

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงาน
โครงการวิจัยวิทยานิพนธ์ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่
เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน
2. แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
3. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
4. บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ความหมายของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ประสิทธิภาพตามความหมายที่มีผู้ให้นิยามความหมายไว้ มักจะกล่าวถึงผลของการ
ปฏิบัติงาน (performance) ซึ่งถือได้ว่าเป็นเรื่องเดียวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (efficiency)
คือ เมื่อมีผลการปฏิบัติงานที่ดีก็ถือว่าประสิทธิภาพในการทำงานสูง และถ้าผลการปฏิบัติงานไม่ดีก็
ถือว่าประสิทธิภาพในการทำงานต่ำ คำว่าประสิทธิภาพนั้น มีผู้ให้ความหมายต่าง ๆ กันไป คือ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2545, หน้า 322) ได้ให้ความหมายของ
ประสิทธิภาพ ว่าหมายถึง ความสามารถที่ทำให้เกิดผลในการงาน

พจนานุกรมของ ออกซ์ฟอร์ด (Oxford Dictionary, 1974 อ้างถึงใน ทิพาวิดี เมฆสุวรรณค์,
2538, หน้า 10) ได้ให้ความหมายว่า ประสิทธิภาพเป็นความพร้อมและความสามารถในการ
ปฏิบัติงานให้สำเร็จหรือการปฏิบัติงานได้ประสพผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

Simon (1960, p. 180) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพว่า งานใดจะมีประสิทธิภาพสูงสุดนั้น
ให้ดูจากความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า (input) กับผลผลิต (output) ที่ได้รับออกมา

ตามทฤษฎีของไซมอน ได้ให้สูตรของคำว่า “ประสิทธิภาพ” ในการบริหารราชการ และองค์กรของรัฐ โดยบวกความพึงพอใจของผู้รับบริการ (satisfaction) เข้าไปด้วย ซึ่งเขียนเป็นสูตรไว้ดังนี้

$$E = (O - I) + S$$

E = Efficiency คือ ประสิทธิภาพของงาน

O = Output คือ ผลผลิตหรือผลงานที่ได้รับออกมา

I = Input คือ ปัจจัยนำเข้าหรือทรัพยากรทางการบริหารที่ใช้ไป

S = satisfaction คือ ความพึงพอใจในผลงานที่ออกมา

ทิพาวดี เมฆสวรรค์ (2538, หน้า 12) กล่าวถึงประสิทธิภาพไว้ว่า มีความหมายรวมถึง ผลผลิตภาพ และประสิทธิภาพเป็นสิ่งที่วัดได้หลายมิติ ตามแต่วัตถุประสงค์ที่ต้องการพิจารณา คือ

1. ประสิทธิภาพในมิติของกระบวนการบริหาร (process) ได้แก่ การทำงานที่ได้มาตรฐาน รวดเร็ว ถูกต้อง และใช้เทคนิคที่สะดวกขึ้นกว่าเดิม
2. ประสิทธิภาพในมิติของผลผลิตและผลลัพธ์ (output) ได้แก่ การทำงานที่มีคุณภาพ เกิดประโยชน์ต่อสังคม เกิดผลกำไร ทนเวลา ผู้ปฏิบัติงานมีจิตสำนึกที่ดีต่อการทำงานและให้บริการเป็นที่พอใจของลูกค้า หรือผู้มารับบริการ

แนวคิดการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ

แนวความคิดในเรื่องการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพนั้น ได้มีนักทฤษฎีหลายท่านได้ ทำการศึกษาและสรุปปัจจัยที่สำคัญในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพหรือปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการปฏิบัติงานที่น่าสนใจดังนี้

Becker and Neuhauser (1975, p. 94) ได้เสนอแบบจำลองเกี่ยวกับประสิทธิภาพของ องค์กร (Model of organizational efficiency) ไว้ว่า ประสิทธิภาพขององค์กรนอกจากจะพิจารณาถึง ทรัพยากร เช่น คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ ที่เป็นปัจจัยนำเข้าและผลผลิตขององค์กร คือ การบรรลุ เป้าหมายแล้ว องค์กรในฐานะที่เป็นองค์กรในระบบเปิด (open system) ยังมีปัจจัยประกอบอีกหลาย ประการ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ คือ

1. สภาพแวดล้อมในการทำงานขององค์กรที่มีความแน่นอน มีการกำหนดระเบียบ ปฏิบัติในการทำงานขององค์กรอย่างละเอียดถี่ถ้วนแน่ชัด จะนำไปสู่ความมีประสิทธิภาพของ องค์กรมากกว่าองค์กรที่มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีความไม่แน่นอน
2. การกำหนดระเบียบปฏิบัติชัดเจน เพื่อเพิ่มผลการทำงานที่มองเห็นได้ มีผลทำให้ ประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นด้วย

3. ผลการทำงานที่มองเห็นได้ สัมพันธ์ในทางบวกกับประสิทธิภาพ

4. หากพิจารณาควบคู่กันจะปรากฏว่า การกำหนดระเบียบปฏิบัติอย่างชัดเจนและผลการทำงานที่มองเห็นได้ มีความสัมพันธ์มากขึ้นต่อประสิทธิภาพ มากกว่าตัวแปรแต่ละตัวตามลำพัง และยังเชื่อว่าความสามารถเห็นผลการทำงานขององค์กรได้ (visibility consequences) มีความสัมพันธ์กับความมีประสิทธิภาพขององค์กร เพราะองค์กรสามารถทดสอบ เลือกระเบียบปฏิบัติ และทรัพยากรที่เป็นประโยชน์ต่อการบรรลุเป้าหมายได้ ดังนั้น โครงสร้างของงาน ระเบียบปฏิบัติ ผลการปฏิบัติงาน จึงมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

Kartz and Kahn (1987, p. 121) ซึ่งเป็นนักทฤษฎีที่ศึกษาองค์กรในระบบเปิด (open system) ได้ทำการศึกษาในเรื่องของปัจจัยที่มีความสำคัญต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ได้ให้ความหมายว่า **ประสิทธิภาพ** คือ ส่วนประกอบที่สำคัญของประสิทธิผลขององค์กรนั้น ถ้าจะวัดจากปัจจัยนำเข้าเปรียบเทียบกับผลผลิตที่ได้นั้น จะทำให้การวัดประสิทธิภาพคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง **ประสิทธิภาพขององค์กร** หมายถึง การบรรลุเป้าหมาย (goal attainment) ขององค์กร ในการบรรลุเป้าหมายขององค์กรนั้น ปัจจัยต่าง ๆ คือ การฝึกอบรม ประสบการณ์ ความรู้สึกผูกพัน ซึ่งมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพขององค์กรด้วย

Herzberg (1968, p. 24) ได้นำเอาการบริหารงานแบบวิทยาศาสตร์และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานมาศึกษาร่วมกัน เพื่อให้ได้ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้บุคคลปฏิบัติงานได้อย่างสบายใจและมีประสิทธิภาพ เขาได้ศึกษาวิจัยถึงทัศนคติของบุคคลที่พอใจในการทำงานและไม่พอใจในการทำงาน พบว่า บุคคลที่พอใจในการทำงานนั้น ประกอบด้วยปัจจัยดังนี้ คือ

1. การที่สามารถทำงานได้บรรลุผลสำเร็จ
2. การที่ได้รับการยกย่องนับถือเมื่อทำงานสำเร็จ
3. ลักษณะเนื้อหาของงานเป็นที่น่าสนใจ
4. การที่ได้มีความรับผิดชอบมากขึ้น
5. ความก้าวหน้าในการทำงาน
6. การที่ได้มีโอกาสพัฒนาความรู้และความสามารถในการทำงาน

ส่วนปัจจัยที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของงานที่เป็นสิ่งทำให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยปัจจัยดังนี้ คือ

1. นโยบายและการบริหารขององค์กร
2. การควบคุมบังคับบัญชา
3. สภาพการทำงาน
4. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทุกระดับในหน่วยงาน

5. ค่าตอบแทน
6. สถานภาพ
7. การกระทบกระเทือนต่อชีวิตส่วนตัว
8. ความปลอดภัย

Zaleanick and Others (1958, p. 40) ได้กล่าวว่าในการจะปฏิบัติงานด้วยดีหรือไม่ดีนั้น ผู้ปฏิบัติจะต้องได้รับการตอบสนองความต้องการทั้งภายนอกและภายใน (external and internal needs) ซึ่งหากได้รับการตอบสนองแล้ว ย่อมหมายถึงการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งความต้องการภายนอก ได้แก่

1. รายได้หรือค่าตอบแทน
2. ความมั่นคงปลอดภัยในการปฏิบัติงาน
3. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ
4. ตำแหน่งหน้าที่

และความต้องการภายใน ได้แก่

1. ความต้องการเข้าหมู่คณะ
2. ความต้องการแสดงความจงรักภักดี ความเป็นเพื่อน และความรักใคร่
3. ความต้องการในศักดิ์ศรีของตนเอง

สมพงษ์ เกษมสิน (2521, หน้า 30) ได้กล่าวถึงแนวคิดของ Harring Emerson ที่เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับหลักการการทำงานให้มีประสิทธิภาพ ในหนังสือ “The Twelve Principles of Efficiency” ซึ่งได้รับการยกย่องและกล่าวถึงกันมาก โดยมีหลักการที่สำคัญ 12 ประการดังนี้ คือ

1. ทำความเข้าใจและกำหนดแนวความคิดในการทำงานให้กระจ่าง
2. ให้หลักสามัญสำนึกในการพิจารณาความน่าจะเป็นไปได้ของงาน
3. คำปรึกษาและแนะนำต้องสมบูรณ์และถูกต้อง
4. รักษาระเบียบวินัยในการทำงาน
5. ปฏิบัติงานด้วยความยุติธรรม
6. การทำงานต้องเชื่อถือได้ มีความเฉียบพลัน มีสมรรถภาพและมีการลงทะเบียนไว้

เป็นหลักฐาน

7. งานควรมีลักษณะแจ้งให้ทราบถึงการดำเนินงานอย่างทั่วถึง
8. งานสำเร็จทันเวลา
9. ผลงานได้มาตรฐาน
10. การดำเนินงานสามารถยึดเป็นมาตรฐานได้

