

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท ลอว์เพาเวอร์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้ศึกษา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
2. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการบริการ
3. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ
4. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับหลักการบริการสมัยใหม่
5. ประวัติความเป็นมา เกี่ยวกับทนายความและสภาทนายความ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. ความรู้เกี่ยวกับบริษัท ลอว์เพาเวอร์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ความหมายของความพึงพอใจ

จิตตินันท์ เฉชะคุปต์ (2539, หน้า 23) กล่าวว่าความพึงพอใจในการบริการ หมายถึง ภาวะทางอารมณ์ หรือความรู้สึกทางบวกของบุคคล ที่เป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่บุคคลได้รับจริงในระดับที่สอดคล้องกับสิ่งที่บุคคลหวังเอาไว้ในสถานการณ์การบริการ ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อผู้ให้และผู้รับบริการ โดยทำให้ผู้รับบริการสามารถกำหนด คุณลักษณะของการบริการ ประเมินคุณภาพของการบริการและบ่งชี้ถึงความสำเร็จของงานบริการ รวมทั้งทำให้ผู้รับบริการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจากการพัฒนาบริการที่มีคุณภาพ ตรงกับความ ต้องการของผู้รับบริการ เพื่อให้เกิดความพอใจและใช้บริการต่อ ๆ ไป

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547, หน้า 141) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจว่า หมายถึง อารมณ์แห่งความสุข และความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้บริการและความรู้สึกนั้นนำมาซึ่งความต้องการในการใช้บริการซ้ำจนในที่สุดเกิดความติดใจ ต้องการใช้บริการกับธุรกิจนั้นให้นานเท่านานตราบเท่าที่ความพึงพอใจนั้นยังคงอยู่ หรืออีกนัยหนึ่งคือเกิดความจงรักภักดีขึ้น

นันทา เล็กสวัสดิ์ และคณะ (2531, หน้า 11) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับบุคคล เมื่อความต้องการพื้นฐานทั้งร่างกายและจิตใจได้รับการตอบสนองพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นความพยายามที่จะจัดความตึงเครียด หรือความกระวนกระวาย หรือภาวะไม่สมดุลในร่างกาย เมื่อสามารถจัดสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวออกไป ได้มนุษย์ย่อมจะได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ต้องการ

บุญมั่น ธนาสุภวัฒน์ (2527, หน้า 158) ได้สรุปความพึงพอใจในงานว่า หมายถึง เจตคติในทางบวกที่มีต่องาน หรือกิจกรรมที่เขาทำซึ่งเป็นผลให้บุคคลเกิดความรู้สึกกระตือรือร้น มีความมุ่งมั่นที่จะทำงานมีขวัญและกำลังใจในการทำงาน สิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพผลของการทำงานซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จและเป็นไปตามเป้าหมายขององค์การต่าง ๆ จาก ความหมายของความพึงพอใจดังกล่าว พอจะสรุปได้ว่าความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกของบุคคล ในทางที่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น บุคคล กลุ่มบุคคลหรือสถานการณ์เป็นต้น เมื่อสิ่งเหล่านี้ตอบสนอง ความต้องการพื้นฐานทั้งร่างกาย และจิตใจของบุคคลนั้นความพึงพอใจเป็นเกณฑ์อย่างหนึ่งที่ใช้ สำหรับวัดคุณภาพของการให้บริการของบุคคล หน่วยงานหรือองค์การต่าง ๆ เป็นต้น

บุษรา ประสาททอง (2550, หน้า 20) ได้เสนอว่า ปัจจัยที่มีผลและเป็นสาเหตุให้ ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจในบริการ ซึ่งครอบคลุมงานบริการ และสอดคล้อง ปัจจัยพื้นฐานของ Aday and Andesson ประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยด้านระบบการให้บริการหมายถึงองค์ประกอบและเครือข่ายที่สัมพันธ์กันของ กิจกรรมบริการต่าง ๆ ได้แก่

1.1 ความสะดวกสบายในเงื่อนไขของการใช้บริการซึ่งจะดูความยากง่าย และ ความมากน้อยของเงื่อนไขที่ทำให้เกิดสิทธิในการใช้บริการหากเงื่อนไขน้อยจะมีโอกาสเกิดความ พึงพอใจสูง

1.2 ความพอเพียงทั่วถึงของการให้บริการจะพิจารณาจากปริมาณของการ ให้บริการนั้น ว่า มีความครอบคลุมพื้นที่ หรือกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึง

1.3 การมีคุณค่าใช้ประโยชน์ของบริการที่ได้รับจะพิจารณาผลลัพธ์ของบริการ (out-come of service) ที่ถูกผลิตออกมาในขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินการนั้น ๆ ว่ามีการใช้สอย หรือประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ (user) มากน้อยเพียงใด

1.4 ความคุ้มค่ายุติธรรมในราคาของการบริการที่ให้หมายถึงความเหมาะสม หรือไม่กับราคา จำนวนค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บ

1.5 ความก้าวหน้าและการพัฒนาระบบบริการ เมื่อเปรียบเทียบกับอดีตว่าดีขึ้นใน เจริญปริมาณ และคุณภาพมากน้อยขนาดไหน

2. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการคือขั้นตอนต่าง ๆ ของการให้บริการที่ต่อเนื่อง ตั้งแต่เริ่มต้นของกิจกรรมการบริการ (final work flow) ประกอบด้วย

2.1 ความสะดวกของการติดต่อขอใช้บริการ ได้แก่ ความยากง่ายของการขอใช้บริการ

2.2 ความรวดเร็วของขั้นตอนการให้บริการ ได้แก่ ความมากน้อยของจำนวนขั้นตอน และความรวดเร็วของการดำเนินขั้นตอนต่าง ๆ ที่ประหยัดเวลา

2.3 ความสม่ำเสมอต่อเนื่องของบริการที่ได้แก่ความสม่ำเสมอที่เกิดจากกระบวนการให้บริการ

3. ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ได้แก่บุคลากร เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในกิจกรรมการบริการของสถานบริการนั้น

3.1 ความเอาใจใส่ในงานของเจ้าหน้าที่หมายถึง ความสนใจและตั้งใจทำงานในหน้าที่ให้บริการ

3.2 ความเสมอภาคของการให้บริการ หมายถึง การแสดงออกต่อผู้มาใช้บริการในลักษณะยิ้มแย้มแจ่มใสหรือเบี่ยงติง รวมถึงการพูดจาแบบสุภาพอ่อนโยน หรือกระด้าง หยาบคาย

3.3 ความซื่อสัตย์สุจริตของผู้ให้บริการหมายถึง ความไว้วางใจได้และตรงไปตรงมาของเจ้าหน้าที่ ที่ให้การบริการ โดยไม่เรียกร้องประโยชน์ใด ๆ จากผู้ให้บริการ

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2535, หน้า 143) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกรวมของบุคคลที่มีต่อการทำงานในทางบวก เป็นความสุขของบุคคลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน และได้รับผลตอบแทน คือ ผลที่เป็นความพอใจที่ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึก กระตือรือร้น มีความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและกำลังใจสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการทำงานรวมทั้งส่งผลต่อความสำเร็จ และเป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร

ปนัดดา งามวิทยานนท์ (2549, หน้า 6) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่แต่ละบุคคลแสดงออกถึง ความยินดีจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือการบริโภคสินค้าซึ่งคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับนั้นเท่ากับ หรือสูงกว่าระดับความคาดหวังของคน ๆ นั้นในทางตรงข้ามถ้าผลจากการใช้สินค้า หรือการได้รับบริการนั้นต่ำกว่าค่าความคาดหวัง บุคคลนั้นย่อมจะไม่เกิดความพอใจ

พิพัฒน์ ก้องกิจกุล (2547, หน้า 17 – 20) ได้ให้คำจำกัดความของความพึงพอใจของลูกค้าน่า ลูกค้าน่าจะเกิดความพึงพอใจเมื่อสินค้า หรือบริการ ตรงกับความต้องการ หรือเกินความคาดหวังของพวกเขา ซึ่งเป็นเรื่องของความรู้สึกสมหวัง หรือเกินความคาดหวังที่เกิดขึ้น เมื่อพวกเขาได้รับการบริการ ลูกค้าที่รู้สึกพึงพอใจก็จะมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้า หรือบริการในปริมาณที่มากขึ้น หรือบ่อยครั้งขึ้น ตลอดจนแนะนำสมาชิกในครอบครัว ญาติสนิทมิตรสหาย เพื่อนฝูง ให้หันมา

ซื้อสินค้า หรือบริการดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก หรือความคาดหวัง ที่บุคคลบุคคลหนึ่งมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดไปในทางบวกโดยจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลนั้นได้รับสิ่งนั้นตาม ความต้องการในทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ และในทางตรงกันข้ามจะเกิดความรู้สึกในทางลบ ถ้าบุคคลนั้นได้รับสิ่งที่ไม่ต้องการตามทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ จะเกิดความไม่พึงพอใจสิ่งนั้น

พิทักษ์ ตรีขย (2538, หน้า 8) กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก หรือทัศนคติ ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมาย ในระดับหนึ่งความรู้สึก ดังกล่าวจะ ลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง และความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องหนึ่งในเชิงการประเมินค่า ซึ่งจะเห็นว่าเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์ กับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออก

ผู้บริโภคมีความต้องการ (need) ในตัวสินค้า หรือการบริการก็ต้องจัดหาสิ่งนั้นมาสนอง ความต้องการ (want) โดยใช้พฤติกรรมกระทำต่าง ๆ (behavior) จนกระทั่งบรรลุเป้าหมาย (goal) และบังเกิดความพึงพอใจ (satisfaction) สูงสุดจึงเกิดความสมดุล ความพึงพอใจนี้จะค่อย ๆ ลดลง ตามลำดับ และเกิดความต้องการสิ่งใหม่ขึ้นมาแทนที่ จึงเป็นแรงผลักดันให้เกิดความพยายามกระทำ จนบรรลุเป้าหมาย และเกิดความพึงพอใจอีก เป็นเช่นนี้ตลอดไปในสังคมมนุษย์

จากคำจำกัดความดังกล่าวสรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกนึกคิดในทางที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกเกิดขึ้นจากการได้รับการตอบสนอง ความต้องการทั้งทางด้านร่างกาย และจิตใจ ทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ จนบรรลุวัตถุประสงค์ ความพึงพอใจเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิด และค่านิยมของบุคคลซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้เมื่อสภาวะแวดล้อมหรือสถานการณ์เปลี่ยนแปลง สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์มักจะได้แก่ ทรัพยากรหรือสิ่งเร้าความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

พรรณี ช. เจนจิต (2538, หน้า 288) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเรื่องของความรู้สึก ที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพล ทำให้แต่ละคนมีความสนองตอบต่อสิ่งเร้าที่แตกต่างกัน ซึ่งความพึงพอใจมากหรือน้อยของบุคคลมีแนวโน้มที่ขึ้นอยู่กับค่านิยมของคนความพึงพอใจมีที่มาจากการอบรม ตั้งแต่วัยเด็กและค่อย ๆ ซึมซับจากการเลียนแบบบิดามารดาหรือคนใกล้ชิด โดยไม่ต้องมีผู้บอกสอน เป็นเรื่องของพฤติกรรมกรเรียน ประสบการณ์ การรับการถ่ายทอดความพึงพอใจที่มีอยู่เดิม และจากทางสื่อมวลชน

มณีวรรณ ตันไทย (2533, หน้า 66) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจหลังการได้รับบริการ ว่าเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชน ที่มีต่อการได้รับบริการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
2. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ
3. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, หน้า 100) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจของลูกค้า ว่าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้า ที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ระดับความพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล การคาดหวังของบุคคลเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ โดยที่ผู้ซื้อจะซื้อผลิตภัณฑ์จากธุรกิจ ที่เสนอคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าได้สูงสุด

ศุภนิษฐ์ ไชครัตนชัย (2546, หน้า 13) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการเป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจ ที่เปี่ยมไปด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เอื้ออาทรมีน้ำใจไม่ตรีให้ความสะดวก รวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค ซึ่งการให้บริการจะมีทั้งผู้ให้และผู้รับ กล่าวคือถ้าเป็นการบริการที่ดีเมื่อผู้ให้บริการไปแล้วผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจหรือเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการดังกล่าว

Fitzgerald and Durant (1980, p. 586) สรุปไว้ว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการสาธารณะ เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการต่อประชาชนของหน่วยงานการปกครองส่วนท้องถิ่น โดยมีพื้นฐานเกิดจากการรับรู้ถึงการส่งมอบการให้บริการที่แท้จริง และการประเมินผลก็จะแตกต่างกันไปทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับเกณฑ์ที่แต่ละบุคคลตั้งไว้ รวมทั้งการตัดสินใจของบุคคลนั้นด้วย โดยการประเมินผลสามารถแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ

1. ด้านอัตวิสัย ซึ่งเกิดจากการรับรู้ถึงการส่งมอบบริการ
2. ด้านวัตถุวิสัย ซึ่งเกิดจากการได้รับปริมาณ และคุณภาพของการบริการ

ดังนั้น การวัดระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลเหมืองใหม่ จึงเป็นการประเมินความสำเร็จในการดำเนินงาน และการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการระบบการให้บริการและสถานที่ให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลเหมืองใหม่ แก่ประชาชนที่เข้ามาใช้บริการรวมทั้งความสำเร็จในการปฏิบัติหน้าที่ว่าเป็นไปตาม

ความต้องการของประชาชนหรือไม่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับไปกำหนดแนวทางปรับปรุงแก้ไข การบริหารงานและการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นตรงตามความต้องการของประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ องค์การบริหารส่วนตำบลเหมืองใหม่ต่อไป

Gerson PH.D (1993, อ้างถึงใน พิพัฒน์ ก้องกิจกุล, 2547, หน้า 20) กล่าวว่า ลูกค้านั้นหนึ่งจะรู้สึกพึงพอใจเมื่อไรก็ตามที่ความต้องการของเขาหรือเธอ (ไม่ว่าจะเป็นความต้องการที่แท้จริงหรือเป็นแค่เพียงความรู้สึกเท่านั้น) ได้รับการตอบสนองในระดับตามที่คาดหวังหรือเกินความคาดหมาย ดังนั้นประเด็นสำคัญก็คือคุณจะรู้ได้อย่างไรว่า สิ่งที่ลูกค้าปรารถนาต้องการและคาดหวังนั้นคืออะไรด้วยการถามลูกค้า ลูกต้องเคยรับคุณเพียงแต่ถามพวกเขา จากนั้นคุณก็ต้องพยายามเสนอและตอบสนองตามที่พวกเขาปรารถนา และถ้าเป็นไปได้คุณก็ควรให้บริการเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มความประทับใจให้กับลูกค้าของคุณ ความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจเมื่อสินค้าหรือบริการของเราตรงกับความต้องการ หรือเกินความคาดหมายของพวกเขา

Kotler (2002, p. 211) ได้เสนอแนวคิดเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้า คือความพึงพอใจ (satisfaction) เป็นความรู้สึกหลังการซื้อของลูกค้าซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการหรือประสิทธิภาพของสินค้า (perceived performance) กับการให้บริการ หรือประสิทธิภาพ ของสินค้าที่ลูกค้ามีความคาดหวังไว้ (expectation performance) ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ (Product Performance) ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ (dissatisfaction) แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการเท่ากับความคาดหวังของลูกค้าจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่า ความคาดหมายที่ลูกค้าตั้งใจไว้ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

Millet (1954, p. 297) ให้ความหมายเกี่ยวกับ ความพึงพอใจในบริการ (service satisfaction) โดยให้พิจารณาว่าการให้บริการนั้นสามารถสร้างความพึงพอใจหรือไม่จากองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (equitable service) หมายถึงความยุติธรรมในการบริการที่มีฐานคติที่ว่า คนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นลูกค้าทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่ของกฎหมายไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในบริการ ลูกค้าจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (timely service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงาน จะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงต่อเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พอใจให้กับลูกค้า

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (ample service) หมายถึง การให้บริการต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการ สถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (the right quantity at the geographical) ความเสมอภาค หรือ การตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมายเลย ถ้าไม่มีจำนวนการให้บริการที่เพียงพอ และ สถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (continuous service) หมายถึง การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของส่วนรวมเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (progressive service) หมายถึงการให้บริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงานกล่าวอีกนัยหนึ่งคือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยการใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

Millett (1954, p. 357) ได้อธิบายความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะหรือความสามารถในการที่จะพิจารณาว่า บริการสาธารณะนั้นจะเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ ให้พิจารณาจากสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างยุติธรรมโดยลักษณะการจัดนั้นจะต้องเป็นไปอย่างเสมอภาคและเสมอหน้า (equitable service) แก่ผู้รับบริการ ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะ ที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (time service) ตามลักษณะของความจำเป็นรีบด่วนในบริการ และความต้องการของประชาชนในบริการนั้น ๆ ผลการปฏิบัติงานหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพ ถ้าไม่มีการตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. ความสามารถในการจัดบริการให้เพียงพอแก่ความต้องการของผู้รับบริการ หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการ และสถานที่บริการอย่างเหมาะสม ความเสมอภาคหรือการตรงเวลาจะไม่มี ความหมาย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างต่อเนื่อง(continuous service) โดยไม่มีการหยุด ชะงัก หรือติดขัดในการให้บริการนั้น ๆ ยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. ความสามารถในการพัฒนาการบริการที่จัดให้ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้า (progressive service) ตามลักษณะของการบริการนั้น ๆ ขึ้นไปเรื่อย ๆ

ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของรัฐขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 2 ประการ คือ

1. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริการได้อย่างเพียงพอเท่าเทียมกันต่อเนื่องกัน ทันต่อเวลา และก้าวหน้า ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพของงานนั้น ๆ
2. ความสามารถในการให้บริการทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพให้เป็นตามวัตถุประสงค์ของงานนั้น ๆ โดยพิจารณาเปรียบเทียบความสามารถในการประหยัดทรัพยากรทางการบริหารอัน ได้แก่ คน เงิน และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินการ

ความสำคัญของความพึงพอใจต่อการบริการ

กิตติธัช อิ่มวัฒนกุล (2553, หน้า 10) กล่าวว่าความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการ ให้สามารถเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ลักษณะทั่วไปมีดังนี้

1. ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของ บุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด บุคคลจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัว การตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่น และสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันทำให้แต่ละคนมี ประสบการณ์การเรียนรู้สิ่งที่จะได้รับตอบแทนแตกต่างกันไป ในสถานการณ์การบริการก็เป็น เช่นเดียวกัน บุคคลรับรู้หลายสิ่งหลายอย่างเกี่ยวกับการบริการ

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่าง ระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์บริการก่อนที่ประชาชนจะมาใช้บริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546, หน้า 176 -177) กล่าวว่าความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการ เป็นเป้าหมายที่ผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการทั้งหลาย ต่างคิดค้นหากกลยุทธ์การจัดการกลยุทธ์ทางการตลาดมากมายมาประยุกต์ใช้ โดยมีจุดมุ่งหวังที่จะทำให้ผู้รับบริการ เกิดความประทับใจในการบริการและกลับมาใช้บริการซ้ำดังนั้นความพึงพอใจจึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อบุคคลหลายฝ่ายได้แก่

1. ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องคำนึงถึง การจัดให้เกิดการบริการแก่ผู้มารับบริการ โดยต้องยึดถือสิ่งต่อไปนี้

- 1.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ รูปแบบการบริการที่ดีจะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของ ผู้รับบริการได้ โดยผู้ให้บริการจะต้องทำการสำรวจ หรือศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายเสียก่อน จากนั้นจึงจะสามารถกำหนดรูปแบบการบริการที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดการบริการที่ประทับใจผู้มารับบริการได้

1.2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ เนื่องจากเป็นเกณฑ์ที่ชัดเจนและส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ โดยทั่วไปองค์การธุรกิจบริการ จะทำการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการในหลาย ๆ ด้านตัวอย่างเช่น อาคารสถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ ความน่าเชื่อถือของกิจการบริการ ความเต็มใจในการ ให้บริการ ความรู้และความสามารถในการให้บริการ และบุคลิกลักษณะของผู้ให้บริการ เป็นต้น

1.3 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานเป็นตัวชี้คุณภาพ และความสำเร็จของงาน บริการ เนื่องจากการบริการจะดีเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการซึ่งการปฏิบัติงานบริการจะมี คุณภาพนั้น ผู้ให้บริการจะต้องมีความพึงพอใจในงานของตนจึงจะทุ่มเทในการทำงานและเป็นสิ่งนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้รับบริการ และสุดท้ายจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของ ธุรกิจของกิจการบริการด้วย

2. ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการจะได้ จากการมารับบริการนั้น โดยผู้รับบริการมุ่งหวังความรวดเร็วความสะดวกสบายและคุณภาพการบริการ ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นตัวผลักดัน คุณภาพของการบริการผู้ให้บริการนั่นเอง

2.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้รับบริการ ผู้รับบริการมุ่งหวังการได้รับบริการที่ดี เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของตนเองจากการไปรับบริการต่าง ๆ เช่น ท่องเที่ยว รับประทานอาหารพักผ่อน เป็นต้น ความพึงพอใจที่ได้จากการไปรับบริการนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องตระหนักถึงและจัดให้มีทำให้เกิดการแข่งขันนำเสนอสิ่งที่ดีกว่าแก่ผู้รับบริการ สุดท้ายคือผู้รับบริการจะได้รับการบริการที่ดี มีคุณภาพมากขึ้นไปเรื่อย ๆ

2.2 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการ ช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการ และอาชีพบริการเนื่องจากผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในการทำงาน จะทำงานด้วยความเต็มใจ สร้างสรรค์ และส่งเสริมมาตรฐานในการให้บริการแก่ผู้รับบริการส่งผลให้คุณภาพในการบริการสูงขึ้น และงานบริการกลายเป็นงานที่แพร่หลายมากขึ้น บุคลากรที่มีทักษะและความสามารถเข้าสู่วงการธุรกิจบริการมากขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจบริการ และสุดท้ายส่งผลกระทบต่อลักษณะการบริการทำให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่มีความหลากหลาย และมีคุณภาพสูงยิ่งขึ้นต่อไป

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการโดยทำให้ผู้ให้บริการสามารถกำหนดคุณลักษณะของการประเมินคุณภาพของการบริการและบ่งชี้ถึงความสำเร็จของงานบริการรวมทั้งผู้รับบริการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จากการพัฒนาบริการที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและใช้บริการต่อ ๆ ไป

องค์ประกอบของความพึงพอใจ

ชูวงศ์ ฉายะบุตร (2536, หน้า 5) กล่าวว่า ความพึงพอใจของประชาชน เกิดขึ้นได้จาก

1. ความถูกต้องของเอกสาร ผู้ให้บริการควรเขียนอย่างถูกต้อง ลายมือสวยงาม
2. ระยะเวลาการรับบริการบางกรณีอาจลดขั้นตอนทำให้ง่ายเข้า ใช้เวลาน้อยลง จัดลำดับก่อน หลัง อย่างยุติธรรม และให้บริการอย่างต่อเนื่องรวดเร็ว
3. ความสะดวกจากระบบงานทะเบียนด้วยการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบว่า จะต้องนำหลักฐานใดบ้าง มีป้ายบอกงานที่ชัดเจน
4. ความสะดวกจากอาคารสถานที่ จัดที่นั่งรอ ช่องทางเดิน แสงสว่าง มีบริการน้ำดื่ม
5. บุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ การพูดจาไพเราะอ่อนหวาน ยิ้มแย้มแจ่มใส
6. วิธีปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ต้องมีความกระตือรือร้นและให้ความสำคัญต่อประชาชนที่มาติดต่อ

รัชชา กุลวานิชไชยนันท์ (2535, หน้า 13) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับ ความพึงพอใจในการให้บริการโดยกล่าวถึง องค์ประกอบของงานบริการที่ต้องคำนึงถึง คือ

1. คุณภาพของทรัพยากรที่ต้องเลือกสรรแล้วว่า มีความสอดคล้องกับความต้องการและความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ
2. คุณภาพของบุคลากรที่คอยให้บริการต้องมีความรอบรู้ในงานที่จะให้บริการเป็นอย่างดี และจะต้องมีทักษะ ความชำนาญในงานที่จะคอยให้บริการ
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการ และผู้รับบริการจะต้องใช้ภาษาสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อความหมายให้เข้าใจตรงกัน ได้เป็นอย่างดี

ความพึงพอใจสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผันแปรได้ตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับความคาดหวังของบุคคล ในแต่ละสถานการณ์นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่สามารถแสดงออกในระดับมากน้อย ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546, หน้า 182) กล่าวว่าเมื่อความพึงพอใจมีความสำคัญสูงมากต่อการบริการ ดังนั้นผู้ประกอบการบริการจะต้องทำความเข้าใจต่อลักษณะ และองค์ประกอบของความพึงพอใจอย่างถี่ถ้วน อันได้แก่

1. ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในการรับบริการ บุคคลจะรับรู้รูปแบบของการบริการและคุณภาพของการบริการโดยใช้ประสบการณ์ที่ได้รับด้วยตนเองหรือจากการอ้างอิงใด ๆ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เช่นคำบอกเล่าของกลุ่มเพื่อน โฆษณา เป็นต้นในการประเมินสิ่งที่ได้รับจากการบริการหากการบริการเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการ ก็จะก่อให้เกิดความพอใจในการบริการนั้น

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่าง ระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่ง ในการใช้บริการบุคคลย่อมมีข้อมูลจากแหล่งอ้างอิงต่าง ๆ (reference) เช่น ประสบการณ์ส่วนตัว ความรู้จากการเรียนรู้ คำบอกเล่าของกลุ่มเพื่อน และข้อมูลที่ได้จากธุรกิจบริการแบบเดียวกัน เป็นต้น เกิดเป็นความคาดหวังต่อสิ่งที่ควรจะได้รับจากการให้บริการ ซึ่งจะมีอิทธิพลแก่ผู้รับบริการในการที่จะใช้เป็นเกณฑ์ ในการประเมินสิ่งที่ได้รับจริง ในกระบวนการการบริการ (performance) หากการบริการเป็นไปตามที่คาดหวัง ย่อมเกิดการยืนยันความถูกต้องต่อการบริการ และเกิดเป็นความพึงพอใจในการรับบริการแต่หากไม่ได้รับการบริการที่เป็นไปตามความคาดหวัง ก็จะเกิดเป็นการยืนยันความไม่ถูกต้อง (disconfirmation) และเกิดเป็นความไม่พึงพอใจได้

3. ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ตามปัจจัยแวดล้อม และสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เนื่องจากในแต่ละช่วงเวลา บุคคลย่อมมีความคาดหวังต่อการบริการแตกต่างกันทั้งขึ้นอยู่กับอารมณ์ ความรู้สึก และประสบการณ์ที่ได้มาระหว่างเวลานั้นทำให้เกณฑ์ประเมินความพอใจมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ส่งผลให้เกิดการเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับ กับสิ่งที่คาดหวังเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

John D. Millet (1954, p. 397) ได้กล่าว เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ หรือความสามารถ ที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีทัศนคติที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (timely service) หมายถึงการให้บริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงต่อเวลาผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานรัฐ จะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (ample service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสมเห็นว่าความเสมอภาค หรือการตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้แก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (continuous service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (progressive service) หมายถึง การให้บริการ สาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงานกว่าอีกนัยหนึ่งคือการเพิ่มประสิทธิภาพ หรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

Schiffman & Kanuk (1994 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 หน้า 45) ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งกระตุ้นด้านบวกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสถาน การณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2545, หน้า 19) ความพึงพอใจหมายถึง ระดับ ความรู้สึก ในทางบวก ของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งความพึงพอใจสามารถจำแนกได้เป็น 2 ด้านคือ ความพึงพอใจของ ผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ และความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

สุโขทัยธรรมมาธิราช (2545, หน้า 28) ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ หรือผู้ให้บริการที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. ผลลัพท์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือผู้ให้บริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับ บริการที่มีลักษณะคุณภาพ และระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ

2. ราคาค่าบริการความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือผู้ให้บริการขึ้นอยู่กับ ราคาค่าบริการ ที่ผู้รับบริการหรือผู้ให้บริการยอมรับหรือเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะ จ่าย (willingness to pay) ของผู้ให้บริการ ทั้งนี้ความพึงพอใจที่จะจ่ายของผู้ให้บริการแต่ละบุคคล อาจแตกต่างกันออกไปได้

3. สถานที่บริการ ท่าเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่อจะอำนวยความสะดวกในการที่ลูกค้าหรือผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงการบริการได้โดยง่ายและสะดวก เมื่อลูกค้าหรือ ผู้ใช้บริการมีความต้องการ ย่อมทำให้ลูกค้าหรือผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจ

