Attractive quality) คุณภาพที่ต้องมีคือสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหากไม่ได้รับจะเกิดความไม่พึงพอใจ คุณภาพที่ประทับใจ การพัฒนาคุณภาพจะต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพที่ต้องมีเป็นอันดับแรก และจัดให้มีคุณภาพที่ประทับใจหากเป็นไปได้ สามารถจำแนกคุณภาพบริการออกเป็นมิติต่างๆ ดังนี้

- (1) ความรู้ความสามารถ (Competency) ของผู้ให้บริการ
- (2) ความเหมาะสม (Appropriateness) ของการให้บริการเป็นการปฏิบัติตามข้อบ่งชี้หรือความสอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพ
- (3) ประสิทธิภาพ (Effectiveness) ของการให้บริการ ได้แก่ การที่ผู้ป่วยรอดชีวิต หายจากการเจ็บป่วย ไม่มีความพิการ
- (4) ประสิทธิภาพ (Efficiency) ของการให้บริการ ได้แก่ การให้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ
- (5) ความปลอดภัย (Safety) ได้แก่ การที่ไม่เกิดอันตรายหรือภาวะแทรกซ้อนต่างๆ จากการเจ็บป่วย
- (6) การเข้าถึงบริการที่มีบริการให้เมื่อจำเป็น (Accessibility)
- (7) ความเท่าเทียมกันในการรับบริการ (Equity)
- (8) ความต่อเนื่อง (Continuity)

ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

Parasurman, et al. (1990, p.35) ให้ความหมาย คุณภาพบริการ หมายถึง การรับรู้ของผู้ใช้บริการซึ่งผู้ใช้บริการจะทำการประเมินคุณภาพบริการ โดยทำการเปรียบเทียบความต้องการหรือความคาดหวังกับการบริการที่ได้รับจริง และการที่องค์กรได้รับชื่อเสียงจากคุณภาพบริการต้องมีการบริการที่คงที่อยู่ในระดับของการรับรู้ของผู้ใช้บริการหรือเหนือกว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริการ

Hanks, Line & Kim (2017, p.61) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ คือ การเอาใจใส่ในคุณภาพของการบริการของบริษัทให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือในบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2553, หน้า 106) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ (Service quality) หมายถึง การบริการที่ดีที่สุด (Excellent service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ (Customer satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer loyalty)

ชูชัย สมितिไกร (2554, หน้า 369) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความดีเลิศ หรือความเหนือกว่าของการบริการ

อรจันท์ ศิริโชติ (2556, หน้า 248) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับบริการที่ได้รับจริง ซึ่งความคาดหวังของลูกค้าเป็นผลจากคำบอกเล่าที่บอกต่อกันมา ความต้องการของลูกค้าเองและประสบการณ์ในการรับบริการที่ผ่านมา รวมถึงข่าวสารจากผู้ให้บริการทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ส่วนการรับรู้ของลูกค้าเป็นผลมาจากการได้รับบริการและการสื่อสารจากผู้ให้บริการไปยังลูกค้า ถ้าบริการที่ได้รับจริงดีกว่าหรือเท่ากับ ความคาดหวังถือว่าคุณภาพบริการเป็นที่น่าพึงพอใจ

นพรัตน์ ภูมิวิมลสาร (2558, หน้า 141) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง ความคาดหวังของลูกค้าชั้นพื้นฐานที่ธุรกิจจะต้องตอบสนองให้ได้ ซึ่งวัดได้จากสิ่งที่มองเห็นได้ในบริการ ความเชื่อถือได้ การตอบสนอง การเข้าถึงบริการ และการเอาใจใส่

สรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความรู้สึกที่ผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้จากการบริการ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจในการมารับบริการ เป็นความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ หากผู้รับบริการได้รับการบริการที่สูงกว่าความคาดหวัง ผู้รับบริการก็จะรับรู้และประเมินออกมาได้เป็นคุณภาพการให้บริการ

ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ

Kasiri, Guan Cheng, Sambasivan & Sidin (2017, p.35) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าและบริการ และใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, (2553, หน้า 109-111) กล่าวว่า ความสำคัญของคุณภาพในการให้บริการสามารถพิจารณาได้ในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนี้

เชิงคุณภาพ ความสำคัญในเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย

(1) สร้างความพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้า การให้บริการอย่างมีคุณภาพย่อมทำให้ลูกค้าติดใจและรู้สึกพอใจ ต้องการมาใช้บริการในครั้งต่อไป ไม่ต้องการเปลี่ยนไปใช้บริการอื่นที่ไม่คุ้นเคย ในที่สุดย่อมเกิดความจงรักภักดี ซึ่งความพอใจและความจงรักภักดีจากลูกค้าหาได้ยากเต็มทีในยุคที่มีการบริการจากคู่แข่งชั้นให้เลือกมากมาย ซึ่งมีผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ นอกจากนี้ การให้บริการที่ดีเลิศยังช่วยลดความไม่พอใจของลูกค้าลงด้วย เนื่องจากการลดความผิดพลาดของการให้บริการลง

(2) มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ การให้บริการที่มีคุณภาพย่อมทำให้ลูกค้าเกิดความชื่นชมและความชื่นชมนั้นสามารถนำไปถ่ายทอดให้แก่ผู้อื่น ทำให้ธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่ดี

(3) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ คุณภาพการให้บริการมีผลอย่างมากในขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการ เนื่องจากลูกค้าในปัจจุบันพิจารณาถึงความคุ้มค่าของการใช้บริการสิ่งที่เป็นพื้นฐานในการบอกถึงความคุ้มค่าคือคุณภาพในการบริการ

(4) สร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืนและความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน ด้วยเหตุผลทั้งหมดดังกล่าวข้างต้น ทำให้การบริการที่มีคุณภาพเป็นการสร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืนให้ธุรกิจยากที่คู่แข่งจะลอกเลียนแบบได้ในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

เชิงปริมาณ ความสำคัญเชิงปริมาณ ประกอบด้วย

(1) ลดค่าใช้จ่ายในการแก้ไขข้อผิดพลาด การที่ธุรกิจต้องมาตามแก้ไขข้อผิดพลาดจากการให้บริการย่อมทำให้เสียค่าใช้จ่าย เสียเวลา เสียแรงงาน พนักงานที่ต้องมาตามแก้ไข และการสูญเสียลูกค้า ดังนั้น การปรับปรุงธุรกิจเพื่อสร้างคุณภาพในการให้บริการย่อมช่วยลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการแก้ไขข้อผิดพลาด ซึ่งมีการลงทุนที่ถูกลงกว่าแต่ได้ประโยชน์คุ้มค่ากว่า นอกจากนี้การติดตามแก้ไขข้อผิดพลาดอาจจะแก้ไขได้ไม่หมด หรืออาจจะแก้ไขได้ไม่ถึงรากเหง้าของปัญหา ซึ่งในที่สุดอาจจะเกิดขึ้นซ้ำได้ นอกจากนี้ การหาลูกค้าใหม่เพื่อชดเชยลูกค้าที่สูญเสียไปจะใช้เงินมากกว่าการรักษาลูกค้าเก่าถึง 25%

(2) เพิ่มรายได้และส่วนแบ่งตลาดให้ธุรกิจ เมื่อลูกค้าเกิดความมั่นใจในบริการที่จะได้รับแล้วว่าคุ้มค่า การเสนอขายบริการอย่างอื่นเพิ่มเติมที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ย่อมทำให้ลูกค้าตัดสินใจได้ไม่ยาก และทำให้กิจการสามารถเพิ่มรายได้จากฐานลูกค้าปัจจุบันที่พอใจในบริการของธุรกิจย่อมเป็นไปได้ไม่ยากนัก

สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการควรสอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ คำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลัก โดยนำความต้องการของลูกค้าเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

ปัจจัยในการเพิ่มคุณภาพการบริการ

คิวกูทซ์ พงศกรรังศิลป์ (2555, หน้า 418-419) กล่าวว่า ปัจจัย 4 ประการสำหรับธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับบริการ คือ 4S's ที่ธุรกิจต้องสร้าง ปลูกฝัง และฝึกฝนให้กับพนักงาน ดังนี้

(1) จิตมุ่งมั่นบริการ (Service mind) เป็นคุณสมบัติแรกของพนักงานผู้ให้บริการที่ต้องมุ่งมั่นอย่างเต็มที่ ไม่เกี่ยงงานว่าเป็นงานหนักหรืองานเบา มีเป้าหมายคือการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการสร้างคุณค่าและทำอะไรให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด โดยยึดหลักว่า ให้คนที่สบายที่สุดคือลูกค้า คนที่ได้ผลประโยชน์มากที่สุดคือลูกค้า แม้ว่าคนที่ลำบากที่สุดคือผู้ให้บริการก็ตาม หรือให้บริการแก่ลูกค้าเปรียบเสมือนเป็นคนที่เราหลงรัก จึงจะทำให้การบริการออกมาเยี่ยมยอดที่สุด และทำให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด

(2) รอยยิ้ม (Smile) ทำไมรอยยิ้มจึงสำคัญ เพราะว่าทุกคนจะยิ้มเมื่อมีความสุข ขณะให้บริการแก่ลูกค้าเช่นเดียวกัน เมื่อทำด้วยความเต็มใจและมีจิตใจมุ่งมั่นให้บริการ พนักงานย่อมมีความสุข เมื่อบริการอย่างมีความสุข ลูกค้าย่อมมีความสุขด้วย โดยเวลาที่กำลังใช้บริการ หรือติดต่อประสานงานกับหน่วยงานใดแล้วถูกบึ้งใส่ หรือตีสีหน้า ทุกคนย่อมจะรู้สึกที่ไม่อยากเจออีกเลย เช่นเดียวกันกับลูกค้า ทุกคนต่างต้องการความสบายใจ ความสุขจากการซื้อสินค้าหรือบริการ

(3) ทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า (Solve skill) เป็นธรรมดาที่ธุรกิจทุกแห่งต้องเผชิญหน้ากับลูกค้า เมื่อลูกค้าต้องการอะไร คำตอบเดียวคือ ต้องได้ แต่จะได้แบบไหนนั้นต้องขึ้นอยู่กับทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของผู้ให้บริการ