11. กำหนดมาตรฐานที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการฝึกสอนงานได้

12. ให้บำเหน็จรางวัลแก่งานที่ดี

สมยศ นาวิการ (2529, หน้า 5) ได้กล่าวถึงแนวความคิดที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์กร คือ

1. กลยุทธ์ (strategy) กลยุทธ์เกี่ยวกับการกำหนดภารกิจการพิจารณาจุดอ่อนและจุดแข็งในองค์กร โอกาส และอุปสรรคภายนอก

2. โครงสร้าง (structures) โครงสร้างขององค์กรที่เหมาะสมจะช่วยให้ปฏิบัติงาน

3. ระบบ (system) ระบบขององค์กรที่จะบรรลุเป้าหมาย

4. แบบ (styles) แบบของการบริหารของผู้บริหาร เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร

5. บุคลากร (staff) ผู้ร่วมองค์กร

6. ความสามารถ (skill)

7. ค่านิยม (share values) ค่านิยมของคนในองค์กร

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงาน

กิติมา ปริศิฉิลก (2524, หน้า 278) ได้รวบรวมความหมายของความพึงพอใจในการทำงานดังนี้

1. ความพึงพอใจในการทำงานตามแนวคิดของ คาร์เตอร์ (Carter) หมายถึง คุณภาพสภาพ หรือระดับความพึงพอใจของบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจ และทัศนคติของบุคคลที่มีต่อคุณภาพและสภาพของงานนั้น ๆ

2. ความพึงพอใจในการทำงานตามแนวคิดของ เบนจามิน (Benjamin) หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุข เมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ความต้องการ หรือแรงจูงใจ

3. ความพึงพอใจในการทำงานตามแนวคิดของ เออร์เนสต์ (Ernest) และโจเซฟ (Joseph) หมายถึง สภาพความต้องการต่าง ๆ ที่เกิดจากการปฏิบัติหน้าที่การงานแล้วได้รับการตอบสนอง

4. ความพึงพอใจตามแนวคิดของ จอร์จ (George) และเลโอนาร์ด (Leonard) หมายถึง ความรู้สึกพอใจในงานที่ทำและเต็มใจที่จะปฏิบัติงานนั้นให้บรรลุวัตถุประสงค์

ความสำคัญของการสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

ความพึงพอใจในงานเป็นปัจจัยที่ช่วยให้การปฏิบัติงานประสบผลสำเร็จ ผู้ปฏิบัติงานที่มีความพึงพอใจในงาน ประสิทธิภาพของงานย่อมมีมากกว่าคนที่ขาดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน การทำความเข้าใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของผู้ร่วมงานมิใช่เรื่องง่ายนัก เพราะความพึงพอใจเป็นกระบวนการทางจิตวิทยา ไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน แต่สามารถคาดคะเนได้ว่ามีหรือไม่มีจากการสังเกตพฤติกรรมเท่านั้น

ความพึงพอใจของบุคลากรในองค์กร จำแนกออกได้ 2 ลักษณะ คือ ความพึงพอใจภายในและภายนอก (intrinsic and extrinsic satisfaction) ความพึงพอใจภายนอก สามารถสังเกตได้จากการปฏิบัติงานของบุคลากร กล่าวคือ เมื่อบุคลากรเต็มใจที่จะทำงานด้วยความมุ่งมั่นให้ได้ผลงาน เมื่อผลที่ปรากฏว่าดีแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจภายในสูง และในเวลาเดียวกันผลตอบแทนหรือรางวัลจากภายนอก จะมีส่วนเกี่ยวข้องและเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ (satisfiers and dissatisfiers) และมีส่วนเกี่ยวข้องกันทั้งสองทาง ผู้บริหารที่มีประสิทธิภาพจะต้องตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความพึงพอใจในงานให้เกิดขึ้นในตัวบุคลากรในองค์กร โดยเฉพาะความพึงพอใจภายใน ปัจจัยสำคัญของการสร้างความพึงพอใจในงานก็คือ ผู้บริหารจะต้องเข้าใจโครงสร้างการจูงใจในตัวเองของเขาเอง และนำความเข้าใจนี้ไปใช้กับผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จในการจูงใจจะต้องมีสามัญสำนึกที่ดี และมีความสามารถที่จะวินิจฉัย วิเคราะห์ ช่างสังเกต และสนใจมองลึกถึงถึงความแตกต่างในตัวผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อที่จะได้ปฏิบัติอย่างเหมาะสม โดยเหตุผลและข้อตกลงทางจิตใจเป็นจุดเริ่มต้นที่จะสามารถจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชาได้ถูกต้อง โดยต้องคาดคะเนถึงความหมายของผู้ใต้บังคับบัญชาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความสามารถและสิ่งจูงใจที่ผู้ใต้บังคับบัญชามีอยู่ ผู้บริหารควรจะค้นหาว่าอะไรที่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้กล่าวถึงว่าเป็นสิ่งจูงใจของพวกเขาได้ เครื่องมือที่สำคัญเกี่ยวกับการจูงใจที่ผู้บริหารจะต้องใช้ก็คือ ความเข้าใจจากการรับรู้และการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ (ธงชัย สันติวงษ์, 2533, หน้า 65)

สรุปได้ว่า การสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานให้แก่บุคลากรในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งความพึงพอใจภายใน จะเป็นพลังอย่างมหาศาลที่จะผลักดันให้องค์กรเจริญก้าวหน้าโดยไม่หยุดยั้ง นับว่าความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร มี

ความสำคัญอย่างยิ่งที่ผู้บริหารองค์การพึงตระหนักถึงความสำคัญและสร้างเสริมให้เกิดขึ้นและดำรงอยู่ในองค์การอยู่เสมอ

องค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

ได้มีผู้ให้แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานไว้หลายแนวคิด ซึ่งจะขอเสนอแนวคิดต่าง ๆ ไว้พอสังเขปดังนี้

Gilmer (1971, p. 280) ได้จำแนกองค์ประกอบที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานไว้ 10 ประการ คือ

1. ความมั่นคงปลอดภัย (security) ได้แก่ ความมั่นคงในการทำงาน การได้ปฏิบัติงานตามหน้าที่เต็มความสามารถ และได้รับความเป็นธรรม
2. โอกาสก้าวหน้าในการทำงาน (opportunity for advancement) การได้มีโอกาสเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น ได้รับสิ่งตอบแทนจากความสามารถในการทำงาน
3. พื่อใจในการจัดการ (company and management) ได้แก่ ความพึงพอใจในงานที่ทำ และพื่อใจในการจัดการ
4. ค่าจ้าง (wages) มีความรู้สึกพอใจในค่าจ้างสมเหตุสมผลในสิ่งตอบแทนนั้น ๆ
5. ลักษณะการทำงาน (intrinsic aspects of the job) ผู้ปฏิบัติงานมีความพึงพอใจในงานที่ทำ หากได้ทำงานตามที่ต้องการและถนัด
6. การบังคับบัญชา (supervision) มีส่วนทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน
7. ลักษณะทางสังคม (social aspects of job) หากผู้ปฏิบัติงานทำงานร่วมกับคนอื่น ๆ ได้อย่างมีความสุข ก็เกิดความพึงพอใจในงานนั้น ๆ
8. การสื่อสาร (communication) ช่วยก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานมากน้อยต่างกัน
9. สภาพการทำงาน (working conditions) ได้แก่ แสง เสียง ฝุ่นน้ำ ชั่วโมงในการทำงาน มีส่วนช่วยให้เกิดความพึงพอใจมากน้อยต่างกัน
10. สิ่งตอบแทน (benefits) เช่น เงินบำเหน็จตอบแทนเมื่อออกจากงาน การรักษาพยาบาล ที่อยู่อาศัย ก็มีมีส่วนช่วยให้เกิดความพอใจในการทำงานได้

เทพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2529, หน้า 111) กล่าวว่าองค์ประกอบส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงาน ได้แก่ ด้านความสามารถ และด้านบุคลิกภาพ ซึ่งเป็นบทบาททำให้ตัวบุคคลเกิดความพึงพอใจในการเป็นผู้ปฏิบัติงาน ประกอบด้วย

1. องค์ประกอบด้านประชากร

1.1 ผู้ปฏิบัติงานที่มีอายุน้อยจะมีความพึงพอใจในงานน้อยกว่าผู้ปฏิบัติงานที่มีอายุมากกว่า กลุ่มอายุมีความแตกต่างของความพึงพอใจอย่างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มที่มีอายุสูงกว่า

1.2 โดยทั่วไป กลุ่มปฏิบัติงาน เพศหญิง เพศชาย ไม่มีความแตกต่างกันในด้านความพึงพอใจในงานอย่างเห็นได้ชัด

1.3 ในกลุ่มผู้ปฏิบัติงานที่ไม่ได้รับปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัย พบว่าไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและความพึงพอใจในงาน ส่วนในระดับวิทยาลัย กลุ่มผู้ปฏิบัติงานที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจะมีความพึงพอใจในงานสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับปริญญาตรี

2. ความสามารถ

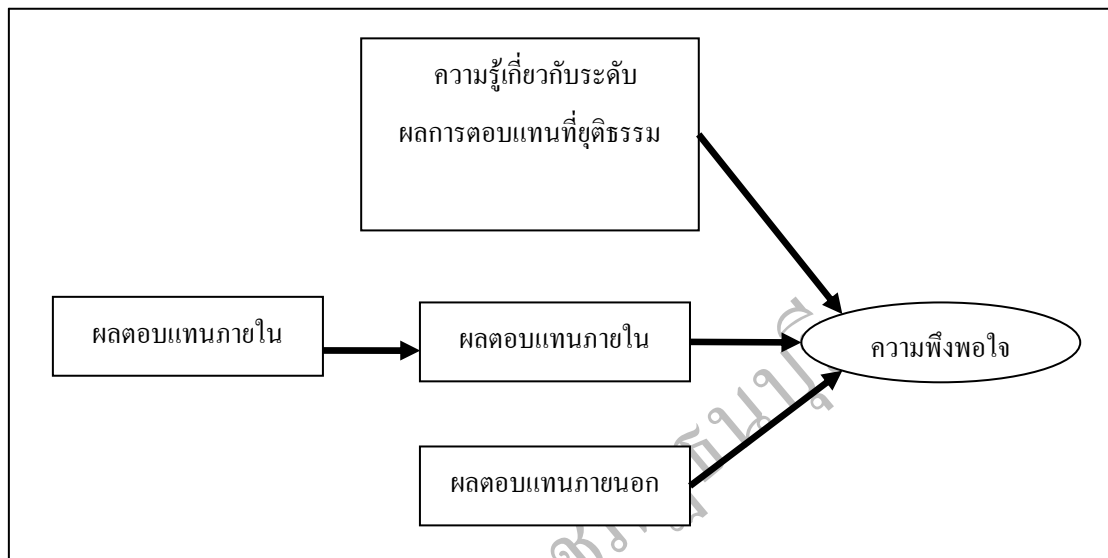
ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของบุคคลกับความพึงพอใจในงาน ความสามารถจะเป็นตัวกำหนดการปฏิบัติงานของบุคคลนั้น และสามารถพยากรณ์พฤติกรรมที่แสดงถึงความไม่พอใจในงานได้ ความแตกต่างระหว่างความสามารถที่มีอยู่ในตัวบุคคลและความสามารถที่คาดหวังของบุคคลนั้น จะมีความสัมพันธ์อย่างมากกับระดับความพึงพอใจในงาน

จากแนวคิดของนักวิชาการเหล่านี้ สรุปได้ว่า องค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานนั้น ส่วนหนึ่งมาจากความสามารถของบุคลากร ความเจริญก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน ลักษณะของงาน เงินเดือนและสิ่งตอบแทน การบังคับบัญชาและความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมงาน นโยบายและการบริหาร รวมถึงความมั่นคงในงาน และการยอมรับนับถือ ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (สมยศ นาวิการ, 2521, หน้า 119) พบว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์

กับการปฏิบัติงานในทางบวกอยู่ในระดับต่ำ คือผู้ปฏิบัติงานที่ดีจะมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ปฏิบัติงานไม่ดีเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ตามแนวความคิดนี้ พบว่า ระหว่างการปฏิบัติงานกับความพึงพอใจในงานนั้นมีผลตอบแทนเป็นตัวแปรคั่นอยู่ระหว่างกลาง ดังแผนภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 การปฏิบัติงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

ที่มา : สมยศ นาวิการ, 2521, หน้า 119

ตามแนวความคิดนี้ ความพึงพอใจมีผลมาจากการปฏิบัติงาน และจำนวนผลตอบแทนที่ได้รับจริงกับการรับรู้เกี่ยวกับความยุติธรรมของผลตอบแทนนั้น

สำหรับผลตอบแทนจะมีอยู่ 2 ชนิด คือ ผลตอบแทนภายในและผลตอบแทนภายนอก ผลตอบแทนภายใน หมายถึง สิ่งที่ผู้ปฏิบัติแต่ละคนจะได้รับจากผลการปฏิบัติงานของเขาเอง อันได้แก่ ความสำเร็จในงานที่ทำ ผลตอบแทนนี้จะสนองความต้องการในระดับสูง เช่น ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในชีวิต (self-actualization needs) และมีผลโดยตรงอย่างมากต่อการสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ส่วนผลตอบแทนภายนอก คือ ผลตอบแทนที่ผู้ปฏิบัติงานแต่ละคนจะได้รับจากหน่วยงานหรือองค์กรตามผลการปฏิบัติงาน อันได้แก่ ค่าตอบแทน การเลื่อนตำแหน่งฐานะและความมั่นคง ซึ่งสามารถสนองความต้องการระดับต่ำของแต่ละบุคคลได้ และมีผลโดยตรงค่อนข้างต่ำต่อการสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

ความหมายของความคิดเห็น

พจนานุกรมทางการศึกษาของ Good (1973, p. 339) ให้ความหมายของความคิดเห็นไว้ว่าหมายถึง ความนึกคิด ความรู้สึกประทับใจ ความเชื่อ การตัดสินใจเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งไม่อาจบอกได้ว่าเป็นการถูกต้องหรือไม่

พจนานุกรม Webster's New World Dictionary (1976, p. 1254) ให้ความหมายของความคิดเห็นไว้ว่า เป็นการประเมินค่า การแสดงความรู้สึก หรือการคาดการณ์ในเรื่องคุณภาพหรือคุณค่าในเรื่องใดเรื่องหนึ่งของบุคคล และการที่จะยอมรับความคิดเห็นนั้น ๆ ต้องมีการพิจารณาหรือถกเถียงเพื่อหาข้อสรุปของความแตกต่างในเรื่องทัศนคติและความเชื่อมั่นนั้นก่อน

มิเชลล์ จี โอฟริย์ ดันแคน (Mitchell, Geoffrey Duncan, 1971, p. 135) ให้ความหมายไว้ว่า “ความคิดเห็นเป็นความเชื่อหรือการพิจารณาตัดสิน โดยบุคคลซึ่งอาจไม่เป็นที่ยอมรับในแต่ละช่วงเวลาได้ ความคิดเห็นนี้ไม่สามารถจะทดสอบความรู้ และความจริงของความเชื่อมั่นของบุคคลได้ และต้องยอมรับว่าประชาชนโดยทั่วไปนั้น อาจมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไป”

อิงเกลและสเนลโกรว์ (Engle and Snellgrow, 1969, p. 593) ใต้ให้คำนิยามว่า “ความคิดเห็นหรือการแสดงออกทางเจตคติที่ออกมาเป็นคำพูดเป็นการสรุปโดยลงความเห็น ซึ่งอาศัยความรู้ที่มีอยู่เดิม”

มอร์แกน และ คิง (Morgan and King, 1967, p. 189) กล่าวว่า ความคิดเห็น คือ การยอมรับคำพูด (statement) ที่เกิดขึ้นโดยทัศนคติ ซึ่งทัศนคติในแนวความคิดของกู๊ด (Good, 1973, p. 339) หมายถึง ความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง อาจเป็นการเข้าหาหรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่างของบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และยังสามารถให้แนวความคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นว่าเป็นความเชื่อ ความคิดเห็นหรือการลงความเห็นเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งไม่อาจจะบอกได้ว่าเป็นการถูกต้องหรือไม่

โคลาซา (Kolasa, 1969, p. 386) มีความเห็นว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคล ในอันที่จะพิจารณาถึงข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือเป็นการประเมินผลสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากกรณีแวดล้อม (circumstance) หรือความคิดเห็นเป็นการตอบสนองสิ่งเร้าที่ได้รับอิทธิพลจากความโน้มเอียง (predisposition) ความโน้มเอียงนี้เองที่ทำให้บุคคลปฏิบัติตามที่เรียกว่าโครงสร้างทัศนคติ (attitude structure) ดังนั้น ทัศนคติจึงเป็นพื้นฐานของความคิดเห็น และมีอิทธิพลต่อการแสดงออก ส่วนทัศนคตินั้นคือ ความโน้มเอียงในการแสดงออกของบุคคลต่อบุคคลอื่น สถานะที่สภาพแวดล้อม ไม่ว่าจะเข้าไปในทางบวกหรือทางลบ

โคเลสนิค (Kolesnik, 1970, p. 296) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแปลความหมาย (interpretation) หรือการลงความเห็นที่เกิดจากข้อเท็จจริง ซึ่งแต่ละบุคคลคิดว่าถูกต้องแต่คนอื่น ๆ อาจไม่เห็นด้วยก็ได้ทุกคน ความคิดเห็นที่ไม่ลึกซึ้ง และเป็นความคิดเห็นเฉพาะอย่างและมีอยู่เป็น เวลาอันสั้น เรียกว่า opinion เป็นความคิดเห็นประเภทหนึ่งที่ไม่ตั้งอยู่บนรากฐานของ พยานหลักฐานที่ไม่พอแก่การพิสูจน์ มีความรู้แห่งอารมณ์น้อย และเกิดขึ้นได้อย่างง่ายแต่สลายตัว เร็ว

เบสท์ (Best, 1977, p. 169) กล่าวว่า ความคิดเห็น คือ การแสดงทางด้านความเชื่อและ ความรู้สึกของแต่ละบุคคลโดยการพูด

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526, หน้า 3) กล่าวว่า ความคิดเห็นถือได้ว่าเป็นการแสดงออก ทางด้านทัศนคติอย่างหนึ่ง แต่การแสดงความคิดเห็นมักจะมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ และเป็น ส่วนที่พร้อมจะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก

ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2544, หน้า 189) สรุปว่า มติ หรือความคิดเห็นต่าง ๆ ของ คนเรานั้นเกิดได้จากการปะทะสังสรรค์ประจำวันของคนเรา แต่คนเรามีภูมิหลังทางสังคมจำกัดอยู่ ภูมิหลังทางสังคมของคนเราแต่ละคน ย่อมเป็นผลถึงการที่คนเรากระทำตอบสนองต่อเหตุการณ์ และเกิดความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์นั้น เป็นต้นว่า ในสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง ชาวไทยที่ ได้รับการศึกษาจากยุโรปและอเมริกาส่วนมากไม่เชื่อว่าญี่ปุ่นจะเป็นฝ่ายมีชัยในสงครามนั้น พวกนี้ มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อญี่ปุ่น ส่วนคนหนุ่มสาวราษฎรสามัญทั่วไปนิยมญี่ปุ่นมาก ราษฎรที่ได้รับการ ศึกษาภาคีมีความคิดเห็นสนับสนุนอเมริกาและยุโรปมากกว่าราษฎรที่ได้รับการศึกษาน้อย

ความคิดเห็นและทัศนคติมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ความคิดเห็นเป็นส่วนหนึ่ง ของทัศนคติ จึงมีผู้กล่าวถึงความคิดเห็นและทัศนคติไว้มากมาย เช่น