4. การส่งเสริมและการแนะนำบริการข้อมูลข่าวสารหรือคำกล่าวขานใดในด้านบวกของ การบริการที่ตรงกับความเชื่อที่มีอยู่เดิมของผู้ใช้บริการ ทำให้ลูกค้าหรือผู้ให้บริการเกิด แรงจูงใจ ผลักดันให้มีความต้องการบริการนั้นตามมา

5. ผู้ให้บริการ ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติงาน ด้านบริการ ล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้เกิดความพึงพอใจ ผู้บริหาร การบริการ ควรวางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าหรือผู้ให้บริการเป็นสำคัญ

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ลูกค้าหรือผู้ให้บริการมักจะชื่นชอบสภาพแวดล้อมและ บรรยากาศที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วย เฟอร์นิเจอร์ และการให้สีสัน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุ เครื่องใช้ในงาน บริการต่าง ๆ

7. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้าหรือผู้ให้บริการมีความคล่องตัวและสนองตอบความต้องการของลูกค้าหรือผู้ให้บริการได้อย่างถูกต้องและมีคุณภาพ

ทฤษฎี เกี่ยวกับความพึงพอใจ

ทฤษฎีองค์ประกอบสองปัจจัยของ Herzberg (The Two-Factor Theory)

Herzberg (1968, pp. 135 -136) ได้สรุปว่ามีปัจจัยสำคัญ 2 ประการที่สัมพันธ์กับความชอบ หรือไม่ชอบ ในงานของแต่ละบุคคล ซึ่งปัจจัยดังกล่าว คือ

1. ปัจจัยจูงใจ (motivation factor)
2. ปัจจัยค้ำจุน (maintenance factor) หรือเรียกว่า ปัจจัยสุขอนามัย (hygiene factor)

ปัจจัยจูงใจ (Motivation factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรงเพื่อจูงใจให้คนชอบและรักงานปฏิบัติ เป็นการกระตุ้นให้เกิดความพึงพอใจให้แก่บุคคลในองค์กรให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นเพราะปัจจัยที่สามารถตอบสนองความต้องการภายในบุคคลได้แก่

1. ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของบุคคลหมายถึง การที่บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้เสร็จสิ้นและประสบความสำเร็จอย่างดี เป็นความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ การรู้จักป้องกันปัญหา ที่จะเกิดขึ้น เมื่อผลงานสำเร็จจึงเกิดความรู้สึกพึงพอใจและปลาบปลื้มในผลสำเร็จของงานนั้น ๆ

2. การได้รับการยอมรับนับถือหมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือจากผู้บังคับบัญชา การยอมรับนี้อาจอยู่ในการยกย่องชมเชยแสดงความยินดี การให้กำลังใจหรือการแสดงออกอื่นใด ที่สื่อให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ เมื่อได้ปฏิบัติงานอย่างหนึ่งอย่างใดบรรลุผลสำเร็จ การยอมรับนับถือจะแฝงอยู่กับความสำเร็จในงานด้วย

3. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติหมายถึงงานที่น่าสนใจ และเป็นงานที่ต้องอาศัยการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ทำทนายให้ต้องลงมือทำ หรือเป็นงานที่มีลักษณะสามารถกระทำได้ตั้งแต่ต้นจนจบโดยลำพังแต่เพียงผู้เดียว

4. ความรับผิดชอบหมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมาย รับผิดชอบงานใหม่ ๆ และมีอำนาจในการรับผิดชอบได้อย่างดี ไม่มีการตรวจหรือควบคุมอย่างใกล้ชิด

5. ความก้าวหน้าหมายถึง การได้รับการเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น ของบุคคลในองค์กร การมีโอกาสได้ศึกษาเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมหรือได้รับการฝึกอบรม

ปัจจัยค้ำจุน (maintenance factor) หรืออาจเรียกว่า ปัจจัยสุขอนามัย (hygiene factor) หมายถึง ปัจจัยที่จะค้ำจุนให้แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคคลมีอยู่ตลอดเวลา ถ้าไม่มีหรือมีใน

ลักษณะไม่สอดคล้องกับบุคคลในองค์กร บุคคลในองค์กรจะเกิดความไม่ชอบงานขึ้นจากปัจจัยภายนอกบุคคลได้แก่

1. เงินเดือนหมายถึง เงินเดือนและการเลื่อนขั้นเงินเดือนในหน่วยงานนั้น ๆ เป็นที่พอใจของบุคลากรในการปฏิบัติงาน

2. โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต นอกจากจะหมายถึง การที่บุคคลได้รับการแต่งตั้งเลื่อนตำแหน่งภายในหน่วยงานแล้ว ยังหมายถึงสถานการณ์ที่บุคคลสามารถได้รับความก้าวหน้า ในทักษะวิชาชีพด้วย

3. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงานหมายถึงการติดต่อไม่ว่าเป็นกิริยาหรือวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถปฏิบัติงานร่วมกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดี

4. สถานะของอาชีพหมายถึงอาชีพนั้นที่เป็นการยอมรับนับถือ ของสังคมที่มีเกียรติ

5. นโยบายและการบริหารงานหมายถึงการจัดการและการบริหารองค์การ การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

6. สภาพการทำงานหมายถึง สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสงเสียง อากาศ ชั่วโมงการทำงาน รวมทั้งลักษณะของสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ เป็นต้น

7. ความเป็นอยู่ส่วนตัวหมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีอันเป็นผลที่ได้รับจากงานหรือในหน้าที่ของเขามีความสุข และพอใจกับการปฏิบัติงานในแห่งใหม่

8. ความมั่นคงในการทำงานหมายถึง ความรู้สึกของบุคคลหรือที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน ความยั่งยืนของอาชีพหรือความมั่นคงขององค์การ

9. วิธีการปกครองของผู้บังคับบัญชาหมายถึง ความสามารถของผู้บังคับบัญชา ในการดำเนินงานหรือความยุติธรรมในการบริหาร

Herzberg ได้อธิบายเพิ่มเติมอีกว่า องค์ประกอบทางด้านจิตใจจะต้องมีค่าเป็นบวกเท่านั้น จึงจะทำให้บุคคลมีความพึงพอใจในงานขึ้นมาได้ แต่ถ้าเป็นลบก็จะทำให้บุคคลไม่พึงพอใจในงาน ส่วนองค์ประกอบทางด้านค่าจูนหรือสุขอนามัยถ้ามีค่าเป็นลบบุคคลจะมีความรู้สึกไม่พึงพอใจในงานเนื่องจากองค์ประกอบทางด้านปัจจัยค่าจูนหรือสุขอนามัยนี้มีหน้าที่ค่าจูนหรือบำรุงรักษาบุคคลให้มีความพึงพอใจในงานอยู่แล้ว สรุปได้ว่าทั้งสองปัจจัยต้องมีในเชิงบวกเท่านั้น จึงจะทำให้ความพึงพอใจในงานของบุคคลเพิ่มมากขึ้น

ทฤษฎีของ Herzberg จึงให้เห็นว่า ปัจจัยต่าง ๆ เป็นสิ่งจูงใจเพื่อให้เกิดแรงจูงใจและแสดงพฤติกรรมออกมา ปัจจัยเหล่านั้นเกี่ยวข้องกับงานและสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงานซึ่งทำให้บุคคลพอใจและไม่พอใจ

ทฤษฎีแห่งความคาดหวัง (Expectancy Theory)

Vroom (1998, pp. 91- 93) บางทีเรียกว่า ทฤษฎี V. I. E. เนื่องจากมีองค์ประกอบ ของทฤษฎีที่สำคัญ คือ V มาจากคำว่า Valence ซึ่งหมายถึงความพึงพอใจ I มาจากคำว่า Instrumentality ซึ่งหมายถึง สื่อเครื่องมือ วิธีทางที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจ E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้น ๆ บุคคล มีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้น จึงต้องพยายามกระทำการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามที่ตั้งความหวัง หรือคาดหวังเอาไว้ บุคคลก็จะได้รับความพึงพอใจ และขณะเดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปอีกเรื่อย ๆ

แนวความคิดนี้ Vroom เป็นผู้เสนอ โดยมีความเห็นว่าบุคคลจะพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ โดยจะเลือกทางเลือกที่เชื่อว่า จะนำไปสู่ผลตอบแทนหรือรางวัลที่เขาต้องการมากที่สุด ทฤษฎีนี้ทำนายว่า บุคคลแต่ละคนจะเลือกทางเลือกที่มีผลตอบแทนสูงที่สุด ทฤษฎีการคาดหวังของ Vroom มีข้อสังเกตคือ บุคคลใดจะได้รับการจูงใจ ที่จะใช้ความพยายามในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ หรือให้สำเร็จต่อเป้าหมาย ก็ต่อเมื่อ เชื่อในความสามารถของตนเองว่า ความพยายามในการปฏิบัติงานจะมีผลในทางดี และผลการปฏิบัติงานจะช่วยให้ได้ผลตอบแทนตามที่ต้องการหรือพึงปรารถนา หรืออาจสรุปได้ว่า การที่จะโน้มน้าวจิตใจให้คนทำงานขึ้นอยู่กับความคาดหวัง ที่คนเชื่อว่า ความพยายามของคนจะสัมฤทธิ์ผลออกมาเป็นระดับผลงาน ดังนั้นบุคคลจะทำงานให้สำเร็จหรือไม่ประการใด ย่อมขึ้นอยู่กับจิตภาพ และความเชื่อของเขาว่าเขาต้องการหรือไม่ต้องการอะไร และจะใช้กลยุทธ์อะไรในอันที่จะดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายตามที่เขาเลือกทางเดินเอาไว้ ปัจจัยหลักทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom มี 4 ประการ คือ

1. ความคาดหวังหรือความคาดหวังคือ ความเชื่อเกี่ยวกับความน่าจะเป็นพฤติกรรม อย่างใดอย่างหนึ่งจะก่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะความมากน้อยของความเชื่อจะอยู่ในช่วงระหว่าง 0 (ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำ และผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งเลย) และ 1 (มีความแน่ใจว่า การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง จะก่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะ)

2. ความพอใจ คือ ความรุนแรงของความต้องการของพนักงาน สำหรับผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งความพอใจ อาจจะเป็นบวกหรือลบ ได้ภายในสถานการณ์ของการปฏิบัติงานเราอาจคาดหมายได้ว่าผลลัพธ์ เช่นผลตอบแทนการเลื่อนตำแหน่งและการยกย่อง เป็นต้น โดยผู้บังคับบัญชาจะให้ความพอใจในทางบวกผลลัพธ์ เช่น ความขัดแย้งกับเพื่อนร่วมงานหรือการตำหนิจากผู้บังคับบัญชา จะให้ความพอใจในทางลบ เป็นต้น ในทางทฤษฎีแล้วผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งจะต้องให้ความพอใจ เพราะว่าผลลัพธ์ดังกล่าวนี้จะเกี่ยวพันกับความต้องการของบุคคล

3. ผลลัพธ์ คือ ผลที่ติดตามมา ของพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง และอาจจะแยกประเภท เป็น ผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และผลลัพธ์ระดับที่สองระดับของผลลัพธ์จะเป็น ระดับของผลการปฏิบัติงานที่สืบเนื่องมาจากการใช้กำลัง ความพยายามของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ไปสู่ผลลัพธ์บางประการ ที่เขามีความพึงพอใจ เช่น ผลตอบแทนเพิ่มขึ้นหรือการเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น

3.1 ผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง (ผลการปฏิบัติงานที่ดี) จะนำไปสู่การเลื่อนตำแหน่ง หรือ การเพิ่มเงินเดือนหรือไม่ (ลึกลับ)

3.2 ผลลัพธ์ระดับที่สองที่แตกต่างกันมีระดับความสำคัญมากน้อยแค่ไหนเช่นการเลื่อนตำแหน่ง การเพิ่มเงินเดือน (ความพอใจ) เป็นต้น

3.3 การใช้กำลังความพยายามจะประสบความสำเร็จ ทางด้านผลการปฏิบัติงานที่ดีหรือไม่ (ความคาดหวัง)

4. ลึกลับ หมายถึง ความสัมพันธ์ ระหว่างผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และระดับที่สองตาม ทักษะของ Vroom นั้นลึกลับหรือความคาดหวังแบบที่สองจะอยู่ในช่วง +1.0 ถ้าหากว่าไม่มี ความสัมพันธ์ใด ๆ ระหว่างผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และผลลัพธ์ระดับที่สองแล้วลึกลับจะมีค่า เท่ากับ 0 Vroom ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ความคาดหวัง และความพอใจจะเป็นสิ่งที่กำหนดกำลังความพยายาม หรือแรงจูงใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ถ้าหากว่าความพอใจ หรือความคาดหวังเท่ากับศูนย์แล้ว แรงจูงใจจะเท่ากับศูนย์ ด้วยหากพนักงานคนหนึ่งต้องการ เลื่อนตำแหน่งเป็นอย่างมากจะมี (ความพอใจสูง) แต่ไม่มีความเชื่อว่า เขามีความสามารถ หรือ ทักษะสำหรับการปฏิบัติงานที่มอบหมาย ให้ได้ (ความคาดหวังต่ำ) หรือถ้าหากว่า พนักงานมีความเชื่อว่า เขาสามารถปฏิบัติงานที่ มอบหมายให้ได้ (ความคาดหวังสูง) แต่ผลที่ติดตามมาไม่มีคุณค่าสำหรับเขา (ความพอใจต่ำ) แรงจูงใจของการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งจะมีน้อยมากตามทักษะของ Vroom การกระทำของบุคคล ใดบุคคลหนึ่งย่อมจะขึ้นอยู่กับ กระบวนการของความคิด ซึ่งกระบวนการของความคิดดังกล่าวนี้ อาจจะเป็นจิตสำนึกของจิตใต้สำนึกก็ได้

ทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom เป็นทฤษฎีที่ให้คำอธิบายเกี่ยวกับ การจูงใจโดย กล่าวถึง ประสิทธิภาพของความคาดหวัง ในความพยายามของแต่ละบุคคลว่าจะเป็นอย่างไบบ้าง และเกิดขึ้นด้วยองค์ประกอบใดเป็นตัวผลักดันสนับสนุน ผลงานของ Vroom มีส่วนสำคัญที่จะชี้ ให้บุคคลต่าง ๆ เห็นว่าความคาดหวังเป็นความรู้สึกของบุคคลถึงพฤติกรรมหรือตำแหน่งที่ เหมาะสมของตนเอง หรือของผู้อื่น เป็นความคาดหวังที่แสดงออกมาในรูปความรู้สึกว่า ควรจะ ประพฤติปฏิบัติอย่างไรในสถานการณ์ต่าง ๆ หรือ ต่อกงานที่ตนรับผิดชอบอยู่ทฤษฎีความคาดหวังนี้ มีประโยชน์ ในการอธิบาย พฤติกรรมของคนในการ ปฏิบัติงาน ทั้งยังให้แนวคิดเกี่ยวกับ ความก้าวหน้าในอาชีพ โดยการพิจารณา เลื่อนยศ เลื่อนตำแหน่ง เลื่อนเงินเดือน เพื่อตอบแทนการ

ปฏิบัติงานของพนักงาน ควรจะเป็นไปในทางยุติธรรม โปร่งใส เหมาะสมตามความคาดหวังของ ลูกจ้าง หรือพนักงานที่ปฏิบัติงานในห้องจักร

สรุปได้ว่า ความคาดหวัง เป็นความรู้สึกของบุคคลถึงพฤติกรรม หรือตำแหน่งที่ เหมาะสมของตนเอง หรืออาจเป็นความรู้สึกถึงความเหมาะสมในบทบาทของผู้อื่น หรืออีกนัยหนึ่ง ความคาดหวังของบุคคล เป็นความรู้สึกของบุคคลต่อตนเองอย่างหนึ่งว่าตนเองควรจะประพฤติ ปฏิบัติอย่างไรในสถานการณ์ต่าง ๆ หรือต่องานที่ตนรับผิดชอบอยู่ความคิดดังกล่าวนี้ยังรวมไปถึง การคิดถึงบุคคลอื่น เช่น ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และผู้ร่วมงาน เป็นต้น

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow's Need Hierarchy)

Maslow (1970, pp. 187-189) ได้กล่าวไว้ในทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow ว่าในกระบวนการจูงใจมีจุดเริ่มต้นอยู่ที่ “ความต้องการ” ของมนุษย์ ซึ่งมีข้อสังเกต ดังต่อไปนี้

1. มนุษย์มีความต้องการไม่มีวันสิ้นสุดเมื่อได้รับตอบสนองความต้องการอย่างหนึ่งแล้ว ก็จะเกิดความต้องการสิ่งอื่นต่อ ๆ ไปอีกไม่รู้จบ
2. มนุษย์เรามีความต้องการสูงขึ้นตามลำดับขั้น โดยที่เริ่มจากสิ่งที่เป็นอันเป็นพื้นฐาน ของชีวิตไปสู่ความต้องการระดับที่สูงขึ้น ๆ
3. ความต้องการในระดับต้นจะเป็นพื้นฐานของความต้องการในระดับสูงขึ้นไป มนุษย์ จึงจำเป็นต้องได้รับการตอบสนองความต้องการเป็นลำดับขั้น
4. ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะทำให้เกิดการจูงใจที่จะแสดงพฤติกรรม ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เกิดการจูงใจอีกต่อไปผู้บริหารองค์การธุรกิจ สามารถนำทฤษฎีของ Maslow ไปประยุกต์ใช้เพื่อจูงใจพนักงาน ให้มีความกระตือรือร้นและมี ความสุขในการปฏิบัติหน้าที่ได้

แนวคิดเรื่องความต้องการของมนุษย์ที่ยอมรับกัน นิยมใช้เป็นบรรทัดฐาน คือ ทฤษฎี ลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (Maslow's Needs Hierarchy Theory) จัดลำดับไว้ 5 ประการ ดังนี้คือ

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) จะเป็นความต้องการพื้นฐาน ซึ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิตเป็นความต้องการเพื่อบำบัดความหิว ความกระหาย เช่น อาหาร ที่อยู่ อาศัย ยารักษาโรค อากาศ น้ำ การขับถ่าย ความต้องการทางเพศ เป็นต้นจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ของคน เมื่อความต้องการทั้งหมดยังไม่ได้รับการตอบสนอง Maslow จึงเห็นว่าตราบใดที่ยังขาด อาหาร บุคคลนั้นจะยังไม่สนใจความปลอดภัย การเข้าสังคม ฯลฯ คนต้องได้รับการตอบสนอง ความต้องการของร่างกายอย่างเพียงพอก่อน จึงจะเริ่มความต้องการในขั้นต่อ ๆ ไป เพื่อตอบสนอง ความต้องการนี้และเป็นการจูงใจ องค์การต้องดูแลให้เสื้อผ้า อาหาร ที่พัก ของใช้ เชื้อยารักษา ยาม ป่วย เป็นสวัสดิการแก่พวกพนักงาน

2. ความต้องการทางด้านความมั่นคง หรือความปลอดภัย (security or safety needs) หลังจากความต้องการทางกายได้รับตอบสนองแล้วจะสนใจความปลอดภัยในชีวิต ร่างกาย ทรัพย์สิน หน้าที่การงาน การคุกคาม เสี่ยงภัยอันตราย ต้องมีหลักประกัน มีการป้องกันอันตราย สิ่งเลวร้ายและความขาดแคลนเป็นหน้าที่ผู้บริหารต้องให้หลักประกันความมั่นคงในหน้าที่การงาน การเงินค่าตอบแทน สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ผู้บริหารสร้างการจูงใจได้โดยการสร้างความสุขสบายใจ รู้สึกมั่นคงไม่หวาดระแวง เกรงกลัว

3. ความต้องการทางด้านสังคม (social needs) จะเริ่มเป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญต่อพฤติกรรมของคนที่มีนิสัยชอบอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม การได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นและมีความรู้สึกที่ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มทางสังคมอยู่เสมอจะภูมิใจ ทุกคนต้องการเพื่อนไม่ว่าเพื่อนร่วมงาน เพื่อนบ้าน ต้องการความรักและมิตรภาพจากผู้อื่น จึงแสดงออกในรูปของการเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ชอบช่วยเหลือ คิดคำนึงถึงความอบอุ่นพยายามรักษาความสัมพันธ์ระหว่างตนกับคนอื่นเอาใจใส่ต่อความรู้สึกของคนอื่นพยายามโอนอ่อนผ่อนตามเมื่อมีปัญหาที่ยินยอมไม่กล้าทำอะไรรุนแรง บุคคลประเภทนี้หากต้องตัดสินใจ ก็จะรวนเร ขาดหลักการ เพราะเขาต้องการให้คนส่วนใหญ่ชอบพอเขา ถ้าการตัดสินใจของเขาต้องทำให้คนอื่นผิดหวัง เขาก็จะลังเลถ้าบุคคลประเภทนี้เป็นนักบริหารก็จะเป็นผู้ที่ไม่ตัดสินใจเด็ดขาด ซึ่งจะทำให้เขาไม่มีอำนาจที่จะควบคุมคนอื่นลูกน้องคิดว่าถ้าทำผิดอาจถูกลงโทษหรือได้รับการยกเว้นก็ได้ ฉะนั้นจะหย่อนความเกรงกลัวลงไปบ้างความต้องการระดับที่ 3 นี้เป็นความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (affiliation or acceptance needs) หรือความต้องการความรัก (love and to be loved) พัฒนาความต้องการ ความรักจากบุคคลรอบข้าง ต้องการเป็นที่รักเป็นที่ยอมรับ ได้รับการเอาใจใส่เป็นที่สนใจของเพื่อน เป็นสมาชิก คนหนึ่งของกลุ่ม ฉะนั้นการที่บุคลากรรู้สึกว่าเขเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทหรือองค์การได้รับการดูแลช่วยเหลือห่วงใย เอื้ออาทร ความรัก ความอบอุ่น จากเพื่อน จากผู้บังคับบัญชา จากลูกน้อง แสดงว่าเขาให้ความสำคัญ และตอบสนองความต้องการดังกล่าว ผู้บริหารต้องเริ่มสร้างวัฒนธรรมองค์การ จัดกิจกรรม ให้พนักงานมีโอกาสเล่นกีฬาพูดคุยพบปะสังสรรค์แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ซึ่งกันและกันความต้องการขั้นนี้คือต้องการให้และรับความรัก แสวงหามิตรจากสังคม ต้องการสัมพันธภาพการสนับสนุนจากคนอื่น ๆ การสมาคม การเข้าร่วมกลุ่ม

4. ความต้องการที่จะได้รับการยกย่อง ให้เกียรติ (Self esteem needs) เป็นความต้องการระดับสูง เกี่ยวกับความมั่นใจในตนเองในเรื่องของความรู้ ความสามารถ ต้องการให้คนอื่นยกย่องสรรเสริญ ต้องการทางสถานภาพ (Status) ต้องการได้รับความนับถือ ความมีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับของผู้อื่น เพื่อความเชื่อมั่นและรู้สึกภูมิใจในตนเองการจูงใจบุคคลที่มีความต้องการระดับนี้จึงไม่ใช่เงินเดือน เสื้อผ้า อาหาร สวัสดิการ ความมั่นคง แต่เป็นการยอมรับความสามารถ ให้โอกาส

แสดงความคิดเห็น ร่วมประชุม รับฟังและพิจารณาข้อเสนอ ให้โอกาสมีส่วนร่วมในการบริหาร
กิจการ เลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น มอบหมายให้เป็นตัวแทนไปร่วมประชุม ฯลฯ พฤติกรรม
เหล่านี้ทำให้รู้สึกได้รับการยอมรับในความรู้ความสามารถ และแสดงว่าผู้บริหารไว้วางใจ เป็นความ
ต้องการเกียรติยศชื่อเสียง การเคารพนับถือจากคนอื่น ต้องการมีทุกอย่างให้พร้อมและเพียงพอ
ต้องการเป็นตัวของตัวเองไม่ขึ้นกับใคร ต้องการอวดความโก้หรูของตนเอง

5. ความต้องการความสำเร็จสมหวังในชีวิตหรือความต้องการที่จะตระหนักถึงความเป็น
จริงในตนเอง (Self actualization need) เป็นความต้องการระดับสูงสุด ต้องการพัฒนาตนเองให้
สูงสุด ต้องการให้เกิดความสำเร็จในทุกสิ่งทุกอย่างตามความนึกคิดของตนเอง ต้องการเป็นอะไรจะ
เป็นให้ได้ มีความต้องการความสมหวังในชีวิตจะใช้ความสามารถอย่างเต็มที่ของบุคคลใดบุคคล
หนึ่งได้แก่ นักบวชต้องการชัยชนะ นักประพันธ์ต้องการให้หนังสือของตนได้รางวัล นักร้องต้องการ
แผ่นเสียงทองคำ ดาราต้องการตุ๊กตาทอง ต้องการให้ทำในสิ่งที่บุคคลสามารถ ต้องการเป็นเจ้าของ
กิจการ เป็นต้น ผู้บริหารจงใจพนักงานให้รู้ถึงความสำเร็จของตนได้แก่ จัดโครงการพนักงานดีเด่น
ประกาศเกียรติคุณต่อความสำเร็จของพนักงาน เป็นต้น ทฤษฎีของ Maslow นำมาเป็นแนว
ประยุกต์ใช้กับองค์การ ได้อย่างดี การบริหารที่มีประสิทธิภาพ ต้องสนองความต้องการบุคคลทุกคน
ชั้นให้ได้รับความพอใจ จำแนกสถานภาพตั้งแต่แรงงานชั้นต่ำถึงผู้บริหารระดับสูงว่า ตำแหน่งใด
ฐานะใดต้องการอะไร ผู้มีเงินเดือนน้อยต้องการอ้อมปากอ้อมท้อง อยากรับจ้าง 4 ผู้ที่มีพร้อมแล้ว
และเป็นผู้บริหาร ต้องการเกียรติอำนาจมากกว่า เพื่อให้การบริหารมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารควร
เข้าใจลำดับขั้นของความต้องการของพนักงานให้ถูกต้อง จึงจะสามารถชักจูงพนักงานให้ปฏิบัติงาน
มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยแบ่งพนักงานเป็นพวก ๆ คือ พนักงานระดับต่ำ ระดับกลาง ระดับสูง
ซึ่งพนักงานแต่ละระดับจะมีความต้องการที่แตกต่างกัน ระดับต่ำอาจมีความต้องการในลำดับแรก
ยิ่งระดับสูงขึ้นไปก็มีความต้องการลำดับสูงขึ้น ๆ ตามลำดับพนักงานระดับต่ำสามารถใช้จ่ายเงินเป็นเครื่อง
จูงใจให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพได้ พนักงานระดับกลางขยับความต้องการสูงขึ้น เป็นความ
มั่นคงปลอดภัยในการปฏิบัติงาน หรือความต้องการทางสังคม จึงต้องจูงใจเน้นความมั่นคงของ
กิจการ จัดให้พนักงานมีโอกาสพบปะสังสรรค์กันยอมรับฟังความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อกิจการ
พนักงานระดับสูงต้องการความยกย่อง ความสำเร็จในชีวิตต้องการต้องทำให้พนักงานเห็นว่าเขามี
ความสำคัญต่อกิจการ ให้การยอมรับในความคิดเห็นของเขาจัดที่ปฏิบัติงานให้มีสภาพดี ให้เห็นชัด
ว่าระดับสูง มีความสำคัญต่างจากลูกน้อง ให้สิทธิพิเศษ ส่งเสริมให้ได้รับตำแหน่งสำคัญ อันเป็น
ความมุ่งหมายในชีวิต

สรุปได้ว่า ทฤษฎีของ Maslow มีความเกี่ยวข้องและแสดงให้เห็นว่าความต้องการ 5
ลำดับขั้นของมนุษย์ เมื่อมีความต้องการก็ย่อมจะต้องพยายามแสวงหาทางจะบำบัดความต้องการ

เมื่อได้รับการตอบสนองต่อความต้องการขั้นแรกแล้ว ก็จะมีความต้องการขั้นต่อไปซึ่งขึ้นอยู่กับภารกิจและกำลังใจที่ดี เพื่อให้ได้รับการตอบสนองความต้องการตามลำดับขั้น สำหรับผู้บริหารจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษา และเข้าใจความต้องการของคนเพราะจะทำให้เข้าใจถึงองค์ประกอบที่สำคัญและจำเป็นยิ่งของความต้องการของบุคลากรในหน่วยงาน ทฤษฎีความต้องการของ Maslow สามารถใช้เป็นแนวทางในการบำรุงขวัญและกำลังใจให้สอดคล้องกับลำดับขั้นความต้องการของผู้ปฏิบัติงาน เช่น ความต้องการพื้นฐานของผู้ปฏิบัติงานโดยทั่ว ๆ ไปเป็นเรื่องของสวัสดิการเป็นต้น