(4) สิ่งเหนือกว่า (Superior) คือ ทำอย่างไรก็ได้ให้ลูกค้าเชื่อมั่น ธุรกิจของเราเป็นสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้า มีจุดเด่นเหนือกว่าคู่แข่ง กล่าวได้ว่าเป็นการทำให้ธุรกิจเป็นตัวเลือกอันดับหนึ่งของลูกค้า

การพัฒนาคุณภาพบริการ

ฤดี หลิมไพโรจน์ (2557, หน้า 189-190) กล่าวว่า คุณลักษณะที่จัดว่าเป็นเลิศด้านการบริการ มีอยู่ด้วยกัน 10 คุณลักษณะ ดังนี้

(1) มีระบบพนักงานสัมพันธ์ที่ดีกว่าบริษัทอื่น ๆ ทั้งนี้เพราะทางฝ่ายจัดการมีความเชื่อว่า “ความเหนือชั้นกว่าทางด้านบริการ ย่อมมาจากพนักงานผู้ให้บริการที่มีความเหนือชั้นกว่า และการมีระบบพนักงานสัมพันธ์ที่ดี และเหนือชั้นกว่านั่นเอง”

(2) มีการรณรงค์ และปลูกฝังจิตสำนึกต่อการให้บริการที่ดีเยี่ยมแก่ลูกค้า พร้อมกับการอบรมและทำความเข้าใจอย่างท่องแท้กับพนักงานทุกคนว่า “ทำไมจึงต้องให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า”

(3) มีการพัฒนาและจัดตั้งระบบการบริหารงานต่างๆ ที่เอื้ออำนวยให้การให้พนักงานแต่ละคนสามารถปฏิบัติงานตามมาตรฐานที่กำหนดได้อย่างราบรื่น

(4) การตระหนักดีกว่า ปฏิบัติการใดๆ ที่เกิดขึ้นในองค์การล้วนมีผลกระทบต่องานบริการลูกค้า (ภายนอก) เสมอ ดังนั้นจึงมีการจัดตั้งระบบเกื้อหนุนกันและกันภายในองค์การอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันมิให้จุดอ่อนใดๆ ที่เกิดขึ้น ณ หน่วยงานส่วนใดภายในองค์การ

(5) สามารถบริหารระบบงาน เพื่อให้มาตรฐานการให้บริการที่วางไว้สูงนั้นเป็นความจริงได้ สามารถเปลี่ยนแนวคิดให้เป็นพฤติกรรมที่เป็นรูปธรรม

(6) มีการฝึกอบรมให้ผู้จัดการ ผู้บริหารระดับต่างๆ หัวหน้างาน และพนักงานระดับปฏิบัติการ สามารถธำรงรักษามาตรฐานงานบริการของตนเอาไว้ได้

(7) มีการกำหนดหรือนิยาม บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ของผู้บังคับบัญชาและหัวหน้างานทุกระดับให้มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อการส่งเสริมให้มีการปรับปรุงมาตรฐานบริการให้ดียิ่งขึ้นอยู่ตลอดเวลา

(8) มีระบบจูงใจและให้กำลังใจพนักงานที่ให้บริการได้ดีเด่น ด้วยการประกาศเกียรติคุณ และให้รางวัลตอบแทนอยู่เสมอ เพื่อให้แต่ละคนตั้งใจและตั้งมั่นอยู่กับการให้บริการที่ดีที่สุดตลอดไป

(9) ใช้ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานในเชิงปริมาณ ซึ่งวัดเป็นตัวเลขเพื่อประเมินความเหมาะสมและมีประสิทธิผลของนโยบาย กฎระเบียบหรือแนวปฏิบัติต่างๆ ด้านการบริหารบุคคล ซึ่งปกติจะวัดโดยหน่วยวัดเชิงปริมาณได้ยากแต่บริษัทที่ประสบความสำเร็จสามารถทำได้

(10) มีกลไกภายในองค์การที่ช่วยเกื้อหนุนให้ค่านิยมด้านการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้ายังคงอยู่คู่กับองค์กรนั้นตลอดไป

ลักษณะของคุณภาพการให้บริการ

Kotler (1944, pp.467-468) กล่าวว่า ลักษณะของคุณภาพการให้บริการที่สำคัญประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 4 ประการ คือ

(1) การไม่สามารถถูกจับต้องได้ (Intangibility) เนื่องจากเป็นผลของการปฏิบัติผู้รับบริการจะจับเอาเฉพาะส่วนที่จำเพาะเจาะจงตรงกับอรรถาธิบาย เก็บความทรงจำไว้ในรูปแบบประสบการณ์ทำให้ไม่สามารถเก็บบริการที่ไม่ได้ใช้ภายหลังไม่สามารถจดทะเบียนลิขสิทธิ์ไว้ยากที่จะแสดงผลลัพธ์ออกมาในรูปแบบของผลงาน ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องมีการเตรียมสิ่งต่างๆ เพื่อให้การประเมินคุณภาพการบริการอยู่ในเกณฑ์ที่ผู้บริการพอใจ และตัดสินใจรับบริการ เช่น

(1.1) สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและมีการอำนวยความสะดวกแก่ผู้มารับบริการมีความสะอาดสวยงาม ที่นั่งเพียงพอ บรรยากาศดี ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ

(1.2) บุคคล (People) ผู้ให้บริการต้องมีความสุขภาพ มีบุคลิกดี ใช้คำพูดได้เหมาะสม มีความเต็มใจ และกระตือรือร้นที่จะให้บริการ

(1.3) การติดต่อสื่อสาร (Communication) ผู้ให้บริการต้องจัดระบบติดต่อสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ สามารถติดต่อได้ง่ายโดยเฉพาะในกรณีเร่งด่วน

(1.4) สัญลักษณ์ (Symbol) ควรมีการสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอ เช่น มีป้ายชี้บอกสถานที่ต่างๆ ชัดเจน

- (1.5) ราคา (Price) มีการกำหนดราคาการให้บริการที่เหมาะสมกับระดับการให้บริการ
- (2) การไม่สามารถถูกแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) เนื่องจากการบริการจะต้องเกิดปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ให้และผู้บริการทันทีทำให้
- (2.1) ผู้บริโภคต้องบริโภคผลผลิตของการบริการทันที
- (2.2) อาจมีผู้บริโภคอื่นร่วมบริโภคผลผลิตของการบริการนั้นในเวลาเดียวกัน เช่น การดูภาพยนตร์ เป็นต้น
- (2.3) สามารถนำการบริการมารวมผลผลิตจากแหล่งเดียวกันหลายๆ เหมือนเช่นในอุตสาหกรรมการผลิต ทำให้การขยายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องเวลา
- (2.4) ทั้งผู้ให้และผู้รับบริการต่างมีผลต่อการเกิดการบริการ ผู้รับบริการต้องปรากฏให้ผู้ให้บริการเห็นจึงจะเกิดการบริการ
- (3) ความไม่คงเส้นคงวา (Heterogeneity) การบริการมีความแตกต่างกันในผลการปฏิบัติในแต่ละครั้งที่บริการ ทำให้ยากแก่การกำหนดเป็นมาตรฐาน หรือควบคุมคุณภาพ
- คุณภาพของการบริการเปลี่ยนแปลงไม่เปลี่ยนผู้ให้บริการหรือเปลี่ยนเวลา สถานที่ สิ่งแวดล้อม ทำให้ความสม่ำเสมอ (Consistency) เกิดได้ลำบาก เช่น การมารับการตรวจแพทย์คนเดียว ความเข้าใจและความพอใจของผู้รับบริการแต่ละคนก็มีความแตกต่างกัน หรือไม่ผู้รับบริการคนเดียวกันกับการมารับบริการต่างครั้งกัน ความพอใจแต่ละครั้งก็ต่างกัน
- (4) ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability) การบริการจะสูญเสียประโยชน์ถ้าไม่มีผู้มาใช้บริการ ทำให้มีการวางแผนที่ลำบาก อาจเกิดปัญหาการบริการไม่ทันในช่วงที่มีผู้มารับบริการมากและในทางกลับกันพนักงานกลับว่างงานในช่วงที่มีผู้มารับบริการน้อย

ปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญที่องค์กร หรือหน่วยงานต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรหรือหน่วยงานด้านการบริการ จึงได้มีนักวิชาการได้กำหนดปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ดังนี้

Zeithaml & Berry (1996, pp.55-56) ได้รวบรวมปัจจัยต่างๆ ซึ่งจะมีอิทธิพลหรือส่งผลกระทบต่อกระบวนการบริการของลูกค้า โดยปัจจัยเบื้องต้น 4 ประการจะมีอิทธิพลต่อลูกค้า นั่นคือ การติดต่อระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า (Service encounter) หลักฐานของการให้บริการ (Evidence service) ภาพพจน์ (Image) และราคา (Price) ปัจจัยเหล่านี้ถือเป็นหลักฐานหรือประจักษ์พยานซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องยอมรับและมีความเข้าใจเพื่อจะนำไปสู่การวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์เพื่อช่วยในการจัดการรูปแบบการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการให้อยู่บนพื้นฐานเกี่ยวกับคุณภาพ ความพึงพอใจ และคุณค่าของการบริการ ประกอบด้วย

(1) การติดต่อระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า (Service encounter)

การติดต่อให้บริการระหว่างผู้ให้บริการ หมายถึง การสร้างกรอบการรับรู้ของลูกค้า เมื่อลูกค้ามีการติดต่อกับผู้ให้บริการ ลูกค้าเหล่านี้จะกลายเป็นส่วนหนึ่งและอยู่ในช่วงเวลา ณ ขณะนั้น (Moment of truth) โดยทั่วไปการติดต่อระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าแบ่งออกได้เป็นสามประเภท ประกอบด้วย การติดต่อในสถานที่ห่างไกล การติดต่อผ่านโทรศัพท์และการติดต่อโดยตรงกับลูกค้า การนำเอาเทคนิคต่างๆ เข้ามาใช้สามารถช่วยลูกค้าเกิดความพอใจและเกิดความพึงพอใจ

(2) หลักฐานของการบริการ (Evidence service)