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526, หน้า 10) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติ เราไม่สามารถแยกความคิดเห็นและทัศนคติออกจากกันได้ เพราะความคิดเห็นมีลักษณะคล้ายกับ ทัศนคติ แต่ความคิดเห็นแตกต่างจากทัศนคติตรงที่ ทัศนคตินั้นเป็นความพร้อมทางจิตใจที่มีต่อสิ่ง ใดสิ่งหนึ่งที่จะแสดงออกมาได้ทั้งคำพูดและการกระทำ ทัศนคติไม่เหมือนกับความคิดเห็นตรงที่ ไม่ใช่สิ่งเร้าที่จะแสดงออกมาได้อย่างเปิดเผยหรือตอบสนองอย่างตรง ๆ และลักษณะของ ความ คิดเห็นไม่ลึกซึ้งเหมือนกับทัศนคติ

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2547, หน้า 39) ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดเห็นเป็นการ แสดงออกทางด้านความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยการพูด หรือการเขียนโดยอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์และสภาพแวดล้อม ซึ่งการแสดงความคิดเห็นนี้ อาจจะได้รับปฏิกิริยาจากคนอื่น ๆ ก็ได้

ดูชา จันท์ธอม (2539, หน้า 8) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นไว้ว่า เป็นความรู้สึกของบุคคลแต่เป็นลักษณะที่ไม่ลึกซึ้งเท่ากับทัศนคติ คนเราจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน และความคิดเห็นเป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติ

หุชนะ รุ่งปัจฉิม (2544, หน้า 14) สรุปความหมายของความคิดเห็นได้ว่าเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ และการตัดสินใจในการพิจารณาข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่งหรือประเด็นสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อม

ออสแคมป์ (Oskamp, 1977, p. 77) กล่าวว่า “ทัศนคติเป็นผลรวมทั้งหมดของมนุษย์เกี่ยวกับความรู้สึก ความคิดเห็น ความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่าง การแสดงออกทางคำพูดเป็นความคิดเห็น และความคิดเห็นนี้เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ ดังนั้น ถ้าเราอยากวัดทัศนคติ เราก็ทำได้โดยวัดความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ”

จากความหมายของความคิดเห็นของบุคคลต่าง ๆ พอจะสรุปได้ว่าความคิดเห็นเป็นการแสดงทางด้านความรู้สึกนึกคิด การตัดสินใจ และความเชื่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เหตุการณ์หนึ่ง ด้วยการพูดหรือการเขียน โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ การรับรู้ ประสบการณ์ อารมณ์ และสภาพแวดล้อมเป็นส่วนช่วยในการแสดงความคิดเห็นของแต่ละคน ความคิดเห็นจึงมีได้ทั้งในทางบวกและทางลบ ซึ่งความคิดเห็นของแต่ละบุคคลอาจจะเป็นที่ยอมรับหรือปฏิเสธจากบุคคลอื่นก็ได้ ความคิดเห็นนี้อาจจะเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา

ความสำคัญของความคิดเห็น

เฟลด์มัน (Feldman, 1991, p. 53) กล่าวว่าไว้ว่า การสำรวจความคิดเห็น เป็นการศึกษาความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่ละคนจะแสดงความเชื่อและความรู้สึกใด ๆ ออกมาโดยการพูดหรือการเขียน เป็นต้น การสำรวจความคิดเห็นจะเป็นประโยชน์ต่อการวางนโยบายต่าง ๆ เพราะจะทำให้การดำเนินงานต่าง ๆ เป็นไปด้วยความเรียบร้อย โครงการพัฒนาใด ๆ ก็ตาม ถ้าจะให้สำเร็จและบรรลุเป้าหมายอย่างแท้จริงแล้ว ก็ควรต้องได้รับความร่วมมือจากประชาชน การเผยแพร่โครงการและการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนต่อโครงการจึงจะเกิดผลดี คือจะช่วยให้โครงการนั้นสอดคล้องเป็นไปตามความต้องการของท้องถิ่น อันเป็นสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่ใช้ประเมินค่าโครงการและทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกในการเข้ามามีส่วนร่วม ทำให้ไม่เกิดการต่อต้าน ถ้าสาธารณชนมีส่วนหรือมีสิทธิแสดงความคิดเห็นเป็นการศึกษาความรู้สึกของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด แต่ละคนจะแสดงความเชื่อและความรู้สึกใด ๆ ออกมา โดยการพูดและการเขียน เป็นต้น การสำรวจความคิดเห็นจะเป็นประโยชน์ต่องานวางนโยบายต่าง ๆ หรือการเปลี่ยนแปลงนโยบาย เพราะจะทำให้การดำเนินงานต่าง ๆ เป็นไปด้วยความเรียบร้อย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น

ออสแคมป์ (Oskamp, 1977, p. 119) ได้กล่าวสรุปถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดความคิดเห็น ดังนี้

1. ปัจจัยทางพันธุกรรมและสรีระ คือ อวัยวะต่าง ๆ ของบุคคลที่รับรู้ ความผิดปกติของอวัยวะ ความบกพร่องของอวัยวะสัมผัส ซึ่งมีผลต่อความคิดเห็นไม่ดีของบุคคล

2. ประสบการณ์โดยตรงของบุคคล คือ บุคคล ได้ประสบกับเหตุการณ์ด้วยตนเอง การกระทำด้วยตนเองหรือ ได้พบเห็น ทำให้บุคคลมีความฝังใจและเกิดความคิดเห็นต่อประสบการณ์เหล่านั้นต่างกัน

3. อิทธิพลของผู้ปกครอง คือ เมื่อเป็นเด็ก ผู้ปกครองจะเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดและให้ข้อมูลแก่เด็กได้มาก ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมและความคิดเห็นของเด็ก

4. ทักษะคิดและความคิดเห็นของกลุ่ม คือ เมื่อบุคคลเจริญเติบโตย่อมจะต้องมีกลุ่ม และสังคม ดังนั้นความคิดเห็นของกลุ่มเพื่อน กลุ่มอ้างอิง หรือการอบรมสั่งสอนของโรงเรียน หน่วยงานที่มีความคิดเห็นเหมือนกันหรือแตกต่างกัน ย่อมจะมีผลต่อความคิดเห็นของบุคคล

5. สื่อมวลชน คือ สื่อต่าง ๆ ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคน สื่อเหล่านี้ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารวารสาร จึงเป็นปัจจัยอันหนึ่งที่มีผลกระทบต่อความคิดเห็นของบุคคล

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2544, หน้า 235) ได้เสนอว่า สิ่งที่มีอิทธิพลทำให้ความคิดเห็นแตกต่างกันเพิ่มเติม 2 หัวข้อ ดังนี้

1. วัฒนธรรมประเพณี บุคคลเมื่อได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมและประเพณีใด ย่อมปฏิบัติไปตามวัฒนธรรมและประเพณีนั้น ๆ และมักจะมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมและประเพณีของตนไปในทางที่ดี

2. การศึกษา ระดับการศึกษามีอิทธิพลมากต่อการแสดงความคิดเห็น เพราะเป็นการจัดประสบการณ์ให้กับบุคคล

การวัดความคิดเห็น

การวัดความคิดเห็นของบุคคลสามารถทำได้หลายวิธี วิธีที่ใช้โดยทั่วไป คือ การตอบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ ซึ่ง เบสท์ (Best, 1977, p. 213) ได้เสนอแนะว่าวิธีที่ง่ายที่สุดในการที่จะบอกถึงความคิดเห็นก็คือ การแสดงให้เห็นถึงร้อยละของคำตอบในแต่ละข้อความ เพราะจะทำให้เห็นว่าความคิดเห็นจะออกมาในลักษณะเช่นไร และจะ ได้สามารถทำตามข้อคิดเห็นเหล่านั้นได้ (Best, John W, 1977, p. 177) แต่เมอร์แกน และคิง (Clifford T. Morgan and Richard A. King, 1971,

p. 516) เสนอแนะว่า “การที่จะให้ใครออกความคิดเห็นควรถามกันต่อหน้า (Face to Face)” ถ้าจะใช้แบบสอบถามสำหรับความคิดเห็นจะต้องระบุให้ผู้ตอบตอบว่า เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยกับข้อความที่กำหนดให้ แบบสอบถามประเภทนี้นิยมสร้างตามแนวของลิเคอร์ท (Likert) (วิเชียร เกตุสิงห์, 2524, หน้า 94) ซึ่งแบ่งน้ำหนักความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยเฉย ๆ หรือไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนการให้คะแนนขึ้นอยู่กับข้อความว่าจะเป็นทางบวกหรือทางลบ

จอห์น แซดโดรนี โทมัส (John Zadrozny Thomas, 1959, p. 234) กล่าวไว้ว่า การวัดความคิดเห็นโดยทั่วไปต้องมีส่วนประกอบ 3 อย่าง คือ ตัวบุคคลที่จะถูกวัด สิ่งเร้า และการตอบสนอง ซึ่งจะออกมาเป็นระดับสูงต่ำมากน้อย วิธีวัดความคิดเห็น โดยมากจะใช้การตอบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ โดยให้ผู้ที่จะตอบคำถามเลือกตอบตามแบบสอบถาม

แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

ความหมายของการให้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541, หน้า 124) กล่าวว่า การบริการ (service) เป็นกิจกรรมผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า

दनัย เทียนพุด (2545, หน้า 11) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การให้ทั้งรูปธรรมและนามธรรมในเชิงความสะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง และด้วยอัธยาศัยที่เป็นพื้นฐาน ซึ่งจะสามารถพิจารณาการให้ได้ใน 3 ลักษณะด้วยกัน คือ 1) ให้ด้วยความเต็มใจ 2) ให้ด้วยความโกรธ 3) ให้ด้วยเหตุผล ซึ่งสิ่งที่ลูกค้าต้องการก็คือการให้ด้วยเหตุผลและการให้บริการที่ดีจะต้องมีความเข้าใจในพฤติกรรมมนุษย์ โดยยึดถือความพอใจ ความต้องการของผู้รับบริการ (ลูกค้า) เป็นหลัก โดยผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ ใจไหวพริบและปฏิภาณอยู่ตลอดเวลา

ดรักเกอร์ (Drucker, 2000 อ้างถึงใน วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์, 2547, หน้า 16) ได้เคยกล่าวถึงการบริการว่า “สำหรับช่วงเวลาที่เหลืออยู่ของศตวรรษนี้และไกลออกไปถึงศตวรรษหน้า การต่อสู้ในเชิงแข่งขันจะชนะหรือแพ้กันด้วยอัตราเพิ่มผลผลิตด้านบริการ”