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Alderfer

Alderfer (1969, p. 142) ได้นำทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการที่มีลักษณะต่าง ๆ มาจาก Maslow โดยตั้งชื่อทฤษฎีนี้ว่าทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการแบบ ERG (The ERG Theory) ซึ่งสาระของทฤษฎี ERG สรุปได้ว่าความต้องการที่เป็นแรงจูงใจให้มนุษย์ปฏิบัติงานมีความต้องการ 3 ระดับ

1. ความต้องการเพื่อการดำรงชีพ (Existence needs: E) เป็นความต้องการที่จะรวมเอาความต้องการทางกายภาพ และความต้องการความมั่นคงในชีวิตที่ Maslow ได้เสนอไว้

2. ความต้องการด้านสัมพันธภาพ (Relatedness needs: R) เป็นความต้องการของมนุษย์ที่มุ่งหวังที่จะสร้างสัมพันธภาพกับสภาพแวดล้อมทางสังคมในการปฏิบัติงาน เทียบกับความต้องการเป็นเจ้าของ และความต้องการการยอมรับตามกรอบที่ Maslow ได้เสนอไว้

3. ความต้องการเจริญเติบโต (Growth needs: G) ซึ่งเป็นความต้องการขั้นสูงสุด ที่บุคคลต้องการนับถือในตนเอง (Self-esteem) และความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization) ทฤษฎีแบบ ERG นี้จะคล้ายกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow แต่ทฤษฎีนี้มีจุดเด่นที่สำคัญ 2 ประการ คือ

3.1. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการแบบ ERG เชื่อว่า การจูงใจที่ทำให้บุคคลเกิดแสดงพฤติกรรมใด ๆ มีสาเหตุมาจากความต้องการที่เกิดขึ้นพร้อม ๆ กันจากหลายชั้นในเวลาเดียวกัน

3.2. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการแบบ ERG จะมีองค์ประกอบที่เรียกว่า ความคับข้องใจ ความถดถอย (A frustration – regression) หมายถึง ถ้าบุคคลยังไม่ได้รับความพอใจเขาจะเกิดความคับข้องใจ และจะทำให้ความต้องการถดถอยลงไปในระดับความต้องการของขั้นที่ต่ำลงไปและเริ่มที่จะดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการอีกครั้ง

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการแบบ ERG เป็นการนำทฤษฎีการจูงใจที่นำความต้องการของมนุษย์มาสรุปรวมไว้ ในความต้องการ 3 ระดับ ทั้งในระดับการดำรงชีพเป็นเรื่องของกายภาพทั้งหมด ความต้องการด้านสัมพันธภาพเป็นเรื่องของสภาพแวดล้อมรอบตัวทั้งหมด และความ

ต้องการในด้านการเจริญเติบโต ซึ่งรวมถึงความต้องการในความสำเร็จของชีวิตด้วย ในทฤษฎีดังกล่าวยังแสดงให้เห็นถึงความต้องการที่อาจมาจากหลาย ๆ ปัจจัยที่เกิดขึ้นและหากไม่ได้รับการตอบสนองก็จะทำให้เกิดความคับข้องใจ ถดถอย ซึ่งจะส่งผลให้ระดับความต้องการลดลง ซึ่งมนุษย์ต้องการแสวงหาวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับการสนองตอบในสิ่งที่มีความต้องการ

ทฤษฎี X และทฤษฎี Y ของ McGregor (McGregor's theory X and theory Y)

McGregor (1960, p. 87) ได้แสดงความคิดเห็นว่า ความคิด ทฤษฎี X นี้ เป็นที่นิยมใช้ในทฤษฎีการบริหารแบบคลาสสิก เช่น ระบบราชการของ Weber เป็นต้น บางที ทฤษฎี X ใช้ได้ ทั้ง ๆ ที่โดยธรรมชาติแล้วพนักงานไม่ได้มีลักษณะที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบ ฯลฯ ตามที่ทฤษฎี X อ้างแต่ความสำเร็จของการใช้วิธีการจูงใจแบบทฤษฎี X เกิดจากการที่พนักงานพยายามปรับตัวเองให้เข้ากับ ทฤษฎี X เพื่อที่จะเป็นที่พอใจของฝ่ายจัดการ เนื้อหาของทฤษฎี X ดังนี้

1. มนุษย์โดยทั่วไปจะไม่ชอบการทำงาน และพยายามหลีกเลี่ยงการทำงานเสมอเท่าที่มีโอกาส

2. จากลักษณะการไม่ชอบการทำงานของมนุษย์ การจะทำให้มนุษย์ปฏิบัติงานเพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ ต้องใช้วิธีการบังคับควบคุม สั่งการ หรือการข่มขู่ และลงโทษด้วยวิธีการต่าง ๆ

3. มนุษย์โดยทั่วไปชอบที่จะเป็นผู้ตามมีคนคอยบังคับสั่งการ ในการปฏิบัติงานพยายามหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบ มีความทะเยอทะยาน และต้องการความมั่นคงมากกว่าสิ่งอื่นใด

4. มนุษย์จะให้ความสำคัญเฉพาะตนเองและเนื้อหาต่อความต้องการขององค์กร มนุษย์มักต่อต้านการเปลี่ยนแปลง แนวความคิดเรื่องนี้เป็นผลสะท้อนจากการจัดองค์กรทางการเมือง แม้ในปัจจุบันแนวความคิดนี้ก็ยังคงมีอยู่โดยคิดว่าผู้บังคับบัญชาเป็นผู้ออกคำสั่งแต่ผู้เดียว การควบคุมจะใช้วิธีการออกคำสั่ง อำนาจ และสิทธิในการตัดสินใจจะอยู่ที่ผู้บริหารสูงสุด หรือเป็นการรวมอำนาจเข้าสู่ศูนย์กลาง (centralization) ตามทฤษฎีนี้ผู้บริหารจึงเข้าใจว่าสิ่งจูงใจ ถ้าปฏิบัติงานได้มากค่าจ้างก็จะสูง มิฉะนั้นจะใช้วิธีการกระตุ้นให้ปฏิบัติงานด้วยการข่มขู่ให้พนักงานเกิดความเกรงกลัวหวาดหวั่น พนักงานต้องยอมทำตามคำสั่งของผู้บังคับบัญชาเพื่อมิให้ต้องออกจากงานแบบขององค์กรเช่นนี้จะมีการควบคุมอย่างใกล้ชิดจากเบื้องต้น หรือผู้บริหารซึ่งเป็นแนวคิดในการจัดรูปองค์กรตามแบบราชการหรือการจัดองค์กรตามประเพณีนิยม

ทฤษฎี X และทฤษฎี Y ของ Douglas McGregor ทฤษฎี X มองคนในแง่ลบโดยคิดว่าคนที่ปฏิบัติงานส่วนใหญ่แทบทุกคนล้วนเป็นคนเกียจคร้านชอบเกียจงาน ขาดความรับผิดชอบ เห็นแก่ตัว ไม่สนใจกับผลประโยชน์ส่วนรวมทำประโยชน์ให้ตัวเอง ชอบเป็นผู้ตามมากกว่าผู้นำ และมีทัศนคติไม่ดี ไม่ชอบการ เปลี่ยนแปลง ส่วนทฤษฎี Y มองคนในแง่บวกจะมีความคิดว่า คนทุกคน

เป็นคนดี มีความขยันขันแข็งมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์ผลงานมีความคิดริเริ่มมีความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงานและจะทุ่มเทให้กับงานและองค์การอย่างเต็มที่

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ทฤษฎี X และทฤษฎี Y ของ McGregor เป็นทฤษฎีที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างการบริหารงานบุคคลของผู้บังคับบัญชาสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงบำรุงขวัญและกำลังใจด้านสัมพันธภาพ ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาให้ดีขึ้น ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ได้ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากทฤษฎีนี้มุ่งเน้นที่การพัฒนาตนเองของผู้ปฏิบัติงาน และการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานเป็นสำคัญ

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2544, หน้า 17) การบริการตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า SERVICE เมื่อนำมาแยกอักษรแต่ละตัว สามารถแยกองค์ประกอบในการบริการได้ดังนี้

S (satisfaction) หมายถึง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

E (expectation) หมายถึง ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ

R (readiness) หมายถึง ความพร้อมในการบริการ

V (values) หมายถึง ความมีคุณค่าของการบริการ

I (interest) หมายถึง ความสนใจต่อการบริการ

C (courtesy) หมายถึง ความมีไมตรีจิตในการบริการ

E (efficiency) หมายถึง ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2535 (2539, หน้า 20) ให้คำจำกัดความของ “การบริการ” ว่า การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ เช่น ให้บริการ ใช้บริการ เป็นต้น

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2542, หน้า 89) กล่าวถึงบริการเป็นผลที่ได้จากงานในส่วนที่ประสานระหว่างผู้ส่งมอบกับลูกค้าและจากงานภายในกิจการของผู้ส่งมอบเพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

ความหมายในระดับพฤติกรรมเป็นการมุ่งพิจารณาถึงการบริการในฐานะที่เป็นกระบวนการในการปฏิบัติ หรือลงมือกระทำในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในแง่การบริการจึงเป็นการปะทะสังสรรค์หรือการมีการกระทำระหว่างกันของผู้รับบริการซึ่งมีความหมายที่เน้นความสำคัญของการบริการในฐานะที่เป็นกิจกรรม

ความหมายในระดับสถาบัน เป็นการมุ่งพิจารณาถึงการบริการ ในฐานะที่เป็นเรื่องของ การประกอบธุรกิจบริการ หรืออุตสาหกรรมบริการ (service industry) ซึ่งถือว่าเป็นสถาบันทาง สังคมสถาบันหนึ่ง (service as a social institution) ซึ่งมีบทบาท และหน้าที่ต่อสังคมในด้านต่าง ๆ ตามลักษณะของการจัดหมวดหมู่ ของการบริการออกตามประเภทหรือกลุ่มของกิจกรรมที่มีส่วน สัมพันธ์ ซึ่งในแง่การบริการตามความหมายที่สอง จะมีขอบเขตกว้างกว่าในความหมายแรกหรืออีก นัยหนึ่งอาจกล่าวได้ว่า การบริการตามความหมายในระดับพฤติกรรม เป็นเพียงส่วนหนึ่งของ ความหมายในระดับสถาบัน

สมิต สัจฉกร (2548, หน้า 13-15) กล่าวว่าความหมายของการบริการตาม พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ว่า บริการหมายถึง การปฏิบัติรับใช้การให้ความสะดวกต่าง ๆ ส่วนความหมายโดยทั่วไปที่มักกล่าวถึง คือ การกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ หรือการ ดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น การบริการตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Service” ซึ่งเป็นคำที่ เราคุ้นเคยและคนส่วนมากจะเรียกรื่องขอรับบริการ เพื่อ ความพึงพอใจของตน การบริการ เป็นการ ปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อ และเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการการให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ทาง ใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือจัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น การจัดอำนวยความสะดวกก็เป็น การให้บริการ การสนองความต้องการของผู้ใช้บริการก็เป็นการบริการ การให้บริการจึงสามารถ ดำเนินการได้หลากหลายวิธีจุดสำคัญคือ เป็นการช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ แบ่งเป็น

1. การบริการในภาครัฐ เป็นการบริการในภาครัฐมุ่งผลที่จะเกิดต่อประชาชนเป็นบริการ สาธารณะ มีวัตถุประสงค์ต้องการให้เกิดความผาสุกแก่ประชาชน ไม่มีจุดมุ่งหมายเพื่อผลตอบแทน ในรูปของรายได้ที่สูงกว่ารายจ่ายหรือกำไรการบริการ ในภาครัฐส่วนใหญ่เป็นลักษณะที่เป็น ค่าตอบแทนพอคุ้มทุน ให้มีค่าใช้จ่ายดำเนินการให้บริการอยู่ได้และในการให้บริการหลายประเภท ภาครัฐก็ต้องยอมที่จะรับภาระการขาดทุนในการดำเนินการ เพื่อให้ประชาชนโดยรวมได้รับประโยชน์ จากบริการสาธารณะ การบริการในภาครัฐมีทั้งการให้บริการโดยตรง เช่น งานทะเบียนราษฎร การ รักษาความสะอาด การสาธารณสุข เป็นต้น และการให้บริการโดยทางอ้อม ได้แก่ การรักษาความ สงบเรียบร้อยของประชาชน การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย การผังเมือง การสาธารณสุขโลก และสาธารณสุขการเป็นต้น การให้บริการต่อประชาชนต้องปรับปรุงให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ของสังคม และเอื้ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

2. การบริการในภาคเอกชน เป็นการบริการมุ่งถึงผลตอบแทนที่จะได้รับโดยตรง และทางอ้อม เอกชนดำเนินธุรกิจอยู่บนพื้นฐานของความอยู่รอด และความเจริญรุ่งเรือง ดังนั้นการ

ให้บริการซึ่งต้องมีต้นทุนค่าใช้จ่ายจึงต้องพิจารณาควบคู่ไปกับการจัดรายการคืนทุนถ้าให้บริการไม่มีผลตอบแทน เอกชนย่อมไม่สามารถจะดำเนินการได้เพราะเอกชนไม่มีอำนาจเรียกเก็บภาษีจากประชาชนมาเป็นงบประมาณรายจ่าย รายได้ของเอกชนเกิดขึ้นจากการขายสินค้าหรือบริการ แต่ก็ต้องให้บริการที่มีค่าตอบแทนอันเหมาะสม ไม่เป็นการเอาเปรียบประชาชน การบริการในภาคเอกชนถ้ามีความผิดพลาด บกพร่องจะส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของหน่วยงาน ดังนั้นผู้บริหารจะให้ความเอาใจใส่จริงจัง เพราะมีผลต่อความรับผิดชอบของตนเอง และสถานภาพของตนอย่างชัดเจน เพราะการบริการในภาคเอกชน มีระบบตรวจสอบชัดเจน

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548, หน้า 9) ความหมายของการบริการโดยรวมได้ว่าการบริการเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้น ระหว่างบุคคล 2 ฝ่ายที่มีปฏิริยาสัมพันธ์ต่อกัน โดยกิจกรรมที่เกิดขึ้นนั้นจะมีสินค้าเป็นองค์ประกอบด้วยหรือไม่ก็ได้ ในปัจจุบันนักการตลาดพยายามนำเอาการให้บริการเข้ามาเสริมประโยชน์ ประกอบกับการขายสินค้า ไม่ว่าจะเป็นสินค้าอุตสาหกรรม หรือสินค้าอุปโภคบริโภคทำให้การกำหนดส่วนประสมของสินค้าและบริการร่วมกันเป็นเรื่องที่ความสำคัญของการจัดการการตลาดโดยการบริการมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปคือ

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) คือ ไม่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ไม่สามารถมองเห็น ฐูรส ได้ยิน ได้กลิ่น หรือสัมผัสทางกาย แต่สามารถมองเห็นบริการในรูปที่ได้รับเท่านั้น เช่น บริการซักรีด บริการประกันภัย เป็นต้น

2. ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ (inseparability) คือการให้บริการที่ผู้ให้บริการและผู้รับบริการไม่สามารถแยกออกจากกันได้ การผลิต และการบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน เช่น บริการของทันตแพทย์ เป็นต้น

3. ไม่แน่นอน (variability) คือ การบริการแต่ละครั้งจะมีความแตกต่างกันไม่แน่นอน ขึ้น กับว่าใครคือผู้ให้บริการ และให้บริการเมื่อไหร่ที่ไหน อย่างไร เช่น บริการตัดผม เป็นต้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (perishability) เป็นการบริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ปัญหาที่ตามมาคือทำอย่างไรให้มีผู้มาใช้บริการในระดับความต้องการที่เป็นไปโดยสม่าเสมอ เพื่อมิให้เกิดการสูญไปโดยเปล่าประโยชน์ของบริการนั้น ๆ เช่น รถประจำทาง เป็นต้น

5. ไม่สามารถเป็นเจ้าของได้ (ownership) คือ การบริการที่ลูกค้าไม่สามารถเป็นเจ้าของบริการได้ราคาค่าบริการ ที่จ่ายไปเพื่อได้มาซึ่งบริการในขณะนั้นเมื่อได้รับบริการแล้วก็ป็นอันเสร็จสิ้น ไม่อาจครอบครองบริการนั้นได้ตลอดไป

สมิต สัจฉกร (2548, หน้า 11 – 12) ได้ให้ความหมายของการบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นนั้น จะต้องมึหลักยึดถือปฏิบัติมิใช่ว่าการให้

ความช่วยเหลือหรือการทำประโยชน์ต่อผู้อื่น จะเป็นไปตามใจของเราผู้ซึ่งเป็นผู้บริการโดยทั่วไป หลักการให้บริการมีข้อควรคำนึง ดังนี้

1. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลักการจะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดี และเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใด แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจไม่ให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็อาจจะไร้ค่า

2. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจคุณภาพคือความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น เพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจและถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการ ไม่ว่าเราจะตั้งใจให้บริการมากมายเพียงใด แต่ก็ยังเป็นเพียงด้านปริมาณ แต่คุณภาพของการบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า

3. ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน การให้บริการซึ่งจะสนองตอบความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัด คือการปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะหากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้ว ก็ยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ แม้จะมีคำขอโทษขออภัย ก็ได้รับเพียงความเมตตา

4. เหมาะสมแก่สถานการณ์การให้บริการที่รวดเร็วส่งสินค้าหรือให้บริการตรงตามกำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญ ความล่าช้าไม่ทันกำหนดทำให้เป็นการบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากการส่งสินค้าทันกำหนดเวลาแล้วยังต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้า และสนองตอบให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย

5. ไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่น ๆ การให้บริการในลักษณะใดก็ตามจะต้องพิจารณาโดยรอบคอบรอบด้าน จะมุ่งแต่ประโยชน์ที่จะเกิดแก่ลูกค้า และของเราเท่านั้นไม่เป็นการเพียงพอจะต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่ายรวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อมจึงควรยึดหลักในการให้บริการว่าจะระมัดระวังไม่ทำให้เกิดผลกระทบความเสียหายให้แก่บุคคลอื่น ๆ ด้วย

ชูป กาญจนประกร (2526, หน้า 5) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง การทำงานของคณะบุคคล (group) ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปที่ร่วมกันปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน ฉะนั้นคำว่าการบริหารงานนี้จึงใช้กำกับแสดงให้เห็นลักษณะ การบริหารงานแต่ละประเภทได้เสมอแล้วแต่กรณีไป แต่ถ้าเป็นการทำงาน โดยบุคคลเดียวเราเรียกเป็นการทำงานเฉย ๆ เท่านั้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546, หน้า 431) บริการ (service) เป็นกิจกรรมผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สามารถตอบสนองความต้องการ ให้แก่ลูกค้าได้ คุณภาพการให้บริการ (service quality) มีลักษณะ 10 ประการ ดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวก ในด้านเวลา และสถานที่แก่ลูกค้า คือไม่ทำให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมเพื่อแสดงถึงความสามารถ ในการเข้าถึงลูกค้า

2. การติดต่อสื่อสาร (communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาเข้าใจง่าย

3. ความสามารถ (competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ ความสามารถในงาน

4. ความสุภาพ (courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์มีความเป็นกันเอง

5. ความน่าเชื่อถือ (credibility) บริษัทและบุคลากร ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

6. ความไว้วางใจ (reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

7. การตอบสนองลูกค้า (responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการ และแก้ปัญหา ให้แก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

8. ความปลอดภัย (security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตรายความเสี่ยง และปัญหา ต่าง ๆ

9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (tangible) จะทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพ บริการดังกล่าวได้

10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (understanding/ knowing customer) พนักงานต้องพยายาม เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจในการตอบสนองความต้องการดังกล่าว

ปัจจัยกำหนดคุณภาพการให้บริการ (service quality หรือ SERVQUAL) จากลักษณะ การให้บริการ 10 ประการ ข้างต้นสามารถนำมาสรุป เป็นปัจจัยกำหนดคุณภาพการให้บริการได้ 5 ประการดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (reliability) เป็นความสามารถที่จะดำเนินการให้บริการตามสัญญา ไว้อย่างมีคุณภาพ และถูกต้องแม่นยำ

2. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (responsiveness) เป็นความเต็มใจที่จะช่วยเหลือ และ ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ หรือลูกค้าอย่างทันท่วงที

3. ความมั่นใจได้ (assurance) เป็นการแสดงถึงความรู้ และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ ให้บริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ

4. การเข้าถึงจิตใจ (empathy) เป็นการดูแลเอาใจใส่และความสนใจที่ผู้ให้บริการมีต่อ ผู้ใช้บริการ

5. ลักษณะทางกายภาพ (tangible) เป็นลักษณะที่ปรากฏให้เห็นหรือสิ่งที่สามารถจับ ต้องได้ เช่น วัตถุ อุปกรณ์ อาคารสถานที่ บุคคล เป็นต้น

Stanton (1987, p. 29) ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า กิจกรรมหรือผลประโยชน์ใด ที่สามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจด้วยลักษณะในตัวของมันเองที่จับต้องไม่ได้ และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับการตลาดสินค้า หรือบริการใด การให้บริการอาจจะเกี่ยวข้องกับการใช้ หรือ ไม่ใช่สินค้าที่มีตัวตน แต่ไม่แสดงความเป็นเจ้าของ

นอกจากนี้ service ยังมีความหมายอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน ได้แก่

satisfaction สร้างความพึงพอใจ

expectation เป็นไปตามความคาดหวัง

reliability เชื่อมั่นได้

value สิ่งที่ทำนั้นมีคุณประโยชน์

information ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง

competence บริการอย่างสามารถเชี่ยวชาญ

electronics ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้สะดวกรวดเร็วขึ้น

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 46) กล่าวว่า “คำว่าบริการน่าจะเป็นคำที่มีคุณค่า และชวนให้ภูมิอกภูมิใจ เพราะว่าบริการนั้น หมายถึง การทำประโยชน์ให้กับคนอื่นมีความสุขความพอใจ ซึ่งคนที่ทำก็น่าจะมีความสุข ที่ตัวเองมีคุณค่าแก่คนอื่น ฉะนั้นถ้าเราตั้งอุดมการณ์ไว้ว่างานของเราคือการบริการแล้ว งานที่เราทำจะเป็นที่พึงพอใจของผู้รับบริการเสมอ ผู้ที่มีหัวใจบริการจริง ๆ นั้น ต้องแสวงหาความรู้รอบตัว เพื่อจะได้ใช้ความรู้นั้นมาให้บริการเขาได้ ความเจริญรุ่งเรืองของธุรกิจหรือองค์กร ไม่ได้ขึ้นอยู่กับระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ หรือ สินค้าที่มีคุณภาพเลิศเท่านั้น การพัฒนาให้มีหัวใจบริการกับคนในองค์กรก็เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ละเลยไม่ได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, หน้า 85) กล่าวว่า การให้บริการ เป็นหน้าที่หลักที่สำคัญในการบริหารงาน ในลักษณะที่ต้องมีการติดต่อพบปะสังสรรค์กับลูกค้าโดยตรงโดยหน่วยงาน และพนักงานผู้ให้บริการทำหน้าที่ในการให้บริการ (delivery services) แก่ผู้รับบริการ โดยสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายของการบริการ (service) ว่าการบริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า เช่น โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม เป็นต้น ตามความหมายดังกล่าว ทำให้สามารถอธิบายลักษณะของการบริการได้เป็น 4 ประการ คือ

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) คือบริการที่ไม่สามารถมองเห็น หรือ เกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ตัวอย่าง คนไข้ไปหาจิตแพทย์ไม่สามารถบอกได้ว่าตนจะได้รับบริการในรูปแบบใดเป็นการล่วงหน้า ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและ ประโยชน์จากการบริการที่เขาจะได้รับเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อ ในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือวัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และ ราคา สิ่ง

เหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการ จะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น

1.1 สถานที่ (place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้เกิดขึ้นกับผู้มาใช้บริการ เช่น โรงพยาบาลต้องใหญ่โตโอโถงออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อ มีที่นั่งให้เพียงพอ มีบรรยากาศที่สร้างความรู้สึที่ดี รวมทั้งให้เสียงดนตรีประกอบด้วย เป็นต้น

1.2 บุคคล (people) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสมบุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

1.3 เครื่องมือ (equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัย มีประสิทธิภาพในการบริการที่รวดเร็ว และ ให้ลูกค้าพอใจ

1.4 วัสดุสื่อสาร (communication material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณา จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญลักษณ์ (symbols) ก็คือชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้า หรือที่ใช้บริการเพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

1.6 ราคา (price) การกำหนดราคา การให้บริการควรเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจนและ ง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (inseparability) การให้บริการเป็นการผลิต และการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัว ไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและ บริโภคในขณะเดียวกัน ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา

3. ไม่แน่นอน (variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายเป็นใครจะให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหนอย่างไร หมอผ่าตัดหัวใจ คุณภาพในการผ่าตัดขึ้นอยู่กับสภาพจิตใจและความพร้อมในการผ่าตัดแต่ละรอบ ดังนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการ และสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ ในแง่ผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพทำได้ 2 ขั้นตอน คือ

3.1 ตรวจสอบ คัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ เช่น ธุรกิจสายการบิน โรงแรม และ ธนาคาร ต้องเน้นในด้านการฝึกอบรมในการให้บริการที่ดี เป็นต้น

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้าโดยเน้นการใช้การรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้า และ การเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (perish ability) การบริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2542, หน้า 10) การบริการ (service) หมายถึงกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการของลูกค้า การบริการเป็นกระบวนการปฏิบัติเพื่อผู้อื่น ผู้ให้บริการจึงควรมีคุณสมบัติที่สามารถอำนวยความสะดวก และทำงานเพื่อผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจากคำในภาษาอังกฤษคำว่า service ได้มี นักบริหารหลาย ๆ ท่านได้ให้ความหมายโดยแยกเป็นตัวอักษรแล้วมีความหมายดังนี้

S = service concept คือ แนวคิดรวบยอดในการบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าผู้มาติดต่อ หรือมาขอใช้บริการ และรับบริการ

E = enthusiasm คือ ความกระตือรือร้นหมายความว่า พนักงานทุกคนจะต้องมีความพร้อมที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา

R = readiness, rapidness คือ ความพร้อม และความรวดเร็ว หมายถึง มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลา และความรวดเร็วฉับพลัน ทันใจ และทันเวลา

V = values คือ ความมีคุณค่าหมายถึง การทำทุกวิถีทางเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกประทับใจ ตลอดทั้งได้คุณค่าจากการบริการ

I = interesting, impression คือ ความสนใจ และความประทับใจ หมายถึง การให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้า และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทุกระดับ

C = cleanliness, correctives, courtesy คือ ความสะอาดความถูกต้อง และความมีไมตรีจิต สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนประกอบของการขาย สถานที่ต้อนรับลูกค้า ควรมีความสะอาด และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย การให้บริการมีความถูกต้อง และมีไมตรีจิตต่อลูกค้า ให้การต้อนรับด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส

E = endurance คือ ความอดทน และการรู้จักควบคุมอารมณ์

S = sincerity คือ ความจริงใจ และ การรู้จักยิ้มแย้มแจ่มใส

สรุปการบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การ ที่จะสนองตอบความต้องการของบุคคลอื่นตามที่คาดหวัง และทำให้เกิดความพึงพอใจของสิ่งที่ได้รับ

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548, หน้า 17 – 20) ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับการบริการที่มีความหลากหลายในขอบเขตของงานการตลาด ซึ่งได้เสนอ 3 แนวความคิด ดังนี้

แนวความคิดที่ 1 มีหลักพื้นฐาน 3 ข้อ เกี่ยวกับบริการ คือ

1. จับต้องไม่ได้
2. เป็นความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างกิจการกับลูกค้า
3. ลูกค้ามีส่วนร่วมในการผลิตบริการ

แนวความคิดที่ 2 มีลักษณะสำคัญ 3 ประการของบริการ ได้แก่

1. จับต้องไม่ได้
2. บริการเป็นกิจกรรมแทนที่จะเป็นสิ่งของ
3. การผลิตและการบริโภคเป็นกิจกรรมเดียวกัน

แนวความคิดที่ 3 เน้นความสำคัญของความจับต้องไม่ได้ซึ่งเป็นลักษณะพื้นฐานของบริการ และได้กล่าวว่า ธุรกิจสามารถเสนอผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดได้ในรูปของสินค้าบริการหรือสินค้าและบริการร่วมกันโดยแบ่งเป็น 4 ระดับ คือ

1. ขายสินค้าที่มีลักษณะจับต้องได้
2. ขายสินค้าที่จับต้องได้และมีบริการควบคู่ไปด้วย
3. ขายบริการเป็นหลักผลิตภัณฑ์เป็นเพียงส่วนเสริม
4. ขายบริการอย่างแท้จริง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2537, หน้า 38 – 40) กล่าวว่า คุณภาพของการบริการเป็นสิ่งสำคัญในธุรกิจบริการซึ่งประกอบด้วย