เนื่องจากลักษณะของการบริการที่จับต้องไม่ได้ ลูกค้ามักจะมองหาหลักฐานอื่นๆ เกี่ยวกับการบริการทุกครั้งที่ลูกค้าทำการประเมินและตัดสินใจก่อนที่จะเข้ามาใช้บริการ เช่น เมื่อคุณไปต่างจังหวัดและต้องการเข้าร้านเสริมสวย หรือรับประทานอาหารในภัตตาคารแห่งหนึ่ง คุณอาจจะต้องพิจารณาว่าร้านหรือภัตตาคารมีการตกแต่งอย่างไร มีความสะอาดหรือไม่ พนักงานบริการมีพฤติกรรมอย่างไร เป็นต้น

(3) ภาพพจน์ (Image)

ภาพพจน์ หมายถึง การรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับตัวองค์กรซึ่งจะสะท้อนและฝังตรึงอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค ภาพพจน์ เกี่ยวกับองค์กรจะกระทำตัวเสมือนตัวกลั่นกรอง ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้าเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการ

(4) ราคา (Price)

กลยุทธ์ด้านราคามักจะถูกนำมาใช้เป็นดัชนีวัดสำหรับคุณภาพการบริการ โดยลูกค้าอาจจะทำการประเมินคุณภาพของบริการที่พวกตนจะเข้าไปใช้โดยพิจารณาจากราคาค่าบริการที่แสดงไว้ ดังนั้นราคาค่าบริการจะมีอิทธิพลต่อระดับของการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณค่าของการบริการ

Zeithaml & Bitner (2000, pp.15-16) ได้แบ่งปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบที่ผู้รับบริการจะใช้วัดคุณภาพการส่งมอบบริการของผู้ให้บริการไว้ทั้งหมด 5 ข้อ ดังนี้

(1) สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) หมายถึง สภาพแวดล้อมทั่วไป ณ บริเวณสถานที่ที่การส่งมอบบริการนั้นๆ เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นการตกแต่ง บรรยากาศ ที่จอดรถของสถานที่นั้นๆ รวมไปถึงการแต่งกาย และบุคลิกภาพของพนักงานที่ทำการส่งมอบบริการนั้นด้วย

(2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ผู้รับบริการมีความเชื่อถือ และไว้วางใจผู้ให้บริการ ว่าสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ ซึ่งความน่าเชื่อถือและไว้วางใจของผู้ให้บริการแต่ละคนย่อมไม่เท่ากัน ซึ่งวัดได้จากประสบการณ์ที่เคยลองใช้บริการ หรืออาจวัดจากความรู้สึกที่สัมผัสได้ครั้งแรกของผู้รับบริการ

(3) ความรวดเร็ว (Responsiveness) หมายถึง ช่วงเวลาที่ผู้ให้บริการสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ความรวดเร็ว คือความตั้งใจที่จะบริการ โดยที่ผู้ให้บริการบริการอย่างกระตือรือร้น ซึ่งส่วนใหญ่การบริการที่รวดเร็วมาจากความพร้อมของพนักงาน และกระบวนการบริหารการบริการจากภายในองค์กร

(4) การรับประกัน (Assurance) หมายถึง การที่สถานบริการนั้นมีหลักประกันว่าสามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพแก่ผู้รับบริการได้ โดยพนักงานมีความรู้ ความสามารถ ไม่ก้าวร้าว และยังรวมถึงมาตรฐานต่างๆ ของสถานที่บริการ การรับประกันผู้รับบริการอาจจะวัดคุณภาพจากรางวัลต่างๆ ที่ทางผู้ให้บริการเคยได้รับ เช่น TAXI ในอนาคตผู้ขับจะต้องมีประสบการณ์ขับอย่างน้อย 5 ปี และต้องมีใบอนุญาตขับขี่ ถือเป็น การรับประกันอย่างหนึ่ง ผู้รับบริการจะรู้สึกถึงความปลอดภัย

(5) การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) หมายถึง การที่ผู้รับบริการต้องการได้รับความรู้สึก คนนั้นมีความสำคัญในสถานบริการ และผู้ให้บริการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่าง

ตั้งอกตั้งใจ สามารถบริการ แก้ปัญหาต่างๆ ให้แก่ผู้บริการได้เป็นรายบุคคล และมีการสื่อสารกับลูกค้า ได้เป็นอย่างดี ที่สำคัญควรเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการแต่ละคนเท่าๆ กัน

การประเมินคุณภาพการให้บริการ

Buzzle and Gale (1985, pp.123-124) ได้กล่าวถึงเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการ ดังนี้

(1) คุณภาพการให้บริการ จะถูกกำหนดโดยลูกค้าหรือผู้บริการ ลูกค้าหรือผู้รับบริการจะเป็นผู้พิจารณาว่าอะไรที่เรียกว่าคุณภาพ โดยไม่ได้ใส่ใจว่ากระบวนการทำให้บริการเกิดขึ้นนั้นอย่างไร อย่างไรก็ตาม ลูกค้าหรือผู้รับบริการแต่ละคนย่อมมีมุมมองในเรื่องคุณภาพที่อาจแตกต่างกันไปบ้าง

(2) คุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งที่ยอดเยี่ยจะต้องค้นหาอยู่ตลอดเวลา ไม่มีจุดสิ้นสุด โดยที่เราไม่สามารถกำหนดคุณภาพการให้บริการให้เป็นโดยเจาะจงหรือเป็นสูตรสำเร็จตายตัวได้ การให้บริการที่ดีมีคุณภาพจึงต้องทำอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ ทั้งในช่วงเวลาที่กิจการดำเนินไปได้ด้วยดีหรือไม่ดีก็ตาม

(3) คุณภาพการให้บริการ จะเกิดขึ้นได้ด้วยความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้ปฏิบัติงานในส่วนตัว การควบคุมคุณภาพของการปฏิบัติงานของแต่ละคนเป็นเรื่องที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการให้บริการที่มีคุณภาพได้ สิ่งที่ผู้ปฏิบัติงานจำเป็นต้องได้รับคือการปลูกฝังจิตสำนึก ความรับผิดชอบต่อการให้บริการ และการนำเสนอบริการที่มีคุณภาพอยู่เสมอ ทั้งต่อเพื่อนร่วมงาน และลูกค้าหรือผู้รับบริการ

(4) คุณภาพการให้บริการ การบริหารการบริการ และการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งที่ไม่อาจแยกออกจากกันได้ ในการนำเสนอการให้บริการที่มีคุณภาพนั้น ผู้ปฏิบัติงานให้บริการจำเป็นต้องมีความรู้และเข้าใจคำติชมผลงาน ซึ่งในการนี้ ผู้บริการจะต้องเอาใจใส่ต่อการบริหารจัดการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานบริการด้วยความจริงใจและสร้างสรรค์ ภายใต้ความมุ่งหวังที่จะให้บริการที่ออกมามีคุณภาพดี

(5) คุณภาพการให้บริการ จะต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรม

(6) คุณภาพการให้บริการจะดีเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของการบริการภายในองค์กรที่เน้นความเป็นธรรมและคุณค่าของคนโดยองค์กรที่ให้บริการที่สามารถปฏิบัติต่อลูกค้าและบุคลากรขององค์กรได้อย่างเท่าเทียมกัน ย่อมสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพการให้บริการอย่างแท้จริง

(7) คุณภาพการให้บริการ ขึ้นอยู่กับความพร้อมในการให้บริการ แม้ว่าคุณภาพการให้บริการจะไม่สามารถหรือยากที่จะกำหนดตายตัวลงไป แต่การวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมของการบริการไว้ล่วงหน้า รวมทั้งการเรียนรู้ในสิ่งที่เป็นความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการ ย่อมก่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพที่ดี

(8) คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การรักษาความมั่นใจสัญญาว่าองค์กรจะให้บริการลูกค้าหรือผู้รับบริการได้อย่างที่เป็นตามความคาดหวัง และเป็นไปตามเงื่อนไขที่ผู้ปฏิบัติงานให้บริการ

การศึกษาของพาราซูรามัน ซิททัม และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990, p.55) กล่าวถึง คุณภาพการบริการ (Service quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับจากการบริการในการให้บริการ ลูกค้าจะวัดจากเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพการให้บริการ ดังนี้

(1) ความไว้วางใจ หมายถึง ความสามารถที่จะให้บริการตามที่ได้สัญญากับลูกค้าไว้ได้อย่างถูกต้อง เช่น บริษัทจะโทรกลับมาหาเราภายใน 10 นาที ตามที่ได้บอกเราไว้หรือไม่ และร้านนี้คิดเงินเราถูกต้องหรือไม่ เป็นต้น

(2) สิ่งที่สามารถจับต้องได้ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงาน และวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่างๆ เช่น ห้องพักของโรงแรมนี้น่าจะพักได้อย่างสบายหรือไม่ การแต่งกายของพนักงานเหมาะสมหรือไม่ เป็นต้น

(3) การตอบสนองลูกค้า หมายถึง ความเต็มใจที่จะให้บริการอย่างรวดเร็วและยินดีที่จะช่วยเหลือลูกค้า เช่น พนักงานจะช่วยแก้ปัญหาให้เราหรือไม่ และพนักงานขายคนนี้จะพยายามบังคับให้เราซื้อสินค้าหรือไม่ เป็นต้น

(4) ความน่าเชื่อถือ หมายถึง ความซื่อสัตย์ ความเชื่อถือได้ของผู้ให้บริการ เช่น ร้านนี้มีการรับประกันการซ่อมหรือไม่ และพนักงานขายคนนี้จะพยายามบังคับให้เราซื้อสินค้าหรือไม่ เป็นต้น

(5) ความมั่นคงปลอดภัย หมายถึง ปราศจากอันตราย ความเสี่ยง และความลึกลับ เช่น ที่ตั้งของร้านอยู่ไกลจากแหล่งชุมชนหรือไม่ และทางร้านเปิดทำการตอนเที่ยงวันและวันอาทิตย์หรือไม่ เป็นต้น

(6) ความสะดวก หมายถึง สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก และสามารถติดต่อสื่อสารได้ง่าย เช่น เราจะปลอดภัยหรือไม่ ถ้าเดินทางไปกับบริษัทนี้ที่แถวแห่งนี้ และกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผมให้ความคุ้มครองถึงอันตรายจากอุบัติเหตุหรือไม่ เป็นต้น