จิตตินันท์ เฉชะคุปต์ (2547, หน้า 89) ให้ความหมายไว้ว่า บริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำใด ๆ ก็ตามที่ต้องจัดการจัดให้มีขึ้น เพื่อให้บุคลากรขององค์กรได้รับความสะดวกสบายในการปฏิบัติหน้าที่ที่มีความมั่นคงในอาชีพและมีความพึงพอใจในงานที่ทำ กล่าวโดยสรุปได้ว่าการบริการหรือการให้บริการต้องมีองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ คือ ต้องมีกิจกรรมหรือการกระทำ

ต้องจัดเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ทั้งในและนอกองค์กร ต้องสร้างความพึงพอใจให้แก่
มนุษย์ทั้งในและนอกองค์กร เพื่อให้กิจกรรมหรืองานนั้นบรรลุเป้าหมายมีประสิทธิภาพ

ความหมายของคุณภาพบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541, หน้า 145) กล่าวว่า คุณภาพในการให้บริการ (service quality) เป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้บริการ คือ การรักษาระดับการ
ให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ
เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการ จะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อ
ปาก จากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (what) เมื่อ
เขามีความต้องการ (when) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (where) ในรูปแบบที่ต้องการ (how) นักการ
ตลาดต้องทำการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า โดยทั่วไปไม่ว่าธุรกิจ
แบบใดก็ตามลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ

1. การเข้าถึงลูกค้า (access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา
สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสม อันแสดงถึงความสามารถเข้าถึง
ลูกค้า
2. การติดต่อสื่อสาร (communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้า
เข้าใจง่าย
3. ความสามารถ (competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้
ความสามารถในงาน
4. ความสุภาพ (courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่น่าเชื่อถือ มีความเป็น
กันเอง มีวิจรรณญาณ
5. ความน่าเชื่อถือ (credibility) บริษัทและบุคลากร ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและ
ความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า
6. ความไว้วางใจ (reliability) บริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
7. การตอบสนองลูกค้า (responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่
ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
8. ความปลอดภัย (security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยง และปัญหา
ต่าง ๆ
9. การสร้างบริการที่เป็นที่รู้จัก (tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถ
คาดคะเนถึงคุณภาพของบริการดังกล่าวได้

10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (understanding/ knowing customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

คณีย์ เทียนพุด (2545, หน้า 26) กล่าวว่า คุณภาพบริการ หมายถึง กระบวนการให้ได้มาซึ่งสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่ไม่มีข้อผิดพลาดหรือบกพร่องเกิดขึ้นเลย อีกทั้งยังเป็นส่วนสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า

คุณภาพงานบริการ ขึ้นอยู่กับความคาดหวังของผู้บริโภคเป็นหลักใหญ่ นักการตลาดจึงกำหนดปัจจัยที่มีอิทธิพลกับการสร้างความหวังของผู้บริโภค ต่อการประเมินคุณภาพบริการไว้ 4 ปัจจัย คือ

1. World of mouth and communication หาข้อมูลด้วยการสอบถามจากเพื่อนหรือญาติที่เคยใช้บริการนั้น ๆ มาก่อน

2. Personal needs and preferences เป็นความต้องการที่จะเป็นรสนิยมส่วนตัว อันเนื่องมาจากพื้นฐานด้านสังคม การศึกษา ครอบครัว ศาสนา และวัฒนธรรม

3. Past experiences เป็นประสบการณ์ในอดีตที่สะสมมา ถ้าผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจเป็นพิเศษเหนือความคาดหมาย

4. External communication ได้แก่ การลงโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ เป็นการให้ข้อมูลล่วงหน้าเพื่อให้ผู้บริโภคสะสมข้อมูลในการสร้างความคาดหวัง ก่อนตัดสินใจมาใช้บริการ การรักษาคุณภาพให้ได้มาตรฐานตามที่ผู้บริโภคหวังไว้ ต้องคำนึงถึงปัจจัย ดังนี้

4.1 Reliability ผลงานการบริการให้ได้อย่างที่โฆษณาไว้ และมีความถูกต้องแม่นยำทุกครั้ง

4.2 Tangibles สินค้าบริการจะจับต้องได้ยากแต่พยายามสร้างองค์ประกอบทางกายภาพอื่นมาประกอบกับการบริการ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ให้บริการ วัสดุที่ใช้ในการเผยแพร่การบริการ อุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ต้องดูแลเหมาะสมกลมกลืน

4.3 Responsiveness เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ จะต้องถูกฝึกมาอย่างดี ตั้งใจและเอาใจใส่พร้อมที่จะให้บริการผู้บริโภคทันที

4.4 Assurance พนักงานบริการ จะต้องมีความรู้เป็นอย่างดี และแสดงออกถึงความมีน้ำใจเอาใจใส่ถึงความต้องการ

4.5 Empathy ต้องคอยดูแลและเอาใจใส่ผู้บริโภค สนองตอบความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของผู้บริโภคได้เป็นพิเศษ

จะเห็นได้ว่าปัจจัยทั้ง 4 ดังกล่าวข้างต้น รวมกันเป็น Services quality ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของผู้บริโภค นอกจากมีคุณภาพของสินค้า ราคา รวมทั้งปัจจัยทางด้านส่วน

บุคคลในขณะนั้น และปัจจัยภายนอกที่ควบคุมได้ยาก ล้วนมีส่วนประกอบที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจมากขึ้นน้อยแตกต่างกัน และจะนำไปสู่ความภักดีของผู้บริโภคซึ่งจะแปรผันตามกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการ

เว็บไซต์ osun (www.osun.org/การพัฒนาคุณภาพบริการ-doc.html) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการว่า บริการ (Service) เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การที่สร้างขึ้นและส่งมอบแก่ผู้รับบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการและเกิดความพึงพอใจจากการกระทำนั้นแก่ผู้รับบริการ ผู้รับบริการสัมผัสและใช้บริการนั้นๆ ในเวลาเดียวกัน ดังนั้น ตลอดกระบวนการให้บริการทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการต่างมีบทบาทในกิจกรรมบริการนั้นเป็นอย่างมาก การควบคุมคุณภาพบริการจึงต้องควบคุมกระบวนการให้บริการ

คุณภาพบริการขึ้นอยู่กับองค์ประกอบตัวแปรและปัจจัยที่เกี่ยวข้องสำคัญ 3 ด้าน คือ ทรัพยากรบุคคล เครื่องมืออุปกรณ์ และระบบบริหารจัดการ

3.1 ทรัพยากรบุคคล

ตัวแปรที่เกี่ยวกับทรัพยากรบุคคล ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ (1) ผู้ให้บริการ (2) ผู้บริหาร และ (3) ผู้รับบริการ

(1) ผู้ให้บริการ ในองค์กรยุคใหม่ผู้ให้บริการมีฐานะเป็นลูกค้าภายในองค์กร (internal customer) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ให้บริการมีส่วนสำคัญต่อคุณภาพบริการ กล่าวคือ พนักงาน (staff) ผู้ให้บริการทุกระดับจะต้องมีจิตสำนึกที่ดีต่อการให้บริการ (service conscious) มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ มีท่าทีที่ดีต่อลูกค้า มีความสามารถในการสื่อสารเรียนรู้ตลอดชีวิต (lifelong learning) เพื่อเพิ่มพูนทั้งองค์ความรู้ (knowledge) และทักษะ (skill) ในการปฏิบัติงานให้บริการนั้น มีความรับผิดชอบในหน่วยของตนและตำแหน่งของตนที่มีต่อผู้อื่น และหน่วยอื่นในองค์กรเดียวกัน โดยยึดแนวทางการให้บริการที่เป็นเลิศแก่กันและกันทุกชั้นตอน โดยตระหนักรู้ว่ากระบวนการถัดไปเป็นลูกค้าของตนจนกระทั่งได้ผลผลิตของกระบวนการสุดท้ายส่งมอบให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจทุกช่วงสัมผัสบริการ (every MOT) การผูกต่อกันเป็นสายของความตระหนักรู้เช่นนี้เรียกว่า สายโซ่แห่งความเป็นลูกค้า (customer chain)

ทฤษฎี 3 ไอ (Theory of Triple I) กล่าวถึงสาเหตุแห่งการให้บริการที่ด้อยคุณภาพ เพราะบุคคลผู้ให้บริการไว้ 3 ประการ คือ

1) innocence คือ ความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของผู้ให้บริการเพราะขาดทักษะ (lack of skills) ที่เพียงพอในการปฏิบัติงาน ส่งผลให้ปฏิบัติงานผิดพลาด

2) ignorance คือ ความละเลย เป็นความมั่งง่ายของผู้ให้บริการและขาดความระมัดระวัง ปฏิบัติการไปทั่ว ๆ ที่รู้ว่าไม่ควรกระทำเพราะอาจก่อให้เกิดปัญหาต่อไป

3) intention คือ ความจงใจกระทำ เป็นการกระทำของผู้ให้บริการโดยรู้อยู่แกลใจ (malicious act) ถึงสาระของสิ่งที่กระทำไปนั้นว่าเป็นสิ่งที่ไม่พึงกระทำ

(2) ผู้บริหาร เป็นอีกกลุ่มบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพของบริการ เพราะเป็นผู้บริหารโอกาสและความเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นผู้บูรณาการ (integrated) ใน 3 องค์ประกอบสำคัญขององค์กร คือ คน (person) กระบวนการ (process) และเทคโนโลยี (technology) กลยุทธ์ที่สำคัญของผู้บริหารในการบริหารคุณภาพบริการ คือ การถ่ายทอดองค์ประกอบหลัก 4 ประการ ของความพึงพอใจของลูกค้าผู้รับบริการออกมาให้เป็นรูปธรรม เพื่อให้ผู้ให้บริการเข้าใจ และสามารถเห็นแนวทางในการปฏิบัติได้