1. คุณภาพในการบริการ คุณภาพของการบริการเป็นเรื่องที่ซับซ้อน ขึ้นอยู่กับการมองหรือทัศนคติของลูกค้า ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า อะไรก็ตามที่ลูกค้าเห็นว่าดีเป็นที่ถูกใจพอใจจะหมายถึงคุณภาพไม่ว่าจะเป็นสินค้า หรือบริการใด ๆ โดยที่คุณภาพของการให้บริการหมายถึง การบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการ หรือเกินความต้องการของลูกค้า จนทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ และเกิดความจงรักภักดี

คำว่าบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการหมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังได้รับการตอบสนอง ส่วนบริการที่เกินความต้องการของลูกค้าหมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือความคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่จนรู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นบริการที่วิเศษมากประทับใจ คู่ค้าแก่การตัดสินใจรวมทั้งคู่ค้าเงิน

2. องค์ประกอบของคุณภาพในการบริการ ในการให้บริการหนึ่ง ๆ ธุรกิจจะต้องนำเรื่ององค์ประกอบของคุณภาพในการบริการ มาประยุกต์ใช้ในธุรกิจ กล่าวคือจะต้องพัฒนาการบริการให้มีความเชื่อถือ และไว้วางใจเป็นอันดับแรก และให้ความเอาใจใส่อย่างพิเศษกับการให้บริการเป็นอันดับต่อมา โดยที่ลูกค้าจะยอมรับว่าบริการใดมีคุณภาพหรือไม่นั้นจะต้องวัดจากองค์ประกอบของคุณภาพในการบริการ ซึ่งมี 5 ข้อ ได้แก่ สิ่งที่สัมผัสได้ คือ

2.1 อาคารธุรกิจบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ป้ายประชาสัมพันธ์ และแบบฟอร์มต่าง ๆ เป็นต้น

2.2 ความเชื่อถือและความไว้วางใจได้ เป็นความสามารถในการมอบบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ตามที่ได้สัญญาหรือควรจะเป็น ได้อย่างถูกต้อง และได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการบริการนั้นภายในเวลาที่เหมาะสม

2.3 ความรวดเร็ว เป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าโดยให้บริการอย่างรวดเร็ว

2.4 การรับประกันเป็นการรับประกันว่าพนักงานที่คอยให้บริการมีความรู้ความสามารถและมีความสุภาพ มีจริยธรรมในการให้บริการเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าจะได้รับการบริการที่เป็นไปตามมาตรฐาน

2.5 การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล เป็นการดูแล และเอาใจใส่ให้บริการอย่างตั้งอกตั้งใจ เนื่องจากเข้าใจปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าที่ต้องการได้รับการตอบสนองเน้นการบริการ และการแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างเป็นรายบุคคลตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน คุณภาพในการบริการนั้นเป็นสิ่งสำคัญ

3. การวัดคุณภาพการบริการ ในการประเมินการวัดคุณภาพการบริการ อาจใช้ปัจจัยหรือ องค์ประกอบของการบริการในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งสามารถตรวจสอบประเมินค่าระดับความรู้สึกพึงพอใจได้ การศึกษาเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพของการบริการ ทำให้ทราบว่าผู้บริโภคได้ใช้ปัจจัย 10 ประการ ในการประเมินคุณภาพของการบริการ ได้แก่

3.1 ความสะดวก (access) หมายถึง ความสะดวกในการเข้าพบหรือติดต่อกับผู้ให้บริการซึ่งครอบคลุมทั้งเวลาที่เปิดดำเนินการ สถานที่ตั้ง และวิธีการที่จะสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการในการติดต่อกับผู้ให้บริการ ไม่ยุ่งยากในการรับบริการ เช่นสถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในที่สะดวกแก่การไปติดต่อ เป็นต้น

3.2 การติดต่อสื่อสาร (communication) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการ

3.3 ความสามารถ (competence) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถ และทักษะที่จะปฏิบัติงานบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4 ความสุภาพ (courtesy) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความสุภาพเรียบร้อย มีความนับถือในตัวผู้รับบริการ รอบคอบและเป็นมิตร ได้แก่ การบริการด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส

3.5 ความน่าเชื่อถือ (credibility) หมายถึง ความเชื่อถือไว้วางใจ และความซื่อสัตย์ขององค์การที่ให้บริการและตัวผู้ให้บริการ เช่น องค์การที่มีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นต้น

3.6 ความเชื่อถือไว้วางใจ (reliability) หมายถึงคุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรงสม่ำเสมอ ถูกต้องน่าเชื่อถือ และพึงพาได้

3.7 การตอบสนองผู้รับบริการ (responsive) หมายถึง ความเต็มใจของผู้ให้บริการที่จะปฏิบัติต่อผู้รับบริการเป็นอย่างดี มีความพร้อมที่จะให้บริการ และการอุทิศเวลา

3.8 ความปลอดภัย (security) หมายถึง การให้บริการที่ปราศจากความเสียหาย รวมถึงความปลอดภัยทางกายภาพ ได้แก่ เครื่องมือ หรือ อุปกรณ์

3.9 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (tangibility) หมายถึงการสร้างสิ่งจับต้องได้ ได้แก่ การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับการบริการ การจัดเตรียมสถานที่ให้สะอาดตา

3.10 ความเข้าใจของผู้รับบริการ (understanding) หมายถึงการพยายามรู้จักและเข้าใจตลอดจนความต้องการต่าง ๆ ของผู้รับบริการ ได้แก่ การจดจำรายละเอียดต่าง ๆ ของผู้รับบริการ สมิต สัจฉกร (2548, หน้า 174 – 175) กล่าวว่า งานบริการมีลักษณะเฉพาะดังต่อไปนี้

1. ได้รับความพอใจหรือไม่พอใจ ก็จะเกิดความรู้สึกในทันที งานบริการเป็นงานให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก ดังนั้นเมื่อผู้รับบริการได้รับการสนองตอบตรงตามความต้องการก็จะแสดงออกถึงความรู้สึกที่ดี แต่ในทางกลับกันถ้าไม่ได้รับความพอใจก็จะเกิดความรู้สึกในทางที่ไม่ดีต่อผู้ให้บริการและองค์กรที่ให้บริการในทันทีเช่นกัน

2. ผลของการบริการเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาและแปรผลได้รวดเร็ว งานบริการเริ่มต้นและดำเนินการได้ในทุกขณะทั้งในตอนต้นตอนกลางและในตอนท้ายเพราะไม่มีข้อจำกัดว่าจะต้องให้บริการเฉพาะในเวลาหนึ่งเวลาใด

3. ผลของบริการเชื่อมโยงไปถึงคนและองค์กร งานบริการสร้างความรู้ในทันทีที่ได้รับบริการจึงสามารถแปรเปลี่ยนเป็นผล จากการให้บริการได้ทั้งในแง่ดีและไม่ดี

4. ผิดพลาดแล้วชดเชยด้วยสิ่งอื่นก็เพียงแค่บรรเทาความไม่พอใจ การบริการที่ผิดพลาดบกพร่องไม่สามารถจะเปลี่ยนความรู้สึก ของผู้รับบริการให้กลับมาดีได้ นอกจากเป็นการลดความไม่พอใจที่เกิดขึ้นให้น้อยลง

5. สร้างทัศนคติต่อบุคคลและองค์กรได้อย่างมาก การบริการสามารถจะสร้างความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ที่มีต่อผู้ให้บริการหรือองค์กรอย่างมากมายไม่มีขีดจำกัดขึ้นอยู่กับลักษณะของการให้บริการที่มีมากน้อยเพียงใด สำคัญมากน้อยเท่าใด

6. สร้างภาพลักษณ์ให้องค์กรและองค์กรเป็นเวลานาน การบริการทั้งที่ดีและไม่ดีจะติดอยู่ในความทรงจำของผู้ใช้บริการอยู่ตลอดไป แม้เมื่อมีการปรับปรุงแก้ไขบริการให้ดีขึ้นมาแล้ว แต่ภาพเก่า ที่ไม่ดียังคงหลงเหลืออยู่กว่าที่จะล้างภาพลักษณ์ที่อัปลักษณ์ ได้ต้องใช้เวลาอันเป็นสิบปี

7. หากเกิดการบกพร่องจะเห็นได้ชัด บริการเป็นสิ่งที่ไวต่อการรับรู้ เมื่อมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดไม่สมบูรณ์หรือขาดตกบกพร่องก็จะปรากฏให้เห็น ได้ในทันทีทันใด จึงต้องระมัดระวังในเรื่องบริการให้มาก

8. บุคลากรเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบริการที่ดี บริการจะดีหรือไม่ดีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ถ้าได้คนดีมีจิตสำนึกในการให้บริการดี มีทัศนคติต่อการให้บริการดีและได้รับการปลูกฝังนิสัยในการให้บริการและฝึกฝนตนเองมาดี ก็จะทำให้เกิดการบริการที่เป็นเลิศในทางกลับกันถ้าได้คนไม่ดีมาเป็นผู้ทำงานให้บริการก็จะเท่ากับผิดพลาดตั้งแต่ต้นแล้ว

ธีรกิติ นวรัตน์ ฌ อยุธา (2547, หน้า 183 – 184) ได้ศึกษาแนวคิดของ Parasuraman และคณะ พบว่า ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ผู้รับบริการประเมินคุณภาพของการบริการที่เขาได้รับ เรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่รับรู้” (perceived Service quality) ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการที่ผู้รับบริการทำการเปรียบเทียบ “บริการที่รับรู้” (perceived service) ซึ่งก็คือ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขาได้รับบริการแล้วนั่นเอง ในการประเมินคุณภาพการบริการใช้เกณฑ์ 5 องค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. Reliability (ความไว้วางใจ หรือความน่าเชื่อถือ) ความสามารถในการให้บริการในระดับหนึ่งที่ต้องการอย่างถูกต้อง (accurate performance) และไว้วางใจได้ (dependable)

2. Assurance (ความมั่นใจ) ผู้ให้บริการมีความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการมีความสุภาพ และเป็นมิตรกับผู้รับบริการ (courtesy) มีความซื่อสัตย์ และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้รับบริการได้ (credibility) ความมั่นคงปลอดภัย (security)

3. Tangibles (สิ่งที่สามารถจับต้องได้) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ประกอบด้วยสภาพแวดล้อม เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ

4. Empathy (ความใส่ใจ) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก และสามารถติดต่อได้ง่าย ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร (good communication) และเข้าใจผู้รับบริการ (customer understanding)

5. Responsiveness (การสนองตอบ) ความเต็มใจที่จะให้บริการทันที (promptness) และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี (helpfulness) โดยได้กำหนดเครื่องมือในการวัดระดับคุณภาพการบริการ (service quality) ประกอบด้วย 22 รายการ กระจายมาจาก 5 องค์ประกอบ ของคุณภาพการบริการ คือ

ความน่าเชื่อถือ (reliability) ได้แก่

- 1) ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้
- 2) ความสามารถในการแก้ปัญหาของผู้รับบริการได้
- 3) การให้บริการที่ถูกต้องในครั้งแรก
- 4) การให้บริการทันเวลา
- 5) การจดบันทึกข้อผิดพลาดไว้เป็นข้อมูลในการให้บริการ
- 6) พนักงานมีความรู้ในงานที่ให้บริการเป็นอย่างดี

การตอบสนอง (responsiveness) ได้แก่

- 1) มีระบบการให้บริการที่ให้บริการได้รวดเร็ว
- 2) ความรวดเร็วในการทำงานของพนักงาน
- 3) ความพร้อมของพนักงานในการบริการ ได้ทันทีที่ผู้รับบริการต้องการ
- 4) ความพร้อมของพนักงานในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้รับบริการ

การให้ความมั่นใจ (assurance) ได้แก่

- 1) พนักงานสามารถสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ
- 2) การสร้างความปลอดภัยและเชื่อมั่นในการรับบริการ
- 3) พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพและสม่ำเสมอ

การดูแลเอาใจใส่ (empathy) ได้แก่

- 1) การให้ความสนใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการแต่ละคน
- 2) การให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับบริการ
- 3) ความสนใจผู้รับบริการอย่างแท้จริงของพนักงาน
- 4) ความสามารถในการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการอย่างชัดเจน
- 5) เวลาในการเปิดให้บริการให้ความสะดวกแก่ผู้รับบริการ

รูปลักษณะ (tangibles) ได้แก่

- 1) ความทันสมัยของอุปกรณ์
- 2) สภาพแวดล้อมของสถานที่
- 3) การแต่งกายของพนักงาน
- 4) เอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ

ยูพาวรรณ วรณวณิชย์ (2548, หน้า 12) กล่าวว่า ความหมายของการบริการเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล 2 ฝ่ายที่มีปฏิริยาสัมพันธ์ต่อกันโดยกิจกรรมที่เกิดขึ้นนั้นจะมีสินค้าเป็นองค์ประกอบด้วยหรือไม่ก็ได้ ในปัจจุบันนักการตลาดพยายามนำเอาการให้บริการเข้าเสริมประโยชน์ประกอบกับการขายสินค้า ไม่ว่าจะเป็นสินค้าอุตสาหกรรม หรือสินค้าอุปโภคบริโภค ทำให้การกำหนดส่วนประสมของสินค้าและบริการร่วมกันเป็นเรื่องที่มีความสำคัญในแง่ของการจัดการการตลาด โดยการบริการ มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป คือ

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) คือ ไม่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ไม่สามารถมองเห็น วัสดุ ได้ยิน ได้กลิ่น หรือสัมผัสทางกาย แต่สามารถมองเห็นบริการในรูปแบบที่ได้รับเท่านั้น เช่น บริการชักรีด บริการประกันภัย เป็นต้น

2. ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ (inseparability) คือการให้บริการที่ผู้ให้บริการและผู้รับบริการไม่สามารถแยกออกจากกันได้ การผลิตและการบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน เช่น บริการของทันตแพทย์ เป็นต้น

3. ไม่แน่นอน (variability) คือ การบริการแต่ละครั้งจะมีความแตกต่างกันไม่แน่นอน ขึ้นกับว่าใครคือผู้ให้บริการ และให้บริการเมื่อไหร่ที่ไหนอย่างไร เช่น บริการตัดผม เป็นต้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (perish ability) เป็นการบริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ปัญหาที่ตามมาคือทำอะไรให้มีผู้มาใช้บริการในระดับความต้องการที่เป็นไปโดยสม่ำเสมอ เพื่อมิให้เกิดการสูญไปโดยเปล่าประโยชน์ของบริการนั้น ๆ เช่น รถประจำทาง เป็นต้น

5. ไม่สามารถเป็นเจ้าของได้ (ownership) คือ การบริการที่ลูกค้าไม่สามารถเป็นเจ้าของบริการได้ราคาค่าบริการที่จ่ายไปเพื่อได้มาซึ่งบริการในขณะนั้น เมื่อได้รับบริการแล้วก็ป็นอันเสร็จสิ้น ไม่อาจครอบครองบริการนั้นได้ตลอดไป

สมิต สัจฉกร (2548, หน้า 11) ได้ให้ความหมายของการบริการคือ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นนั้น จะต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติมิใช่ว่าการให้ความช่วยเหลือหรือการทำประโยชน์ต่อผู้อื่น จะเป็นไปตามใจของเราผู้ซึ่งเป็นผู้บริการ โดยทั่วไปหลักการให้บริการมีข้อควรคำนึง ดังนี้

1. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการการให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลักการจะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการ มาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่า จะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดีและเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใด แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจไม่ให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็อาจจะไร้ค่า

2. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ คุณภาพคือความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น เพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ และถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการ ไม่ว่าเราจะตั้งใจให้บริการมากมายเพียงใด แต่ก็ยังเป็นเพียงด้านปริมาณ แต่คุณภาพของการบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า

3. ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน การให้บริการซึ่งจะสนองตอบความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัด คือการปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะหากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้วก็ยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ แม้จะมีคำขอโทษขออภัย ก็ได้รับเพียงความเมตตา

4. เหมาะสมแก่สถานการณ์การให้บริการที่รวดเร็ว ส่งสินค้าหรือให้บริการตรงตามกำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญความล่าช้าไม่ทันกำหนดทำให้เป็นการบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์นอกจากการส่งสินค้าทันกำหนดเวลา แล้วยังจะต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้า และสนองตอบให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย

5. 'ไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่น ๆ การให้บริการในลักษณะใดก็ตามจะต้องพิจารณา โดยรอบคอบรอบด้าน จะมุ่งแต่ประโยชน์ที่จะเกิดแก่ลูกค้าและของเราเท่านั้นไม่เป็นการเพียงพอ จะต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่ายรวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อมจึงควรยึดหลักในการให้บริการว่า จะระมัดระวังไม่ทำให้เกิดผลกระทบความเสียหายให้แก่บุคคลอื่น ๆ ด้วย

สมิต สัจฉกร (2548, หน้า 13 – 15) ได้สรุปความหมายของการบริการตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 คำว่า บริการหมายถึง การปฏิบัติรับใช้การให้ความสะดวกต่าง ๆ ส่วนความหมายโดยทั่วไปที่มักกล่าวถึงคือการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ หรือการ ดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น การบริการตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Service” ซึ่งเป็นคำที่ เราคู่เคยและคนส่วนมาก จะเรียกรื่องขอรับบริการเพื่อความพึงพอใจของตนการบริการเป็นการ ปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อ และเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการการให้บริการบุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ทาง ใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตาม ด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ จัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้นการจัดอำนวยความสะดวกก็เป็น การให้บริการ การสนองความต้องการของผู้ใช้บริการก็เป็นการบริการ การให้บริการจึงสามารถ ดำเนินการได้หลากหลายวิธีจุดสำคัญคือ เป็นการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ แบ่งเป็น

1. การบริการในภาครัฐ เป็นการบริการในภาครัฐมุ่งผลที่จะเกิดต่อประชาชนเป็นบริการ สาธารณะ มีวัตถุประสงค์ต้องการให้เกิดความผาสุกแก่ประชาชน ไม่มีจุดมุ่งหมายเพื่อผลตอบแทน ในรูปของรายได้ที่สูงกว่ารายจ่าย หรือกำไร การบริการในภาครัฐส่วนใหญ่เป็นลักษณะที่เป็น ค่าตอบแทนพอคุ้มทุน ให้มีค่าใช้จ่ายดำเนินการให้บริการอยู่ได้และในการให้บริการหลายประเภท ภาครัฐก็ต้องยอมที่จะรับภาระการขาดทุนในการดำเนินการ เพื่อให้ประชาชนโดยรวมได้รับประโยชน์ จากบริการสาธารณะ การบริการในภาครัฐมีทั้งการให้บริการโดยตรง เช่น งานทะเบียนราษฎร การ รักษาความสะอาด การสาธารณสุข เป็นต้น และการให้บริการโดยทางอ้อมได้แก่ การรักษาความ สงบเรียบร้อยของประชาชน การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย การผังเมือง การสาธารณสุขปโภค และสาธารณสุขการ การให้บริการต่อประชาชนต้องปรับปรุงให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของ สังคม และเอื้ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชน ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

2. การบริการในภาคเอกชน เป็นการบริการมุ่งถึงผลตอบแทนที่จะได้รับโดยตรง และทางอ้อม เอกชนดำเนินธุรกิจอยู่บนพื้นฐานของความอยู่รอด และความเจริญรุ่งเรือง ดังนั้นการ ให้บริการซึ่งต้องมีต้นทุน ค่าใช้จ่ายจึงต้องพิจารณาควบคู่ไปกับการจัดรายการคืนทุน ถ้าให้บริการ ไม่มีผลตอบแทน เอกชนย่อมไม่สามารถจะดำเนินการได้เพราะเอกชนไม่มีอำนาจเรียกเก็บภาษีจาก ประชาชนมาเป็นงบประมาณรายจ่าย รายได้ของเอกชนเกิดขึ้นจากการขายสินค้าหรือบริการ แต่ก็

ต้องให้บริการที่มีค่าตอบแทนอันเหมาะสม ไม่เป็นการเอาเปรียบประชาชน การบริการในภาคเอกชนถ้ามีความผิดพลาด บกพร่องจะส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของหน่วยงาน ดังนั้น ผู้บริหารจะให้ความเอาใจใส่จริงจัง เพราะมีผลต่อความรับผิดชอบของตนเองและสถานภาพของตนอย่างชัดเจน เพราะการบริการในภาคเอกชนมีระบบตรวจสอบชัดเจน

กล่าวโดยสรุป คือ การบริการที่ดี จะทำให้ลูกค้าเลือกที่จะเป็นลูกค้าอย่างจงรักภักดีกับธุรกิจที่บริการอย่างเกินความคาดหวัง ยิ่งบริการดีเพียงใด โอกาสได้ลูกค้าถาวรก็ยังมีโอกาสมาก

ความสำคัญของการบริการ

สมิต สัจฉกร (2542, หน้า 15) การบริการเป็นสิ่งสำคัญในงานด้านต่าง ๆ เพราะบริการคือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ไม่มีการดำเนินงานใด ๆ ที่ปราศจากการบริการไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน การให้บริการที่มีคุณภาพจะทำให้องค์กรได้รับการยอมรับจากผู้ให้บริการในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. มีความชื่นชมให้ต่อผู้ให้บริการ
2. มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ
3. มีความระลึกถึงและยินดีมาขอรับบริการอีก
4. มีความประทับใจที่ดีไปอีกนานแสนนาน
5. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่นแนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น
6. มีความภักดีต่อหน่วยงานที่ให้บริการ
7. มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี

ตรงข้ามหากมีการให้บริการที่ไม่ดีส่งผลให้เกิดสภาวะไม่พึงประสงค์ดังนี้

1. มีความรังเกียจตัวผู้ให้บริการ
2. มีความเสื่อมศรัทธาในหน่วยงานที่ให้บริการ
3. มีความผิดหวัง และไม่ยินดีมาใช้บริการอีก
4. มีความประทับใจที่ไม่ดีไปอีกนานแสนนาน
5. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่นไม่แนะนำให้มาใช้บริการอีก
6. มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ไม่ดี

พิทักษ์ ทรุษิม (2538, หน้า 93) กล่าวว่าเป้าหมายสำคัญของการบริการ คือการสร้าง ความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน โดยมีหลักหรือแนวทาง คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (equitable service) หมายถึงความยุติธรรมในการบริหาร งานภาครัฐที่มีฐานคติที่คนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการที่ตรงเวลา (timely service) หมายถึง การบริการต้องมองว่า การให้บริการสาธารณะต้องตรงต่อเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชนได้ถ้าบกพร่อง

3. การให้บริการที่เพียงพอ (ample service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม ความเสมอภาค หรือการตรงต่อเวลา จะไม่มีความหมายเลยถ้าจำนวนการให้บริการ ไม่เพียงพอสำหรับจำนวนของผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (continuous service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะที่ เป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดหลักความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้ หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, หน้า 111) กล่าวถึง การบริการว่า มีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด สำหรับการบริการประเภทไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) คือ การบริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะซื้อดังนั้นผู้ขายต้องบริการจัดหาสิ่งต่อไปนี้ เป็น หลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้นคือ

1. สถานที่ (place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อใช้บริการ

2. บุคคล (people) พนักงานขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตา ยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ใช้จะดี ด้วย

3. เครื่องมือ (equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

4. วัสดุสื่อสาร (communication material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่าง ๆ จะต้อง สอดคล้องกับลักษณะของการบริการ ที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

5. สัญลักษณ์ (symbols) คือชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการเพื่อผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

6. ราคา (price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

สุดาดวง เรืองรุจิระ (2540, หน้า 317) กล่าวว่า บริการมีลักษณะสำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

1. จับต้องไม่ได้ (intangible) บริการไม่มีตัวตนที่ผู้ซื้อจะจับต้องทดลองตัวอย่างก่อนได้ ไม่ว่าจะโดยการชิม รู้สึก มองเห็น ได้ยิน หรือได้กลิ่น

ดังนั้น การเสนอขายบริการ จึงต้องแสดงถึงคุณประโยชน์ที่จะได้รับจากการบริการนั้น มากกว่าจะเน้นถึงลักษณะการให้บริการมีดังนี้

Visualization แสดงให้เห็นด้วยภาพของเหตุการณ์หรือผลที่เกิดขึ้นจากการได้รับบริการ หรือแสดงถึงเครื่องมือ อุปกรณ์ ที่จะเสนอบริการให้ เช่น การเสนอขายบริการนำเที่ยวจะโฆษณา ด้วยภาพสถานที่ต่าง ๆ ที่ตื่นเต้นเร้าใจรถโดยสารที่คู่สะดวกสบาย ภาพในรถที่มีนักทัศนอาจรโบหน้า แสดงความสุข พนักงานต้อนรับหรือมัคคุเทศก์ที่แสดงการเอาใจใส่ลูกค้าหรือเสนอบริการรถเช่าที่ดู ใหม่ น่าจับ เป็นต้น

Association เชื่อมโยงบริการกับสินค้าที่จับต้องได้ ตัวบุคคล เหตุการณ์หรือสถานที่ที่ จะต้องสื่อถึงได้ เช่น สายการบินอ้างถึงการเอาใจใส่ของพนักงานต้อนรับด้วยหมวกสีดำของสายการบิน ออสตราเลีย หรือความปลอดภัยเหมือนหေးด้วยพรมในนิยายอาหรับราตรีหรือการบินไทยใส่คำ ขวัญว่า “รักคุณเท่าฟ้า” ธนาคารแสดงถึงความรวดเร็วในการให้บริการด้วยเหตุการณ์ในโฆษณา ภาพยนตร์โฆษณาที่คุณขยายเดินไปหาที่นั่งเพื่อนั่งลง แล้วคุณหลอนวิ่งมาหาบอกว่า ได้รับบริการ เรียบร้อยแล้ว เป็นต้น

Physical representation ใช้สัญลักษณ์ที่จะเป็นตัวแทนบริการ อาจเป็น logo สีหรือ เครื่องแบบของผู้ให้บริการ สีทองสีเงิน จะแสดงถึงคุณภาพของบริการที่เยี่ยม หรือสูงกว่าความโอ โถงของสถานที่ แสดงถึงความมั่นคงของบริการเกี่ยวกับการเงินทำให้น่าเชื่อถือไว้วางใจเครื่องแบบ การแต่งกาย การทำความสะอาด และความไว้วางใจในระดับการให้บริการได้ในร้านอาหาร เครื่องมือที่ทันสมัย ทำให้มองเห็นว่าจะได้รับบริการที่ทันสมัยด้วย

2. ไม่สามารถแยกแยะระหว่างผู้ให้บริการและบริการ ผู้ซื้อจะคิดถึงผู้ผลิตบริการและ บริการที่ซื้อเป็นหนึ่งเดียวกัน ไม่สามารถแยกบริการจากผู้ผลิตไปจำหน่ายต่างสถานที่ต่างเวลาได้ การผลิต และจำหน่ายบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน ช่วงตัดผม สระผม ตัดผมให้เป็นการผลิตและ ขายบริการโดยตรง เป็นการใช้ direct channel ผู้ผลิตบริการจะต้องพบปะลูกค้าเป็นข้อจำกัดในการ เสนอขายหลาย ๆ ตลาด หรือลูกค้าหลายคนพร้อมกันไม่ได้ในหลายประเภทของบริการทันตแพทย์ ไม่สามารถทำการรักษาฟันให้คนไข้พร้อมกันหลายคน ต้องทำฟันให้ทีละคน ดังนั้นการขายตลาด จึงทำได้ยากกว่าการเสนอขายบริการ อาจทำการตั้งตัวแทนช่วยในด้านการส่งเสริมการตลาดได้แต่ ไม่สามารถจะผลิตบริการแทนได้ เช่น การท่องเที่ยวที่มีการจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน หรือพาหนะอื่น ๆ เสนอขายห้องพักในโรงแรมได้ ตัวแทนขายประกันต่าง ๆ ตัวแทนช่วยจำหน่ายบัตรการแสดงต่าง ๆ ได้ แต่ไม่ใช่ผู้ผลิตบริการต่าง ๆ โดยตรง เป็นเพียงพนักงานขายหรือคนกลางเท่านั้น เป็นต้น

3. มีความแตกต่างในการให้บริการ บริการที่เสนอขายแต่ละครั้งจะมีความแตกต่างกัน ได้ ถึงแม้จะผลิตจากผู้ให้บริการคนเดียวกัน และบริการชนิดเดียวกันจากผู้ให้บริการที่แตกต่างกัน จะไม่เหมือนกัน ความหลากหลายในการให้บริการมีมากจะไม่สามารถกำหนดมาตรฐานการ ให้บริการได้ ดังนั้น การเสนอขายบริการ จึงต้องมีการวางแผนเกี่ยวกับรายละเอียดของบริการที่