(7) การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การรับฟังลูกค้า และให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ลูกค้า โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าสามารถเข้าใจได้ เช่น ผู้จัดการจะยินดีรับฟังเรื่องร้องเรียนของผมหรือไม่ จะมีพนักงานคนไหนในร้านให้ความสนใจผมในฐานะลูกค้าคนหนึ่งของร้านหรือไม่ และทางบริษัทจะโทรมาบอกเราก่อนหรือไม่ ถ้าไม่สามารถส่งของให้ได้ตามเวลานัด เป็นต้น

(8) ความเข้าใจลูกค้า หมายถึง พยายามที่จะทำความรู้จัก และเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า เช่น ทางบริษัทพยายามที่จะนัดหมายตามเวลาที่ผมว่างและสะดวกหรือไม่ และพนักงานที่ให้บริการพยายามที่จะรับทราบหรือไม่ว่าผมมีความต้องการอะไรเป็นพิเศษ เป็นต้น

(9) ความสามารถ หมายถึง ความรู้ และทักษะที่จำเป็นของพนักงานในการให้บริการลูกค้า เช่น คุณหมอมจะสามารถวินิจฉัยได้อย่างถูกต้องหรือไม่ว่าผมเป็นโรคอะไร และพนักงานจะสามารถให้คำตอบได้หรือไม่ในสิ่งที่ผมต้องการทราบ เป็นต้น

(10) ความสุภาพและความเป็นมิตร หมายถึง คุณลักษณะของพนักงานที่ติดต่อกับลูกค้า ในการแสดงออกถึงความสุภาพ เป็นมิตร เกรงใจ และให้เกียรติลูกค้า เช่น พนักงานของร้านพูดกับเราอย่างสุภาพหรือไม่ และช่างหาสีจะทำบ้านของเราสกปรกหรือไม่ เป็นต้น

และต่อมาได้ทำการศึกษา พัฒนางานวิจัย โดยการนำปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจคุณภาพการบริการทั้ง 10 ด้าน ที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นไปทำการวิจัยกับธุรกิจต่างๆ และนำไปพัฒนาเป็นเครื่องมือประเมินคุณภาพการบริการขึ้นมาเรียกว่า “SERVQUAL ประกอบด้วยปัจจัยในการประเมินคุณภาพการบริการให้เหลือเพียง 5 ด้าน ดังนี้ (Ziethaml, Parasuraman & Berry, 2013, p.50)

(1) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการได้ตรงกับสัญญาที่ได้ให้ไว้กับลูกค้าการให้บริการได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมทั้งในเรื่องของเวลา ปริมาณ และคุณภาพ โดยสามารถให้บริการได้ถูกต้องเหมาะสมตั้งแต่การให้บริการ ครั้งแรก ความสม่ำเสมอจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

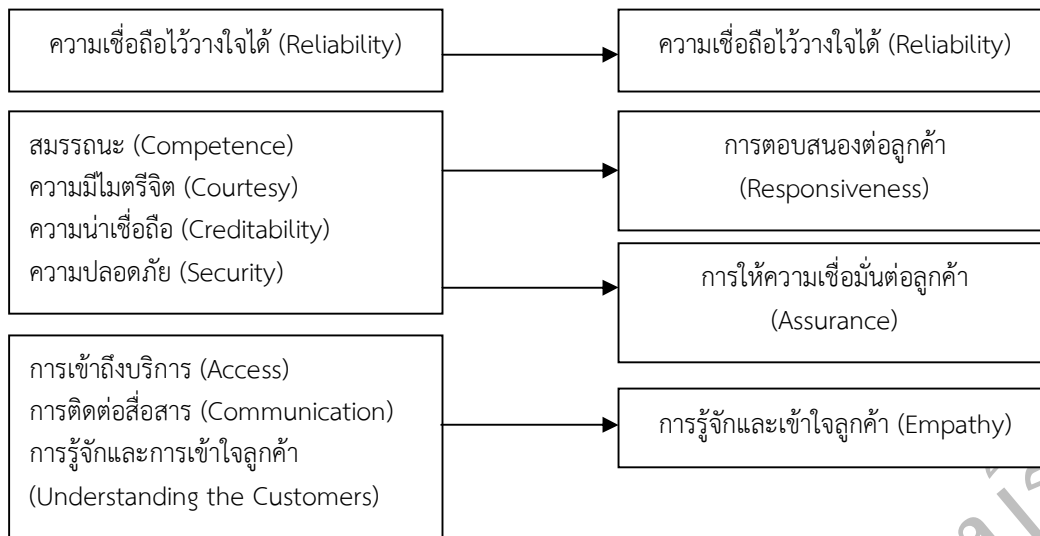
(2) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล กิริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด รู้สึกถึงความปลอดภัยเมื่อเข้ามาใช้บริการ

(3) สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ ปรากฏให้เห็นสัมผัสได้ และรับรู้ได้ อาทิ ความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของอาคาร สถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ และลักษณะภายนอกของพนักงานผู้ให้บริการ โดยเน้นที่อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกทางวัตถุ พนักงานผู้ให้บริการ และวัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร เช่น อุปกรณ์ภายในห้องพัก ห้องโถง เก้าอี้ เติียงนอน ของใช้ในห้องน้ำ จะต้องสะอาด มีความทันสมัย สามารถใช้งานได้ เป็นต้น

(4) ความใส่ใจ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ การให้ความสนใจและให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละราย ซึ่งมีความต้องการแตกต่างกัน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการบริการ โดยพนักงานมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ให้ความดูแลเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล

(5) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อม ความตั้งใจ ความกระตือรือร้นในการให้บริการได้อย่างทันท่วงที เมื่อมีการร้องขอของลูกค้า รวมทั้งต้องมีการกระจายการบริการให้มีความทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน เข้าถึงง่ายและสะดวกสบาย โดยพนักงานเต็มใจให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้า รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

SERVQUAL ได้รับความนิยมในการนำมาใช้เพื่อศึกษาในธุรกิจบริการอย่างกว้างขวาง ซึ่งองค์การต้องการทำความเข้าใจต่อการรับรู้ของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายตามความต้องการในบริการที่เขาต้องการ และเป็นเทคนิคที่หาวิธีการวัดคุณภาพในการให้บริการขององค์กร นอกจากนี้ยังสามารถประยุกต์ใช้ SERVQUAL สำหรับการทำความเข้าใจกับการรับรู้ของบุคลากรต่อคุณภาพในการให้บริการ โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อให้การพัฒนาการให้บริการ



ภาพที่ 2.1 แสดงการปรับเปลี่ยนตัวแบบคุณภาพการให้บริการ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1990, p.30)

แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งสำคัญหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการ จะได้จากประสบการณ์ในอดีตจากการพูด ปากต่อปาก จากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ เมื่อเขามีความต้องการในรูปแบบที่ต้องการ ดังนั้น จึงต้องคำนึงถึงคุณภาพของการให้บริการซึ่งการบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วย คุณสมบัติสำคัญต่างๆ คือ ประการแรก ความเชื่อถือได้ อันประกอบด้วย ความสม่ำเสมอ ความพึงพอใจ ประการที่สอง การตอบสนอง ประกอบด้วย ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการ และการอุทิศเวลา มีการติดต่ออย่างต่อเนื่องปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี ประการที่สาม ความสามารถ ประกอบด้วยความสามารถในการให้บริการ สามารถในการสื่อสาร สามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ ประการที่สี่ การเข้าถึงบริการ ประกอบด้วย ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายซับซ้อนเกินไป ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ใช้บริการ อยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้สะดวก ประการที่ห้า ความสุภาพอ่อนโยน ประกอบด้วย การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ ให้การต้อนรับที่เหมาะสม ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี ประการที่หก การสื่อสาร ประกอบด้วย มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการ มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ ประการที่เจ็ด ความซื่อสัตย์ คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ ประการที่แปด ความมั่นคง ประกอบด้วยความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ ประการที่เก้า ความเข้าใจ ประกอบด้วย การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ การให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ และประการสุดท้าย การสร้างสิ่งที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับให้บริการ การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวก

สะดวกแก่ผู้ใช้บริการ การจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาด โดยคุณภาพการให้บริการเป็นแนวคิดในการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่

การศึกษาคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชี บริษัท ริชไลน์ การบัญชี และวิชา จำกัด ครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการบริการขึ้นมาที่เรียกว่า SERVQUAL ประกอบด้วยปัจจัยในการประเมินคุณภาพบริการ 5 ด้าน ของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990 อ้างถึงใน อธิกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2557, หน้า 191) มาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ มีรายละเอียด ดังนี้

(1) ด้านความน่าเชื่อถือ หมายถึง ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสำนักงาน การให้บริการในเรื่องของเวลา และคุณภาพ ความสม่ำเสมอ เช่น พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาและให้คำแนะนำช่วยเหลือผู้มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ เคารพพอบน้อม และมีมารยาทที่ดี ให้บริการตีมีความน่าเชื่อถือ พนักงานวางตัวเหมาะสมกับหน้าที่ในการให้บริการ และคุณภาพการให้บริการได้มาตรฐาน

(2) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า หมายถึง เป็นการรับประกันความรู้ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ พนักงานสามารถ ให้คำแนะนำช่วยเหลืออย่างเต็มที่ พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการนัด ให้เกียรติลูกค้าขณะใช้บริการ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าจะได้รับการบริการที่เป็นไปตามมาตรฐานและปลอดภัยไร้กังวล และมีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน

(3) ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นสัมผัสได้ และรับรู้ได้ สถานที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ มีความเพียงพอ จัดสถานที่ให้บริการสะอาด สวยงาม เช่น อุปกรณ์ภายใน เก้าอี้นั่งรับรอง เตียงนอน ของใช้ในห้องน้ำ จะต้องสะอาด มีความทันสมัย สามารถใช้งานได้ เป็นต้น ท่าเลที่ตั้งของสถานที่สามารถไปมาได้สะดวกมีป้ายประชาสัมพันธ์บอกชัดเจน รวมถึงการแต่งกายของพนักงาน

(4) ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า หมายถึง การรักษาภาพลักษณ์ของการให้บริการ การดูแลเอาใจใส่การให้บริการอย่างตั้งใจ ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ ความพร้อมในการให้บริการตลอดเวลา การให้ความสนใจและให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละราย เน้นการบริการและการแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างเป็นรายบุคคลตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน

(5) ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า หมายถึง ความพร้อม ความรวดเร็วและความตั้งใจของพนักงาน ไม่ทำกิจกรรมอื่น ๆ ขณะปฏิบัติงาน ปฏิบัติงานด้วยความความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการได้อย่างทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน มีการจัดลำดับการให้บริการอย่างเหมาะสม และกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

ข้อมูลทั่วไปของสำนักงานบัญชี

ประวัติความเป็นมา

ประวัติการบัญชีในประเทศไทยนั้น การบัญชีเริ่มต้นเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการปกครอง เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2475 ซึ่งส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจโดยรวมอันนำไปสู่การออกประมวลรัษฎา

การจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและนิติบุคคล การกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องจัดทำบัญชีตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2482 โดยผู้ที่เผยแพร่ความรู้ทางด้านการศึกษาบัญชีในระยะแรก ได้แก่ พระยาไชยยศสมบัติ (เสริม กฤษณามระ) และหลวงดำริ อิศรานุวรรค (ม.ล.ดำริ อิศรางกูร ณ อยุธยา) ได้จัดทำหลักสูตรการสอนวิชาบัญชีเพื่อเผยแพร่ทำให้คนไทยมีความรู้ทางด้านการศึกษาบัญชีการตราพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2482 เพื่อกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องมีการจัดทำบัญชี เพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บภาษี ซึ่งพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2482 ถือเป็นกฎหมายการบัญชีฉบับแรกของประเทศไทย และผู้ที่สนับสนุนให้มีการออกกฎหมายบัญชีดังกล่าว คือ นายปรีดี พนมยงค์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ในสมัยนั้น ซึ่งมีจุดมุ่งหมายหลัก 3 ประการ ได้แก่

1. เพื่อให้การจัดทำบัญชีของธุรกิจมีแนวทางเดียวกัน
2. เพื่อคุ้มครองประโยชน์และส่วนได้เสียของผู้เกี่ยวข้อง
3. เพื่ออำนวยความสะดวกและเกิดความเป็นธรรมในการจัดเก็บภาษี

กฎหมายฉบับนี้กำหนดให้บริษัท ห้างหุ้นส่วน และบุคคลธรรมดา ซึ่งประกอบธุรกิจที่กำหนดไว้ในกฎหมายต้องจัดทำบัญชี รวมถึงการลงรายการในบัญชีและปิดบัญชี การเก็บรักษาบัญชีและเอกสาร ระบุถึงบุคคลที่มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการจัดทำบัญชี การเลิกประกอบกิจการและบทลงโทษ ในปัจจุบันประเทศไทยใช้พระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 เพื่อให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจและการเมืองในปัจจุบัน และให้สภาวิชาชีพเป็นผู้ควบคุมซึ่งมีหลักการและเหตุผล ดังนี้

1. ให้สภาวิชาชีพบัญชีเป็นศูนย์รวมผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ทำให้เกิดความเป็นปึกแผ่น และมีเอกภาพ
2. ให้สภาวิชาชีพเป็นศูนย์รวมให้ความรู้ พัฒนาและส่งเสริมมาตรฐานการประกอบวิชาชีพในด้านคุณภาพและการควบคุมจรรยาบรรณ
3. ให้ขยายวิชาชีพบัญชีครอบคลุมออกไปหลายด้าน มิได้เพียงการทำบัญชีและการสอบบัญชีเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อให้สามารถรองรับพัฒนาการของวิชาชีพที่เป็นสากล

จากความเป็นมาดังกล่าวทำให้ประเทศไทย มีการสนับสนุนในการให้ความรู้ การเรียนการสอนในวิชาชีพการบัญชี เพื่อให้ผู้ที่ศึกษาวิชาการบัญชี สามารถออกไปปฏิบัติงานบัญชีได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งยังมีการจัดตั้งสมาคมเพื่อประสานงานและให้ความร่วมมือในด้านต่างๆ กับภาครัฐ ภาคเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานเกี่ยวกับมาตรฐานวิชาชีพบัญชีมีคุณภาพ ถูกต้องและโปร่งใส เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาตลาดเงินและตลาดทุนของประเทศ ได้แก่ สภาวิชาชีพบัญชี (Federation of accounting professions) เป็นองค์กรอิสระที่กำกับวิชาชีพ มีจุดมุ่งหมายหลักในการส่งเสริมและพัฒนาวิชาชีพบัญชีให้มีมาตรฐานทัดเทียมกับมาตรฐานสากล ซึ่งผู้ทำบัญชีหรือสำนักงานรับทำบัญชี จะต้องอยู่ในความควบคุมของสภาวิชาชีพบัญชีตามพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 หมวด 6 เรื่อง การควบคุมการประกอบวิชาชีพด้านการทำบัญชี ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ที่ประกอบวิชาชีพเป็นผู้ทำบัญชีจะต้องเป็นสมาชิกสภาวิชาชีพบัญชีและต้องอยู่ในข้อบังคับของสภาวิชาชีพบัญชี ซึ่งได้ประกาศราชกิจจานุเบกษา ฉบับทั่วไป เล่มที่ 121 พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป (สภาวิชาชีพบัญชี, 2561)

แนวคิดของการบริการทางการบัญชี

นักบัญชีเป็นอาชีพที่ทำงานอิสระ ไม่เป็นลูกจ้างใคร ดำเนินกิจการให้บริการรับทำบัญชีให้แก่ลูกค้าที่เป็นบุคคลธรรมดา และนิติบุคคล โดยรับจ้างเป็นส่วนตัว หรือจัดทำในรูปสำนักงานบัญชี ตามรูปแบบของธุรกิจ ขนาดของกิจการมีทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ผลตอบแทนที่นักบัญชีได้รับเป็นค่าบริการในวิชาชีพ (Professional fees) เช่นเดียวกับวิชาชีพอื่นๆ เช่น แพทย์ ทนายความ สถาปนิก นั่นคือ ค่าตอบแทนจากการให้บริการ บริการที่ให้แก่มีการจัดทำบัญชี การทำรายงานการเงิน การวิเคราะห์ข้อมูล ให้คำปรึกษาทางการภาษีอากร จัดวางระบบบัญชี การจัดทำบัญชีต้นทุน การทำงบประมาณ ตลอดจนเป็นที่ปรึกษาทางด้านบริหารงานและด้านแรงงานด้วย แต่งานที่สำคัญที่ลูกค้าส่วนใหญ่ขอให้ทำคือ งานตรวจสอบบัญชีในฐานะผู้สอบบัญชีผู้ที่จะทำหน้าที่สอบบัญชีและลงนามรับรองงบการเงินได้ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามกฎหมาย เรียกว่าผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (ในอเมริกาเรียกว่า CPA คือ ได้ Certificate of Certified Public Accountant ในประเทศอังกฤษเรียกว่า Chartered Accountant) ลูกค้าที่มาใช้บริการทางการบัญชี ได้แก่ บุคคลธรรมดา กิจการขนาดเล็กที่เป็นของบุคคลเดียว กิจการขนาดใหญ่ และหน่วยงานรัฐบาลในหลายๆ ประเทศ นักบัญชีเหล่านี้อาจทำงานร่วมกับนักกฎหมาย โดยจัดตั้งสำนักงานทนายความและการบัญชี เป็นต้น (เชาวชลีย์ พงศ์ผาติโรจน์ และคณะ, 2559, หน้า 15)

งานบริการของสำนักงานบัญชี

ปัจจุบัน รัฐบาลให้ความสำคัญต่อการจัดทำบัญชีและงานตรวจสอบบัญชี โดยมีการจัดตั้งองค์กรอิสระอย่างสภาวิชาชีพบัญชี เพื่อเข้ามาทำการควบคุมดูแลการปฏิบัติงานของผู้ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชี บริษัทที่ดำเนินธุรกิจต่างๆ จะต้องเป็นผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบัญชี โดยจัดหาผู้ทำบัญชีที่มีคุณสมบัติตามที่กฎหมายกำหนด ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีจะต้องรับผิดชอบและควบคุมดูแลผู้ทำบัญชีให้ทำบัญชีให้ถูกต้องตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปและตามหลักกฎหมายภาษี การดำเนินธุรกิจแขนงต่างๆ มีการเจริญเติบโต ขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันกันอย่างสูง ทำให้ผู้บริหารมุ่งความสนใจทางการตลาด และฝากงานบัญชีไว้กับสำนักงานบัญชีให้ช่วยดูแลแทนเพื่อการทำบัญชีที่ถูกต้องรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อประโยชน์ต่อการบริหารงานของผู้บริหาร โดยมอบความไว้วางใจไว้กับสำนักงานบัญชีให้บริการเพื่อท่านผู้บริหารจะได้มุ่งความสนใจไปยังด้านอื่นของกิจการ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561)

สำนักงานบัญชีเป็นธุรกิจที่ให้บริการประเภทหนึ่งที่อยู่ในข้อตกลงของการเปิดเสรีทางการในประเทศกลุ่มอาเซียน ซึ่งมีประเทศไทยเป็นประเทศสมาชิกอยู่ด้วยนั้นทำให้รัฐบาลไทย โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาและยกระดับคุณภาพของสำนักงานบัญชีให้เป็นมาตรฐานสากลเพื่อให้เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือของผู้ใช้บริการและสาธารณชน ด้วยการออกประกาศเรื่อง “หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2550” เพื่อกำหนดแนวทางการให้บริการด้านการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในประเทศไทยให้มีคุณภาพเป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐานการบัญชี ซึ่งประกอบด้วยนโยบายและกระบวนการของแต่ละปัจจัย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2558) ประกอบด้วย

(1) ความรับผิดชอบของผู้บริหารของสำนักงานบัญชี ผู้บริหารสูงสุดจะต้อง มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาและนำระบบคุณภาพสำนักงานบัญชีไปปฏิบัติ รวมทั้งมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ให้