(3) ผู้รับบริการ ถือว่าเป็นลูกค้าภายนอก (external customer) เป็นผู้สัมผัสบริการซึ่งเป็น out put ของกระบวนการสุดท้าย (finished product) มีส่วนสำคัญต่อคุณภาพบริการด้วยเช่นกัน ปัจจัยด้านภูมิหลังของผู้รับบริการ (recipients background) เกี่ยวข้อง โดยตรงกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ผู้รับบริการที่เข้าใจ บทบาท มีความสามารถในการสื่อสาร มีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่เข้าใจในบริการ

ความไม่พึงพอใจในบริการของผู้รับบริการที่สะท้อนออกมาในรูปแบบต่างๆ เช่น ข้อร้องเรียน ข้อเสนอให้ปรับปรุงบริการ ล้วนมีส่วนสำคัญต่อคุณภาพบริการ

3.2 เครื่องมืออุปกรณ์

ประกอบด้วย สถานที่ ยานพาหนะและอุปกรณ์ ที่ใช้ในกระบวนการให้บริการในทุกวงจรบริการ เป็นปัจจัยภายในที่สำคัญตัวหนึ่งของกระบวนการให้บริการ ที่สามารถควบคุมได้ไม่ยาก มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อคุณภาพบริการ เช่น สถานที่ให้บริการที่สะอาด สะดวก ปลอดภัย และเป็นส่วนตัว ภายใต้ภาวะแวดล้อม อุณหภูมิ แสง สี เสียง สะอาด สะดวกเหมาะสม เครื่องสื่อสารและอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัยในจำนวนที่เพียงพอ

3.3 ระบบบริหารจัดการ

เป็นวิธีบริหารงานในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้แต่ละระบบย่อย คือ ระบบบริการ (service system) และระบบสนับสนุนบริการ (supporting service system) ดำเนินการอย่างเหมาะสมมีประสิทธิภาพ และสามารถเชื่อมประสานจนส่งผลให้ทุกจุดสัมผัสบริการ (service interface station) ซึ่งเป็นจุด สถานที่ บริเวณที่ผู้ให้บริการส่งมอบบริการแก่ผู้รับบริการ ได้สัมผัสกับบริการที่พึงพอใจ (positive MOT) เกิดความประทับใจ (good impression) แก่ผู้รับบริการ การมี

ระบบบริหารจัดการที่เหมาะสม จึงส่งผลอย่างสำคัญต่อคุณภาพบริการ มีงานวิจัยหลายเรื่องที่มีความเห็นยืนยันสอดคล้องกันเช่นนี้

ความสำคัญของการให้บริการ

เว็บไซต์ post today (<http://www.posttoday.com/finance.php?id=11099>) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการให้บริการไว้ว่า ความสำคัญของการบริการสำหรับผู้ให้บริการ ก็คือการทำกิจการจะสามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้เป็นลูกค้าประจำ หรือเป็นลูกค้าที่มีความจงรักภักดี และสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ได้ (customer acquisition) หากเราให้บริการที่ดี ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ ทำให้ มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าและใช้บริการซ้ำๆ หรืออาจจะมีผลทำให้ลูกค้าใช้บริการอื่นเพิ่ม หรือมีการใช้บริการที่มีมูลค่าที่สูงขึ้น รวมทั้งหากเราบริการได้ดีจริงๆ ลูกค้าจะเป็นผู้ประชาสัมพันธ์ให้กับบริษัทที่ดี หรือที่เรียกว่า “word of mouth”

ลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการจะแตกต่างจากการผลิตสินค้าขายทั่วไป เพราะบริการเป็นสินค้าที่ไม่อาจจับต้องได้ (intangibility) บริการ โดยทั่วไปมีลักษณะที่ค่อนข้างเป็นนามธรรม ไม่มีตัวตน ไม่มี รูปร่าง และไม่สามารถจับต้องได้ จึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความเสี่ยงในการเลือกซื้อบริการได้

การบริการมีคุณภาพไม่คงที่ (variability heterogeneity) ขึ้นอยู่กับพนักงานที่เป็นผู้ส่งมอบบริการ เวลาที่ให้บริการของผู้ส่งมอบบริการ วิธีการในการให้บริการ และสถานที่ที่ให้บริการแก่ลูกค้า การบริการไม่สามารถแยกการผลิตออกจากการบริโภคได้ (inseparability) โดยทั่วไปบริการมักจะถูกเสนอขายก่อน โดยหลังจากนั้น การผลิตและการบริโภคบริการจะเกิดขึ้นในระยะเวลาเดียวกัน และลูกค้าที่เป็นผู้ซื้อบริการมักจะมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตบริการนั้นด้วย ดังนั้นธุรกิจบริการจึงแตกต่างจากการผลิตสินค้าไว้เพื่อขายการบริหารจัดการจึงมีความแตกต่างกัน

ธุรกิจบริการนั้นเราจะต้องตอบสนองความต้องการและความ คาดหวังของลูกค้า (customer expectations) ความคาดหวังของลูกค้ามีบทบาทสำคัญมาก เพราะคุณภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ โดยจะเปรียบเทียบระหว่างคุณภาพที่ลูกค้าได้รับจากการใช้บริการกับมาตรฐานที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังเกิดจากประสบการณ์ของลูกค้าในการใช้บริการในอดีต เกิดจากข้อมูลที่ได้รับจากคำบอกเล่าของเพื่อน (word of mouth) หรืออาจศึกษาข้อมูลจากคู่แข่ง รวมทั้งการโฆษณาของกิจการเอง

ส่วนระดับคุณภาพการบริการก่อนที่ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อบริการนั้น ก่อนอื่นต้องสร้าง ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (reliability) ควรให้บริการตามที่สัญญาไว้ให้ได้ และแสดงให้เห็นถึง

ความน่าเชื่อถือ ควรให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า ตรงตามเวลาที่ให้สัญญาไว้กับลูกค้า และควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนถึงเวลาที่ให้บริการหรือการเข้าพบลูกค้า นอกจากนี้ควรให้ความมั่นใจ (assurance) โดยทำให้ลูกค้ารู้สึกไว้วางใจได้เมื่อมาติดต่อขอใช้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ความชำนาญในงานที่ให้บริการ และมีความสุภาพอ่อนน้อมขณะให้บริการ

การตอบสนองความต้องการลูกค้า (responsiveness) ต้องมีความตั้งใจและเต็มใจในการให้บริการ เพื่อแสดงถึงการเอาใจใส่ในการให้บริการอย่างเต็มที่และรวดเร็วด้วย ต่อจากนั้นก็ต้องการการดูแลเอาใจใส่ (empathy) ต้องให้ความสนใจลูกค้าเป็นส่วนตัว ให้บริการอย่างเอาใจใส่ คำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยต้องเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี และสุดท้าย รูปลักษณะในการให้บริการ (tangibles) บริการบางอย่างลูกค้าสัมผัสได้จากอุปกรณ์ที่ทันสมัย เทคโนโลยีที่สูงเพียงพอต่อการให้บริการที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งความสวยงามของวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้บริการ มีบุคลิกภาพของผู้ให้บริการอย่างมืออาชีพ และความสะอาดของสถานที่ที่ให้บริการ

บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

ความเป็นมาของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ได้ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2497 เมื่อพลอากาศเอก ปิ่น รณนภากาศทูตพาณิชย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมในขณะนั้น ได้นำเรื่องการแยกกิจการโทรศัพท์เป็นองค์กรอิสระเสนอต่อคณะรัฐมนตรี โดยในวันที่ 2 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2497 รัฐบาลได้นำพระราชบัญญัติองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2497 เข้าสู่การประชุมรัฐสภา รัฐสภาได้ลงมติเห็นชอบเป็นเอกฉันท์ และได้มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติจัดตั้งองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ในวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2497 แล้วสถาปนาเป็นองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงคมนาคม ในช่วงเวลาต่อมา กระแสการแปรสภาพองค์กรรัฐวิสาหกิจซึ่งเป็นกิจการที่ผูกขาดของรัฐไปสู่เอกชนเกิดขึ้น รัฐบาลของประเทศไทยเป็นสมาชิก World Trade Organization (WTO) จึงมีความจำเป็นต้องการเปิดเสรีธุรกิจโทรคมนาคมตามข้อผูกพันกับองค์การการค้าโลก (WTO) เหตุการณ์ดังกล่าวมีส่วนกระตุ้นให้เกิดแนวความคิดที่จะแปรสภาพรัฐวิสาหกิจเพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535 – 2539) และผลต่อเนื่องมาจากการค้าเสรีในด้านการค้าและบริการ (GATS) ซึ่งได้กำหนดให้ธุรกิจบริการโทรคมนาคมเป็นการค้าบริการประเภทหนึ่งในห้าประเภทหลักที่ต้องเป็นการค้าเสรีโลก จึงได้เกิดกระบวนการของการแปรสภาพขององค์การโทรศัพท์ใน

ที่สุด องค์การโทรศัพท์ฯ ก็ได้ดำเนินการแปรสภาพตาม พ.ร.บ. ทุนรัฐวิสาหกิจเสร็จสิ้นตามขั้นตอน และได้จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชน จำกัด เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2546 โดยใช้ชื่อว่า “บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” ต่อมาได้เปลี่ยนชื่ออีกครั้งเป็น “บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)” เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 เพื่อให้ผู้บริโภคได้จดจำชื่อและตราสินค้าของบริษัทได้ง่ายขึ้น

โดยตลอดระยะเวลากว่า 50 ปีที่ผ่านมา บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ได้พัฒนาการใช้เทคโนโลยีควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้บริโภคและสังคมได้รับการบริการที่ดีที่สุด

วิสัยทัศน์ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) มุ่งสู่การเป็นบริษัทสื่อสารโทรคมนาคมชั้นนำในทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเป็นผู้นำในตลาดประเทศไทย และมีนโยบายส่งมอบความพึงพอใจให้ลูกค้าด้วยบริการที่ทันสมัย สร้างคุณค่าและความสะดวกสบายให้สังคม โดยยึดหลักกำกับดูแลกิจการที่ดีและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าให้ดีที่สุด โดยมีพันธกิจที่สำคัญ คือ

1. ตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยบริการที่มีคุณภาพและเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย เพื่อให้ลูกค้าเลือกใช้บริการเป็นอันดับแรก