เสนอขายตั้งแต่แรก และพยายามโฆษณาให้เกิดความเชื่อในระดับคุณภาพที่สม่ำเสมอ การผลิตบริการจะต้องควบคุมให้สูงกว่าระดับที่โฆษณาไว้ หรือที่ลูกค้าคาดหวังเสมอ

4. อุปสงค์ของบริการจะมีอายุสั้นและเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลมาก บริการผลิตทันทีและส่งมอบในขณะที่ให้บริการแก่ลูกค้า บริการจึงไม่สามารถจะผลิตล่วงหน้าไม่สามารถเก็บรักษาไว้ก่อน ขณะเดียวกันด้านผู้ซื้อบริการจะเกิดความจำเป็นต้องได้รับบริการทันที เมื่อเกิดความต้องการหากต้องรอไว้นาน ๆ จะเปลี่ยนใจได้ นอกจากนั้นความต้องการซื้อบริการจะขึ้นลงเปลี่ยนแปลงได้มากตามฤดูกาล ตามช่วงเวลาในแต่ละเดือน เวลาในแต่ละวัน

องค์ประกอบของการบริการ

ธงชัย สันติวงษ์ (2533, หน้า 24) กล่าวว่า ระบบการบริการที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ ดังนี้

1. ผู้รับบริการ ลูกค้าเป็นผู้ที่มีบทบาทที่สำคัญยิ่งในกระบวนการบริการเพราะความพอใจของลูกค้า คือ เป้าหมายหลักของการบริการหากกิจการใดให้บริการที่ดีทำให้ลูกค้าพอใจก็ย่อมสามารถรักษาลูกค้าให้กลับมาใช้บริการนั้นต่อไปอีก

2. ผู้ปฏิบัติงานบริการ ผู้ปฏิบัติงานบริการในกิจการบริการทุกคนล้วนมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินงานบริการทั้งสิ้น โดยที่ผู้ปฏิบัติงานบริการจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพเต็มความสามารถ เพราะลูกค้าจะมองเห็นภาพพจน์ของธุรกิจได้อย่างดีจากการแสดงของบุคลากรในองค์การบริการนั้น

3. องค์การบริการ เป้าหมายขององค์การทุกแห่งมุ่งเน้นความสนใจไปที่ความต้องการของลูกค้าเสมอ เพื่อผลิตสินค้าและบริการให้ถูกต้องตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ธุรกิจบริการก็เช่นเดียวกันก็จะต้องเสนอการบริการที่มีผู้ซื้อ หรือ ผู้บริโภคที่พอใจบริการนั้นการบริหารการบริการที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยให้งานบริการดำเนินไปได้ด้วยดี และสามารถตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ของลูกค้าให้ได้มากที่สุดโดยได้รับความพึงพอใจสูงสุด

4. ผลิตภัณฑ์บริการ ธุรกิจบริการมีลักษณะแตกต่างกัน และมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการด้วยวิธีการให้บริการหรือการปฏิบัติต่อลูกค้าแตกต่างกันไปตามนโยบายการให้บริการหรือวัตถุประสงค์ของบริการแต่ละประเภท ผลิตภัณฑ์บริการนับเป็นกุญแจสำคัญของการบริการที่จะสนองความต้องการของลูกค้า หรือผู้มาใช้บริการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

5. สภาพแวดล้อมของการบริการ หมายถึง สิ่งแวดล้อมทางกายภาพได้แก่ อาคารสถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องใช้ต่าง ๆ การจัดสภาพแวดล้อมและบรรยากาศ ขององค์การที่เอื้อต่อการให้บริการแก่ลูกค้า และการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การเป็นสิ่งที่สำคัญเพราะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์การ และทำให้ลูกค้ารู้สึกสะดวกสบายและประทับใจในการบริการ

จะเห็นว่าโครงสร้างของระบบบริการ จะประกอบด้วยสัมพันธภาพของส่วนต่าง ๆ ดังกล่าว คือ ผู้รับบริการ ผู้ปฏิบัติงานบริการ องค์การบริการผลิตภัณฑ์บริการและสภาพแวดล้อมของการบริการ แต่ละองค์ประกอบล้วนมีความสำคัญเกี่ยวข้องกับระบบบริการทั้งสิ้น หากส่วนใดบกพร่องหรือไม่สามารถแสดงบทบาทตามที่คาดหวัง ย่อมส่งผลกระทบต่อทำให้ระบบการบริการนั้นประสบความล้มเหลวได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, หน้า 145) กล่าวว่า คุณภาพในการให้บริการ เป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้บริการคือการรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขึ้นโดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จาก การโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (what) เมื่อเขามีความต้องการ (when) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (where) ในรูปแบบที่ต้องการ (how) นักการตลาดต้องทำการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า โดยทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตามลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ

1. การเข้าถึงลูกค้า (access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสม อันแสดงถึง ความสามารถเข้าถึงลูกค้า
2. การติดต่อสั่งการ (communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจ
3. ความสามารถ (competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงาน
4. ความมีน้ำใจ (courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจรรย์ญาณ
5. ความน่าเชื่อถือ (credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า
6. ความไว้วางใจ (reliability) บริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
7. การตอบสนองลูกค้า (responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
8. ความปลอดภัย (security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตรายและความเสี่ยง
9. การสร้างบริการที่เป็นที่รู้จัก (tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของบริการดังกล่าวได้
10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (understanding/ knowing customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

คณัย เทียนพุดิ (2545, หน้า 26) กล่าวว่า คุณภาพบริการ หมายถึงกระบวนการให้ได้มาซึ่งสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่ไม่มีข้อผิดพลาดหรือบกพร่องเกิดขึ้นเลยอีกทั้งยังเป็นส่วนสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าเมื่อได้รับบริการแล้ว

แนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริการลูกค้า

ชวลิต วานิชทวีวัฒน์ (2545, หน้า 13 – 14) กล่าวถึง แนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริการลูกค้าไว้ว่า

1. การสรรหาพนักงานที่เหมาะสม (recruit the right employees) เนื่องจากต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรง พนักงานจึงต้องมีทั้งทักษะในการบริการ มีทัศนคติที่ดีต่อการบริการ และมีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่เหมาะสม เช่น มีกิริยาจากที่สุภาพ มีน้ำเสียงเหมาะสม เป็นต้น
2. การฝึกอบรมพนักงานที่เหมาะสม (train employees properly) ได้แก่ การฝึกใช้เครื่องมือเครื่องมือต่าง ๆ อุปกรณ์เทคนิค การใช้ภาษาที่ถูกต้อง ตลอดจนการรู้จักแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า
3. การให้ความรู้แก่ลูกค้า (educate the customer) ลูกค้าควรจะทราบว่า จะใช้บริการอย่างไร อาจจัดทำในรูปแบบของเอกสารแจก หรือแนบไปกับสินค้าเทคนิค เช่นคู่มือสำหรับการบริการขนาดใหญ่ จำเป็นต้องมีเคาน์เตอร์ของพนักงานบริการลูกค้าเพื่อให้ข้อมูลหรือความรู้แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น
4. การให้ความรู้แก่พนักงาน (educate all customer) พนักงานต้องรู้จักแก้ไขปัญหาของลูกค้ามากกว่าที่จะคิดว่าปัญหาของลูกค้าเป็นเรื่องน่ารำคาญเนื่องจากลูกค้าถือเป็นแหล่งข้อมูลที่ดีที่สุด พนักงานต้องช่วยกันเปลี่ยนแปลงลูกค้า ที่มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อบริษัทช่วยกันค้นหาปัญหาที่จะเกิดขึ้น เพื่อให้ลูกค้ามีประสบการณ์ที่ดีกับเรา
5. ประสิทธิภาพต้องที่หนึ่งรองลงมาคือความพึงพอใจ (be efficient first, nice second) วัตถุประสงค์อย่างหนึ่งของการบริการลูกค้า คือการช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้ามากกว่าการแสดงความเห็นใจแก่ลูกค้า ในขณะที่การเยี่ยมชมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอจะทำให้ทราบถึงทัศนคติของลูกค้าต่อบริษัท และยังช่วยขจัดข้อสงสัย สับสน หรือความโกรธของลูกค้า
- 6 การบริการที่เป็นมาตรฐาน และตอบสนองอย่างเป็นระบบ (standardize service response systems) ได้แก่ การนำเครื่องมือ หรือแบบฟอร์มเข้ามาช่วยในการรับเรื่องของลูกค้า หรือการเตือนจากลูกค้า นอกจากนี้ การสามารถตอบสนองปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วยังแสดงถึงประสิทธิภาพในการบริการด้วย
7. การพัฒนานโยบายราคา (develop a pricing policy) เนื่องจากการบริการที่มีคุณภาพไม่จำเป็นต้องฟรีเสมอไป บริษัทต้องแยกแยะว่าการให้บริการในรูปแบบใด ไม่ต้องเสียค่าบริการหรือต้องเสียค่าบริการการบริการบางอย่างเป็นประเพณีว่าไม่ต้องมีการเสียค่าใช้จ่าย เช่นการสอบถามเบอร์โทรศัพท์ การตรวจสอบยอดบัญชี เป็นต้น

8. เกี่ยวข้องกับผู้รับช่วงต่อหากจำเป็น (involve subcontractors if necessary) เนื่องจากในบางครั้งการอาศัยผู้รับช่วงต่อ ที่มีความชำนาญในการบริการจะช่วยให้สามารถตอบสนองลูกค้าได้รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากกว่าการบริการด้วยตนเอง เช่นตัวแทนขายตัวเครื่องบินของสายการบิน เป็นต้น

9. การประเมินผลการบริการลูกค้า (evaluate customer service) อาจกำหนดช่วงเวลาในการทำ เช่น ทุก ๆ 1 ปี เป็นต้น อาจส่งแบบสำรวจไปยังลูกค้าแล้วให้ลูกค้าส่งกลับมา วิธีนี้นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในธุรกิจโรงแรม คือ วางแบบสำรวจใบเล็ก ๆ ไว้บนโต๊ะเขียนหนังสือ เพื่อความสะดวกในการตอบของลูกค้า

10. การยืนยันผลการทำงานที่ดี (affirm good work) ควรบันทึกรูปแบบของการบริการที่ลูกค้าเห็นว่าดีเอาไว้ เพื่อรักษาไว้ให้นานที่สุด และควรให้รางวัลแก่พนักงานที่มีความคิดริเริ่ม

11. กำหนดแนวทาง ในการปรับปรุงการบริการที่ยังมีข้อบกพร่องอยู่ (take corrective actions to improve defective customer service) เช่น การฝึกอบรมพนักงานเพิ่มเติม การปรับเปลี่ยนตำแหน่งงานให้เหมาะสม การปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงาน และสุดท้ายการจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นก่อนที่จะลุกลามใหญ่โต เป็นต้น

หลักการให้บริการ

กุลธนะ ธนาพงศธร (2532, หน้า 21) สรุปหลักการให้บริการได้ดังนี้

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของมนุษย์ส่วนใหญ่กล่าวคือ ประโยชน์ที่องค์กรจัดให้นั้นจะต้องตอบสนอง ต่อความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์ และบริการแล้ว ยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้น ๆ ด้วย

2. หลักความสม่ำเสมอกล่าวคือ การให้บริการต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจ ของผู้ให้บริการหรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาคกล่าวคือ บริการที่จัดนั้นต้องจัดให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอภาค และเท่าเทียมกัน

4. หลักความประหยัดกล่าวคือค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากเกินไป

5. หลักความสะดวก กล่าวคือ การบริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะที่ปฏิบัติง่าย สะดวก สบายสิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนักทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากให้กับผู้ให้บริการมากเกินไป

จรัส สุวรรณมาลา (2540, หน้า 40 – 41) หลักการให้บริการที่มีคุณภาพ สรุปได้ดังนี้

1. ความถูกต้องตามกฎหมาย หมายถึง การบริการที่จัดให้มีขึ้นจะต้องถูกต้องตามกฎหมาย โดยเฉพาะการบริการที่บังคับให้ประชาชนต้องมาใช้บริการ เช่น การบริการรับชำระค่าภาษีอากร จำเป็นจะต้องถูกต้องตามระเบียบกฎหมายที่บังคับ เป็นต้น

2. ความเพียงพอ หมายถึง การบริการที่มีจำนวน และคุณภาพที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการ ต้องไม่มีการคอย หรือเข้าคิวเพื่อขอรับบริการเป็นจำนวนมาก

3. ความทั่วถึงหมายถึง ไม่มีข้อกีดเว้น ไม่มีอภิสิทธิ์ การบริการต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนในทั่วทุกพื้นที่ ทุกกลุ่มอาชีพ ทุกเพศ ทุกวัย สามารถมาใช้บริการประเภทเดียวกัน โดยได้รับคุณภาพที่เหมือนกัน ได้อย่างทั่วถึง และเท่าเทียมกัน

4. ความสะดวก รวดเร็ว และเชื่อถือได้ หมายถึง การให้บริการจะต้องมีความสะดวก รวดเร็ว และเชื่อถือได้ โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

4.1 ผู้ใช้บริการจะต้องได้รับความสะดวก คือสามารถใช้บริการได้โดยสามารถเลือกใช้วิธีการได้หลากหลายรูปแบบ ตามสภาพของผู้ใช้บริการ

4.2 ผู้ใช้บริการจะต้องได้รับการบริการที่รวดเร็ว โดยได้รับการบริการในทันที โดยไม่ต้องรอคิวคอยการรับบริการนานเกินสมควร

4.3 ผู้ใช้บริการจะต้องได้รับการบริการที่มีความน่าเชื่อถือได้ โดยได้รับการบริการที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ มีระเบียบแบบแผนในการได้รับการบริการที่แน่นอน และต้องมีโอกาสผิดพลาดน้อยที่สุด

5. ความได้มาตรฐานทางเทคนิค หรือมาตรฐานทางวิชาการ หมายถึง การให้บริการจะต้องมีมาตรฐาน โดยอาศัยความรู้ความสามารถทางเทคนิค หรือทางวิชาชีพของผู้ให้บริการ เช่น การบริการทางการแพทย์ การเงิน บัญชี หรือกฎหมาย เป็นต้น

6. การเรียกเก็บค่าบริการที่มีความเหมาะสม หมายถึง การให้บริการของผู้ให้บริการจะต้องมีต้นทุนต่ำ แต่มีคุณภาพสูง ซึ่งทำให้ผู้ให้บริการสามารถเรียกเก็บค่าบริการจากผู้รับบริการ ในราคาที่เหมาะสม และต้องมีการจัดการบริการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ประชาชนได้รับการบริการที่มีคุณภาพ และมีค่าบริการที่ไม่สูงจนเกินไป

จรัส สุวรรณมาลา (2540, หน้า 30 – 31) การบริการที่ประทับใจ หมายถึง การบริการที่ผู้เข้ารับบริการเกิดความรู้สึกบางอย่างกับสิ่งที่ได้รับจากการบริการที่พึงแน่นอนยากที่จะเปลี่ยนแปลงได้ง่าย ๆ จนเป็นความรู้สึกพึงพอใจที่ได้รับการบริการทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดี เกิดความสุขกาย สบายใจ เกิดความชื่นชอบ เกิดความชื่นชม อยากกลับมาใช้บริการอีก อีกทั้งยังจะพูดชื่นชมในการบริการให้ผู้อื่นฟัง รวมทั้งพูดปกป้องหากมีใครมาตำหนิการบริการนั้น ๆ

สิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องตระหนักตั้งแต่ต้น คือ ความประทับใจของผู้เข้ารับบริการเป็นครั้งแรก ซึ่งถือเป็นเรื่องของความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่ไม่เหมือนกัน อันเนื่องมาจากความต้องการ ความคาดหวัง และประสบการณ์ของบุคคลนั้น ๆ และที่สำคัญคือความประทับใจไม่ได้เกิดจากการไคร่ครวญโดยใช้เหตุผลตามข้อเท็จจริง แต่เกิดจากอารมณ์ ความรู้สึกของบุคคลนั้น ดังนั้นการสร้างการบริการให้เกิดความประทับใจจึงเป็นเรื่องของการดำเนินการเพื่อให้เกิดสิ่งต่าง ๆ ที่จะกระทบกับอารมณ์ และความรู้สึกของผู้รับบริการ โดยผู้ให้บริการจะต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้

1. สภาพแวดล้อมในการให้บริการ หมายถึง สภาพโดยทั่วไปซึ่งไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการบริการ สภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อความรู้สึก และอารมณ์ของผู้รับบริการ มีดังนี้

1.1 การเดินทาง ที่ง่าย และสะดวกในการมาติดต่อขอรับบริการ

1.2 สถานที่ให้บริการ จะต้องมียุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้

- ตัวอาคาร จะต้องมียุทธศาสตร์เหมาะสม กว้างขวางไม่แออัดมีสภาพใหม่ ไม่ชำรุด
- สภาพแวดล้อม จะต้องสะอาด เป็นระเบียบ มีความปลอดภัย
- การตกแต่ง จะต้องมีการตกแต่งให้มีความสวยงาม ปราศจากสิ่งที่เป็นปฏิญญาทางสายตา มีที่นั่งเพียงพอ กว้างขวาง สะดวกสบาย

- สภาพห้องน้ำ จะต้องมีการจัดเตรียมไว้ให้เพียงพอ สะอาด และไม่มีกลิ่นเหม็น

2. การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกระจายข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับขั้นตอน วิธีการในการปฏิบัติตนในการขอรับบริการให้กับผู้รับบริการทราบเช่น หน่วยงานอยู่ที่ใดให้บริการอะไรบ้าง จะต้องจัดเตรียมเอกสารหรือสิ่งจำเป็นอื่น ๆ อะไรบ้าง เพื่อใช้ในการขอรับบริการจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเท่าใด ใช้เวลาในการขอรับบริการนานเท่าใด เป็นต้น

3. กระบวนการบริการหมายถึงขั้นตอนและวิธีการต่าง ๆ ที่จะต้องดำเนินการเพื่อให้บริการแก่ผู้รับบริการ ซึ่งจะต้องสะดวก รวดเร็ว ชัดเจน มีระเบียบ ถูกต้อง และโปร่งใส

4. เจ้าหน้าที่บริการ จะต้องมียุทธศาสตร์ และวิธีการให้บริการที่มีความชำนาญในการสร้างการบริการให้เกิดความประทับใจ ในการให้บริการแก่ผู้รับบริการซึ่งเจ้าหน้าที่บริการจะต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

4.1 บุคลิกภาพ อันได้แก่

- รูปร่างหน้าตา จะต้องไม่ซีริ่วซีเหลว หน้าตาไม่บูดบึ้ง เคร่งเครียด จนดูน่ากลัว และไม่น่าเชื่อถือ

- เสื้อผ้าเครื่องประดับ จะต้องแต่งกายให้เหมาะสม มีความสะอาด ดูเป็นระเบียบเรียบร้อย สบายตา

4.2 กิริยามารยาท การพูดจา และการตอบคำถาม ได้แก่

- รู้จักยิ้มแย้มแจ่มใส และทักทายผู้รับบริการก่อนเสมอ
- รู้จักซักถาม ความต้องการของผู้รับบริการ
- รู้จักอธิบาย ให้ความกระจ่างแก่ผู้รับบริการ อย่างเต็มความสามารถโดยใช้คำพูดที่เข้าใจง่าย อธิบายให้ผู้รับบริการเข้าใจ

- รู้จักใช้ถ้อยคำ ที่สุภาพเหมาะสมกับกาลเทศะ

สรุปได้ว่า การให้บริการเป็น การตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลโดยส่วนใหญ่ ซึ่งจะต้องคำนึงถึงความสอดคล้องของความต้องการของบุคคลความสะดวกรวดเร็ว ความสม่ำเสมอ และความเสมอภาค ในการให้บริการอย่างทั่วถึง

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

Kotler (2000, อ้างถึงใน ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546, หน้า 187 - 189) กล่าวถึง ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด สำหรับธุรกิจบริการ (7Ps) ไว้ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึงสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าและก่อให้เกิดความพึงพอใจซึ่งประกอบด้วยลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติ คุณภาพผลิตภัณฑ์ ความทนทาน ความน่าเชื่อถือ สามารถในการซ่อมแซมได้ รูปลักษณ์พิเศษ การออกแบบการกำหนดราคาสินค้า รวมถึง การบรรจุหีบห่อผลิตภัณฑ์ต้องมีอัตราประโยชน์ และคุณค่าในสายตาลูกค้า ปัจจุบันการแข่งขันมุ่งเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ให้คุณค่าแก่ลูกค้ามากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้

2. ราคา (price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน เป็นต้นทุนของลูกค้าแต่เป็นส่วนที่ก่อให้เกิดรายได้กับธุรกิจส่วนประสมด้านราคานับเป็นส่วนที่มีความยืดหยุ่นมากที่สุด เนื่องจากราคาสามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ไม่เหมือนกับตัวคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แม้ว่า ในทศวรรษปัจจุบันจะมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับราคามีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากขึ้น แต่ปัจจัยด้านราคาก็ยังเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดส่วนแบ่งตลาดและผลกำไรของบริษัทอยู่เช่นเดิม ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์ (value) กับราคาผลิตภัณฑ์ (price) ซึ่งเป็นคุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภค ก็จะตัดสินใจซื้อ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) หมายถึงกลุ่มขององค์การต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการในการทำให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าเป้าหมาย สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ โดยง่าย สะดวก และรวดเร็ว ทั้งนี้ต้องมีการสรรหา และเชื่อมสัมพันธ์กับผู้อำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ เพื่อช่วยให้สามารถกระจายสินค้าและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทั่วถึงไปสู่ตลาดเป้าหมายถือเป็นการก่อให้เกิดภาวะผูกพันระยะยาวกับบริษัทหรือองค์การอื่น ๆ ที่มาช่วยในการจัดจำหน่าย เช่นเดียวกับตลาดที่ขายสินค้าและบริการให้ ดังนั้น การตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายจึงเป็นสิ่งสำคัญ และต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพ การควบคุม และความสามารถในการปรับตัวของช่องทางนั้น ๆ

4. การส่งเสริมทางการตลาด (promotion) หมายถึง การสื่อสารเพื่อโฆษณาสินค้า ผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งประกอบไปด้วย

4.1 การโฆษณา เป็นการนำเสนอ และสนับสนุนแนวความคิด และตัวสินค้า หรือบริการการโน้มน้าวชักจูง เนื่องจากสามารถทำให้การแสดงออกทางคำพูดนั้น คูมิน้ำหนักมากขึ้น โดยอาศัยภาพ สี และเสียง นอกจากนี้การโฆษณายังไม่เป็นการบังคับให้ผู้ชมต้องดู หรือตอบสนองต่อโฆษณานั้น ๆ กลับด้วย

4.2 การส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นให้เกิดการลอง หรือการซื้อสินค้า หรือบริการ เช่น การให้ข้อมูล การจัดการประกวดต่าง ๆ ขึ้นการแจกของแถม เป็นต้นวิธีนี้เป็น การสื่อสารให้ ข้อมูลที่เรียกความสนใจจากผู้บริโภคให้มาสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ มีแรงจูงใจในแง่ของการให้คุณค่า แก่ผู้บริโภค และเป็นการเชื่อเชิญประเภทหนึ่งซึ่งก่อให้เกิดการซื้อ

4.3 การประชาสัมพันธ์ เพื่อนำเสนอ หรือปกป้องภาพลักษณ์ของบริษัท หรือตัว สินค้า วิธีนี้สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้มากกว่าการโฆษณาสามารถเข้าถึงลูกค้าที่มักจะ หลีกเลี่ยงพนักงานขายหรือการโฆษณา และสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่เกินจริงให้กับบริษัท หรือ ผลิตภัณฑ์ได้

4.4 การขายตรงโดยใช้พนักงานขาย มีประสิทธิภาพมากโดยเฉพาะเพื่อทำให้ผู้ซื้อ เกิดความชอบ ความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ และตกลงใจซื้อผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้การใช้พนักงาน ขายจะทำให้สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับผู้ซื้อมากขึ้นได้อีกด้วย

4.5 การตลาดทางตรงโดยผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ โทรสารหรือ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

5. บุคลากร (people) หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการซึ่งได้จากการคัดเลือก การ ฝึกอบรม และการจูงใจพนักงาน ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในบริการมากขึ้น แตกต่าง เหนือคู่แข่ง พนักงานควรมีความรู้ความสามารถ ทักษะที่ดี ตอบสนองผู้ใช้บริการได้ดี มีความ น่าเชื่อถือรับผิดชอบ สื่อสารกับลูกค้าได้ดี มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ และสามารถสร้างค่านิยมที่ดีให้กับบริษัทได้

6. ลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) หมายถึง ลักษณะของร้านค้าหรือบริษัทที่ ปรากฏแก่สาธารณชน ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภครับรู้ถึงภาพลักษณ์และคุณภาพของบริการ เช่น ความสะอาด ความรวดเร็วในการให้บริการหรือประโยชน์ที่จะได้รับอื่น ๆ ลักษณะทางกายภาพอาจ ได้แก่ โครงสร้างทางสถาปัตยกรรม การตกแต่งภายใน การวางผังร้านวัสดุตกแต่ง และเฟอร์นิเจอร์ ต่าง ๆ เป็นต้น บรรยากาศในร้านค้าถือเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งสำหรับร้านค้าที่จะต้องคำนึงถึง ความเหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

7. กระบวนการ (process) หมายถึง กระบวนการในการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งมี หลากหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของบริษัท เช่น การส่งมอบสินค้าหรือบริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง เอาใจใส่ลูกค้า เพื่อส่งมอบคุณค่าที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า เป็นต้น

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับ หลักการบริการสมัยใหม่

การบริการ เป็นหัวใจสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการทำธุรกิจในยุค ปัจจุบัน การบริการที่ดีสามารถทำให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจหรือมีทัศนคติที่ดีต่อ สินค้าหรือบริการส่งผลให้กิจการของผู้ให้บริการประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ใน ปัจจุบันไม่ว่าจะขายสินค้าใดก็มักมีการบริการแทรกเข้ามาด้วยเสมอ

สมชาติ กิจขรรจง (2536, หน้า 42) ได้อธิบายว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น ในอันที่จะทำให้ผู้อื่นได้รับความสุข ความสะดวก ความสบาย ดังนั้นผู้ที่จะให้บริการจึงควรมีคุณสมบัติที่สามารถอำนวยความสะดวกและทำตนเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบและมีความสุข

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2545, หน้า 11) ได้อธิบายว่าการบริการหมายถึง กิจกรรม ประโยชน์ หรือความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า การบริการแยกออกเป็น 2 รูปแบบ

1. ผลิตภัณฑ์บริการ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่ผู้ขาย จัดทำขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค เช่น การวางแผนโบราณการ รักษาพยาบาลผู้ป่วยในโรงพยาบาล ฯลฯ

2. การบริการส่วนควบ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเพื่อเสริมกับสินค้าเพื่อให้การขายและใช้สินค้ามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น บริการ ติดตั้ง ซ่อมแซมเครื่องจักรหลังการขาย หรือ การให้คำแนะนำในการใช้งาน ฯลฯ

วีระพงษ์ เฉลิมจิระวัฒน์ (2539, หน้า 6) อธิบายว่า การบริการหมายถึง กระบวนการ กระบวน กิจกรรม ในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการ (บริกร) ไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) หรือผู้ใช้บริการ

ลักษณะของการบริการ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2545, หน้า 12-13) กล่าวว่าบริการมีลักษณะที่แตกต่างจากสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ทั่วไป ดังนี้

1) บริการไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) การบริการเป็นสิ่งที่มองไม่เห็นจับต้อง หรือสัมผัสไม่ได้ ไม่ว่าก่อนซื้อหรือหลังซื้อบริการจะต้องแสดงให้เห็นถึง ประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการบริการ

2) บริการแบ่งแยกไม่ได้ (Inseparability) การบริการเป็นผลิตภัณฑ์ที่มี รูปแบบการผลิตที่เกิดขึ้นพร้อม ๆ กับการบริโภค เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องของผู้ให้บริการที่เป็นบุคคล และ

เวลา ซึ่งทำให้บริการได้เพียงครั้งละรายหนึ่ง ในขณะที่สินค้าสามารถผลิตได้จำนวนมากสามารถแบ่งออกเป็นหน่วยย่อยและขายให้ผู้บริโภคได้พร้อมกันหลาย ๆ ราย

3) บริการมีความไม่แน่นอน (Variability) ในขณะที่ในการผลิตสินค้า และอาศัยปัจจัยสำคัญคือ วัตถุดิบและเครื่องจักรที่ทำให้การควบคุมคุณภาพของสินค้าได้ง่ายกว่า แต่คุณภาพของการบริการขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ซึ่งส่วนใหญ่ต้องอาศัยความพร้อมของพนักงาน หากพนักงานเกิดความไม่พร้อมไม่ว่าด้านจิตใจหรือร่างกาย ก็อาจส่งผลถึงคุณภาพของบริการได้