ความสำคัญแก่ลูกค้าโดยจะต้องทำให้มั่นใจว่าความต้องการของลูกค้าได้ถูกนำมาพิจารณาและกระทำ ให้บรรลุผลโดยมุ่งหวังในอันที่จะส่งเสริมความพึงพอใจของลูกค้า และต้องเป็นไปตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับบริษัทบัญชี มาตรฐานการบัญชีและจรรยาบรรณ กำหนดนโยบายคุณภาพของสำนักงาน บัญชีที่มีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของสำนักงานบัญชี มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการให้เป็นไป ตามข้อกำหนดของกฎหมาย มาตรฐานการบัญชีและจรรยาบรรณ และใช้นโยบายคุณภาพทั่วทั้ง สำนักงาน และทบทวนให้เหมาะสมตลอดเวลา จัดทำแผนธุรกิจและแผนการเงินประจำปีเป็นลายลักษณ์อักษร กำหนดอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่เป็นลายลักษณ์อักษร มีการสื่อสาร ทั่วทั้งสำนักงานและจะต้องมีการสื่อสารภายในสำนักงานด้วยวิธีการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งต้องมีการทบทวนการบริหารงานของสำนักงานบัญชีอย่างสม่ำเสมอ และให้ความร่วมมือกับภาครัฐ ในด้านการกำกับดูแลและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์จากภาครัฐสู่ลูกค้า

(2) ข้อกำหนดจรรยาบรรณของสำนักงานบัญชี หัวหน้าสำนักงานต้องกำกับดูแลให้ บุคลากรในสำนักงานบัญชีปฏิบัติตามข้อบังคับของสภาวิชาชีพบัญชี (ฉบับที่ 19) เรื่อง จรรยาบรรณ ของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2553 ประกอบด้วย ความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยง ธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ความรู้ ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน การรักษา ความลับ การรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ ความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติ บุคคล ผู้ที่ประกอบวิชาชีพบัญชีปฏิบัติหน้าที่ และความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพ และ จรรยาบรรณทั่วไป โดยสำนักงานต้องมีการวางแผนและควบคุมการปฏิบัติงาน มีกฎเกณฑ์และ มาตรฐานในการปฏิบัติงาน มีการพัฒนาความรู้ความสามารถของผู้ทำบัญชีและผู้ช่วยผู้ทำบัญชีอย่าง ต่อเนื่อง กำหนดหลักเกณฑ์และทบทวนขีดความสามารถในการรับงานจากลูกค้า

(3) กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าของสำนักงานบัญชี ในการกำหนดหลักเกณฑ์ใน การคิดค่าธรรมเนียมที่ชัดเจนสำหรับการให้บริการทางด้านบัญชีในแต่ละประเภท ต้องมีการจัดทำ สัญญาที่ชัดเจน โดยระบุกำหนดเวลาส่งมอบงานและระยะเวลาการจัดเก็บค่าธรรมเนียมที่ชัดเจนเป็น ลายลักษณ์อักษร มีการออกหลักฐานการรับเงินให้ลูกค้าทุกครั้ง กรณีที่ลูกค้ามอบหมายให้สำนักงาน บัญชีเป็นผู้กระทำการใดๆ แทน เช่น การนำส่งภาษี การนำส่งเงินสมทบกองทุนประกันสังคม เป็นต้น สำนักงานบัญชีต้องนำส่งและดำเนินการให้ครบถ้วนตามที่ลูกค้ามอบหมาย และการดูแลทรัพย์สินของ ลูกค้า โดยการจัดทำหลักฐานการส่งมอบและรับมอบสินทรัพย์ รวมถึงการดูแลรักษาและการจัดเก็บ ทรัพย์สินของลูกค้า

(4) การจัดการทรัพยากรของสำนักงานบัญชี ในการวางแผนและจัดหาทรัพยากร เกี่ยวกับเครื่องมืออุปกรณ์และบุคลากรให้เพียงพอ โดยสำนักงานบัญชีต้องจัดหา และบำรุงรักษา เครื่องมืออุปกรณ์ที่จำเป็นเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เครื่องมือและอุปกรณ์ต้อง มีความพร้อมใช้ไม่กระทบต่อการให้บริการต่อลูกค้า บุคลากรในสำนักงานบัญชีต้องมีความรู้ ความสามารถตามตำแหน่งหน้าที่งาน ผู้ทำบัญชีต้องมีคุณสมบัติตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 และพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 มีการชี้แจงหรือจัดอบรมการปฏิบัติงานแก่ บุคลากรใหม่ และจัดให้บุคลากรในสำนักงานได้ฝึกอบรมเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องตามข้อกำหนดของ กฎหมาย โดยบุคลากรของหน่วยงานต้องได้รับการสื่อสาร และเสริมสร้างจิตสำนึกที่ดีจากสำนักงาน บัญชีในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของลูกค้า กฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง หากมีการใช้

ผู้ทำบัญชีภายนอกสำนักงานบัญชีต้องมีมาตรการในการควบคุมให้บุคลากรปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชี มาตรฐานการบัญชี และจรรยาบรรณ

(5) การปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี สำนักงานบัญชีต้องดำเนินการ จัดทำบัญชีให้ถูกต้องและเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด มีคู่มือการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีและปฏิบัติตามคู่มือนั้น ซึ่งแจ้งบุคลากรให้เข้าใจชัดเจนถึงวัตถุประสงค์ของงาน และมีการฝึกอบรมเพิ่มเติมตามความจำเป็นเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้ตามวัตถุประสงค์ จัดให้มีการกำกับดูแลความคืบหน้าของงาน และคอยแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับงานนั้น และมีการแต่งตั้งและมอบหมายให้มีผู้ทำการทบทวนผลงานรวมทั้งนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนส่งมอบลูกค้า

(6) การติดตาม ตรวจสอบของสำนักงานบัญชี สำนักงานบัญชีต้องมีกระบวนการตรวจสอบการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีตามช่วงเวลาที่เหมาะสม เพื่อให้ทราบถึงผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนธุรกิจและข้อกำหนดของกฎหมาย หากพบปัญหาจากการติดตามตรวจสอบต้องนำมาวิเคราะห์และดำเนินการแก้ไข โดยกำหนดแนวทางในการแก้ไขเพื่อให้มั่นใจว่าจะไม่เกิดปัญหาซ้ำ และต้องมีกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนของลูกค้า รวมถึงการวิเคราะห์สาเหตุการปฏิบัติการแก้ไขและแจ้งกลับไปยังลูกค้า และต้องบันทึกผลการดำเนินงานพร้อมจัดเก็บบันทึกที่เกี่ยวข้องกับการติดตามตรวจสอบตามระยะเวลาที่เหมาะสม

(7) การจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชี สำนักงานบัญชีต้องมีวิธีการในการติดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชีให้เป็นปัจจุบัน จัดเก็บข้อมูลของลูกค้าและสำนักงานบัญชีในลักษณะที่ป้องกันความเสียหาย สูญหาย หรือเสื่อมสภาพ และกำหนดระยะเวลาการจัดเก็บข้อมูลตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ในกรณีมีการเก็บข้อมูลในรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ต้องมีการสำรองข้อมูลตามระยะเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม

มาตรฐานคุณภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีทั้ง 7 ข้อ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชี มาตรฐานคุณภาพด้านความรับผิดชอบของผู้บริหารสำนักงานบัญชี มาตรฐานคุณภาพด้านข้อกำหนดทางจรรยาบรรณของสำนักงานบัญชี มาตรฐานคุณภาพด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าของสำนักงานบัญชี มาตรฐานคุณภาพด้านการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี และมาตรฐานคุณภาพด้านการติดตามตรวจสอบของสำนักงานบัญชี ส่งผลให้เกิดคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชี ในแง่การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า ภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี รวมถึงความน่าเชื่อถือของสำนักงานบัญชี

ผู้จัดทำบัญชีเป็นส่วนหนึ่งของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ฉะนั้นจึงต้องปฏิบัติตามข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี (ฉบับที่ 19) เรื่อง จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพการบัญชี พ.ศ./2553 ซึ่งได้กำหนดไว้ 7 หมวด ดังนี้ (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2561)

(1) บททั่วไป กล่าวถึงจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี นอกเหนือจากที่กล่าวไว้ในข้อบังคับนี้ให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติวิชาชีพ พ.ศ. 2547

(2) ความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต การปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใส ปราศจากอคติมีความเป็นอิสระถูกต้อง ครอบคลุมด้วยอิทธิพลหรือทำงานด้วยการถูกกดดัน มีความเที่ยงธรรม มีการทำงานตามมาตรฐานที่กำหนดโดยทุกธุรกิจที่เข้าตรวจสอบจะใช้

มาตรฐานเดียวกันปราศจากความลำเอียง มีความซื่อสัตย์สุจริต ประพฤติตรงจริงใจ ไม่ปกปิดข้อเท็จจริงหรือบิดเบือนความจริงที่เป็นสาระสำคัญของงบการเงิน

(3) ความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ทำให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพทำให้ผลงานเป็นที่เชื่อถือ มีการพัฒนาศึกษาความรู้ ความสามารถเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาให้ทันต่อเหตุการณ์

(4) การรักษาความลับ การรักษาความลับของลูกค้าที่สำนักงานบัญชีต้องไม่นำข้อมูลที่ได้จากการปฏิบัติงานไปเปิดเผยเว้นแต่ได้รับการยินยอมจากลูกค้าหรือกรณีต้องให้ถ้อยคำในฐานะพยานตามกฎหมาย รวมทั้งกรณีที่หน่วยงานราชการเรียกตรวจสอบ จึงเปิดเผยได้

(5) ความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ ความรับผิดชอบต่อลูกค้าต้องไม่ละทิ้งหน้าที่โดยไม่มีเหตุอันสมควรโดยสำนักในหลักการจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพปฏิบัติงานด้วยความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน

(6) ความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีปฏิบัติหน้าที่ให้

(7) ความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพ และจรรยาบรรณทั่วไป

สำนักงานบัญชีเป็นสำนักงานที่มีการให้บริการด้านการทำบัญชี ลักษณะงานที่สำนักงานบัญชีให้บริการแก่ลูกค้ามีดังต่อไปนี้ (กนกพร สุรณ์รัฐกุล, 2558, หน้า 8-9)