2. ส่งเสริมการลดความเหลื่อมล้ำของการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการพัฒนาประเทศ

3. ให้สิ่งที่เหมาะสมแก่สังคมและรักษาสิ่งแวดล้อม

4. ให้ผลตอบแทนอย่างเหมาะสมแก่ผู้ถือหุ้นและสร้างเสริมคุณภาพชีวิตการทำงานแก่พนักงาน

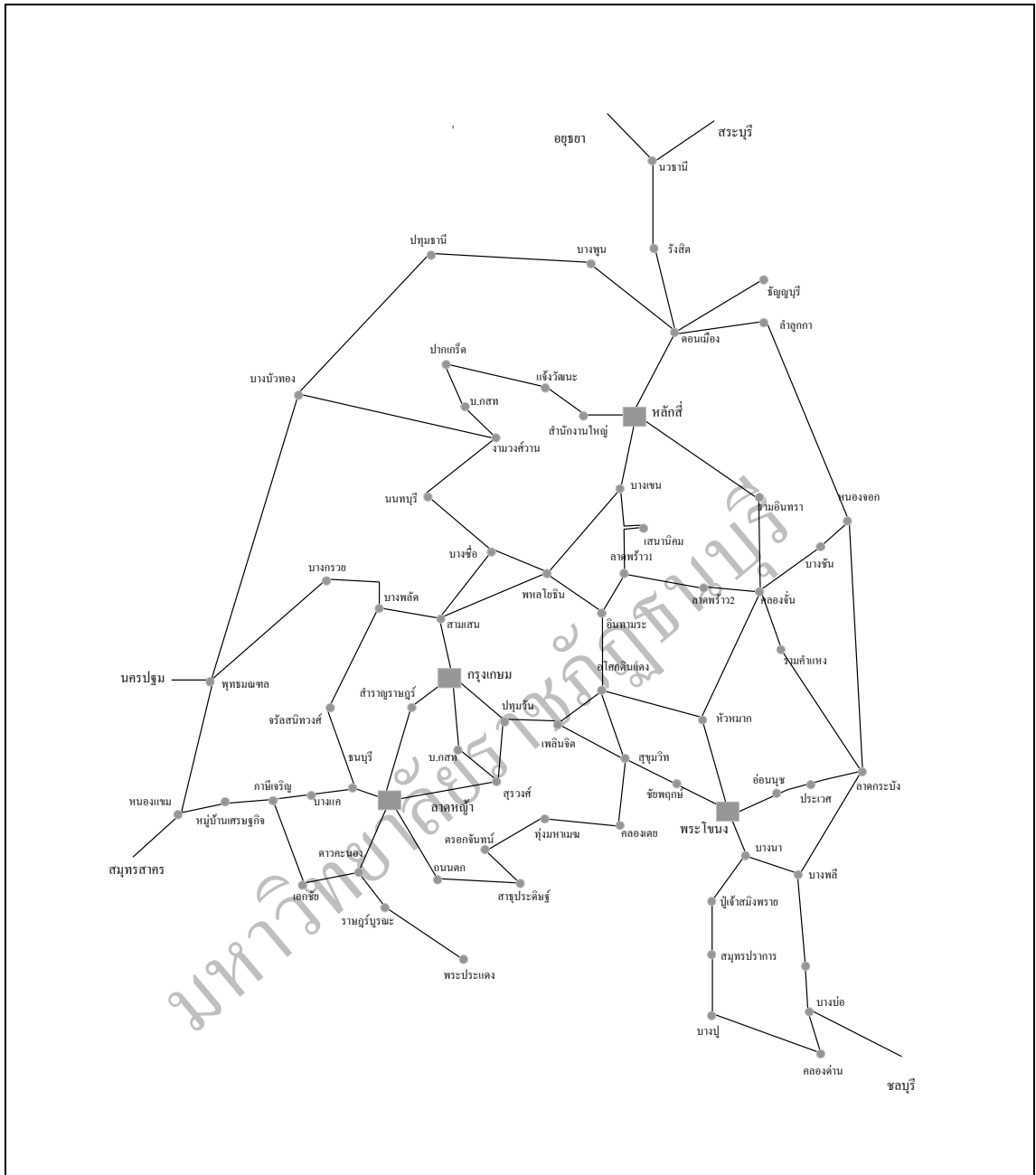
5. หาพันธมิตรเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจระหว่างประเทศ

การให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ ประกอบกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทำให้มีการบริการสื่อสารโทรคมนาคมรูปแบบใหม่ๆ เกิดขึ้น และมีความหลากหลายมากขึ้น ตลอดจนสถานการณ์แข่งขันที่รุนแรงขึ้น คาดว่าหลังการเปิดเสรีโทรคมนาคมในประเทศไทย จะทำให้มีองค์กรธุรกิจเกิดใหม่เพื่อให้บริการในด้านโทรคมนาคมเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ ทำให้สภาพการแข่งขันในตลาดโทรคมนาคมของประเทศไทยมีความรุนแรงมากขึ้น การปรับปรุงด้านเทคโนโลยีและด้านคุณภาพบริการเพื่อรองรับการให้บริการที่หลากหลายโดยเน้นความสะดวก รวดเร็ว ประหยัด และบริการหลังการขายที่ดีเยี่ยม เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุดเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในตลาดโทรคมนาคมของประเทศไทย

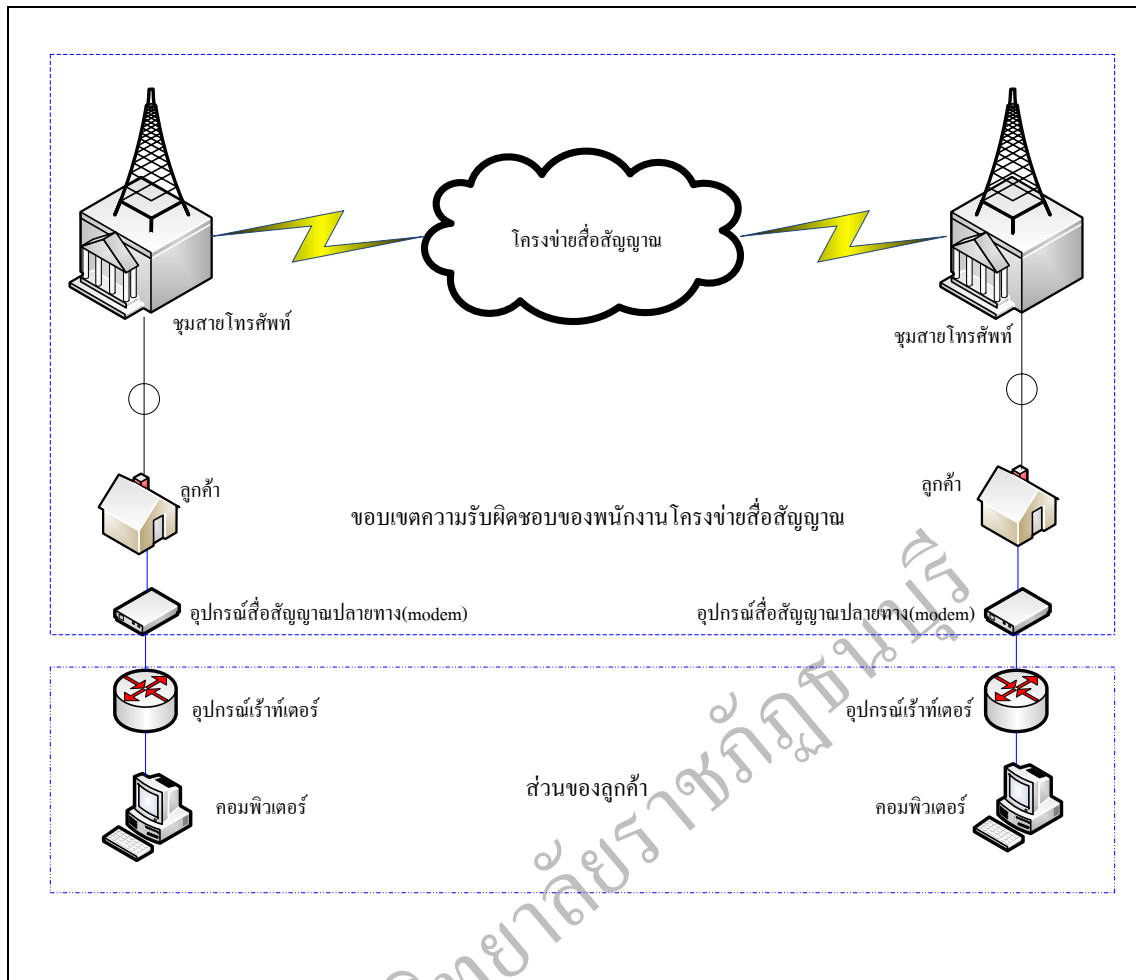
การดำเนินงานการให้บริการของโครงข่ายสื่อสัญญาณ

บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) มีการวางระบบโครงข่ายสื่อสัญญาณในเขตนครหลวง โดยอุปกรณ์สื่อสัญญาณจะถูกติดตั้งที่ชุมสายโทรศัพท์ และมีการเชื่อมโยงอุปกรณ์สื่อสัญญาณระหว่างชุมสายโทรศัพท์ด้วยเส้นใยแก้วนำแสง ดังภาพที่ 2.2 โดยแต่ละอุปกรณ์จะถูกเชื่อมโยงออกไป 2 ทิศทาง ได้แก่ ทิศทางที่เป็นเส้นทางหลัก และทิศทางที่เป็นเส้นทางสำรอง ต่อจากนั้นจึงจะเชื่อมโยงไปยังลูกค้าด้วยเส้นใยแก้วนำแสงหรือคู่สายทองแดง ดังภาพที่ 2.3 ไปยังอุปกรณ์สื่อสัญญาณปลายทางหรือโมเด็ม การให้บริการของพนักงานโครงข่ายสื่อสัญญาณจะสิ้นสุดที่อุปกรณ์สื่อสัญญาณปลายทาง หลังจากนั้นจะเป็นความรับผิดชอบของลูกค้า