4) บริการจัดทำมาตรฐานได้ยาก (Heterogeneous) เนื่องจากปัจจัยหลักของการให้บริการ คือคน การสร้างมาตรฐานโดยอาศัยการจัดการคนให้มีมาตรฐานเดียวกันเป็นเรื่องยาก ในขณะที่การผลิตสินค้าสามารถทำมาตรฐานได้ชัดเจนทั้งรูปแบบ คุณภาพ และปริมาณ

5) บริการ ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) เนื่องจากการบริการนั้นสามารถผลิตได้เพียงคราวหน่วยและจะเกิดขึ้นต่อเมื่อมีการซื้อและรับบริการในขณะเดียวกันแต่ปัญหาของบริการคงไม่เกิดขึ้นหากความต้องการซื้อกับความต้องการขายมีปริมาณที่ตรงกันในขณะที่ธุรกิจ สินค้าผู้ผลิตสามารถทำการคาดคะเนล่วงหน้าและทำการผลิตเก็บไว้เพื่อรองรับปริมาณความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงได้ แต่การบริการไม่สามารถทำได้

ความสำคัญของการบริการ

สมิต สัจฉกร, (2542, หน้า 14-15) กล่าวว่า การบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในงานเพราะบริการคือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นไม่มีการดำเนินงานใดที่ปราศจากการบริการ ทั้งในภาคราชการและภาคธุรกิจเอกชน การขายสินค้าหรือ ผลิตภัณฑ์ใด ๆ ก็ต้องมีการบริการรวมอยู่ด้วยเสมอ ยิ่งเป็นธุรกิจบริการตัวบริการนั่นเองคือสินค้า การขายจะประสบความสำเร็จได้ต้องมีบริการที่ดี ธุรกิจการค้าจะอยู่ได้ต้องทำให้เกิดการ “ขายซ้ำ” คือ ต้องรักษาลูกค้าเดิม และลูกค้าใหม่ร่วมกัน มิฉะนั้นจะเสียโอกาสแก่คู่แข่ง หรือสูญเสียลูกค้าไปได้

ในการพิจารณาความสำคัญของการบริการ อาจพิจารณาได้ 2 ทาง คือ

1) ถ้ามีบริการที่ดีจะเกิดผลอย่างไร บริการที่ดีจะส่งผลให้ผู้รับบริการมีนั้น ทักษะคิดอันได้แก่ความคิดและความรู้สึกทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็น ไปใน ทางบวก คือ ความชอบ ความพึงพอใจ ดังนี้

- มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ
- มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ
- มีความระลึกถึงและยินดีมาขอรับบริการบริการอีก
- มีความประทับใจไปนานแสนนาน
- มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่น แนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น

- มีความรักดีต่อหน่วยงานที่ให้บริการ
- มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี

2) ถ้าบริการที่ไม่ดีจะเสียผลอย่างไร บริการที่ไม่ดีจะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติทั้งต่อผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางลบ มีความไม่ชอบและความไม่พอใจ ดังนี้

- มีความรังเกียจตัวผู้ให้บริการ
- มีความเสื่อมศรัทธาในหน่วยงานที่ให้บริการ
- มีความผิดหวัง และไม่ยินดีมาใช้บริการอีก
- มีความประทับใจที่ไม่ดีไปนานแสนนาน
- มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่น ไม่แนะนำให้มาใช้บริการอีก
- มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการไปในทางที่ไม่ดี

ประเภทของการบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539, หน้า 287) กล่าวว่า การบริการสามารถจัดตามประเภทได้ 4 ประเภท คือ

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้าและนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าและขายบริการให้กับผู้ซื้อ เช่น บริการถ่ายเอกสาร
3. เป็นการซื้อบริการและมีสินค้าบริการควบมาด้วย เช่น ร้านอาหาร
4. เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น สถาบันลดน้ำหนัก ธนาคาร

เป็นต้น

คุณลักษณะการบริการที่ดี

วีรพงษ์ เฉลิมจิระวัฒน์ (2539, หน้า 8) กล่าวถึงคุณลักษณะของการ บริการที่ดีหรือมีคุณภาพ มี 7 ประการ ดังนี้

S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของลูกค้า

E = Early Response ตอบสนองความประสงค์จากลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจ โดยมีทันใจ เอ่ยปากเรียกหา

R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติลูกค้า

V = Voluntariness manner ลักษณะการให้บริการเป็นแบบสมัครใจและเต็มใจทำ มิใช่ทำแบบเสียมิได้

I = Image Enhancing แสดงออกซึ่งการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการและเสริมภาพพจน์ขององค์กรด้วย

E = Enthusiasm มีความกระตือรือร้นกระแฉ่ง และกระตือรือร้นขณะบริการ จะให้บริการมากกว่าที่คาดหวังเสมอ

การบริการสมัยใหม่

วีรพงษ์ เถลิงจิระวัฒน์ (2539, หน้า 5) กล่าวว่า แนวคิดของการบริการยุคใหม่ จะมองถึงการส่งมอบความประทับใจหรือความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการจากสัมผัสบริการ มากกว่าจำนวนบริการหรือจำนวนลูกค้าที่ได้เข้ามาใช้บริการ ดังนั้นการที่องค์กรใดจะประสบความสำเร็จในธุรกิจบริการนั้น จะต้องมองงานบริการให้ละเอียดลออจนถึงทุก ๆ ช่วงขณะจิตทีเดียว

สุมนา อยู่โพธิ์ (2544, หน้า 8-9) กล่าวว่า เนื่องจากรายได้ของประชากรสูงขึ้นและมาตรฐานการครองชีพที่สูงขึ้นทำให้บริการมีความจำเป็นและเกิดขึ้นมากมาย เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกสบายต่าง ๆ ให้กับผู้บริโภค ปัจจุบันการขายสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคมักจะต้องมีการบริการควบคู่ไปด้วยเสมอ เดิมทีเดียวผู้บริหารธุรกิจบริการมักไม่ให้ความสนใจการตลาดเท่าใดนัก เช่น บริษัทขายประกัน โทรศัพท์ ฯลฯ ความคิดริเริ่มหรือกลยุทธ์ทางการตลาดได้ถูกนำมาใช้น้อยมาก กิจกรรมทางการก็เช่นกัน ที่มักทำเหมือนกับว่าทำหน้าที่เก็บเงินที่ผู้นำมาฝากแทนที่จะเป็นการขาย บริการทางการเงินให้กับลูกค้า

แต่ในปัจจุบันและในอนาคตคาดว่าผู้ขายบริการคงจะต้องสนใจกับแนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่มากขึ้นเพราะการแข่งขันมีมากขึ้นประเภทของบริการที่ใช้ทดแทนกันได้ก็มีมากขึ้นนั้น การจัดโปรแกรมทางการตลาดให้รัดกุมจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพราะบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน โปรแกรมการตลาดของการบริการมีดังนี้

1. การวิเคราะห์และวางแผน ผู้ขายบริการควรจะต้องรู้ถึงลักษณะและส่วนประกอบของตลาดของตน รวมถึงรายได้ส่วนที่มีบทบาทต่อการซื้อขายบริการของตนด้วย นอกจากนี้ ยังจะต้องวิเคราะห์เกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการซื้อบริการด้วยว่า “ทำไมผู้ใช้บริการจึงต้องการบริการนี้ และในแต่ละส่วนของตลาด (segment) มีเหตุจูงใจอย่างเดียวกันหรือไม่”

2. การพัฒนาบริการที่จะเสนอขายว่า “จะเสนอขายบริการอะไร” สายของบริการจะกว้างหรือลึกแค่ไหน ตรายี่ห้อหรือการรับประกันจำเป็นต้องมีหรือไม่ ที่ผ่านมาและในปัจจุบัน ผู้บริหารธุรกิจบริการก็ยังคงมีความคิดที่แคบอยู่

3. การกำหนดช่องทางจำหน่าย สำหรับช่องทางจำหน่ายบริการอาจจะมีปัญหาน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ เพราะส่วนมากการบริการเป็นลักษณะการขายตรง

4. การกำหนดราคา ซึ่งถือว่าเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดในธุรกิจบริการ กลยุทธ์เกี่ยวกับราคาที่เหมาะสมจะนำมาซึ่งผลกำไรและความสำเร็จของธุรกิจ

5. การส่งเสริมการจำหน่าย ส่วนที่เกี่ยวกับพนักงานขาย หรือการขายโดยบุคคลจะมีบทบาทในเรื่องการส่งเสริมการขาย เนื่องจากการขายความสามารถของพนักงานขายจะส่งผลโดยตรงต่อชื่อเสียงหรือความนิยมของบริการที่ขาย ส่วนการโฆษณาซึ่งเป็นการส่งเสริมการจำหน่ายอีกทางหนึ่ง ก็มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นทุกวันเพราะการแข่งขันมีมากขึ้นผู้คนต้องการข้อมูลเกี่ยวกับบริการที่มีมากมายหลายชนิดในตลาดปัจจุบัน ดังนั้นผู้ขายจึงต้องสนใจกำหนดโปรแกรมการส่งเสริมการจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ

ประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับ ทนายความและสภาทนายความ

ความหมายของทนายความ

ตามพระราชบัญญัติทนายความ พ.ศ. 2528 มาตรา 4 ให้คำนิยาม คำว่า“ทนาย”ไว้ว่าผู้ที่สภาทนายความได้รับจดทะเบียนและออกใบอนุญาตให้เป็นทนายความ (พระราชบัญญัติทนายความ)

ราชบัณฑิตยสถาน (2525, หน้า 1) ตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความจำกัดความเกี่ยวกับทนายความไว้ดังนี้

จิตติ เจริญน้ำ (2539, หน้า 2) ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง มาตรา 62 ได้บัญญัติถึงอำนาจของทนายไว้ด้วย“ทนายความซึ่งคู่ความได้แต่งตั้งนั้นมีอำนาจว่าความและดำเนินกระบวนการพิจารณาใด ๆ ตามคู่ความได้ตามเห็นสมควรเพื่อรักษาประโยชน์ของคู่ความ”ซึ่งเป็นลักษณะของการเป็นอำนาจของทนายความนั่นเอง ซึ่งทำให้เห็นว่าทนายความก็คือ ผู้ที่ดำเนินคดีในศาลเพื่อรักษาผลประโยชน์ของคู่ความที่ให้ดำเนินการนั่นเอง

สมักร เชาวภานันท์ (2542, หน้า 51)ได้สรุปตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 323 มีบัญญัติถึงคำว่า “ผู้ใดล่วงรู้หรือได้มาซึ่งความลับของผู้อื่น โดยเหตุที่เป็นหมอกความ ทนายความ” จึงเห็นได้ว่าคำว่า “หมอกความจะต้องเป็นอีกกรณีหนึ่งต่างหากจากคำว่า ทนายความ” ดังนั้นการที่กฎหมายบัญญัติถึงหมอกความไว้ดังกล่าวจึงต้องมีเหตุแตกต่างกันทนายความซึ่งตามกฎหมายดังกล่าวบัญญัติขึ้น ทำให้เห็นว่า หมอกความหมายถึงนักกฎหมายหรือนักนิติศาสตร์นั่นเอง อาจจะไม่ได้เป็นทนายความที่ได้รับอนุญาตจากสภาทนายความก็ได้

ธีระพล อรุณะกสิกร (2538, หน้า 3) กล่าวถึง ทนายความ เดิมเรียกว่า หมอกความ ซึ่งหมายถึง ผู้รู้ ผู้ชำนาญในทางความ ทนายความ หมายถึงนักกฎหมาย ซึ่งว่าความในสมัยโบราณคำว่า ทนาย หมายถึง ผู้รับใช้ หรือผู้แทนทนายมักจะพบในหนังสือโบราณกล่าวถึงทนายหน้าหอซึ่งมิได้หมายถึง ทนายความแต่เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของวิวัฒนาการของภาษาทำให้ในปัจจุบันนี้คำว่า ทนาย เป็นที่เข้าใจโดยทั่วไป หมายถึง ทนายความผู้รับใช้ในกระบวนการยุติธรรม หรือผู้มีสิทธิว่าความแทนตัวความในโรงศาล

ทนายความ คือ ความหมายอย่างกว้าง หมายถึง ผู้รับจ้างว่าต่างแก้ต่างให้คู่ความและยังเป็นผู้รับปรึกษาคดี รับทำนิติกรรมต่าง ๆ ในธุรกิจการค้าและกิจการอื่น ๆ

พรชัย รัชมีแพทย์ (2538, หน้า 1) สรุปถึง ทนายความคือความหมายอย่างแคบหมายถึงผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ว่าต่างแก้ต่างคู่ความในเรื่องอรรถคดี

จรัมพร สุระมณี (2540, หน้า 59) สรุปคำว่าทนายความ ตามนิยามในกฎหมาย หมายถึง ผู้ที่สภาทนายความได้รับจดทะเบียนและออกใบอนุญาตให้เป็นทนายความจึงทำให้ผู้ที่ไม่ได้รับใบอนุญาตไม่สามารถประกอบอาชีพทนายความได้โดยชอบด้วยกฎหมายทั้งๆที่เป็นผู้มีปริญญา หรือพินความรู้ทางด้านกฎหมายก็ตาม

โฆษิต ธีรกุล (2543, หน้า 24) สรุปได้ว่า ทนายความ คือผู้ที่มีสิทธิ์ว่าความศาลได้โดยได้รับอนุญาตหากไม่มีอำนาจว่าความในศาลก็จะไม่เรียกว่า ทนายหรือทนายความอาจจะเรียกเป็น นักกฎหมาย หรือนักนิติศาสตร์

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ

ในการพิจารณาถึงองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย เรื่องบทบาททนายความมีอยู่ 2 ส่วน คือ องค์ความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพ และองค์ความรู้เกี่ยวกับบทบาท

ดิกชันนารีชั้นสูงของออกฟอร์ด (Oxford Advanced Dictionary) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า "วิชาชีพ" (Profession) ว่าเป็น "อาชีพโดยเฉพาะ" อาชีพที่ต้องมีการศึกษาชั้นสูงและการฝึกอบรมเป็นพิเศษ เช่น กฎหมายสถาปัตยกรรม แพทย์ การศาสนา หรือ หมายความว่าถึงกลุ่มที่ประกอบวิชาชีพใด โดยเฉพาะก็ได้เป็นต้น

ดิกชันนารีเว็บสเตอร์ (Webster Dictionary อ้างถึงใน จิตติ ดิงศภัทัย, 2529, หน้า 21) ให้คำแปลใจความว่า อาชีพที่ต้องมีการฝึกอบรมชั้นสูงในศิลปศาสตร์ (Liberal art) หรือวิทยาศาสตร์ (Science) ซึ่งปกติเป็นงานในทางความคิด (Mental) มากกว่ากำลังกาย (Manual) เช่นการสอนวิศวกรรม และเขียนบทบาทโดยเฉพาะ วิชาชีพแพทย์ กฎหมาย การศาสนา ซึ่งเคยเรียกว่าวิชาชีพของผู้รู้ (The Learned Profession) หรือของผู้คงแก่เรียน

กล่าวโดยสรุป วิชาชีพ หมายถึง อาชีพอย่างหนึ่งโดยอาศัยวิชาเฉพาะด้านซึ่งเป็นงานด้านซึ่งเป็นงานด้านความคิด จบการศึกษาชั้นสูง และมีการฝึกอบรมเป็นพิเศษนอกจากนี้

วรเดช จันทรศร และอุทัย เลหาวิเชียร (2543, หน้า 19-20) สรุปไว้ว่า วิชาชีพก็คือที่ประกอบ ด้วยสาระสำคัญ ดังนี้

- 1) ได้รับปริญญาตรีหรือประกาศนียบัตรเทียบเท่า
- 2) เป็นวิชาชีพที่มีพรมแดนหรือขอบข่าย และเป็นอาชีพที่มีลักษณะ โดยเฉพาะ
- 3) สามารถจะยึดเป็นอาชีพได้อย่างถาวร
- 4) มีกฎหมายรับรองสถานะให้ผู้ประกอบวิชาชีพได้
- 5) สามารถจะประกอบอาชีพได้ โดยไม่ต้องอาศัยตำแหน่งหน้าที่ของทางราชการ รัฐวิสาหกิจหรือบริษัทเอกชน
- 6) มีจรรยาวิชาชีพซึ่งกำหนดโดยสมาคมวิชาชีพ

ดังนั้นหากนำเอาองค์ประกอบเหล่านี้มาพิจารณาอย่างละเอียดแล้ว ก็สามารถจะกล่าวได้ว่า อาชีพประเภทใดเป็นวิชาชีพ ตัวอย่าง แพทย์ หนายความ วิศวกร สถาปนิก เกษษกร ทันตแพทย์ สัตวแพทย์ นักการบัญชี จัดได้ว่าเป็นผู้มีวิชาชีพ เพราะอาชีพเหล่านี้เข้าองค์ประกอบข้างต้น ได้ทั้งหมดประการ

ในส่วนของหนายความกล่าวได้ว่าเป็นวิชาชีพหนึ่งจากเหตุผลที่สำคัญได้แก่

ประการแรก หนายความเป็นอาชีพที่ต้องศึกษาในมหาวิทยาลัยได้รับปริญญาตรีในบางประเทศต้องใช้เวลาศึกษา ถึง 8 ปี คือเมื่อได้รับปริญญาตรีทางสังคมศาสตร์ซึ่งต้องใช้เวลาศึกษาโดยใช้เวลา 4 ปี แล้วจึงศึกษากฎหมายอีก 4 ปี

ประการที่สอง วิชากฎหมายเป็นวิชาที่มีขอบข่ายอย่างเด่นชัดแตกต่างกับวิชาชีพอื่น ๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อผลคุณประโยชน์ในสังคมและสร้างบุคลิกภาพของตนเองในการใช้ความรู้ทางกฎหมายให้เป็นประโยชน์ต่อทางสังคม

ประการที่สาม สามารถยึดอาชีพหนายความเป็นอาชีพที่ถาวรได้

ประการที่สี่ คือมีกฎหมายรับรองสถานภาพของวิชาชีพ กล่าวคือ ผู้ที่จะเป็นหนายความได้จะได้รับใบอนุญาตให้ว่าความ ได้จากได้จากสมาคมวิชาชีพ คือ สมาคมนายความแห่งประเทศไทย

ประการที่ห้า หนายความเป็นอาชีพที่สามารถประกอบอาชีพได้อย่างอิสระ ไม่ต้องพึ่งการของภาครัฐ หรือภาคเอกชน กล่าวคือมีสำนักงานก็สามารถประกอบอาชีพได้

ประการที่หก หนายความต้องมีจรรยาวิชาชีพกำหนดหรือมารยาทหนายความออกโดยสมาคมวิชาชีพหรือสมาคมหนายความแห่งประเทศไทย

วิสาร พันธนะ และมาลี สุรเชษฐ (2538, หน้า 7) ในการประกอบกรงานของผู้ใช้วิชาชีพกฎหมายอาจแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

ประการแรก ผู้ประกอบวิชาชีพกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับศาลโดยตรง ได้แก่ ผู้พิพากษา อัยการ และหนายความ เป็นต้น

ประการที่สอง ผู้ประกอบวิชาชีพกฎหมายที่ไม่เกี่ยวข้องกับศาลโดยตรง ได้แก่ นิติกร นายทหารพระธรรมนูญ อาจารย์สอนวิชากฎหมาย เป็นต้น

เนื่องจากการประกอบวิชาชีพเป็นอาชีพที่ต้องใช้ความรู้ความชำนาญเป็นพิเศษสภาพของอาชีพจึงเป็นการผูกขาดทำได้ก็แต่เฉพาะผู้มีความรู้ความชำนาญ ในงานด้านนี้เท่านั้นซึ่งการผูกขาดถ้าไม่มีการควบคุม ก็ย่อมนำไปสู่การแสวงหาผลประโยชน์เกินขอบเขตและส่งผลกระทบต่อสาธารณชน ดังนั้น แนวความคิดของการควบคุมประกอบวิชาชีพหนึ่งจึงมักกำหนดให้มีองค์กรวิชาชีพนั้น ๆ เข้ามาทำหน้าที่ในด้านการส่งเสริมการประกอบวิชาชีพนั้น ๆ อีกด้วย โดยองค์กรนี้มักประกอบด้วยบุคคลในวิชาชีพนั้นเข้าร่วมด้วยกันเป็นองค์การสมาคม สถาบัน แล้วควบคุมปกครองกันเอง

สุพิศ ประณีตพลกรัง (2545, หน้า 126) ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มชนใด สาขาวิชาชีพใด ต่างก็ ต้องมีกฎเกณฑ์แห่งการยึดถือปฏิบัติเพื่อความเป็นปึกแผ่นของหมู่คณะ และสามารถประกอบกิจการ งานของหมู่เหล่าให้ลุล่วงไปแม้กระทั่งชุมชนโจรก็ต้องมีกฎของโจร กฎเกณฑ์และการปฏิบัติอย่าง เกร่งครัดของมวลหมู่สมาชิกจะช่วยให้ความเชื่อถือศรัทธาของกลุ่มในสายตาของสังคมทั่วไป มี ความน่าเชื่อถือศรัทธามากขึ้น และเป็นกลุ่มก้อนที่มีพลังหรือศักยภาพในตัวเอง

ความเป็นมาเกี่ยวกับทนายความและสถาปนทนายความ

ประวัติความเป็นมาของทนายความ มีผู้สันนิษฐานว่ามีมาตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัย แต่ หลักฐานยังไม่ปรากฏชัด เพียงแต่มีการพิจารณาตัดสินคดีความที่ปรากฏในหลักศิลาจารึกเท่านั้น

โดยพิจารณาความในศิลาจารึกสมัยพ่อขุนรามคำแหงมหาราชแห่งสุโขทัยหลักที่ 1 ด้าน ที่ 1 บรรทัดที่ 24 ถึง 28 มีข้อความว่า “ไพร่ฟ้าลูกเจ้าลูกขุนผีแล้ผิดแผกแสดกว้างกันสวนคูแท้แล้ จึง แล่งความแก่ข้าด้วยชื้อ บ่อเข้าผู้ลักมักผู้ชื้อน เห็นเข้าท่านบ่อใครเคือค”

ข้อความดังกล่าวชี้ให้เห็นหลักการพิจารณาคดีซึ่งราษฎรมีข้อพิพาทกัน ต้องไต่สวนให้ ได้ความจริงแล้วตัดสินจึงตัดสินด้วยความเที่ยงธรรม ไม่ลำเอียงเข้าฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดและไม่เห็นแก่ ลินบน โดยผู้มีอำนาจตัดสินคดีจะเป็นใครไม่ได้ นอกจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครองและไม่ได้กล่าวถึง ผู้ทำหน้าที่เป็นทนายความไว้เลย

สมักร ชาวภานันท์ (2542, หน้า 52-53) ต่อมาในสมัยกรุงศรีอยุธยาทนายความ ประเทศไทยเริ่มตั้งแต่สมัยสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 แห่งกรุงศรีอยุธยา (พระเจ้าอู่ทอง) แต่การเป็น ทนายความในสมัยนั้น คงทำหน้าที่เพียงแต่งหรือเรียบเรียงข้อความเท่านั้น ยังไม่ได้ทนายความเข้า ทำหน้าที่ซักค้าน ถามตงพยานในการพิจารณาคดีเหมือนกับทนายความในปัจจุบัน เป็นการ ทำหน้าที่เพียงฉากเท่านั้น

พรชัย รัศมีแพทย์ (2538, หน้า 1-2) หลักฐานทางประวัติศาสตร์ ปรากฏชัดในปี พ.ศ. 1899 สมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานีว่าได้มีทนายความคอยทำหน้าที่ว่าความ ซึ่งหลักฐานนี้สามารถ พิจารณาจากกฎหมายตราสามดวงว่าด้วยลักษณะรับฟ้องบทที่ 1 การฟ้องร้องในสมัยนั้น ประชาชน จะฟ้องคดีต้องฟ้องด้วยตนเองเท่านั้น ผู้ที่ว่าต่างแก้ต่างแทนตัวความนั้นจะเรียกทนายความเพราะคำ ว่า ทนายความ จะใช้ได้แก่กรณีที่มีผู้ศักดินาสุงกว่า 400 ไร่ ถูกฟ้องศาล มีสิทธิแต่งทนายแก้คดีได้

วิวัฒนาการของทนายความได้เริ่มเปลี่ยนแปลงอย่างมากในสมัยรัชกาลที่ 5 เนื่องจาก พระองค์ทรงปฏิรูประบบบริหารราชการแผ่นดินให้มีความทันสมัยกับนานาอารยประเทศ มีการ จัดตั้ง กระทรวง ทบวง กรม กระทรวงยุติธรรม ได้รับสถาปนาขึ้นในปีที่ พ.ศ.2434 ทนายความจึง ได้มีบทบาทในการแต่งเรียบเรียงหรือเขียนคำฟ้อง คำให้การหรือคำร้อง และปี 2434 นั้นเอง ได้มี พระราชบัญญัติจัดตั้งศาลในสนามสถิตยุติธรรม ในยุคแห่งการปฏิรูปเปลี่ยนแปลงระบบบริหาร

ราชการแผ่นดินนั่นเอง ได้มีการปรับปรุงกิจการศาล ทนายจึงได้รับ การยอมรับให้เข้ามาบทบาทใน กระบวนการยุติธรรมมากขึ้น กล่าวคือ ทนายความมิได้ทำหน้าที่เพียงปกป้องคุ้มครองความเพียง อย่างเดียว หากต้องทำหน้าที่คุ้มครองผลประโยชน์ประชาชนด้วยโดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องคุ้มครอง ผลประโยชน์ที่ถูกต้องและชอบกฎหมาย และจะต้องนำเสนอพยานหลักฐานเฉพาะที่ชอบด้วย กฎหมายเท่านั้นเข้าสู่กระบวนการพิจารณาของศาล

เดิมทนายความของไทยเกิดจากแนวคิดของฝ่ายปกครองในการอำนวยความสะดวกแก่ ประชาชนผู้มีอรรถคดี แต่ปัจจุบันแนวคิดนั้นได้คลี่คลายมาสู่ขอบเขตของ การอำนวยความสะดวก และความสะดวกแก่ประชาชนพร้อมกันไปด้วยทนายความยุคใหม่หรือทนายความในปัจจุบันจึง แตกต่างจากทนายความยุคเก่าเนื่องจากทนายความยุคใหม่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการยุติธรรม แต่ไม่ถือว่าทนายความยุคเก่าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการอันสำคัญนี้

จรัมพร สุระมณี (2540, หน้า 63) จะเห็นได้ว่าไม่ได้กล่าวถึงทนายความหรือผู้ที่ซึ่ง พอดีจะเป็นทนายความ ไปได้เลย และหากพิจารณาหลักกฎหมายที่ใช้อยู่ในสมัยสุโขทัยซึ่งไม่มีความ ยุ่งยากและซับซ้อนแต่อย่างใด จึงทำให้ไม่จำเป็นต้องมีทนายความ เช่นในสมัยพอขุนรามคำแหงไม่ มี การเก็บภาษีการค้าผ่านด่าน ถือหลักการค้าเสรี เรื่องที่ดินทำกินใครทำก็ได้เป็นกรรมสิทธิ์ ส่วน เรื่องมรดกก็ถือหลักบิดาตายมรดกแก่บุตร เป็นต้น

วิชาชีพทนายความเป็นการประกอบวิชาชีพที่อิสระและมีเกียรติ เช่นเดียวกับวิชาชีพ อื่นๆ เช่น แพทย์ เป็นต้น ในฐานะที่เป็นทนายความมีหน้าที่ปกป้องคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์ ให้ประชาชน ทนายความจึงต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในตัวกฎหมาย และทนายความต้อง มีคุณธรรม อยู่ในกรอบข้อบังคับของการประกอบวิชาชีพ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องตราข้อบังคับเพื่อ ควบคุมการประกอบวิชาชีพทนายความให้อยู่ในกรอบศีลธรรมมีจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ

การควบคุมการประกอบวิชาชีพทนายความ ได้เริ่มขึ้นเป็นครั้งแรกตาม พ.ร.บ. วิธี พิจารณาความ ร.ศ.127 (พ.ศ. 2441) ซึ่งกำหนดให้ทนายความอยู่ในความควบคุมของฝ่ายบริหาร และฝ่ายตุลาการ

ต่อมาในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 พระราชบัญญัติทนายความได้ถูกประกาศใช้เป็นครั้งแรกในปี พุทธศักราช 2457 กำหนดให้ ทนายความอยู่ในการควบคุมของ "อธิบดีผู้พิพากษาศาลอุทธรณ์" และให้เป็นอำนาจของอธิบดี ผู้ พิพากษาศาลอุทธรณ์เป็นผู้จดทะเบียนออกใบอนุญาตทนายความและควบคุมมรรยาท ทนายความ ต่อมาในปีพุทธศักราช 2457 ได้มีการตราพระราชบัญญัติทนายความขึ้นเป็นครั้งแรกในรัชกาลของ พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาอานันทมหิดลพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว มูลเหตุที่ได้มีการตรา พระราชบัญญัติทนายความขึ้น ปรากฏดังนี้

มีพระบรมราชโองการในพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาอานันทมหิดล พระมยุรกเกล้าเจ้าอยู่หัว ดำรงเหนือเกล้าฯ ให้ประกาศให้ทราบทั่วกันว่า การทุกวันนี้มีพระราชกำหนดกฎหมายให้โจทก์จำเลยผู้มีอรรถคดีต่างทนายความว่าต่างแก่ต่างได้ในศาลสถิตยุติธรรม และมีเจ้าถ้อยหมอลความแลบุคคลเป็นผู้ไร้คุณสมบัติเข้ามาแอบแฝงหากินเป็นทนายความ ณ โรงศาลเป็นอันมาก แลกกฎหมายข้อบังคับทนายความซึ่งมีอยู่บัดนี้ยังไม่เพียงพอที่จะสอดส่อง ครอบงำตลอดทั่วถึง บุคคลเหล่านั้นทรงพระราชดำริเห็นว่าบรรดาชนทั้งหลายผู้อาศัยเลี้ยงชีพทนายความ ควรจะประกอบในคุณสมบัติแลควรประพฤติอยู่ในมรรยาตังามเป็นอันเดียวกัน จึงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้ตราพระราชบัญญัติไว้โดยบทมาตราสืบต่อไป ดังนี้....

หลักแห่งการร่างพระราชบัญญัติทนายความ พุทธศักราช 2457 ได้แบ่งทนายความออกเป็นสองชั้น คือทนายความชั้นหนึ่ง ได้แก่ ทนายความผู้สอนได้วิชากฎหมายได้รับประกาศนียบัตรเป็นเนติบัณฑิตกับทนายความชั้นสอง ได้แก่ทนายความซึ่งอธิบดีผู้พิพากษาศาลอุทธรณ์กรุงเทพฯ ได้ให้สอบสวนคุณวุฒิความเร็วความชำนาญแล้วทนายความชั้นหนึ่งว่าความ ได้ทั่วราชอาณาจักร ส่วนทนายความชั้นสองนั้นว่าความได้เฉพาะในศาลในกรุงเทพฯ หรือหัวเมืองโดยตำบลที่จดลงไว้ในใบอนุญาตทนายความถ้าจะไปว่าความในท้องที่อื่นที่มีได้จดทะเบียนไว้ ก็ให้ขออนุญาตพิเศษเฉพาะเรื่องทุกครั้งไป จึงจะขึ้นศาลได้

สภาพทนายความ (2547, หน้า 8-9)ในปี พุทธศักราช 2477 ได้มีการตราพระราชบัญญัติทนายความ พุทธศักราช 2477 โดยยกเลิกพระราชบัญญัติทนายความ พุทธศักราช 2457

ในปี พุทธศักราช 2481 พระราชบัญญัติทนายความ (ฉบับที่ 2) พุทธศักราช 2481 (แก้ไข เพิ่มเติมพระราชบัญญัติทนายความ ปีพุทธศักราช 2477 ในมาตรา 11 เกี่ยวกับเรื่องการกล่าวหาทนายความประพฤติผิดมรรยาตทนายความ)

ในปี พุทธศักราช 2483 พระราชบัญญัติทนายความ (ฉบับที่ 3) พุทธศักราช 2483 (แก้ไขในเรื่อง ปฏิทิน ซึ่งเดิมวันสิ้นปีคือวันที่ 31 มีนาคม ให้แก้เป็นวันที่ 31 ธันวาคม ตามปีปฏิทินสากล)

พระราชบัญญัติทนายความ พุทธศักราช 2477, 2481, 2483 เปลี่ยนแปลงแต่เพียงรายละเอียดหลักการในการกำหนดคุณสมบัติของทนายความออกเป็นทนายความชั้นหนึ่งและทนายความชั้นสองตามพระราชบัญญัติทนายความ พุทธศักราช 2457 ยังคงอยู่

ในปี พ.ศ. 2457 สมัยรัชกาลที่ 6 ได้มีการตราพระราชบัญญัติ ทนายความขึ้นเป็นครั้งแรก และมีการก่อตั้งเนติบัณฑิตสภาขึ้นด้วย ซึ่งในพระราชบัญญัติ ดังกล่าว ได้กำหนดให้ทนายความอยู่ในความควบคุมดูแลของอธิบดีผู้พิพากษาศาลอุทธรณ์ และเป็นผู้มีอำนาจในการจดทะเบียนและออกใบอนุญาตรวมทั้งควบคุมมรรยาตทนายความ

ดังนั้น จึงถือได้ว่า พ.ร.บ. หนายความ พ.ศ.2457 เป็น พ.ร.บ. ฉบับแรกที่ใช้บังคับและมีการกำหนดคุณสมบัติของหนายความ โดยแบ่งหนายความออกเป็น 2 ประเภทคือ หนายความชั้นที่ 1 และหนายความชั้นที่ 2 นอกจากนี้ยังให้อำนาจอธิบดีผู้พิพากษาศาลอุทธรณ์มีอำนาจออกใบอนุญาตควบคุมความประพฤติและมรรยาทของหนายความ

ในปี พุทธศักราช 2457 สมัยแห่งการเปลี่ยนแปลงการปกครองมาสู่ระบอบประชาธิปไตยได้มีการตรา พ.ร.บ. หนายความฉบับที่ 2 ขึ้นคือ พ.ร.บ.หนายความ พ.ศ.2447 มีการกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่เป็นหนายความโดยให้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีทาง นิติศาสตร์ เป็นหนายความชั้นที่ 1 ได้

วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2500 ได้มีการจัดตั้ง สมาคมหนายความแห่งประเทศไทย

ในปีพุทธศักราช 2508 ได้มีพระราชบัญญัติหนายความฉบับออกใช้แทนพระราชบัญญัติฉบับเก่ากำหนดให้เนติบัณฑิตยสภา เป็นผู้จัดจดทะเบียนออกใบอนุญาต หนายความและเป็นผู้ควบคุมมรรยาทหนายความ เนื่องจากเนติบัณฑิตยสภาของประเทศไทยประกอบด้วยสมาชิก 3 ประเภทคือ ผู้พิพากษา อัยการ หนายความอำนวยการบริหารของเนติบัณฑิตยสภา เป็นผู้พิพากษาซึ่งไม่ได้เหลียวแลในการฝึกอบรมให้ความรู้แก่หนายความและไม่ได้รวมกันเรียกร้อง ให้มีสถาบันการปกครองตนเองของหนายความ หนายความ ได้มีการรวมตัวกันและจัดตั้งสมาคมหนายความแห่งประเทศไทยโดยมีนักการเมือง คือรัฐมนตรีและสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ที่เป็นหนายความ

ในปีพุทธศักราช 2513 สมาคมหนายความแห่งประเทศไทยได้จัดสัมมนานักกฎหมายแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 1 ขึ้น ณ หอประชุมมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ระหว่างวันที่ 16-18 มกราคม 2513 ข้อยุติการสัมมนา ข้อ 5 ได้ระบุว่า

ขอให้สถาบันหนายความเท่านั้นเป็นผู้ควบคุมผู้ประกอบวิชาชีพหนายความเอง ดังเช่นที่เป็นอยู่ในนานาประเทศ และให้เป็นเช่นเดียวกับอาชีพแพทย์ ที่แพทย์ ควบคุมกันเองในประเทศไทย

ในปีพุทธศักราช 2517 นายมารุต บุญนาค สมาชิกสภานิติบัญญัติ แห่งชาติในขณะนั้น ได้เสนอร่างพระราชบัญญัติสภาหนายความขึ้นเป็นครั้งแรก ตามแนวคิดจากข้อยุติการสัมมนานักกฎหมายในปี 2513 ดังกล่าวต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติแต่ยังมิได้ มีการพิจารณาสภานิติบัญญัติก็สิ้นสภาพไปเสียก่อน

ในปีพุทธศักราช 2518 นายมงคล สุคนธจจร ส.ส นครราชสีมา และคณะได้เสนอร่างพระราชบัญญัติสภาหนายความ ต่อประธานสภาผู้แทนราษฎรเมื่อวันที่ 17 เมษายน 2518 สภาผู้แทนราษฎร ได้มีมติแล้วรับหลักการในวาระแรกแต่ขณะอยู่ในระหว่างการประชุมของคณะกรรมการวิสามัญของสภาผู้แทนราษฎร ได้เกิดวิกฤติการณ์ทางการเมือง 6 ตุลาคม 2519 ร่างพระราชบัญญัติสภาหนายความฉบับนี้จึงตกไปและการเคลื่อนไหวให้มีสภาหนายความก็ได้หยุดชะงักไปชั่วระยะเวลาหนึ่ง เนื่องจากสภาวะการณ์ทางการเมือง

ในปีพุทธศักราช 2525 นายปิยะฉัตร วัชรภรณ์ ส.ส. ศรีสะเกษและคณะได้เสนอร่างพระราชบัญญัติสภาพนายความต่อประธานสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2525

ในปีพุทธศักราช 2525-2526 นายมารุต บุญนาค ขณะเป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงยุติธรรม ได้เสนอให้คณะรัฐมนตรีแต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติทนายความ โดยมีปลัดกระทรวงยุติธรรม (นายโสภณ รัตนกร) เป็นประธานคณะกรรมการชุดนี้ได้พิจารณา ร่างกัน 19 ครั้ง จึงแล้วเสร็จ จากนั้นกระทรวงยุติธรรมได้เสนอ คณะรัฐมนตรีพิจารณาเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2526 และคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2526 ให้ส่งร่างพระราชบัญญัติฉบับนี้ ให้คณะกรรมการกฤษฎีกาเพื่อตรวจแก้ร่างอีกชั้นหนึ่ง

ในปีพุทธศักราช 2526 ขณะที่ร่างพระราชบัญญัติทนายความดังกล่าวอยู่ในระหว่าง การพิจารณาของคณะกรรมการกฤษฎีกา นายสุทัศน์ เงินหมื่น ส.ส. อุบลราชธานี, นายชวน หลีกภัย ส.ส. ตรัง และนายมารุต บุญนาค ส.ส. กรุงเทพมหานคร(รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข)กับคณะ ได้ร่วมกันเสนอร่างพระราชบัญญัติทนายความซึ่งมีหลักการและเหตุผล ส่วนใหญ่ทำนองเดียวกับ ร่างของกระทรวงยุติธรรม ซึ่งคณะกรรมการกฤษฎีกากำลังพิจารณาอยู่ให้พรรคประชาธิปัตย์ พิจารณา ที่ประชุมพรรคประชาธิปัตย์ได้มีมติเมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม 2526 ให้เสนอร่าง พระราชบัญญัตินี้ต่อสภาผู้แทนราษฎรเพื่อพิจารณาต่อไปและสภาผู้แทนราษฎรได้เสนอให้นายก รัฐมนตรีรับรองก่อนตามบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ เนื่องจากพระราชบัญญัติ เกี่ยวด้วยการเงิน

นายกรัฐมนตรี พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ได้ส่งเรื่องให้”คณะกรรมการประสานงาน รัฐสภา”ซึ่งมี นายบุญเท่ง ทองสวัสดิ์ เป็นประธาน เป็นผู้พิจารณา คณะกรรมการประสานงาน รัฐสภาได้พิจารณาเรื่องนี้เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2526 และมีมติเอกฉันท์เห็นควรให้นายกรัฐมนตรี ให้คำรับรอง พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ นายกรัฐมนตรีได้ลงนามรับรอง เมื่อวันที่ 8 กันยายน 2526 และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรเพื่อนำไปเสนอประธานสภาผู้แทนราษฎรในวันเดียวกัน

12 กันยายน 2526 นายอุทัย พิมพ์ใจชน ประธานสภาผู้แทนราษฎร ได้บันทึกตั้งการ” อนุญาตให้ร่างพระราชบัญญัติทนายความบรรจุเข้าระเบียบวาระได้”

26 มิถุนายน 2527 สำนักนายกรัฐมนตรี โดยพลเอกประจวบ สุนทรางกูร รองนายกรัฐมนตรี ปฏิบัติราชการแทนนายกรัฐมนตรีได้เสนอร่างพระราชบัญญัติ ทนายความ ฉบับของ รัฐบาลต่อประธานสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2527 หลังจากร่างของนายสุทัศน์ เงิน หมื่น ได้เสนอร่างของตนต่อประธานสภาผู้แทนราษฎรพิเศษ และหลังจากที่ประธานสภา ผู้แทนราษฎรได้ส่งบรรจุร่างของนายสุทัศน์ เงินหมื่น เข้าระเบียบวาระแล้วเก้าเดือนเศษ

วันพุธที่ 4 กรกฎาคม 2527 ในการประชุมสภาผู้แทนราษฎรครั้งที่ 11/2527 (สมัย สามัญ) ช่วงบ่ายเวลา 14.15 น. นายปิยะฉัตร วัชรภรณ์ รองประธานสภาผู้แทนราษฎร ปฏิบัติหน้าที่ แทนประธานสภาผู้แทนราษฎร นายโสภณ เพชรสว่าง ส.ส. บุรีรัมย์ ได้เสนอญัตติขอให้เปลี่ยน

ระเบียบวาระการประชุม โดยหยิบยกเอาร่างพระราชบัญญัติทนายความ ซึ่งนายสุทัศน์ เงินหมื่น เป็นผู้เสนอ จากข้อ 5.64 และรัฐบาลเสนอข้อ 6.3 ขึ้นมาพิจารณาก่อนที่ประชุม ได้ลงมติในครั้งแรก ให้เปลี่ยนระเบียบวาระ 52 เสียง ไม่สมควรเปลี่ยน 50 เสียง ได้มีผู้เสนอขอให้แนบคะแนนใหม่ในการลงมติครั้งที่ 2 ปรากฏว่าที่ประชุมเห็นสมควรให้เปลี่ยนระเบียบวาระโดยนำเอาร่างพระราชบัญญัติทนายความ พ.ศ. ... ตามระเบียบวาระที่ 5.64 และ 6.3 ขึ้นมาพิจารณาก่อนด้วยคะแนนเสียง 96 ต่อ 64 และที่ประชุมได้มีมติเป็นเอกฉันท์รับหลักการแห่งร่างพระราชบัญญัติทนายความ พ.ศ. . ของกระทรวงยุติธรรมที่คณะรัฐมนตรี เป็นผู้เสนอกับร่างของนายสุทัศน์ เงินหมื่น ส.ส.อุบลราชธานี เป็นผู้เสนอ กับได้แต่งตั้งคณะกรรมการวิสามัญขึ้นพิจารณาคณะหนึ่งจำนวน 25 คน นายค่านวณ ชโลปถัมภ์ ได้รับเลือกจากสภาผู้แทนราษฎร ให้เป็นกรรมการด้วย วันจันทร์ที่ 9 กรกฎาคม 2527 คณะกรรมการวิสามัญฯ ประชุม ครั้งแรก ได้รับเลือกให้นายพิภพ อะสีติรัตน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงยุติธรรมเป็นประธานและให้ นายค่านวณ ชโลปถัมภ์ เป็นเลขานุการคณะกรรมการฯ

วันอังคารที่ 17 กรกฎาคม 2527 คณะกรรมการสมาคมทนายความแห่งประเทศไทยได้ จัดให้มีการประชุมทนายความและผู้แทนสมาคมทนายความฯ จากทั่วประเทศ เพื่อร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับร่างพระราชบัญญัติทนายความ ณ ห้องลีดาโรงแรม รอยัล (รัตนโกสินทร์) ตั้งแต่เวลา 16.00 น.

ในการประชุมครั้งนี้ นายปิยะฉัตร วัชรภรณ์ รองประธานสภาผู้แทนราษฎร ส.ส. ศรีสะเกษ, นายสุทัศน์ เงินหมื่น ส.ส. อุบลราชธานี, นายโสภณ เพชรสว่าง ส.ส. บุรีรัมย์ และนายเปรม มาลากุล ณ อยุธยา ส.ส. อุดรดิตถ์ ซึ่งได้มีส่วนร่วมสนับสนุนและผลักดันในร่างพระราชบัญญัติทนายความได้เข้าพิจารณาในสภาผู้แทนราษฎรและสภาฯ มีมติรับหลักการได้ให้เกียรติมาร่วมการประชุมในครั้งนี้ด้วย

จากวันที่ 9 กรกฎาคม 2527 คณะกรรมการวิสามัญฯ ได้ประชุมพิจารณากันรวมทั้งสิ้น 11 ครั้ง ครั้งสุดท้ายเมื่อวันศุกร์ที่ 21 กันยายน 2527 จึงได้พิจารณาเสร็จสิ้นทุกมาตรา และได้มีการพิจารณาทบทวนการใช้ถ้อยคำกันอีกสองครั้ง

ในวันที่ 8 และ 15 พฤษภาคม 2528 นายพิภพ อะสีติรัตน์ ประธานคณะกรรมการวิสามัญฯ ได้นำร่างผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการฯ แล้วเสนอต่อประธานสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2528

นายอุทัย พิมพ์ใจชน ประธานสภาผู้แทนราษฎร ได้ส่งบรรจุเข้าระเบียบวาระที่ 4.2 ในการประชุมสภาผู้แทนราษฎรครั้งที่ 6/2528 (สมัยสามัญ) วันพฤหัสบดีที่ 30 พฤษภาคม 2528

วันพุธที่ 29 พฤษภาคม 2528 คณะกรรมการสมาคมสภาทนายความแห่งประเทศไทย ได้ จัดให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับทนายความและผู้แทนสมาคมฯ จากทั่วประเทศและชี้แจง

การพิจารณาร่างพระราชบัญญัติ หมายความของรัฐสภา ณ ห้องสี่ดาวโรงแรมรอยัล (รัตนโกสินทร์) ตั้งแต่เวลา 17.00 น.

วันพฤหัสบดีที่ 30 พฤษภาคม 2528 สภาผู้แทนราษฎร ได้มีมติในการประชุม ครั้งที่ 6/2528 (สมัยสามัญ) เห็นชอบด้วยเป็นเอกฉันท์ ในวาระที่ 2-3 กับร่างที่คณะกรรมการเสนอ และได้ส่งให้วุฒิสภาพิจารณา เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2528

ดร.อุกฤษ มงคลนาวิน ประธานวุฒิสภา ได้ส่งบรรจุร่างพระราชบัญญัติหมายความเข้าในระเบียบวาระที่ 6.1 ในการประชุมวุฒิสภาครั้งที่ 6/2528 (สมัยวิสามัญ) วันศุกร์ที่ 7 มิถุนายน 2528

นายคำนวน ชโลปถัมภ์ นายกสมาคมฯ นำคณะกรรมการสมาคมทนายนความ เข้าพบ ดร.อุกฤษ มงคลนาวิน ประธานรัฐสภา เมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2528 เวลา 11.30 น. ณ ห้องรับรองประธานรัฐสภา เพื่อขอทราบขั้นตอนการพิจารณากฎหมายฉบับนี้ หลังจากได้ผ่านการพิจารณาเห็นชอบของสภาผู้แทนราษฎรมาแล้ว

วันศุกร์ที่ 7 มิถุนายน 2528 วุฒิสภามีมติในการประชุมครั้งที่ 6/2528 (สมัยวิสามัญ) เห็นชอบด้วยหลักการแห่งร่างพระราชบัญญัติหมายความ และส่งให้คณะกรรมการ การปกครอง ของวุฒิสภาพิจารณา โดยที่ร่างพระราชบัญญัติหมายความฉบับนี้เป็นร่างพระราชบัญญัติที่เกี่ยวกับการเงิน วุฒิสภาจะต้องพิจารณาให้แล้วเสร็จภายใน 30 วัน ตามบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญมาตรา 127

คณะกรรมการการปกครองวุฒิสภาซึ่งมีนาย โอสถ โกสิน เป็นประธานได้พิจารณาแล้ว เสร็จและได้เสนอร่างพระราชบัญญัติ ดังกล่าวต่อประธานวุฒิสภาเมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2528

ศุกร์ที่ 28 มิถุนายน 2528 วุฒิสภาได้มีมติในการประชุม ครั้งที่ 8/2528 (สมัยสามัญ) เห็นชอบด้วยตามร่างที่คณะกรรมการการปกครองเสนอ และได้ส่งเรื่องกลับมายังสภาผู้แทนราษฎรเพื่อพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง

พฤหัสบดีที่ 4 กรกฎาคม 2528 สภาผู้แทนราษฎร ได้พิจารณาเรื่องนี้ ในการประชุมครั้งที่ 13/2528 (สมัยสามัญ) และได้มีมติให้แต่งตั้งคณะกรรมการร่วมกันฝ่ายสภาผู้แทนราษฎร ของฝ่ายสภา จำนวน 20 คน นายคำนวน ชโลปถัมภ์ นายกสมาคมฯ ได้รับการแต่งตั้งจากสภาผู้แทนราษฎรให้เป็นกรรมการร่วมกันของฝ่ายสภาผู้แทนราษฎรด้วย

วันศุกร์ที่ 5 กรกฎาคม 2528 ในการประชุมครั้งที่ 9/2528 (สมัยสามัญ) วุฒิสภาได้มีมติให้แต่งตั้งคณะกรรมการร่วมกับฝ่ายวุฒิสภา จำนวน 20 คน

วันพฤหัสบดีที่ 11 กรกฎาคม 2528 คณะกรรมการร่วมกันฝ่ายสภาผู้แทนราษฎรกับฝ่ายวุฒิสภาได้ประชุมพิจารณาเลือกให้ ดร. อนุวรรตน์ วัฒนพงศ์ศิริ ศ.ส.บุรีรัมย์ เป็นประธาน คณะกรรมการร่วมกัน และได้เลือก นายคำนวน ชโลปถัมภ์ เป็นเลขาธิการร่วมกัน ได้พิจารณาเสร็จทุกมาตราในวันที่ 11 กรกฎาคม 2528

วันพฤหัสบดีที่ 18 กรกฎาคม 2528 ในการประชุมสภาผู้แทนราษฎร ครั้งที่ 15/2528 (สมัยสามัญ) ร่างพระราชบัญญัติทนายความได้บรรจุอยู่ในระเบียบวาระที่ 4.5 การประชุมในช่วงเวลาบ่ายเวลา 15.45 น. นายอุทัย พิมพ์ใจชน ประธานสภาผู้แทนราษฎร นั่งบัลลังก์ เป็นประธานที่ประชุม ที่ประชุมได้มีมติให้เปลี่ยนระเบียบวาระการประชุมด้วยให้นำระเบียบวาระที่ 4.5 เรื่องพระราชบัญญัติทนายความ ขึ้นพิจารณาก่อนตามที่นายอุทัย พิมพ์ใจชน ประธานได้ขอปรึกษา และที่ประชุมได้มีมติเอกฉันท์ให้ความเห็นชอบในร่างพระราชบัญญัติ ทนายความที่คณะกรรมการร่วมกันเสนอ และให้ผ่านเป็นกฎหมายได้

วันศุกร์ที่ 19 กรกฎาคม 2528 ในการประชุมวุฒิสภา ครั้งที่ 11/2528 (สมัยสามัญ) ร่างพระราชบัญญัติทนายความบรรจุอยู่ในระเบียบวาระที่ 1.3 ที่ประชุมได้มีมติเป็นเอกฉันท์ให้ความเห็นชอบในร่างพระราชบัญญัติทนายความที่คณะกรรมการร่วมกันเสนอ และให้ผ่านเป็นกฎหมายได้

วันพุธที่ 24 กรกฎาคม 2528 ปิดสมัยประชุมสภา

สำนักงานเลขาธิการรัฐสภา ได้เสนอร่างพระราชบัญญัติทนายความ พุทธศักราช 2528 ต่อนายกรัฐมนตรีเพื่อนำขึ้นทูลเกล้าฯ ถวายเพื่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงลงพระปรมาภิไธย เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2528

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงลงพระปรมาภิไธย ในพระราชบัญญัติทนายความ พุทธศักราช 2528 เมื่อวันที่ 10 กันยายน 2528 ประกาศใช้ในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษเล่มที่ 102 ตอนที่ 129 วันที่ 19 กันยายน 2528

สภาทนายความ (2547, หน้า 9 – 12) วันพุธที่ 18 ธันวาคม 2528 พระราชบัญญัติทนายความ พุทธศักราช 2528 มีผลใช้บังคับ สภาทนายความได้สถาปนาขึ้น โดยบทบัญญัติของกฎหมายสมบูรณ์

อักรินทร์ ลิ่มประเสริฐ (2545, หน้า 1 – 3) สภาทนายความจึงเป็นสถาบันสำคัญของผู้ประกอบการวิชาชีพทนายความโดยมีฐานะเป็นนิติบุคคล เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ยกระดับมาตรฐานของทนายความควบคุมจริยธรรมจรรยาบรรณ (Ethics) ซึ่งเป็นข้อบังคับเกี่ยวกับมารยาทของทนายความ ซึ่งเป็นการส่งเสริมการประกอบวิชาชีพทนายความให้มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ให้เป็นที่เชื่อถือและยอมรับของสังคม

สภาทนายความ (2547, หน้า 8 – 9) วันที่ 20 กุมภาพันธ์ของทุกปีเป็น “วันทนายความ” อันเป็นวันสำคัญของสมาชิกสภาทนายความ ที่น้อมรำลึกถึงวันเริ่มต้นแห่งการต่อสู้อันยาวนานเพื่อให้มาซึ่ง ความเป็นอิสระ แห่งวิชาชีพทนายความ ซึ่งได้มาแล้วเป็นระยะเวลา 18 ปีเศษ จึงชอบที่มวลสมาชิกสภาทนายความได้สมัครสมานสามัคคีผลึกกำลังรวมกันเป็นหนึ่ง ร่วมกันต่อสู้ สันติสนุน ผลักดันความไม่เป็นธรรม ให้เกิดความเป็นธรรมขึ้นจริงในสังคมทนายความสังคมประชาชนผู้ยากไร้และไม่ได้รับความเป็นธรรม

บทบาทของทนายความในกระบวนการยุติธรรมทางด้านคดีแพ่ง

ภูมิชัย สุวรรณดี, มานิตย์ จุ่มปลา, ชิตาพี (พิศลยบุตร) โตะวิเศษกุล (2543, หน้า 441) กระบวนการยุติธรรมทางแพ่ง เป็นกระบวนการสำหรับดำเนินคดีแพ่ง เมื่อมีการโต้แย้งสิทธิ หรือต้องการใช้สิทธิทางศาล เช่น เมื่อมีการผิดสัญญาไม่มีการชำระหนี้จะทำอย่างไรที่จะบังคับให้ลูกหนี้ชำระหนี้ จะต้องกระทำการตามขั้นตอนอย่างไร ซึ่งมีบทบัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง

พิพัฒน์ จักรางกูร (2544, หน้า 1) ในการดำเนินคดี ผู้ที่ฟ้องเรียกว่า “โจทก์” ผู้ที่ถูกฟ้องเรียกว่า “จำเลย” ทั้ง โจทก์และจำเลยมีชื่อเรียกรวมกันว่า “คู่ความ” แต่การดำเนินคดีต้องการความรู้ในทางกฎหมาย คู่ความจึงจ้างทนายความ ซึ่งเป็นผู้ที่รับการฝึกฝนทางนี้ให้เป็นผู้ดำเนินคดีแทน บางทีกฎหมายบังคับว่าคู่ความดำเนินคดีเองไม่ได้ ต้องมีผู้แทนโดยชอบธรรม หรือบางทีคู่ความไม่ประสงค์จะฟ้องหรือต่อสู้คดีด้วยตนเอง ก็ตั้งผู้หนึ่งผู้ใดเป็นผู้แทนทนายความ หรือผู้แทนโดยชอบธรรม หรือผู้ที่ ตัวความตั้งมาเป็นตัวแทนต้องกระทำการในนามของตัวความ

การแต่งตั้งทนายความ คู่ความหรือตัวความไม่จำเป็นต้องแต่งตั้งทนายความ จะดำเนินคดีด้วยตนเองก็ได้ แต่เนื่องจากการดำเนินคดีมีปัญหายุ่งยาก คู่ความมักจะแต่งตั้งทนายความ ซึ่งเป็นผู้รู้กฎหมาย และเข้าใจในการดำเนินคดี เข้าว่าต่างแกต่างแทนตน

สิทธิของทนายความทนายความได้รับแต่งตั้งมีสิทธิเช่นเดียวกับตัวความเพราะทนายความเท่ากับผู้แทนของตัวความหรือผู้แทนของผู้แทนตัวความ

วิธีแต่งตั้งทนายความ จะตั้งทนายความคนเดียวหรือหลายคนก็ได้ ถ้ามีโจทก์หรือจำเลยหลายคน โจทก์หรือจำเลยหลายคนนั้นจะรวมกันตั้งทนายความคนเดียวหรือหลายคนก็ได้ (มาตรา 60 วรรค แรก) แต่ทนายความคนเดียวจะรับว่าความทั้งฝ่ายโจทก์และจำเลยไม่ได้ หรือรู้เห็นเหตุการณ์ของคู่ฝ่ายหนึ่งโดยคู่ความนั้นนำมาปรึกษาแล้วจะไปรับว่าความให้คู่ความ อีกฝ่ายหนึ่งไม่ได้ เป็นการต้องห้ามตามข้อบังคับว่าด้วยมรรยาททนายความ

การตั้งทนายความ จะต้องทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อตัวความและทนายความแล้วยื่นต่อศาลเพื่อรวมไว้ในสำนวน (มาตรา 61) และเสียค่าธรรมเนียมศาลตามอัตราในตาราง 2 ของประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง การแต่งตั้งทนายความที่ปฏิบัติอยู่ในเวลานี้จะต้องใช้แบบพิมพ์ของศาล

ใบแต่งตั้งทนายความตามมาตรา 61 ให้ใช้ได้เฉพาะคดีเรื่องหนึ่ง ๆ ตามที่ยื่นไว้เท่านั้นวัน แต่เมื่อทนายความคนใดได้รับมอบอำนาจทั่วไปที่จะแทนบุคคลผู้แต่งตั้งได้ไม่ว่าในคดีใด ๆ ให้ทนายความผู้นั้นแสดงใบมอบอำนาจทั่วไป แล้วคัดสำเนายื่นต่อศาลแทนใบแต่งตั้ง ทนายความเพื่อจะได้ดำเนินคดีต่อไป

พิพัฒน์ จักรางกูร (2544, หน้า 19 – 20) อำนาจของทนายความ ทนายความที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นทนายความในคดีมีอำนาจว่าความและดำเนินกระบวนการพิจารณาใด ๆ แทนคู่ความได้ทั้งหมดตามที่ทนายความเห็นสมควรเพื่อรักษาประโยชน์ของคู่ความ (มาตรา 62 วรรคแรก)

ข้อจำกัดอำนาจ ข้อจำกัดเพื่อไม่ให้ทนายความทำเกินเลยไป หรือผิด ความประสงค์ของตัวความ มาตรา 62 วรรคแรก ตอนท้าย จึงได้จำกัดกรณีไว้ 3 ประการ ซึ่งทนายความไม่มีอำนาจที่จะกระทำได้นอกจากจะได้รับอำนาจตัวความโดยชัดแจ้ง คือ

- 1) ดำเนินกระบวนการพิจารณาไปในทางจำหน่ายสิทธิของคู่ความ เช่น ยอมรับตามที่คู่ความอีกฝ่ายหนึ่งเรียกร้อง การถอนฟ้อง การประนีประนอมยอมความ การสละสิทธิ
- 2) ใช้สิทธิในทางอุทธรณ์หรือฎีกา
- 3) ในการขอให้พิจารณาใหม่

บทบาทของทนายความในสังคมปัจจุบัน มีบทบาทดังนี้คือ

พิเชษฐ์ อิงไพเราะ (2538, หน้า 38-39) ทนายความเป็นผู้ที่มีความรอบรู้ด้านกฎหมายเป็นอย่างดี และเป็นสถาบันหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ดังนั้นจึงได้ถือว่าเป็นหน่วยงานหนึ่ง ที่ทำหน้าที่ด้านกฎหมายกว้างขวางในปัจจุบัน

สังคมได้ยอมรับทนายความว่า เป็นผู้ที่มีบทบาทเบื้องต้นในการที่จะให้ความยุติธรรมต่อบุคคลในสังคมก่อนสถาบันอื่นทั้งหมด ดังนั้นในหน่วยงานของราชการและเอกชนทุกหน่วยงานจะมีผู้ประกอบอาชีพทนายความเข้าแทรกอยู่ในหน่วยงานนั้น ๆ ด้วยเสมอ ทนายความได้เข้าไปมีส่วนร่วมรับผิดชอบในหน่วยงานต่าง ๆ ของสังคมแทบทุกหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นงานระดับประเทศ งานราชการและงานเอกชน

บทบาทของทนายความมีความสำคัญมากต่อการปกครองประเทศ เพราะการปกครองประเทศในบางครั้งจำเป็นต้องอาศัยผู้มีความรู้ความสามารถทางด้านกฎหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทย ซึ่งมีการปกครองในระบอบประชาธิปไตยมีอำนาจอธิปไตย เป็นอำนาจสูงสุด และทนายความมักมีส่วนร่วมในการใช้อำนาจนี้ด้วย

สุพิศ ประณีตพลกรัง (2545, หน้า 1) เมื่อทนายความมีฐานะเป็นตัวแทนของคู่ความ สิ่งที่ทนายความทำลงไป ก็เสมือนตัวความทำ ดังนั้น ทนายความจึงเป็นผู้ที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นผู้ที่มีส่วนกำหนดความเป็นไปเกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพของตัวความสุดแท้แต่ว่าทนายความจะเอาใจใส่ในภาระหน้าที่มากน้อยเพียงใด เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญยิ่งในกระบวนการยุติธรรม แม้จะไม่มีกรกล่าวถึงอย่างเป็นทางการเมื่อกล่าวถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการยุติธรรม แต่ก็อาจจะเป็นเพราะทนายความไม่ใช่เป็นองค์กรหรือหน่วยงานทางราชการที่จะจัดอยู่ในกลุ่มองค์กรดังกล่าว นั่นเท่านั้น ไม่ใช่ข้อบ่งชี้ว่าทนายความไม่มีบทบาทสำคัญแต่อย่างใด ทนายความจึงเป็นที่พึ่งของประชาชน ผู้มีความเดือดร้อนทางด้านอรรถคดี หรือประสบปัญหาทางกฎหมาย สิทธิถูกข่มขู่ หรือถูกปฏิบัติต่ออย่างไม่เหมาะสม ได้รับความไม่เป็นธรรม

สุพิศ ประณีตพลกรัง (2545, หน้า 126) วิชาชีพทนายความ เป็นวิชาชีพหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญ และเกี่ยวข้องอยู่ในกระบวนการยุติธรรม ทนายความมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการที่จะเป็นผู้แทนหรือตัวแทนของ ผู้มีอรรถคดีความในการที่แสวงหาความยุติธรรม ในนานาประเทศจึงต้องมีทนายความ แม้กระทั่งประเทศที่มีลัทธิการปกครองในระบบสังคมนิยมหรือคอมมิวนิสต์ก็ตาม เมื่อเป็นเช่นนี้ก็มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการควบคุมดูแลให้การดำเนินการตามหน้าที่ของทนายความเป็นไปในทางที่ถูกต้องและดีงามเป็นผู้ที่โอบอ้อมมิใช่กดขี่หรือซ้ำเติมผู้มีความเดือดร้อนทาง อรรถคดี ในขณะที่เดียวกันก็มียุติธรรมที่จะคอยดูแล สนับสนุนให้ทนายความสามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มภาคภูมิและมีศักดิ์ศรี

งานของทนายความนั้นมีมากมายหลายประการและหลายขั้นตอนตั้งแต่เป็นนักสืบค้นหาพยานหลักฐาน ฟ้องหรือต่อสู้คดี นำสืบพยานหลักฐานจนเสร็จคดี การจะบรรลุ ความสำเร็จตามเป้าหมายของแต่ละขั้นตอนต่างก็มีเทคนิควิธีการต่าง ๆ มากมาย

บทบาทของทนายความในกระบวนการยุติธรรมทางด้านคดีอาญา

กิตติพงษ์ กิตยารักษ์ (2543, หน้า 64) กระบวนการยุติธรรมทางอาญา หมายถึง กระบวนการปฏิบัติกรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพิสูจน์บุคคลผู้กระทำความผิดหรือต้องสงสัยว่ากระทำความผิด กฎหมายอาญา และการหาผู้รับผิดชอบต่อการกระทำนั้น กระบวนการยุติธรรมจะต้องให้ความยุติธรรมแก่ทุกฝ่ายซึ่งได้แก่ผู้กระทำความผิด หรือผู้ต้องสงสัยเหยื่อที่ถูกกระทำ และสังคมโดยรวม ดังนั้นกระบวนการปฏิบัติต่าง ๆ จึงต้องรวดเร็ว แม่นยำและมีประสิทธิภาพดังที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย

Langbein, J. H. (1977, p. 1) กล่าวถึงกระบวนการดำเนินคดีอาญาของระบบชีวิลลอว์ ผู้พิพากษาจะมีบทบาทหน้าที่โดยตรงที่จะรับผิดชอบในการค้นหา ข้อเท็จจริงด้วยตนเอง ตั้งแต่ชั้นได้สวนมูลฟ้องจนถึงการดำเนินการพิจารณาคดี เป็นผู้ควบคุม การดำเนินคดีทุกขั้นตอน รวมทั้งกำหนดประเด็นในคดีในฐานะเป็นผู้ดำเนินการพิจารณา

อรรถวัฒน์ กลิ่นน้ำหอม (2544, หน้า 19) ในการพิจารณาคดีระบบนี้ ศาลจะมีบทบาทในการสืบพยานโดยตลอด มีอำนาจที่จะค้นหาข้อเท็จจริงได้ทุกวิถีทางแม้จะให้สอบพยานหลักฐานอื่น ๆ ที่คู่ความไม่ได้เสนอ ก็ตาม แต่ทั้งนี้สามารถให้ความคุ้มครองแก่สิทธิเสรีภาพของจำเลยในคดีอาญาได้โดยตรง

ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 173 ในคดีที่มีอัตราโทษประหารชีวิต ก่อนเริ่มพิจารณาให้ศาลถามจำเลยว่ามีทนายความหรือไม่ ถ้าไม่มีให้ศาลตั้งทนายความให้

จรัมพร สุระมณี (2540, หน้า 113) ในกระบวนการยุติธรรมทางอาญา ศาลคือ ด้านสุดท้ายของความยุติธรรมที่ทั้งฝ่ายผู้เสียหายหรือผู้กล่าวหาในทางคดีและผู้ถูกกล่าวหาพึงจะได้รับ การทำหน้าที่ของศาล จะส่งผลต่ออนาคตและเสรีภาพของบุคคลที่ถูกกล่าวหา ในขณะเดียวกันก็จะส่งผลต่อความรู้สึกพึงพอใจ หรือความผิดหวังของผู้เสียหายด้วย

จรัมพร สุระมณี (2540, หน้า 60) ในกระบวนการยุติธรรมทางอาญา บทบาทของ ทนายความ คือ ความหวังของลูกความไม่ว่าลูกความจะเป็นฝ่ายผู้เสียหาย หรือเป็นฝ่ายผู้ถูกกล่าวหา รวมทั้งบุคคลที่อ้างให้ทนายความทำหน้าที่ชี้แนะ หรือเป็นตัวแทนในการก่อกันคดีสัมพันธ์ต่าง ๆ ใน เมื่อทนายความเป็นเสมือนตัวแทนของบุคคลหรือนิติบุคคลที่ลูกความฝากความไว้เนื้อเชื่อใจจึงทำให้ ความซื่อสัตย์และความยึดมั่นต่อจรรยาบรรณในวิชาชีพและมรรยาททนายความ เป็นคุณสมบัติที่ จำเป็น อย่างยิ่งยวด สำหรับผู้ประกอบอาชีพทนายความ ยิ่งไปกว่านั้นทนายความยังต้องเป็นผู้ที่มีทั้ง “ศีลและธรรม”

ชัชยา ชนะจิตต์ (2543, หน้า 3) ในการดำเนินคดีอาญาของทนายความนั้น อาจเข้า ดำเนินคดีในลักษณะต่าง ๆ ดังนั้น เพื่อความสะดวกในการทำความเข้าใจว่าทนายความมีอำนาจ หน้าที่ในกรณีใดบ้าง จึงขอแบ่งออกเป็นดังนี้

- 1) กรณีเป็นทนายความของผู้เสียหายเป็น โจทก์ฟ้องคดีอาญา
- 2) กรณีเป็นทนายความของผู้เสียหายเข้าเป็น โจทก์ร่วมกับพนักงานอัยการ
- 3) กรณีเป็นทนายความแก้ต่างคดีอาญาให้จำเลย
- 4) กรณีเป็นทนายความในการไต่สวนกรณีที่มีความตายเกิดขึ้น โดยการกระทำของเจ้า พนักงานซึ่งอ้างว่าปฏิบัติราชการตามหน้าที่ หรือที่เรียกว่าคดีวิสามัญฆาตกรรม หรือตายอยู่ใน ระหว่างการควบคุมของเจ้าพนักงานซึ่งอ้างว่าปฏิบัติราชการตามหน้าที่
- 5) นอกจากนั้นทนายความยังมีหน้าที่เข้าช่วยเหลือผู้ต้องหาหรือจำเลยในกรณีอื่น ๆ

ณรงค์ ใจหาญ และคณะ (2540, หน้า 29 -31, 5 - 86) การดำเนินกระบวนการพิจารณา ในศาล เป็นการดำเนินการตาม หลักเกณฑ์และวิธีการที่กฎหมายกำหนดไว้เพื่อการนั้นทุกขั้นตอน ผู้ ที่มีวิชาชีพในทางนี้ไม่ว่า จะเป็นผู้พิพากษา พนักงานอัยการ หรือทนายความ ย่อมมีคุณสมบัติและ ความรู้ทางวิชาชีพกฎหมายเพียงพอแล้ว สำหรับผู้เสียหายที่ประสงค์จะเป็นโจทก์ฟ้องคดีเอง ก็ มักจะแต่งตั้ง ทนายความให้ดำเนินการแทนส่วนฝ่ายจำเลยคงมีน้อยกรณีที่เป็นผู้มีความรู้ทาง กฎหมาย ซึ่งสามารถต่อสู้คดีได้ด้วยตนเอง ฉะนั้นจำเลยที่ถูกฟ้องหากจำต้องสู้คดีเองทั้ง ๆ ที่ไม่มี ความรู้ ทางกฎหมายย่อมจะเป็นการไม่ยุติธรรมอย่างยิ่ง กฎหมายยังเปิดโอกาสให้จำเลยหา ทนายความเพื่อปรึกษาหารือ และแต่งตั้งให้ช่วยเหลือต่อสู้คดีแทนตนได้ ซึ่งถือเป็นหลักที่ถือปฏิบัติ กันในนานาประเทศ เช่น อังกฤษหรือสหรัฐอเมริกาที่ให้จำเลยให้โอกาสปรึกษารื้อกับผู้รู้ กฎหมายและ มีทนายความเข้าแก้ต่างในศาลได้เสมอ

กนกศักดิ์ เวชยานนท์ (2534, หน้า 13) การดำเนินคดีอาญานั้นไม่เหมือนกับคดีแพ่ง คดีอาญาหน้าที่นำสืบตกอยู่แก่โจทก์ที่จะต้องสืบก่อนเสมอ และพยานโจทก์นั้นสำคัญที่สุด ถ้าหาก พยานโจทก์อ่อนมีพิรุณหรือทำให้ศาลสงสัย แล้วศาลก็มักจะยกฟ้องคดีนั้นปล่อยตัวจำเลยพ้นข้อหา ไป โดยไม่ต้องฟังพยานของจำเลยว่าจะให้การเป็นอย่างใด ฉะนั้นถ้าหากท่านทำหน้าที่เป็น โจทก์ แล้วจะต้องนำสืบพยานของโจทก์ให้เตรียมคดีให้พร้อมก่อนวันนัด การเป็นทนายความนั้นไม่ใช่ ว่าจะเป็นการง่าย ๆ สำเร็จวิชาการจากมหาวิทยาลัยมาแล้วก็ไม่สามารถจะว่าความได้ดี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กนกอร ทองคง (2554 , บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชน ต่อการให้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลกำแพงแสน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับ ความพึงพอใจของประชาชน ต่อการให้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลกำแพงแสน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการให้บริการที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลกำแพงแสน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้จำนวนทั้งสิ้น 383 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสถิติทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ เพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญระดับ .05

ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า

1. ระดับความพึงพอใจที่มีต่อ การให้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลกำแพงแสน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ด้าน คือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการอยู่ ในระดับปานกลาง คือ ด้านระบบการให้บริการ

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการในภาพรวมกับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลกำแพงแสน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

สาวิตรี แถมเงิน (2554 , บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชน ต่อการบริการของเทศบาลตำบลบัวงาม อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้คือ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชน ที่มีต่อการบริการของเทศบาลตำบลบัวงาม และเปรียบเทียบ ระดับความพึงพอใจกับปัจจัย ที่เกี่ยวข้องของกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษา มาจากประชาชน ที่มีภูมิลำเนาในเขตเทศบาลตำบลบัวงาม เป็นจำนวน 366 คนใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่าง จึงทำการวิเคราะห์ หาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยวิธีของ Scheffe' โดยกำหนดนัยสำคัญ ในทางสถิติกำหนดไว้ที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจ ต่อบริการของเทศบาลตำบลบัวงาม อำเภอดำเนินสะดวกจังหวัดราชบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับมากในทุกด้านสำหรับผลการทดสอบ

สมมติฐานพบว่า ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการของเทศบาลตำบลบัวงาม อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี แตกต่างกัน แต่ประชาชนที่มีเพศ และสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจ ต่อบริการของเทศบาลตำบลบัวงาม อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ไม่แตกต่างกัน

อำนาจ วัฒนบงกช (2554, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริหารงานของ องค์การบริหารส่วนตำบลรางพิบูล อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษา ความพึงพอใจของประชาชน ต่อบริการงานขององค์การบริหารส่วนตำบลรางพิบูล อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม และ (2) เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจ ในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลรางพิบูล อำเภอกำแพงแสนจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป มีภูมิลำเนาอยู่ใน องค์การบริหารส่วนตำบลรางพิบูล จำนวน 375 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งหาค่าความเชื่อมั่นได้เท่ากับ 0.986 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลรางพิบูล ระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนของครอบครัว เป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลรางพิบูล อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ณัฐธารวี อาทรสิริรัตน์ (2553, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชน ต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลสวนผึ้ง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ 1. เพื่อศึกษาระดับ ความพึงพอใจของประชาชนผู้ใช้บริการของเทศบาลตำบลสวนผึ้ง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี 2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลสวนผึ้ง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนที่มาใช้บริการของเทศบาลตำบลสวนผึ้ง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำนวน 355 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมุติฐาน โดย การทดสอบค่าที (t-test) และสถิติที่ใช้พิจารณา ผลการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) แล้วแต่กรณี และทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ เชฟเฟ่ (Scheffe' Procedure) โดย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า ประชาชนเทศบาลตำบลสวนผึ้ง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีระดับความพึงพอใจมาก ต่อการให้บริการของเทศบาลตำบล และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจด้านสาธารณูปโภคมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อม และการ

ท่องเที่ยว สำหรับด้านการศาสนา และวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด ผู้มาใช้บริการที่มีเพศ และอาชีพ ที่ต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลสวนผึ้ง แตกต่างกัน ผู้มาใช้บริการที่มีอายุ และระดับการศึกษาที่ต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลสวนผึ้ง ไม่ต่างกัน

กัลยา เขาวนระภูติ (2554, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการตามความคิดเห็นของลูกค้าที่มาใช้บริการทำบัญชีของ บริษัท รุ่งเรืองการบัญชีและทนายความ จำกัดการศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่อง คุณภาพการบริการตามความคิดเห็นของลูกค้าที่มาใช้บริการทำบัญชีของ บริษัท รุ่งเรืองการบัญชีและทนายความ จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของลูกค้าที่มาใช้บริการ (2) ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการลูกค้าที่มาใช้บริการกับลักษณะประชากรศาสตร์ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือลูกค้าที่ใช้บริการทำบัญชีของ บริษัท รุ่งเรืองการบัญชีและทนายความ จำกัด จำนวน 160 ราย เครื่องมือที่ใช้ศึกษาคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์และการหาความสัมพันธ์โดยใช้สัมประสิทธิ์ความมีเงื่อนไข ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า (1) ลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็น บริษัท จำกัด มีทุนจดทะเบียนเกิน 1 ล้านบาทไม่เกิน 5 ล้านบาทที่สุด ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร เปิดดำเนินธุรกิจมานานกว่า 15 ปี มีรายได้ไม่เกิน 10 ล้านบาทต่อปี ไม่มีแผนบัญชีในองค์กร ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเอ็กเซลทำบัญชี มีระยะเวลาที่ใช้บริการทำบัญชี มากกว่า 10 ปี ขึ้น ปัจจัยหลักในการเลือกใช้บริการทำบัญชี คือความมีอรรถาศัยไมตรีและความสามารถในการให้คำปรึกษา (2) ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวม ในระดับมาก มีความเห็นสูงสุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ในคุณภาพด้านความไว้วางใจ อยู่ในระดับสูงสุด 26.009)รองลงมา ด้านการตอบสนอง และน้อยที่สุด ด้านการเอาใจใส่ ตามลำดับ และ (3) ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการ พบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของบริษัท รุ่งเรืองการบัญชีและทนายความ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความรู้เกี่ยวกับบริษัท ลอว์แพเวอ์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

บริษัท ลอว์แพเวอ์ จำกัด ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ณ สำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท จังหวัด สมุทรปราการ เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 ทะเบียนเลขที่ 0115555008472 ออกให้ ณ วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 ตามเอกสารทะเบียนนิติบุคคล ณ วันออกหนังสือนี้ ดังนี้

1. ชื่อบริษัท บริษัท ลอว์เพาเวอร์ จำกัด
2. กรรมการของบริษัทมี 3 คน ตามรายชื่อดังต่อไปนี้
 1. นางสาวรุจิพัชร นิธิอมรภิรมย์
 2. นายศิริบูรณ์ นวนกึ่ง
 3. นายณัฐทีธร จักรแก้ว
3. จำนวนหรือชื่อกรรมการซึ่งลงชื่อผูกพันบริษัทได้คือ นางสาวรุจิพัชร นิธิอมรภิรมย์ หรือ นายศิริบูรณ์ นวนกึ่ง ลงลายมือชื่อและประทับตราบริษัท
4. ทุนจดทะเบียน 1,000,000.00 บาท หนึ่งล้านบาทถ้วน
5. สำนักงานใหญ่
 - ตั้งอยู่เลขที่ 4/3 - 4/4 ซอย 12 (ข้างโรงเรียนสมุทรปราการ)
 - ถนนสุขุมวิท
 - ตำบลปากน้ำ
 - อำเภอเมืองสมุทรปราการ
 - จังหวัดสมุทรปราการ 10280

6. วัตถุประสงค์ของบริษัทมี 30 ข้อ รายละเอียดวัตถุประสงค์ที่ประสงค์
วัตถุประสงค์ทั่วไป

- (1) ซื้อ จัดหา รับ เช่า เช่าซื้อ ถือกรรมสิทธิ์ ครอบครอง ปรับปรุง ใช้อุ้ และการจัดการ โดยประการอื่น ซึ่งทรัพย์สินใด ๆ ตลอดจนดอกผลของทรัพย์สินนั้น
- (2) ขาย โอน จำนอง จำนำ แลกเปลี่ยน และจำหน่ายทรัพย์สินโดยประการอื่น
- (3) เป็นนายหน้า ตัวแทน ตัวแทนค้าต่างในกิจการและธุรกิจทุกประเภท เว้นแต่ใน ธุรกิจประกันภัย การหาสมาชิกให้สมาคม และการค้าหลักทรัพย์
- (4) กู้ยืมเงิน เบิกเงินเกินบัญชีธนาคาร นิติบุคคล หรือสถาบันการเงินอื่น และให้ กู้ยืมเงินหรือให้เครดิตด้วยวิธีการอื่น โดยจะมีหลักประกันหรือไม่ก็ตาม รวมทั้งการรับ ออก โอน และสลักหลังตัวเงิน หรือตราสารที่เปลี่ยนมือได้อย่างอื่น เว้นแต่ในธุรกิจธนาคาร ธุรกิจเงินทุน และ ธุรกิจเครดิตฟองซิเอร์
- (5) ทำการจัดตั้งสำนักงานสาขาหรือแต่งตั้งตัวแทน ทั้งภายในและภายนอกประเทศ
- (6) เข้าเป็นหุ้นส่วนจำกัดความรับผิดชอบในห้างหุ้นส่วนจำกัด เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัท จำกัด และบริษัทมหาชนจำกัด

วัตถุประสงค์ประกอบธุรกิจบริการ

- (7) ประกอบกิจการรับเหมาก่อสร้างอาคาร อาคารพาณิชย์ อาคารที่พักอาศัย สถานที่ ทำการ ถนน สะพาน เขื่อน อุโมงค์และงานก่อสร้างอื่น ๆ ทุกชนิดรวมทั้งรับทำงานโยธาทุกประเภท

(8) ประกอบกิจการโรงแรม ภัตตาคาร บาร์ ไนต์คลับ

(9) ประกอบกิจการขนส่งและขนถ่ายสินค้า และคนโดยสารทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ รวมทั้งรับบริการนำของออกจากท่าเรือตามพิธีศุลกากรและการจัดระวางการขนส่งทุกชนิด

(10) ประกอบกิจการนำเที่ยว รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการนำเที่ยวทุกชนิด

(11) ประกอบกิจการบริการจัดเก็บ รวบรวม จัดทำ จัดพิมพ์และเผยแพร่สถิติ ข้อมูลในทางเกษตรกรรม อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การเงิน การตลาด รวมทั้งวิเคราะห์และประเมินผลในการดำเนินธุรกิจ

(12) ประกอบกิจการบริการทางด้านกฎหมาย ทางบัญชี ทางวิศวกรรม ทางสถาปัตยกรรม รวมทั้งกิจการโฆษณา

(13) ประกอบธุรกิจบริการรับค้าประกันหนี้สิน ความรับผิด และการปฏิบัติตามสัญญาของบุคคลอื่น รวมทั้งรับบริการค้าประกันบุคคล ซึ่งเดินทางเข้ามาในประเทศหรือเดินทางออกไปต่างประเทศตามกฎหมายว่าด้วยคนเข้าเมือง กฎหมายว่าด้วยภาษีอากร และกฎหมายอื่น

(14) ประกอบธุรกิจบริการรับเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำปัญหาเกี่ยวกับด้านบริหารงานพาณิชยกรรม อุตสาหกรรม รวมทั้งปัญหาการผลิต การตลาดและจัดจำหน่าย

(15) ประกอบธุรกิจบริการรับเป็นผู้จัดการและดูแลผลประโยชน์ เก็บผลประโยชน์ และจัดการทรัพย์สินให้บุคคลอื่น

(16) ประกอบกิจการ โรงพยาบาลเอกชน สถานพยาบาล รักรักษาคนไข้และผู้ป่วยเจ็บรับทำการฝึกสอนและอบรมทางด้านวิชาการเกี่ยวกับการแพทย์ การอนามัย

(17) ประกอบกิจการจัดสร้างและจัดจำหน่ายภาพยนตร์ โรงภาพยนตร์ และโรงมหรสพอื่น สถานพักตากอากาศ สนามกีฬา สระว่ายน้ำ โบว์ลิ่ง

(18) ประกอบกิจการให้บริการซ่อมแซม บำรุงรักษา ตรวจสอบ อัคนีดิน พ่นน้ำยากันสนิมสำหรับยานพาหนะทุกประเภท รวมทั้งบริการติดตั้งตรวจสอบ และแก้ไขอุปกรณ์ ป้องกันวินาศภัยทุกประเภท

(19) ประกอบกิจการซักรีดเสื้อผ้า ตัดผม แต่งผม เสริมสวย

(20) ประกอบกิจการรับจ้างถ่ายรูป ล้างอัดขยายรูป รวมทั้งเอกสาร

(21) ประกอบกิจการสถานบริการอาบอบนวด

(22) ประกอบกิจการประมูลเพื่อรับจ้างทำของ ตามวัตถุที่ประสงค์ทั้งหมด ให้แก่บุคคล คณะบุคคล นิติบุคคล ส่วนราชการ และองค์การของรัฐ

วัตถุที่ประสงค์ของ ห้างหุ้นส่วน/บริษัท

(23) ประกอบกิจการขนส่งสินค้า ทางน้ำและทางบก ในและต่างประเทศ

(24) ประกอบกิจการการซื้อ ขาย วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง ตลอดจนเครื่องจักรที่ใช้ในการก่อสร้างทุกประเภท

(25) ประกอบธุรกิจบริการรักษาความปลอดภัย

(26) ประกอบธุรกิจบริการทำความสะอาด อาคารสถานที่

(27) ประกอบธุรกิจบริการฝึกอบรมการป้องกันภัย และอัคคีภัย

(28) ให้บริษัทออกหุ้นมีมูลค่าสูงกว่ามูลค่าหุ้นที่กำหนดไว้

(29) ประกอบธุรกิจบริการจัดหาแรงงาน

(30) ประกอบธุรกิจซื้อ ขาย ของเก่า