(1) บริการด้านงานบัญชี

- ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ทำบัญชี ของบริษัทฯ ตามที่กฎหมายกำหนด
- จัดทำสมุดบัญชีรายวัน สมุดบัญชีแยกประเภท และรายงานทางบัญชีต่างๆ
- จัดทำปิดงบการเงินรายปีก่อนตรวจสอบ โดยผู้สอบบัญชีพร้อมรายละเอียดประกอบงบการเงินครบถ้วน ได้แก่ งบกระทบยอดเงินฝากธนาคาร รายละเอียดลูกหนี้ เจ้าหนี้คงเหลือ ทะเบียนทรัพย์สินและค่าเสื่อมราคา

- วางระบบบัญชี

(2) บริการด้านภาษีอากร

- จัดวางแผนภาษี วางระบบภาษีอากร อย่างถูกต้อง เหมาะสมกับประเภทธุรกิจ
- ให้คำปรึกษาปัญหาภาษีอากร และการจัดเก็บเอกสาร
- สอบทานงานภาษีอากรก่อนยื่นแบบ
- คำวินิจฉัยและจัดเตรียมแบบภาษีที่ต้องยื่นในแต่ละเดือน ได้แก่ ภ.ง.ด.1, ภ.ง.ด.3, ภ.ง.ด.53, ภ.พ.30 รายงานภาษีซื้อ รายงานภาษีขาย พร้อมบริการนำส่งสรรพากร
- จัดทำประมาณการภาษีเงินได้นิติบุคคลภาษีครึ่งปี (ภ.ง.ด.51) และยื่นแบบต่อกรมสรรพากร

(3) บริการด้านจดทะเบียน

- การจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทฯ
- เพิ่ม-ถอน กรรมการเข้า-ออกของบริษัทฯ
- เปลี่ยนแปลงชื่อตัว ชื่อสกุล ลายมือชื่อกรรมการ
- เพิ่ม-ลดทุนบริษัท

- เปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ
- เปลี่ยนวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ
- ย้ายที่ตั้งสำนักงาน
- เพิ่ม ลด สาขาของบริษัทฯ
- เลิกและชำระบัญชี บริษัทฯ

(4) งานตรวจสอบบัญชี

- บริการงานตรวจสอบบัญชีที่ได้มาตรฐาน ตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป
- จัดทำเป็นงบการเงินอันประกอบไปด้วยงบดุล งบกำไรขาดทุน งบกำไรสะสม งบแสดงการเปลี่ยนแปลงในส่วนผู้ถือหุ้น และหมายเหตุประกอบงบการเงิน
- นำเสนอรายงานทางการเงินต่อผู้บริหารในข้อผิดพลาดทางการบัญชี เช่น การควบคุมภายใน ความเหมาะสมกับระบบบัญชีที่ใช้ ช่องทางการทุจริตที่อาจเกิดขึ้น ข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญต่างๆ ที่กระทบต่อการดำเนินงานของกิจการ
- บริการยื่นงบการเงินหลังทำการตรวจและรับรองด้วยผู้สอบบัญชีแล้ว ซึ่งประกอบไปด้วย งบการเงิน บอจ.5 สบช.3 และเอกสารอื่นๆ

ข้อมูลบริษัท ริชไลน์ การบัญชี และวิชา จำกัด

บริษัท ริชไลน์ การบัญชี และวิชา จำกัด เป็นบริษัทตามกฎหมายประมวลระงการ จัดตั้งเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2554 ที่ทำการสำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 33 อาคารมนูธรรม ชั้น 4 ห้อง ซอยสุขุมวิท 51 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 หมายเลขโทรศัพท์ 022592275 โดยมีทุนจดทะเบียน 2,000,000 บาท

วิสัยทัศน์ของบริษัท

เป็นสำนักงานบัญชีที่ให้บริการงานด้านบัญชีที่ผู้ประกอบการทุกคนรู้จักและเชื่อมั่น

พันธกิจของบริษัท

บริการดูญาติ มาตรฐานเป็นเลิศ คุณภาพชั้นเยี่ยม

วัตถุประสงค์ของบริษัท

1. เพื่อแสดงว่ามีมาตรฐานการบริการที่มีต่อลูกค้าและให้ความเชื่อมั่นได้ว่าการปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นไปอย่างมีระบบและรับผิดชอบต่อการปฏิบัติงานให้กับลูกค้า
2. แสดงมาตรฐานการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทที่มีการปฏิบัติงานได้อย่างสอดคล้องกับนโยบายบริษัทและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน
3. เพื่อให้บริษัทมีความเป็นสากลเป็นที่ยอมรับของลูกค้าหรือบุคคลทั่วไปและเป็นการ สร้างมาตรฐานให้สอดคล้องกับนโยบายของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า
4. เพื่อให้การสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาความรู้ด้านวิชาชีพบัญชีให้กับลูกค้าโดยจะเป็นสื่อกลางระหว่างภาครัฐกับผู้ประกอบการในการสร้างความรู้ความเข้าใจและเห็นความสำคัญของการจัดทำบัญชีให้เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย

ลักษณะการให้บริการ

1. บริการทางด้านจัดทำบัญชีตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 บัญชีรายรับ บัญชีรายจ่าย จัดทำงบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุน เบ็ดเตล็ด งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น และบัญชีอื่นๆ ตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อนำส่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และกรมสรรพากร เป็นต้น

2. บริการทางด้านจดทะเบียน เป็นตัวแทนจดทะเบียนพาณิชย์ จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท จำกัด จดทะเบียนจัดตั้งห้างหุ้นส่วน จดทะเบียนการค้า จดทะเบียนการเปลี่ยนสถานะทางพาณิชย์ ต่างๆ เช่น เปลี่ยนแปลงที่ตั้งสำนักงานใหญ่และเล็กกิจการ เป็นต้น

3. บริการตรวจสอบบัญชีประจำปี โดยให้บริการเป็นผู้ช่วยผู้สอบบัญชีในการจัดทำกระดาษทำการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชี เฉพาะกรณีตรวจสอบบัญชีของผู้ทำบัญชีที่ไม่ได้สังกัดในสำนักงานฯ และสำนักงานฯ ไม่ได้เป็นผู้จัดทำบัญชีให้

4. บริการวางระบบบัญชีสำหรับโรงงานและกิจการที่มีความต้องการในการจัดการภายในให้มีมาตรฐานและมีระบบ เพื่อป้องกันความผิดพลาดต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ ซึ่งลักษณะการทำงานมักจะเป็นในรูปแบบกึ่งทำงานวางระบบและงานบัญชีควบคู่กัน

5. บริการรับทำวีซ่า (VISA) และให้บริการขอใบอนุญาตทำงานให้กับคนต่างด้าว (Work permit) ต่อใบอนุญาตทำงาน

นอกจากนี้ยังให้บริการตรวจสอบบัญชีภายในโดยจะตรวจสอบความต้องการของผู้บริหาร เพื่อให้แน่ใจว่าระบบบัญชีและระบบการควบคุมภายในของกิจการไม่ก่อให้เกิดการทุจริตและข้อผิดพลาดในองค์กรขึ้น

แผนดำเนินงานของบริษัท

1. เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนของบริษัทให้บริการงานด้านบัญชีแก่ลูกค้าด้วยความใส่ใจเสมือนหนึ่งเป็นบริษัทของครอบครัวตัวเอง

2. เพื่อเป็นสำนักงานบัญชีขนาดเล็กที่มีมาตรฐานการบริการเทียบเคียงได้กับสำนักงานบัญชีขนาดกลางและขนาดใหญ่

3. เพื่อให้บริการงานด้านบัญชีแก่ลูกค้าที่เห็นคุณค่าและความสำคัญของการทำบัญชี ที่ถูกต้อง บริษัทมีเป้าหมายในการคัดเลือกลูกค้าและจัดสรรงานให้แก่พนักงานในปริมาณที่เหมาะสม และจะไม่รับงานในปริมาณที่มากเกินไปกำลังการทำงานของพนักงานและเกินกว่าความรู้ความสามารถของบริษัท

4. คิดค่าบริการในอัตราที่เป็นธรรมกับลูกค้าและเหมาะสมกับปริมาณและความซับซ้อนของงานที่ได้รับ โดยใช้มาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกราย

5. เพื่อเป็นที่ปรึกษาให้กับลูกค้าในเรื่องที่เกี่ยวกับงานบัญชี งานภาษีรวมถึงงานด้านอื่นๆ ที่ลูกค้าต้องการความช่วยเหลือเพื่อให้บริษัทมีคุณค่ามากกว่าการเป็นผู้ให้บริการด้านบัญชี แต่เพียงอย่างเดียว

สำนักงานบัญชี บริษัท ริชไลน์ การบัญชี และวีซ่า จำกัด เป็นธุรกิจที่ให้บริการด้านการจัดทำบัญชี ตรวจสอบบัญชี ให้คำปรึกษาด้านกฎหมายและภาษี รวมไปถึงการวางแผนธุรกิจ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญของการบริการของสำนักงานบัญชี คือ คุณภาพของงาน ความรับผิดชอบต่อลูกค้า การทำงาน

ให้เสร็จภายในเวลาที่กำหนด การรักษาความลับ ความจริงใจ และการดูแลเอาใจใส่ เหมือนหนึ่งเป็นที่ปรึกษาหัวใจ โดยเป็นผลมาจากนโยบายและกระบวนการของสำนักงานบัญชีที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพการให้บริการตามแนวคิดของ Parasuraman, Zeithami and Berry (1990) ประกอบด้วยด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือของสำนักงานบัญชี ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความไว้วางใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพ็ญธิดา พงษ์ธานี (2552, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชี ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย ซึ่งนโยบายของสำนักงานบัญชี จรรยาบรรณ ของสำนักงานบัญชี กระบวนการของสำนักงานบัญชี และคุณสมบัติผู้ทำบัญชีในสำนักงานบัญชีเป็นตัวแปรอิสระและเป็นตัวกำหนดคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชี โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหัวหน้าสำนักงานบัญชีในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า 1) นโยบายของสำนักงานบัญชีในทุกๆ ด้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านความรับผิดชอบของผู้บริหาร ด้านการสื่อสารภายในองค์กร และด้านการทบทวนการบริหาร มีผลกระทบต่อเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชี 2) จรรยาบรรณของสำนักงานบัญชีในทุกๆ ด้าน ประกอบด้วย ด้านความโปร่งใส อิสระ เที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความรู้ความสามารถ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ใช้บริการ ส่งผลกระทบต่อเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชี 3) กระบวนการของสำนักงานบัญชีในทุกๆ ด้าน ประกอบด้วย ด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ด้านการจัดการทรัพยากร ด้านการปฏิบัติงาน ด้านการติดตาม และตรวจสอบ และด้านการจัดการเอกสาร ส่งผลกระทบต่อเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชี 4) คุณสมบัติผู้ทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในด้านความรู้ในวิชาชีพ และด้านคุณค่าจรรยาบรรณในวิชาชีพ ส่งผลกระทบต่อเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชี

ทรงพล ทองวิจิตร (2555, หน้า 1) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ทรงพล การบัญชี และกฎหมาย จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ทรงพล การบัญชีและกฎหมาย จำกัด และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ทรงพล การบัญชีและกฎหมาย จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างจำนวน 226 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลวิจัยพบว่า ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ทรงพล การบัญชีและกฎหมาย จำกัด ทั้งภาพรวมและรายด้าน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความไว้วางใจ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเอาใจใส่ และด้านการตอบสนอง อยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ รูปแบบของธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ทรงพล การบัญชีและกฎหมาย จำกัด ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน อายุ แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท

ทรงพล การบัญชีและกฎหมาย จำกัด ในภาพรวมแตกต่างกันและรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความไว้วางใจ และด้านการเอาใจใส่ แตกต่างกัน ระดับการศึกษา ระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจ แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพ การให้บริการของบริษัท ทรงพล การบัญชีและกฎหมาย จำกัด ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน และราย ด้าน พบว่า ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ แตกต่างกัน

นันทนา ศรีพระนาม (2557, หน้า 1) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของความเชี่ยวชาญในการ ปฏิบัติงานการบัญชีที่มีต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าของสำนักงานบัญชีในเขตภาคเหนือ โดยทำการเก็บ รวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารสำนักงานบัญชีในเขตภาคเหนือ จำนวน 109 คน และใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ F-test (ANOVA และ MANOVA) การวิเคราะห์ สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายและการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริหารสำนักงานบัญชี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความเชี่ยวชาญ ในการปฏิบัติงานการบัญชีโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการจัดการความรู้ ทางการบัญชี ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน ด้านการมีจิตสำนึกในการปฏิบัติหน้าที่และด้านทัศนคติ หรือเจตคติต่อวิชาชีพ และผู้บริหารสำนักงานบัญชี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความเชื่อมั่นของ ลูกค้าโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการต่อสัญญาของลูกค้า ด้านการบอกต่อ ของลูกค้า และด้านคำร้องเรียนของลูกค้า

ผู้บริหารสำนักงานบัญชี ที่มีรูปแบบธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน ระยะเวลา ในการดำเนินงาน และจำนวนลูกค้าแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความเชี่ยวชาญใน การปฏิบัติงานการบัญชีไม่แตกต่างกัน ผู้บริหารสำนักงานบัญชีที่มีรูปแบบธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน และจำนวนลูกค้าแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความเชื่อมั่นของ ลูกค้าไม่แตกต่างกัน และผู้บริหารสำนักงานบัญชี ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความ คิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความเชื่อมั่นของลูกค้าแตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า 1) ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน การบัญชี ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความเชื่อมั่นของ ลูกค้า ด้านคำร้องเรียนของลูกค้า และ 2) ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานการบัญชี ด้านทัศนคติหรือ เจตคติต่อวิชาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความเชื่อมั่นของลูกค้าโดยรวม ด้าน การต่อสัญญาของลูกค้า และด้านการบอกต่อของลูกค้า

ศรุต จิตตัตคานนท์ (2557, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการ เลือกรับบริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์ เพื่อ (1) เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างกันของ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกรับ บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกำหนดคุณภาพ การให้บริการ กับความไว้วางใจในการเลือกรับ บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ (3) เพื่อ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยอื่นๆ คือ ภาพลักษณ์ ของบริการและความภักดีต่อบริการ กับความ ไว้วางใจในการเลือกรับบริการสำนักงานบัญชีของ ผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการ ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดย ใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ รวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ส่วน

การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลข้อมูลนั้นได้ใช้โปรแกรมทาง คอมพิวเตอร์ t-test, F-test (ONE-way ANOVA) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis) ทดสอบสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า อายุและประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีผลต่อความไว้วางใจในการ เลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี กับ ปัจจัยกำหนดคุณภาพการให้บริการ พบว่าผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเรื่องของการติดต่อสื่อสารและความสุภาพเป็นมิตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยอื่นๆ กับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี พบว่าผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเรื่องของภาพลักษณ์ของบริการ และความภักดีต่อบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยเสนอแนะให้นำข้อมูลการวิจัยเป็นแนวทางในการกำหนดคุณภาพการให้บริการสร้างภาพลักษณ์และความภักดีให้กับสำนักงานบัญชี เพื่อทำให้เกิดความไว้วางใจต่อสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการให้ได้มากที่สุด

พุกษา แก้วสาร (2558, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของบริษัทจำกัดในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบบริษัทจำกัดที่จดทะเบียนพาณิชย์ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 380 คน โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติทดสอบที่ใช้คือ สถิติทดสอบไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า การใช้บริการจัดทำบัญชีเป็นแบบรายเดือน และแบบรายปี ซึ่งการเลือกใช้ บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการสืบเนื่องจากผู้ประกอบการไม่มีความรู้ด้านบัญชี ดังนั้นการใช้ บริการสำนักงานบัญชีผู้ประกอบการจะพิจารณาจากคุณภาพและความน่าเชื่อถือในการให้บริการ จัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชีเป็นสำคัญตามที่คุณประกอบการจะเข้าติดต่อเพื่อใช้บริการด้วยตัวเอง ส่วนอัตราค่าบริการรายเดือนที่จ่ายให้สำนักงานบัญชี จะอยู่ระหว่าง 2,001-3,000 บาท ขณะเดียวกัน พนักงาน สภาพแวดล้อมทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ ผลผลิตหรือบริการที่ให้ ช่องทางการให้บริการ ราคา และการส่งเสริมการตลาด เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่เป็นส่วนสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีเช่นกันนอกจากนี้ การตัดสินใจเลือกใช้บริการของ บริษัทจำกัดในจังหวัดสุราษฎร์ธานีและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ข้อเสนอแนะสำนักงานบัญชีควรให้ความสำคัญกับธุรกิจขนาดเล็กระดับแรก โดยการมุ่งเน้นการพัฒนาให้คำปรึกษาด้านต่างๆ ตามความต้องการของธุรกิจแต่ละประเภท ผู้ประกอบการจะตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีที่มีคุณภาพเป็นสำคัญ ดังนั้น จึงนำ เสนอกระบวนการทางด้านการตลาด เพื่อให้ครอบคลุมงานด้านการบริการรับทำบัญชี และเป็นการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ให้มากขึ้น

อารีรัตน์ พันธุ์ไพโรจน์ (2558, หน้า 1) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีของบริษัท แอคโฮมออดิท จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีของบริษัท แอคโสมออดิท จำกัด กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าบริษัทที่ใช้บริการงานตรวจสอบบัญชีของบริษัท แอคโสมออดิท จำกัด จำนวน 80 ราย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการประมวลผลข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 30-45 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการและทำงานเป็นระยะเวลา มากกว่า 10 ปี ส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์การทำงานด้านการสอบบัญชีและไม่เคยเป็นผู้สอบบัญชี 2) ลูกค้าบริษัทมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่ 3-10 ปี ประกอบธุรกิจประเภทธุรกิจบริการ และสินค้าอุปโภคบริโภค บริษัทมีรายได้รวมสำหรับงวดปีบัญชี 2557 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ล้านบาท มีสินทรัพย์รวมของกิจการสำหรับงวดปีบัญชี 2557 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 ล้านบาท ผู้ที่มีอิทธิพลและมีอำนาจในการเลือกผู้สอบบัญชีรับอนุญาต คือกรรมการผู้จัดการและค่าธรรมเนียมวิชาชีพของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อปีที่มีมากกว่า 10,000-50,000 บาท 3) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีของบริษัท แอคโสมออดิท จำกัด พบว่า ปัจจัยด้านความรู้ ความสามารถของผู้สอบบัญชีและทีมงาน (Sig = 0.009) ปัจจัยด้านชื่อเสียงและการยอมรับสำนักงานตรวจสอบบัญชี (Sig = 0.005) ปัจจัยด้านความสะดวกสบายในการติดต่อสื่อสารกับผู้สอบบัญชี (Sig = 0.001) ปัจจัยด้านความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชี (Sig = 0.017) และปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของสำนักงานตรวจสอบบัญชี (Sig = 0.000) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีของบริษัท แอคโสมออดิท จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

แสงดาว เผือกผุด (2559, หน้า 1) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการนิติบุคคลในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการนิติบุคคลในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการนิติบุคคลในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการนิติบุคคลในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 370 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t-test One-way ANOVA และ Scheffe

ผลการศึกษา พบว่า

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการนิติบุคคลในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการนิติบุคคลในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ตามลำดับ

2. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการนิติบุคคลในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ผู้ประกอบการนิติบุคคลที่มีประเภทธุรกิจและระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05/ส่วนผู้ประกอบการนิติบุคคลที่มีเพศ อายุ ระดับ

การศึกษา รูปแบบธุรกิจ และทุนจดทะเบียนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีไม่แตกต่างกัน

บัวแก้ว ถาวรบุรณทรัพย์ (2560, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดฉะเชิงเทรา กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนที่มาใช้บริการของสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 200 คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และใช้ Dependent sample t-test ทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้และความคาดหวังการบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านการรับรู้การบริการด้านความมั่นใจ เชื่อมแน่นมากกว่าด้านอื่น จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ในการบริการมีความแตกต่างกับความคาดหวังในการบริการในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยการรับรู้ในการบริการมีค่าสูงกว่าความคาดหวัง แสดงให้เห็นว่าการให้บริการของสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดฉะเชิงเทรามีคุณภาพดี