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี



ภาพที่ 2.2 แสดงการเชื่อมโยงโครงข่ายสื่อสัญญาณระหว่างชุมสายโทรศัพท์ในเขตนครหลวง
 ที่มา : เอกสาร transmission configuration diagram, ฝ่ายบริหาร โครงข่าย, 2549, หน้า 4



ภาพที่ 2.3 แสดงขอบเขตการให้บริการของพนักงาน โครงข่ายสื่อสารสัญญาณ

ที่มา : เอกสาร transmission configuration diagram, ฝ่ายบริหาร โครงข่าย, 2549, หน้า 33

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มานะพล ยิ้มพ้อย (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ประสิทธิภาพในการให้บริการของสำนักงานบริการโทรศัพท์ : ศึกษากรณีเปรียบเทียบสำนักงานบริการโทรศัพท์ลาดพร้าวและสำนักงานบริการโทรศัพท์นนทบุรี” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเรื่องนี้ 3 ประการ คือ ประการแรก คือ ศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของสำนักบริการโทรศัพท์ลาดพร้าว และสำนักงานบริการโทรศัพท์นนทบุรี ซึ่งประกอบด้วยความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วถูกต้อง และเป็นธรรม ประการที่สอง เพื่อศึกษาถึงภูมิหลังของพนักงานที่แตกต่างกันจะมีผลเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพในการให้บริการที่ต่างกันหรือไม่ และประการที่สาม เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มี

ความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการให้บริการของสำนักงานบริการโทรศัพท์ลาดพร้าว และสำนักงานบริการโทรศัพท์นนทบุรี

ผลการวิจัยพบว่า

1. สำนักงานบริการโทรศัพท์ลาดพร้าวมีประสิทธิภาพในการให้บริการมากกว่าสำนักงานบริการโทรศัพท์นนทบุรี

2. ความเพียงพอด้านปริมาณและคุณภาพของบุคลากร ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการให้บริการของสำนักงานบริการโทรศัพท์ลาดพร้าวและนนทบุรี

3. ความเหมาะสมด้านสถานที่ของสำนักงานบริการโทรศัพท์ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการให้บริการของสำนักงานบริการโทรศัพท์ลาดพร้าวและนนทบุรี คือ สำนักงานบริการโทรศัพท์ลาดพร้าวมีความเหมาะสมด้านสถานที่สูงกว่า จะมีประสิทธิภาพในการให้บริการมากกว่าสำนักงานบริการโทรศัพท์นนทบุรี ซึ่งมีความเหมาะสมด้านสถานที่ต่ำ

4. ความเพียงพอด้าน วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ ของสำนักงานบริการโทรศัพท์ ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการให้บริการของสำนักงานบริการโทรศัพท์ลาดพร้าวและนนทบุรี

5. ทักษะของพนักงานที่มีต่อองค์กรมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการให้บริการของสำนักงานบริการโทรศัพท์ลาดพร้าวและนนทบุรี คือ สำนักงานบริการโทรศัพท์ลาดพร้าวมีพนักงานที่มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรมากกว่าสำนักงานบริการโทรศัพท์นนทบุรี จะมีประสิทธิภาพในการให้บริการของสำนักงานบริการโทรศัพท์ลาดพร้าวมากกว่าสำนักงานบริการโทรศัพท์นนทบุรี

อินทรา ตั้งสัจจานุรักษ์ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ประสิทธิภาพในการให้บริการระบบสื่อสาร (transmission systems) โทรศัพท์พื้นฐานพกพา PCT (personal cordless telephone) ในเขตส่วนกลาง : ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงสภาพปัญหากระบวนการบริหารและแนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพของการให้บริการระบบสื่อสารโทรศัพท์ โดยการศึกษาครั้งนี้ทำ การสัมภาษณ์ในเชิงคุณภาพ สำหรับพนักงาน 3 ระดับ คือ พนักงานระดับบริหาร (สูง) พนักงานระดับกลาง พนักงานระดับปฏิบัติการ (ล่าง)

ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาเชิงเทคนิคที่ประสบก็คือ โทรศัพท์สายหลุด สัญญาณไม่ชัด และต่อไม่ติด ส่วนปัญหากระบวนการบริหารได้แก่ปัญหา การขาดการวางแผน การจัดองค์กรซ้ำซ้อน การจับบุคคลโดยระบบอุปถัมภ์และไม่เหมาะสมกับงาน ปัญหาการสั่งการของผู้บริหาร ขาดการประสานงานระหว่างภายในและภายนอกมากพอ การรายงานผลการปฏิบัติงานไม่ตรงกับข้อเท็จจริง และมีงบประมาณจำกัด

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาคือ ผู้บริหารควรสร้างกลไกในการรับฟังความคิดเห็นจากพนักงานมากขึ้น ปรับปรุงระบบงานให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน ส่งเสริมระบบความก้าวหน้าในอาชีพการงาน

เรวดี ประสพศิลป์ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ประสิทธิภาพการให้บริการข้อมูลข่าวสารของกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์” มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการ สภาพปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการข้อมูลข่าวสารของกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ โดยใช้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นเกณฑ์วัดความมีประสิทธิภาพ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ประชาชนที่มาใช้บริการที่ศูนย์เผยแพร่ข้อมูลและห้องสมุดกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ จำนวน 100 คน ด้วยวิธี Accidental Sampling โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ให้บริการ แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าสถิติ X^2 (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา เพศหญิง อายุต่ำกว่า 31 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มาใช้บริการเป็นครั้งแรก ซึ่งผู้ให้บริการส่วนใหญ่เห็นว่า ประสิทธิภาพการให้บริการข้อมูลข่าวสารของกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์อยู่ในเกณฑ์สูง โดยมีความพึงพอใจในด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านข้อมูลที่ได้รับ แต่ค่อนข้างไม่เห็นด้วยกับความพอเพียงและความเหมาะสมของสถานที่ เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ข้อมูลภูมิหลังของผู้ใช้บริการ (เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ จำนวนครั้งที่เคยมาใช้บริการ) และความรู้ของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับประเภทข้อมูลที่ให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการข้อมูลข่าวสารของกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนผู้ให้บริการมีทัศนคติค่อนข้างดีต่องาน ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการ พร้อมทั้งมีข้อเสนอแนะว่า ควรมีการขยายสถานที่ให้บริการ จัดหาโต๊ะ เก้าอี้ และเครื่องคอมพิวเตอร์ให้พอเพียง นำ 5 ส. มาใช้ และลดค่าถ่ายเอกสารและค่าพิมพ์ข้อมูลให้ถูกลง

สมสุข แคมคำ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของสำนักวิทยบริการ สถาบันราชภัฏเพชรบุรี” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ ศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของสำนักวิทยบริการ สถาบันราชภัฏเพชรบุรี และความคิดเห็นของอาจารย์และนักศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คืออาจารย์และนักศึกษาที่เข้าใช้บริการในสำนักวิทยบริการจำนวน 382 คน แยกเป็นอาจารย์จำนวน 60 คน และนักศึกษาจำนวน 322 คน เครื่องมือที่ใช้

ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามจำนวน 2 ฉบับ ฉบับสำหรับอาจารย์และสำหรับนักศึกษา แต่ละฉบับแบ่งเป็น 4 ตอน ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ประสิทธิภาพการใช้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในสำนักวิทยบริการ ตอนที่ 3 ความคิดเห็นในการให้บริการด้านเทคโนโลยีใน 4 ด้าน คือ ด้านความถูกต้องเที่ยงตรง ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการปฏิบัติงานได้คล่องตัว ด้านความมีประโยชน์โดยใช้วิธีของแวนเฮาส์ เวล และแมคคูลู ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ประสิทธิภาพการให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศในด้านอัตราส่วนการเรียกใช้ อัตราส่วนความถูกต้องแน่นอนตามแนวคิดของแครนฟีลด์เทคนิค

ผลการวิจัยพบว่า

1. ประสิทธิภาพการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของสำนักวิทยบริการ สถาบันราชภัฏเพชรบุรี โดยการสืบค้นของอาจารย์ในสถาบันมีอัตราส่วนความถูกต้องแน่นอนสูงกว่าอัตราส่วนความถูกต้องแน่นอน โดยการสืบค้นของนักศึกษาในสถาบัน

2. ระดับความคิดเห็นของอาจารย์และนักศึกษาในสถาบันเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการทั้ง 4 ด้าน ของสำนักวิทยบริการ คือ ด้านความถูกต้องเที่ยงตรง ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการปฏิบัติงานได้คล่องตัว และด้านความมีประโยชน์ มีคุณภาพอยู่ในระดับสูงมาก

กิตติพงษ์ เกียรติวัชรชัย (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ประสิทธิภาพในการให้บริการของศูนย์บริการสาธารณสุข : เปรียบเทียบศูนย์บริการสาธารณสุขที่ 29 ช่วงนุชเนตร และศูนย์บริการสาธารณสุขที่ 48 นาควัชระอุทิศ ในส่วนราชการสำนักอนามัย สังกัดกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของศูนย์บริการสาธารณสุขที่ 29 ช่วงนุชเนตร และศูนย์บริการสาธารณสุขที่ 48 นาควัชระอุทิศ (ศูนย์การแพทย์และสาธารณสุข) ในส่วนราชการสำนักอนามัย สังกัดกรุงเทพมหานคร และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการให้บริการของศูนย์บริการสาธารณสุขทั้ง 2 แห่ง ซึ่งได้แก่ปัจจัยด้านความเพียงพอและคุณภาพวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ ปัจจัยด้านความเพียงพอและคุณภาพบุคลากร ความเพียงพอด้านงบประมาณ ปัจจัยสภาพแวดล้อมของศูนย์บริการสาธารณสุขและปัจจัยด้านแรงจูงใจ

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพในการให้บริการศูนย์บริการสาธารณสุขที่ 48 นาควัชระอุทิศ มีมากกว่าศูนย์บริการสาธารณสุข ที่ 29 ช่วงนุชเนตรและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการให้บริการ ของศูนย์บริการสาธารณสุขที่ 48 นาควัชระอุทิศ และศูนย์บริการสาธารณสุขที่ 29 ช่วงนุชเนตร มีนัยสำคัญทางสถิติต่ำกว่า 0.05 ก็คือ ความเพียงพอด้านวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ และความเพียงพอด้านบุคลากร

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี